

WITH FUNDING FROM  
**AUSTRIAN  
DEVELOPMENT  
COOPERATION**



*Empowered lives.  
Resilient nations.*



# **ANALIZA LANCA VREDNOSTI U TURIZMU (HOTELIJERSTVO, GASTRONOMIJA) I POLJOPRIVREDI (VOĆE, POVRĆE I ŽITARICE)**

**OPŠTINA VITINA 2017.**



**ANALIZA LANCA  
VREDNOSTI U TURIZMU  
(HOTELIJERSTVO, GASTRONOMIJA)  
I POLJOPRIVREDI (VOĆE, POVRĆE I  
ŽITARICE)**

**OPŠTINA VITINA 2017.**

## UNDP je obezbedio kvalitet

---

### **Priznanja i reference**

---

*Ovaj dokument sačinjen je u okviru projekta „Integrirani teritorijalni razvoj 2 – InTerDev 2“, koji finansira Austrijska razvojna Agencija (Austrian Development Cooperation), a primenjuje UNDP u partnerstvu sa opštinama Dragaš, Štrpce i Vitina. Za ovaj dokument ne postoje autorska prava, stoga se njegov sadržaj može delimično ili u celosti koristiti bez prethodnog odobrenja Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), ali je u tom slučaju neophodno navesti ovu publikaciju kao izvor. Sadržaj i preporuke iskazane u ovom dokumentu pripadaju ugovaraču i ne predstavljaju zvanični stav Programa Ujedinjenih nacija za razvoj, niti Austrijske razvojne agencije.*

# SADRŽAJ

<b>Spisak skraćenica</b>	5
<b>1. UVOD</b>	6
<b>1.1. Pregled Opštine Vitina</b>	9
<b>2. METODOLOGIJA</b>	10
<b>3. TURIZAM</b>	14
<b>3.1. Mapiranje sektora turizma</b>	16
<b>3.1.1. Direktni (suštinski) učesnici u lancu vrednosti</b>	16
<i>Smeštaj</i>	16
<i>Restorani</i>	16
<i>Kulturni lokaliteti</i>	18
<i>Proslave i kulturni događaji</i>	19
<i>Turistički operateri i putničke agencije</i>	19
<i>Transport</i>	19
<i>Posetioci</i>	19
<b>3.1.2. Indirektni učesnici u lancu vrednosti</b>	20
<i>Funkcije/slужbe za podršku</i>	20
<i>Opština</i>	20
<i>Marketing organizacije</i>	21
<i>Turistički Informativni Centar</i>	21
<i>Infrastruktura</i>	22
<i>Ulazni snabdevači</i>	22
<i>Povoljno okruženje (pravila i regulativa) zakoni i uredbe</i>	23
<i>Strategije</i>	23
<i>Poreske uredbe</i>	23
<i>Registracija turističkog biznisa</i>	24
<i>Asocijacije</i>	24
<b>3.2. Horizontalne i vertikalne veze unutar sektora turizma</b>	24
<b>3.3. Struktura troškova sektora turizma</b>	27
<b>3.4. Ključna pitanja koja su identifikovana u sektoru turizma – SWOT analiza</b>	28
<b>3.5. Tržišni trendovi u turističkoj delatnosti</b>	29
<b>3.6. Zaključak i preporuke</b>	31

<b>4. VOĆE, POVRĆE I ŽITARICE</b>	34
<i>Podsektor žitarica</i>	37
<i>Podsektor povrća</i>	38
<i>Podsektor voća</i>	39
<b>4.1. Mapiranje voća, povrća i žitarica</b>	40
<b>4.1.1. Direktni (suštinski) učesnici u lancu vrednosti</b>	40
<i>Ulazni snabdevači</i>	40
<i>Proizvođači/otkupljivači</i>	40
<b>4.1.2 Indirektni učesnici u lancu vrednosti</b>	42
<i>Funkcije/usluge podrške</i>	42
<i>Opština</i>	42
<i>Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja</i>	43
<i>Marketing organizacije</i>	44
<i>Infrastruktura i transport</i>	44
<i>Finansijske usluge</i>	44
<i>Razvojne organizacije</i>	44
<i>Laboratorije</i>	45
<i>Omogućavajuće okruženje</i>	45
<i>Zakoni i propisi</i>	45
<i>Strategije</i>	46
<i>Registracija kooperativne poljoprivrede</i>	47
<b>4.1.3 Horizontalne i vertikalne veze u sektorima voća, povrća i žitarica</b>	48
<b>4.1.4 Struktura troškova i investicija</b>	49
Struktura troškova u podsektoru žitarica	49
Struktura troškova u podsektoru povrća	49
Struktura troškova u podsektoru voća	50
<b>4.2 ključna pitanja koja su identifikovana u podsektorima poljoprivrede - SWOT analiza</b>	52
<b>4.3. Tržišni trendovi u poljoprivrednoj industriji</b>	53
<b>4.4. Zaključci i Preporuke</b>	54
<b>5. INTERVENCIJE</b>	56
<b>6. BIBLIOGRAFIJA</b>	69
<b>ANEKSI</b>	70
<b>ANEKS 1: spisak intervjuisanih aktera</b>	71
<b>ANEKS 2: spisak učesnika fokus grupe</b>	73
<b>ANEKS 3: upitnici za intervju</b>	74

# SPISAK SKRAĆENICA

ADA	Austrijska razvojna agencija (Austrian Development Agency)
ADC	Austrijska razvojna saradnja (Austrian Development Cooperation)
CHwB	Kulturno nasleđe bez granica (Cultural Heritage without Borders)
CP	Lice za kontakt (Contact Person)
EU	Evropska unija (European Union)
EUR	Evro (Euro)
FKL	Fondacija Kosovo-Luksemburg (Foundation Kosovo-Luxembourg)
BDP	Bruto domaći proizvod (Gross Domestic Product)
IADK	Inicijativa za poljoprivredni razvoj Kosova (Initiative for Agricultural Development of Kosovo)
ISO	Internacionalna organizacija za standardizaciju (International Standardization Organization)
KAS	Kosovska agencija za statistiku (Kosovo Agency of Statistics)
KIA	Kosovski institut za poljoprivredu (Kosovo Institute of Agriculture)
KIESA	Kosovska agencija za podršku investicijama i preduzećima (Kosovo Investment and Enterprise Support Agency)
LAG	Lokalna akciona grupa (Local Action Group)
MPŠRR	Ministarstvo za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni razvoj
MAB	Medicinske i aromatične biljke (Medical and Aromatic Plants)
MIP	Ministarstvo za inostrane poslove (Ministry of Foreign Affairs)
MD	Ministarstvo za dijasporu (Ministry of Diaspora)
NDŠP	Nedrvni šumski proizvodi (Non-Wood Forest Products)
NARS	Nacionalni poljoprivredni istraživački sistem (National Agricultural Research System)
NVO	Nevladina organizacija (Non-Governmental Organizations)
PPSE	Promovisanje zapošljavanja u privatnom sektoru (Promoting Private Sector Employment)
USAID	Agencija SAD za međunarodni razvoj (United States Agency for International Development)
UNDP	Program UN za razvoj (United Nations Development Programme)
UNWTO	Svetska turistička organizacija Ujedinjenih Nacija (United Nations World Tourism Organisation)
LC	Lanac vrednosti (Value Chain)





---

# 1. UVOD

---

Ovaj izveštaj je naručen u sklopu projekta UNDP-a „Integrirani teritorijalni razvoj 2 – InTerDev 2“, kako bi se rešavali stalni izazovi koji vladaju u opštinama Dragaš, Štrpce i Vitina, preciznije: visoka stopa nezaposlenosti, nedovoljno generisanje prihoda, slabe i neadekvatne javne službe, kao i socioekonomska marginalizacija žena, omladine i drugih ranjivih grupa.

Privatni sektor u ovim opštinama, slično ostalim opštinama na Kosovu, trpi zbog ograničenja i problema u vezi sa ponudom i potražnjom. Rastureni i nerazvijeni lanci vrednosti, asimetrija tržišnih informacija, slaba infrastruktura, ograničen pristup finansijskim uslugama, kao i generalno neprivaćna poslovna klima, ometali su rast firmi i stvaranje novih poslova i radnih mesta.

Nerazvijenost lanaca vrednosti zaista predstavlja jedan od najvećih karakterističnih izazova za glavne sektore u ovim opštinama. Analiza lanca vrednosti, zajedno sa planom implementacije i procenom troškova preporučenih akcija u opštini Vitina, sa fokusom na sektor turizma (hotelijerstvo i kulinarstvo) i poljoprivredne podsektore voća, povrća i žitarica, izrađeni su nakon dva izveštaja o analizi lanaca vrednosti koji su sprovedeni za opštine Dragaš i Štrpce.

Izveštaj ima sledeće ciljeve: (i) da bolje razume postojeće kapacitete aktera u lancu vrednosti u ciljanim sektorima u opštini Vitina (ulazni snabdevači, farmeri, prerađivači i distributeri); (ii) da identifikuje njihove izazove i potrebe; i (iii) da oceni kako da se poboljša njihovo pozicioniranje u okviru celokupnog lanca domaćeg tržišta, kao i njihova izvozna konkurentnost, izvan sopstvenog klastera, na centralnom, regionalnom i međunarodnom nivou. Osim toga, ove analize lanca vrednosti imaju za cilj da ispituju preovlađujuću situaciju (prirodu i opseg operacija) u dva ciljana sektora, sa pružanjem preciznih i realnih kratkoročnih i srednjoročnih intervencija za rešavanje glavnih prepreka na koje akteri nailaze.

Organizaciona struktura ovog izveštaja je sledeća: *Odeljak I* pruža kratak pregled opštine Vitina; *Odeljak II* objašnjava generalnu metodologiju, naglašavajući ključne instrumente za prikupljanje podataka, kao što su istraživanje u kancelariji, detaljni intervjui i diskusije fokus-grupa; *Odeljak III* bavi se ukratko sektorom turizma, dajući ocenu direktnih i indirektnih aktera u lancu vrednosti, vertikalnih i horizontalnih veza između njih, struktura troškova, ključnih pitanja i tržišnih trendova; *Odeljak IV* osvetljava postojeće stanje u vezi voća, povrća i žitarica, prateći istu strukturu kao i u sektoru turizma; *Odeljak V* predlaže četiri glavne intervencije, pružajući detaljne informacije o ciljevima, očekivanim rezultatima, aktivnostima, korisnicima, relevantnim akterima, rokovima i procenama troškova.

## 1.1 PREGLED OPŠTINE VITINA

Opština Vitina smeštena je u jugoistočnom Kosovu<sup>1</sup>. Njena lokacija je strateška, pošto leži blizu Gnjilana, Uroševca i granice Kosova i BJRM. Čitava opština, sa svojih 38 sela, pokriva površinu od oko 276 km<sup>2</sup>. Prema centralnom popisu (2011), ukupan broj stanovnika je oko 46.987, uključujući i manjinske zajednice, tačnije Srbe, Hrvate i Rome.<sup>2</sup> S obzirom na to da opština ima veliku iseljeničku zajednicu u EU i dalje, ova cifra se smatra potcenjenom u odnosu na stvaran broj stanovnika, pošto po nekim procenama postoji dodatnih 35% neregistrovanih stanovnika koji žive u dijaspori.<sup>3</sup>

Ekonomija Vitine oslanja se pretežno na male biznise koji su uglavnom povezani sa poljoprivredom. Statistika strukture biznisa ukazuje da postoji više od 1.000 ekonomski aktivnih preduzeća koja funkcionišu u opštini, a uglavnom su angažovana u aktivnostima trgovine na lokalnom tržištu<sup>4</sup>.

Zahvaljujući svom pogodnom reljefu (relativno ravna površina, šumske oblasti i dve reke), Vitina se uglavnom posmatra kao tipična poljoprivredna opština sa oko 60% lokalnog stanovništva koje je aktivno uključeno u poljoprivredne aktivnosti. Obradiva zemlja prostire se na 7.812 ha pogodnih za uzgoj svih vrsta poljoprivrednih useva.<sup>5</sup> Dalje, Vitina ima veliki potencijal za razvoj sektora turizma. Ona čuva neke delove netaknute prirode, najviše u selima Debelde, Letnica, Stubla i mnogim drugim. Dalje, ona je dom muslimanske i hrišćanske zajednice koje žive u kompletnoj harmoniji i slažu se u uklapaju poštujući svaka svoje različite kulturne događaje. Opština ima 30 džamija, 6 srpskih pravoslavnih crkava i 6 albanskih katoličnih crkava – većina njih je renovirana posle konflikta 1999.<sup>6</sup>

Što se tiče infrastrukture, njen sveukupni status se smatra za relativno dobrim. Glavni putevi koji povezuju veća sela sa gradom u dobrom su stanju. Grad Vitina je dobro povezan na vodovod i kanalizaciju.<sup>7</sup>

1 Pominjanje Kosova shvata se u kontekstu Rezolucije Saveta bezbednosti 1244 (1999).

2 KAS 2011. *Popis 2011 [Data file]*.

3 ALBINFO Magazine 2015. No. 15, 6/2015, *Komuna e Vitisë, me Qendër Informative të Turizmit*, p. 20

4 Kosovska agencija za statistiku 2017, *Strukturno istraživanje biznisa, 2016 [Data file]*.

5 Kosovska agencija za statistiku 2014, „*Poljoprivredni popis Republike Kosovo, 2014*“.

6 OEBS 2015, *Profil opštine*.

7 Ibid.



---

## **2. METODOLOGIJA**

---

Ovaj deo pruža opis metodološkog pristupa koji je primenjen pri analizi lanca vrednosti. Da bi se pribavile relevantne informacije iz izabranih sektora turizma i sektora voća, povrća i žitarica u Vitini, sledeća tri instrumenta prikupljanja podataka su korišćena: *kancelarijsko istraživanje*, *detaljni intervjui* i *fokus grupe*. Kombinovanjem ovih instrumenata prikupljeni su kvalitativni i kvantitativni podaci kako bi se došlo do ciljeva ovog zadatka.

#### **a) Kancelarijsko istraživanje**

Najpre je sproveden detaljan pregled postojeće literature sa sledećim fokusima: (i) različiti primeri lanaca vrednosti u poljoprivredi i turizmu; (ii) trendovi i razvoj agrobiznisa i turizma; (iii) strateški dokumenti iz relevantnih oblasti; (iv) ekološki elementi poljoprivredne proizvodnje; i (v) identifikovanje svih zainteresovanih aktera (predstavnici lokalne samouprave, farmeri, prerađivači, akteri u turizmu, predstavnici različitih asocijacija itd.). Informacije prikupljenje ovom metodom bile su analizirane, sačuvane i klasifikovane prema svom izvoru, relevantnosti i pouzdanosti. Ovi prikupljeni podaci su ne samo pružili vredne informacije, već su takođe poslužili i kao osnova za vođenje intervjua, kao i za druge potonje zadatke.

#### **b) Detaljni intervjui**

Da bi se pribavili precizni i validni podaci za analizu, sprovedeni su detaljni intervjui sa ključnim akterima u lancima vrednosti i u poljoprivredi i u turizmu. Glavni cilj ovih intervjua bio je da se identifikuju i ocene postojeći kapaciteti aktera u lancu vrednosti, koji su uključeni u ciljane sektore u opštini Vitina; da se identifikuju njihovi izazovi i potrebe; da se oceni njihovo pozicioniranje u okviru celokupnog lanca domaće proizvodnje, kao i izvozna konkurentnost izvan njihovog klastera na centralnom, regionalnom i međunarodnom nivou.

##### **▪ Upitnik**

Bila su dizajnirana tri upitnika sa ciljem da vode ispitivače kroz proces prikupljanja podataka. Jedan od njih bio je namenjen ispitivanju sektora turizma (hotelijerstvo i kulinarstvo), dok su se druga dva bavila sektorom poljoprivrede (voće, povrće i žitarice). Vredi napomenuti da su specijalna pažnja i vreme bili posvećeni sređivanju ovih upitnika s obzirom na činjenicu da su oni služili kao glavni mehanizam za prikupljanje primarnih podataka. Upitnici su sadržali pitanja sa otvorenim, ali i sa ponuđenim odgovorima – kako bi se uzele u obzir sve perspektive, percepcije i mišljenja učesnika koje su bitne za studiju.

##### **▪ Terenski rad**

Ukupno je obavljeno 50 (pedeset) detaljnih intervjua i više konsultativnih sastanaka sa opštinskim akterima, opštinskim službenikom za podršku projektu UNDP / InTerDev 2, lokalnim asocijacijama i drugim bitnim akterima iz oba sektora. Informacije koje su prikupljene iz ovih intervjua bile su zadovoljavajuće i pomogle su da se bolje razumeju lanci vrednosti i potrebe u ovim sektorima.

Zainteresovani akteri bili su identifikovani kroz blisku saradnju sa opštinskim timom Vitine, preciznije sa Direkcijom za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni razvoj, Direkcijom za omladinu, kulturu i sport, kao i Direkcijom za finansije, privredu i razvoj. Iz obimnog spiska aktera izabrano je njih 50 (pedeset) za intervju, oslanjajući se na sistematski pristup koji je obezbedio reprezentativnu uključenost svih relevantnih aktera u ciljanim lancima vrednosti. Napominjemo da je nekoliko aktera, koji su na početku bili na užem spisku za intervju, bilo zamenjeno sličnima jer su bili nedostupni.

Sastav intervjuisanih aktera dat je u spisku koji sledi. Za više informacija o ispitanicima, molimo pogledajte listu ispitanika datu u Aneksu 1.

SASTAV INTERVJUISANIH AKTERA:

- 4 predstavnika opštine,
- 22 proizvođača i sakupljača,
- 4 ulazna poljoprivredna snabdevača,
- 5 ženskih asocijacija,
- 3 otkupna centra,
- 1 prerađivač voća,
- 7 restorana/ugostitelja,
- 7 kulturnih lokaliteta.

Terenske posete obavljene su u sledećim selima u opštini Vitina: *Smira, Lubišta, Trstenik, Požaranje, Kabaš, Letnica, Stubla, Debelde, Šušte, Binač, Gušica, Đelekare, Donja Slatina, Gornja Slatina, Grmovo i Begunce.*

Vredi pomenuti da iako smo na početku ovog zadatka planirali da intervjuišemo i one koji pružaju uslugu smeštaja, nakon početnih konsultacija sa relevantnim akterima shvatili smo da nema drugih turističkih smeštajnih objekata u Vitini osim nekoliko gostionica u selu Debelde, koje smo posetili i čije vlasnike smo intervjuisali.

Glavni razlog intervjuisanja ovako šarolike grupe aktera bio je sticanje sveobuhvatnog pogleda na sve ključne aktere u lancima vrednosti. Koncept intervjua i sadržaj pitanja bili su u skladu sa gore navedenim ciljevima zadatka.

### **c) Diskusija fokus-grupe**

Pored detaljnih intervjua, organizovana je i detaljna diskusija fokus-grupe sačinjene od 16 učesnika iz oba ciljana sektora, uključujući i predstavnike/ce opštine Vitina, ženskih asocijacija, ulaznih snabdevača, farmera i prerađivača, vlasnika restorana, turističkih operatera, predstavnika turističkih NVO, UNDP i drugih relevantnih aktera. Cilj diskusije fokus-grupe bio je da se vrednuju nalazi do kojih se došlo kroz intervjue, da se identifikuju dalje prepreke koji opterećuju ciljane sektore, kao i da se bolje razumeju prilike za jačanje lanaca vrednosti u ciljanim sektorima, kao i njihove veze.

Pre pokretanja diskusije fokus-grupe, pripremljen je vodič za fokus grupu koji je koncentrisan na sledeće četiri teme: (i) trenutna situacija sa voćem, povrćem i žitaricama; (ii) trenutna situacija u lokalnoj turističkoj delatnosti; (iii) postojeće i potencijalne veze između ciljanih sektora; i (iv) predložene intervencije. Sesija je audio snimana, vođen je transkript i detaljno je analizirana. Sesija fokus-grupe trajala je približno dva sata.

Na završetku sastanka fokus-grupe, osim korisne razmene o budućim prilikama, učesnici su bili upitani da ocene spisak od 10 indikativnih intervencija generisanih iz nalaza detaljnih intervjua, što je zauzvrat poslužilo kao mehanizam za identifikovanje glavne četiri intervencije, koje su razrađene tokom kasnije faze zadatka.





---

## **3. TURIZAM**

---

Turizam je značajan pokretač privrednog i socijalnog razvoja. On stimuliše privredni rast kroz stvaranje prihoda, zapošljavanje, investicije i izvoz. On takođe stvara vredne sporedne koristi, uključujući očuvanje kulturnog nasleđa, poboljšanje infrastrukture i objekte lokalne zajednice

Potencijal turizma u opštini Vitina snažno je povezan sa njenim prelepim pejzažima i kulturnim nasleđem. Veliki deo opštine okružen je planinama i visokim vrhovima, tačnije vrhom Karadak na Skopskim planinama i vrhom Koplča koji doseže nadmorsku visinu od 1490 m. Ovaj planinski region nudi odlične prilike za razvoj zimskog i letnjeg turizma zbog svog odgovarajućih klimatskih prilika koje pogoduju planinarenju i skijanju.

Pored ovoga, opština ima i jak potencijal za razvoj kulturnog turizma. Brojni kulturni spomenici izuzetne kulturne i istorijske vrednosti postoje u ovoj oblasti. Što se tiče kulturnog nasleđa, opština Vitina pruža jedinstvene religijske spomenike. Njene srednjovekovne crkve su slavne po svojoj izuzetnoj strukturi i arhitekturi. Do danas su 22 kulturna lokaliteta sa njenog područja stavljena pod privremenu zaštitu.

Sve u svemu, opština je obogaćena nekim istaknutim karakteristikama koje bi mogle privući lokalne, regionalne i međunarodne posetioce. Pošto Kosovska agencija za statistiku (KAS) ne daje zasebne podatke o turizmu za svaku opštinu, već samo za regione, broj inostranih posetilaca u regionu Gnjilane u 2016. godini iznosio je 2.410,<sup>8</sup> od čega se deo može pripisati opštini Vitina.

## 3.1 MAPIRANJE SEKTORA TURIZMA

Ovaj odeljak pruža analizu aktera lanca vrednosti u sektoru turizma u Vitini. Lanac vrednosti u turizmu sačinjen je od složenih odnosa između različitih aktera, aktivnosti i mera politika na lokalnom, centralnom i međunarodnom nivou.

### 3.1.1 Direktni (suštinski) učesnici u lancu vrednosti

#### *Smeštaj*

Iako postoji sedam registrovanih smeštajnih objekata u Vitini, oni ne služe u stvarne turističke svrhe. Tokom naših terenskih poseta i intervjuva obavljenih sa različitim akterima, bili smo u prilici da identifikujemo jednog pružaoca usluge smeštaja koji je vlasnik pet gostinskih kuća i jednog restorana u selu Debelde. Svaka gostinska kuća ima smeštajni kapacitet za 11 gostiju. Oni rade punim kapacitetom tokom letnje i zimske sezone, ali cene ostaju iste i van sezone.

#### *Restorani*

Sektor ugostiteljstva u opštini Vitina nije dovoljno razvijen da bi imao turističku svrhu, iako poseduje veoma visok potencijal. Identifikovano je sedam restorana koji privlače veći broj gostiju, a njihovi vlasnici/menadžeri su intervjusani. Nakon ovih intervjuva, zaključili smo da su ovi restorani većinom porodični biznisi, registrovani kao društva sa ograničenom odgovornošću. Niko od intervjusanih ispitanika nije bio profesionalni turistički radnik. Objekte su uglavnom vodili sami vlasnici ili članovi njihovih porodica. Što se tiče zapošljavanja, osoblje se zapošljava uglavnom preko preporuka.

<sup>8</sup> Kosovo Agency of Statistics 2016, Tourism Data.

Prema podacima sakupljenim iz intervjua i fokus-grupe, ne postoji neka grupacija kvalifikovanih radnika za sektor ugostiteljstva koja bi bila na raspolaganju u opštini Vitina. Većina zaposlenih poboljšava svoje veštine direktno na radnom mestu, učeći od iskusnijih kolega, pošto u Vitini nema pružalaca treninga iz oblasti turizma. Većina ispitanika napomenula je da je kuhinjsko osoblje najvažnije među zaposlenima. Postoji manjak kvalifikovanih radnika u sektoru ugostiteljstva i usluga za klijente, kulinarstvu, bezbednosti hrane, marketingu, računovodstvu i preduzetništvu uopšte.

Velika većina zaposlenih u intervjuisanim restoranima su muškarci. Proracionalno mali broj zaposlenih žena uglavnom je angažovan u nevidljivim ulogama, kao što su pomoćnice u kuhinji i čistačice. Dodatno osoblje se angažuje tokom najjače sezone, odnosno tokom leta, što obeležava povećan broj posetilaca koji dolaze iz dijaspore. Restorani funkcionišu u punom kapacitetu samo tokom špica sezone, tj. od juna do avgusta i od decembra do februara.

Što se tiče porekla posetilaca, ispitanici tvrde da je prosečan odnos između domaćih i inostranih gostiju 65:35. Veliku većinu posetilaca tokom glavne čine posetioci koji dolaze iz dijaspore, a samo manji deo otpada na inostrane posetioce koji nemaju rođake na Kosovu. Potrebno je takođe naglasiti da tokom leta jedan broj restorana biva korišćen za svadbene ceremonije.

Intervjui su otkrili da nijedan od restorana ne investira u marketing i promovisanje svog biznisa. Veoma mali broj njih koristi društvene mreže, i umesto toga u marketingu se oslanjaju uglavnom na usmene preporuke. Dalje, osim vlasnika gostionica/restorana u selu Debelde, niko od drugih intervjuisanih vlasnika nije istraživao potencijal prodaje dodatnih usluga, kao što su nuđenje igrališta i igraonica za decu, usluge turističkih vodiča, prodaja lokalnih prehrambenih specijaliteta, rukotvorina/suvenira i slično. Sa druge strane, vlasnik gostinskih kuća i restorana u selu Debelde već nudi par turističkih proizvoda i usluga koji su privlačni za posetioce, kao što je mini zoološki vrt i skijaška padina za decu, za koje ne naplaćuje ulaz. Pored ovoga, vlasnik razmatra mogućnost uvođenja i razvijanja poljoprivrednog turizma kao nove oblasti u turističkoj delatnosti.

Intervjuisani vlasnici/menadžeri restorana i gostionica takođe su bili upitani da li nabavljaju prehrambene proizvode za svoj jelovnik od lokalnih farmera ili negde drugde. Većina njih tvrdila je da nabavljaju sirovu hranu od lokalnih farmera, naročito tokom sezone. Hrana iz lokalnih izvora obuhvata voće, povrće, meso i mlečne proizvode. Ipak, niko od intervjuisanih ispitanika nije imao bilo kakve ugovorne aranžmane sa lokalnim farmerima. Uglavnom su se oslanjali na „džentlmenški dogovor“ sa njima. Svi ispitanici su u potpunosti svesni prednosti korišćenja lokalno proizvedene hrane, pošto je njen kvalitet mnogo bolji od one koja se prodaje u lokalnim supermarketima. Ipak, jedan problem sa kojim se bore jeste neravnomerno snabdevanje ovakvim proizvodima.

Najzad, kada se radi o primeni mera u vezi sa otpadom i zaštitom okoline, samo tri od sedam ispitanika kaže da klasifikuju otpad od plastike, stakla i metala. Prosečan otpad koji stvaraju ovi restorani košta 100-200 € mesečno. Međutim, niko od njih ne koristi biorazgradive, obnovljive ili proizvode koji se mogu reciklirati, niti primenjuje bilo kakvu meru vodne i energetske efikasnosti u svojim objektima.

### **Kulturni lokaliteti**

Vitina ima prilično veliki broj kulturnih spomenika izuzetne kulturne i istorijske vrednosti, što ukazuje na snažan potencijal za razvitak kulturnog i verskog turizma. Što se tiče religioznih lokaliteta u Vitini ima: 30 džamija, 6 katoličkih crkava i 6 pravoslavnih crkava; od kojih su 22 objekta stavljena pod privremenu zaštitu lokalnih organa vlasti.<sup>9</sup> Većina džamija bila je renovirana nakon konflikta 1999. Pravoslavne crkve, koje su još uvek u funkciji, uglavnom su locirane u selima Binač, Žitinja, Podgorce i Grmovo. Pravoslavna crkva u selu Grmovo bila je uništena tokom konflikta 1999. i nikada nije obnovljena. Sa druge strane, svih 6 katoličkih crkava je u upotrebi i nalaze se u selima Letnica, Vrnez, Kabaš, Binač i Gornja Stubla.

Katolička crkva Crne Bogorodice u Letnici se ističe među njima. Sagrađena 1866, ova crkva je slavna po svojoj 300 godina staroj statui Crne Madone koja visi iznad oltara i koju obožavaju hodočasnici željni da je vide. Ono što ovu crkvu čini još više jedinstvenom jeste podatak da je 1928. godine Majka Tereza donela odluku da prihvati svoj poziv monahinje u crkvi Crne Madone, pre nego što je otišla na svoju svetu misiju. U to vreme, Majka Tereza bila je osamnaestogodišnja devojka koja je došla na hodočašće u Letnicu zajedno sa svojim roditeljima. Svakog avgusta praznik Crne Madone se proslavlja u selu Letnica uz hiljade posetilaca koji dolaze iz Albanije, BJR Makedonije, Crne Gore, Hrvatske i Italije. Tokom naših intervjuova sa različitim akterima u lancu vrednosti, saznali smo da ovi posetioци ostaju tu od dva dana do jedne nedelje, i da su smešteni ili u domovima svojih rođaka ili alternativno u rehabilitacionim centrima u Klokotu, tačnije u Banji Klokot i banji Majka Naile.

Dodatni spomenici od izuzetne kulturne i istorijske vrednosti mogu se naći u različitim mestima i selima u opštini. Vitina je poznata i po tome što su u njoj osnovane prve dve albanske škole na Kosovu. Prva je bila osnovana u selu Stubla 1905, a ubrzo nakon nje i druga u selu Požaranje 1907.

Prva albanska škola je od izuzetne važnosti i ima jedinstvenu istoriju. Ova škola pretvorena je sada u muzej, mada još uvek nije otvorena za javnost, osim nekih povremenih poseta kojima je domaćin sveštenik ili lokalno stanovništvo. Uprkos svojoj istorijskoj vrednosti, još uvek nema javno osvetljenje, nema table sa objašnjenjem koja bi ukazivala na godinu kada je osnovana, niti postoje druge informacije u vezi sa značajem ovog istorijskog spomenika. Da bi stvari bile još gore, podignute su razne građevine oko ove školske zgrade što blokira pogled na nju.

<sup>9</sup> Nakon terenskog istraživanja i konsultacija sa CHvB-om, obezbedili smo spisak zaštićenih spomenika koji su deo kulturne baštine opštine Vitina

Među ostalim kulturnim lokalitetima koji mogu poslužiti kao destinacije kulturnog turizma prema LAG, navode se i ilirsko naselje u selu Smira, okolna katolička crkva i groblje locirano između sela Ljubište i Podgorce. Generalno, napomenuto je da kulturne lokacije i atrakcije ne rade dovoljno, ako i uopšte rade, na marketingu i promotivnim aktivnostima za ova mesta, mada je njihov potencijal za dalje jačanje kulturnog i verskog turizma veoma visok. Osim toga, tokom intervjua sa akterima navedeno je da niti jedan od gore pomenutih kulturnih lokaliteta nije uključen u organizacione pakete lokalnih i/ili međunarodnih turističkih operatera. Ova mesta se uglavnom posećuju na osnovu individualne inicijative i ne zahteva se nikakvo plaćanje ulaznica.

### **Proslave i kulturni događaji**

Opština Vitina je takođe veoma aktivna u organizovanju različitih proslava i kulturnih događaja, što privlači brojne posetioce iz regiona i dijaspore. Najpoznatije proslave i kulturni, sportski i religiozni događaji su: *Flakadani i Karadakut, Nedelja fotografije, Manifestacija Don Mikela i Dani dijaspore*.

Ovi događaji okupljaju umetnike, pisce i sportiste iz različitih zemalja (uglavnom iz regiona), koji učestvuju u ovim događajima koji traju i do deset dana. Međutim, zbog nedostatka smeštajnih objekata u opštini Vitina, većina njih se smešta u Banju Klokot ili kod svojih rođaka.

### **Turistički operateri i putničke agencije**

Ne postoje turistički operateri koji dovode ljude u Vitinu. Iako postoji 17 turističkih operatera na Kosovu, niti jedan ne uključuje opštinski pejzaž i kulturne lokacije u svoje pakete. Osim ovoga, u odsustvu vodiča u opštini Vitina, lokalni sveštenici obično preuzimaju ulogu vodiča za posetioce. Postoji jedna turistička agencija koja organizuje avionske i autobuske karte, hotelske vaučere, osiguranje i druge putničke usluge za stanovnike ili turiste koji odlaze na druge destinacije.

### **Transport**

Lokalni i inostrani posetioci mogu doći do Vitine automobilom ili autobusom. Putna infrastruktura je dobro održavana i pristupačna. Aerodrom koji se nalazi u Prištini je oko 80 km udaljen, i postoje direktne autobuske linije do Vitine. Učestalost letova i broj destinacija do glavnih aerodroma i tranzitnih čvorišta su dovoljni, a cene karata su konkurentne u odnosu na države u regionu. Za putnike koji vode računa o ceni, autobus je najbolja opcija da se stigne na Kosovo, naročito tokom letnje i zimske sezone (uglavnom za Božić i Novu godinu). Postoje direktne autobuske linije od i do Vitine u sledećim državama: Švajcarska, Nemačka, Austrija, Francuska, Slovenija, Italija, Bosna i Hercegovina i Hrvatska. Postoji pet-šest rentakar agencija u Vitini koje pružaju usluge svakodnevno.

### **Posetioci**

Posetioci iz dijaspore: Osim što dolaze da posete porodicu, prijatelje i rođake, turisti iz dijaspore takođe putuju iz razonode do opštine Vitina. Obično dolaze u posetu nekoliko puta godišnje i ostaju ili u sopstvenim domovima ili kod rođaka. Njihov ostanak može trajati do mesec dana, naročito kada dolaze u sopstveni dom. Posetioci iz dijaspore čine veliki deo ovih posetilaca. Na primer, mesto Stubla ima ukupno 1.200 stalnih stanovnika, dok dodatnih 3.000 Stublana živi u

inostranstvu, tačnije u Švajcarskoj, Nemačkoj, Italiji i Austriji.<sup>10</sup> Očigledno je da su potrebni veći naponi i inicijative da bi se promovisao turizam u dijaspori, pošto oni igraju aktivnu i vitalnu ulogu razvoju opštine Vitina. Postoji ukupno šest asocijacija dijaspore sa sedištima lociranim uglavnom u Italiji, Švajcarskoj i Nemačkoj, a koje kontinuirano doprinose poboljšanju putne infrastrukture, rekonstrukciji kuća, bolnica i škola, sponzorisanju kulturnih aktivnosti, raznih festivala i tako dalje.

Međunarodni posetioци: Inostrani turisti koji posećuju opštinu Vitina uglavnom su poslovni putnici i religiozni posetioци. Većina ovih inostranih poslovnih putnika rade kao konsultanti i uglavnom su angažovani na kratkoročnim zadacima koji traju od nekoliko dana do nekoliko meseci. Sa druge strane, postoje stotine međunarodnih religioznih posetilaca koji dolaze u opštinu tokom praznika Crne Madone. Dužina njihovog ostanka je između dva i devet dana, i oni se smeštaju uglavnom u kuće svojih rođaka. Oni obično dolaze iz Albanije, BJR Makedonije, Hrvatske, Italije, Švajcarske i Crne Gore.

Domaći posetioци: Ova grupa posetilaca sačinjena je od stanovnika Kosova i stranaca sa statusom privremenog boravka. Na osnovu sprovedenih intervjua, ispostavilo se da ova grupa posetilaca čini vrlo mali deo onih koji posećuju opštinu Vitina. Glavni faktor za ovo jeste odsustvo bilo kakvih promotivnih aktivnosti širom Kosove od strane opštine.

### 3.1.2 Indirektni učesnici u lancu vrednosti

#### *Funkcije/slужbe za podršku*

##### *Opština*

Lokalna samouprava je odgovorna za pokretanje atraktivnih inicijativa za ekonomiju koja se razvija u opštini. Direkcija za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni razvoj u opštini Vitina ima u svojoj nadležnosti jačanje razvoja ruralnog turizma. Ipak, pomenuta direkcija do sada nije preduzela nikakvu inicijativu ili aktivnost u vezi sa razvijanjem seoskog turizma. Sa druge strane, Direkcija za omladinu, kulturu i sport ima zadatak da nadgleda održavanje i obnavljanje lokaliteta kulturnog nasleđa u skladu sa Opštinskim razvojnim planom. Ova direkcija je takođe odgovorna za organizovanje kulturnih, umetničkih, sportskih i verskih događaja, kao što je praznik Crne Madone, Susreti Don Mikela, Flakadani (umetnička izložba) i slično. Međutim, ne postoji nijedan organ u opštini koji se isključivo bavi razvojem turizma i koordinacijom turističkih aktivnosti, niti pak opština ima prikladnu razvojnu strategiju ili akcioni plan za turizam. Opštinski razvojni plan jedva pominje turizam kao sektor za potencijalni ekonomski razvoj, dajući prilično maglovit opis potencijalnih oblasti gde bi turizam mogao da se razvija.<sup>11</sup> Ovde nema detaljne analize, niti SWOT analize, opisa ponude i potražnje ili akcionog plana za razvoj produkata povezanih sa turizmom, relevantnih kadrovskih resursa i turističkih marketinških kampanja.

<sup>10</sup> Institut GAP 2017, *Studija samoorganizovanih zajednica*.

<sup>11</sup> Opština Vitina, *Opštinski razvojni plan 2010-2020*.

Opština Vitina takođe ima jedan broj samoorganizovanih zajednica, uključujući Stublu, Smiru, Ljubinje, koje u saradnji sa dijasporom i privatnim sektorom pokreću specifične aktivnosti sa ciljem poboljšanja svog okruženja. Ove samoorganizovane zajednice imaju sopstveni generalni savet, sačinjen od članova iz asocijacija dijaspore i privatnog sektora. Savet ima razvojni plan za selo, koji je takođe dostupan na opštinskoj internet stranici.

Tokom poslednjih 16 godina, samo selo Stubla je implementiralo projekte čija vrednost prevazilazi milion evra. Glavni projekti do sada završeni obuhvataju sledeće: renoviranje prve albanske škole, organizaciju Dana Don Mikela, renoviranje škola, poboljšanje električne mreže i javne rasvete, rekonstrukciju puteva, ambulante, omladinskog centra.<sup>12</sup> Na osnovu razvojnog plana, savet sela Stubla je predvideo različite aktivnosti do 2018, kao što su: izgradnja centra za brigu o starim licima, obnova pešačkih staza i instaliranje vodovodne mreže. Međutim, ovo ne predviđa bilo kakvu relevantnu aktivnost koja bi doprinela razvoju turizma u opštini, iako selo Stubla ima veliki potencijal za jačanje kulturnog i prirodnog/avanturističkog turizma.

### **Marketing organizacije**

U odsustvu Kosovske turističke agencije, koja bi bila odgovorna za promovisanje imidža zemlje, i s obzirom na odsustvo bilo kakve strategije za promovisanje Kosovskog turizma, postoji tek nekoliko marketinških aktivnosti koje se odigravaju i na centralnom i na lokalnom nivou. Na centralnom nivou, KIESA je dobila zaduženje da promoviše turizam države. Od njenih pet postojećih i operativnih odeljenja, samo jedno je odgovorno za promovisanje turizma, što se uglavnom obavlja kroz učestvovanje na sajmovima turizma.

U ovom pogledu, KIESA je zajedno sa turističkim operaterima širom zemlje do sada prisustvovala na sledećim sajmovima: *Mediterranski sajam u Tirani* (2017), *B2B Sajam Albanija* (2017), *Destinacija priroda Pariz* (2016. i 2017), *WTM London* (2015), *Sajam turizma Izmir* (2015), *Međunarodna turistička berza Berlin* (2015, 2016. i 2017) i *EMMIT Istanbul* (2017). Sa druge strane, učestvovanje lokalnih turističkih operatera na pomenutim turističkim sajmovima bilo je omogućeno uglavnom kroz podršku međunarodnih organizacija, kao što su USAID Empower i PPSE. Najzad, magazin National Geographic je nedavno preporučio Kosovo kao jedno od deset mesta koja vredi posetiti.

Na lokalnom nivou nije bilo marketinških aktivnosti koje su preduzimate radi promocije opštine na centralnom nivou ili u inostranstvu. Na nivou preduzeća, pružaoci turističkih usluga nisu upoznati sa prednostima marketinga i nisu naročito voljni da investiraju novac u marketing i promociju. Oni nisu svesni besplatnih alatki za promovisanje preduzeća, kao što su Trip Advisor, Booking, AirBNB i slični.

### **Turistički informativni centar**

Opština Vitina je jedna od malog broja opština koje imaju sopstveni turistički informativni centar. Ovaj turistički info centar je smešten u maloj brvnari od 10 m<sup>2</sup>, lociranoj u mestu Požaranje, 15 minuta vožnje od centra Vitine. Međutim, kada je tim posetio u dve zasebne prilike ovaj centar, on je bio zatvoren i timu je bilo rečeno da turistički info-centar nije više u funkciji. Preciznije, iz informacija prikupljenih na terenu, centar je bio osnovan uz podršku finansija EF i bio je operativan samo dve godine. Njegovo radno vreme bilo je od ponedeljka

12 The GAP Institute 2017, *Self-Organized Communities Study*

do petka od 13 do 17 sati. S obzirom na to da se većina aktivnosti, događaja i proslava odigrava u Vitini, postojeća lokacija turističkog info-centra možda nije prikladna da bude izvan centra grada. Nema dostupnih promotivnih materijala za turizam u Vitini, kao što su leci/flajeri, turističke brošure, mape, vodiči za kulturne lokalitete ili raspored kulturnih događaja i slično.

## Infrastruktura

Opština Vitina bila je veoma aktivna u rekonstrukciji puteva i postojećih zgrada kao što su škole, sportske hale, parkovi, promenade, pešačke i biciklističke staze, korita reka i javna rasveta tokom prethodnih godina. U 2016. godini opština je, u saradnji sa projektom DEMOS koji je finansirala Švajcarska, počela sa implementacijom plana mobilnosti. Jedan od najfrekventnijih puteva koji prouzrokuje zagušenja u saobraćaju bio je put *Te Pasqyrat*, te je parking za taksi vozila morao da se preseli iz centra grada na prikladniju lokaciju u blizini, što je donelo dovoljno prostora za pešake i smanjilo gužvu u saobraćaju. Pored ovoga, novi parking prostori bili su dodeljeni na autobuskoj stanici radi bolje i lakše pokretljivosti onih koji svakodnevno putuju. Tokom intervjua sa akterima iz lanca vrednosti bilo je naglašeno da bi trebalo da se izvrši revitalizacija puteva koji povezuju Stublu, Žegru i Gnjilane, a odmah posle toga bi usledilo stvaranje planinarskih i pešačkih staza, da bi se stvorili uslovi za uživanje u okolnoj prirodi, drveću i zelenilu, i kako bi se stimulisalo više posetilaca da dođu i vide okolinu. Neki od ispitanika su takođe pomenuli važnost stvaranja staza koje bi povezale Stublu, Letnicu i Debelde. Trenutna situacija je takva da ukoliko neko želi da ode u neko od ovih mesta, mora najpre obavezno da prvo prođe kroz Vitinu.

Bolja rešenja odlaganja čvrstog otpada i otpadnih voda smatraju se presudno važnim kako bi se poboljšalo iskustvo i zadovoljstvo posetilaca. Snabdevanje vodom i električnom energijom nije uvek stabilno, naročito tokom zime kada nestanci struje mogu potrajati čitav dan ili čak duže. Stanovnici u ruralnim oblastima muče se sa nestabilnim snabdevanjem vodom i strujom. Za gostinske kuće u udaljenim oblastima trebalo bi promovisati bolje rešenje - napajanje električnom energijom od sunčeve svetlosti, pošto do sada nema primera primene ovakvih tehnologija.

## Ulazni snabdevači

U sektoru hotelijerstva, i funkcionalnost i estetski aspekti okoline mogu igrati presudnu ulogu u tome da restorani/hoteli budu privlačni krajnjim potrošačima. Okruženje u kome je klijent uslužen je jednako važna kao i usluga koja se nudi. Ovo podstiče snabdevače robom i uslugama razmotre i spoljašnjost i unutrašnjost svojih restorana/hotela, što i treba da bude među najvažnijim aspektima u sektoru ugostiteljstva. Restorani/hoteli svih kategorija, počev od ekonomske do prve klase, trebalo bi da blisko sarađuju sa arhitektima i unutrašnjim dizajnerima kako bi obezbedili željenu atmosferu za objekat. Zato bi oni bi trebalo da ulažu u redovno održavanje i unapređivanje svojih objekata.

Restorani/hoteli bi takođe trebalo da posvete više pažnje jelovniku koji nude svojim klijentima i sastojcima koji se koriste pri pripremi hrane. Tokom intervjua sa vlasnicima ili menadžerima lokalnih restorana navedeno je da se u sezoni sastojci jela (uglavnom voće, povrće, meso i različiti mlečni proizvodi) nabavljaju od lokalnih farmara, a inače se nabavljaju iz lokalnih supermarketa ili drugih manjih prodavnica raštrkanih u selima. Nije bilo ugovornih sporazuma zaključenih između restorana i lokalnih snabdevača, te se samim tim njihova uzajamna saradnja uglavnom održava na neformalnom nivou, a intervjuisani vlasnici/menadžeri restorana rekli su



da su lokalni farmeri upoznati sa zahtevima u vezi sa kvalitetom i kvantitetom. Od svih aktera koji su bili intervjuisani iz sektora ugostiteljstva, samo jedan restoran je imao sopstvenu farmu živine. Bilo je očigledno da postoji zainteresovanost u turističkoj delatnosti za snabdevanje lokalnim proizvodima, a ipak da bi zaključili formalne ugovorne sporazume, lokalni farmeri moraju biti u stanju da obezbede dosledan kvalitet i količinu svojih proizvoda.

### **Povoljno okruženje (pravila i regulativa)**

#### **Zakoni i uredbe**

**Zakon o turizmu** – Ovaj zakon reguliše odnose između javnog i privatnog sektora u turizmu, propisujući prava svih subjekata po zakonu o turističkim aktivnostima.

**Zakon o kulturnom nasleđu** – Ovaj zakon propisuje pravila vezana za kulturno nasleđe, kao i zakonska i tehnička sredstva za inventar, dokumentovanje, selekciju, zaštitu, konzerviranje i obnovu ovih bogatstava u skladu sa međunarodnim poveljama i konvencijama.

**Zakon o oporezivanju smeštaja** – Uprkos činjenici da ovaj zakon postavlja pravila za naplatu poreza na prihod od smeštaja stranih turista, ovaj porez nikada nije bio naplaćivan i stoga se zakon ne poštuje.

**Zakon o stranim investicijama** – Ovaj zakon propisuje pravila i procedure za zaštitu, promovisanje i ohrabivanje stranih investicija na Kosovu.

#### **Strategije**

Još uvek ne postoji strategija razvoja Kosovskog turizma, a isto važi i za strategiju o lokalnom turizmu u opštini Vitina. Na centralnom nivou izrađuje se Strategija za privatni sektor, u kojoj će se obrađivati i celokupni turistički sektor.

#### **Poreske uredbe**

Porez na korporaciju iznosi 10%, ali do sada nisu primenjivane turističke takse.

Porez na mesečni prihod (mesečna plata): € 0-80 = 0%; € 80-250 = 4%; € 250-450 = 8%; > € 450 = 10%

Od odobrenja fiskalnog paketa II u septembru 2017, PDV za kulturne, umetničke, sportske, turističke, smeštajne, rekreativne i aktivnosti prerade ribe očekuje se da bude smanjen na 8%.

## Registracija turističkog biznisa

Zakon o turizmu (br. 04/L-176) ukinuo je zahtev za sektorski specifičnim licencama i dozvolama. Član 6 Zakona kaže da sva fizička i pravna lica koja se bave turističkim aktivnostima mogu biti dobrovoljno registrovana u svojim odgovarajućim turističkim jedinicama. Pored ovoga, pomenuti Zakon navodi da Ministarstvo trgovine i industrije u saradnji sa Turističkim savetom Kosova uvodi dobrovoljni sistem kategorizacije smeštaja prema njihovim standardima, a u skladu sa međunarodnim sistemom ocene koji je na raspolaganju prenosiocima zahteva.

## Asocijacije

Ne postoje turističke asocijacije (tj. asocijacija sektora hotelijerstva) u opštini Vitina.

Postoji par asocijacija dijaspore koje su osnovane u različitim mestima/selima, međutim one nisu preduzimale zajedničke akcije koje su neophodne za razvoj turizma u njihovoj opštini i za dovođenje novih turista.

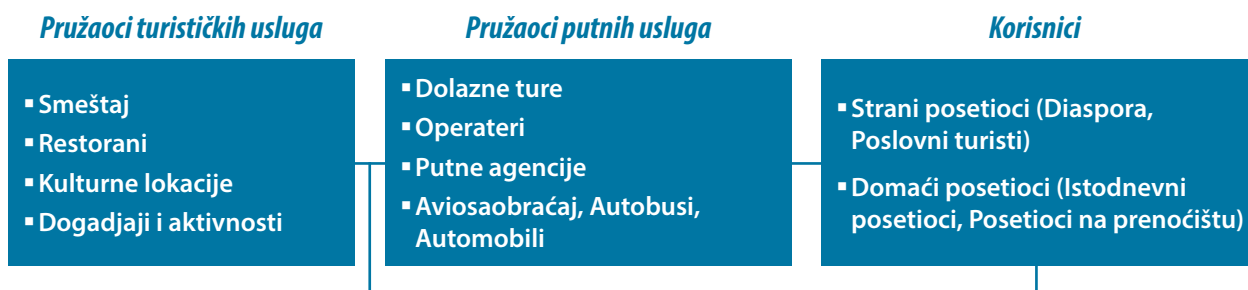
## 3.2 HORIZONTALNE I VERTIKALNE VEZE UNUTAR SEKTORA TURIZMA

Slika u nastavku prikazuje univerzalno mapiranje aktera lanca vrednosti u turizmu i njihovih veza, na osnovu čega će biti pružena analiza aktera lanca vrednosti u Vitini.

### Podržavajuće funkcije



### Osnovni lanci vrednosti



### Stvaranje okruženja



Na centralnom nivou odgovorno telo za razvoj turizma jeste Ministarstvo za trgovinu i industriju, preciznije njegov odsek za turizam, koji zapošljava tri službenika sa punim radnim vremenom. Uloga ovog odseka jeste da dizajnira i implementira turističke politike, zakonodavstvo i strateške dokumente vezane za sveukupni razvoj politika na Kosovu. KIESA – sa druge strane – jeste javno telo odgovorno za promovisanje turizma. Dalje, Savet za turizam na Kosovu, koji je tek nedavno ponovo stavljen u funkciju, odgovoran je da koordinira sve relevantne aktere i da promoviše javno-privatni dijalog o pitanjima u vezi sa turizmom. Savet za turizam sačinjen je od sedam punopravnih članova i dva člana posmatrača.

Ministarstvo za životnu sredinu i prostorno planiranje (MŽSPP), tačnije odeljenje za zaštitu okoline, zajedno sa odsekom za očuvanje prirode, odgovorni su za stvaranje politika za zaštitu okoline i očuvanja prirode. Ostale institucije na centralnom nivou, kao što je Ministarstvo za dijasporu (MD) i Ministarstvo za inostrane poslove (MIP) imaju mandat da promovišu identitet zemlje, njenu kulturu i turizam. Uprkos različitim institucijskim telima na centralnom nivou koja se bave razvojem turizma, oni su i dalje bez međusobne koordinacije.

Lokalna samouprava igra važnu ulogu u promovisanju turizma. Međutim, opština Vitina do sada nije preduzela bilo kakvu inicijativu u ovom pogledu. Pre svega, ne postoji konkretna direkcija ili tačka za kontakt koja je određena u opštini i kojoj bi bio dat mandat za razvoj turizma i promovisanje opštine. Mada, Direkcija za kulturu, omladinu i sport organizuje različite događaje koji okupljaju domaće, regionalne i inostrane posetioce, njihov rad se ne zasniva na prikladnoj opštinskoj strategiji koja bi ciljala na konkretne posetioce za određene događaje, produžavajući njihov boravak i predstavljajući im druge atrakcije u opštini. Uz ovo, nema turističke organizacije u opštini Vitina. Koordinacija i komunikacija između turističkih biznisa je prilično slaba u odsustvu drugih asocijacija, kao što su asocijacije lokalnih restorana. Generalno, usled nedostatka prikladno postavljenog okvira, nema ni koordinacije akcija i aktivnosti unutar opštine.

Stvaranje horizontalnih i vertikalnih veza u okviru lanca vrednosti turizma može takođe doprineti razgranavanju ekonomije opštine. Ukoliko se adekvatno integriše u centralne i lokalne razvojne planove, ovo može doprineti rastu sektora kao što su poljoprivreda, ribarstvo i pružanje usluga. Značajan potencijal identifikovan je u opštini Vitina kada se radi o povezivanju sektora ugostiteljstva sa farmerima i ruralnog turizma sa poljoprivredom (agroturizam). Ovo bi pomoglo da se ostvari održiva poljoprivreda i doda potencijalna vrednost lokalnim prehrambenim proizvodima, što bi zauzvrat pojačalo turističku ponudu koja bi bila privlačnija ne samo za posetioce već i za lokalne farmere kao dodatni sektor za stvaranje prihoda.

U svrhu stvaranja i održavanja trajnih i korisnih veza između ugostiteljskog sektora i lokalnih farmi, potrebno je razmotriti različite modalitete koji bi zauzvrat obezbedili bolje korišćenje lokalnih prehrambenih proizvoda u sektoru ugostiteljstva uz istovremeno rešavanje pitanja doslednosti i u kvalitetu i u kvantitetu ovih proizvoda. Pored ovoga, potrebno je uzeti u razmatranje više faktora kako bi se stvarale međusektorske veze. Zajednički problem pri uvođenju i jačanju veza između različitih sektora je često neusklađenost između ponude i potražnje za poljoprivredne proizvode, kao i nedostatak posredničke institucije koja bi okupljala kupce i snabdevače.

U ovom pogledu, posrednička uloga bi trebalo da se dodeli asocijaciji čija funkcija bi bila da se angažuje u stvaranju i kanalisanju potražnje za lokalnim proizvodima, podršci snabdevačima u isporuci proizvoda željenog kvaliteta i kvantiteta, uspostavljanju strukture komunikacije između snabdevača i potraživača i slično. Na ovaj način bismo imali bolje promovisanje lokalnih mlečnih proizvoda, domaćeg mesa, domaćeg hleba i drugih lokalnih specijaliteta, što bi za rezultat imalo ukupan porast potražnje za lokalnim proizvodima. Korišćenje lokalnih proizvoda kao ulaznog snabdevanja u sektoru ugostiteljstva imalo bi jak uticaj na povećanje prihoda i zapošljavanje.

Agroturizam, sa druge strane, identifikovan je kao nešto što ima snažan potencijal za male proizvođače i prerađivače u opštini Vitina kroz jačanje vertikalnih veza unutar lanca vrednosti i predstavljanje modela koji više uključuje zajednicu u razvoj turizma. Na osnovu terenskih poseta i diskusija fokus-grupe, očigledno je da su farme u različitim selima u opštini idealne za razvoj agroturizma, naročito zbog njihovih uglavnom organskih proizvoda i predivnih pejzaža. Generalno, poljoprivreda na Kosovu predstavlja ruralni način rada koji je duboko ukorenjen u tradiciju i znanje lokalnih farmera. Pošto je danas putovanje postalo mnogo više od puke posete lokalnim kulturnim mestima i znamenitostima, turisti takođe žele da se sastaju sa lokalnim zajednicama u njihovom prirodnom okruženju i da postanu više uključeni u život zemlje koju posećuju.

Stoga bi razvoj agroturizma u okviru ključnih poljoprivrednih oblasti opštine bio jedinstvena atrakcija u zemlji. Međutim, tek treba obaviti značajan posao promovisanja agroturizma na Kosovskom nivou. Ovo bi takođe stimulisalo operatere koji dovode posetioce, da ponude specijalne turističke pakete za opštinu Vitina kako bi turisti mogli da stupe u kontakt sa stvarnim seoskim životom, da se susretnu sa lokalnim farmerima, probaju hranu, ostanu na farmi i saznaju mnogo više o stvarnim iskustvima farmera; a gde god je moguće ovo bi trebalo kombinovati sa drugim kulturnim događajima i festivalima.

### 3.3 STRUKTURA TROŠKOVA SEKTORA TURIZMA

Ovaj odeljak pruža informacije u vezi sa strukturom troškova intervjuisanih pružalaca turističkih usluga, preciznije, namenjen je smeštajnim objektima i restoranima.

#### **Objekti za smeštaj**

Samo jedan objekat za smeštaj je bio identifikovan a njegov vlasnik intervjuisan u opštini Vitina. Cena noćenja je 50 €, uključujući i doručak, i nepromenjiva je tokom čitave godine.

#### **Restorani**

Nakon intervjuisanja vlasnika/menadžera sedam restorana, pokazalo se da samo jedan od njih ima obrt ispod 30.000 €, dok ostali idu iznad 50.000 €.

Prosečne cene za hranu i piće u posećenim restoranima su sledeće: prosečna cena doručka je 2 €, dok je prosečna cena za ručak i večeru 5 €; najjeftinij obrok je 2 €, dok najskuplji košta 8 €; bezalkoholna pića koštaju do 1 €, dok alkoholna pića koštaju od 1 do 3 €; najjeftinija kafa košta 0,5 €, dok je najskuplja 0,8 €. Prosečna cena piva je 1,2 €, dok čaša vina košta do 1,5 €.

Operativni troškovi restorana obuhvataju sledeće troškove: cena sirovina, cena radne snage i cena komunalija. Cena sirovog materijala za hranu i piće se smatra promenljivom, zbog čega tim nije bio u stanju da izvuče krajnji zaključak o ovim troškovima iz sprovedenih intervjuja. Radna snaga se smatra polufiksnom u zavisnosti od sezone. Obuka radne snage je generalno besplatna pošto se pruža na radnom mestu od strane iskusnijeg osoblja.

Troškovi komunalija, kao što su voda i struja, takođe su bili identifikovani, ali oni variraju u zavisnosti od veličine i aktivnosti restorana. Troškovi za električnu energiju idu od 250 do 2.000 € mesečno. Nema troškova kada se radi o potrošnji vode, pošto restorani imaju sopstveni izvor vode iz svojih bunara.

## 3.4 KLJUČNA PITANJA KOJA SU IDENTIFIKOVANA U SEKTORU TURIZMA – SWOT ANALIZA

SWOT analiza potencijala i pretnji, za razvoj turizma u opštini Vitina prezentovana je u narednoj Tabeli.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dobra geografska lokacija i dobri glavni putevi.</li> <li>▪ Dobar pristup internetu i pokrivenost mobilnom mrežom.</li> <li>▪ Raznovrsnost prirode i prirodnih resursa.</li> <li>▪ Različite ruralne oblasti za razvoj različitih proizvoda.</li> <li>▪ Postojeće biciklističke i skijaške staze.</li> <li>▪ Atrakcije za razgledanje (istorijski spomenici, crkve, džamije, mlinovi).</li> <li>▪ Etnička i kulturna raznovrsnost.</li> <li>▪ Tradicionalna kuhinja.</li> <li>▪ Neki regionalno i međunarodno poznati festivali i kulturni i verski događaji.</li> <li>▪ Podrška asocijacija iz dijaspore.</li> <li>▪ Dijaspore donosi svoje iskustvo i investicije kući, kao i svoje zahteve za turizam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Slaba potražnja od strane posetilaca zbog odsustva marketinga i promocija.</li> <li>▪ Nedostatak adekvatnih investicija u sektorima turizma (rekreativni objekti, sportovi itd.).</li> <li>▪ Nedostatak smeštajnih kapaciteta u centru i na ostalim atraktivnim lokacijama.</li> <li>▪ Nema privatnih vodiča i turističkih operatera.</li> <li>▪ Nema putokaza do kulturnih spomenika i prirodnih resursa.</li> <li>▪ Nedostatak promotivnog materijala (tj. brošura, vodiča, razglednica, rasporeda događaja, mapa, podataka itd.).</li> <li>▪ Nefunkcionalan turistički info-centar u Požaranju.</li> <li>▪ Nema obučenog i kvalifikovanog osoblja ni u turizmu, ni u ugostiteljstvu.</li> <li>▪ Odsustvo menadžmenta i znanja o sektoru turizma i ugostiteljstva.</li> <li>▪ Nedostaje znanje stranih jezika.</li> <li>▪ Nedostaje inicijativa aktera iz privatnog sektora za angažman u razvoju turizma.</li> <li>▪ Nedostaju turistički kapaciteti na opštinskom nivou.</li> <li>▪ Nedostaje opštinska podrška za razvoj turizma.</li> </ul>
PRILIKE I MOGUĆNOSTI	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Razvoj turizma kao potencijalna alatka za stvaranje radnih mesta i generisanje prihoda.</li> <li>▪ Stvaranje lokalnih turističkih brendova.</li> <li>▪ Uvođenje brenda opštine i imidža kao mesta za istraživanje kulturnih i verskih lokaliteta i neiskvarene prirode.</li> <li>▪ Potencijal za stvaranje turističkih proizvoda sa standardima kvaliteta i etiketama.</li> <li>▪ Potencijal za stvaranje pešačkih staza, skijaških staza itd.</li> <li>▪ Potencijal za stvaranje prodavnica suvenira (pored kulturnih lokaliteta).</li> <li>▪ Proširenje aktivnosti seoskog turizma.</li> <li>▪ Kreiranje putničkih paketa i veza sa turističkim operaterima koji dovode goste.</li> <li>▪ Rastući interes za investicije u turizam od strane lokalnog stanovništva i posetilaca iz dijaspore, i privlačenje stranih investicija.</li> <li>▪ Doprinos dijaspore (njihove investicije i iskustvo).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nedostatak saradnje između sela u istoj opštini.</li> <li>▪ Smanjenje broja stanovnika tokom godina (uglavnom populacija dijaspore).</li> <li>▪ Nedostatak raspoloživih resursa za nove turističke atrakcije i objekte.</li> <li>▪ Nedostatak volje pružalaca usluga u turizmu da komercijalizuju svoje ponude (tj. nedostatak volje lokalnih porodica da iznajmljuju svoje kuće za turistički smeštaj).</li> <li>▪ Nedostatak ažuriranih edukativnih programa za ispunjavanje potražnje delatnosti turizma.</li> <li>▪ Ograničena koordinacija između ključnih javnih i privatnih aktera u svrhu razvoja i upravljanja opštinom kao turističkom destinacijom.</li> </ul>

## 3.5 TRŽIŠNI TRENDovi U DELATNOSTI TURIZMA

Delatnost turizma na Kosovu je veoma mlada delatnost i u najranijim je fazama svog razvoja. Ovo je uglavnom zbog toga što decenijama nedostaju investicije, zatim zbog slabih turističkih paketa koje nude turistička preduzeća, niskog nivoa investicija (uglavnom kroz donatorsku podršku), slabog rada na promovisanju destinacije i nedovoljnog marketinga, zatim zbog nedostatka kvalifikovanog turističkog osoblja, kao i odsustva koordinacije između dotičnog privatnog sektora i javnih institucija.

Direktan doprinos turizma BDP-u prelazi 1%, dok je svetski prosek u doprinosu turizma BDP-u 3,3%. Ovo je uglavnom zbog velikog broja turista iz dijaspore koji tokom godine posećuju Kosovo. Turistička delatnost na Kosovu zapošljava više od 9.000 ljudi, što čini 3,5% od ukupnog broja zaposlenih. Na osnovu podataka KAS, sektor ugostiteljstva (hoteli i restorani) doprinosi državnom BDP-u sa nešto iznad 1%. Dalje, ovaj sektor predstavlja jednu od najbrže rastućih delatnosti, sa prosečnom stopom rasta od 14% u poslednje dve godine.<sup>13</sup>

Uprkos nedostatku institucionalne podrške i investicija za sektor turizma, broj turista koji posećuju i ostaju na Kosovu rastao je od 24.616 u 2008. na 79.234 u 2015. Najposećeniji regioni na Kosovu u 2016. od inostranih posetilaca su sledeći: Priština (76.543), Peć (24.110) i Prizren (16.479). Iako su tokom poslednjih deset godina broj turista i dužina njihovog ostanka značajno porasli, to je i dalje daleko ispod regionalnog proseka. Najveći broj turista Kosovo dobija tokom leta. Veruje se da je ovo prevashodno zbog toga što gosti dolaze svakog leta iz dijaspore, a to ima ogroman uticaj na lokalnu ekonomiju uopšte, a i konkretnije na sektor turizma.<sup>14</sup>

Uprkos nedostatku odgovarajuće promocije i kod javnog i kod privatnog sektora, Kosovo kao turističku destinaciju preporučuju razni magazini, razvijajući tako njegov identitet i reputaciju u turističkim vodičima. Na primer, Kosovo je preporučio Vogue Magazine kao jednu od turističkih destinacija za 2017. Slično ovome, *Sunday Times* – britanski magazin, preporučio je Kosovo kao destinaciju za godišnji odmor 2017, za pešačenje, planinarenje i odlazak na planinski vrh Đeravica.

Što se tiče globalnih trendova, broj inostranih turista je stabilno rastao tokom poslednjih nekoliko decenija. Prema poslednjem svetskom turističkom barometru UNWTO, dolasci inostranih turista porasli su za 5% između januara i aprila 2016. Svetske destinacije primile su 348 miliona inostranih turista<sup>15</sup> (posetioci koji prenoće) između januara i aprila 2016. Neki od njih primili su 18 miliona posetilaca više u poređenju sa istim periodom prethodne godine. Ovo bi moglo da učini 2016. godinu sedmom uzastopnom godinom natprosečnog rasta, gde su dolasci stranaca povećani za 4%. Najveći rast u dolascima inostranih turista zabeležen je u Aziji i na Pacifiku (+9%), zatim sledi Afrika (+7%), Amerika (+6%), Evropa (+4%) – severna, centralna i istočna Evropa (+6%), južna i mediteranska Evropa (+4%) i zapadna Evropa (+3%).<sup>16</sup> UNWTO predviđa da će do 2030. godine 58% poseta inostranih putnika biti u pravcu destinacija novih ekonomija u razvoju, uključujući ovde i istočnu Evropu. U 2015. godin

13 KAS 2017. Turizam [Data File].

14 Ibid.

15 UNWTO Svetski turistički barometar 2016.

16 Ibid.

iskustava na Kosovu jeste da je to najmlađa i najmanje posećivana zemlja u Evropi. Današnji putnici često tragaju za iskustvima, bilo da je to autentično lokalno iskustvo, avanturističko iskustvo ili čak samo mogućnost da se dopre do neke sasvim drugačije destinacije. Neki od glavnih trendova u turizmu koji će imati uticaj na ovu delatnost, na kraći, srednji i na duži rok, su sledeći:

- Porast broja ljudi koji putuje u inostranstvo, naročito iz zemalja u razvoju ili tranziciji.
- Održiv broj penzionisanih ljudi koji su odlučili da budu turisti tokom čitave godine.
- Internet prodaja, dinamične cene i paketi transformišu marketinšku delatnost i promovisanje turističkih produkata.
- Avanturistički turizam je rapidno rastući segment današnjeg tržišta. Putnici su više zainteresovani za iskustva koja su baš njima prilagođena. Aktivnosti kao što je planinarenje, bicklizam ili safari bi trebalo, očekuje se, da budu najčešći izbor za 2017.
- Tzv. „milenijumska“ generacija, kao najmlađa generacija koja ima prihode koje može da troši po svom izboru, viđena je kao lider u putovanjima i turizmu. Kada putuju, oni najviše vole da pretražuju i rezervišu svoja putovanja preko interneta.
- Kulinarski turizam postao je novi trend među turistima širom sveta. Ova vrsta turizma nije ograničena na puko jelo, već obuhvata i kurseve kuvanja, obilaske farmi, tzv. sporu hranu itd.
- Odgovorni turizam – putnici će biti više zainteresovani za ekološki, ekonomski i socijalni uticaj koji oni imaju na destinacije koje posećuju i veća je verovatnoća da će podržati one kompanije koje iskazuju ove vrednosti.
- Predviđa se da će poslovna i rekreativna putovanja biti profitabilan trend za turističke operatere u 2017.

Najnoviji trendovi u delatnosti turizma jasno pokazuju da bi akteri u turističkom lancu vrednosti na Kosovu trebalo da se usredsrede na promociju turističkih ponuda svoje zemlje što je više moguće, i to putem internet marketinga i drugih izvora. Osim ovoga, oni bi takođe trebalo da se fokusiraju na poboljšanje postojećih turističkih produkata, na stvaranje skrojenih turističkih paketa i na poboljšanje kvaliteta usluga i objekata, i poslednje ali ne i najmanje važno, na kontinuirani rad na izgradnji imidža zemlje kao turističke destinacije



## 3.6 ZAKLJUČAK I PREPORUKE

Turizam je u čitavoj zemlji u ranim fazama svog razvoja. Uprkos potencijalu da doprinese privredi zemlje, on se još uvek ne doživljava kao prioritetan sektor za rast, niti na centralnom, niti na opštinskom nivou. Takođe, ne postoji adekvatna direkcija ili osoba za kontakt u opštini Vitina koja bi dobila mandat za razvoj i promociju turizma opštine. Generalno govoreći, nedostaje koordinacija akcija i aktivnosti unutar opštine usled odsustva prikladno uspostavljenog okvira.

Dalje, akteri iz privatnog sektora nisu voljni da preduzimaju bilo kakve inicijative za razvitak turizma, uglavnom zato što nedostaje svest i edukacija o važnosti turizma kao sektora za stvaranje prihoda i jačanje zaposlenosti. Nedostaju čak i inicijative i znanje za promovisanje, marketing i komercijalizaciju postojećih turističkih atrakcija i u sopstvenoj opštini, a kamoli za promovisanje svoje čitave opštine kao destinacije.

Ipak, zahvaljujući svojim prelepim pejzažima i bogatom kulturnom nasleđu i istoriji, opština Vitina predstavlja veliki potencijal za stvaranje jedinstvene turističke ponude. Da bi se krenulo sa iskorišćavanjem ovog potencijala i da bi opština bila priznata kao turistička destinacija i pritom povećala dužinu boravka gostiju, tim iznosi sledeće preporuke:

**Komercijalizacija postojećih turističkih produkata** – Tokom terenskih poseta u opštini Vitina primećeno je da postoji priličan neiskorišćen potencijal za komercijalizaciju kulturnih lokaliteta, privatnog smeštaja i nekih od ključnih atrakcija privatnog turizma, kao što su npr. stare vodenice, koje bi, ako se prikladno iskoriste, mogle voditi ka povećanju prihoda u opštini.

- Kulturni lokaliteti – ne naplaćuje se ulaz prilikom poseta raznim crkvama, istorijskim mestima i spomenicima i slično. U ovom pogledu, moglo bi da se uvede naplaćivanje ulaznica za posete lokalitetima kulturnog nasleđa, a operateri bi mogli da otvore objekte za pružanje dodatnih usluga na lokacijama pored ovih lokaliteta, kao što su kafići, prodavnice suvenira, knjižare itd., sa ciljem stvaranja dodatnih prihoda.
- Privatni smeštaj – postoji određeni broj objekata privatnog smeštaja koji primaju goste tokom različitih svečanosti u opštini, naročito tokom letnjih meseci. S obzirom na to da domaćini ne naplaćuju nikakve takse od svojih posetilaca/gostiju, sugerišu se određene aktivnosti javnog informisanja kod ove ciljne grupe u vezi sa koristima i modalitetima komercijalizacije njihovog „biznisa“.
- Privatne atrakcije, kao što su stare vodenice – u opštini je identifikovan jedan broj atraktivnih i starih vodenica, ali se one ne koriste na prikladan komercijalan način. Iste aktivnosti javnog informisanja bi mogle takođe da ciljaju i na vlasnike ovih starih vodenica, kako bi se stimulisalo stvaranje prihoda u opštini.
- Usluge smeštaja bi takođe mogle da ponude mesta za sastanke i objekte sa konferencijskim salama i pratećim uslugama. Za kompanije iz privatnog sektora, kao i za organizacije, bilo bi interesantnije da izvode seminare i radionice u zdravom planinskom okruženju.

**Razvoj turističkih produkata, atrakcija i aktivnosti** - Da bi postala privlačnija za širu lepezu posetilaca i za turizam tokom čitave godine, opština Vitina treba da proširi spisak lokacija koje treba posetiti i stvari koje treba učiniti. U ovom smislu, opština bi trebalo da se fokusira na uporedne prednosti koje poseduje, kao što su kulturno nasleđe, prirodni resursi i predivni pejzaži. Koordinisani razvoj objekata i marketinške aktivnosti tokom cele godine bi trebalo da obuhvataju sledeće:

- Kultura i nasleđe,
- Agroturizam,
- Priroda i avanture (skijanje, ribolov, planinarenje, aktivnosti na snegu itd.),
- Porodično orijentisane atrakcije i aktivnosti.

**Marketinške i promotivne aktivnosti** - Uprkos predivnim pejzažima i bogatstvu kulturnih, istorijskih i verskih lokaliteta, mali broj ljudi koji nisu lokalni stanovnici poznaje potencijal ovog regiona. Nedovoljna količina dostupnih informacija, i to raštrkana na raznim internet sajtovima, u vezi sa različitim kulturnim i verskim lokalitetima, i nepostojanje bilo kakva platforme za koordinisanu promociju i informisanje, glavni su problemi promocije turističkih kapaciteta ovog regiona. Pored ovoga, kada stignete u ovaj kraj, nema nikakvih znakova koji upućuju turistima na konkretne turističke atrakcije, niti pak ima informacija o samoj dotičnoj atrakciji. Sledeće marketinške i promotivne aktivnosti bi pokrenule razvoj opštinskog turizma:

- Detaljno mapiranje turističkih destinacija i atrakcija u opštini Vitina,
- Izrada internet portala koji bi pružao informacije o kulturnim i istorijskim lokalitetima, atrakcijama i ugostiteljskim uslugama u opštini Vitina,
- Izrada putnih znakova koji bi omogućili turistima da lakše lociraju neku konkretnu atrakciju (uključujući i gostinske kuće) u opštini Vitina,
- Priprema raznovrsnog promotivnog materijala, kao što su brošure i leci za distribuiranje turistima.

### **Turističke inicijative na nivou opštine**

- Uspostavljanje Direkcije za turizam u okviru opštine Vitina koja bi imala mandat da napiše i sprovodi strategije sa ciljem razvoja i promovisanja turizma. Pored ovoga, ova Direkcija bi trebalo da blisko saraduje sa Direkcijom za kulturu, omladinu i sport u formulisanju i implementaciji strategija u vezi sa upravljanjem kulturnim nasleđem.
- Izrada strategije za turizam na lokalnom nivou.
- Jačanje koordinacije i saradnje među različitim zainteresovanim akterima na polju turizma iz opštine i privatnog sektora.

**Uspostavljanje programa za razvoj veština** - Kao uslužna delatnost, turizam se oslanja na profesionalnu interakciju između gostiju i domaćina ili lokalnih pružalaca usluga sa mentalitetom doslednosti u pružanju tih usluga. U današnje vreme, u turističkoj delatnosti elementi obuke osoblja, kvaliteta, produktivnosti i konkurentnosti su međusobno blisko povezani. Tokom terenskih intervjua i diskusija fokus-grupe jasno se pokazalo da je radna snaga u turističkoj delatnosti u opštini Vitina prilično nekvalifikovana, a koncept održivog turizma je za njih prilično nova stvar. U ovom smislu, tim smatra da bi trebalo da se obezbede prilagođeni moduli treninga i obuke za aktere turističkog lanca vrednosti, i to na sledeći način

- Pružaoci turističkih ponuda i usluga iz privatnog sektora bi trebalo da uvećaju svoje kapacitete kako bi dalje gradili svoje preduzetničke veštine i jačali svoje kvalifikacije u turizmu.
- Pružaoci dopunskih turističkih ponuda i usluga (kulturni lokaliteti, istraživanja terena, lokalni specijaliteti itd.) trebalo bi da poboljšaju svoje kapacitete za pružanje usluga vodiča, poznavanje stranih jezika, popravljjanje ekoloških aspekata i slično.
- Razvoj kapaciteta proizvođača i malih prerađivača „nostalgičnih stvari“.
- Zaposleni u javnom sektoru bi trebalo da podignu svoje kapacitete za razvijanje strategija zasnovanih na održivom turizmu, stvaranje novih i inovativnih turističkih politika koje bi se bavile lokalnim potrebama, kao i za razvoj i jačanje vertikalnih i horizontalnih veza između aktera u lancu vrednosti.
- Aktivnosti informisanja i podizanja svesti ciljanih aktera iz javnog i privatnog sektora u vezi sa turističkim potencijalom opštine Vitina.
- Izrada programa obuke koji bi sadržali i razmenu kadrova između opštinskih pružalaca ugostiteljskih usluga (rukovodeće osoblje restorana i hotela, osoblje kulturnih lokaliteta, vodiči itd.) u sličnim oblastima u regionu ili šire u Evropi.



---

# 4. VOČE, POVRČE I ŽITARICE

---

Ovaj deo izveštaja predstavlja analizu lanaca vrednosti za podsektore žitarica, voća i povrća u opštini Vitina. Pored službenih podataka prikupljenih tokom poljoprivrednog popisa sprovedenog 2014, opština je dostavila svežije podatke o prijavama za subvencije u 2017. za različite useve. Uz ovo, organizovana je anketa sa akterima iz poljoprivrede iz Vitine, a održana je i fokus-grupa. Tako, analiza lanca vrednosti opisuje trenutnu situaciju u navedenim podsektorima, sa fokusom na uzgoj useva, veze između aktera u lancu vrednosti, ključna pitanja i tržišne trendove. Takođe, izvlače se i preporuke koje proizilaze iz nalaza do kojih se ovde došlo.

Pošto se nalazi na plodnoj ravnici, Vitina ima zemljište koje je podobno za uzgoj različitih useva. Vitina je naročito poznata po uzgoju žitarica i povrća. Reka Binačka Morava je od vrhunskog značaja za sektor poljoprivrede Vitine, pošto obezbeđuje značajnu količinu vode koja je suštinski važna za navodnjavanje zemlje u ovom kraju. Ovo omogućava da sektor poljoprivrede u Vitini bude smatran jednim od ključnih sektora za ekonomski razvoj opštine.

Opština Vitina ima ukupnu površinu zemljišta od 29.700 ha, od čega se 12.860 ha smatra poljoprivrednim zemljištem, a 7.981 ha je obradiva zemlja<sup>17</sup>. Generalno govoreći, poljoprivreda je jedan od najvažnijih sektora u opštini Vitina i obezbeđuje zaposlenje i stvaranje prihoda za zajednicu. Trenutno je oko 2.400 farmera uključeno u farmerski sistem za samoizdržavanje<sup>18</sup>. Zemlja koja je namenjena uzgoju poljoprivrednih proizvoda koji su isključivo za potrebe domaćinstva, takođe poznata i kao kuhinjska bašta, prema poljoprivrednom popisu iznosi oko 51,3 ha, što je manje od 1% obradive zemlje.<sup>19</sup>

Sa druge strane, oko 7.300 farmera uključeno je u komercijalne farmerske aktivnosti, gde uzgoj žitarica ima najveći udeo obradivog zemljišta sa 6.518 ha, ili 80% od ukupnog obradivog zemljišta, za čim sledi podsektor povrća sa procenjenih 832 ha i najzad podsektor voća sa 131 ha. Najveći rast zabeležen je u podsektoru povrća, naročito određenog povrća, kao što su tikve i lubenice.

Donja tabela daje pogled na glavne poljoprivredne podsektore u opštini Vitina:

**Tabela 1: Pregled glavnih poljoprivrednih podsektora u opštini Vitina**

	Površina (ha)
Ukupna zemljišna površina	29.700 ha
Ukupno poljoprivrednog zemljišta	12.860 ha
<b>Obradiva zemlja</b>	<b>7.981 ha</b>
Žitarice	6.518 ha
Povrće	832 ha
Voće	131 ha

Izvor: KAS 2014 – Poljoprivredni popis; Opština Vitina 2017 – Prijave za subvencije;

<sup>17</sup> Opština Vitina 2016, *Investirajte u Vitinu*.

[https://issuu.com/foundation.kosovo.luxembourg/docs/2015\\_11\\_22\\_fkl\\_guide\\_eng\\_-\\_viti\\_\\_fi/14](https://issuu.com/foundation.kosovo.luxembourg/docs/2015_11_22_fkl_guide_eng_-_viti__fi/14);

<sup>18</sup> MPŠRR 2014. *Poljoprivredni popis*. <http://ask.rks-gov.net/media/1375/final-results.pdf>

<sup>19</sup> Ibid.

## Podsektor žitarica

S obzirom na to da su proizvodi od pšeničnog brašna integralni deo obroka u svakom domaćinstvu, Kosovo generalno ima relativno visok nivo godišnje potrošnje pšeničnog brašna. Samim tim, glavni usev koji zauzima najveći deo obradive zemlje na Kosovu jeste pšenica sa 50,3%. Ove cifre takođe objašnjavaju i veliku lokalnu proizvodnju pšenice koja se u celosti prerađuje za domaće potrebe, ali ipak pokriva samo 63,3% ukupne potražnje za pšenicom na Kosovu.<sup>20</sup> Sličnu situaciju takođe imamo i u opštini Vitina gde su žitarice najviše uzgajani usevi i pokrivaju daleko najveći deo obrađenog poljoprivrednog zemljišta u Vitini. Spisak najviše uzgajanih žitarica sastavljen prema poljoprivrednom popisu i podacima prikupljenim od opštine u vezi sa prijavama za subvencije za 2017, možete videti u Tabeli 2.

**Tabela 2: Proizvodnja žitarica u Vitini**

	Površina (ha)	Proizvodnja (tone)	Prosečan prinos (tone/ha)
Pšenica	4.776,6	16.144,9	3,38
Kukuruz	1.646,9	5.220,7	3,17
Ovas	54,5	104,1	1,91
Raž	25,6	52,2	2,04
Ječam	14,4	38,6	2,68
<b>UKUPNO ŽITARICA</b>	<b>6.518</b>		

Izvori: KAS 2015 – Poljoprivredni popis; Opština Vitina 2017 – Prijave za subvencije; MPŠRR 2016 – Zeleni izveštaj.

Ukupna proizvodnja po usevu se procenjuje na osnovu stopa prosečnog prinosa dobijenih iz Zelenog izveštaja MPŠRR 2016. za konkretne useve.<sup>21</sup> Međutim, na osnovu razgovora sa odabranim farmerima u Vitini, prosečne stope prinosa variraju i uglavnom je prijavljivano da su poslednjih godina bile niže, naročito u 2017, zbog niskih temperatura (ispod 0) na proleće i nevremena sa gradom.

Pšenica je najvažnija lokalna žitarica. Uzgaja se na površini od oko 4.777 ha sa prosečnim prinosom od 3,38 tone/ha i procenjenom ukupnom godišnjom proizvodnjom od 16.145 tona. Postoji jedan manji sabirni centar u Vitini sa kapacitetom skladištenja od 45 tona dnevno. Kukuruz je drugi najviše uzgajani usev i gaji se na 1.647 ha sa prosečnim prinosom od 4 tone/ha i ukupnom godišnjom proizvodnjom od 5.221 tone. Farmeri sve više gaje kukuruz za silažu kako bi obezbedili odgovarajuće zalihe stočne hrane za svoju živu stoku. Raž pokriva relativno malu površinu od 25 ha, ali, ako uporedimo podatke dobijene iz poslednjeg poljoprivrednog popisa sa podacima iz nedavnih prijava za subvencije, može se primetiti značajan porast od oko 75% u uzgoju raži.

Napominjemo da ove prikazane vrednosti ne obuhvataju sektor farmera za samoizdržavanje, stoga se one odnose samo na komercijalnu delatnost farmi koju čine sva tri podsektora.

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> MPŠRR 2016, *Zeleni izveštaj 2016*,

[http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green\\_Report\\_Kosovo\\_2016\\_Final\\_050417.pdf](http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_Kosovo_2016_Final_050417.pdf)

## Podsektor povrća

Podsektor povrća je jedan od podsektora poljoprivrede sa najvećim rastom u Vitini i on beleži stabilan rast tokom poslednjih godina. Do 2017. povrće se gaji na ukupnoj površini od 832 ha. Ovakav rast se naročito može pripisati povećanom uzgoju tikve (uključujući i kukurznu tikvu), lubenice i dinje, koje se nisu gajile uopšte u 2014. prema poljoprivrednom popisu.

U podsektoru povrća u opštini Vitina dominiraju male porodične farme sa prosečnom površinom zemljišta od oko 0.5 ha. Povrće se obično gaji za sopstvenu potrošnju, dok se višak prodaje lokalnim trgovcima ili na kvantaškim pijacama. Prema strukturi proizvodnje, najviše povrća dolazi sa otvorenih polja. Zbog većeg prinosa i zaštite od nepovoljnih dejstava vremena, poljoprivrednici iz Vitine sve više koriste plastenike za uzgoj povrća. Tipičan plastenik koji se koristi za gajenje povrća može da varira u veličini od 0.03 ha do 0.5 ha, i oni trenutno zauzimaju ukupnu površinu od 3 ha.<sup>22</sup>

Tabela 3 daje pregled podsektora povrća u opštini Vitina.

**Tabela 3: Proizvodnja povrća u Vitini**

	Površina (ha)	Proizvodnja (tone)	Prosečan prinos (tone/ha)
Krompir	138,5	2.919,5	21,1
Tikva	270,5	3.014,8	11,1
Pasulj	177,2	542,6	3,1
Lubenica	98,8	2.201,7	22,3
Kupus	12,1	340,1	28,1
Paprika	10,6	190,23	17,9
Dinja	9,3	142,9	15,4
Crni luk	6,3	80,5	12,8
Paradajz	6,3	193,8	30,8
Ostalo	102,6	-	-
<b>UKUPNO POVRĆE</b>	<b>832</b>		

Izvori: KAS 2015 – Poljoprivredni popis; Opština Vitina 2017 – Prijave za subvencije; MPŠRR 2016 – Zeleni izveštaj.

Ukupna proizvodnja po usevima procenjena je na osnovu prosečnih stopa prinosa dobijenih iz Zelenog izveštaja MPŠRR 2016. za konkretne useve.<sup>23</sup> Kao što je navedeno ranije, prosečne stope prinosa mogu varirati i uglavnom je prijavljivano da su poslednjih godina bile niže zbog nepovoljnih klimatskih uslova.

<sup>22</sup> Razgovor sa direktorom za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni razvoj u opštini Vitina

<sup>23</sup> MPŠRR 2016, *Zeleni izveštaj 2016*, [http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green\\_Report\\_Kosovo\\_2016\\_Final\\_050417.pdf](http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_Kosovo_2016_Final_050417.pdf)



## Podsektor voća

Podsektor voća ima dugu tradiciju u Vitini. Povoljan geografski položaj i preovlađujući klimatski uslovi omogućavaju gajenje različitih vrsta voća. Međutim, samo 131 ha obradive zemlje je trenutno pokriven voćkama u 2017, a uzgajivači su uglavnom mali farmeri. Ukupna obrađena površina pod voćem nije imala neki značajan porast od prošle godine, međutim neke vrste voća postaju popularnije, naročito višnja, orah i malina.

Tabela 4 daje pregled podsektora voća u opštini Vitina.

**Tabela 4: Proizvodnja voća u Vitini**

	Površina (ha)	Proizvodnja (tone)	Prosečan prinos (tone/ha)
Jabuka	57,5	535,1	9,31
Višnja	22,3	122,9	5,51
Šljiva	18,5	213,9	11,56
Orah	12,5	22,8	1,82
Malina	7,8	12,7	1,63
Kruška	6,1	53,0	8,69
Jagoda	3,5	25,8	7,38
Kajsija	1,0	6,2	6,25
Trešnja	0,7	2,6	3,67
Ostalo	1,4	-	-
<b>UKUPNO VOĆE</b>	<b>131</b>		

Izvori: KAS 2015 – Poljoprivredni popis; Opština Vitina 2017 – Prijave za subvencije; MPŠRR 2016 – Zeleni izveštaj.

Najpopularnije voće je i dalje jabuka sa oko 57,5 ha. Ovo potvrđuje i veliki broj prijava za subvencije za gajenje jabuka u 2017, gde je pokriveno 53 ha od ukupne površine pod stablom jabuke. Voćnjaci pod višnjom pokrivaju površinu od oko 23 ha, za čim sledi šljiva koja se gaji na 21 ha. Malina je relativno nova voćka u Vitini, gaji se sve više, naročito zbog sve veće podrške koju pružaju opština i drugi akteri zahvaljujući velikoj potražnji na izvoznim tržištima. Orah se takođe sve više gaji u Vitini, međutim, treba napomenuti da zbog toga što su stabla oraha još uvek mlada, maksimalni prinos oraha tek treba da se ostvari u budućnosti.

Trebalo bi dalje napomenuti da je u 2017. prinos voća bio značajno niži zbog vremenskih uslova i kašnjenja proleća na čitavom Kosovu. Niske temperature su, kako je već ranije rečeno, ometale rod voća. Procenjena ukupna proizvodnja po vrsti voća zasniva se na prosečnim stopama prinosa prema Zelenom izveštaju MPŠRR.

Dalje, farmeri sada razmišljaju o spajanju svojih plantaža u neku vrstu poljoprivredne kooperative radi ostvarenja veće izlazne vrednosti proizvoda, doslednog održavanja visokog kvaliteta, a i radi prevazilaženja problema proisteklih iz velike rasparčanosti. Ukupna potražnja tržišta Kosova za voćem se procenjuje na 69.711 tona. Osim potrošnje u domaćinstvima, voće predstavlja i važnu ulaznu vrednost za delatnost prerade hrane.

## 4.1 MAPIRANJE VOĆA, POVRĆA I ŽITARICA

Ovaj deo teksta iznosi opis glavnih aktera u lancu vrednosti za ova tri izabrana poljoprivredna podsektora, konkretno žitarice, voće i povrće.

### 4.1.1 Direktni (suštinski) učesnici u lancu vrednosti

#### *Ulazni snabdevači*

U opštini Vitina funkcioniše šest ulaznih snabdevača, od kojih su četiri locirana u gradu, a preostala dva su u okolnim selima Radivojce i Požaranje. Ovi snabdevači su u stvari poljoprivredne apoteke koje obezbeđuju snabdevanje semenom, sadnicama, pesticidima i drugim hemikalijama, kao i određenom manjom poljoprivrednom opremom. Asortiman pesticida koji su dostupni u ovim apotekama je prilično ograničen zbog strogih pravila i uredaba za akreditaciju koje je odredila Centralna Institucija. Ovakva ograničenja, zajedno sa prilično slabim i neefikasnim inspekcijskim organima, stvorila su povoljne uslove za razvoj sivog tržišta. Ovo je razlog što lokalni poljoprivrednici prilično često nabavljaju pesticide koji nisu akreditovani i koji, umesto da zaštite useve, postaju izvor različitih bolesti.

Osim gore pomenutih elemenata, ove apoteke igraju vitalnu ulogu u pomaganju farmerima oko vrste semena, rešavanja štetočina i zaštite biljaka, kao i u vezi sa ostalim praksama za berbu i posle berbe. Ovakve savetodavne usluge pružaju se lokalnim farmerima besplatno – uglavnom kao iskaz poštovanja za njihovu lojalnost.

#### *Proizvođači/otkupljivači*

Velika većina proizvođača/otkupljivača u opštini Vitina su seoske familije koje obavljaju svoje aktivnosti na malim površinama rasparčanih njiva. Prema poljoprivrednom popisu postoji oko 7.300 poljoprivrednih aktera uključenih u ove aktivnosti; od njih su 6.506 angažovani na uzgoju žitarica, 1.036 gaje povrće, a 366 voće. Manji proizvođači/otkupljivači koriste svoje poljoprivredne proizvode ili za sopstvenu potrošnju ili ih prodaju lokalnim veletrgovcima ili maloprodaji, dok oni veći uglavnom nose svoje proizvode u otkupne centre locirane u drugim mestima; osim jednog dela proizvođača žita koji svoju pšenicu isporučuju u jedini otkupni centar u opštini Vitina. Potrebno je naglasiti da je veoma uobičajeno da proizvođači/sakupljači voća i povrća prodaju svoje proizvode direktno svojim potrošačima na lokalnim zelenim pijacama.

Sakupljanje voća i povrća uglavnom se obavlja ručno ili uz upotrebu prilično primitivnih ručnih alata, često pogađajući prirodno stanište useva. Imajući u vidu činjenicu da je njihova aktivnost ograničena na male parcele, ovi proizvođači/sakupljači još uvijek nisu smatrali izvodljivim kupovinu moderne tehnologije koja bi ubrzala proces sakupljanja.

Intervjui pokazuju da žetvu obično rade članovi porodice poljoprivrednog gazdinstva. Međutim, tokom glavne sezone zaposleni su sezonski sakupljači, uglavnom među članovima lokalnih manjina, posebno iz zajednica RAE. Postoje slučajevi kada proizvođači moraju da „uvoze“ radnu snagu iz drugih regiona (tj. Lipljan) u određenom broju dana tokom sezone berbe.

Zahvaljujući podršci centralnih institucija, nevladinih organizacija i donatorske zajednice tokom posleratnog perioda, došlo je do određenih poboljšanja u pogledu veština i razvoja kapaciteta poljoprivrednih proizvođača u opštini Vitina. Međutim, i dalje postoji primetan nedostatak veština, što rezultira niskim prinosima. Kapaciteti za prikupljanje, uprkos poboljšanjima tokom proteklih godina, nisu dostigli zadovoljavajući nivo u poređenju sa drugim regionima.

U poređenju sa podacima iz poljoprivrednog popisa u 2014, u poslednjih nekoliko godina došlo je do značajnog povećanja specifičnih kultivisanih useva, naročito bundeva, lubenica i dinja, oraha, malina i višnje.

### **Sabirni centri**

Uprkos velikoj iskazanoj potrebi od strane intervjuisanih farmera, opština Vitina nema sabirni centar za voće i povrće. Kao što je ranije rečeno, relativno veliki proizvođači/sakupljači, iako sa vrlo malim profitnim maržama, i dalje mogu da šalju sveže lokalne proizvode centrima za sakupljanje u susednim opštinama Gnjilane ili Uroševac, u kojima postoje veliki regionalni centri za otkup.

Nedostatak odgovarajućeg lokalnog sabirnog centra opremljenog savremenim skladišnim prostorom zaista je vrlo problematičan za Vitinu, što onemogućava proizvođače /sakupljače i proizvođače voća i povrća (posebno manje) da svoje poljoprivredne proizvode iznesu na lokalno tržište i šire.

Treba napomenuti da postoji jedan mali sabirni centar za pšenicu pod nazivom Barileva i nalazi se u selu Donja Slatina u opštini Vitina. Ovaj centar za sakupljanje je u privatnom vlasništvu, i ima zaposlena 2 radnika sa punim radnim vremenom. Barileva, koja ima dnevni kapacitet oko 45 tona, redovno kupuje pšenicu od oko 700 poljoprivrednih gazdinstava koja su rasuta u osam sela opštine Vitina. Uzimajući u obzir činjenicu da ima oko 3.652 gazdinstva koja se bave uzgojem pšenice, ovaj centar za sakupljanje nije dovoljan da primi ovu količinu pšenice.

### **Proizvođači**

Slično kao i u drugim regionima na Kosovu, prerađivačka delatnost je prilično ograničena. Uprkos tome, u poslednjih pet godina delatnost prerade voća i povrća u ovoj opštini zabeležila je trend rasta, što se pripisuje privatnim investicijama, MPŠRR i donatorskoj podršci. Poslednje dve su igrale ključnu ulogu u poboljšanju infrastrukture /tehnologije i ljudskih kapaciteta.

Trenutno, u opštini Vitina ima 10 malih prerađivača. U pitanju su ženske asocijacije koje se bave preradom domaće hrane, odnosno „Grate e Sllatines se Poshtme“, „Agroskifteraj“, „Grate e Goshices“, „Gjelbina“ „Hortikultura Grate e Sllatines“, „Grate e Lubishtes“ i „Remniku“ to su neka od najaktivnijih udruženja u regionu.

Ove ženske asocijacije uglavnom su fokusirane na preradu povrća (kiselo povrće, različite vrste paprika, kikiriki i kupus, dok par njih obrađuje i sveže sakupljene plodove (u marmelade), snabdevajući se kod lokalnih uzgajivača. Većinu ovog prerađenog voća i povrća mali prerađivači prodaju od vrata do vrata ili za vreme sajmova organizovanih širom Kosova. Generalno, snabdevanje prerađenom hranom je izuzetno malo da bi zadovoljilo potražnju lokalnih kupaca. Najveći deo prerađenog voća i povrća se i dalje uvozi iz regiona i šire.

Nedavni razvoj događaja u ovom pogledu je osnivanje mini-fabrike u opštini Vitina, čija je osnovna delatnost prikupljanje i obrada jabuka. Oslanjajući se na svoje kapacitete za preradu, ova mini-fabrika proizvodi sok od jabuke i rakiju u količini od oko 20.000 i 10.000 litara godišnje. Pored ovog objekta, koji je relativno veliki, ne postoji drugi subjekat koji se bavi obradom velikih razmera.

Žitarice, s druge strane, uglavnom se prodaju u mlinovima za brašno koji se nalaze u drugim gradovima Kosova, kao sirovina za proizvode vezane od brašna, koji, kao što je već pomenuto, pokrivaju 66% tržišta na Kosovu.

### **Izvoznici**

Slično kao i u drugim regionima na Kosovu, proizvođači/prerađivači u opštini Vitina i dalje su nedovoljno zreli da se takmiče sa svojim kolegama van Kosova. Oni zaista nisu u mogućnosti da nadomeste masovni priliv uvezenih prehrambenih proizvoda (oko 70% na Kosovskom nivou) sopstvenim proizvodima. Prirodni načini sadnje, nedostatak skladišnih kapaciteta, nepoštovanje globalnih standarda i nejednakost obima, predstavljaju samo neke od tipičnih i suštinskih pitanja koja ometaju lokalne proizvođače/prerađivače da izvoze svoje proizvode.

## **4.1.2 Indirektni učesnici u lancu vrednosti**

### **Funkcije/usluge podrške**

#### **Opština**

U opštini Vitina, Direkcija za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni razvoj je glavno telo zaduženo za razvoj podsektora voća, povrća i žitarica. Jedna od glavnih aktivnosti ove direkcije je administracija lokalnih poljoprivrednih subvencija koje finansira MPŠRR. Pored toga, tokom godine ovo telo je odgovorno za sledeće aktivnosti:

- Priprema plana za sadnju/setvu u proleće,
- Praćenje poljoprivredne statistike,
- Tržišna inspekcija/kontrola.
- Inspekcija/kontrola sadnog materijala,
- Inspekcija poljoprivrednih apoteka,
- Prijem i popunjavanje prijava za subvencije,
- Savetodavne usluge (samo jedan savetnik).

Opština Vitina omogućava različite obuke tokom godine prema potrebama i/ili zahtevima farmera. Neke teme obuhvaćene tokom ovih treninga uključuju, ali se ne ograničavaju na sledeće:

- Priprema zemlje, sadnja i berba malina,
- Sistem za navodnjavanje kap po kap,
- Seča drveća,
- Održavanje pčelarskih objekata,
- Higijena mleka i
- Zaštita bilja.

### **Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja**

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja (MPŠRR) pruža podršku poljoprivrednicima kroz subvencije i grantove plasirane kroz direktna plaćanja i program ruralnog razvoja.

Što se tiče donacija, ukupan raspoloživi budžet za subvencije i grantove u poljoprivredi iznosi 48 miliona evra (od 2017. godine). Da bi mogli da dobiju podršku, preduzeća treba da budu registrovana na Kosovu u skladu sa Zakonom. Šema grantova se ažurira jednom godišnje u skladu sa novim prioritetima i njen budžet se tokom poslednjih godina povećavao.

Što se tiče subvencija, MPŠRR pruža direktne subvencije prema površini za žitarice, podsektore voća i povrća, kako je navedeno u Tabeli 5.

**Tabela 5: Subvencije dobijene od MPŠRR-a u 2017.**

<b>Površina (EUR/ha)</b>	<b>Iznos</b>	<b>Kriterijum</b>	
<b>Voćke (sa drveta)</b>	400 €/ha	min. 0,5 ha	Jabuke, kruške, dunje, mušmule, šljive, breskve, kajsije, orasi, lešnici, trešnje, višnje
<b>Meko voće (bobičasto)</b>	400 €/ha	min. 0,2 ha	Jagode, maline, borovnice, kupine, aronija
<b>Povrće</b>	300 €/ha	min. 0,5 ha	Krompir, paradajz, kupus, paprika, spanać, crni luk, šargarepa, beli luk, krastavac, plavi patlidžan, tikva, karfiol, praziluk, špargla, brokoli, pasulj, rotkva, repa, peršun, zelena salata
<b>Proizvodnja pšenice</b>	150 €/ha	min. 2 ha	
<b>Proizvodnja semena pšenice</b>	250 €/ha	min. 5 ha	
<b>Proizvodnja raži</b>	100 €/ha	min. 1 ha	
<b>Proizvodnja kukuruza</b>	150 €/ha	min. 1 ha	
<b>Proizvodnja suncokreta</b>	150 €/ha	min. 1 ha	
<b>Proizvodnja ječma</b>	100 €/ha	min. 1 ha	
<b>Proizvodnja uljane repe</b>	100 €/ha	min. 1 ha	
<b>Vinogradi</b>	1.000 €/ha	min. 0,1 ha	Za vinograde od preko 100 ha, subvencije za svaki dodatni ha su 500 €/ha
<b>Organska proizvodnja</b>	300 €/ha	min. 0,1 ha	Subvencije za organsku proizvodnju su date kao dodatak uz druge subvencije

Izvor: MPŠRR 2017.

## **Marketing organizacije**

Iako većina aktera u lancu vrednosti dugo radi na lokalnom tržištu, jedva da su uložili išta u promotivne aktivnosti. Osim što učestvuju na sajmovima i izložbama organizovanim širom Kosova, kod lokalnih poljoprivrednika postoji tendencija da koriste društvene mreže kao promotivne alatke.

## **Infrastruktura i transport**

Opšti status putne infrastrukture smatra se relativno dobrim. Glavni putevi koji povezuju poljoprivrednike sa njihovim tržištima su prilično pristojni. Nedavni razvoj u pogledu infrastrukture je uspostavljanje industrijskog parka u selu Gornja Budriga. Zahvaljujući svojoj strateškoj lokaciji, očekuje se da služi kao veza između aktera lanca vrednosti ciljanih podsektora. Treba napomenuti, međutim, da infrastruktura (unutrašnji putevi, struja, vodovod i kanalizacija) još nije završena.

Većina proizvođača/sakupljača koristi traktore kao glavno sredstvo za prevoz svoje robe. Ovaj način transporta nije efikasan, naročito imajući u vidu male količine poljoprivrednih proizvoda koje obično isporučuju.

## **Finansijske usluge**

Filijale ključnih finansijskih institucija takođe su prisutne u opštini Vitina. Naime, postoji 6 filijala poslovnih banaka i tri filijale mikrofinansijskih institucija. Uprkos različitim kreditnim proizvodima za poljoprivredu, na takve kredite primjenjuju se visoke kamatne stope, uglavnom zbog nedostatka konkurencije među finansijskim institucijama i neizvesnosti u ovom sektoru; takođe i zbog graničenog pristupa finansiranju, što je rezultat birokratije nametnute od strane finansijskih institucija i utiče na to da finansijski sektor pruža malo podrške ciljnim akterima lanca vrednosti.

Dva druga pitanja vezana za pristup finansijama, koja su identifikovana od strane intervjuisanih farmera, su nedostatak razumnih grejs perioda i osiguranja useva. S druge strane, finansijske institucije opravdavaju primenu svojih ogromnih kamatnih stopa, žaleći se u vezi sa izvršenjima ugovora, konsolidacijom zemljišta, duplim knjigovodstvom i nedostatkom poslovnih planova.

## **Razvojne organizacije**

Poljoprivredni sektor u opštini Vitina, uključujući podsektore voća, povrća i žitarica, kontinuirano podržavaju razvojne organizacije. Takva podrška je pružena u vidu finansijske pomoći i/ili tehničke pomoći.

Nedavni podaci dobijeni od opštine (2017) otkrivaju da su vodeće razvojne organizacije po obimu ponuđene finansijske pomoći Fondacija Kosovo-Luksemburg (250.107,78 €), USAID (44.760,00 €) i Helvetas Swiss Intercooperation (26.207,98 €). Njihova pomoć do sada je uključivala: nabavku sirovina i savremene opreme, izgradnju plastenika i drugih objekata i razvoj ljudskih kapaciteta. Za detaljnije informacije, pogledajte Tabelu 6.

**Tabela 6: Podrška poljoprivrednicima koji rade u Vitini**

Institucija/Organizacija	Sektor	Iznos
Foundation Kosovo-Luxemburg	Sadnice voćki, sistem za navodnavanje, gradnja plastenika, oprema za konzerviranje povrća	€ 250.107,78
USAID	Sadnice za višnju i malinu	€ 44.760,00
Helvetas Swiss Intercooperation	-	€ 26.207,98
IADK	Obuka za ženska udruženja	€ 20.052,67
CARE International	-	€ 12.260,00
Women for Women	Sadnice maline	€ 6.160,00
Initiative for Kosova Community (IKC)	Seme maline, jagode i lubenice; Sistem za navodnjavanje	€ 24.410,00

## Laboratorije

U opštini Vitina nema laboratorija za izvođenje fizičke, hemijske i mikrobiološke analize tla ili vode. Na centralnom nivou, s druge strane, postoje dve javne i niz drugih privatnih laboratorija. Kosovski Institut za poljoprivredu (KIA) i Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Prištini su dve javne laboratorije. Obe posluju pod okriljem „Nacionalnog poljoprivrednog istraživačkog sistema (NARS)“. Ove laboratorije obrađuju biljnu proizvodnju i zaštitu, stočarstvo, testiranje semena, vrše laboratorijske analize poljoprivrednih inputa i proizvoda biljnog i životinjskog porekla, pružaju obuku i savetodavne usluge i slične aktivnosti.

## Omogućavajuće okruženje

### Zakoni i propisi

Zakon o poljoprivredi i ruralnom razvoju: Ovaj zakon propisuje ciljeve, mere i program politika razvoja poljoprivrede i ruralnog razvoja zasnovanog na planu poljoprivrede i ruralnog razvoja u vezi sa podrškom za grantove koju redovno obezbeđuje MPŠRR lokalnim poljoprivrednicima i agrobiznisima na Kosovu.

Uredba o tarifama, naknadama i kaznama opštine Vitina: Opština utvrđuje tarife, naknade i novčane kazne za razne aktivnosti koje su u nadležnosti različitih odeljenja/direkcija opštine. Ovu uredbu usvaja Skupština opštine Vitina jednom godišnje. Uredba, usvojena 2016. godine, reguliše tarife, naknade i novčane kazne koje se primenjuju na Odeljenje za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni razvoj opštine u skladu sa članom 11. Neke od ovih naknada uključuju sljedeće: naknada za registraciju imovine - do 50 € ; naknada za sanitarnu inspekciju za poljoprivredne apoteke - 20 €; naknada za dokaz o poljoprivrednoj aktivnosti - 10 €; naknada

za sertifikat za prodane poljoprivredne proizvode - 10 €; naknada za promenu namene poljoprivrednog zemljišta radi građevinske delatnosti - 0,50-1 € po m<sup>2</sup> (kvadratni metar).

Uredba o zaštiti životne sredine u opštini Vitina: Cilj ove uredbe je postaviti temelje za povoljnije okruženje za stanovništvo Vitine u cilju ispunjavanja ekoloških standarda EU. Ova uredba je usvojena kao nacrt u 2015. godini.

Zakon o poljoprivrednom zemljištu: Ovim zakonom propisana je upotreba, zaštita, regulacija i zakup poljoprivrednog zemljišta radi trajnog očuvanja i zaštite poljoprivrednog potencijala, a na osnovu principa održivog razvoja.

Zakon o sadnom materijalu: Ovaj zakon uređuje pitanja koja se odnose na proizvodnju, promet, uvoz i izvoz sadnog materijala, njegovu kontrolu i registraciju proizvođača i trgovaca sadnog materijala.

Zakon o navodnjavanju poljoprivrednog zemljišta: Ovaj zakon postavlja pravila i procedure o organizaciji i upravljanju sistemima za navodnjavanje i odvodnjavanje poljoprivrednog zemljišta na Kosovu; nadležnosti i razgraničenje odgovornosti za objekte za navodnjavanje i odvodnjavanje; osnivanje i registraciju kompanija za navodnjavanje, njihovu organizaciju; naknade za vodu za navodnjavanje; poslovanje udruženja i druga pitanja vezana za navodnjavanje i odvodnjavanje.

Zakon o zaštiti bilja: Ovim zakonom propisana su pravila i procedure za zaštitu bilja, biljnih proizvoda i drugih objekata iz biljne proizvodnje.

Zakon o savetodavnoj službi za poljoprivredu i ruralni razvoj: Ovaj zakon definiše pravila i propise o organizaciji i implementaciji poljoprivrednih aktivnosti i savetodavnih usluga za ruralni razvoj i međusobnih odnosa između zainteresovanih strana u svrhu ruralnog i poljoprivrednog razvoja u Kosovo.

Zakon o stranim ulaganjima: ovim zakonom propisana su pravila i procedure za zaštitu, promociju i podsticanje stranih investicija na Kosovu.

## Strategije

„Nacionalna razvojna strategija 2016-2021“: Institucije Kosova usvojile su „Nacionalnu razvojnu strategiju (NRS)“ u januaru 2017. Cilj dokumenta je da se rešavaju ključne prepreke za razvoj Kosova, napravi lista prioriteta u okviru krovne strategije, što će omogućiti stvaranje sinergija između različitih inicijativa, sprečiti preklapanje institucija, doneti veću efikasnost učinka, usmeriti podršku razvojnim partnerima i uspostaviti čvrstu osnovu za kosovske institucije i njihovu javnu odgovornost. Ova strategija pokriva različite oblasti, među kojima je i poljoprivredni sektor.

Plan opštinskog razvoja Vitina i Klokot 2010-2020: Svaka opština na Kosovu je zakonski dužna da ima Opštinski razvojni plan (ORP). ORP Vitina je pripremljen u kontekstu analize prostornog planiranja na nivou Kosova tokom 2010. godine, klasifikujući opštinu u kategoriju Mostova Kosova, i fokusirajući se na oblasti kao što su pružanje usluga, trgovina, poljoprivreda, turizam i laka industrija. Poseban naglasak je stavljen na prednosti Vitine, naročito na njenu plodnu



zemlju i geografski položaj u blizini granice sa Makedonijom, kao i njenu blizinu u odnosu na glavni put i autoput u izgradnji koji povezuje Prištinu sa Skopljem. Ovo je istaknuto kao važno jer lokalni preduzetnici iz Vitine mogu lako pristupiti izvoznim tržištima. Izazovi i rizici su procenjeni u pogledu preventivnih mera protiv poplava i erozije, a koji su relevantni za poljoprivredne aktivnosti.

Plan za održivo upravljanje otpadom u opštini Vitina: Ovaj plan je vodič korak po korak za opštinu kako bi se poboljšalo upravljanje otpadom. Opština Vitina je među prvim opštinama koje imaju nacrt plana koji će im pomoći da poboljšaju prikupljanje i upravljanje otpadom u svojoj opštini. Postojeći plan je veoma dobra alatka koja će navesti opštinu da planira i implementira napredni sistem upravljanja otpadom. Pored toga, ovaj plan upućuje opštinu o tome koliko bi trebalo izdvojiti u budžet po fiskalnoj godini kako bi se poboljšalo prikupljanje i transport otpada od domaćinstava/zgrada do deponije. Pored toga, plan je izračunao sve troškove vezane za kompaniju koja bi se bavila otpadom, uključujući i tarife koje opština treba da izrekne za domaćinstva i preduzeća. Vremenski okvir dokumenta obuhvata period od 2012. do 2015. godine.

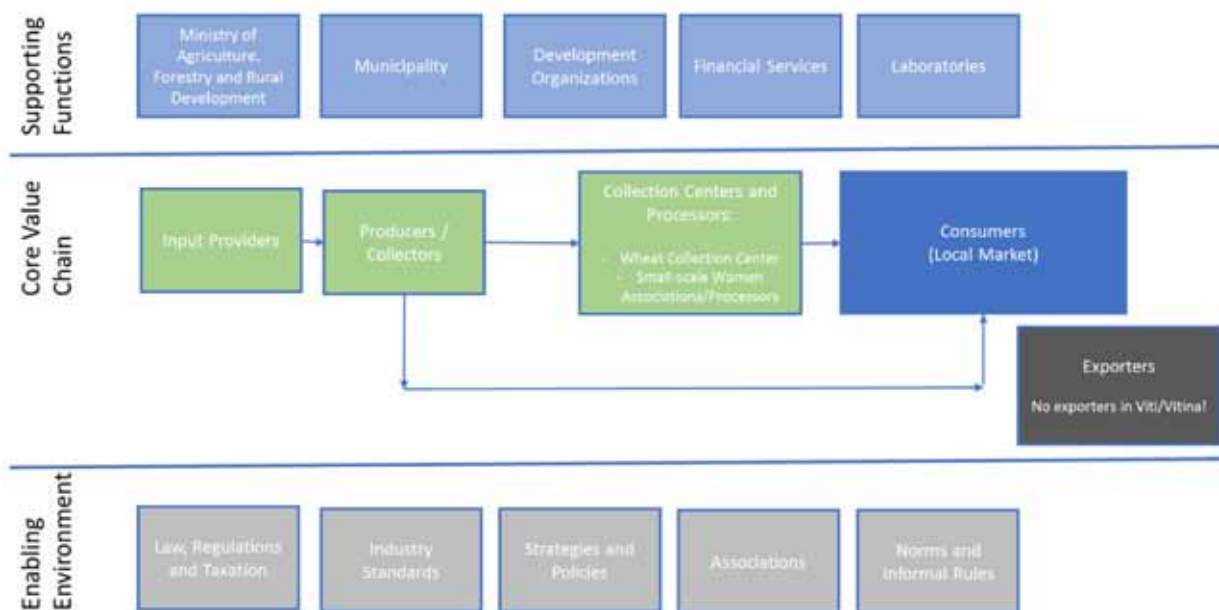
Program za poljoprivredu i ruralni razvoj (ARDP) 2017: ARDP je razvijen od strane MPŠRR-a kao šema podrške grantovima koja se fokusira na podršku poljoprivrednicima i agrobiznisima kroz ulaganja u tržišno orijentisanu poljoprivrednu proizvodnju i ekonomski održive farme koje imaju potencijal za snabdevanje lokalnog tržišta, sa ciljem da zameni uvoz velikog obima izvozom za region i Evropsku uniju. ARDP daje najveći prioritet investicijama u modernizaciju mehanizacije, tehničke opreme, skladišta, skladištenja ambalaže, sa ciljem povećanja efikasnosti i poštovanja međunarodnih standarda.

### ***Registracija kooperativne poljoprivrede***

Zadruga su poslovne organizacije koje osnivaju fizička ili pravna lica, od kojih svi moraju biti poljoprivrednici koji svojom privatnom imovinom doprinose zajedničkom kapitalu. Kapital je podeljen na akcije vrednosti ne manje od 10 €. Da bi se uspostavila i registrovala poljoprivredna zadruga, potrebno je najmanje 5 poljoprivrednika. Zadruga se ne može osnovati bez zajedničkog kapitala, a direktor ne može biti član zadruge. Zakon o poljoprivrednim zadrugama postavlja pravila i propise o aktivnostima ovih zadruga u korist razvoja poljoprivrede i povećanja produktivnosti poljoprivrednika.

### 4.1.3 Horizontalne i vertikalne veze u sektorima voća, povrća i žitarica

U nastavku sledi prikaz lanca vrednosti poljoprivrednih podsektora Vitina.



Osnovni lanac snabdevanja u opštini Vitina sastoji se od provajdera inputa, proizvođača/sakupljača, jednog kolektivnog centra i prerađivača/trgovaca. Svi ovi akteri dobijaju kontinuiranu podršku lokalnih i centralnih institucija, a to su MPŠRR, opština Vitina, kao i razne razvojne organizacije, poput Fondacije Kosovo-Luksemburg, Helvetas Swiss Intercooperation i slično. Treba naglasiti da su mali poljoprivrednici često izostavljeni bez ikakve podrške i kao takvi ostaju na marginama redovnih poljoprivrednih lanaca vrednosti lišeni najosnovnijih načina za pristup tržištu.

Nedostatak savremenih centara za sakupljanje voća i povrća predstavlja ogromnu prepreku poljoprivrednicima da rastu i povećavaju svoju proizvodnju. Od svih proizvođača/sakupljača, samo mali deo njih može poslati svoje proizvode centrima za sakupljanje u susjednim opštinama; za ogromnu većinu, jedina dostupna opcija je prodaja svojih proizvoda na lokalnoj zelenoj pijaci ili u supermarketima. Imajući u vidu veličinu tržišta Vitine i kupovnu moć lokalnog stanovništva, očigledno je da će bez bar jednog takvog centra za sakupljanje gajenog voća, povrća i žitarica, opština neizbežno doživeti ozbiljan udarac.

Treba napomenuti da je nekoliko inicijativa prerade poljoprivrednih proizvoda, kao što su jabuke, paprika i krastavci, još uvek u početnoj fazi, a predstoji dalek put do postizanja održivosti. Veze sa odgovarajućim savetodavnim službama za ostvarenje resursa ograničenih poljoprivrednika su neophodne za opštinu Vitina. Pored primarne proizvodnje, prerađivači poljoprivrednih proizvoda treba da budu oprezni prilikom odabira pravih useva, jer je osiguranje kvaliteta proizvoda je od suštinskog značaja za stvaranje i/ili poboljšanje veza u sektoru.

## 4.1.4 Struktura troškova i investicija

Sledeće strukture troškova su samo procene troškova koje su imale farme za proizvodnju najčešće uzgajanih useva u Vitini. Prikazani investicioni slučajevi su izračunati na godišnjem nivou po hektaru i pružaju ilustraciju potrebnih investicija, operativnih troškova, godišnjeg prihoda i dobiti. Ove brojke su projektovane na nivou zemlje, uzimajući u obzir malu veličinu domaćeg tržišta.

### Struktura troškova u podsektoru žitarica

Struktura troškova za podsektor žitarica prikazana je u Tabeli 7 na primeru uzgajanja pšenice. Prikazani troškovi se zasnivaju na prosečnim vrednostima po hektaru tokom jednogodišnjeg perioda.

**Tabela 7: Struktura troškova proizvodnje pšenice**

Kategorija	Cena po hektaru
Priprema tla	€ 159,00
Seme	
<b>Operativni troškovi</b>	€ 245,00
<i>Analiza</i>	
<i>Đubriva</i>	
<i>Pesticidi</i>	
<i>Transport</i>	€ 150,00
Troškovi žetve	
<b>Ukupni troškovi (po ha)</b>	<b>€ 554,00</b>

Izvor: Interni proračuni zasnovani na terenskim istraživanjima

### Struktura troškova u podsektoru povrća

Struktura troškova za podsektor povrća predstavljena je u Tabelama 8 i 9 na primerima uzgajanja krompira i lubenice. Prikazani troškovi se zasnivaju na prosečnim vrednostima po hektaru tokom jednogodišnjeg perioda.

**Tabela 8: Struktura troškova proizvodnje krompira**

Kategorija	Cena po hektaru
Priprema tla	€ 2.200,00
Seme	
Navodnjavanje	
Ograda	€ 440,00
<b>Operativni troškovi</b>	
<i>Analiza</i>	
<i>Đubriva</i>	
<i>Pesticidi</i>	€ 250,00
<i>Transport</i>	
Troškovi berbe	€ 2.890,00
<b>Ukupni troškovi (po ha)</b>	

Izvor: Interni proračuni zasnovani na terenskim istraživanjima

Procene troškova početnih investicija za uzgoj krompira variraju u zavisnosti od sadnog materijala farmera. Poljoprivrednici koji koriste sadnice imaju veća početna ulaganja, koja mogu biti i do 2.200 €, dok poljoprivrednici koji koriste seme ili druge metode imaju niže investicione troškove. Operativni troškovi za uzgoj krompira pokrivaju 15% ukupnih investicija, dok prosečni godišnji prihod od proizvodnje krompira može iznositi do 4.500 €.

**Tabela 9: Struktura troškova proizvodnje lubenice**

Kategorija	Cena po hektaru
Priprema tla	€ 1.622,00
Seme	
Navodnjavanje	
Najlon	
Operativni troškovi	€ 392,00
<i>Analiza</i>	
<i>Fertilizues</i>	
<i>Pesticide</i>	
<i>Transport</i>	€ 225,00
Troškovi berbe	
Ukupni troškovi (po ha)	€ 2.239,00

Izvor: Interni proračuni zasnovani na terenskim istraživanjima

Ulaganja u lubenicu, uključujući pripremu zemljišta, sadnice, sistem za navodnjavanje i najlon dostižu iznos od 1.622 €, dok troškovi poslovanja, uključujući analizu vode i zemljišta, đubriva, pesticide i transport dostižu iznos od 392 €.

### **Struktura troškova u podsektoru voća**

Struktura troškova za podsektor voća prikazana je u Tabelama 10 i 11 na primerima voćnjaka jabuke i višnje. Prikazani troškovi su zasnovani na prosečnim vrednostima po hektaru tokom jednogodišnjeg perioda.

**Tabela 10: Struktura troškova za voćnjake jabuke**

Kategorija	Cena po hektaru
Priprema tla	€ 12.030,00
Sadnice	
Navodnjavanje	
Ograda	
Operativni troškovi	
<i>Analiza</i>	€ 1.100,00
<i>Đubriva</i>	
<i>Pesticidi</i>	
<i>Transport</i>	
Troškovi berbe (nakon 4. godine)	€ 1.200,00
<b>Ukupni troškovi (po ha)</b>	<b>€ 14,330,00</b>

Izvor: Interni proračuni zasnovani na terenskim istraživanjima

Voćnjaci su dugoročna ulaganja sa očekivanim povratom investicija u četvrtoj godini. Voćnjaci jabuka su najrasprostranjenija vrsta plantaža u opštini Vitina. Troškovi investiranja za postavljanje 1 ha voćnjaka jabuke dostižu iznos od 14.300 €, pri čemu se prosečna neto dobit očekuje nakon četvrte godine od oko 1.525 €.

**Tabela 11: Struktura troškova za voćnjake višnje**

Kategorija	Cena po hektaru
Priprema tla	€ 9.698,00
Sadnice	
Navodnjavanje	
Ograda	
Operativni troškovi	
<i>Analiza</i>	€ 2.370,00
<i>Đubriva</i>	
<i>Obrezivanje</i>	
<i>Pesticidi</i>	
<i>Transport</i>	€ 1.380,00
Troškovi berbe (nakon 5. godine)	
<b>Ukupni troškovi (po ha)</b>	<b>€ 13.448,00</b>

Ukupne investicije za voćnjak višnje procenjuju se na oko 13.448 €. Povratak investicija očekuje se tek nakon petogodišnjeg perioda sa prosečnom godišnjom neto dobiti od oko 4.000 €.

## 4.2 KLJUČNA PITANJA KOJA SU IDENTIFIKOVANA U PODSEKTORIMA POLJOPRIVREDE - SWOT ANALIZA

SWOT analiza potencijala i pretnji poljoprivrednih podsektora u opštini Vitina predstavljena je u sledećoj tabeli.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Značajna količina izvora podzemnih voda i površinskih voda; izvori mineralne vode/ izvorišta, dostupnost termalne vode (Klokot, Požaran, Žitinje itd.).</li> <li>▪ Šume srednje visine, odsustvo putnog saobraćaja velikog intenziteta.</li> <li>▪ Odgovarajuća količina padavina (tj. kiša i sneg) za održavanje ravnoteže vode.</li> <li>▪ Kvalitetno i plodno zemljište, velike površine zemljišta.</li> <li>▪ Prisustvo različitih institucija na centralnom i opštinskom nivou, kao i prisustvo međunarodnih i lokalnih NVO i donatora.</li> <li>▪ Postojanje dobrih uslova za razvoj i kultivaciju useva, proizvodnju žitarica, voća i povrća.</li> <li>▪ Tradicija poljoprivrednika Vitine u poljoprivrednim aktivnostima.</li> </ul>	<p>Glavna pitanja identifikovana u primarnoj proizvodnji tokom ovog istraživanja su sledeća:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nedostatak modernog i sveobuhvatnog sabirnog centra.</li> <li>▪ Nedostatak laboratorije za istraživanje i ispitivanje tla i vode.</li> <li>▪ Obimna upotreba sorti za koje ne postoji potražnja više od 20 godina.</li> <li>▪ Nizak kvalitet sadnica.</li> <li>▪ Slaba primena savremene proizvodne tehnologije.</li> <li>▪ Osnovna upotreba konsultantskih usluga.</li> <li>▪ Gotovo potpuno odsustvo dobre poljoprivredne prakse.</li> <li>▪ Nedostatak znanja o pesticidima i mineralnim đubrivima.</li> <li>▪ Rasparčani komadi zemljišta i neplanska proizvodnja.</li> <li>▪ Nedostatak tržišnih informacija usmerenih na klijente.</li> <li>▪ Nedostatak moderne mehanizacije i nedostatak sezonskih radnika.</li> <li>▪ Nedostatak sistema navodnjavanja kap po kap.</li> <li>▪ Nizak nivo obrazovanja među primarnim proizvođačima.</li> <li>▪ Nemogućnost zamene uvoza i početka izvoza.</li> <li>▪ Sezonska proizvodnja i prodaja.</li> <li>▪ Nedostatak organizacije među poljoprivrednicima u udruženjima/zadugama.</li> </ul> <p>Nekoliko komercijalnih proizvođača, tj. dobro obrazovanih profesionalaca sa pristupom:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veliki deo zemljišta onih koji smatraju da je poljoprivreda dobra stvar, a ne dodatak njihovom prihodu ili pitanje navike.</li> <li>▪ Istorija nepoverenja između proizvođača i tržišta koja dovodi do nedostatka interesa za zaključivanje ugovora o određenim proizvodima za koje lokalne zelene pijace nisu alternativa.</li> </ul> <p>Glavni nedostaci koji su identifikovani u periodu nakon berbe tokom ovog istraživanja su sledeća:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kasna berba proizvoda, kada su već previše zreli i nepodobni za transport zbog kratkog roka trajanja.</li> <li>▪ Nedostatak frižidera za čuvanje i hlađenje.</li> <li>▪ Neprimerena kalibracija.</li> <li>▪ Slabe marketinške aktivnosti.</li> <li>▪ Niske cene zbog neadekvatnog vremena, neadekvatnog pakovanja, organizacije itd.</li> </ul>

PRILIKE	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Potencijal za dalji razvoj poljoprivrednika u pravcu sprovođenja potrebnih promena i rešavanja nedostatka radne snage za poljoprivrednu proizvodnju.</li> <li>▪ Novi potrošači zahtevaju bolje i sertifikovane sorte sadnica u cilju povećanja proizvodnje, prinosa i prodaje, umesto sadašnjih sorti iz domaće proizvodnje.</li> <li>▪ Uvođenje sistema navodnjavanja kap po kap, mehanizacije, novih sorti i odgovarajućih savetodavnih usluga može značajno povećati kvalitet proizvodnje.</li> <li>▪ Direktna proizvodnja u plastenicima kako bi se produžila proizvodnja i povećala prodaja.</li> <li>▪ Uvođenje standarda kao što su GLOBALGAP i Organic.</li> <li>▪ Organizovanje primarnih proizvođača u funkcionalne zadruge i organizaciju farmera radi jedinstvenog delovanja (skladištenje, pregovori o prodaji, pakovanje itd.).</li> <li>▪ Promena institutskog podsticajnog sistema od trenutne odredbe „socijalne podrške“ do „svih“ farmera radi stimulacije izvozno orijentisane proizvodnje.</li> <li>▪ Povećati proizvodnju i prodaju na glavnom izvoznom tržištu kroz poboljšane proizvode, aktivnosti posle berbe, pakovanje itd. (sve mogućnosti navedene u prethodnim stavkama).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dalja fragmentacija zemljišta.</li> <li>▪ Gubitak tržišta zbog neproduženja proizvodnog/prodajnog perioda.</li> <li>▪ Gubitak tržišta zbog nepoštovanja standarda.</li> <li>▪ Gubitak tržišta usled nepredvidljive i neplanske proizvodnje.</li> <li>▪ Teži ulazak na nova regionalna tržišta.</li> <li>▪ Niska cena zbog neadekvatne kalibracije, sortiranja, pakovanja itd.</li> <li>▪ Smanjen prinos zbog zastarele opreme i mehanizacije.</li> <li>▪ Gubitak domaćeg tržišnog udela zbog konkurencije velikih proizvođača, kao što je Turska itd.</li> </ul>

## 4.3 TRŽIŠNI TRENDovi U POLJOPRIVREDNOJ INDUSTRIJI

Poljoprivreda je jedan od najvažnijih sektora ekonomije Kosova i glavni izvor prihoda u ruralnim područjima. U bivšoj Jugoslaviji, Kosovo je imalo poljoprivredu koja je brzo rasla nakon Drugog svetskog rata i čija je komercijalna poljoprivreda sa proizvodnjom i preradom imala važnu ulogu u lokalnoj ekonomiji. Tokom oružanih sukoba iz devedesetih godina, ovaj razvoj je zaustavljen i skoro svi proizvodni i prerađivački kapaciteti su uništeni. Samo u poslednjih nekoliko godina videli smo postepeni prelazak sa porodičnih farmi u više komercijalnih i tržišno orijentisanih agrobiznisa. Ovo je sve veći trend širom Kosova, pri čemu sve više ljudi odlučuje da se okrene komercijalnoj poljoprivredi, privlačeći ne samo postojeće farme, već i druge aktere na tržištu koji su aktivni u drugim sektorima lokalne ekonomije.

Sve više malih farmera povećava svoje napore da se ujedine kroz poljoprivredne zadruge kako bi bile efikasnije i konkurentnije kako na domaćem tako i na stranim tržištima. Drugi razlog za ovaj trend su sistemske promene koje je pokrenuo MPŠRR kroz program poljoprivrednog i ruralnog razvoja i odgovarajuće šeme grantova/subvencija. Tradicionalno, farmeri na Kosovu i u Vitini prodaju svoje proizvode na zelenoj pijaci u svojoj blizini. Međutim, postoji rastuća tendencija među poljoprivrednicima da ispune neophodne standarde kako bi mogli doći do velikih lanaca supermarketa, koji imaju mnogo lakši prodor i veći udeo na tržištu u poređenju sa lokalnim zelenim pijacama i malim trgovcima.

Uvozni poljoprivredni proizvodi često imaju prednost u odnosu na domaće proizvode zbog subvencija koje pružaju njihove centralne institucije u zemlji porekla. Ovo podstiče zabrinutost da se strani proizvodi prodaju ispod svoje proizvodne cene. Na Kosovu ne postoji primena antidampinških zakona, a javne ustanove ne ulažu napore da zaštite svoje lokalne proizvođače. Zbog svih ovih prepreka, kosovskim poljoprivrednim proizvođačima je teško da se uspešno nadmeću sa uvozom i prevazilaze različite transportne i finansijske barijere koje ometaju izvoz.

Investicije poljoprivrednika su sve više usmerene ka preduzimanju koraka potrebnih za prodor na šire tržište nakon berbe, kao što su klasifikacija njihovih proizvoda u klasu, pakovanje, skladištenje, etiketiranje i slično. Ovo se smatra neophodnim kako bi se moglo usmeriti na inostrana tržišta s obzirom na to da postoji rastuća potražnja izvoznog tržišta za određene proizvode koji se proizvode na Kosovu, kao što su maline, koje pokrivaju preko 800 ha širom Kosova, što je u 2016. godini dalo oko 4.000 tona. Uzgoj mekših voća (bobica) zabeležio je najznačajnije povećanje u odnosu na sva ostala voća. Ovo se ogleda i u institutskim šemama podrške koje imaju za cilj promovisanje proizvoda koji donose visoku dodatnu vrednost zemlji.<sup>24</sup> Jedan od najrelevantnijih standarda je Global GAP sertifikat, koji dobija sve veći broj poljoprivrednika u primarnoj proizvodnji. Sertifikaciju Global GAP i Organic standardom podržava i Ministarstvo poljoprivrede, razne opštine i donatori, kao što je USAID – rast poljoprivrede i ruralne mogućnosti 2017. godine, koji podržava 488 poljoprivrednika za dobijanje sertifikata, a čija imanja obuhvataju ukupnu površinu od 291 ha i 549 proizvodnih lokacija.

Poljoprivrednici možda neće moći da izvoze svoje proizvode bez sertifikata za zajedničke standarde, jer je to utvrđeni globalni trend, a sertifikovani proizvod - s druge strane - više neće značiti prodaju tog proizvoda za višu cenu, već jednostavniji zahtev za prodaju proizvoda.

## 4.4 ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Opština Vitina je poznata po tome što ima plodno poljoprivredno zemljište koje čini oko 43% ukupne površine zemlje. Izobilje vode, plodno tle, odgovarajuća klima i ukupni geološki uslovi ove oblasti čine poljoprivredu jednim od najperspektivnijih sektora za stvaranje radnih mesta, ublažavanje siromaštva i opšti lokalni ekonomski razvoj.

Bez obzira na ovaj veliki potencijal, lokalna ponuda voća, povrća i žitarica je uglavnom nedosledna, rasparčana, nekonkurentna, i kao takva daleko od sposobnosti da ispuni potrebe lokalnih kupaca. Ovo za posledicu ima veliki uvoz poljoprivrednih proizvoda iz susednih zemalja i šire.

U uzgoju voća, povrća i žitarica u opštini Vitina uglavnom dominira mala porodična poljoprivreda. Lokalni farmeri su široko raštrkani širom područja i deluju uglavnom na rasparčanim njivama. Nedostatak inkluzivnih poljoprivrednih politika, modernog centra za sakupljanje i ljudskih kapaciteta, neadekvatne sorte, odsustvo prerađivača velikog obima - samo su neki od razloga koji doprinose stvaranju okruženja u kojem se poljoprivreda obično smatra rizičnim poslom i nekonkurentnom aktivnošću. Da bi odgovorio na pomenuta pitanja, tim donosi sledeće preporuke:

<sup>24</sup> USAID 2016. Procena infrastrukture i kapaciteta za zamrzavanje maline na Kosovu.



- **Osnivanje centra za sakupljanje** - Da bi se smanjili troškovi proizvodnje, smanjila asimetrija informacija i povećali rok trajanja voća, povrća i žitarica, potrebno je osnovati centar za otkup koji ima savremeni centar za hlađenje.
- **Formiranje lokalne farmerske organizacije** - Da bi se poboljšala mogućnost pregovaranja poljoprivrednika, rešio njihov nedostatak veština i ojačala saradnja i prenos znanja.
- **Promovisanje odgovarajućih sorti** - Lokalni proizvođači su nastavili da neguju tradicionalne sorte koje nemaju visoke prinose. Zbog toga ovaj tim preporučuje lokalnim poljoprivrednicima da prihvate pomoć u gajenju novih sorti i pažljivom upravljanju ovim sortama.
- **Investiranje u savremeni sistem navodnjavanja** - Tim sugerise da poljoprivrednici treba da ulažu u razvoj savremenih sistema za navodnjavanje. To bi dovelo do optimalnog navodnjavanja i visokih prinosa.
- **Borba protiv neformalnih ulaznih dobavljača** - Nadležni organi bi trebalo intenzivirati svoje napore u borbi protiv neformalnih dobavljača poljoprivrednih proizvoda koji se ilegalno prodaju na lokalnom tržištu. Ovo bi imalo ulogu u prevenciji širenja bolesti koje obično dolaze kao rezultat neformalnih kanala.
- **Osnivanje laboratorija** - Izuzetno je važno osnovati laboratorije koje će vršiti odgovarajuće analize i ispitivanja različitih poljoprivrednih proizvoda.
- **Promovisanje sertifikacije proizvoda** - Jedan od preduslova za rast i razvoj lokalnih poljoprivrednika jeste dobijanje različitih vrsta sertifikata, tj. ISO 9000, HACCP. Ovu praksu treba snažno promovisati među lokalnim poljoprivrednicima.
- **Podsticanje procesa obrade** - Većina lokalnih poljoprivrednika nije uključena u aktivnosti koje bi dodavale vrednost uzgojenim poljoprivrednim proizvodima. Dakle, lokalni poljoprivrednici treba više da ulažu u postrojenja za preradu hrane.
- **Promovisanje saradnje između poljoprivrednih proizvođača i organizacija za finansijsku podršku** - Preporučuje se povezivanje poljoprivrednika sa organizacijama za finansijsku podršku radi doslednih i dugoročnih pristupa, kombinovanja nefinansijskih sredstava sa finansijskom pomoći, što bi stvorilo bolje mogućnosti i otvorilo nove perspektive za uspostavljanje produktivne, profitabilne i održive poljoprivrede.
- **Brendiranje krompira Debelde** - Zbog indikacija da ovaj lokalni krompir ima veliki potencijal rasta, smatra se neophodnim da se ovaj poljoprivredni proizvod brendira.



---

# 5. INTERVENCIJE

---

NAZIV INTERVENCIJE	RAZVOJ I IMPLEMENTACIJA RAZNOVRISNOG BRENDIRANJA I STRATEGIJE KOMUNIKACIJE
<p><b>Obrazloženje intervencije</b></p>	<p>Turistička delatnost u opštini Vitina ima vrlo perspektivnu budućnost. Region je bogat nizom karakteristika koje su pogodno za privlačenje domaćih i stranih turista. Spektakularna priroda i prekrasni pejzaži s jedne strane, te kulturni, religiozni i istorijski lokaliteti sa druge, čine nekoliko osobenosti ovog područja koje bi mogle biti od velikog interesa.</p> <p>Uprkos velikim potencijalima, ova industrija je ostala prilično nerazvijena i sa prilično skromnim brojem turista koji sporadično posećuju područje. Većina turista tradicionalno dolazi iz verskih razloga, uglavnom kako bi posetili katoličke crkve u Stublu i Letnici.</p> <p>Iako još mnogo toga ostaje da se učini u pogledu stvaranja novih turističkih proizvoda, opština Vitina ima neke velike atraktivnosti koje se bez napora mogu nadmetati sa tradicionalnim favoritima na Kosovu i imaju potencijal da postanu razlog više za posetu.</p> <p>Ključno pitanje koje karakteriše turizam u opštini Vitina jeste činjenica da je vrlo malo ljudi, osim lokalnih stanovnika, svesno bogatstva prirodnog, kulturnog i istorijskog nasleđa koja se nalaze na ovom području. Osim toga, nema ni putokaza koji turiste mogu usmeravati ka određenoj turističkoj atrakciji, niti dostupnih informacija o samoj atrakciji.</p> <p>Dakle, da bi se iskoristili potencijali za turizam, potrebno je razviti efikasnu strategiju brendiranja i komunikacije, praćenu dobro struktuiranim i sveobuhvatnim akcionim planom. Ovo bi imalo ulogu u širenju poruke potencijalnim domaćim i stranim turistima o prirodnim, kulturnim i istorijskim lokacijama od interesa za ovo područje. Osim toga, treba postaviti putokaze i simbole koji bi govorili turistima kako da dođu do određene turističke atrakcije, kao i specijalno dizajnirane table ispred turističkih atrakcija sa informacijama o njihovom prirodnom, kulturnom ili istorijskom značaju. Bitno je takođe uspostaviti odnose sa turističkim operaterima kako bi se napravili paketi za odmor, koji bi uključivali i najatraktivnije destinacije u ovoj oblasti.</p>
<p><b>Globalni cilj</b></p>	<p>Razviti i sprovesti diferenciranu strategiju brendiranja i komunikacije koja bi podsticala rast domaćeg i internacionalnog turizma u opštini Vitina, i koja bi pomogla da se ostvare puni potencijali turizma u toj oblasti.</p>

<b>Specifični ciljevi</b>	<p>Slede neki od specifičnih ciljeva ove intervencije:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Izvršiti detaljno mapiranje najistaknutijih turističkih destinacija u opštini Vitina sa jasnom ocenom njihovih karakteristika i potencijala;</li><li>▪ Obavestiti potencijalne turiste o određenim atrakcijama opštine Vitina, pružajući im puno informacija o tim mestima;</li><li>▪ Formirati brend, termin, znak, simbol ili kombinacija svih njih, koji bi razlikovali opštinu Vitina od drugih turističkih destinacija;</li><li>▪ Razviti internet portal kako bi se pružile sveobuhvatne informacije o kulturnim, istorijskim i prirodnim znamenitostima i gostinskim kućama u opštini Vitina;</li><li>▪ Uvesti putokaze koji bi turistima omogućili lakše pronalaženje određenih atraktivnih lokacija (uključujući i gostinske kuće) u okviru opštine Vitina;</li><li>▪ Dizajnirati i postaviti info-table ispred prirodnih, kulturnih i istorijskih znamenitosti kako bi turisti bili u mogućnosti da saznaju više o različitim karakteristikama posećenog mesta.</li></ul>
<b>Očekivani rezultati</b>	<p>Očekuje se da će intervencija doneti sljedeće rezultate:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Povećanje turizma u opštini Vitina od 30% tokom narednih pet godina;</li><li>▪ Nova radna mesta stvorena usled većeg priliva turista u opštinu Vitina;</li><li>▪ Stvaranje jedinstvenog imidža koji skreće pažnju na najistaknutije karakteristike područja;</li><li>▪ Izrada internet portala za pružanje sveobuhvatnih informacija o lokalitetima, kao i drugih relevantnih informacija;</li><li>▪ Priprema paketa promotivnih materijala spremnih za distribuciju turistima;</li><li>▪ Uključivanje opštine Vitina u programe glavnih tur-operatera.</li></ul>

<b>Glavne aktivnosti</b>	<p>Glavne aktivnosti koje treba preduzeti radi sprovođenja ove intervencije:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Izrada dokumenta koji mapira najatraktivnije prirodne, kulturne i istorijske znamenitosti u opštini Vitina i procenjuje njihove karakteristike i potencijal za privlačenje više domaćih i stranih turista;</li> <li>2) Izrada strategije brendiranja i komunikacije kojoj je glavni cilj za podsticanje turizma u ovoj oblasti;</li> <li>3) Izrada narednog akcionog plana koji utvrđuje konkretne akcije za izradu promotivnog i informativnog paketa za potencijalne turiste;</li> <li>4) Izbor ekonomskog operatera koji bi bio odgovoran za sprovođenje strategije i akcionog plana, koji bi, pored drugih akcija navedenih u ovim strateškim dokumentima, obezbedio i: izradu internet portala; izradu i dizajniranje promotivnog materijala; razvijanje i postavljanje putokaza i info-tabli na odgovarajućim lokacijama; uključivanje tur-operatera u promociju prirodnih, kulturnih i istorijskih lokacija i njihovo uključivanje u dalje planove.</li> </ol>		
<b>Korisnici</b>	Restorani, seosko stanovništvo, turistički operateri, potencijalni turisti.		
<b>Relevantni akteri</b>	<p><i>Marketing kompanija</i> - razvijanje i implementacija strategije brendiranja i izrada akcionog plana uz uključivanje različitih zainteresovanih strana.</p> <p><i>Opština Vitina</i> - olakšavanje procesa prikupljanja podataka o turističkim atrakcijama.</p> <p><i>Međunarodni donatori</i> - obezbeživanje sredstava za sprovođenje intervencije.</p>		
<b>Trajanje</b>	1 godina	<b>Procenjena cena</b>	150.000 €

NAZIV INTERVENCIJE	PODRŠKA RAZVOJU ODGOVARAJUĆIH VEŠTINA POTREBNIH UPOSLENIMA U TURIZMU U OPŠTINI VITINA
<p><b>Obrazloženje intervencije</b></p>	<p>Intervjui i diskusije fokus-grupa otkrili su da je radna snaga turističke privrede u opštini Vitina relativno nekvalifikovana. Primetan je nedostatak veština i znanja iz marketinga, pružanja usluga, gostoprimstva, prodaje, gastronomije, izrade vodiča, stranih jezika, zaštite životne sredine i slično. Jedan od ključnih faktora koji je doprineo nedostatku veština neophodnih za turističku delatnost može se pripisati nekompetentnim stručnim školama i nedostatku odgovarajućih programa obuke.</p> <p>Ipak, kvalifikovana radna snaga je od suštinskog značaja za pružanje kvalitetnih i autentičnih turističkih usluga. U tom smislu, tim preporučuje razvoj akademije za obuku u turizmu koji bi bio usredsređen na usavršavanje relevantnih veština kroz profesionalizaciju lanca vrednosti turizma, prilagođenih kurseva i modula obuke, pri čemu bi se usavršavale sledeće veštine: marketing, pružanje usluga, gostoprimstvo, prodaja, gastronomija, vodiči, poznavanje stranih jezika, aspekti životne sredine i druga relevantna područja.</p>
<p><b>Globalni cilj</b></p>	<p>U cilju rešavanja postojećeg nedostatka veština u turističkoj delatnosti u opštini Vitina kroz razvoj turističke akademije koja bi doprinela stvaranju visokokvalitetnih turističkih ponuda.</p>
<p><b>Specifični ciljevi</b></p>	<p>Specifični ciljevi ove intervencije su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identifikacija nedostajućih veština kod turističke radne snage u opštini Vitina i novih veština koje bi mogle da se traže u budućnosti;</li> <li>▪ Sticanje znanja i jačanje kapaciteta lokalne zajednice u korišćenju i primeni novih pristupa i praksi za poboljšanje kvaliteta pruženih usluga;</li> <li>▪ Iskorišćavanje instrumenata socijalizacije koji će proširiti i ojačati saradnju između aktera u turizmu, stvarajući uslove za zajedničke turističke proizvode;</li> <li>▪ Podsticati učešće žena i manjina u turizmu uvođenjem određenih kvota za njihovo učešće u programima obuke koje pruža akademija.</li> </ul>

<b>Očekivani rezultati</b>	<p>Po završetku ove intervencije očekuju se sledeći rezultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jačanje razvojnih kapaciteta lokalne turističke radne snage što će omogućiti poboljšanje kvaliteta usluga pruženih turistima;</li> <li>▪ Edukovani turistički radnici/ce (najviše 80) koji pokrivaju različite nivoe lanca vrednosti turizma, i koji su opremljeni potrebnim veštinama za poboljšanje kvaliteta turističke ponude;</li> <li>▪ Stvaranje najmanje jednog mini-udruženja turističkih aktera, koje se nastaje kao rezultat radionica o socijalizaciji organizovanih u okviru akademije za obuku turističkih radnika/ca;</li> <li>▪ 30% diplomaca akademije su žene a 10% manjine koje žive u toj oblasti.</li> </ul>		
<b>Glavne aktivnosti</b>	<p>Glavne aktivnosti koje treba preduzeti radi sprovođenja ove intervencije:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Odabir odgovornog tima za upravljanje i koordinaciju akademijom za obuku u turizmu;</li> <li>2) Izvođenje osnovne studije u svrhu precizne procene veština koje nedostaju trenutnoj radnoj snazi i identifikacije dobrih praksi;</li> <li>3) Sprovođenje pripremnih radova za akademsku obuku u turizmu (razvijanje nastavnog plana, zapošljavanje predavača, odabir učesnika);</li> <li>4) Držanje modula koji pored teoretskih aspekata sadrže i praktične vežbe vezane za turizam;</li> <li>5) Organizovanje radionica, konferencija i drugih sličnih aktivnosti radi stvaranja sinergije koje će ojačati saradnju između učesnika i dovesti do stvaranja lokalnog turističkog udruženja.</li> </ol>		
<b>Korisnici</b>	<p>Sadašnja i nova turistička radna snaga, vlasnici i zaposleni u apartmanima, vlasnici i zaposleni u restoranima, tur-operateri itd.</p>		
<b>Relevantni akteri</b>	<p><i>Konsultantska kompanija</i> - razvoj i sprovođenje osnovne studije i organizovanje akademije za obuku u turizmu.</p> <p><i>Opština Vitina</i> - olakšavanje procesa regrutovanja učesnika.</p> <p><i>Međunarodni donatori</i> - obezbeđivanje sredstava za sprovođenje intervencije.</p>		
<b>Trajanje</b>	1 godina	<b>Procenjena cena</b>	60.000 €



NAZIV INTERVENCIJE	INTEGRISANJE LANCA SNABDEVANJA VOĆA, POVRĆA I ŽITARICA
<p><b>Obrazloženje intervencije</b></p>	<p>Uprkos velikim potencijalima za razvoj poljoprivrede u opštini Vitina, lokalna ponuda voća, povrća i žitarica je prilično nedosledna, rasparčana, nekonkurentna, i nije na takvom nivou da značajno zadovoljava potražnju kupaca, što dovodi do velikog uvoza voća, povrća i žitarica, koje bi se mogle inače nabaviti lokalno.</p> <p>Poljoprivrednici u ovoj oblasti ne saraduju jedni s drugima i zbog toga trpe visoke troškove proizvodnje, što ih sprečava da dostignu ekonomiju većeg obima. Oni su široko raspršeni oko opštinskog poljoprivrednog područja, što otežava potencijalnim kupcima da direktno kupuju proizvode od njih. Pored toga, zbog nedostatka skladišnih kapaciteta u ruralnim područjima, lokalni poljoprivrednici nisu u mogućnosti da produže rok trajanja i kvalitet svojih proizvoda. Ovo ih sprečava da prodaju svoje proizvode kada mogu generisati prihod koji opravdava ukupnu cenu. Štaviše, asimetrija informacija koja se odnosi na kultivaciju poljoprivrednih proizvoda i na potražnju predstavlja jedan od najvećih izazova sa kojima se susreću lokalni farmeri, ostavljajući im vrlo malo prostora za rast i postojanost. Zbog svoje nemogućnosti da pronađu održive markere tokom cele godine iz već pomenutih razloga, sva njihova žetva se gubi, i u nekim ekstremnim slučajevima oni jednostavno napuštaju sve svoje poljoprivredne aktivnosti.</p> <p>S obzirom na ovaj kontekst, tim predlaže osnivanje centra za sakupljanje povrća, voća i žitarica u novoosnovanoj industrijskoj zoni u Vitini, koja bi, između ostalog, doprinela u prenošenju informacija poljoprivrednicima, pomogla im da proizvedu odgovarajuće kvalitetne sorte po održivoj ceni, obezbedila potrebne infrastrukture za produženje roka trajanja i kvaliteta poljoprivrednih proizvoda, omogućila bolje planiranje u čitavom lancu vrednosti, kao i sveukupno širenje poljoprivrednih aktivnosti u toj oblasti.</p>
<p><b>Globalni cilj</b></p>	<p>Integrirati lanac snabdevanja voćem, povrćem i žitaricama u opštini Vitina preko osnivanja sabirnog centra u novonastaloj industrijskoj zoni koja će omogućiti bolje skladištenje, odvajanje i sortiranje sorti, veću dostupnost proizvođačima i kupcima, konkurentnije cene i bolji pristup tržišnim informacijama.</p>

<b>Specifični ciljevi</b>	<p>Ova intervencija ima sledeće specifične ciljeve:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Doprinos preznavanju potreba tržišta - time stvara uslove za bolje planiranje u čitavom lancu vrijednosti;</li><li>▪ Obezbeđivanje tehničke pomoći i obuke (mentorstvo i treniranje) u brojnim oblastima, uključujući tehnike upravljanja farmom, berbu i posle berbe, logistiku, zaštitu životne sredine i druge tehnike;</li><li>▪ Pružanje većeg pristupa nizu tržišta kojima je potreban kvalitetan poljoprivredni proizvod, a koja se bave domaćim i izvoznim tržištima;</li><li>▪ Smanjenje troškova prevoza bez potrebe dalekih putovanja u potrazi za konkurentnim tržištima;</li><li>▪ Poboljšanje doslednosti u snabdevanju i kvalitetu obezbeđivanjem mesta za skladištenje na niskoj temperaturi;</li><li>▪ Obezbeđivanje odgovarajuće klasifikacije i sortiranja sorti u skladu sa zahtevima kupaca.</li></ul>
<b>Očekivani rezultati</b>	<p>Cilj ove intervencije je postići sledeće rezultate:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Poboljšan pristup velikom broju tržišta i bolja povezanost poljoprivredne i turističke industrije;</li><li>▪ Poboljšana konzistentnost i kvalitet voća, povrća i žitarica uzgajanih u opštini Vitina;</li><li>▪ Povećan broj poljoprivrednika koji se bave poljoprivrednim delatnostima u komercijalne svrhe;</li><li>▪ Smanjeni troškovi za sve direktne aktere u lancu vrednosti;</li><li>▪ 200 novih radnih mesta stvorenih u čitavom lancu vrednosti;</li><li>▪ Poboljšano znanje o postupanju tokom i posle žetve, transportu, skladištenju, klasifikaciji, aspektima zaštite životne sredine i drugim savremenim relevantnim tehnikama.</li></ul>

<p><b>Glavne aktivnosti</b></p>	<p>Predviđene glavne aktivnosti su:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Izrada detaljne studije izvodljivosti uspostavljanja centra za sakupljanje voća, povrća i žitarica, koja pokriva tehničke, finansijske i pravne aspekte, kao i tačne modalitete vlasničke strukture;</li> <li>2) Izgradnja sabirnog centra u skladu sa poljoprivrednim potencijalima područja i arhitektonskim standardima;</li> <li>3) Postavljanje sistema koji sadrži pranje, klasiranje i hlađenje skladišta u skladu sa najvišim higijenskim standardima;</li> <li>4) Rekrutovanje osoblja koje će voditi centar i obavljati svakodnevne aktivnosti;</li> <li>5) Sprovođenje obuke za zaposleno osoblje o rukovanju, transportu, skladištenju, klasifikaciji, ocenjivanju, ekološkim aspektima i drugim savremenim relevantnim tehnikama.</li> </ol>		
<p><b>Korisnici</b></p>	<p>Ulazni snabdevači, lokalni proizvođači, prerađivači, trgovci, uposleni u oblasti gastronomije.</p>		
<p><b>Relevantni akteri</b></p>	<p><i>Konsultantska kompanija</i> - razvoj studije o izvodljivosti i mapiranje stručnjaka za obuku.</p> <p><i>Građevinsko/servisno preduzeće</i> - izgradnja objekta i instaliranje potrebnih sistema.</p> <p><i>Opština Vitina</i> - ustupanje zemlje/parcele u industrijskoj zoni i olakšavanje procesa.</p> <p><i>Agenti privatnog sektora</i> - izvođenje osnovne investicije i koordinisanje rada centra za sakupljanje.</p> <p><i>Međunarodni donatori</i> - obezbeđivanje sufinansiranja za osnivanje sabirnog centra.</p>		
<p><b>Trajanje</b></p>	<p>2 godine</p>	<p><b>Procenjena cena</b></p>	<p>400.000 €</p>

NAZIV INTERVENCIJE	OSNIVANJE LOKALNE ORGANIZACIJE FARMERA KOJA OKUPLJA PREDSTAVNIKE IZ RAZLIČITIH KATEGORIJA FARMERA U OPŠTINI VITINA
	<p>Poljoprivredni sektor u opštini Vitina karakteriše mala porodična poljoprivreda. Poljoprivrednici uglavnom posluju bez značajne podrške centralnih i lokalnih institucija. Nedostatak inkluzivnih poljoprivrednih politika, slaba saradnja između poljoprivrednika, nedostatak ljudskih kapaciteta, nedovoljno predstavljanje žena u institucionalnim telima i ograničen pristup tržištima, samo su neki od nedostataka koji doprinose stvaranju klime u kojoj se često vidi poljoprivreda kao rizična i neprofitna delatnost.</p> <p>Tokom proteklih godina, pored nekoliko ženskih prerađivača, neki lokalni farmeri su pokušali da se organizuju u razne male grupe za samopomoć. Međutim, njihovi pokušaji nisu uspeli zbog odsustva dobro uspostavljenog okvira i nedostatka podrške. Stoga je poljoprivredna struktura u ovoj oblasti prilično fragmentarna i ostavlja farmere bez značajne pregovaračke snage.</p> <p>I pored toga, tim predlaže pokretanje stvaranja organizacije lokalnih farmera koji bi im dala veću pregovaračku snagu i pomogla im da bolje artikulišu svoje potrebe putem formulisanja lokalnih poljoprivrednih politika. Osim toga, organizacija bi doprinela povećanju kapaciteta članova pružanjem različitih obuka, stvaranju jačih veza i transfera znanja i tehnologija, kao i osnaženju lokalnih poljoprivrednih proizvođača.</p>
<b>Globalni cilj</b>	<p>Uspostaviti lokalnu organizaciju farmera koju čine poljoprivrednici koji posluju u okviru opštine Vitina, čija bi glavna uloga bila artikulacija potreba ovog sektora u formulisanju i implementaciji poljoprivrednih politika razvijenih na lokalnom nivou.</p>

<b>Specifični ciljevi</b>	<p>Specifični ciljevi ove intervencije su sledeći:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Obezbediti da se svaka kategorija farmera u ciljanim podsektorima, bez obzira na njenu veličinu, uzima u obzir kada se radi o analizi pripadajućih pitanja i predloga poljoprivredne politike;</li><li>▪ Organizovati programe obuke prema potrebama tržišta, uglavnom usredsređujući se na unapređenje menadžerskih, tehničkih, komercijalnih i organizacionih kapaciteta članova, tako da mogu biti efikasniji i konkurentniji;</li><li>▪ Pomoć članovima pri kupovini ulazne vrednosti i opreme po konkurentnim cenama, a istovremeno pri zadovoljenju standarda kvaliteta.</li><li>▪ Podsticanje stvaranja sinergije kroz veze unutar sektora i sa drugim sektorima kao što je turizam, kao i iniciranje transfera znanja i tehnologija koji zauzvrat dovode do veće produktivnosti i efikasnosti;</li><li>▪ Podrška ženskim farmerima, čija uloga u velikoj meri nije pravilno ocenjena u raspodeli politika i resursa, kroz postavljanje kvota za učešće u svim strukturama i aktivnostima koje sprovodi lokalna poljoprivredna organizacija.</li></ul>
<b>Očekivani rezultati</b>	<p>Intervencijom treba postići sledeće rezultate:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Bolje poljoprivredne politike koje se bave potrebama farmera artikulisanim kroz aktivnosti zagovaranja koje organizuju farme.</li><li>▪ Jačanje kapaciteta članova organizacije tako da oni mogu biti produktivniji i efikasniji u svojim poljoprivrednim aktivnostima;</li><li>▪ Unapređena saradnja između poljoprivrednika, što dovodi do jeftinijih inputa i opreme, transfera znanja i tehnologija, i poštovanja novih standarda.</li><li>▪ Ojačane tradicionalno marginalizovane grupe iz sektora, kao što su žene, kako bi mogle lako da rešavaju svoja poljoprivredna pitanja i daju predloge.</li></ul>

<b>Glavne aktivnosti</b>	<p>Predviđene aktivnosti za realizaciju ove intervencije uključuju:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Razumevanje struktura moći među poljoprivrednicima koji rade u toj oblasti, njihovih problematičnih pitanja, kao i mogućnosti za budući razvoj;</li> <li>2) Formalno registrovanje organizacije poljoprivrednika kao NVO u skladu sa važećim zakonodavstvom na Kosovu;</li> <li>3) Identifikovanje potencijalnih lidera organizacije, davanje prioriteta onima koji imaju renomiran društveni status, poštovanje i koji su sposobni da artikuliraju stalna pitanja sa kojima se suočavaju poljoprivrednici;</li> <li>4) Razvijanje organizacione strukture farmerske organizacije u cilju definisanja funkcija i pravila koja regulišu poslovanje koje odgovara svakoj kategoriji poljoprivrednika;</li> <li>5) Izrada akcionog plana koji predviđa sve aktivnosti obuke i zagovaranja, predviđene za naredne dve godine uz jasan vremenski okvir i jasno definisane odgovornosti;</li> <li>6) Sprovođenje aktivnosti predviđenih akcionim planom i traženje sredstava za finansijsku podršku kako bi se postigla samoodrživost.</li> </ol>		
<b>Korisnici</b>	Lokalni poljoprivrednici, ruralne porodice.		
<b>Relevantni akteri</b>	<p><i>Konsultantska kompanija</i> - lakše osnivanje farme.</p> <p><i>Opština Vitina</i> - promovisanje ideje i prednosti farme među lokalnim poljoprivrednicima.</p> <p><i>Međunarodni donatori</i> - obezbeđivanje institucionalnih sredstava koja bi pomogla organizaciji da pokriva operativne troškove dok ne postane samoodrživa.</p>		
<b>Trajanje</b>	2 godine	<b>Procenjena cena</b>	50.000 €

## 6. BIBLIOGRAFIJA

1. ALBINFO Magazin 2015. br. 15 6/2015. Komuna e Vitisë, me Qendër Informativë të Turizmit.
2. CHvB Kosovo 2016. Excel tabela s listom spomenika koji pripadaju kulturnoj baštini opštine Vitina / Vitina [Primitljeno 24. 7. 2013.]
3. GAP Institut 2017. Studija samoorganizovanih zajednica. Dostupno na: [http://www.institutigap.org/documents/7607\\_organizedcommunities.pdf](http://www.institutigap.org/documents/7607_organizedcommunities.pdf) [Accessed on 21-8-2017].
4. Intervju sa direktorom za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni razvoj u opštini Vitina
5. KAS 2011. Popis 2011 [Data file].
6. KAS 2017. Turizam [Data File].
7. KAS 2014. „Poljoprivredni popis Republike Kosovo 2014“. Dostupno na: [http://ask.rks-gov.net/media/1393/english\\_quality\\_report\\_ac\\_version-final.pdf](http://ask.rks-gov.net/media/1393/english_quality_report_ac_version-final.pdf) [Pristupljeno 18. 8. 2017].
8. KAS 2016. Turistički podaci.
9. KAS 2017. Strukturno istraživanje biznisa 2016. [Data file].
10. MPŠRR 2014. Poljoprivredni popis. Dostupno na: <http://ask.rks-gov.net/media/1375/final-results.pdf> [Pristupljeno 21. 8. 2017].
11. MPŠRR 2015. Program za poljoprivredu i ruralni razvoj 2015. Dostupno na: [http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Programi\\_PBZHR\\_Final\\_MK\\_ENG\\_11PDF.pdf](http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Programi_PBZHR_Final_MK_ENG_11PDF.pdf) [Pristupljeno 17. 8. 2017].
12. MPŠRR 2016. Zeleni izveštaj 2016. Dostupno na: [http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green\\_Report\\_Kosovo\\_2016\\_Final\\_050417.pdf](http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_Kosovo_2016_Final_050417.pdf) [Pristupljeno 18. 8. 2017].
13. Opština Vitina 2016. Investirajte u Vitinu. Dostupno na: [https://issuu.com/foundation.kosovo.luxembourg/docs/2015\\_11\\_22\\_fkl\\_guide\\_eng\\_-\\_viti\\_\\_fi/14](https://issuu.com/foundation.kosovo.luxembourg/docs/2015_11_22_fkl_guide_eng_-_viti__fi/14) [Pristupljeno 25. 8. 2017].
14. Opština Vitina. Opštinski razvojni plan 2010-2020.
15. Municipality of Viti 2011. Plan za održivo upravljanje otpadom u opštini Vitina. Dostupno na: [http://helvetas-ks.org/wp/wp-content/uploads/2013/09/PLAN\\_FOR\\_SUSTAINABLE\\_WASTE\\_MANAGEMENT\\_IN\\_THE\\_MUNICIPALITY\\_OF\\_VITI\\_Eng\\_FINAL.pdf](http://helvetas-ks.org/wp/wp-content/uploads/2013/09/PLAN_FOR_SUSTAINABLE_WASTE_MANAGEMENT_IN_THE_MUNICIPALITY_OF_VITI_Eng_FINAL.pdf) [Pristupljeno 12. 9. 2017].
16. Plan za održivi razvoj. „Nacionalna razvojna strategija 2016–2021 (NDS)“. Dostupno na: [http://www.kryeministri-ks.net/repository/docs/National\\_Development\\_Strategy\\_2016-2021\\_ENG.pdf](http://www.kryeministri-ks.net/repository/docs/National_Development_Strategy_2016-2021_ENG.pdf) [Pristupljeno 22. 8. 2017].
17. OEBS 2015. Opštinski profil. Dostupno na: <http://www.osce.org/kosovo/13133?download=true> [Pristupljeno 21. 8. 2017].
18. UNWTO Svetski barometar turizma 2016. Dostupno na: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_03\\_may\\_excerpt\\_.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_03_may_excerpt_.pdf) [Pristupljeno 22. 8. 2017].
19. USAID 2016. Procena infrastrukture i kapaciteta za zamrzavanje maline na Kosovu.

---

# ANEKSI

---



## ANEKS 1: SPISAK INTERVJUISANIH AKTERA

Br.	Ime	Kategorija	Pozicija	Lokacija	Napomena	Datum intervjua
1	Fadile Demelezi	Ostali	Šef LAG	Vitina	Lokalna akciona grupa	12. jun 2017.
2	Bislim Bislimaj	Proizvođač	Farmer	Drobeš	Orasi	27. jun 2017.
3	Gëzim Sadiku	Proizvođač	Farmer	Đelekare	Pšenica, kukuruz, dinje, krompir	27. jun 2017.
4	Nexhat Mustafa	Proizvođač	Farmer	Đelekare	Dinja, kupus, krompir	27. jun 2017.
5	Kushtrim Samakova	Proizvođač	Farmer	Vitina	Pšenica	27. jun 2017.
6	Zymrie Salihu	Proizvođač	Sakupljač	Vitina	Nedrvni šumski proizvodi	27. jun 2017.
7	“AgroSodovina”	Agro Input	Vlasnik	Vitina	Kontakt: Sefedin Fetahu	27. jun 2017.
8	“Agrofarma”	Agro Input	Vlasnik	Vitina	Kontakt: Besim Sahiti	27. jun 2017.
9	“Bujqësia”	Agro Input	Vlasnik	Vitina	Kontakt Admir Selmani	27. jun 2017.
10	“Euro Coop”	Agro Input	Vlasnik	Klokot	Kontakt: Besarta Tushi	28. jun 2017.
11	Reshat Zuka	Proizvođač	Farmer	Požaranje	Maline	28. jun 2017.
12	Rrahman Jakupi	Proizvođač	Farmer	Radivojce	Kukuruz, pšenica, tikva	28. jun 2017.
13	Adnan Ismajli	Proizvođač	Farmer	Donje	Pšenica, jabuka, višnja	28. jun 2017.
14	Paulina Dokaj	Proizvođač	Farmer	Kabaš	Maline	29. jun 2017.
15	Besart Nura	Proizvođač	Farmer	Ljubište	Apples	29. jun 2017.
16	Nehat Pira	Proizvođač	Farmer	Požaranje	Maline	29. jun 2017.
17	Mustaf Ahmeti	Proizvođač	Farmer	Smira	Kukuruz i pšenica	29. jun 2017.
18	Imri Ademi	Proizvođač	Farmer	Trpeza	Kukuruz	29. jun 2017.
19	Dostan Qerimi	Proizvođač	Farmer	Trpeza	Kukuruz i pšenica	29. jun 2017.
20	Samet Ismajli	Proizvođač	Farmer	Trstenik	Maline	29. jun 2017.
21	Restorant Dajti	Turizam	Ugostiteljstvo	Grmovo	Restoran. Kontakt: Mehmet Selmani - vlasnik	3. jul 2017.
22	Restorant Illyricum Park	Turizam	Ugostiteljstvo	Letnica	Restoran. Kontakt: Shemsedin Ajeti – menadžer	3. jul 2017.
23	Restorant Dubrovniku	Turizam	Ugostiteljstvo	Letnica	Restoran. Kontakt: Milorad Šotić – vlasnik	3. jul 2017.
24	Restorant Jozefi	Turizam	Ugostiteljstvo	Stubla	Radi uglavnom tokom leta. Restoran. Kontakt: Arianit Zefi. - vlasnik	3. jul 2017.

25	Prva albanska škola	Turizam	Kulturni lokalitet	Stubla	Kontakt: Sare Gjergji i Isak Ahmeti	3. jul 2017.
26	New Church in Stubell	Turizam	Kulturni lokalitet	Stubla	Intervjui sa Sare Gjergji i Don Jeton Thaqi	3. jul 2017.
27	Mentor Rexhepi	Ostali	Helvetas	Vitina	Službenik za podršku za opštinski razvoj	3. jul 2017.
28	Crkva Binač	Turizam	Kulturni lokalitet	Binač	Intervjui sa monahinjama	4. jul 2017.
29	Fazli Neziri	Proizvođač	Farmer	Debelde	Jagoda/povrće	4. jul 2017.
30	Restoran i gostinske kuće Shpati	Turizam	Ugostiteljstvo	Debelde	Kontakt: Kemajl Sabiti (vlasnik)	4. jul 2017.
31	Crkva Crna Bogorodica	Turizam	Kulturni lokalitet	Letnica	Intervju sa sveštenikom crkve - Don Marian Lorenci	4. jul 2017.
32	Restoran „Te Shushtë“	Turizam	Ugostiteljstvo	Šušte	Restoran. Kontakt: Egzon Jashari - menadžer	4. jul 2017.
33	Emrush Azemi	Turizam	Šef omladinskog sektora	Vitina	Direkcija za kulturu, omladinu i sport	4. jul 2017.
34	Sevdije Salihu	Turizam	Službenik za kulturno nasleđe	Vitina	Direkcija za kulturu, omladinu i sport	4. jul 2017.
35	Restoran Lindi	Turizam	Ugostiteljstvo	Vitina	Restoran. Kontakt: Besnik Azemi - menadžer	4. jul 2017.
36	Merxhan Ademi	Proizvođač	Farmer	Gušica	Pasulj, maline	5. jul 2017.
37	Ganimete Emmini	Proizvođač	Farmer	Ljubište	Maline	5. jul 2017.
38	Remize Bucaliu-Gymshiti	Proizvođač	Farmer	Ljubište	Maline	5. jul 2017.
39	Muhabi Sadiku	Proizvođač	Farmer	Đelekare	Povrće	5. jul 2017.
40	Salih Salihu	Proizvođač	Farmer	Vitina	Pšenica	5. jul 2017.
41	Basri Ramizi	Proizvođač	Farmer	Vitina	Šljiva, tikva, višnja	5. jul 2017.
42	Merita Limani „Gratë e Goshicës“	Agro Asocijacija	Predsednik asocijacije	Gušica	Kolači i uzgoj maline	6. jul 2017.
43	Shefkide Shabani - „Lubishta“	Sabirni centar	Predsednik asocijacije	Ljubište	Maline i povrće / NWTP Sabirni centar	6. jul 2017.
44	Valbona Ajeti „Hortikultura“	Agro Asocijacija	Predsednik asocijacije	Gornja Slatina	Konzerve povrća	6. jul 2017.
45	Shanih Frangu „Barileva“	Sabirni centar	Sabirni centar	Donja Slatina	Otkupni centar za pšenicu	6. jul 2017.
46	Narxhivane Demelezi - „Gjelbina“	Agro Asocijacija	Predsednik asocijacije	Donja Slatina	Tradicionalna hrana	6. jul 2017.
47	Mihane Rexhepi „Gratë e Beguncës“	Agro Asocijacija	Predsednik asocijacije	Begunce	Tradicionalna hrana	11. jul 2017.
48	Mehmet Maliqi	Sabirni centar	Sabirni centar	Gušica	NWTP Sabirni centar	11. jul 2017.
49	Lumturie Azizi	Proizvođač	Farmer	Trstenik	Voće i povrće	11. jul 2017.
50	Blinera Haxhiu „Biofruti“	Prerađivač	Vlasnik	Vitina	Prerada jabuka	11. jul 2017.

## ANEKS 3: SPISAK UČESNIKA FOKUS GRUPE

BR.	LANAC VREDNOSTI	TIP	IME/PREZIME
1	POLJOPRIVREDA	PROIZVOĐAČ	Basri Ramizi
2	POLJOPRIVREDA	PROIZVOĐAČ	Xhelal Haxhiu
3	POLJOPRIVREDA	PROIZVOĐAČ	Lumturie Azizi
4	POLJOPRIVREDA	ULAZNI SNABDEVAČ	Samet Fetahu
5	POLJOPRIVREDA	PRERAĐIVAČ	Valbona Ajeti "Hortikultura"
6	POLJOPRIVREDA	PRERAĐIVAČ	Nurie Bajrami "Gratë e Goshicës"
7	POLJOPRIVREDA	FPM „FR – STUBLLA“	Nik Ramaj
8	TURIZAM	RESTORAN	Kemajl Sabiti 'Restorant Shpati'
9	POLJOPRIVREDA	CHwB (Kulturno nasleđe bez granica)	Naim Ukaj
10	POLJOPRIVREDA	CHwB (Kulturno nasleđe bez granica)	Sali Shoshi
11	OPŠTINA	Predstavnik sela Stubla	Nikollë Ukaj
12	OPŠTINA	Odeljenje za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni turizam	Veton Ademi
13	OPŠTINA	Odeljenje za poljoprivredu, šumarstvo i ruralni turizam	Granit Avdyli
14	OPŠTINA	Odeljenje za kulturu, omladinu i sport	Emrush Azemi
15	DONATORSKA ZAJEDNICA	UNDP/InTerDev 2	Mehmeti Rashiti
16	OPŠTINA	Kancelarija za podršku za biznis i investicije (ZIMB)	Mentor Rexhepi

## ANEKS 3: UPITNICI ZA INTERVJUE

### UPITNIK #1 – Lanac vrednosti poljoprivrede

Broj obrasca ankete ..... / \_\_\_\_\_ /

Naziv kompanije \_\_\_\_\_

Datum intervjuja (ddmm; ččmm..... / Datum: \_\_\_\_\_; Vreme: \_\_\_\_\_ /

Ime ispitanika \_\_\_\_\_ Starost ispitanika ..... / \_\_\_\_\_ /

(<25=1) (26-45=2)(46-60=3)(>61=4)

Pol ispitanika ..... M/Ž / \_\_\_\_\_ /

Status domaćinstva ispitanika (samo za proizvodnju na farmi) ..... M/Ž / \_\_\_\_\_ /

Telefon (za kompanije) ..... / \_\_\_\_\_ /

E-mail (za kompanije) ..... / \_\_\_\_\_ /

Opštinska lokacija

..... / \_\_\_\_\_ /

Zakonski oblik organizacije

..... / \_\_\_\_\_ /

<input type="checkbox"/> 01 Privatni farmer	<input type="checkbox"/> 02 Individualni biznis / partnerstvo	<input type="checkbox"/> 03 Društvo sa ograničenom odgovornošću	<input type="checkbox"/> 04 NVO	<input type="checkbox"/> 05 Asocijacija (udruženje)	<input type="checkbox"/> 06 Kooperativa (zadruga)
---	--	---	---------------------------------	---	--

1. Status učesnika u lancu vrednosti ..... / \_\_\_\_\_ /

<input type="checkbox"/> 01 Proizvođač / uzgajivač	<input type="checkbox"/> 03 Sabirni centar	<input type="checkbox"/> 05 Veleprodaja	<input type="checkbox"/> 07 Izvoznik	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 02 Sakupljač	<input type="checkbox"/> 04 Prerađivač	<input type="checkbox"/> 06 Maloprodaja	<input type="checkbox"/> Ostalo _____	<input type="checkbox"/>

2. Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom

.....  
Ukupno / \_\_\_\_\_ / Muškarci / \_\_\_\_\_ / Žene / \_\_\_\_\_ / Manjine / \_\_\_\_\_ /

3. Broj angažovanih sezonskih radnika.....

Ukupno / \_\_\_\_\_ / Muškarci / \_\_\_\_\_ / Žene / \_\_\_\_\_ / Manjine / \_\_\_\_\_ /

4. Da li vaša kompanija ima specijalne programe za promovisanje zapošljavanja žena?

Da /  Ne

## 5. Koji od nabrojanih useva se gaje/sakupljaju/prerađuju/prodaju/razmenjuju?

I. PODSEKTOR VOĆA		Izlaz (kg/ godišnje)	Proizvodni troškovi (EUR)	Prodajna cena (EUR)
<input type="checkbox"/>	Jabuka			
<input type="checkbox"/>	Šljiva			
<input type="checkbox"/>	Kruška			
<input type="checkbox"/>	Breskva			
<input type="checkbox"/>	Kajsija			
<input type="checkbox"/>	Trešnja			
<input type="checkbox"/>	Višnja			
<input type="checkbox"/>	Jagoda			
<input type="checkbox"/>	Malina			
<input type="checkbox"/>	Kupina			
<input type="checkbox"/>	Borovnica			
<input type="checkbox"/>	Aronija			
<input type="checkbox"/>	Orah			
<input type="checkbox"/>	Lešnik			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			
II. PODSEKTOR POVRĆA		Izlaz (kg/ godišnje)	Proizvodni troškovi (EUR)	Prodajna cena (EUR)
<input type="checkbox"/>	Paprika			
<input type="checkbox"/>	Paradajz			
<input type="checkbox"/>	Crni luk			
<input type="checkbox"/>	Kupus			
<input type="checkbox"/>	Lubenica			
<input type="checkbox"/>	Krastavac			
<input type="checkbox"/>	Beli luk			
<input type="checkbox"/>	Spanać			
<input type="checkbox"/>	Praziluk			
<input type="checkbox"/>	Šargarepa			
<input type="checkbox"/>	Tikva			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			
III. PODSEKTOR ŽITARICA		Izlaz (kg/ godišnje)	Proizvodni troškovi (EUR)	Prodajna cena (EUR)
<input type="checkbox"/>	Pšenica			
<input type="checkbox"/>	Kukuruz			
<input type="checkbox"/>	Ječam			
<input type="checkbox"/>	Ovas			
<input type="checkbox"/>	Raž			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			
<input type="checkbox"/>	Ostalo: _____			

**6. Koliko zemlje posedujete u hektarima, da li je imovina vaša ili ste pod ugovorom / pod zakupom?**

Navedite površinu zemljišta \_\_\_\_\_ (Precizirajte jedinicu mere) Broj parcela \_\_\_\_\_

**7. Koliko površinu zemlje dajete u zakup?**

Navedite površinu zemljišta \_\_\_\_\_ (jedinica mere)

Od koliko parcela se sastoji \_\_\_\_\_ (broj parcela)

**8. Prosečna starost plantaže?**

Mlada plantaža (još ne rađa) – bez plodova \_\_\_\_\_

Plantaža koja rađa – daje plodove \_\_\_\_\_

\*) Unesite broj

**9. Kako se menjao vaš obrt?**

Karakteristika	2014.	2015.	2016.
Vrednost u evrima			
Tone			
Koliko zemlje se koristi			

**10. Koliki je procenat profita u odnosu na ukupan obrt farme?**

Do 10%

10-25%

25-50%

50-75%

**11. Gde prodajete svoje proizvode? (u %)**

▪ Domaće tržište \_\_\_\_\_

▪ Inostranstvo \_\_\_\_\_

▪ Trgovci \_\_\_\_\_

▪ Direktna prodaja \_\_\_\_\_

**12. Da li vaša kompanija daje trgovinske kredite farmerima radi podrške za troškove kupovine ulaznih vrednosti zaproizvodnju?**

(Pitati samo prerađivača, sabirni centar i trgovinska preduzeća) .....  Da /  Ne

**13. Koje savetodavne usluge od navedenih koristite?**

<input type="checkbox"/>	Državni saveti
<input type="checkbox"/>	Biljne apoteke / trgovci
<input type="checkbox"/>	Privatni konsultanti
<input type="checkbox"/>	Donatorski projekti
<input type="checkbox"/>	Ne koristim ništa

\*) Obeležite samo jedan odgovor

**14. Kako promovišete svoj biznis na tržištu?**

Televizija i radio

Internet i društvene mreže

Dnevne novine i magazini

Živa reč / od usta do usta

Lokalna opština

Mi ne promovišemo biznis

Nešto drugo: \_\_\_\_\_

**15. Navedite pet glavnih smetnji koje vas spečavaju da povećate svoj poslovni profit?**

(Uručiti spisak ispitaniku i zamoliti ga da identifikuje pet najvažnijih, a potom da ih rangira od 1 do 5, gde je pod 1 najveća smetnja od svih)

OGRANIČENJA - SMETNJE	
<input type="checkbox"/>	Nedostatak novca za kupovinu ulaznih proizvodnih vrednosti
<input type="checkbox"/>	Nedostatak odgovarajućih đubriva na lokalnom tržištu
<input type="checkbox"/>	Nedostatak kvalitetnih sednica i materijala za setvu na lokalnom tržištu
<input type="checkbox"/>	Nedostatak novca za kupovinu opreme/mašinerije
<input type="checkbox"/>	Nedostatak odgovarajuće mašinerije/opreme na lokalnom tržištu
<input type="checkbox"/>	Nedostatak pristupa tržištu domaćih proizvoda
<input type="checkbox"/>	Slab kvalitet proizvoda - ne ispunjavaju tržišne standarde
<input type="checkbox"/>	Nedostatak odgovarajućih materijala za pakovanje
<input type="checkbox"/>	Žestoka konkurencija suseda
<input type="checkbox"/>	Nedovoljno raspoložive radne snage
<input type="checkbox"/>	Slab kvalitet radne snage
<input type="checkbox"/>	Neprivlačne cene proizvoda
<input type="checkbox"/>	Nedostatak kapaciteta za skladištenje

**16. Kakva vrsta obuke/treninga ili druge podrške vam je potrebna?**

(Ispitanici treba da označe (štikliraju) sve što je primenjivo. Dati spisak ispitaniku i zatražiti da identifikuje pet primarno potrebnih obuka/treninga/podrške i da ih rangira od 1 do 5, gde 1 najvažnija od svih)

POTREBE U VEZI SA OBUKOM/PODRŠKOM	
<input type="checkbox"/>	Tehnički saveti i obuka o procesima proizvodnje na farmi
<input type="checkbox"/>	Tehnički saveti i obuka o procesima na farmi posle berbe
<input type="checkbox"/>	Tehnički saveti i obuka o procesima razvijanja tržišta
<input type="checkbox"/>	Olakšavanje direktnih tržišnih veza kako bi se došlo do novih domaćih/izvoznih tržišta
<input type="checkbox"/>	Tehnički saveti i obuka o poboljšanju kvaliteta proizvoda
<input type="checkbox"/>	Tehnički saveti i obuka o razvoju novih proizvoda
<input type="checkbox"/>	Tehnički saveti i obuka radi unapređenja veština radnika (zaposlenih)
<input type="checkbox"/>	Tehnički saveti i obuka od stranih specijalista
<input type="checkbox"/>	Tehnički saveti i obuka za instaliranje hladnjača
<input type="checkbox"/>	Studijska putovanja u strane zemlje
<input type="checkbox"/>	Studijska putovanja u druga mesta na Kosovu
<input type="checkbox"/>	Učestvovanje na trgovinskim sajmovima
<input type="checkbox"/>	Pristup grantovima NOA i podugovorima
<input type="checkbox"/>	Olakšavanje projekata radi pristupa formalnim izvorima kredita (banke, druge finansijske organizacije i trgovinski krediti)
<input type="checkbox"/>	Direktna podrška za dobijanje globalnih GAP/HACCP sertifikata

**17. Gde nabavljate novčana sredstva za nabavku ulaznih vrednosti i plaćanje radnog kapitala? (označite sve što je primenjivo)**

IZVORI FINANSIRANJA	
<input type="checkbox"/>	Lični
<input type="checkbox"/>	Pozajmica od članova porodice
<input type="checkbox"/>	Banka
<input type="checkbox"/>	Kreditna zadruka
<input type="checkbox"/>	Nešto drugo
<input type="checkbox"/>	Ne mogu da dobijem kredit

**18. Na koji način se informišete o novostima i inovacijama u poljoprivredi?**

<input type="checkbox"/>	TV, radio, novine
<input type="checkbox"/>	Internet, društvene mreže
<input type="checkbox"/>	Direktan kontakt / živa reč od usta do usta
<input type="checkbox"/>	E-mail
<input type="checkbox"/>	Knjige/brošure
<input type="checkbox"/>	Asocijacije poljoprivrednika
<input type="checkbox"/>	Savetodavne usluge
<input type="checkbox"/>	Ostalo _____
<input type="checkbox"/>	Ništa

\*) Možete dati više odgovora

**19. Da li ste član poljoprivredne asocijacije u kojoj se plaća članarina?**  Da  Ne

\*) jedan odgovor (tj. za 2016)

**20. Ako ste član, označite na skali od 1 do 5 u kojoj meri ste zadovoljni radom poljoprivredne asocijacije?** (1 = vrlo zadovoljan, 5 = nezadovoljan)

1 (najbolje)  2  3  4  5 (najgore)  Nisam član

Ukupno oblast \_\_\_\_\_

\*) Unesite broj

**21. Koju vrstu transporta koristite za distribuciju svojih proizvoda?****22. Da li imate svoju mrežu kupaca? Ako imate, kolika je ta mreža?****23. Gde i od koga kupujete materijale za ulazne vrednosti?**

Vrsta sirovog materijala	Zemlja porekla	Vrsta snabdevača	Cena

**24. Da li imate svoju mrežu sakupljača? Ako imate, kolika je ta mreža?:****25. Koji je % iskorišćenosti kapaciteta?****26. Gde skladištite svoje proizvode i koji je kapacitet skladišta?****27. Da li imate garanciju standarda kvaliteta (sertifikat ili nešto slično)?****28. Da li imate hladnjaču? Ako imate, koliki je kapacitet vaše hladnjače?****29. Tokom poslednje tri godine, da li je bilo neke štete na usevima koju su pruzrokovale prirodne nepogode?** (Moguće je štiklirati više odgovora)

Grad  Mraz  Poplava  Nešto drugo



**30. Da li imate neku „bezbednosnu mrežu“ (varijantu za nepogode i slično) u svojoj proizvodnji?**

- Da  Ne

**31. Koje bolesti, štetočine i korove smatrate problemom u gajenju vaših useva? (Upišite sve tri vrste)**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**32. Kojim merama štitite useve od bolesti, štetočina i korova?**

- Hemijska zaštita
- Organska zaštita
- Insekticidi
- Herbicidi
- Gajenje
- Nešto drugo \_\_\_\_\_

\*) Može više odgovora

**33. Kako birate sredstva za zaštitu kada želite da tretirate biljke?**

- Preporuke iz poljoprivredne apoteke
- Preporuke od agromona
- Preporuke od spoljnog konsultanta/profesora
- Ranija lična iskustva
- Preporuke od savetodavnih usluga
- Ja ne koristim nikakva sredstva za zaštitu biljaka

\*) Može više odgovora

**34. Da li ste upoznati sa integralnom zaštitom?**

- Da
- Ne

**35. Da li ste upoznati sa odredbama Dobre poljoprivredne prakse (GAP) i da li to primenjujete u svojoj proizvodnji?**

- Upoznat sa sa tim i primenjujem ih
- Znam za njih, ali ih ne primenjujem
- Nisam upoznat sa tim

**36. Šta vas je navelo da uradite analizu tla?**

- Dobijanje subvencija
- Pобоljšanje kvaliteta proizvodnje
- Sertifikati
- Dobijanje grantova
- Radi boljeg korišćenja đubriva
- Nešto drugo
- Nisam nikada vršio analizu tla
- \*) Može više odgovora

**37. Kada ste poslednji put radili analizu vode koju koristite za navodnjavanje?**

- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- Nikada nisam to radio

\*) Jedan odgovor

**38. Da li pripremate đubrenje na osnovu analize tla?**

- Da
- Ne
- Nisam nikada vršio analizu tla

\*) Jedan odgovor

**39. Koju vrstu tehnike navodnjavanja primenjujete za svoje useve?**

- Kanale
- Sistem navodnjavanja „kap po kap“
- Kombinaciju
- Ne praktikujem nikakvu tehniku navodnjavanja

\*) Jedan odgovor

## **ODELJAK O OTPADU I ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE**

- 40.** Koliko otpada stvara vaša farma?
- 41.** Koje su to vrste otpada i koje su njihove količine?
- 42.** Da li odbacujete svoj otpad? Ako je odgovor DA, molimo navedite kako:
- 43.** Koliko košta tretman i odlaganje vašeg otpada?
- 44.** Koliki deo otpada na reciklažu?
- 45.** Da li ste skloni da koristite proizvode koji su biorazgradljivi, mogu da se recikliraju ili da se ponovo upotrebe?
- 46.** Da li ste voljni da potrošite malo više kako biste zaštitili životnu okolinu?
- 47.** Da li informišete i edukujete svoje osoblje u vezi sa zaštitom okoline tokom svakodnevnih aktivnosti?

## **ODELJAK U VEZI SA POTROŠNJOM VODE I ENERGIJE**

- 48.** Koja je godišnja količina vode i energije koju farma potroši?
- Voda (L): \_\_\_\_\_ euro: \_\_\_\_\_
- Energija (kW): \_\_\_\_\_ euro: \_\_\_\_\_
- 49.** Da li se oslanjate na različite izvore energije, uključujući i one koje nazivamo „čistim“?
- 50.** Koji je izvor vode koju farma koristi?
- a. Javna mreža
- b. Bunar
- c. Nešto drugo \_\_\_\_\_
- 51.** Da li primenjujete mere štednje vode prilikom navodnjavanja, čišćenja (lična higijena, alatke i oprema) i održavanja?
- 52.** Da li informišete ili edukujete svoje osoblje u vezi sa merama za štednju vode i energije?

## UPITNIK #2 – Lanac vrednosti u turizmu

Broj obrasca ankete ..... / \_\_\_\_\_ /

Naziv kompanije \_\_\_\_\_

Datum intervjua (ddmm; ččmm) ..... / Datum: \_\_\_\_\_; Vreme: \_\_\_\_\_ /

Ime ispitanika \_\_\_\_\_ Starost ispitanika ..... / \_\_\_\_\_ /

(<25=1) (26-45=2)(46-60=3)(>61=4)

Pol ispitanika ..... M/Ž / \_\_\_\_\_ /

Status domaćinstva ispitanika (samo za proizvodnju na farmi)

..... M/Ž / \_\_\_\_\_ /

Telefon (za kompanije) ..... / \_\_\_\_\_ /

E-mail (za kompanije) ..... / \_\_\_\_\_ /

Opštinska lokacija

..... / \_\_\_\_\_ /

Zakonski oblik organizacije

..... / \_\_\_\_\_ /

<input type="checkbox"/> 01 Privatno lice	<input type="checkbox"/> 02 Individualni biznis / partnerstvo	<input type="checkbox"/> 03 Društvo sa ograničenom odgovorno-šću	<input type="checkbox"/> 04 NVO	<input type="checkbox"/> 05 Asocijacija (udruženje)	<input type="checkbox"/> 06 Javni organ / institucija
---	--	--	---------------------------------	---	--

Status učesnika u lancu vrednosti ..... / \_\_\_\_\_ /

<input type="checkbox"/> 01 Smeštaj	<input type="checkbox"/> 03 Tur- operater / vodič	<input type="checkbox"/> 05 Prodaja	<input type="checkbox"/> 07 Zabava	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 02 Hrana, restoran/bar	<input type="checkbox"/> 04 Transport	<input type="checkbox"/> 06 Kulturne / turističke lokacije	<input type="checkbox"/> Ostalo _____	<input type="checkbox"/>

1. Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom .....

Ukupno / \_\_\_\_\_ / Muškarci / \_\_\_\_\_ / Žene / \_\_\_\_\_ / Manjine / \_\_\_\_\_ /

2. Broj zaposlenih sezonskih radnika .....

Ukupno / \_\_\_\_\_ / Muškarci / \_\_\_\_\_ / Žene / \_\_\_\_\_ / Manjine / \_\_\_\_\_ /

3. Da li vaša kompanija ima neki specijalan program za promovisanje zapošljavanja žena?  Da /  Ne

**4. Koja je lokacija objekta za smeštaj gostiju?**

- Selo
- Turističko mesto
- Izvan sela

**5. Koja je površina oblasti za smeštajni objekat?**

Molimo navedite preciznu površinu u m<sup>2</sup>: \_\_\_\_\_

**6. Kakva vrsta obuke vam je potrebna kako bi ste podigli kvalitet rada vaših zaposlenih?**

- Obuka za ugostiteljstvo
- Obuka za gastronomiju
- Obuka za alternativni turizam
- Tehnička obuka
- Marketinška obuka
- Nešto drugo \_\_\_\_\_

\*) Moguće je navesti više odgovora

**7. Koliko ima spavaćih soba?**

- Jednokrevetnih \_\_\_\_\_
- Dvokrevetnih \_\_\_\_\_
- Trokrevetnih \_\_\_\_\_
- Apartman za 4 ili više osoba \_\_\_\_\_

\*) Moguće je navesti više odgovora

**8. Koji je kapacitet ležaja?**

- Do 10 kreveta
- Od 10 do 20 kreveta
- Više od 20 kreveta

**9. Da li postoji restoran kao deo smeštajnih kapaciteta?**

- Da
- Ne

**10. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje DA, možete li, molimo vas, da nevedete profit koji je ostvario restoran u procentima?**

- 10 %
- 10 – 20 %
- 20 – 30 %
- 30 – 40 %
- 40 – 50 %
- 50 – 60 %
- 60 – 70 %
- 70 – 80 %
- 80 – 90 %
- Mi nemamo restoran

**11. Da li radite tokom cele godine?**

- Da
- Ne

**12. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje NE, molimo navedite u kom periodu godine radite?**

- Januar
- Februar
- Mart
- April
- Maj
- Jun
- Jul
- Avgust
- Septembar
- Oktobar
- Novembar
- Decembar
- Mi radimo tokom cele godine

**13. Kakvu uslugu smeštaja nudite?**

- Prenočište
- Noćenje i doručak
- Polupansion
- Pun pansion

**14. Koje su cene svake od usluga koju nudite?**

Prenočište \_\_\_\_\_

Noćenje sa doručkom \_\_\_\_\_

Polupansion \_\_\_\_\_

Pun pansion \_\_\_\_\_

(Cena svakog smeštaja i za svaku kategoriju izražava se u evrima (EUR))

**15. Koja je prosečna cena za obroke koje nudite?**

- Doručak \_\_\_\_\_
- Ručak \_\_\_\_\_
- Večera \_\_\_\_\_
- Bezalkoholna osvežavajuća pića \_\_\_\_\_
- Žestoka pića \_\_\_\_\_

(Prosečna cena svakog obroka izražava se u evrima (EUR) za svaku kategoriju)

**16. Da li se cena usluga menja tokom godine?**

- Da     Ne

**17. Ako se cena menja tokom godine, kakva je dinamika kretanja/promene cena?**

- Sniženje van sezone
- Povećanje tokom sezone
- Cene su iste tokom cele godine

**18. 18. Koje su najniže, a koje najviše cene za smeštaj?**

- Jednokrevetna \_\_\_\_\_
- Dvokrevetna \_\_\_\_\_
- Trokrevetna \_\_\_\_\_
- Apartmani za 4 ili više osoba \_\_\_\_\_

**19. Da li cene smeštaja variraju tokom godine?**

- Da
- Ne

**20. Ako se cena smeštaja menja tokom godine, koja je dinamika promena cene?**

- Sniženje van sezone
- Povećanje u sezoni
- Cene ostaju iste tokom cele godine

**21. Koje dodatne usluge nudite?**

- Prostoriju za zabavu
- Perionicu za veš
- Fitnes
- Gastronomija / organska hrana
- Pešačenje
- Spa centar
- Planinski biciklizam
- Paraglajding
- Jahanje konja
- Planinarstvo
- „Rafting“ na reci
- Agroturizam
- Nešto drugo

\*) Moguće je dati više odgovora

**22. Ako nemate u ponudi usluge iz prethodnog pitanja, da li planirate da proširite svoje usluge u smeru alternativnog turizma u budućnosti?**

- Da
- Ne
- Ja već imam usluge alternativnog turizma

**23. Ukoliko nudite alternativne usluge, da li se njihova cena menja tokom godine?**

- Da
- Ne

**24. Ako se cena dodatnih usluga menja tokom godine, koja je dinamika kretanja cene?**

- Sniženje van sezone
- Povećanje u sezoni
- Cene ostaju iste tokom cele godine

**25. Da li ste deo bilo kojeg paketa koje nude tur-operateri ili turistički vodiči? Ako je odgovor DA, molimo navedite o kakvom se paketu radi i koji je vaš udeo:**

**26. Koliko je vaš godišnji obrt?**

- Do 5.000 evra
- Između 5.000 i 10.000 evra
- Između 10.000 i 30.000 evra
- Iznad 30.000 evra

**27. U koliko meri su vaši kapaciteti popunjeni po mesecima? (Iskazano kao procenat od ukupnog kapaciteta)**

- Januar \_\_\_\_\_
- Februar \_\_\_\_\_
- Mart \_\_\_\_\_
- April \_\_\_\_\_
- Maj \_\_\_\_\_
- Jun \_\_\_\_\_
- Jul \_\_\_\_\_
- Avgust \_\_\_\_\_
- Septembar \_\_\_\_\_
- Oktobar \_\_\_\_\_
- Novembar \_\_\_\_\_
- Decembar \_\_\_\_\_

**28. Koja je prosečna dužina boravka vaših gostiju po mesecima? (Iskazano u broju dana)**

- Januar \_\_\_\_\_
- Februar \_\_\_\_\_
- Mart \_\_\_\_\_
- April \_\_\_\_\_
- Maj \_\_\_\_\_
- Jun \_\_\_\_\_
- Jul \_\_\_\_\_
- Avgust \_\_\_\_\_
- Septembar \_\_\_\_\_
- Oktobar \_\_\_\_\_
- Novembar \_\_\_\_\_
- Decembar \_\_\_\_\_

**29. Koja je prosečna starosna struktura gostiju?**

Molimo navedite prosečnu starost: \_\_\_\_\_

**30. Koja je proporcija (odnos) između domaćih i stranih gostiju?**

- Strani: \_\_\_\_\_%      Domaći: \_\_\_\_\_%

**Ukoliko ste primetili promenu u broju posetilaca tokom poslednjih 5 godina, molim navedite da li broj gostiju:**

- Opada (postepeno)
- Opada (drastično)
- Raste (postepeno)
- Raste (drastično)
- Nismo primetili nikakvu promenu

**31. Kako promovirate svoj biznis na tržištu?**

- Televizija i radio
- Internet i društvene mreže
- Dnevne novine i magazini
- Reči od usta do usta
- Lokalna opština
- Mi ne promoviramo svoj biznis

**32. Ko je zadužen za marketing i promotivne aktivnosti?**

- Neko od zaposlenih
- Spoljno lice/ konsultant
- Marketing agencija
- Mi nemamo takvo radno mesto

**33. Da li ste ikada koristili konsultantske usluge?**

- Da       Ne

**34. Ukoliko jeste, kakvu vrstu konsultantskih usluga ste koristili?**

- Finansijske
- Gastronomske
- Ugostiteljske
- Pravne
- Marketinške
- Nismo koristili

**35. Molimo ocenite nivo zadovoljstva rezultatima iz konsultantskih usluga koje ste koristili:**       1     2     3     4     5     nisu korišćene

**Ako niste do sada koristili konsultantske usluge, da li razmišljate da ih koristite u budućnosti?**  Da     Ne

**36. Ako niste koristili konsultantske usluge, molimo navedite koje usluge smatrate korisnim za razvoj biznisa:**

**37. Koja vrstu eksperta biste želeli da vam bude na raspolaganju za konsultantske usluge?**

- Konsultant
- Pravni ekspert
- Marketing agencija
- Ekspert iz obrazovne institucije
- Ekspert iz relevantne institucije
- Računovođa



## ODELJAK U VEZI SA HRANOM

**38. Da li trenutno koristite lokalnu hranu (hranu koja je putovala manje od 80 kilometara)? Ako je odgovor DA, odgovorite na pitanja ispod / ako je odgovor NE, pređite na pitanje 43.**

- a. Koju lokalnu hranu koristite? \_\_\_\_\_
- b. Kako je obično nabavljate? \_\_\_\_\_
- c. Da li koristite neku specijalitetnu hranu (tj. internacionalnu, retku ili neobičnu)? Kako se to nabavlja? \_\_\_\_\_
- d. Da li imate bilo kakav ugovorni sporazum sa farmerima od kojih kupujete? \_\_\_\_\_
- e. Da li nailazite na neke prepreke kada nabavljate lokalnu hranu? \_\_\_\_\_
- f. Da li ste imali neke koristi od korišćenja lokalne hrane? \_\_\_\_\_
- g. Koje su godišnje količine lokalnih proizvoda koje kupite? \_\_\_\_\_

**39. Da li koristite lokalnu hranu (iz Vitine)?**  Da  Ne

- a. Kako trenutno nabavljate vašu hranu? \_\_\_\_\_
- b. Da li koristite neku specijalitetnu hranu (tj. internacionalnu, retku ili neobičnu)? Kako se to nabavlja? \_\_\_\_\_
- c. Koje prepreke doživljavate kada kupujete lokalnu hranu? \_\_\_\_\_
- d. Da li ste imali iskustva u nabavci, pripremi ili marketingu i trgovini sa lokalnom hranom? \_\_\_\_\_
- e. Da li biste bili zainteresovani da koristite lokalnu hranu u budućnosti? \_\_\_\_\_
- f. Da li postoji neki razlog zašto ne biste koristili lokalnu hranu? \_\_\_\_\_

## **ODELJAK U VEZI SA ZAŠTITOM VODE I ŽIVOTNE OKOLINE**

- 40.** Da li znate koliko otpada stvaraju vaši objekti?
- 41.** Da li odbacujete svoj otpad? Ako je odgovor DA, navedite kako:
- 42.** Koje vrste otpada se stvaraju i koja je njihova količina?
- 43.** Koliki je trošak za tretman i odlaganje vašeg otpada?
- 44.** Koliki je deo recikliranog otpada hotela?
- 45.** Da li radije koristite proizvode koji su biorazgradljivi, mogu da se recikliraju ili ponovo upotrebe?
- 46.** Da li obraćate pažnju na procese koji postoje u pripremi proizvoda?
- 47.** Da li nabavljate uređaje i drugu opremu koja je dizajnirana za minimum potrošnje vode i energije?
- 48.** Da li ste voljni da potrošite malo više kako biste zaštitili životnu okolinu?
- 49.** Da li pitate svoje snabdevače o njihovim praksama po pitanju zaštite okoline?
- 50.** Da li informišete i edukujete osoblje o ispravnim procedurama?

## **ODELJAK U VEZI SA POTROŠNJOM ENERGIJE I VODE**

- 51.** Koja je količina vode i energije koju vaši objekti potroše godišnje?  
Voda (L): \_\_\_\_\_ EUR: \_\_\_\_\_  
Energija (kW): \_\_\_\_\_ EUR: \_\_\_\_\_
- 52.** Da li se oslanjate na različite izvore energije, uključujući i one koje nazivamo „čistim“?
- 53.** Koji je izvor vode koju koristi hotel?
- Javna mreža
  - Bunar
  - Nešto drugo \_\_\_\_\_
- 54.** Da li primenjujete mere štednje vode u hotelu?
- 55.** Da li informišete i edukujete osoblje o ispravnim procedurama?

## UPITNIK #3 – Ulazni snabdevači

Broj obrasca za anketu ..... / \_\_\_\_\_ /

Naziv kompanije \_\_\_\_\_

Datum intervjua (ddmm; ččmm) ..... / Datum: \_\_\_\_\_; Vreme: \_\_\_\_\_ /

Ime ispitanika \_\_\_\_\_ Starost ispitanika ..... / \_\_\_\_\_ /

(<25=1) (26-45=2)(46-60=3)(>61=4)

Pol ispitanika ..... M/Ž / \_\_\_\_\_ /

Status domaćinstva ispitanika (samo za proizvodnju na farmi)

..... M/Ž / \_\_\_\_\_ /

Telefon (za kompanije) ..... / \_\_\_\_\_ /

E-Mail (za kompanije) ..... / \_\_\_\_\_ /

Opštinska lokacija

..... / \_\_\_\_\_ /

Zakonski oblik organizacije

..... / \_\_\_\_\_ /

<input type="checkbox"/> 01 Privatno lice	<input type="checkbox"/> 02 Individualni biznis / partnerstvo	<input type="checkbox"/> 03 Društvo sa ograničenom odgovorno-šću	<input type="checkbox"/> 04 NVO	<input type="checkbox"/> 05 Asocijacija	<input type="checkbox"/> 06 Javno telo / institucija
---	--	--	---------------------------------	--	---

56. Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom .....

Ukupno / \_\_\_\_\_ / Muškarci / \_\_\_\_\_ / Žene / \_\_\_\_\_ / Manjine / \_\_\_\_\_ /

57. Broj angažovanih sezonskih radnika .....

Ukupno / \_\_\_\_\_ / Muškarci / \_\_\_\_\_ / Žene / \_\_\_\_\_ / Manjine / \_\_\_\_\_ /

58. Da li vaša kompanija ima specijalne programe za promovisanje zapošljavanja žena

Da /  Ne

59. Navedite glavnu aktivnost (aktivnosti) kompanije, od koje zarađuje svoj prihod:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**60. Navedite bilo kakve sekundarne aktivnosti od kojih preduzeće stiče prihode:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**61. Pružanje usluga (kategorija usluga)?**

a. Agronomske ulazne vrednosti (Đubriva, poljoprivredne mašine, hemikalije itd.)  
\_\_\_\_\_

b. Poljoprivredne prakse \_\_\_\_\_

c. Veterinarske usluge \_\_\_\_\_

d. Tržišne informacije \_\_\_\_\_

e. Obezbeđivanje novih tržišta \_\_\_\_\_

f. Kontrola / sertifikati kvaliteta \_\_\_\_\_

g. Finansijska podrška \_\_\_\_\_

h. Berba useva \_\_\_\_\_

i. Snabdevači sadnicama/semenom \_\_\_\_\_

j. Ostalo \_\_\_\_\_

	Kategorija proizvoda/ usluga	„Koje konkretne usluge pružate?“ [navedite detalje]	Br. klijenata po sezoni			Oblast / Opština	Neto prihod / od usluge
			Ukupno	Muškarci	Žene		
1							
2							
3							
4							
5							
6							

**62. Kako nalazite svoje klijente?**

	Izvor informacija / modaliteti	Ako je odgovor DA, precizirajte (navedite detalje)	Koliko su česti kontakti?
1	Od vašeg poslodavca / organizacije		
2	Od privatne kompanije (npr. kompanija za seme / đubrivo)		
3	Organizacija zatraži od vas da pružite usluge		
4	Vi kontaktirate projekat / organizaciju		
5	Farmeri kontaktiraju vas		
6	Vi kontaktirate pojedinačne farmere		
7	Vi kontaktirate farmerske grupe (predstavnike)		
8	Vi kontaktirate članove organizacije farmera		
9	Nešto drugo (navedite)		

**63. Kako promovišete svoj biznis na tržištu?**

- Televizija i radio
- Internet i društvene mreže
- Dnevne novine i magazini
- Reč od usta do usta
- Lokalna opština
- Mi ne promovišemo biznis
- Nešto drugo: \_\_\_\_\_

**63. Količina prihoda od prodaje proizvoda/usluga, prosek za zadnje 3 godine?**

\_\_\_\_\_ EUR \*) Unesite broj

**65. Godišnji obrt preduzeća?**

- Do 5.000€
- 5.000-10.000€
- 10.000-30.000€
- 30.000-100.000€
- Preko 100.000€

**66. Koliko je procenat profita u odnosu na ukupan obrt na farmi?**

- Do 10%
- 10-25%
- 25-50%
- 50-75%
- 75-100%

**67. Na koji način se informišete o novostima i inovacijama u poljoprivredi?**

- TV, radio, novine
- Internet, društvene mreže
- Direktan kontakt / živa reč od usta do usta
- E-mail
- Knjige/brošure
- Poljoprivredne asocijacije
- Savetodavne usluge

*\*) Moguće je dati više odgovora*

**68. Da li ste član poljoprivredne organizacije u kojoj se plaća članarina?**

- Da
- Ne

**69. Ako ste član, na skali od 1 do 5 označite u kojoj meri ste zadovoljni radom poljoprivredne asocijacije?** (označite („štiklirajte“) jedan odgovor - 1 nezadovoljan, 5 veoma zadovoljan)

- 1       2       3       4       5       Ja nisam član

**70. Da li ste ikada učestvovali na nekoj obuci – treningu u vezi sa poljoprivredom?**

- Da     Ne

**71. Kakvu vrstu poljoprivredne obuke ste pohađali?**

- Obuka za nove proizvodne tehnologije
- Obuka o navodnjavanju
- Obuka o đubrenju
- Obuka o zaštiti useva
- Nešto drugo \_\_\_\_\_
- Nisam bio/bila na obuci

*\*) Moguće je dati više odgovora*

**72. Kakva vrsta obuke bi, po vašem mišljenju, poboljšala vaše usluge?**

- Obuka o tome kako se prijaviti za grantove i kako ih koristiti
- Umrežavanje
- Računovodstvo
- Obuka o tome kako uvesti nove tehnologije
- Obuka o boljem pozicioniranju proizvoda na tržištu
- Kursevi o primeni agroekoloških operacija
- Nešto drugo \_\_\_\_\_

**73. Koje eksperte biste voleli da vidite kao svoje edukatore?**

- Agronomi
- Konsultanti
- Profesori iz obrazovnih institucija
- Poljoprivredne asocijacije
- Iskusni predavači iz profesije
- Neko drugi \_\_\_\_\_

**74. Koji su izazovi i teškoće sa kojima se suočavate?**

“Tokom poslednje tri godine, da li ste se suočavali sa problemima ili teškoćama dok ste pružali usluge klijentima?”

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**75. Navedite na koji način rešavate probleme sa kojima se suočavate**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**ODELJAK U VEZI SA ZAŠTITOM ŽIVOTNE SREDINE**

**76.** Koliko otpada stvara vaš biznis?

**77.** Koja je vrsta i količina tog otpada?

**78.** Da li sortirate svoj otpad? Ako je odgovor DA, kako:

**79.** Da li odbacujete svoj otpad? Ako je odgovor DA, precizirajte kako:

**80.** Koliki su troškovi tretmana i odlaganja vašeg otpada?

**81.** Koliki deo poslovnog otpada se reciklira?

**82.** Da li preferirate ili nudite biorazgradive proizvode, one koji mogu da se recikliraju ili mogu da se ponovo koriste?

**83.** Da li informišete klijente o zaštiti životne sredine u njihovim svakodnevnim aktivnostima?

**ODELJAK U VEZI SA ENERGIJOM I POTROŠNOM VODE**

**84.** Da li koristite hladnjaču za svoje proizvode?

Ako je odgovor DA, koliko prosečno godišnje trošite za energiju?

Energija (kW): \_\_\_\_\_ EUR: \_\_\_\_\_

Ako je odgovor DA, da li koristite energetske efikasne opreme? Ako je odgovor DA, iz kojih razloga (zaštita okoline ili smanjenje troškova za energiju)?

**85.** Da li se oslanjate na različite izvore energije, uključujući i one koje nazivamo „čistim“?

**86.** Da li informišete svoje klijente o merama za štednju energije i vode?

