



USAID
NGA POPULLI AMERIKAN
OD AMERIČKOG NARODA



Sweden
Sverige



AKTIVITET I PROJEKTIT TË USAID PËR FUQIZIMIN (EMPOWER) E SEKTORIT PRIVAT – NË PARTNERITET ME SIDA

ANALIZA E SITUATËS AKTUALE NË SEKTORIN E TURIZMIT NË KOSOVË



PRILL 2018

EMPOWER - Aktivitet për Fuqizimin e Sektorit Privat

ANALIZË E GJENDJES AKTUALE NË SEKTORIN E TURIZMIT NË KOSOVË

Ky raport është prodhuar për shqyrtim nga Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar dhe Agjencia Suedeze për Zhvillim Ndërkombëtar (Sida).

Përgatitur nga:

Blerina Dula

Dorëzuar nga:

Cardno Emerging Markets USA, Ltd.

Dorëzuar për:

USAID/Kosovë

Data e lëshimit:

Prill 2018

Nr. i kontratës:

AID-167-C-14-00005 EMPOWER Sektori Privat

MOHIM I PËRGJEGJËSISË:

Ky raport është bërë i mundur me mbështetjen e popullit amerikan përmes Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID). Përmbajtja e këtij raporti është përgjegjësi e vetme e Cardno Emerging Markets USA, Ltd. dhe nuk pasqyron domosdoshmërisht pikëpamjet e USAID-it ose të Qeverisë së Shteteve të Bashkuara..

Tabela e Përmbajtjeve

LISTA E AKRONIMEVE	6
Përmbledhje Ekzekutive	7
Hyrje	7
Përkufizimi i turizmit dhe karakteristikat e tij	8
Legjislacioni aktual në sektorin e turizmit në Kosovë	9
Niveli i mbështetjes së qeverisë për sektorin e turizmit	11
Bashkëpunimi ndërsektorial - ndikimi i institucioneve të tjera në performancën e industrisë së turizmit	13
Statistikat dhe turizmi	14
Anëtarësimi i Kosovës në organizata ndërkombëtare për turizëm dhe statistika.....	21
Gjendja aktuale e mjedisit në Kosovë, problemet dhe rëndësia në turizëm	23
Lumenjtë dhe menaxhimi i mbeturinave si shqetësime madhore që lidhen në mënyrë specifike me turizmin	23
Direktivat e BE-së për mjedisin dhe niveli i përafrimit të legjislacionit të Kosovës	25
Shqetësimet dhe gjetjet nga akterët e turizmit dhe organizatat ndërkombëtare.....	25
Roli i Organizatës Kombëtare të Turizmit (OKT).....	29
Segmentimi i tregut të turizmit - përfitimet dhe efektet në zhvillimin e strategjisë së turizmit	31
Përkufizimi.....	31
Përfitimet dhe kërkesat e segmentimit	31
Metodat dhe teknikat e përdorura në përgjithësi për segmentimin e tregut të turizmit	32
Segmentimi i tregut të turizmit dhe burimet potenciale në Kosovë.....	32
Oferta dhe kërkesa në turizëm	34
Destinacionet dhe ngjarjet kryesore turistike në Kosovë.....	35
Destinacionet më të popullarizuara në Kosovë	36
Projektet e BE-së për bashkëpunim ndërkufitar (BNK) dhe ndikimi i tyre në zhvillimin e turizmit lokal.....	37

Sfidat/çështjet kryesore që mbulohen nga Programi BNK	38
Aplikuesit e kualifikueshëm	38
Zonat e kualifikueshme dhe ato të afërta të mbuluara nga Programi IPA 2007 – 2013 BNK (projektet e përbashkëta me shtetet fqinje).....	38
<i>Roli i organizatave ndërkombëtare për turizmin në Kosovë</i>	<i>40</i>
<i>Niveli i ndërgjegjësimit të komunitetit mbi turizmin</i>	<i>40</i>
<i>Shkollimi për turizëm në Kosovë</i>	<i>41</i>
<i>Trashëgimia kulturore në Kosovë</i>	<i>43</i>
<i>Infrastruktura rrugore, hartëzimi dhe shënjimi i pikave dhe atraksioneve turistike ..</i>	<i>43</i>
<i>Standardet e cilësisë në sistemin e kategorizimit të turizmit dhe hoteleve</i>	<i>44</i>
Sistemi i klasifikimit të hoteleve në Kosovë.....	45
<i>Politikat e vizave për vizitorët e huaj</i>	<i>46</i>
<i>Qendrat e Informacionit Turistik (QIT).....</i>	<i>48</i>
<i>Kërkimi dhe Shpëtimi (KSh).....</i>	<i>50</i>
<i>Turizmi i qasshëm</i>	<i>50</i>
<i>Niveli i Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit (TIK) dhe i prezencës në internet të sektorit të turizmit në Kosovë.....</i>	<i>52</i>
<i>Analiza SWOT e gjendjes aktuale të turizmit në Kosovë</i>	<i>53</i>
<i>Qasjet strategjike për institucionet shtetërore mbi zhvillimin e politikave për turizëm të qëndrueshëm</i>	<i>55</i>
<i>Konkluzion.....</i>	<i>57</i>
<i>Rekomandimet</i>	<i>58</i>
<i>REFERENCAT</i>	<i>64</i>
<i>Shtojca A:</i>	<i>65</i>
<i>Shtojca B:</i>	<i>66</i>

LISTA E AKRONIMEVE

ATM	Tregu Arab i Udhëtimeve	AKT	Ajencia Kombëtare e Turizmit
CAGR	Norma e rritjes së përbërë vjetore	OKT	Organizata Kombëtare e Turizmit
BNK	Bashkëpunimi ndër-kufitar	O&M	Operimi dhe Mirëmbajtja
COTTM	Tregu i udhëtimeve dhe turizmit dalës i Kinës	PPP	Partneritetet Publiko Private
OMD	Organizatë e Marketingut të Destinacionit	PPSE	Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat
DNP	Destinacioni Naturë Paris	PR	Marrëdhëniet me Publikun
EMITT	Turizmi dhe Udhëtimi Ndërkombëtar i Mesdheut Lindor	TM	Tremujori 1, 2, 3, 4
ETC	Komisioni Evropian i Udhëtimeve	KSh	Kërkimi dhe Shpëtimi
BE	Bashkimi Evropian	NVM	Ndërrmarjet e Vogla dhe të Mesme
BPV	Bruto Produkti Vendor	SWOT	Përparësitë, Dobësitë, Mundësitë dhe Kërcënimet
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit	AU	Agjent i Udhëtimeve
HOTREC	Sistemi i Klasifikimit për Hotelet, Restorantet, Kafenetë–	TAIEX	Asistenca Teknike dhe Shkëmbimi i Informacionit
BNj	Burimet njëzëore	QIT	Qendra e Informacionit Turistik
TIK	Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit	OT	Operator Turistik
IPA	Instrumenti i Para-Anëtarësimit	UNDP	Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim
ITB	Bursa Ndërkombëtare e Turizmit	UNECE	Komisioni Ekonomik i Kombeve të Bashkuara për Evropën
ASK	Agjencia e Statistikave të Kosovës	UNESCO	Organizata e Kombeve të Bashkuara për Arsim, Shkencë dhe Kulturë
SHTAK/KATA	Shoqata e Turizmit Alternativ të Kosovës	UNWTO	Organizata Botërore e Turizmit e Kombeve të Bashkuara
KIESA	Agjencia për Investime dhe Përkrahjen e Ndërmarrjeve në Kosovë	USAID	Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar
KTK	Këshilli i Turizmit të Kosovës	TVSH	Tatimi mbi Vlerën e Shtuar
MBPZHR	Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural	QV	Qendra e Vizitorëve
MKRS	Ministria e Kulturës, Rinisë dhe Sportit	MAV	Miq dhe të afërm vizitorë
MMPH	Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor	WTM	Tregu Botëror i Udhëtimeve
MASHT	Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë	WTTC	Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit
MICE	Takime, Incentiva, Konferenca dhe Evente	VnV	Nga Viti në Vit
MAPL	Ministria e Administrimit të Pushtetit Lokal		
MTI	Ministria e Tregtisë dhe Industrisë		
OJQ	Organizatë Joqeveritare		

Përmbledhje Ekzekutive

Ky raport ofron një analizë të plotë dhe një vlerësim të situatës aktuale në sektorin e turizmit në Kosovë.

Metodat e analizës përfshijnë rishikimin e të dhënave statistikore, konsultimet me akterët vendorë dhe ndërkombëtarë të turizmit, hulumtimet mbi çështjet mjedisore të lidhura me turizmin dhe nivelin aktual të arsimit dhe vetëdijesimit mbi turizmin. Gjithashtu, raporti përfshin analiza shtesë dhe ofron zgjidhje nga praktikat më të mira në këtë industri, duke theksuar nevojën për disa nga komponentët jetik të munguar e që janë thelbësorë për një performancë të suksesshme të turizmit. Për më tepër, janë konsultuar një sërë raportesh të mëparshme të ekspertëve mbi turizmin në Kosovë me qëllim të kuptimit më të qartë të situatës.

Rezultati i kësaj analize tregon se disa nga çështjet më urgjente që frenojnë këtë industri, janë gjetë të jenë ato që janë thelbësore në krijimin e një turizmi të qëndrueshëm dhe të suksesshëm, siç janë: legjislacioni i turizmit; strategjia kombëtare, niveli i mbështetjes financiare dhe struktura organizative e turizmit në institucionet qeveritare; infrastruktura; mjedisi; statistikën dhe bazat e të dhënave; etj. Përveç kësaj, gjetje dhe rekomandime të tjera të rëndësishme janë dhënë në fund të këtij raporti, si: marketingu; bashkëpunimi ndër-sektorial; standardet e cilësisë; arsimimi dhe vetëdijesimi; etj.

Gjetjet nga ky raport tregojnë se situata e përgjithshme e sektorit të turizmit në Kosovë nuk është pozitive sa i përket menaxhimit dhe planifikimit të tij nga institucionet qeveritare, kur merret parasysh trendi në rritje i interesit të treguar nga turistët për rajonin e Ballkanit Perëndimor, duke përfshirë Kosovën.

Rekomandohet që akterët kryesorë të turizmit (gjegjësisht institucionet qeveritare, shoqatat, sektori privat, etj.) të mobilizohen së bashku për të përshpejtuar procesin e reformave shumë të nevojshme që duhet të ndërmerren në këtë industri. Siç është theksuar në këtë raport, madhësia dhe kompleksiteti i reformave që duhet të ndërmerren nuk lejon zhagjitjen e mëtejshme të zhvillimeve të duhura që do të përcaktojnë suksesin në të ardhmen të sektorit të turizmit në Kosovë dhe konkurrueshmërinë e tij në rajon.

Hyrje

Nevoja për ndërhyrje urgjente në fushën e turizmit në Kosovë ka çuar në angazhimin dhe mobilizimin e palëve kryesore të interesit për t'u përqendruar në gjetjen e zgjidhjeve për çështjet e shumta me të cilat kjo industri është përballur për një periudhë të gjatë kohore. Si rezultat, kohët e fundit është krijuar Këshilli i Turizmit të Kosovës si një organ këshillues për të koordinuar aktivitetet e institucioneve me qëllim të zhvillimit të politikave të qëndrueshme të turizmit që do të ndryshonin dhe përmirësonin gjendjen aktuale të rënduar të sektorit.

Ky raport fokusohet në analizimin e gjendjes aktuale të sektorit të turizmit në Kosovë. Qëllimi kryesor i tij dhe rezultatet e pritshme janë paraqitja e të gjeturave nga analiza e të dhënave

ekzistuese në dispozicion (të dhënat dytësore) mbi turizmin duke përfshirë raportet e mëparshme të ekspertëve të së njëjtës natyrë. Për më tepër, të dhëna primare janë mbledhur dhe hulumtuar për të dhënë një tablo më të gjerë dhe më të qartë të gjendjes së industrisë së turizmit në Kosovë sot, dhe për të ofruar këshilla, sugjerime dhe rekomandime mbi atë se si të krijohet infrastruktura bazë dhe të krijohen politika të duhura për zhvillimin e mëtejshëm të turizmit.

Përderisa turizmi në shumë shtete kontribuon me një pjesë të madhe në Bruto Produktin Vendor (BPV), nuk është për t'u habitur që kjo industri është bërë prioritet për qeveritë dhe bizneset si një nga sektorët më të besueshëm për të investuar dhe për ta zhvilluar. Rëndësia gjithnjë në rritje e turizmit dhe efektet e tij mbi ekonominë, krijimin e vendeve të punës dhe zhvillimin e komunitetit lokal, ka çuar në një qasje më serioze nga shtete të ndryshme në mbarë botën për të zhvilluar politika të qëndrueshme dhe për të adaptuar praktikën më të mira nga ky sektor.

Sipas Këshillit Botëror të Udhëtimit dhe Turizmit (WTTC) 2017¹, udhëtimet dhe turizmi në vitin 2016 gjeneruan rreth 7.6 trilionë dollarë ose më shumë se 10% të BPV-së botërore, duke krijuar më shumë se 290 milionë vende pune (1 në 10 vende pune në ekonominë botërore). Kjo përbënte 6.6% të totalit të eksporteve globale dhe rreth 30% të totalit të eksporteve globale të shërbimeve. Trendi i rritjes së udhëtimeve dhe turizmit (më shumë se 3%) tejkaloi atë të ekonomisë globale (2.5%) dhe është regjistruar të ketë rritjen më të madhe në krahasim me shërbimet financiare dhe të biznesit, prodhimin, shërbimet publike, tregtinë me pakicë dhe distribuimin dhe transportin.

Kosova megjithatë, duke marrë parasysh pozicionin e saj strategjik gjeografik në Ballkanin Perëndimor, ku tregu është i pjekur, ende nuk ka shfrytëzuar avantazhin nga trendet e rritjes së turizmit, gjë që ka rezultuar që turistët në përgjithësi të anashkalojnë Kosovën dhe për këtë arsye të shpenzojnë më pak para dhe netë qëndrimi në vend. Në këtë drejtim, nevojitet një ekzaminim dhe identifikim i hollësishëm i faktorëve kontribues që kanë çuar në këtë situatë me shpresën që të shërbejë si një hap i rëndësishëm drejt përmirësimeve dhe zhvillimeve pozitive në këtë industri.

Gjatë përgatitjes së këtij raporti janë konsultuar akterë të ndryshëm të turizmit (publik dhe privat) si dhe janë mbajtur takime të ndara për të mbledhur informata të rëndësishme për zhvillimet e kaluara dhe të tanishme në sektorin e turizmit.

Përkufizimi i turizmit dhe karakteristikat e tij

Turizmi sot është një nga sektorët më të rëndësishëm dhe më dinamik të ekonomisë botërore dhe konsiderohet të jetë një fenomen kompleks dhe i larmishëm. Është kompleks pasi që përfshin kryerjen e një numri të madh aktiviteteve (p.sh. nga shërbimet e transportit ujor, hekurudhor, rrugor dhe ajror të udhëtarëve e deri tek hotelet, restorantet, dyqanet e suvenireve, bankat dhe tregtinë me pakicë) e që janë të organizuara dhe të koordinuara me njëra-tjetrën. Është e rëndësishme të kuptojmë se të bërit gabim në përkufizimin e turistit nënkupton të bërit gabime në misionin tonë dhe rrjedhimisht krijimin e politikave të gabuara të turizmit.

¹ Ndikimi Ekonomik Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit (2017)

Ekziston një lidhje e ngushtë ndërmjet misionit tonë dhe përkufizimit të një turisti dhe/apo turizmit. Në fakt, vetëm duke ditur dhe definuar saktësisht se çfarë janë turistët dhe çfarë përfaqëson turizmi, bëhet i mundur kuptimi më i mirë i ndikimit ekonomik të këtij fenomeni dhe dallimi më i saktë i shpenzimeve dhe qarkullimit, dhe si rezultat i kësaj, hartimi i politikave që do të mundësonin që sektori të lulëzojë në një mënyrë të qëndrueshme.

Në mesin e studiuesve të turizmit nuk ka konsensus të qartë mbi përkufizimet, megjithatë është gjetur në përgjithësi se ekzistojnë tre elemente ose dimensione themelore që gjithmonë përfshihen në definimin e një turisti dhe të cilat janë: motivimi, hapësira dhe koha.

Tre llojet themelore të turizmit janë: turizmi vendor (rezidentët që udhëtojnë vetëm brenda vendit të tyre), hyrës (jorezidentët që udhëtojnë në një shtet të caktuar) dhe turizmi dalës (rezidentët që udhëtojnë në një vend tjetër).

Është e rëndësishme të theksohet se një aktivitetet përbën turizëm vetëm kur konsumatorët janë turistë. Në këtë kontekst, studimi i faktorëve motivues si ndikimet shoqërore dhe psikologjike, si dhe hulumtimet dhe analizat gjithëpërfshirëse mbi sjelljet e konsumatorëve përdoren gjerësisht sot në fushën e turizmit për të përcaktuar dhe shënjestruar më mirë tregjet potenciale.

Legjislacioni aktual në sektorin e turizmit në Kosovë

Legjislacioni në industrinë e turizmit, si në të gjithë sektorët e tjerë, është një shtyllë themelore që shërben për të rregulluar dhe monitoruar organizimin dhe operimin e të gjitha fushave që lidhen me aktivitetet e turizmit. Gjatë viteve, për shkak të rritjes së kompleksitetit dhe konkurrencës në këtë industri, janë zhvilluar reforma të ndryshme dhe përditësime në legjislacionin e turizmit në vendet me potencial turistik në mënyrë që të krijohet një mjedis i shëndoshë dhe i qëndrueshëm i turizmit, duke gjeneruar kështu prosperitet ekonomik për komunitetet e tyre. Pa legjislacionin e duhur dhe respektimin e sundimit të ligjit, sektori i turizmit nuk mund të organizohet, të funksionojë ose të ketë ndonjë ndikim pozitiv ekonomik për komunitetin.

Sektori i turizmit është i gjerë dhe kompleks, dhe se ligji dhe rregulloret ekzistuese të Kosovës për turizmin nuk janë të mjaftueshme dhe të disenjuara për të trajtuar një kompleksitet të tillë. Për shkak të angazhimit të tanishëm specifik të akterëve kryesorë të turizmit (institucioneve) në Kosovë për të punuar dhe zhvilluar legjislacionin e ri të turizmit, ky raport nuk ofron ndonjë analizë shtesë apo rekomandime për ndërhyrjet e mundshme ligjore në sektorin e turizmit.

Në draft koncept dokumentin² të vitit 2018, të përgatitur nga Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI), TAIEK dhe të konsultuar me Ministrinë e Linjës dhe akterët privatë në Kosovë, janë identifikuar fushat kryesore të ndërhyrjeve ligjore të paraqitura në tabelën 3.1, me sugjerime që Ligji për Turizmin duhet të përfshijë dhe të rregullojë si vijon:

² Draft koncept dokumenti në fushën e turizmit – MTI, TAIEK, Kosovë (2018)

Tabela 3.1: Identifikimi i ndërhryrjeve ligjore në Ligjin e Kosovës për Turizmin

Fushat e Ndërhryrjeve Ligjore	• Zhvillimi i turizmit (strategjia, investimet) • Organizatat dhe strukturat e biznesit • Operacionet (stimujt, subvencionet, ndërhryrjet e krizave) • Përkufizimet hapësinore (zonimi, lokacioni, vendi) • Organizatat (shtetërore, rajonale, lokale, publiko-private) • Standardet e biznesit (licencat, certifikatat) • Zhvillimi i cilësisë (klasifikimet, standardet, etiketat) • Zhvillimi i burimeve njerëzore (BNj) (arsimimi, shkathhtësitë) • Qëndrueshmëria (eko standardet, energjia e ripërtëritshme, mbeturinat) • Ndërkombëtarizimi • Marketingu, promovimi, ndërtim i imazhit
Organizata e Turizmit	• AKT - Agjencia Kombëtare e Turizmit • OKT - Organizata Kombëtare e Turizmit • KTK - Këshilli i Turizmit i Kosovës • Shoqatat e biznesit të turizmit/Federata turistike • Komunat - me departamentin për ekonomi/turizëm • OMD – Organizata e marketingut të destinacionit • QIT - Qendra informative turistike
Mbulimi i Sektorit të Biznesit	• Akomodimi • Ushqimi & Pijet • Qendrat e shëndetit dhe banjat, akua parqet • Qendrat e skijimit • Qendrat rekreative dhe sportive të turizmit • Kapacitetet e kongreseve dhe konferencave • Parqe natyrore dhe me të tjera tematika • Turizmi rural • Ngjarje dhe festivale • Operatorët turistik dhe agjencitë e udhëtimit (TO &TA) • Guidat turistike • Pajisjet e turizmit që ipen me qira
Kushtet e Biznesit	• Klasifikimi i akomodimit turistik (i detyrueshëm) • Cilësia e shërbimit të turizmit dhe eko etiketat (vullnetare) • Licencat e TO dhe TA (të detyrueshme) • Çertifikimi i guidave turistike • Mbrojtja e turistëve në paketë - Direktiva e Bashkimit Evropian (BE)
Burimet Financiare	• Buxheti i shtetit (financimi i rregullt) • Buxheti i shtetit (financimi nga të hyra të caktuara tatimore, p.sh taksat e kazinove) • Taksa e akomodimit • Të hyrat nga koncesionet • Burime të bazuara në projekte nga organizatat donatore • Kontributi i sektorit privat të turizmit për aktivitete të veçanta (për marketing dhe promovim të turizmit)

Burimi: MTI (2018)

Siç është paraqitur në tabelën e mësipërme, infrastruktura e përgjithshme ligjore në sektorin e turizmit në Kosovë ende nuk mbulon disa nga fushat kryesore dhe të rëndësishme që lidhen me planifikimin strategjik, performancën, zhvillimin e mëtejshëm dhe qëndrueshmërinë e industrisë së turizmit. Infrastruktura ligjore e turizmit në Kosovë ka nevojë për një rimodelim të plotë nëpërmjet një qasjeje gjithëpërfshirëse, të plotë, themelore, vizionare dhe të mirëplanifikuar, me një rirregullim të rëndësishëm të kuadrit ligjor aktual të turizmit, që është vonuar prej kohësh.

Niveli i mbështetjes së qeverisë për sektorin e turizmit

Turizmi në Kosovë menaxhohet dhe mbikëqyret nga Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, e përfaqësuar nga një Divizion në Departamentin e Industrisë. Niveli i tanishëm administrativ i turizmit në Kosovë është i nën-përfaqësuar në këtë ministri, krahasuar me përgjegjësitë dhe rëndësinë që ka sektori i turizmit për zhvillimin dhe kontributin në ekonominë e vendit. Kosova, në kontrast me vendet e tjera fqinje, ende nuk ka krijuar një Departament të Turizmit, Ministri të Turizmit dhe as Organizatë Kombëtare të Turizmit. Në të gjitha vendet e tjera të rajonit, turizmi përfaqësohet nga një Ministri dhe AKT/OKT.

Sa i përket mbështetjes financiare të qeverisë për turizmin, linjat buxhetore tregojnë se gjatë viteve sektori i turizmit është mbuluar dobët ose nuk është përmendur fare. Alokimi i buxhetit të qeverisë për MTI-në (përgjegjëse për turizmin) është shumë i vogël, duke pasur parasysh se duhet të mbulojë shumë fusha dhe sektorë të tjerë brenda portofolit të ministrisë. I gjithë buxheti vjetor shpenzohet përmes linjave kryesore të ministrisë, siç janë: shpenzimet kapitale; mallrat dhe shërbimet; subvencionet dhe transfertat; pagat dhe mëditjet; dhe shërbimet publike. Sektorin e turizmit nuk është përmendur në mënyrë specifike në linjat ku është shpërndarë buxheti.

Tabela 4.1: Alokimi i buxhetit të Qeverisë për Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë gjatë periudhës 2012 - 2017

Alokimi i buxhetit të Qeverisë së Kosovës për "MTI" në (000) euro	VITI					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	4,188	5,346	4,876	4,730	4,557	7,966

Burimi: Instituti GAP, Kosovë (2018)

Sipas të dhënave në dispozicion, qeveria e Kosovës shpenzon më pak se 0.3% të buxhetit vjetor për të gjithë Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë, ku turizmi përfaqësohet nga një Divizion dhe buxheti i tyre i dedikuar për sektorin e turizmit është më i ulët në rajon. Divizioni i Turizmit (nën MTI) dhe Agjencia Kosovare për Investime dhe Përkrahjen e Ndërmarrjeve (KIESA - një agjenci që promovon dhe mbështet investimet, eksportet, turizmin, ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (NVM)

dhe zonat e veçanta ekonomike, gjithashtu nën MTI) kanë mbështetje të ulët financiare (më pak se 100,000 euro në vit) për zhvillimin dhe promovimin e këtij sektori.³

Tabela 4.2: Buxheti i alokuar që mbulon të gjithë spektrin e turizmit në Kosovë

Buxheti i përgjithshëm i alokuar për të gjithë spektrin e turizmit në Kosovë (në Euro)							
Viti:	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Shuma:	60.000	70.000	70.000	40.000	30.000	30.000	30.000

Burimi: Vlerësimi Sasior i Turizmit Kosovë – Konkurrueshmëria në Evropën Juglindore (Një Perspektivë e Politikave), 2018

Të gjitha vendet e tjera të rajonit shpenzojnë të paktën 1.3 - 1.5% dhe deri në mbi 4% të buxhetit të tyre vjetor të vendit (gjegjësisht Shqipëria mbi 3.5%, Maqedonia mbi 1.5%, Mali i Zi mbi 2.5%). Buxheti i dedikuar i qeverisë mbulon shpenzimet e përgjithshme të MTI-së, pa një alokim specifik për projektet dhe strategjitë e zhvillimit të turizmit. Nga ana tjetër, buxheti i dedikuar për turizëm i të gjitha vendeve tjera të rajonit shpenzohet për projekte specifike të zhvillimit të turizmit dhe në promovimin e turizmit në nivel ndërkombëtar.

Sipas institutit Demokraci për Zhvillim (D4D) 2017, Kroacia renditet e para në rajon në lidhje me shpenzimet për sektorin e turizmit, e ndjekur nga Shqipëria dhe Serbia (figura 4.1).

Figura 4.1: Buxheti për sektorin e turizmit në Kosovë dhe rajon



Burimi: Demokraci për Zhvillim (2017)

³ Zhvillimi i turizmit përmes politikave dhe legjislacionit efikas- Instituti D4D (2017)

Bashkëpunimi ndërsektorial - ndikimi i institucioneve të tjera në performancën e industrisë së turizmit

Organet aktuale përgjegjëse për sektorin e turizmit në Kosovë janë Divizioni i Turizmit (MTI) dhe Këshilli i Turizmit (Qeveria e Kosovës, MTI). Sektori i turizmit në Kosovë, në mungesë të një OKT/AKT ose një departamenti specifik përgjegjës për zhvillimin e turizmit, nuk përfaqësohet siç duhet kur bëhet fjalë për vendimmarrje strategjike në turizëm, përgjegjësinë, llogaridhënien dhe krijimin e kushteve për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit. Megjithatë Këshilli i Turizmit është themeluar kohët e fundit nga qeveria e Kosovës me rekomandimin e MTI-së, si Divizioni ashtu dhe Këshilli po përballen me shumë probleme në lidhje me zhvillimin e turizmit.

Gjatë një periudhe të gjatë pas luftës në Kosovë, sektori i turizmit në mënyrë specifike, ka marrë shumë pak vëmendje nga qeveria, duke e detyruar industrinë të mbijetojë kryesisht nga sektori privat, me pothuajse asnjë bashkëpunim dhe kontribut nga institucionet e lidhura me turizmin dhe pa një strategji afatgjate kombëtare për zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit.

Deri më tani, përgjegjësia dhe llogaridhënia nuk janë rregulluar dhe caktuar siç duhet nga institucionet qeveritare për sektorin e turizmit. Kjo është kryesisht për shkak se ende nuk është zhvilluar asnjë strategji kombëtare dhe secili sektor ka punuar ndaras në lidhje me zhvillimin e turizmit (sektorët si: mjedisi, planifikimi hapësinor, menaxhimi i mbeturinave, trashëgimia kulturore, infrastruktura, zhvillimi ekonomik, etj.).

Në përgjithësi, roli i sektorëve të tjerë/ministrive të tjera (ministritë e linjës) në fushën e turizmit është shumë i nevojshëm dhe është thelbësor. Një nga shqetësimet kryesore të akterëve të turizmit në Kosovë është mungesa e përfshirjes së institucioneve relevante (ministrive të linjës si: MKRS, MASHT, MAPL, MBPZHR, MMPH, MIE, etj.) për të investuar dhe përmirësuar sektorin duke bashkëpunuar së bashku për të zhvilluar një strategji kombëtare për turizmin, duke rritur kështu ndërgjegjësimin e njëri-tjetrit për rëndësinë e industrisë për rritjen ekonomike dhe krijimin e vendeve të punës. Gjithashtu, sektori privat i turizmit, shoqatat dhe institucionet përkatëse nuk kanë bashkëpunuar mjaftueshëm në të kaluarën për të harmonizuar punën me qëllim që të prodhojnë rezultate të kënaqshme për turizmin dhe komunitetet e përfshira. Në vitet e fundit, studimet dhe raportet që janë financuar kryesisht nga organizatat ndërkombëtare në Kosovë, kanë vënë në dukje gjendjen kritike të sektorit të turizmit në përgjithësi dhe ndërhyrjet që duhen bërë.

Enkas për qëllim të këtij raporti, është mbajtur një takim me përfaqësuesit e Ministrisë së Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural (MBPZHR) me qëllim të mbledhjes së informacionit në lidhje me rolin specifik të kësaj ministrie për sektorin e turizmit në të kaluarën dhe për të mësuar rreth planeve të tanishme dhe atyre të ardhshme që ata kanë për të mbështetur sektorin. U konstatua se MBPZHR përmes Agjencisë për Zhvillimin e Bujqësisë (AZHB) ka filluar një program grantesh për zhvillimin e biznesit në zonat rurale, ku midis sektorëve të tjerë mbulohet dhe mbështetet edhe turizmi. Programi i granteve ka filluar në vitin 2014 dhe është planifikuar të vazhdojë deri në vitin 2020. Në kuadër të kësaj thirrjeje për grante⁴, më shumë vëmendje i është kushtuar sektorit për zhvillimin

⁴ http://www.azhb-ks.net/repository/docs/2016_03_02_140646_Thirrja_Masa_302_E_fundit_ENG.pdf

dhe promovimin e turizmit rural, me shumën maksimale për grant që arrin 50,000 euro, ndërsa për sektorët e tjerë të mbuluar të bujqësisë shuma mund të arrijë në 30,000 euro.

Statistikat dhe turizmi

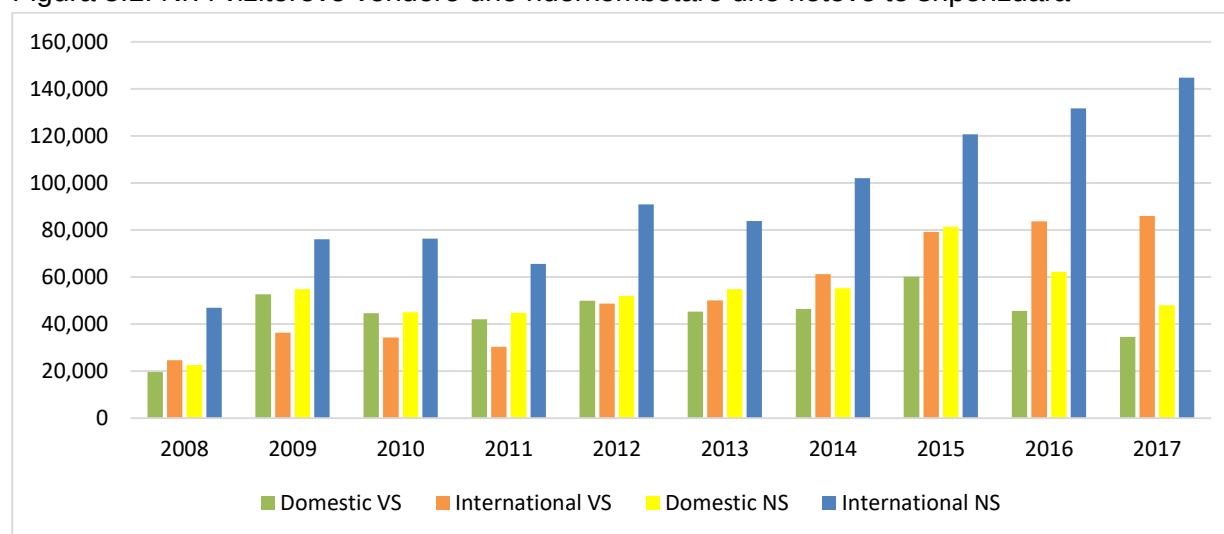
Sipas Organizatës Botërore të Turizmit të Kombeve të Bashkuara (UNWTO) 2015, statistikat në turizëm janë mjeti më i rëndësishëm për të analizuar situatën dhe trendet dhe janë në ballë të raportimit dhe ndërgjegjësimit për rëndësinë në rritje të sektorit. Statistikat e turizmit mbështesin vlerësimin dhe u ofrojnë informata akterëve të turizmit mbi fizibilitetin e programeve dhe projekteve të tyre. Në këtë mënyrë, marrja e vendimeve strategjike bëhet më e lehtë kur të dhënat statistikore janë të disponueshme dhe aktuale.

Një sfidë themelore për zhvillimin e turizmit në Kosovë është mungesa e të dhënave statistikore për sektorin; prandaj grumbullimi i këtyre të dhënave nuk është i lehtë dhe nevojiten shumë burime të tjera të të dhënave për të përmbushur hendekun dhe për të krijuar një shifër të përafërt të statistikave të turizmit.

Aktualisht, në Kosovë nuk ka të dhëna statistikore gjithëpërfshirëse të turizmit në lidhje me ndikimin e tij ekonomik në BPV-në kombëtare. Të dhënat statistikore specifike të turizmit nuk mblidhen dhe nuk përmenden në raportet e Agjencisë së Statistikave të Kosovës, dhe kontributi i vetëm i Agjencisë së Statistikave të Kosovës (ASK) për sektorin e turizmit është vetëm raportimi i të dhënave statistikore të Hotelerisë.

Më poshtë është bërë një prezantim gjithëpërfshirës i të dhënave të disponueshme nga ASK dhe Policia Kufitare e Kosovës, të cilat janë grumbulluar për të paraqitur situatën aktuale kryesisht në lidhje me ardhjet e vizitorëve/turistëve, numrin e netëve të shpenzuara, kapacitetet e akomodimit dhe shfrytëzimin e tyre, dhe hiset në treg sipas rajoneve.

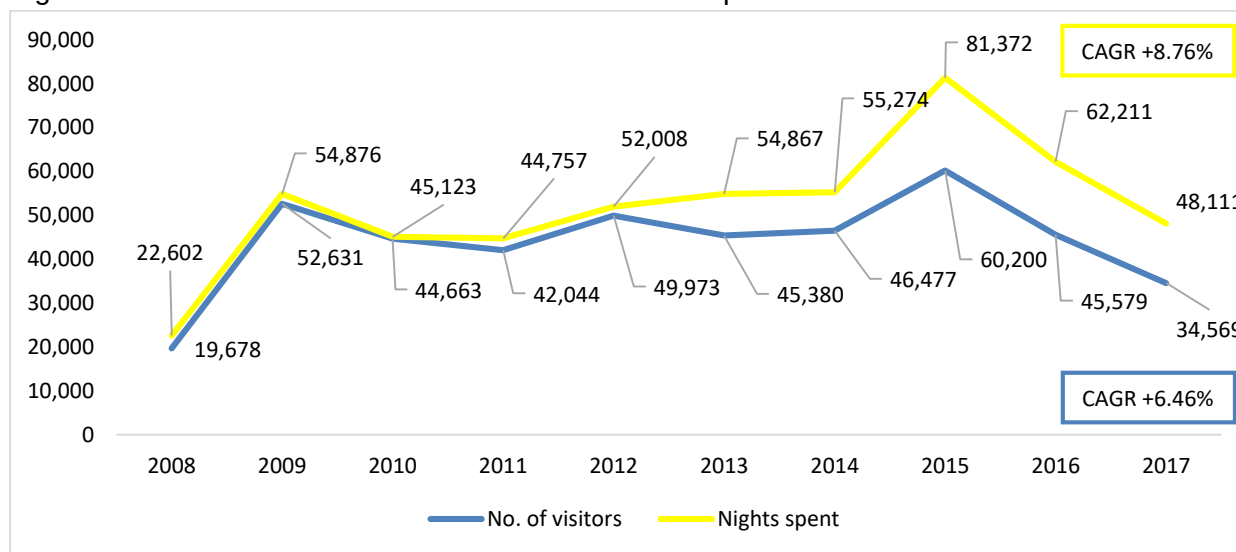
Figura 5.1: Nr. i vizitorëve vendorë dhe ndërkombëtarë dhe netëve të shpenzuara



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

[Fig. 5.1] Numri i vizitorëve vendorë dhe netëve të tyre të shpenzuara është luhatur midis rritjes dhe zvogëlimit deri në vitin 2014, dhe në vitin 2015 ka arritur numrin maksimal për periudhën kohore të dhënë. Nga 2015 - 2017 ka një rënie të konsiderueshme në tregun vendor, më shumë se 24% nga viti në vit (VnV). Nga ana tjetër, vizitorët ndërkombëtarë janë rritur në numër gjatë gjithë periudhës, me rritjen më të madhe nga 2015 - 2017, dhe netët e shpenzuara gjithashtu janë rritur pothuajse gjatë gjithë periudhës, rreth 13% VnV.

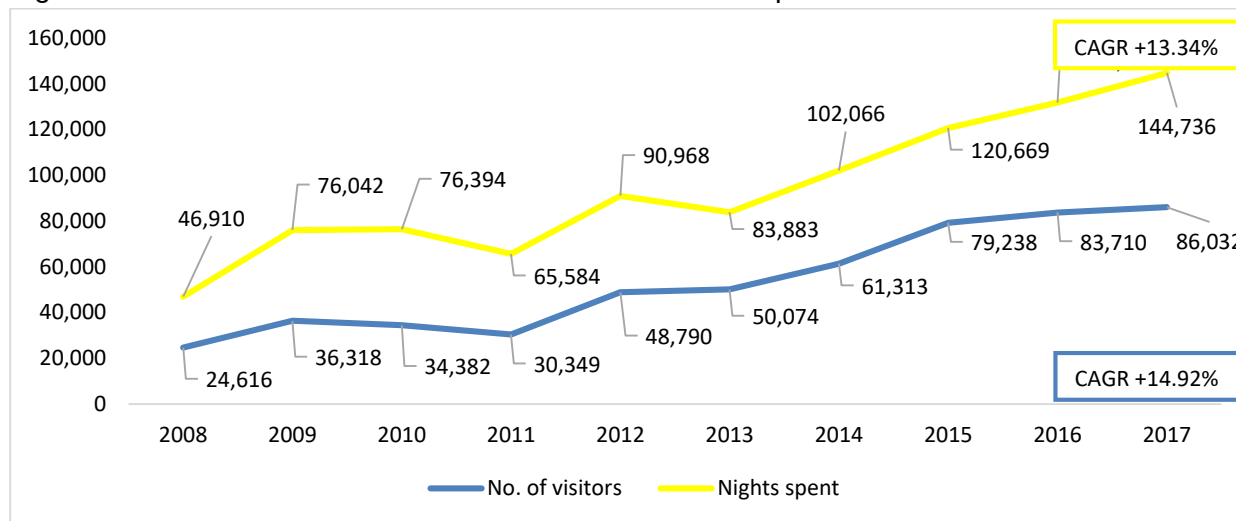
Figura 5.2: Numri i vizitorëve vendorë dhe netëve të shpenzuara



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

[Fig. 5.2] Ky grafik tregon numrin e përgjithshëm të vizitorëve vendorë dhe netëve të shpenzuara për 9 vitet e fundit. Numrat e vizitorëve vendorë dhe netëve të shpenzuara nuk janë konsistent përgjatë viteve siç shihet në grafik, me një rënie të madhe të regjistruar në vitin 2017. Kërkohej analizë e mëtejshme për të shpjeguar dhe identifikuar faktorët që kontribuan në rënie.

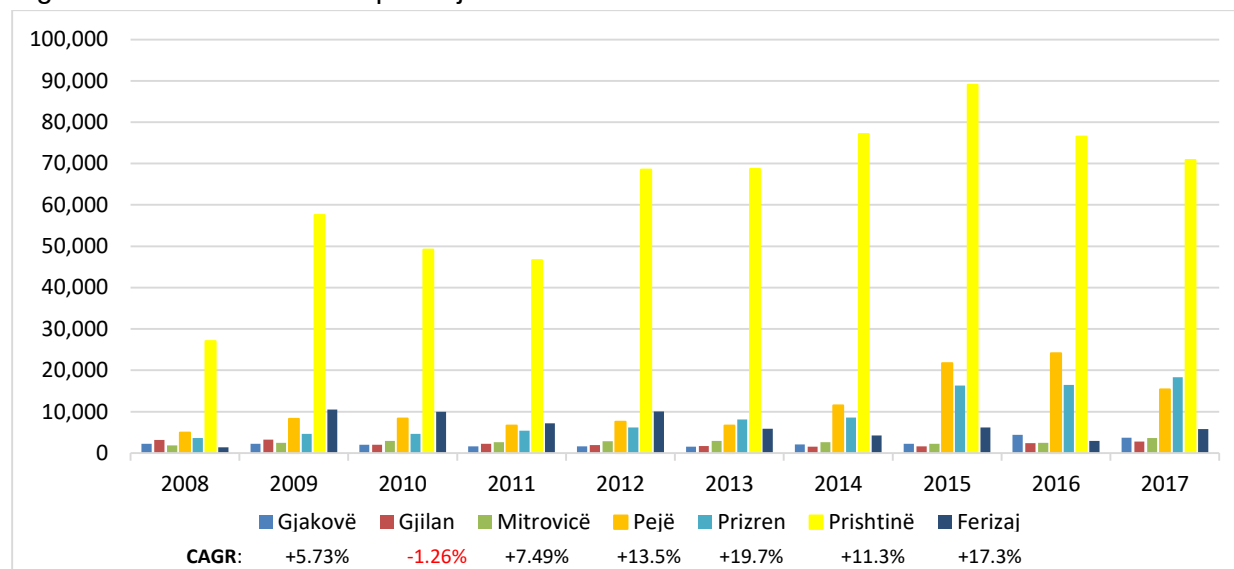
Figura 5.3: Nr. i vizitorëve ndërkombëtarë dhe netëve të shpenzuara



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

[Fig. 5.3] Numri i vizitorëve ndërkombëtarë dhe netëve të shpenzuara gjatë periudhës së dhënë në grafik tregon një rritje konsistente gjatë viteve duke arritur numrin më të lartë (86 mijë vizitorë dhe 144 mijë netë të shpenzuara) në vitin 2017.

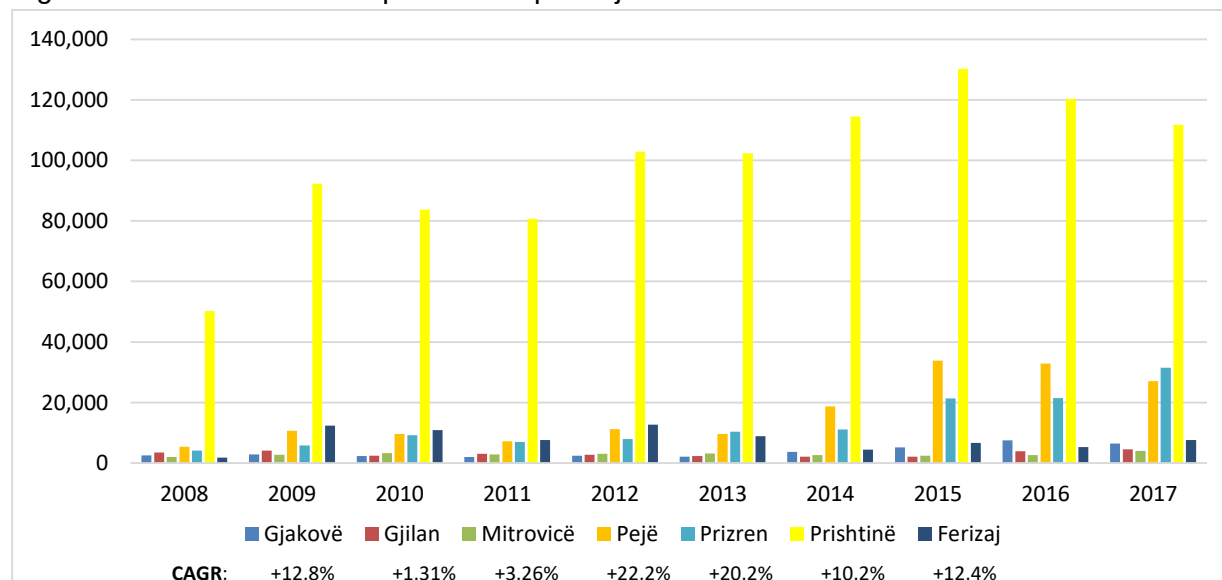
Figura 5.4: Nr. i vizitorëve sipas rajonit



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

[Fig. 5.4] Siç shihet në figurë, rajoni i Prishtinës ka hisen më të madhe të tregut duke arritur kulmin në vitin 2015 me mbi 89,000 vizitorë në vit, pasuar nga Peja dhe Prizreni. Prizreni dhe Ferizaji kanë normën më të lartë të përbërë të rritjes vjetore, ndërsa Gjilani ka normë negative të përbërë të rritjes vjetore (CAGR).

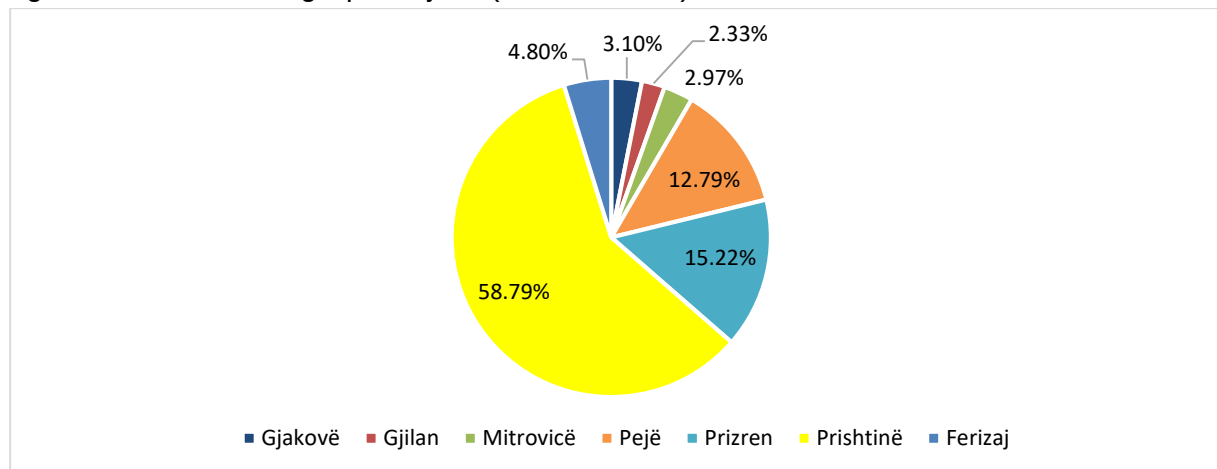
Figura 5.5: Nr. i netëve të shpenzuara sipas rajonit



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

[Fig. 5.5] Përsa i përket netëve të shpenzuara sipas rajonit, Prishtina ka hisen më të madhe të tregut gjatë gjithë periudhës, e ndjekur sërish nga Peja dhe Prizreni me një rritje të konsiderueshme të regjistruar gjatë viteve 2014 – 2015.

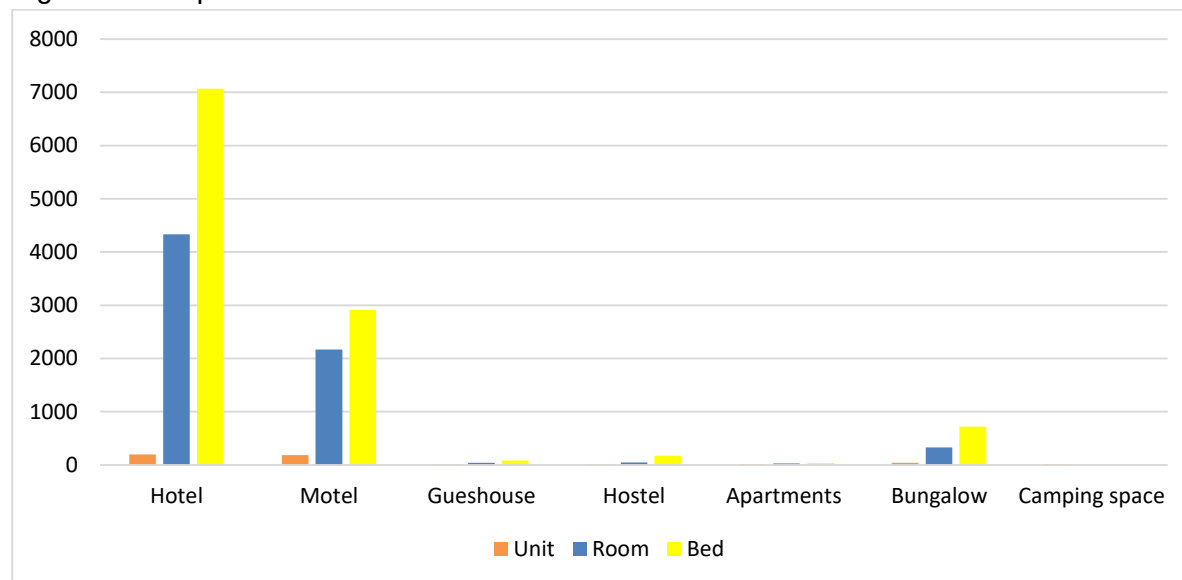
Figura 5.6: Hiset në treg sipas rajonit (nr. i vizitorëve)



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

[Fig. 5.6] Hija e tregut për vitin 2017, dominohet nga Prishtina me rreth 60%, dhe ngjashëm me vitet e kaluara është ndjekur përsëri nga qyteti i Prizrenit (15%) dhe Peja (13%). Pjesa tjetër e rajonit ka vetëm 12% të hises së tregut e cila është mjaft e ulët krahasuar me tri të parat; prandaj, duhet të shikojmë se si të rritet hisja e tregut për pjesën tjetër të rajonit, në mënyrë që të kemi një shpërndarje më të barabartë të vizitorëve.

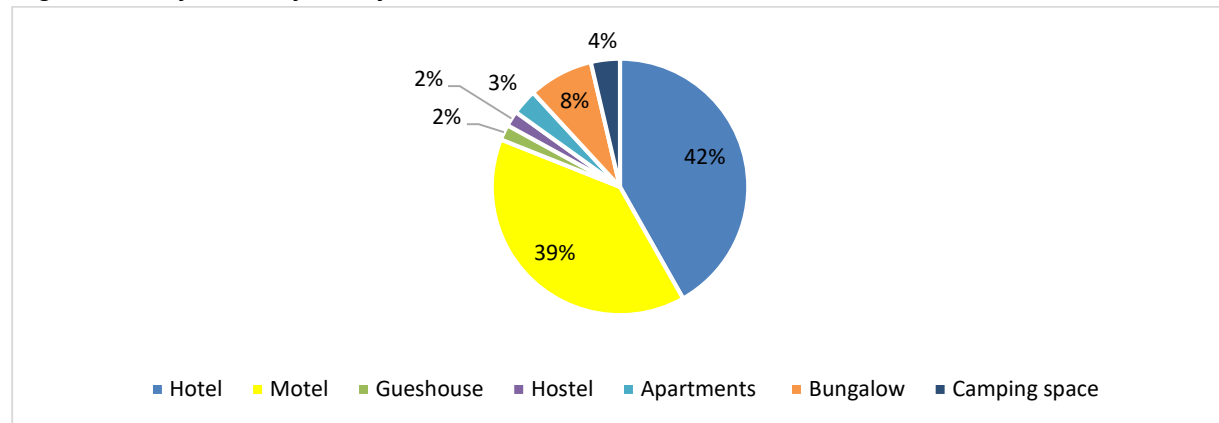
Figura 5.7: Kapacitetet e akomodimit në Kosovë



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2016)

[Fig. 5.7] Sa i përket kapaciteteve akomoduese në vitin 2016, ka rreth 200 hotele aktive me më shumë se 4,300 dhoma dhe rreth 7,000 shtretër, të pasuar nga rreth 182 motele me mbi 2,150 dhoma dhe rreth 2,900 shtretër.

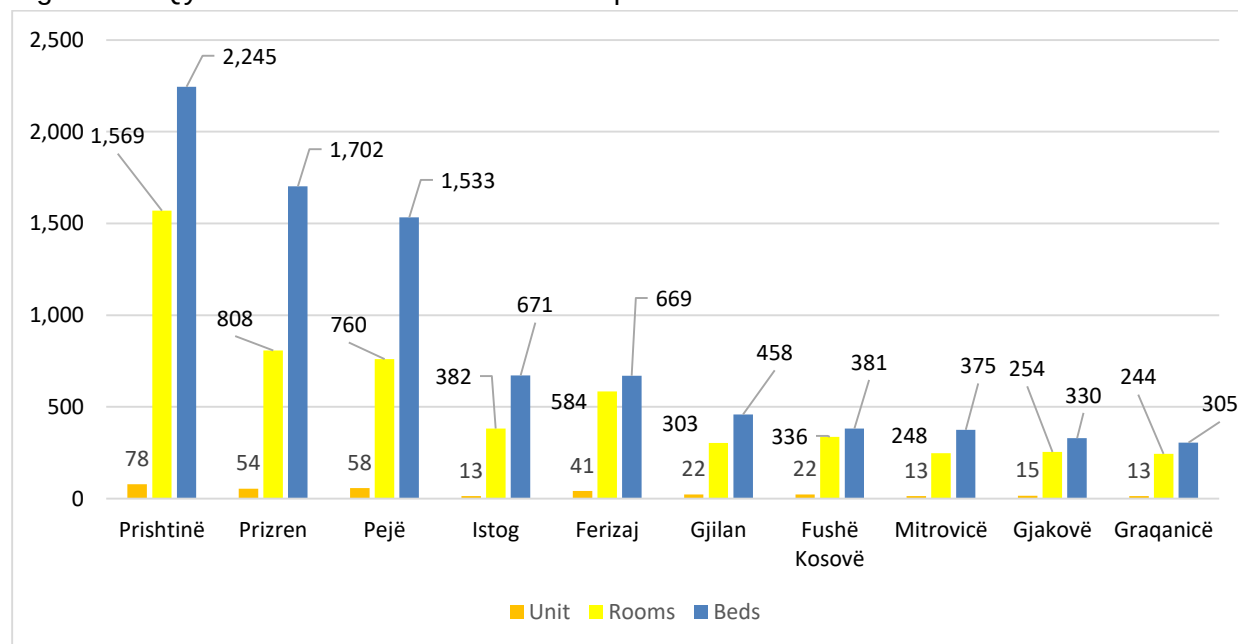
Figura 5.8: Pjesëmarrja e llojit të akomodimit në %, në Kosovë



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2016)

[Fig 5.8] Shumica e llojeve të akomodimit janë hotele me 42%, të pasuara nga motelet 39% dhe të tjerat 19%.

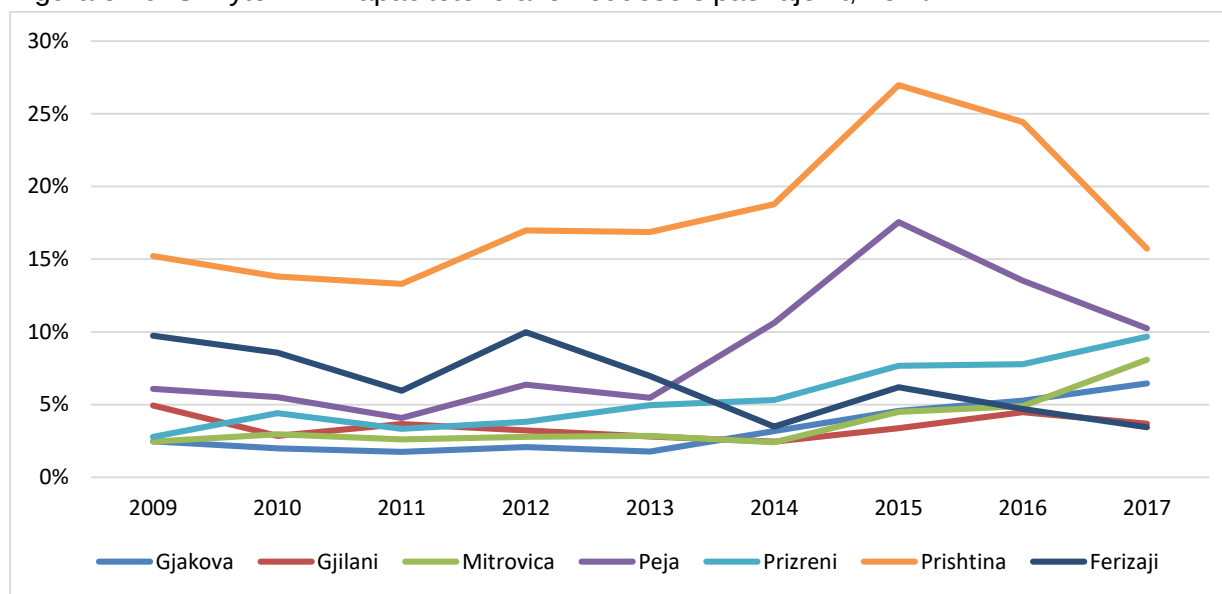
Figura 5.9: Qytetet me numër më të lartë të kapaciteteve akomoduese



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2016)

[Fig. 5.9] Sa i përket kapaciteteve akomoduese, Prishtina udhëheq në aspektin e njësive, dhomave dhe kapacitetit të shtretërve, e pasuar nga Prizreni dhe Peja.

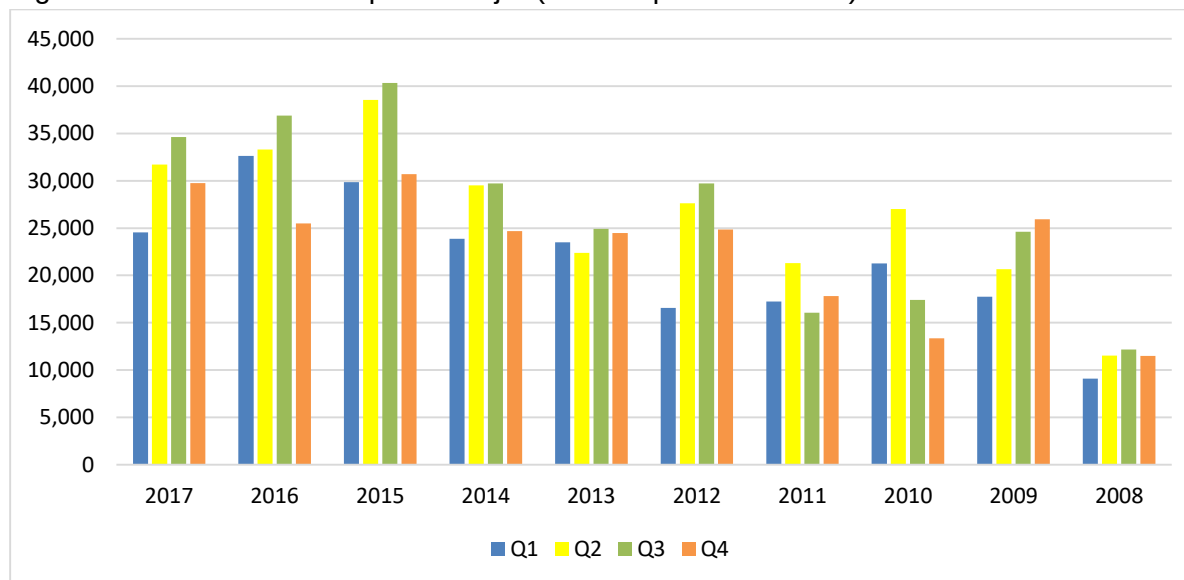
Figura 5.10: Shfrytëzimi i kapaciteteve akomoduese sipas rajonit, në %



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

[Fig. 5.10] Grafiku i mësipërm tregon se Kosova ka një kapacitet të mirë të hoteleve, moteleve, etj., megjithatë shkalla e shfrytëzimit të dhomave është shumë e ulët. Nëse e shiqojmë kryeqytetin Prishtinën, shkalla e shfrytëzimit të dhomave për vitin 2017 ishte rreth 16%. Shkalla e shfrytëzimit të dhomave të hoteleve duket të jetë shumë e ulët në përgjithësi dhe kjo mund të jetë për shkak të të dhënave jo të besueshme, duke mos reflektuar kështu pasqyrën reale të shkallës së shfrytëzimit.

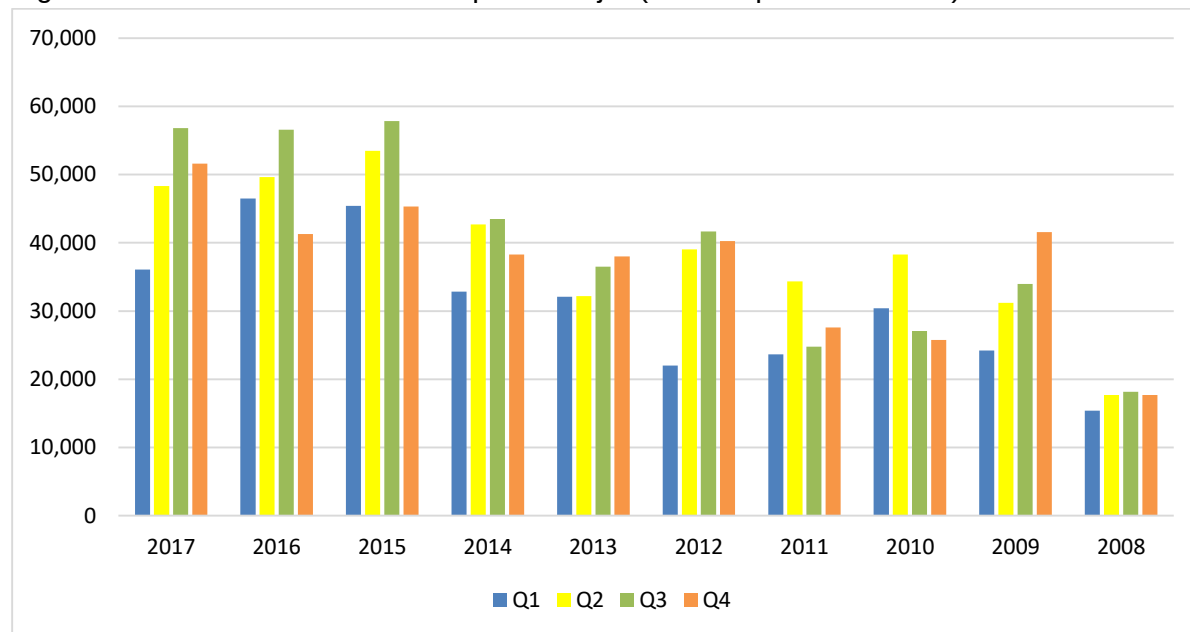
Figura 5.11: Nr. i vizitorëve për tremujor (sezoni i pikut dhe i ulëti)



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

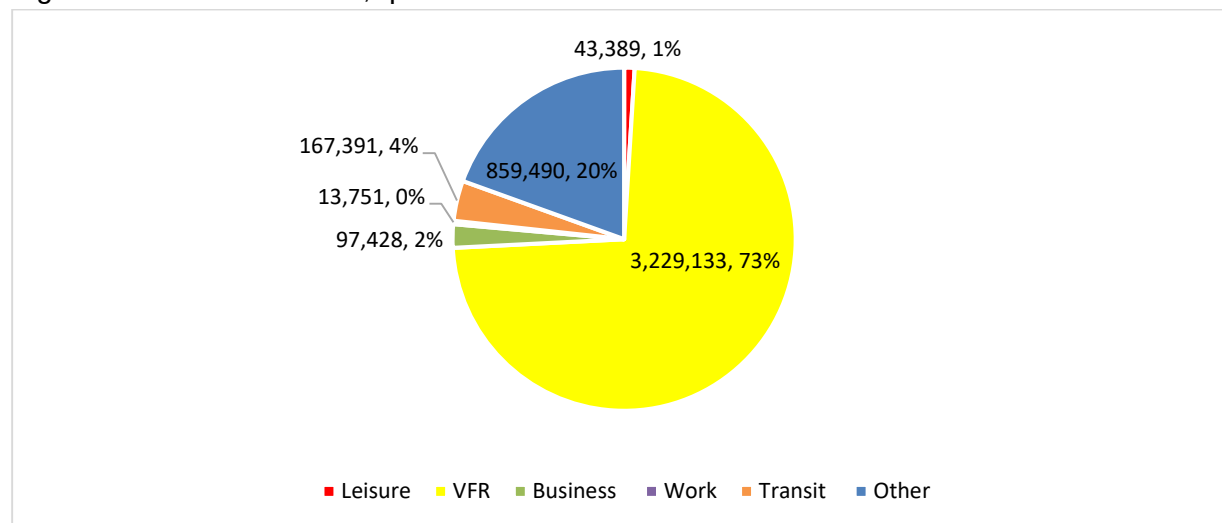
[Fig. 5.11; 5.12] Sezoni i pikut gjatë gjithë periudhës së dhënë, si për numrin e vizitorëve ashtu dhe për netët e shpenzuara, është në TM3 dhe TM2, prandaj duhet të merren parasysh strategji të mëtejshme për të shfrytëzuar më mirë kapacitetet turistike për këta tremujorë.

Figura 5.12: Nr. i netëve të kaluara për tremujor (sezoni i pikut dhe i ulëti)



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

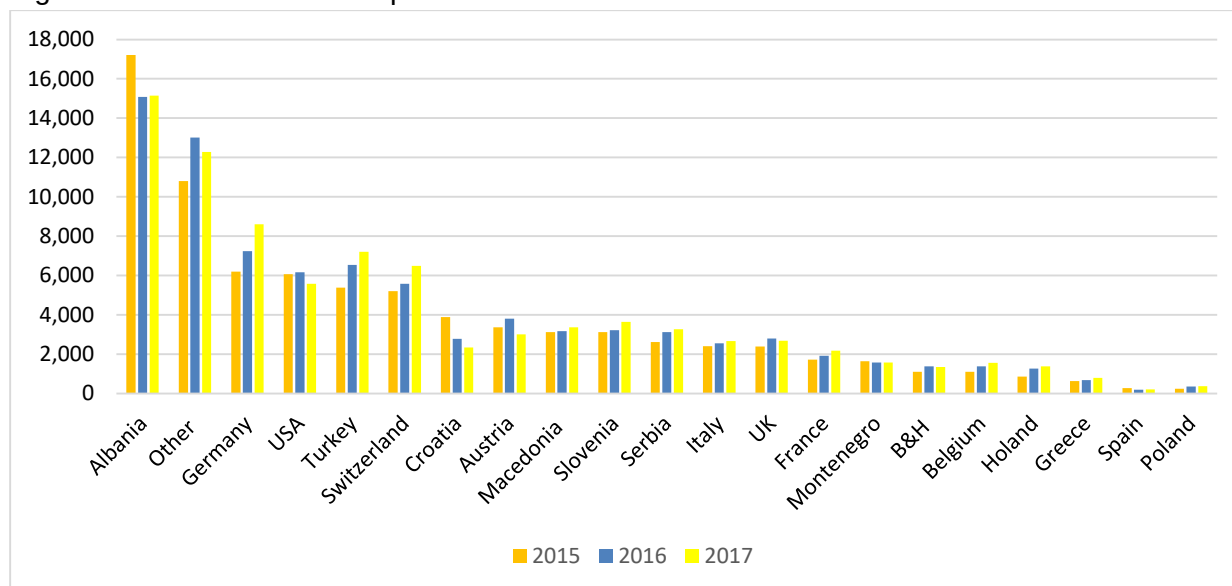
Figura 5.13: Nr. i vizitorëve, qëllimi i udhëtimit



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga Policia Kufitare e Kosovës, 2018)

[Fig. 5.13] Kjo shifër tregon qëllimin e udhëtimit për vizitorët që vijnë në Kosovë, dhe shumica e tyre janë vizitorë tek miqtë dhe të afërmit (VFR) me 73%. Këto të dhëna janë marrë nga kontrolli policor kufitar, si burimi i vetëm i të dhënave në dispozicion për numrin e ardhjeve.

Figura 5.14: Nr. i vizitorëve sipas shtetit



Burimi: Përpilim vetanak (përshtatur nga ASK, 2018)

[Fig. 5.14] Kjo figurë tregon se Shqipëria mbetet në krye me numrin më të madh të vizitorëve që vijnë në Kosovë për tri vitet e fundit, pasuar nga "Të tjera", Gjermania, SHBA, Turqia dhe Zvicra. Një shqetësim që rrjedh nga grafiku është se kategoria "Të tjera" ka një hise të madhe të vizitorëve (39,000 për tri vitet e fundit), por nuk ekzistojnë të dhëna në dispozicion për të treguar vendin e origjinës.

Anëtarësimi i Kosovës në organizata ndërkombëtare për turizëm dhe statistika

Një çështje tjetër e rëndësishme për zhvillimin e turizmit në Kosovë është anëtarësimi i saj në organizata të ndryshme ndërkombëtare të cilat janë drejtpërdrejt të përfshira në turizëm, ose në mënyrë indirekte kontribuojnë në mbledhjen dhe krahasimin e të dhënave të turizmit. Situata aktuale e sektorit të turizmit në Kosovë në lidhje me bashkëpunimin dhe shkëmbimin e të dhënave me organizatat ndërkombëtare të turizmit është shumë e pakënaqshme, sepse Kosova nuk është e listuar dhe as e përfshirë në raporte të ndryshme statistikore të turizmit për krahasim të vendeve dhe rajoneve, trendeve të turizmit, etj.

Anëtarësimet dhe bashkëpunimi me organizatat e kësaj natyre janë shumë të dobishme dhe të rekomanduara gjatë përgatitjes së strategjive kombëtare të turizmit dhe konsiderohen si një mjet tejet i rëndësishëm në matjen e nivelit të progresit në arritjen e objektivave të turizmit të përcaktuara nga vendi. Për më tepër, mungesa e të dhënave të duhura lokale, rajonale dhe kombëtare për sektorin e turizmit në Kosovë paraqet një sfidë të madhe dhe e bën të vështirë për politikëbërësit që të zhvillojnë strategji dhe të caktojnë objektiva për këtë sektor.

Kur krahasohen me Kosovën, vendet rajonale si Shqipëria, Maqedonia, Mali i Zi etj., tashmë janë anëtarë të plotë ose kandidatë për anëtarësim në organizata të ndryshme ndërkombëtare të turizmit. Siç është vërejtur në raportet e ndryshme lidhur me turizmin, këto vende përdorin dhe konsultojnë nga afër raportet dhe gjetjet e organizatave ndërkombëtare të turizmit si burime të vlefshme për zhvillimin e strategjive të turizmit.

Në tabelën e mëposhtme, ekziston një listë e organizatave ndërkombëtare që lidhen me mbledhjen dhe krahasimin e të dhënave të turizmit.

Tabela 5.1: Organizatat ndërkombëtare që kontribuojnë në mbledhjen, analizën dhe matjen e të dhënave të turizmit

Organizatat kryesore ndërkombëtare për turizëm dhe statistika	
Organizata Botërore e Turizmit e Kombeve të Bashkuara (UNWTO)	“Një agjenci e Kombeve të Bashkuara përgjegjëse për promovimin e turizmit të përgjegjshëm, të qëndrueshëm dhe gjithpërfshirës. Ajo gjeneron njohuri mbi tregun, promovon politika dhe instrumente turistike konkurruese dhe të qëndrueshme, dhe nxit arsimimin dhe trajnimin mbi turizmin”.
Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit (WTTC)	“WTTC punon për të rritur ndërgjegjësimin mbi Udhëtimet & Turizmin si një nga sektorët më të mëdhenj në botë. WTTC avokon për partneritetin midis sektorit publik dhe privat, duke ofruar rezultate që përputhen me nevojat e ekonomive, autoriteteve lokale dhe rajonale, dhe komuniteteve lokale, me ato të biznesit.”
Eurostat	“I ofron BE-së statistika në nivel evropian që mundësojnë krahasime midis vendeve dhe rajoneve.”
Indeksi i Konkurrueshmërisë së Udhëtimeve dhe Turizmit (Forumi Ekonomik Botëror)	“Ky indeks është një matje e faktorëve që e bëjnë atraktiv zhvillimin e biznesit në industrinë e udhëtimeve dhe të turizmit të vendeve individuale, më shumë se një matje e atraktivitetit të vendit si një destinacion turistik.”
Komisioni Evropian i Udhëtimeve (ETC)	“Është një organizatë jofitimprurëse përgjegjëse për promovimin e Evropës si një destinacion turistik në tregjet e treta.”
Komisioni Ekonomik i Kombeve të Bashkuara për Evropën (UNECE)	“Synon të nxisë integrimin ekonomik pan-evropian dhe të lehtësojë integrimin dhe bashkëpunimin më të madh ekonomik midis vendeve anëtare.”
Organizata e Kombeve të Bashkuara për Arsim, Shkencë dhe Kulturë (UNESCO)	“Është përgjegjëse për koordinimin e bashkëpunimit ndërkombëtar në arsim, shkencë, kulturë dhe komunikim. Forcon lidhjet mes kombeve dhe shoqërive, dhe mobilizon publikun e gjerë.”
Divizioni i Statistikave të Kombeve të Bashkuara (UNSTATS)	“Është e angazhuar ndaj avancimit të sistemit statistikor global. UNSTATS synon të përpilojë dhe shpërndajë informacion statistikor global, të zhvillojë standarde dhe norma për aktivitetet statistikore dhe të mbështesë përpjekjet e vendeve për të forcuar sistemet e tyre kombëtare statistikore”

Burimi: Nga organizatat e përmendura në tabelë (2018)

Gjendja aktuale e mjedisit në Kosovë, problemet dhe rëndësia në turizëm

Deri më sot, detyra e ruajtjes së mjedisit dhe natyrës në Kosovë ka paraqitur një sfidë të madhe për institucionet në drejtim të rregullimit të sektorit dhe ndalimit të degradimit dhe keqpërdorimit të burimeve natyrore. Pas luftës në Kosovë, mjedisi dhe natyra ishin sektorët që kanë pësuar më së shumti, kryesisht për shkak të mungesës së rregulloreve qeveritare dhe zbatimit të ligjit në praktikë. Rrjedhimisht, sektori i turizmit, i cili është i lidhur ngushtë dhe thellësisht me mjedisin dhe natyrën, ka ndjerë ndikimin e drejtpërdrejtë të neglizhencës së tillë të zgjatur. Krahas me degradimin e natyrës, eksploatimin e lumenjve, shpyllëzimet, etj., keqmenaxhimi i mbeturinave dhe ndotja kanë kontribuar edhe më shumë në këtë çështje

Shfrytëzimi i burimeve natyrore, sipas Ministrisë së Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor (MMPH), është një nga shqetësimet kryesore kur është fjala për degradimin e mjedisit, ku format e shfrytëzimit janë kryesisht të lidhura me përdorimin e ujit, materialeve inerte dhe mineraleve, të pasuara nga përdorimi i shkëmbinjve dhe mineraleve të tjera përmes separacionit.

Mjedisi është një nga asetet më strategjike të turizmit dhe çelësi i rritjes së qëndrueshme për sektorin e turizmit. Pasuritë strategjike mjedisore janë peizazhet e veçanta dhe të bukura, lumenjtë e pastër, cilësia e mirë e ujit, monumentet historike, ndërtesat, biodiversiteti etj.⁵

Lumenjtë dhe menaxhimi i mbeturinave si shqetësime madhore që lidhen në mënyrë specifike me turizmin

Lumenjtë - Një formë tjetër e rëndësishme e degradimit mjedisor me një ndikim shumë të madh në cilësinë e mjedisit dhe turizmit është eksploatimi i shtretërve të lumenjve dhe përdorimi i inerteve/zhavorrit. Përdorimi i pakontrolluar i këtyre burimeve ka çuar në dëmtimin e shtretërve të lumenjve, ekosistemeve dhe shfaqjen e përmytjeve. Sipas raportit të vitit 2016 të Agjencisë Kosovare për Mbrojtjen e Mjedisit (AKMM) në kuadër të MMPH, gjendja e lumenjve vazhdon të përkeqësohet për shkak të aktiviteteve të eksploatuesve të rërës. Tabela më poshtë tregon lumenjtë më të prekur që ende vazhdojnë të degradohen.

Tabela 6.1: Sipërfaqja e lumenjve të degraduar në Kosovë

Lumi	Sipërfaqja në ha
Drini i Bardhë	1011.75
Ibri	4.5
Morava e Binçit	4.79

⁵ Turizmi dhe mjedisi - Plani i Veprimit Mjedisor i Irlandës (Fáilte Ireland's Environmental Action Plan (2007))

Lumbardhi i Pejës	134.5
Ereniku	19.48
Desivojca	18.95
Gjithsej	1219.23

Burimi: MMPH (AKMM), 2017

Mbeturinat - Siç është përmendur në raportin e MMPH të vitit 2016, deponitë sanitare në Kosovë paraqesin një shqetësim të madh për shkak të menaxhimit të keq, mungesës së zbatimit të ligjit dhe investimeve. Rrjedhjet e ujërave të zeza dhe mbulesat e papërshtatshme të mbeturinave janë vetëm disa çështje që lidhen me menaxhimin e keq të mbeturinave. Përkundër trendit në rritje të deponimit të mbeturinave në deponitë sanitare dhe sasisë së shtuar të mbeturinave të deponuara për kokë banori, ende nuk ekziston një menaxhim i duhur i mbeturinave. Raporti gjithashtu vë në dukje një shifër shqetësuese prej 1062 deponive ilegale që janë gjetur në 16 komuna në mbarë Kosovën. Tabela në vijim tregon numrin e deponive ilegale në komunat përkatëse.

Tabela 6.2: Numri i deponive ilegale në Kosovë

Nr.	Komuna	Nr. i deponive ilegale
1	Drenas	137
2	Graçanica	32
3	Obiliq	55
4	Ferizaj	61
5	Istog	82
6	Klina	57
7	Fushë Kosova	43
8	Kaçanik	35
9	Lipjan	105
10	Podujeva	41
11	Skenderaj	71
12	Mitrovica	41
13	Prishtina	95
14	Vushtrri	57
15	Peja	123
16	Shtime	27
Gjithsej		1062

Burimi: MMPH (AKMM), 2017

Gjendja e përgjithshme e lumenjve dhe menaxhimit të mbeturinave në territorin e Kosovës është ende brengosëse dhe një çështje me shqetësim të madh, duke pasur parasysh se të dyja janë të lidhura në mënyrë specifike dhe ngushtë me imazhin mjedisor të vendit kur është fjala për turizmin dhe promovimin e tij.

Pa i konsideruar natyrën dhe mjedisin si burime strategjike të turizmit dhe pa i mbrojtur dhe rregulluar plotësisht ato, sektori i turizmit do të vazhdojë të vuajë duke humbur atraktivitetin dhe duke lënë një përshtypje të keqe për turistët që vizitojnë Kosovën.

Direktivat e BE-së për mjedisin dhe niveli i përafrimit të legjislacionit të Kosovës

Si një vend që synon t'i bashkohet BE-së në të ardhmen, Kosova po punon në shumë fusha me zyrën e BE-së dhe një nga fushat kryesore të punës është forcimi i kuadrit ligjor të vendit dhe harmonizimi i legjislacionit me direktivat dhe rregulloret e BE-së.⁶ Në këtë kontekst, harmonizimi i legjislacionit mjedisor me direktivat e BE-së ishte një nga fushat e punës dhe preokupimet kryesore për institucionet relevante. Më poshtë është paraqitur një përmbledhje e direktivave të BE-së për mjedisin dhe niveli i transpozimit në legjislacionin e Kosovës i shprehur në përqindje, një proces i monitoruar nga Komisioni Evropian. Tabela tregon përqindjen mesatare kolektive të transpozimit për çdo fushë të direktivave të BE-së për mjedisin.

Tabela 6.3: Niveli i transpozimit të Direktivave të BE-së për mjedisin në legjislacionin e Kosovës

Fusha e direktivës së BE-së	Nr. i direktivave të BE-së në proces të transpozimit në legjislacionin e Kosovës	Niveli i transpozimit në legjislacionin e Kosovës, në %
Legjislacioni horizontal	7	82 %
Cilësia e ajrit	6	59 %
Menaxhimi i mbeturinave	9	73 %
Cilësia e ujit	9	29 %
Mbrojtja e natyrës	3	93 %
Kontrolli i ndotjes industriale	3	40 %
Kimikatet	3	77 %
Zhurmat	1	74%

Burimi: Përshtatur nga "Gjendja e Mjedisit në Kosovë" - Raporti Vjetor i MMPH (2016)

Tabela tregon që përafrimi i legjislacionit mjedisor të Kosovës me direktivat e BE-së për mjedisin po shkon në drejtimin e duhur në disa nga fushat (p.sh. legjislacioni horizontal, mbrojtja e natyrës, kimikatet, zhurmat dhe menaxhimi i mbeturinave deri në një farë mase), me më shumë punë për t'u bërë në fusha të tjera, veçanërisht në cilësinë e ujit, kontrollin e ndotjes industriale dhe cilësinë e ajrit. Megjithatë, harmonizimi i suksesshëm i legjislacionit të Kosovës me direktivat e BE-së është vetëm hapi i parë i rëndësishëm drejt mbrojtjes së mjedisit dhe natyrës. Prandaj, nevojitet edhe një monitorim dhe zbatim i rreptë i ligjeve dhe rregulloreve në praktikë.

Shqetësimet dhe gjetjet nga akterët e turizmit dhe organizatat ndërkombëtare

Gjatë përgatitjes së këtij raporti, me qëllim që të jepet një pasqyrë më e gjerë e gjendjes reale të sektorit të turizmit në Kosovë, janë konsultuar akterët kryesorë të turizmit në Kosovë, duke përfshirë organizatat ndërkombëtare. Janë mbajtur takime të ndara me aktorë të ndryshëm dhe

⁶ Gjendja e Mjedisit në Kosovë - Raporti Vjetor i MMPH (2016)

janë diskutuar tema të zgjedhura për të kuptuar më mirë çështjet e shumta që aktualisht pengojnë progresin e industrisë.

Tabela 7.1: Shqetësimet dhe rekomandimet nga akterët kryesorë të turizmit në Kosovë

Akteri/Organizata	Shqetësimet dhe Rekomandimet
Shoqatat: ⁷	• Të ketë një bashkëpunim më të mirë ndërmjet aktorëve të turizmit dhe institucioneve (p.sh. Divizioni i Turizmit, Agjencia për Investime dhe Përkrahjen e Ndërmarrjeve në Kosovë-KIESA, shoqatat, operatorët, etj.); • Krijimi i kushteve për të akomoduar grupe të mëdha turistike; • Zhvillimi i një strategjie të duhur marketingu; • Të bëhen çmimet e hoteleve më konkurruese; • Rritja e vetëdijes publike për sektorin; • Përmirësimi i imazhit të vendit (imazhi i keq pas luftës); • Rishikimi i legjisllacionit ekzistues dhe hartimi i një ligji të ri mbi Turizmin; • Zhvillimi i arsimit dhe përditësimi i kurrikulave mbi turizmin; • Mbështetja e sektorit privat për një promovim më të mirë nëpërmjet investimeve në panaiere, broshura, etj; • Zhvillimi i një strategjie për zhvillimin e turizmit rural;
Operatorët Turistik: ⁸	• Investimi dhe përmirësimi i infrastrukturës bazë: menaxhimi i mbeturinave, furnizimi me ujë, furnizimi me energji elektrike, infrastruktura rrugore, kanalizimi, etj.; • Përfshirja e operatorëve turistik në mënyrë specifike në zhvillimin e politikave të turizmit; • Ulja e taksave të aeroportit; • Rritja e nivelit të njohurive të gjuhëve të huaja për punonjësit potencialë si guida turistike; • Promovimi i Kosovës si një destinacion jo vetëm përmes panaiereve/ekspozitave tregtare, por edhe përmes mediave (mediat digjitale dhe të shtypura/media ndërkombëtare). • Të lehtësohet procesi i sigurimit të kalimeve të shtigjeve malore nga policia kufitare maqedonase; • Të investohet më shumë në sektorin e turizmit në përgjithësi; • Zhvillimi i incentivave legjislative për stimulimin e sektorit privat të turizmit; • Heqja e tatimit mbi vlerën e shtuar (TVSH) për turistët që bëjnë rezervime nga jashtë për të vizituar Kosovën dhe rajonin;

⁷ Konsultimet me shoqatat: Shoqata e Turizmit Alternativ të Kosovës (SHTAK/KATA); anëtare e KCC (2018)

⁸ Konsultimet me TO: AirTour; BN Adventure; AltaVia; Fibula; Outdoor Kosova (2018)

	• Subvencionimi i fluturimeve dhe udhëtimeve për turistët ndërkombëtarë; • Promovimi i turizmit dhe produkteve të Kosovës në ambasadat jashtë vendit; • Krijimi i ofertave/produkteve të përbashkëta për Kosovën, Shqipërinë dhe Malin e Zi; • Rishikimi i regjimit aktual të vizave/ kufizimeve për Kinën, Lindjen e Mesme dhe pjesën tjetër të Azisë (viza elektronike); • Krijimi i kushteve për një zhvillim të qëndrueshëm të turizmit, të përqendruar në një përfitim të drejtpërdrejtë për komunitetet dhe qytetarët; • Subvencionimi i produktet të turizmit të qëndrueshëm dhe bujtinat (guesthouses); • Prioritizimi i turizmit në nivelin më të lartë qeveritar, implementimi i politikave dhe zbatimi i rregullave në praktikë; • Zvogëlimi i nivelit të informalitetit në sektorin e bujtinave/hosteleve, destinacioneve turistike/atraksioneve dhe restoranteve; • Ulja e ngarkesës së TVSH-së për shërbimet e lidhura me turizmin • Zhvillimi i rregullave dhe rregulloreve për ciceronët turistik; • Forcimi i përfaqësimit nga shoqatat e duhura të turizmit dhe rritja e pjesëmarrjes së tyre në zhvillimin e politikave të turizmit; • Forcimi i marrëdhënieve me donatorët kryesorë (Swiss-Contact/PPSE, USAID/Empower, UNPD, GIZ, etj.), kontributi dhe investimet e të cilëve në zhvillimin/promovimin e turizmit dhe ngritjen e kapaciteteve janë të rëndësishme për sektorin; • Themelimi i OKT-së sa më shpejt të jetë e mundur dhe të pasurit e një plani konkret të veprimit për zhvillimin dhe promovimin e turizmit; • Zhvillimi i një uebfaqeje posaçërisht për promovimin e turizmit në Kosovë; • Pjesëmarrja në panaire/ekspozita tregtare duhet të planifikohet një vit më parë, duke dhënë më shumë kohë për të përgatitur sloganin, videot, logon, etj. (të gjithë pjesëmarrësit duhet të jenë në gjendje të komunikojnë në gjuhën angleze). • Panairot e propozuara për pjesëmarrje: Internationale Tourismus Börse (ITB) - Berlin, Tregu Botëror i Udhëtimeve (World Travel Market (WTM) - Londër, Destination Nature Paris (DNP) - Paris, Albexpo – Tiranë, Ekspozita ndërkombëtare e turizmit&udhëtimeve e Mesdheut Lindor (EMIT) – Stamboll, Tregu Arab i Udhëtimeve (ATM) - Dubai, panaire të ndryshme në shtetet lindore të Bashkimit Evropian; • Rritja e numrit të guidave turistike, krijimi i një baze të të dhënave të guidave turistike dhe zhvillimi i një sistemi të licencimit; • Krijimi i komunikimit më të mirë midis operatorëve turistik dhe shoqatave;
--	--

	• Turnetë familjarizuese (Fam trips) – të organizohen paraprakisht; 2-3 operatorë duhet të punojnë së bashku kur organizohen turne të mëdha familjarizuese; • Mbrojtja e mjedisit është një shqetësim i madh dhe duhet të adresohet nga niveli më i lartë i qeverisë;
Organizatat/Donatorët ndërkombëtare/ë⁹	• Operimi dhe mirëmbajtja (O&M) e projekteve të financuara nga Zyra e BE-së dhe donatorë të tjerë duhet të konsiderohet në masë të madhe nga qeveritë lokale, në mënyrë që projektet e financuara nga BE dhe donatorë të tjerë të mund të mbesin të qëndrueshme dhe të bëhen histori sukcesi pas zbatimit të tyre (shembuj të keqmenaxhimit të O&M: Junik - Qendra e Informacionit Turistik, Istog - shtigjet e ecjes dhe çiklizmit dhe qendra e informacionit turistik, Novobërdë - rivitalizimi i kalasë, etj) • Adresimi i mbrojtjes së mjedisit dhe menaxhimit të mbeturinave; • Krijimi urgjent i një OKT-je dhe një faqeje interneti për promovimin e turizmit; • Nëpërmjet fushatave më të mira promovuese, t'i ndërrohet kahja trendit të shpenzimit më shumë në vendet fqinje të diasporës kosovare; • Promovimi i bashkëpunimit rajonal përmes projekteve të ndryshme të turizmit dhe iniciativave ndërkufitare; • Sigurimi i mbështetjes qeveritare për shoqatat e turizmit; • Targetimi i trupave të KFOR-it që kanë shërbyer në Kosovë; • Zhvillimi i një strategjie kombëtare të turizmit;
Këshilli i Turizmit të Kosovës	• Turizmi i aventurës, duke përfshirë aktivitetet kulturore, në ambient të hapur dhe fizike duhet të theksohet si një kontribues i mundshëm për këtë sektor; • Ofrimi i trajnimit për ekipet e "Kërkimit dhe Shpëtimit" në raste emergjencash, me fokus në turizmin malor; • Të ketë një promovim më të mirë të trashëgimisë kulturore krahas me aktivitetet e tjera turistike; • Zhvillimi i segmentimit të tregut të turizmit;

Burimi: Nga takimet dhe intervistat e mbajtura me akterët e turizmit në Kosovë

⁹ Konsultimet me: Zyren e BE-së; USAID; GIZ; Swiss Contact/PPSE (2018)

Roli i Organizatës Kombëtare të Turizmit (OKT)

Roli bazë dhe parësor i një OKT-je është promovimi i një vendi si një destinacion turistik dhe rritja e ardhjeve të turistëve/vizitorëve.¹⁰ Funksionet e saj kritike janë marketingu dhe zhvillimi i turizmit së bashku me planifikimin, shërbimin e vizitorëve, hulumtimin, koordinimin dhe lobimin.¹¹

Detyrat dhe përgjegjësitë kryesore të OKT-ve përfshijnë, por nuk janë të kufizuara në:¹²

- hulumtimi i tregjeve relevante aktuale dhe ato në zhvillim dhe zhvillimi i inteligjencës së tregut;
- parashikimi i kërkesës;
- identifikimi i tregjeve dhe segmenteve me potencialin më të mirë;
- caktimi i prioriteteve promovuese;
- projektimi i imazhit të duhur të destinacionit tek tregjet e synuara;
- ofrimi i informacionit për destinacione palëve të interesuara;
- ofrimi i këshillave për zhvillimin dhe përmirësimin e produkteve një numri të organizatave turistike;
- krijimi i fushatave bashkëpunuese të marketingut në bashkëpunim me organizatat e tjera të turizmit;
- monitorimi i kënaqshmërisë së turistëve/vizitorëve.

Kohët e fundit në Kosovë, ka pasur një rritje graduale të përpjekjeve në emër të qeverisë për të formuluar strategji për zhvillimin e sektorit të turizmit. Në draft koncept dokumentin¹³ e vitit 2018 (MTI, TAIEK), krahas shumë ndërhyrjeve të tjera të identifikuar për t'u ndërmarrë në sektorin e turizmit, krijimi i një OKT-je është konsideruar si një prioritet.

Sipas një raporti të analizës¹⁴ (PPSE, 2017), i cili ishte përgatitur për të vënë në dukje nevojat dhe opcionet për të krijuar një OKT, kostoja totale vjetore për krijimin dhe drejtimin e një OKT-je do të ishte më pak se 400,000 euro, pa llogaritur shpenzimet e punonjësve dhe zyrës. Aktivitetet e përfshira në buxhetin e parashikuar dhe programin e punës janë:

- prodhimi i materialeve dhe mjeteve promovuese;
- promovimi i fokusuar në konsumatorë dhe në biznes;
- marrëdhëniet me publikun (PR) dhe komunikimi;
- organizimi dhe funksionimi i QIT (Qendrave të Informacionit Turistik), OMD (Organizatave të Marketingut të Destinacionit), dhe zyrat e përfaqësimit jashtë vendit;
- databaza e informacionit turistik, anketat e tregut, analiza dhe adoptimi/realizimi i strategjisë së marketingut;

¹⁰ The Role of a National Tourist Office in the World of Incentive Travel - Case, A. (2003)

¹¹ Tourist Organizations - Longman Group UK Ltd. Harlow, Essex Pearce, D. (1992)

¹² The past, present and future of DMOs – Example of NTOs - J. Borzyszkowski; M. Marczak (2011)

¹³ Draft koncept dokument në fushën e turizmit – MTI, TAIEK, Kosovë (2018)

¹⁴ Opcionet dhe modalitetet për themelimin e Bordit të Turizmit të Kosovës- J. Sirse, PPSE (2017)

Burimet e nevojshme financiare për funksionimin e një OKT-je janë buxheti i qeverisë, kontributi i biznesit të turizmit dhe mbështetja e bazuar në projekte nga organizatat ndërkombëtare.

Në tabelën e mëposhtme, ekziston një krahasim i vendeve të rajonit në lidhje me administratën e turizmit. Për më tepër, ajo tregon se përveç Kosovës, të gjitha vendet e rajonit kanë krijuar tashmë OKT-të, kanë një ministri për turizëm (përveç Maqedonisë) dhe kanë inkurajuar përfshirjen e sektorit privat.

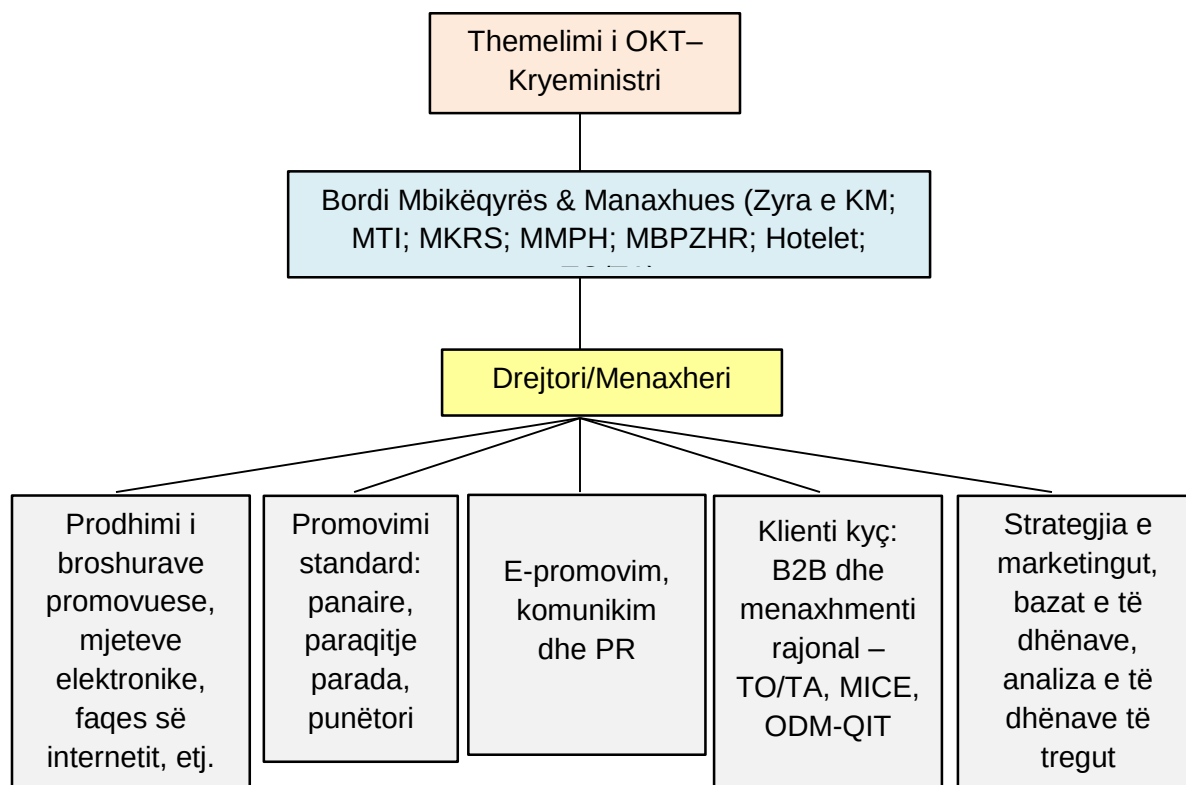
Tabela 8.1: Krahasimi i vendeve të rajonit në lidhje me administratën e turizmit

Vendi	Ministria e Turizmit	OKT	Përfshirja e sektorit privat	Strategjia gjithëpërfshirëse e adaptuar
Kosova	X	X	X	X
Shqipëria	✓	✓	✓	X
Maqedonia	X	✓	✓	X
Kroacia	✓	✓	✓	✓
Serbia	✓	✓	✓	X

Burimi: Zhvillimi i turizmit nëpërmjet politikave efektive dhe promovimit, D4D 2017

Figura e mëposhtme paraqet strukturën e rekomanduar për krijimin e OKT dhe nivelet e saj të menaxhmentit.

Figura 8.1: Struktura e organizimit dhe menaxhimit të një OKT-je të propozuar



Burimi: “Opcionet dhe modalitetet për themelimin e Bordit të Turizmit të Kosovës – OKT të Kosovës” _J. Sirse (PPSE)

Si rezultat, themelimi i një OKT konsiderohet të jetë një hap i rëndësishëm drejt krijimit të një baze të mirë për zhvillimin dhe promovimin e turizmit, me një organ përgjegjës që shërben si pikë kryesore e informacionit për shumë aktivitete të lidhura me turizmin.

Segmentimi i tregut të turizmit - përfitimet dhe efektet në zhvillimin e strategjisë së turizmit

Përkufizimi

Si në shumë industri të tjera, segmentimi i tregut në turizëm është një element i rëndësishëm dhe një mjet strategjik për t'u zhvilluar, përshtatur dhe përdorur në nivel kombëtar. Mundëson sektorin e turizmit të prioritzojë tregjet me më shumë potencial, të harmonizojë marrëdhëniet e kërkesës dhe ofertës dhe në mënyrë efektive dhe efikase të ndajë burimet për sektorin e turizmit.

Turistët nuk janë të gjithë të njëjtë, ata janë heterogjenë dhe kanë pikëpamje të ndryshme kur bëhet fjalë për zgjedhjen e pushimeve të tyre ideale. Prandaj, segmentimi i tregut merr parasysh heterogjenitetin midis turistëve dhe i grupon ata në segmente të tregut të cilat janë të ngjashme me njëri-tjetrin dhe të ndryshëm nga anëtarët e segmenteve të tjera.¹⁵

Përfitimet dhe kërkesat e segmentimit

Përfitimet kryesore të segmentimit të tregut janë:¹⁶

- aftësia për të specializuar në nevojat e një grupi të caktuar dhe kujdesi për të njëjtit në mënyrën më të mirë të mundshme;
- ndërtimi i marrëdhënieve me klientët më potencial;
- avantazhi konkurrues;
- dhënia e propozicioneve të fokusuara të produktit dhe shërbimit;
- rritja e të hyrave nga konsumatorët e synuar;
- përcaktimi se kë nuk duhet ndjekur për biznes;
- priorizimi i shpërndarjes së burimeve në mundësitë që ia vlejnë më së shumti;
- krijimi i përkushtimit dhe një qëndrimi të vetëm brenda organizatës (një vizion, një zë, mesazhe të harmonizuara).

Kërkesat/kriteret për segmentimin e suksesshëm të tregut të udhëtimeve dhe turizmit:¹⁷

¹⁵ Market segmentation in tourism (Segmentimi i tregut në turizëm)- Dolnicar, S, Woodside, AG and Martin, D (eds) (2008)

^{16, 17} Developing market segmentation in Tourism (Zhvillimi i segmentimit të tregut në turizëm)- Pesonen, J., University of Eastern Finland (2013)

- Homogjeniteti - njerëzit brenda një segmenti duhet të jenë të ngjashëm me njëri-tjetrin dhe segmentet duhet të jenë sa më të ndryshme nga njëra-tjetra;
- Të matshme dhe substanciale - segmentet duhet të identifikohen me një shkallë të arsyeshme të saktësisë dhe të jenë mjaftueshëm të mëdha për të garantuar vëmendje të veçantë;
- Të arritshme - një organizatë duhet të jetë në gjendje të ketë qasje të lehtë në segmentet e identifikuar;
- Të mbrojtshme - segmentet duhet të kërkojnë qasje të ndryshme të marketingut dhe duhet të dallojnë në ato karakteristika që janë më të rëndësishme për shërbimet ose produktet e organizatës;
- Konkurruese - segmentet duhet të përshtaten me produktet ose shërbimet e ofruara nga organizata;
- Kompatibile - segmentet duhet të jenë kompatibile me tregjet ekzistuese;
- Të qëndrueshme - duhet të ketë njëfarë stabiliteti, dhe segmentet duhet të mbeten relevante për një periudhë të zgjatur kohore.

Metodat dhe teknikat e përdorura në përgjithësi për segmentimin e tregut të turizmit

Popullata			
Demografike	Gjeografike	Psikografike	Të sjelljes
- Moshë - Të ardhurat - Puna - Familje - Edukimi - Religjioni	- Klima - Urban - Rural - Malor	- Tradita dhe zakonet - Stili i jetesës - Interesat - Aktivitetet - Personaliteti	- Preferencat dhe zakonet - Qëllimet - Të mirat e trashëguara

Burimi: Hulumtim vetanak

Segmentimi i tregut të turizmit dhe burimet potenciale në Kosovë

Në nivel kombëtar në Kosovë, përveç sektorit privat të turizmit që praktikon metodën e segmentimit të tregut për interesat e tyre të biznesit (mikro-marketingu), ende nuk ka dëshmi për ndonjë dokument strategjik dhe/apo analizë që përfshin segmentimin e tregut të turizmit si një koncept marketingu (makro-marketingu). Angazhimi i institucioneve qeveritare të turizmit në përgatitjen dhe hartimin e dokumenteve dhe strategjive të marketingut të turizmit është i nevojshëm për sektorin privat të turizmit, sipërmarrësit, hartuesit e politikave dhe akterët tjerë për të pasur një perspektivë më të gjerë mbi atë se ku të investojnë, cilat produkte duhet të zhvillohen dhe të kuptojnë më mirë tregjet ndërkombëtare dhe kërkesat specifike të klientit.

Segmentimi i tregut të turizmit zakonisht përgatitet nga një AKT/OKT ose ndonjë institucion/departament tjetër përkatës qeveritar i turizmit. Sidoqoftë, në Kosovë ka shumë çështje

dhe pengesa kur bëhet fjalë për disponueshmërinë e të dhënave të turizmit, prandaj është më e vështirë të ofrohet informacion i specializuar për turizmin dhe segmentimin e turistëve. Sa i përket grumbullimit të të dhënave statistikore të turizmit, Agjencia e Statistikave të Kosovës mbulon dhe jep informacion vetëm nga industria hoteliere, i cili nuk është i mjaftueshëm për të zhvilluar një analizë më të plotë dhe gjithëpërfshirëse të tregut.

Sa i përket segmentimit të burimeve të turizmit në Kosovë, Divizioni i Turizmit (MTI) ka përgatitur një listë të segmenteve ekzistuese me potencial zhvillimi në Kosovë, të përshtatura në tabelën e mëposhtme 9.1.

Tabela 9.1: Segmente të turizmit me potencial në Kosovë

Segmentet ekzistuese me potencial në Kosovë			
Llojet e turizmit	Aktual	Potencial	Në fazën fillestare
Tranzit	X		
I natyrës			X
Burimet e ujit		X	
Mjekësor	X		
Dimëror	X		
Kulturor - Historik			X
Rural		X	
Gjuetia & Peshkimi		X	
Malor (Alpin)			X
Speleologjik		X	
Aventuror			X
Shkencor		X	

Burimi: MTI, Divizioni i turizmit 2018

Për më tepër, për qëllimet e këtij raporti, në tabelën 9.2 paraqitet një përmbledhje e burimeve të mëtejshme potenciale turistike, ku paraqitet një përshkrim i burimeve kryesore të turizmit në Kosovë të ndara në ato primare dhe sekondare, të cilat duhet të konsiderohen me kujdes gjatë segmentimit të tregut të turizmit të Kosovës. Segmentimi i tregut është një mjet i rëndësishëm marketingu që fokusohet në harmonizimin e kërkesave turistike me burimet e turizmit të vendit; në mënyrë që shfrytëzimi i burimeve ekzistuese të vendit të mund të arrihet në mënyrë efektive.

Tabela 9.2: Burimet turistike të disponueshme në Kosovë

Burimet kryesore turistike në Kosovë					
Burimet primare turistike:		Burimet sekondare turistike:		Produkte të turizmit të specializuar/profilizuar (Niche):	
Natyra:	Malet; Aventuror; Rurale, Eko; Sportet dimërore; Shpellat; Ujëvara, liqene, lumenj;	Burime të tjera turistike:	Turizëm mjekësor; Kampingu; Çiklizmi; Agro-turizmi; Ekskursione; Turizmi tranzit;	Produkte të specializuara/profilizuara (Niche):	Kulinaria; Veraritet; Takimet, incentivat, konferencat dhe ngjarjet (MICE); Festivalet;

Urban:	Qytetet; jeta e natës; Bare dhe restorante;		Mirëqenie; Turizmi ndërkufitar;		Eventet; Aktivitetet religjioze;
Trashëgimia kulturore:	Historike; Religjioze; Monumentet; Arkeologjia; Arkitektura; Artefakte; Muzetë; Folklori; Lokacionet në mbrojtje të UNESCO-s;				

Burimi: Hulumtim vetanak

Oferta dhe kërkesa në turizëm

Turizmi përshtatet mirë në zinxhirin e furnizimit, ku produkti, shërbimi ose përvoja që konsumohet mbledhet bashkë dhe përfshin një gamë të gjerë furnizuesish.¹⁸ Për të përputhur kërkesën dhe ofertën në turizëm, nevojitet analiza paraprake e marketingut e segmenteve të identifikuara të tregut. Segmentet e turizmit/turistëve janë të shumëllojshme; prandaj, ka kërkesa të ndryshme për produkte të ndryshme të turizmit që duhet të furnizohen.

Kërkesa dhe oferta turistike në Kosovë ka mungesë të të dhënave statistikore dhe analizave. Pa të dhëna të duhura statistikore të turizmit, është shumë vështirë të dihet niveli i përdorimit të burimeve turistike në Kosovë, gjë që e bën procesin e segmentimit të tregut më kompleks. Si pasojë, produktet e turizmit nuk mund të zhvillohen në mënyrë efektive dhe prandaj nuk do të përmbushin kërkesën reale të produkteve/shërbimeve nga turistët. Vetëm duke klasifikuar turistët në segmente dhe duke kuptuar më mirë sjelljet dhe nevojat e tyre, mund t'i përputhim në mënyrë efektive kërkesat e tyre me ofertën e produkteve turistike në dispozicion dhe gjithashtu të zhvillojmë produkte krejtësisht të reja (ku kërkesa është e lartë ose ka tendencë të rritjes), gjë që mund t'i shtojë vlerë zinxhirit të furnizimit të turizmit.

Në një farë mase, sektori privat i turizmit në Kosovë zhvillon analiza të marketingut në mënyrë që të mund të arrijnë objektivat e biznesit dhe të jenë konkurrues, por këto të dhëna zakonisht mbeten vetëm për përdorim privat, nuk publikohen dhe nuk janë të mjaftueshme për të kuptuar dhe përcaktuar kërkesën dhe ofertën e përgjithshme për produktet dhe shërbimet e turizmit në nivel kombëtar. Të rikujtojmë, roli i OKT-së në këtë aspekt do të ishte shumë i vlefshëm, sepse është e caktuar posaçërisht me funksionin për të përgatitur, ofruar dhe publikuar dokumente strategjike të turizmit që do të mundësonin që sektori të organizohet, menaxhohet, promovohet më mirë dhe të jetë më efikas dhe fitimprurës.

¹⁸ Tourism demand and supply (Oferta dhe kërkesa turistike) - T, Nelwamondo (2010)

Një shfrytëzim më i mirë i burimeve të disponueshme të turizmit mund të arrihet pas një studimi dhe analize të duhur të segmenteve dhe si rezultat i përputhjes së kërkesës me ofertën. Statistikat në këtë kontekst kanë një rol të rëndësishëm.

Qasjet themelore për mbledhjen e statistikave të ofertës turistike janë:

- statistikat mbi prodhimin/strukturën e ndërmarrjeve, aktivitetet e tyre (oferta e akomodimit dhe shërbimeve të shitjes me pakicë), dhe
- statistikat mbi rezultatin e aktiviteteve të tilla.

Komponentët e ofertës turistike mund të klasifikohen në katër elementë të ndryshëm (Gunn dhe Var, 2002):¹⁹

- Burimet natyrore ose mjedisore - që përbëjnë masën themelore të ofertës (fiziografikun e zonës, relievit, florës, faunës, trupave të ujit, cilësisë së ajrit dhe elementeve/fenomeneve të ngjashme natyrore);
- Burime të ndërtuara ose të bëra nga njeriu (infrastruktura) - me elemente të tilla si sistemet e furnizimit me ujë, sistemet e kanalizimit, linjat e energjisë, rrugët, rrjetet e komunikimit dhe objektet tjera rekreative dhe komerciale;
- Transporti - si një komponent kritik i ofertës turistike (aeroplanë, trena, autobusë, etj.);
- Mikpritja dhe burimet kulturore - që janë pjesë integrale e ofertës turistike.

Destinacionet dhe ngjarjet kryesore turistike në Kosovë

Posedimi i një databaze për turizmin e vendit ku renditen të gjitha atraksionet, destinacionet turistike, ngjarjet etj., ndikon në procesin e vendimmarrjes duke e bërë më të lehtë për vizitorët të kërkojnë dhe të familjarizohen me të gjitha destinacionet turistike. Kjo gjithashtu ndihmon operatorët turistik (OT-të), agjentët e udhëtimit (AU-të) etj. në Kosovë në përgatitjen e itinerareve duke pasur qasje në të gjitha të dhënat që kanë të bëjnë me turizmin në Kosovë.

Aktualisht, nuk ka asnjë databazë zyrtare ose uebfaqe që rendit të gjitha atraksionet, ngjarjet dhe pikat e interesit në Kosovë të kombinuara dhe të bëra bashkë. Materialet e kufizuara dhe përpilimi i dobët i disa prej uebfaqeve ekzistuese nuk mjaftojnë për të tërhequr interesin e vizitorëve të ardhshëm. Kjo mund të rezultojë në humbjen e vizitorëve potencial që janë duke kërkuar çfarë mund të shohin dhe të bëjnë në Kosovë. Kur bën një kërkim për një qytet/qytezë/fshat të Kosovës (p.sh. atraksionet e Prishtinës), rezultatet e para që shfaqen janë nga TripAdvisor, Lonely Planet, etj., duke ofruar informacion të kufizuar në lidhje me burimet dhe aktivitetet turistike të Kosovës.

Tabela 10.1: Disa prej atraksioneve kryesore rreth qyteteve kryesore të Kosovës

¹⁹ Tourism planning: Basics, Concepts, Cases (Planifikimi i turizmit: Bazat, konceptet, rastet) - Gunn, C; Var, T (2002)

<i>Prishtina</i>	<i>Peja</i>	<i>Prizreni</i>	<i>Gjakova</i>
Muzeu etnografik; Biblioteka Kombëtare e Prishtinës; Katedralja dhe sheshi Nëna Terezë; Galeria Kombëtare e Kosovës; Parku Germia; Xhamitë; Sheshi Skënderbeu; Ulpiana; Muzeu Kombëtar; Manastiri i Graçanicës; Shpella e Gadimes; Mauzoleu Sultan Murati; Liçeni i Batllavës;	Pazari i vjetër i Pejës; Muzeu Etnologjik; Via Ferrata; Bjeshkët e nemuna; Bajrakli Xhamia; Drini i Bardh; Ujëvara e Drinit të Bardhë; Shpella bukuroshja e fjetur; Gryka e Rugovës; Manastiri i Deçanit; Boga; Liçeni Leqinati; Kulla e Haxhi Zekës; Patriarkata e Pejës;	Kalaja e Prizrenit; Xhamia e Sinan Pashës; Muzeu i Lidhjes Shqiptare të Prizrenit; Malet e Sharrit; Parku kombëtar; Muzeu arkeologjik; Bajrakli Xhamia; Gazi Mehmet Pasha; Hamami; Kisha e Bogorodica Ljevisa; Arti i filigranit; Kisha Shën Spasit; Brezovica; Dragashi; Teqeja Halvite;	Pazari i madh; Urat (Terezive, Tabak, Taliq); Sahat kulla; Muzeu etnografik; Teqeja e madhe; Xhamia Hadum; Kisha e Shën Ndout; Kodra e Çabratit; Ura e Terzive; Kulla e Abdullah Pashe Drenit; Pylli Shkugëza; Ujëvara e Mirushes;

Burimi: KIESA, OT-të, Trip Advisor, Lonely Planet, etj.

Tabela 10.2: Disa prej ngjarjeve kryesore në Kosovë:

Emri i ngjarjes	Vendi	Muaji
<i>Dokufest</i>	Prizren	Gusht
<i>Anibar</i>	Pejë	Gusht
<i>Green Fest</i>	Prishtinë	Korrik
<i>Gara e kërcimeve në ujë, Ura e Fshenjtë</i>	Gjakovë	Korrik
<i>Freedom Festival</i>	Prishtinë	Qershor
<i>NGOM</i>	Prizren	Qershor ose Korrik
<i>Festivali Ndërkombëtar i Muzikantëve të Rinj, DAM</i>	Prishtinë	Mars
<i>Përralla</i>	Gjakovë	Maj
<i>Meeting of Styles, Prishtina</i>	Prishtinë	Maj
<i>Skena UP</i>	Prishtinë	Nëntor
<i>Prishtina Jazz Festival</i>	Prishtina	Nëntor
<i>Into the Park</i>	Pejë	Tetor
<i>Maratona e Malësisë së Gjakovës</i>	Gjakovë	Tetor
<i>Hardh Fest</i>	Rahovec	Shtator

Burimi: Profili i Sektorit të Turizmit – KIESA (2014), dhe të tjera.

Destinacionet më të popullarizuara në Kosovë

Në mesin e destinacioneve kryesore për të vizituar në Kosovë, janë disa pika të interesit që kanë fituar vëmendje dhe popullaritet ndërkombëtar, të cilat po marrin mbështetje dhe investime. "*Majat e Ballkanit*" dhe "*Via Dinarica*" janë vetëm disa shembuj të mirë të përmendur në këtë raport.

"*Majat e Ballkanit*" është një ecje malore me shtigje të ndryshme përgjatë kufijve të Shqipërisë, Kosovës dhe Malit të Zi, rreth 200 kilometra e gjatë (e që merr rreth 10 ditë për të vizituar të gjitha shtigjet), që lidh disa prej parqeve kombëtare më të bukura të Evropës Juglindore me peizazhe

mahnitëse (male, pyje, ujëvara dhe livadhe), e cila ka krijuar mundësi ekonomike dhe zhvillim për komunitetet lokale. Ky projekt e ka vënë rajonin në hartë dhe ka krijuar një profil dhe imazh të fuqishëm për këtë destinacion, ka rritur numrin e vizitorëve në Pejë dhe rajon dhe ka inkurajuar funksionimin e shtëpive pritëse (guest houses) dhe guidave malore.²⁰ Ky projekt është zhvilluar dhe mbështetur nga GIZ në bashkëpunim me komunat, shoqatat dhe ministritë e linjës, të cilët ofruan këshilla për të gjithë akterët.

"Via Dinarica" është një tjetër shembull i destinacioneve të popullarizuara dhe Kosova është pjesë e saj. Ajo është një shteg i zgjeruar që kalon përmes dhe lidh vendet e Ballkanit Perëndimor nga Sllovenia deri në Shqipëri, duke përfshirë Kroacinë, Bosnjën, Malin e Zi, Kosovën, Serbinë dhe Maqedoninë. Ky shteg është rreth 2000 km i gjatë, dhe sipas National Geographic është duke u bërë "një nga destinacionet botërore të ecjes". Projekti për lidhjen e Kosovës me Via Dinarica dhe Ballkanin Perëndimor u mbështet nga USAID Empower duke investuar rreth €51,000 për të ndihmuar në gjetjen, hartëzimin dhe shënjimin e shtegut; sigurim të asistencës teknike; zhvillim të materialeve promovuese; dhe ndërtim të kapacitetit të operatorëve turistik lokal për të ofruar shërbime të udhëtimit të aventurës. Ky projekt u përfundua gjatë verës së vitit 2017.²¹

Projektet e BE-së për bashkëpunim ndërkufitar (BNK) dhe ndikimi i tyre në zhvillimin e turizmit lokal

Zhvillimi i turizmit ndërkufitar është bërë mjaft i popullarizuar në dekadat e fundit, veçanërisht pasi që BE prezantoi programet ndër-rajonale. Fondet e BE-së për Bashkëpunimin Ndërkufitar (BNK) janë rritur me kohë dhe një fokus i veçantë i është kushtuar projekteve që kanë të bëjnë me turizmin. Komunat (qeveritë lokale) duket të kenë ndikimin më të madh kur bëhet fjalë për përdorimin e fondeve të BNK-së, veçanërisht për shkak të rolit dhe përgjegjësisë të tyre në zhvillimin, planifikimin dhe strategjitë e turizmit në nivel lokal.

Terreni karakteristik me male dhe pyje përgjatë kufijve me vendet fqinje u jep komunave të Kosovës një mundësi strategjike për të zhvilluar projekte ndërkufitare me fokus të veçantë në zhvillimin e turizmit, duke krijuar në këtë mënyrë lidhje të interesit ekonomik, kulturor dhe social me vendet e tjera të rajonit.

Tabela e mëposhtme tregon ndarjen e fondeve të BE-së për programin BNK 2007 - 2020 dhe është përshtatur në atë mënyrë për të treguar fondet e alokuara për projektet e përbashkëta të Kosovës me vendet fqinje.

Tabela 11.1: Alokimet e fondeve të BE-së për projektet e bashkëpunimit ndërkufitar

Programi i BE-së për BNK	Alokimet 2007 – 2013 (Euro)	Alokimet 2014 – 2020 (Euro)
Kosovë – Shqipëri	4,800,000	8,400,000
Kosovë – Mal i Zi	4,800,000	8,400,000

²⁰ Një sukses i përbashkët – Shtegu Majat e Ballkanit - GIZ (Sarajevë) (2014)

²¹ Lidhja e Kosovës me Via Dinarica dhe me Ballkanin Perëndimor - www.usaid.gov (2017)

Kosovë – Maqedoni	3,600,000	8,400,000
Gjithsej	13,200,000	25,200,000

Burimi: Përshtatur nga Raporti për CBC i Instrumentit për para-anëtarësim (IPA), Komisioni Evropian, 2017²²

Sfidat/çështjet kryesore që mbulohen nga Programi BNK

Sipas raportit për BNK të Instrumentit për para-anëtarësim (IPA) 2017²³, janë identifikuar 10 çështje dhe sfida kryesore që duhet të adresohen nga programi për BNK:

- Depopullimi dhe derealizimi;
- Infrastruktura joadekuate (transporti, uji, mbeturinat, krijimi i mundësive për biznes);
- Niveli i lartë i papunësisë, përfshirë papunësinë afatgjatë dhe të të rinjve;
- Produktivitet i ulët bujqësor/agro-ushqimor;
- Ambient i dobët për biznes dhe sisteme të dobëta për mbështetje të bizneseve;
- Lidhje të dobëta ndërmjet shkollimit/fuqisë punëtore dhe biznesit;
- Nivel i ulët i ndërgjegjësimit për qëndrueshmërinë mjedisore;
- Margjinalizimi social i grupeve, të të rinjve, të të moshuarve, dhe minoriteteve etnike;
- Mungesa e shkallës së biznesit (mikrobiznese), dhe e qasjes në financim të biznesit;
- Tregu i kufizuar (kombëtar/ndërkombëtar) dhe mundësi të kufizuara të tregtimit.

Aplikuesit e kualifikueshëm

Aplikues të kualifikueshëm për projektet e financuara nga IPA për BNK janë: autoritetet lokale; shërbimet publike në nivel lokal, autoritetet rajonale, organet kombëtare, organizatat ndërkombëtare, universitetet dhe shkollat, organizatat joqeveritare (OJQ-të), shoqatat sportive dhe shoqatat fetare.

Në kuadër të IPA 2014 – 2020, prioritetet tematike si turizmi, trashëgimia kulturore & natyrore dhe mbrojtja e ambientit, janë identifikuar si sektorë me prioritet për t'u financuar (së bashku ato përbëjnë 63% të financimit të përgjithshëm të programit IPA BNK). Temat tjera që mbulohen nga këto fonde janë: punësimi, lëvizshmëria, gjithpërfshirja sociale (12%); asistencë teknike (10%); konkurrueshmëria, NVM-të, tregtia dhe investimi (8%); rinia, shkollimi dhe aftësimi (7%).

Zonat e kualifikueshme dhe ato të afërta të mbuluara nga Programi IPA 2007 – 2013 BNK (projektet e përbashkëta me shtetet fqinje)

Tabela 11.2: Zonat e mbuluara nga projektet BNK të BE-së për Kosovën

Shteti	Zona e kualifikuar	Zona e afërta
Kosova me	• Rajoni ekonomik jugor (komunat: Prizreni,	• Rajoni ekonomik verior

^{22, 23} Vlerësimi i programeve IPA për Bashkëpunim ndërkufitar 2007-2013 – raporti final i vlerësimit (2017)

Shqipërinë	Suhareka, Dragashi, Rahoveci, Malisheva, Mamusha). • Rajoni ekonomik perëndimor (komunat: Peja, Klina, Istogu, Gjakova, Deçani, Juniku).	(komunat: Skënderaj, Vushtrria, Zubin Potoku, Zveçani, Mitrovica, Leposaviçi).
Kosova me Maqedoninë	• Rajoni ekonomik lindor (komunat: Gjilani, Kamenica, Vitia, Novo Bërda, Ferizaj, Kaçaniku, Shtërpca, Hani i Elezit). • Rajoni ekonomik jugor (komunat: Prizreni, Suhareka, Dragashi, Rahoveci, Malisheva, Mamusha).	
Kosova me Malin e Zi	• Rajoni ekonomik perëndimor (komunat: Peja, Istogu, Klina, Juniku, Deçani, Gjakova)	

Burimi: Përshtatur nga Raporti i IPA BNK 2017²⁴, Komisioni Evropian

Niveli i shfrytëzimit të fondeve të IPA 2007 – 2013 BNK nga Kosova krahasuar me shtetet tjera të rajonit, të cilat janë të përfshira në programin e njëjtë, është shumë i ulët. Tabela më poshtë tregon përqindjen e shumave të kontraktuara dhe të disbursuara nga shuma e përgjithshme e alokuar.

Tabela 11.3: Shfrytëzimi i fondeve nga Kosova dhe shtetet e rajonit, në përqindje:

Programi:	Kontraktuar si % e shumës së alokuar	Disbursuar si % e shumës së kontraktuar	Disbursuar si % e shumës së alokuar
CRO - BeH	100.0%	91%	91%
BeH - MNE	102.9%	83%	86%
CRO - MNE	103.3%	92%	95%
CRO - RS	95.6%	80%	77%
RS - MNE	95.4%	81%	77%
AL - MNE	89.2%	69%	61%
RS - BeH	77.5%	69%	53%
MNE - KS	81.9%	72%	59%
MK - KS	61.8%	80%	50%
MK - AL	55.6%	68%	38%
AL - KS	52.2%	32%	17%

Burimi: Përshtatur nga Raporti i IPA BNK 2017²⁵, Komisioni Evropian

Qeveritë lokale/komunat në Kosovë dhe Ministria e Administrimit të Pushtetit Lokal (MAPL) nuk kanë treguar angazhim serioz në përgatitjen e projekteve dhe/ose në përkrahjen e palëve të interesuara për të rritur pjesëmarrjen në programet e BNK-së për gjenerim të vlerës ekonomike dhe vendeve të punës.

²⁴ Vlerësimi i Programeve të IPA-s për Bashkëpunim Ndërkufitar 2007-2013 – Raporti Final, BE (2017)

²⁵ Vlerësimi i Programeve të IPA-s për Bashkëpunim Ndërkufitar 2007-2013 – Raporti Final, BE (2017)

Sipas kësaj table, Kosova në raport me Shqipërinë, Maqedoninë dhe Malin e Zi për programet e përbashkëta të BNK-së ka përdorur një mesatare prej 40% të totalit të fondeve të ndara, ndërsa vendet tjera të rajonit janë në pozitë shumë më të mirë sa i përket shfrytëzimit të fondeve të tilla.

Shuma e përgjithshme e disbursuar në kuadër të programit BNK IPA 2007-2013 për rajonin ishte rreth 65.9 milion euro nga 84.7 milion euro të ndara, ku projektet e turizmit përbënin 28.5 milion euro të disbursuara nga 38.11 milion euro të ndara. Si përqindje e shpërndarjes totale të fondeve në kuadër të këtij Programi, sektori i turizmit përbënte 43%, me gjithsej 58 projekte. Kjo përqindje tregon rëndësinë që i është dhënë zhvillimit të turizmit nga fondet e BNK-së për rajonet ndërkufitare.

Roli i organizatave ndërkombëtare për turizmin në Kosovë

Përveç donacioneve dhe financimeve të ndryshme të ofruara nga organizatat ndërkombëtare në Kosovë, kontributi i tyre specifik për zhvillimin e sektorit të turizmit është gjithashtu shumë i vlefshëm dhe i nevojshëm. Sipas MTI-së, organizatat ndërkombëtare kanë financuar projekte të ndryshme në lidhje me turizmin në Kosovë, dhe projektet kanë mbuluar fusha të tilla si: zhvillimi i politikave të turizmit; zhvillimi i markave dhe produkteve të turizmit; bashkëpunimi ndërkufitar; zhvillimi i burimeve njerëzore; zhvillimi i turizmit rural; mbështetja e Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit (TIK) në turizëm; zhvillimi i zonave dhe destinacioneve turistike; zhvillimi i paketave turistike; projekte të promovimit; etj.

Organizatat kryesore ndërkombëtare që kanë financuar projekte të ndryshme për zhvillimin e sektorit të turizmit janë: Zyra e BE-së, USAID-i, GIZ-i, Zyra Zvicerane për Bashkëpunim, UNDP, BMZ, Qeveria e Finlandës, Fondi Çek i Mirëbesimit, etj.

Bashkëpunimi me donatorët ndërkombëtarë për këtë sektor duhet të rritet, me qëllim që të përfitohet sa më shumë nga ekspertiza, njohuritë dhe rekomandimet e tyre. Rritja e rolit të palëve me interes në turizëm (siç janë: institucionet e turizmit, komunat, shoqatat, sektori privat, etj.) në zhvillimin e propozimeve dhe projekteve për turizmin në Kosovë është thelbësore për të tërhequr më shumë fonde dhe për të krijuar lidhje efektive mes përfituesve potencialë dhe donatorëve.

Niveli i ndërgjegjësimit të komunitetit mbi turizmin

Sektori i turizmit në Kosovë nuk ka qenë prioritet i qeverisë deri kohët e fundit, gjë që sigurisht ka reflektuar në nivelin e vetëdijes së popullit për rëndësinë e turizmit. Qëndrimi dominues për turizmin ka qenë ai i moskthimit të menjëhershëm të investimeve krahasuar me industritë e tjera, duke harruar dinamikën gjithnjë në rritje të rritjes së industrisë së turizmit dhe vendeve të punës që vijnë me të. Megjithatë, trendet e vazhdueshme pozitive ekonomike të turizmit kanë riformësuar mendimet e palëve të interesuara për kontributin e tij në BPV-në e vendit dhe në zhvillimin e komunitetit.

Roli që do të luaj komuniteti si faktorë në çdo planifikim dhe strategji në të ardhmen është me rëndësi të jashtëzakonshme. Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit kërkon mobilizimin e të gjitha shtresave dhe grupeve të shoqërisë nga fëmijët dhe të rinjtë deri tek ata më të moshuar përmes programeve të ndërgjegjësimit publik që kanë për qëllim të rrisin vetëdijen për vlerën që ka turizmi për shoqërinë.

Gjithashtu, vërja e theksit në përfitimet që turizmi sjell në mirëqenien ekonomike të një kombi, automatikisht do të përkthehet në ngritje të vetëdijes së komunitetit për rëndësinë e industrisë.

Shkollimi për turizëm në Kosovë

Një nga asetet më të mëdha të ekonomive të suksesshme anembanë botës dhe faktori që i veçon shtet nga njëra tjetra në aspektin e suksesit, është padyshim niveli i fuqisë punëtore të arsimuar. Të gjithë sektorët e shoqërisë, janë të ndërtuar mbi të, varen prej saj dhe rrjedhimisht ndikohen drejtpërsëdrejti nga cilësia e saj.

Sektori i turizmit, me rritje të vazhdueshme gjatë viteve, nuk përbën përjashtim nga nevoja për arsim cilësor, dhe në fakt kompleksiteti i industrisë në përmbushjen e nevojave njerëzore, stimulimin e ekonomisë dhe promovimin e kulturës e bën edhe më të obligueshme për qeveritë që të investojnë në kapitalin intelektual. Kurse të turizmit janë të përfshira në sistemin arsimor të Kosovës dhe ofrohen si në shkollat e mesme profesionale ashtu edhe në kolegje/universitete. Për momentin, ekzistojnë dy kolegje private dhe dy universitete publike që ofrojnë programe baçelor dhe master në turizëm siç është paraqitur në tabelën e mëposhtme.

Tabela 13.1: Institucionet kosovare që ofrojnë lëndë mbi turizmin

Institucion	Publik/Privat	Programi	Vendi
Kolegji Pjetër Budi	Privat	“Menaxhimi i Turizmit dhe Hotelerisë” Niveli: Baçelor dhe Master	Prishtinë
Kolegji Dardania	Privat	“Menaxhimi i Turizmit” (Fakulteti Ekonomik) Niveli: Baçelor	Prishtinë
Universiteti Haxhi Zeka	Publik	“Menaxhimi i Turizmit”Niveli: Baçelor	Pejë
Universiteti Ukshin Hoti	Publik	“Trashëgimia Kulturore dhe Turizmi” Niveli: Master	Prizren

Burimi: MTI, 2017

Fokusi i programeve është i kufizuar vetëm në menaxhimin e turizmit të përgjithshëm dhe hotelerisë, ku shumë palë të ndryshme të interesit që e konsiderojnë kurrikulën si të vjetruar dhe të

pamjaftueshme për të mbuluar fusha të tjera arsimore,²⁶ siç janë: hulumtimi dhe zhvillimi i turizmit; menaxhimi i destinacionit; menaxhimi ndërkombëtar i hoteleve; kulturat globale dhe turizmi; turizmi i qëndrueshëm; politika dhe planifikimi i turizmit; menaxhimi strategjik i turizmit; etj.²⁷

Tabela 13.2: Turizmi dhe shkollat e mesme profesionale në Kosovë

Institucioni	Programi	Lokacioni
“7 Shtatori”	Tregti dhe Turizëm - Asistent në restorant - Pastiçeri - Kuzhinier - Asistent turizmi	Prishtinë
“Ali Hadri”	Hoteleri dhe turizëm Asistent turizmi	Pejë
“Tafil Kasumaj”	Hoteleri dhe turizëm Asistent i hotelerisë	Deçan
“Hasan Prishtina”	Hoteleri dhe turizëm Asistent i hotelerisë	Mitrovicë
“Ymer Prizreni”	Hoteleri dhe turizëm Asistent i hotelerisë	Prizren
“Qendra e Kompetencës”	Ekonomi, Turizëm dhe Hoteleri - Guidë turistike - Asistent në zyre të informimit dhe agjencione turistike - Asistent në organizimin e ngjarjeve	Prizren
“Arbrëria”	Bujqësi – Turizëm Kuzhinier	Gjilan
“A. Gllavica”	Hoteleri dhe turizëm Asistent në hotel	Lipjan
“K. Kusari”	Hoteleri dhe turizëm Asistent në hotel	Gjakovë
“L. Poradeci”	Hoteleri dhe turizëm Asistent në hotel	Kievë
“Qendra e Kompetencës”	Ekonomi Shërbime Hotelerie dhe Turistike	Malishevë

Burimi: MTI, 2017

²⁶ Zhvillimi i burimeve njerëzore në industrinë e turizmit dhe hotelerisë në Kosovë - Szivas, E (2016)

²⁷ Baçelor i menaxhimit ndërkombëtar të turizmit dhe hotelerisë – Universiteti Queensland, Australi (2018)

Trashëgimia kulturore në Kosovë

Trashëgimia kulturore është me rëndësi të madhe në industrinë e turizmit dhe është një faktor thelbësor për stimulimin e turistëve. Kjo degë e turizmit po rritet dhe zakonisht tërheq turistë me rendiment të lartë që shpenzojnë më shumë para dhe qëndrojnë më gjatë se vizitorët e tjerë. Turistë e interesuar në kulturë dhe në trashëgimi zakonisht tërhiqen nga dhe vizitojnë vende historike dhe arkeologjike, ndërtesa, muze, parqe, trashëgimi etnike etj.

Situata aktuale e këtij sektori në Kosovë është premtuese, ku qeveria dhe aktorë të ndryshëm janë duke punuar së bashku për të ruajtur, promovuar dhe rritur ndërgjegjësimin për rëndësinë e trashëgimisë kulturore në turizëm.

Institucioni përkatës i Kosovës, Ministria e Kulturës, Rinisë dhe Sportit (MKRS), ka zhvilluar një strategji kombëtare për Trashëgiminë Kulturore 2017 - 2027²⁸ e cila synon të avancojë sistemin dhe mekanizmat për mbrojtjen dhe ruajtjen e trashëgimisë kulturore në përputhje me standardet ndërkombëtare. Objektivat kryesore të këtij dokumenti përfshijnë:

1. Avancimin e kornizës ligjore dhe institucionale;
2. Qasjen e integruar ndaj trashëgimisë kulturore drejt zhvillimit të qëndrueshëm;
3. Përfshirjen e trashëgimisë kulturore në planin zhvillimor;
4. Promovimin e trashëgimisë kulturore;
5. Edukimin, trajnimin dhe pjesëmarrjen aktive në mbrojtjen e trashëgimisë kulturore.

Pjesë e kësaj strategjie është zhvillimi dhe promovimi i turizmit të qëndrueshëm në zonat dhe vendndodhjet e trashëgimisë kulturore; përgatitja e ofertave të përbashkëta të turizmit kulturor me vendet fqinje; hartimi i politikave institucionale për turizmin e trashëgimisë kulturore; zhvillimi i infrastrukturës për të mundësuar zhvillimin e turizmit kulturor, etj.

Sipas MKRS, aktualisht ekzistojnë 1567 pasuri të trashëgimisë kulturore nën mbrojtje të përkohshme në kategoritë e: arkeologjisë, arkitekturës dhe trashëgimisë shpirtërore.²⁹

Infrastruktura rrugore, hartëzimi dhe shënjimi i pikave dhe atraksioneve turistike

Përkundër investimeve të mëdha të kaluara dhe të kohëve të fundit të bëra nga qeveria për ndërtimin e autostradave që lidhin Kosovën me Shqipërinë, Serbinë dhe tani me Maqedoninë, situata e infrastrukturës rrugore brenda vendit ende mbetet problem. Në mënyrë të veçantë, infrastruktura rrugore që lidh qytetet kryesore në Kosovë (për shembull: Prishtinë – Mitrovicë,

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

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

Prishtinë - Gjilan, Pejë - Gjakovë, Gjakovë – Prizren, etj.) është lënë pas dore për shumë vite si dhe kanë munguar investimet e vazhdueshme. Për shkak të rëndësisë së rrjetit rrugor (autostradave) me vendet fqinje dhe duke synuar rritjen e tregtisë dhe turizmit, pjesa më e madhe e fondeve të ndara për infrastrukturën rrugore kanë shkuar në projektet e autostradave. Sidoqoftë, lidhja rrugore midis qyteteve brenda Kosovës ka po të njëjtën rëndësi kur bëhet fjalë për turizmin. Ajo lidh destinacionet turistike lokale dhe forcon komunitetet që ofrojnë produkte dhe shërbime turistike.

Një tjetër çështje është infrastruktura rrugore që çon në destinacione turistike. Nevojitet angazhim i veçantë për të rritur nivelin e ndërgjegjësimit të institucioneve për të investuar më shumë në infrastrukturën rrugore rurale dhe malore, duke mundësuar kështu qasje të plotë në destinacionet turistike.

Krijimi i hartave të destinacioneve/atraksioneve turistike thjeshtëson grumbullimin e informacionit për pika të veçanta turistike, i promovon ato dhe e bën më të lehtë gjetjen e tyre. Me përfshirjen e destinacioneve në harta të ndryshme digjitale (siç janë: google maps, maps.me etj.) dhe duke i bërë ato sa më informuese, të klikueshme dhe transaksionale, procesi i shpërndarjes së informacionit për turistët bëhet plotësisht i disponueshëm, i qasshëm, i besueshëm dhe promovues.

Në këtë aspekt, vendosja në hartë e të gjitha destinacioneve dhe atraksioneve turistike, si dhe vendosja e shenjave/tabelave rrugore kanë një rol të rëndësishëm dhe konsiderohen si prioritet në turizëm. Pas procesit të identifikimit dhe vendosjes në hartë të të gjitha destinacioneve dhe pikave turistike në Kosovë, është gjithashtu shumë e rëndësishme vendosja e sinjalistikës për pikat turistike. Një program efektiv kombëtar i hartëzimit dhe vendosjes së sinjalistikës mund të tërheqë vizitorë, ofron orientim dhe informata, dhe lidhë vizitorët me produktet dhe/ose përvojat brenda vendit. Nevojiten orientime adekuate për të gjetur me lehtësi vendndodhjen e atraksioneve dhe pikave të interesit.

Standardet e cilësisë në sistemin e kategorizimit të turizmit dhe hoteleve

Sipas UNWTO, standardet e cilësisë për produkte dhe shërbime në industrinë e turizmit janë faktorë shumë të rëndësishëm për sektorin dhe ato standardizojnë akomodimin, restorantet, guidat turistike, operatorët turistik dhe ofruesit e tjerë të shërbimeve të turizmit. Për më tepër, cilësia në turizëm është "rezultat i një procesi që nënkupton përmbushjen e të gjitha nevojave, kërkesave dhe pritjeve të konsumatorit për produktin dhe shërbimin, me një çmim të pranueshëm, në përputhje me përcaktuesit e cilësisë themelore siç janë siguria, higjiena, qasja, transparenca, autenticiteti dhe harmonia e aktivitetit turistik që ka të bëjë me ambientin human dhe natyror të tij", (UNWTO 2013).

Një sistem i përshtatshëm i klasifikimit të akomodimit/hoteleve është një mjet i rëndësishëm për zhvillimin e cilësisë në turizëm. Kjo u mundëson konsumatorëve të marrin vendime të informuara për standardin e cilësisë së një vendi që presin ta vizitojnë dhe të qëndrojnë.

Për dekada, në industrinë e turizmit të hoteleve, sistemi i vlerësimit me yje është standardi i artë i pranuar ndërkombëtarisht për matjen e cilësisë së pajisjeve dhe shërbimeve në hotele.

Akomodimi dhe zhvillimi i sistemit të vlerësimit të akomodimit në Kosovë, mbulohen nga Ligji aktual për Turizmin (2013) dhe Udhëzimet Administrative (Nr. 19/2013); janë të bazuara në një shkallë me 5 Yje dhe u ofrohen subjekteve të turizmit që aplikojnë në baza vullnetare. Një pyetësor i dorëzohet subjektit përkatës dhe pas përfundimit të tij, vlerësohet nga një komision i cili ka kompetencën t'i japë subjektit të caktuar ekonomik të drejtën të përdorë shenjat e yjeve për objektin dhe për materialet promovuese, që është e vlefshme për 4 vjet dhe aplikimi është pa pagesë.³⁰

Sistemi i klasifikimit të hoteleve në Kosovë

Në të kaluarën, dy raporte^{31,32}, kanë përmendur dhe kanë analizuar sistemin e klasifikimit të akomodimit në Kosovë. Në vijim, është paraqitur një përmbledhje e gjetjeve/shqetësimeve kryesore nga këto raporte:

- Vlerësimi i klasifikimit të hoteleve bëhet pa njoftim paraprak (nuk ka njoftim publik) dhe pa një vlerësim të veçantë për cilësinë e shërbimeve;
- Vlerësimi nuk është transparent dhe nuk promovohet mjaftueshëm;
- Nuk ka ndërgjegjësim të entiteteve private për përfitimet që sjellë klasifikimi i akomodimit;
- Vlerësimi i cilësisë për shërbimet e hoteleve nuk përfshinë përfaqësues të shoqatave hoteliere;
- Sistemi i klasifikimit kryesisht është i bazuar në karakteristika teknike (si fasada, lloji i dyerve, ushqimi dhe pijet, uji, parametrat e energjisë elektrike dhe nuk përqendrohet në të vërtetë në disponueshmërinë e shërbimeve për vizitorët;
- Pjesa e pikëve të vlerësimit për dhoma të gjumit dhe për tualet është shumë e vogël. Shërbimet e dhomës së gjumit dhe tualetit (dhe një mëngjes i mirë) janë ndër shërbimet më të rëndësishme për vizitorët;
- Kërkesa/parakushte të panevojshme për hotele që të kenë klube nate, diskoteka, spa, palestër, salla të konferencave për të marrë vlerësim më të lartë.
- Kualifikimi dhe kompetencat e anëtarëve të komisionit janë të diskutueshme. Poashtu, numri i anëtarëve të komisionit kur vlerësojnë një hotel është shumë i madh; nuk ka nevojë që pesë anëtarët të vlerësojnë të njëjtin akomodim;
- Klasifikimi i hoteleve nuk është i obligueshëm;

³⁰ Përkrahja e divizionit të turizmit të MTI-së - Sirse, J (2015)

³¹ Rishikimi i MTI Programit të Klasifikimit të Hoteleve - MTI, USAID (2014)

³² Përkrahja e divizionit të turizmit të MTI-së - Sirse, J (2015)

- Standardet ndërkombëtare të akomodimit nuk janë të përfshira apo të harmonizuara në sistemin kosovar të klasifikimit (p.sh. UNWTO, HOTREC, etj.)
- Nuk ekziston një standard/udhëzues (për karakteristikat e veçanta lokale si arkitektura, dizajni brendshëm, promovimi i kulturës) që duhet të ndiqet për të ruajtur dhe për të kontribuar në imazhin e vendit.

Sistemi i klasifikimit në Kosovë është shumë bazik dhe nuk merr në konsideratë sistemet dhe udhëzuesit e klasifikimit të pranuar ndërkombëtarisht, të cilat po të përfshiheshin në sistemin e Kosovës për kategorizim, do të përmirësonin përvojën e turistëve dhe konkurrencën në sektorin e akomodimit. Sistemi aktual i mungon klasifikimi i detyrueshëm i akomodimit, prandaj ende ekziston një konkurrencë joformale.

Dokumentacioni i nevojshëm që aktualisht nevojitet për kategorizim të hotelit, regjistrim vullnetar të entiteteve turistike dhe lista e hoteleve të kategorizuara në Kosovë, mund të gjendet në uebfaqen e MTI-së në faqen e Divizionit për Turizëm.³³

Për më tepër, niveli i ndërgjegjësimit në sektorin privat të turizmit në Kosovë për përfitimet e klasifikimit të hoteleve është i ulët, kështu që nuk ka interes të veçantë në mesin e entiteteve private për të aplikuar vullnetarisht për kategorizimin.

Përfitimet e zakonshme të kategorizimit të hoteleve përfshijnë, por nuk kufizohen në:³⁴

- Ofrimin e informatave të krahasueshme përmes simboleve lehtë të komunikueshme që shërbejnë edhe si justifikim i normave/çmimeve;
- Ofrimin e një instrumenti matës për hotelet që mund të ndihmojë në priorizimin e investimeve;
- Lehtësimin e shqetësimeve të klientëve vizitorë për herë të parë (klasifikimi ofron një tregues të asaj se çfarë mund të pritët, duke kontribuar në këtë mënyrë në mirëbesimin e klientëve para, gjatë dhe pas qëndrimit);
- Ofrimin e një kornize për të gjithë ndërmjetësuesit, siç janë OT-të & AU-të, për ta përdorur në proceset e blerjes dhe të negociatave, në përgatitjen e katalogjeve dhe në përshtatjen e paketave turistike;
- Ofrimin e një pike të referimit për platformat online të vlerësimit të mysafirëve;
- Shërbimin si instrument marketingu dhe promovimi;

Politikat e vizave për vizitorët e huaj

Sipas UNWTO, politikat dhe regjimi i vizave janë ndër faktorët më të rëndësishëm që prekin turizmin ndërkombëtar. Roli i qeverisë në këtë aspekt është vendimtar. Kur regjimi i vizave për vende të ndryshme është në fuqi, ai prekë turistët në mënyra të ndryshme, siç janë: mund të rrisë

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

³⁴ UNWTO & Akreditimi Norvegjez – Sistemet për Klasifikim të Hoteleve (2015)

koston e udhëtimit, shton kompleksitetin në procesin e udhëtimit, merr kohë dhe mund të ndikojë tek turistët dhe udhëtarët që të ndërrojnë destinacionin.

Turizmi i BE-së në dekadën e fundit ka pësuar një rënie dhe ka humbur një pjesë të hises së tij në tregun global sa i përket ardhjeve për shkak të regjimit të vizave të imponuar për vende të tjera³⁵. Sipas vlerësimeve të Komisionit Evropian (2012), gjithsej 6.6 milionë udhëtarë potencial janë humbur kryesisht nga gjashtë tregje të synuara, për shkak të regjimit të vizave të zonës Shengen, i cili është zbatuar në vitin 2010. Ky raport gjithashtu tregon se rreth 5.5 miliardë euro dhe 133 000 vende pune që kanë të bëjnë me turizmin "humbasin" çdo vit në tregun e turizmit të BE.

Politikat dhe regjimi i vizave të Kosovës ndaj kombeve të tjera dallojnë nga vendi në vend, për shkak të faktorëve të ndryshëm, kryesisht për arsye politike dhe të sigurisë. Aktualisht janë 90 vende për të cilat nevojiten viza për të hyrë në Kosovë, përfshirë: Indinë, Republikën Popullore të Kinës, Rusinë, Indonezinë dhe Tajlandën (të cilat kanë një potencial të lartë të eksportit turistik), ndërsa për 105 vende të tjera nuk nevojiten viza.

Gjithashtu, një nga shqetësimet kryesore për Operatorët Turistik në Kosovë është regjimi i vizave që aplikohet për disa tregje të mëdha potenciale, të tilla si: Kina, Rusia, India, Indonezia etj., duke përfshirë një pjesë të shteteve të Lindjes së Mesme. Për shembull, sa i përket eksportit të turizmit, Kina është duke u bërë një nga vendet udhëheqëse në turizmin botëror, duke arritur në 120 milionë udhëtarë të dalur jashtë vendit në vitin 2015 (një rritje prej 5 milion udhëtarësh nga viti 2014).

Në vitet e fundit, një numër destinacionesh në Evropën Qendrore dhe Juglindore (duke përfshirë vendet e ish-Jugosllavisë) po perceptohen si gjeneratorë të rritjes së përgjithshme të turizmit në Evropë. Janë rritur aktivitetet e marketingut dhe promovimit nga vendet e rajonit drejt Kinës. Për shembull, OKT e Serbisë morri "Çmimin e mirëseardhjes së turistëve kinez" për kategorinë "Reklamimi i destinacioneve në tregun kinez" në panairin e udhëtimit COTTM (*Tregu i udhëtimeve dhe turizmit dalës i Kinës*) të mbajtur në Japoni. Gjatë kësaj ngjarje, u nënshkrua një Memorandum Mirëkuptimi midis Serbisë dhe Kinës me qëllim të përforsimit të bashkëpunimit të tyre. Ndër dispozitat e tjera, marrëveshja përcakton procedurat e liberalizimit të vizave për vizitat e grupeve kineze në Serbi (Serbia Travel, 2013).

Situata politike e Kosovës në nivel ndërkombëtar është ende e brishtë dhe prandaj qeveria ka krijuar në mënyrë reciproke regjime të vizave për disa vende të caktuara. Megjithatë, duke vepruar kështu, më së shumti do të pësojë sektori i turizmit, dhe si pasojë zhvillimi i turizmit do të vazhdojë me një ritëm më të ngadaltë. Qeveria e Kosovës duhet të shqyrtojë dhe të vlerësojë me kujdes politikat aktuale të vizave, veçanërisht ndaj vendeve me potencial të madh eksportues të turizmit. Tabela më poshtë paraqet pikëpamjet e UNWTO-së dhe WTTC-së mbi mundësitë e lehtësimit të vizave.

Tabela 17.1: Mundësitë për lehtësim të vizave të identifikuar nga UNWTO dhe WTTC

³⁵ Përmirësimi i regjimit të vizave për Kombet Evropiane me qëllim të rritjes së turizmit - ETC (2013)

Mundësia 1: Përmirësimi i shpërndarjes së informacionit
- Përmirësimi i shërbimit dhe komunikimit me klientë - Rritja e nivelit të shkëmbimit të informatave ndërmjet (dhe përbrenda) qeverive - Shfrytëzimi i internetit për ofrimin e informatave për konsumatorët
Mundësia 2: Lehtësimi i procesit për marrjen e vizave
- Zvogëlimi i dokumentacionit dhe intervistave që kërkohen - Rritja e kapacitetit për procedim të vizave - Përdorimi i teknologjisë dhe masave tjera mbështetëse për të rritur efikasitetin dhe shpejtësinë e lëshimit të vizave dhe për të rritur sigurinë - Lëshimi i vizave në arritje - Fillimi i programeve për heqje të vizave
Mundësia 3: Dallimi i trajtimit për të lehtësuar udhëtimet me qëllim turistik
- Përdorimi i udhëtimit pa vizë për persona që kanë një vizë të lëshuar nga një vend i tretë - Zgjatja e vlefshmërisë dhe kufizimit të hyrjeve të vizës - Ofrimi i lehtësirave të vizave për lloje të caktuara të vizitorëve - Lehtësimi i vizave për zona të veçanta turistike
Mundësia 4: Krijimi i programeve për e-Visa
Mundësia 5: Krijimi i marrëveshjeve rajonale

Burimi: UNWTO, WTTC

Qendrat e Informacionit Turistik (QIT)

Qendra e Informacionit Turistik ose Qendra e informacionit për vizitorët në përgjithësi është vend që drejtohet nga një shtet, një qeveri lokale, një bord lokal i turizmit apo një entitet privat që shërben si pikënisje qendrore dhe që siguron informacione për turistët ose vizitorët për zonë lokale që ata vizitojnë. Roli i qendrës së vizitorëve është promovimi i produkteve dhe shërbimeve vendore siç është: akomodimi, makinat me qira, restorantet, baret, atraksionet, jo vetëm për t'i sugjeruar ato, por edhe për të ofruar shërbime rezervimi dhe për të ndikuar në zgjatjen e qëndrimit të vizitorëve dhe për të inkurajuar ata që të kthehen përsëri. Qendrat e vizitorëve zakonisht drejtohen nga ekspertë lokalë që janë të trajnuar mirë, kanë njohuri të pasur për lokalitetin dhe janë të përkushtuar që të tejkalojnë pritjet dhe të krijojnë kënaqshmërinë e konsumatorit.

Lokacionet e qendrave të vizitorëve janë shumë të rëndësishme dhe duhet të jenë lehtësisht të arritshme dhe të dukshme për turistët. Në përgjithësi, ato ndodhen në qendër të qytetit, afër atraksioneve kryesore, ndërtesave të trashëgimisë, aeroporteve, etj.

Qendra e Vizitorëve duhet të jetë e organizuar mirë, e mirëmbajtur, me broshura të përditësuara (fletushka lokale, hotele, atraksione, restorante/bare, kalendarë të ngjarjeve, argëtime etj.), vepra arti lokale dhe duhet të ketë një kënd të destinuar për shitje me pakicë të kartolinave, objekteve, figurave me magnet për frigorifer, bluzave, etj. Ato gjithashtu duhet të bashkëpunojnë ngushtë me bizneset lokale për të siguruar marrëveshje/promovime, në mënyrë që të mund të shesin ose t'i

sugjerojnë klientëve. Për shembull: nëse shkoni në restorant "xyz" ju do të merrni një kafe falas ose diçka të ngjashme.

Përveç ofrimit të informatave të sakta dhe të besueshme për vizitorët, promovimit dhe mbledhjes së të dhënave, qendrat e vizitorëve (QV) të sotme, në kërkim të qëndrueshmërisë financiare janë përfshirë gjithnjë e më shumë në gjenerimin e të ardhurave për shkak të mungesave të fondeve me të cilat përballen zakonisht. Ato mund të anashkalohen lehtë nga qeveritë lokale, të cilët për shkak të presioneve financiare në buxhetim i japin përparësi fushave tjera duke harruar kthimet dhe vlerën ekonomike që turizmi mund t'i sjellë komuniteteve.

QV-të e Kosovës nuk përbëjnë përjashtim sa i përket kësaj dukurie, ku shumica prej tyre janë mbyllur ose nuk janë funksionale.

Për momentin, sipas raportit të divizionit të turizmit për QV-të, ekzistojnë tetë qendra të vizitorëve, prej të cilave vetëm katër janë të hapura për publikun dhe të tjerat janë mbyllur.

Tabela 18.1: Gjendja aktuale e Qendrave të Vizitorëve në Kosovë

Komuna	Funksionale/ jofunksionale	Organizimi	Struktura e punonjësve	Buxheti	PPP	Lokacioni	Sfidat
Prishtinë	Jo	-	-	-	-	-	-
Pejë	Po	Shumë mirë	Shumë mirë	Shumë mirë – buxheti i komunës	Publike (komuna e Pejës)	Shumë mirë	Orari i punës
Junik	Po	Mesatar	Mesatar	Jo mirë	PPP	Mesatare	Financimi
Gjakovë	Po	Mirë	Mesatar	Mesatar	PPP	Mesatare	Financimi
Prizren	Po	Mirë	Jo mirë	Jo mirë	PPP	Mirë	Financimi
Rahovec	Jo (për momentin e mbyllur, ndoshta do të hapet)	Mirë	Mjaftueshëm	Mjaftueshëm	PPP	Mirë	Financimi
Gjilan	Jo (2 zyre të mbyllura)	Jo mirë	Jo mirë	Jo mirë	PPP	Shumë mirë	Financimi – organizuar nga komuna
Novobërdë	Jo (e mbyllur)	Jo mirë	Jo mirë	Jo mirë	PPP	Mirë	Financimi – organizuar nga komuna
Shtërpçë	Jo (është mbyllur para 2 vitesh)	Jo mirë	Jo mirë	Jo mirë	PPP	Mirë	Financimi – organizuar nga komuna
Mitrovicë	Jo	-	-	-	-	-	-

Burimi: Raport për inkurajimin e themelimit të Qendrave për Vizitorë, MTI 2017

Kërkimi dhe Shpëtimi (KSh)

Kosova shërbehet mirë nga një numër i institucioneve si Forcat e Sigurisë së Kosovës, Agjencia për Menaxhim të Emergjencave, ekipet policore dhe të skuadrave të zjarrfikësve etj., që kryejnë operacione të ndryshme të kërkim-shpëtimit në vend. Numri i telefonit i njohur ndërkombëtarisht i emergjencave 112 (së bashku me 192 për policinë, 193 për skuadrat e zjarrfikësve dhe 194 për ndihmën e shpejtë) është në përdorim në Kosovë që nga viti 2002, është pa pagesë dhe ofron shërbim 24/7.

Me turistët që gjithnjë e më shumë zgjedhin të vizitojnë dhe vlerësojnë bukurinë e maleve të Kosovës, nevoja për reagim të shpejtë në rast emergjencash është bërë më e evidente për shkak të incidenteve që mund të lindin nga ndjekja e aktiviteteve rekreative në natyrë.

Prandaj, në linjë me vendet e tjera të zhvilluara në rajon dhe në BE, Kosova duhet të punojë drejt krijimit të një organizate jofitimprurëse vullnetare kombëtare, të përbërë nga mjekë të trajnuar, pilotë, alpinistë, bjeshkatarë, zhytës, speleologë, trajtues të qenve dhe profesionistë të tjerë të specializuar në shërbime të shpëtimit malor. Në shumë vende këto organizata janë të rregulluara me ligj. Anëtarësimi në Komisionin Ndërkombëtar për Shpëtimin Alpin (ICAR) do të ofronte gjithashtu një platformë të shkëlqyeshme mësimi, trajnimi dhe bashkëpunimi me organizata të ngjashme me përvojë nga e gjithë bota. Rajoni i Pejës është një shembull i mirë i fillimit të një grupi të vogël vullnetar, i përbërë nga 12 vendas të trajnuar nga KFOR-i italian dhe të cilët ofrojnë kohën e tyre për shërbime të kërkimit dhe shpëtimit.

Gjithashtu, krijimi i një baze të dhënash të njerëzve vendas që kanë njohuri të shkëlqyeshme të zonave malore dhe të cilët mund të kontaktohen për ndihmë nga autoritetet kur është e nevojshme, është diçka që duhet të merret parasysh. Ndonjëherë, problemet mund të lindin nëse reaguesit në raste të emergjencave nuk e njohin terrenin e ndërlikuar malorë ose zonën të cilën e synojnë dhe pikërisht në këto raste mund të hyjë në punë njohuria, përvoja dhe ndihma e vendësve.

Turizmi i qashtëm

Turizmi i qashtëm nënkupton krijimin e kushteve për të gjithë vizitorët/turistët që lehtësisht të shijojnë përvojat e turizmit dhe të kenë qasje në produktet dhe shërbimet e turizmit. Sipas Komisionit Evropian (2015)³⁶, turizmi i qashtëm mundësohet nëpërmjet rregullimeve bazike të objekteve, duke ofruar informacion të saktë dhe duke kuptuar nevojat e personave me aftësi të kufizuara. Për më tepër, Komisioni Evropian po tregon angazhimin e tij praktik për zhvillimin e turizmit të qashtëm në vendet e BE-së, përmes thirrjeve të ndryshme për projekte të kësaj natyre, kryesisht duke synuar:

- rritjen e mundësive të udhëtimit për persona me nevojat të veçanta për qasje;

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

- promovimin e gjithpërfshirjes sociale, dhe
- përmirësimin e stafit në këtë industri.

Në raportin e BE-së (2013), më shumë se gjysma e personave me aftësi të kufizuara kanë bërë rreth 170 milion udhëtime, dhe kanë kaluar për afërsisht numrin e njëjtë të netëve gjatë periudhës 2012 – 2013. Një llogaritje e përafërt tregon se kontributi i drejtpërdrejtë në BPV-në e BE-së do të ishte +140 miliard €, duke krijuar gati 3.4 milion vende pune.³⁷ Gjithashtu, cilësia e informacionit mbi turizmin e qasshëm është një komponent i rëndësishëm i turizmit që duhet të merret parasysh dhe të kuptohet, dhe bazohet në këto 5 elemente kryesore të identifikuara dhe të rekomanduara nga UNWTO (2016):³⁸

- Të përfshihen informata në lidhje me qasshmërinë e infrastrukturës dhe shërbimeve aty ku është e mundur ose ofrimi i një reference se ku mund të gjenden informata të tilla;
- Gjatë ofrimit të materialeve promovuese ose informatave për shërbimet ose procedurat, siguroni një pikë kontakti në mënyrë që lexuesi të mund të marrë më shumë informata përfshirë edhe mesazhe të personalizuar;
- Sigurohuni që informacioni i dhënë është konsistent në të gjitha mediat dhe kanalet e komunikimit;
- Të trajnohen menaxherët e informimit për teknikat specifike në rastin e blerjes së uebfaqeve, shërbimeve TIK dhe të tjera përkatëse me kusht që stafi teknik të posedojë njohuritë e nevojshme për ofrimin e shërbimeve të qasshme; dhe
- Të sigurohet që përmbajtja është e përditësuar, duke ditur që përmbajtja e vjetruar dëmton cilësinë e informatave tjera dhe mund të komprometojë sigurinë dhe rehatinë e vizitorëve.

Ky segment i turizmit (turizmi i qasshëm) ende nuk është studiuar ose nuk shihet si burim potencial për zhvillim të turizmit në Kosovë, dhe nuk ka asnjë dokument që ka të bëjë me turizmin nga institucionet ose nga akterët kryesore që mbulon ose që rekomandon këtë formë të turizmit si produkt/shërbim të rëndësishëm të turizmit. Disa prej përfitimeve kryesore të Turizmit të Qasshëm të identifikuara nga Komisioni Evropian janë:

- diversifikimi i ofertës së turizmit;
- rritja e fluksit të turistëve në sezonat me shkallë më të ulët të turizmit;
- inovacioni, ambienti digjitali;
- cilësia dhe shkathtësia;
- konkurrueshmëria e qëndrueshme.

³⁷ UNWTO Konferenca e Evropës për turizmin e Qasshëm - A. Corra (2014)

³⁸ Rekomandimi për qasje në informata për turizëm - UNWTO (2016)

Niveli i Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit (TIK) dhe i prezencës në internet të sektorit të turizmit në Kosovë

Mbi 95% e udhëtarëve sot përdorin burime digjitale gjatë udhëtimit të tyre. Digjitalizimi është një nga megatrendet kyçe që përcaktojnë të ardhmen e sektorit të turizmit dhe konkurrueshmërinë e bizneseve individuale krahas sjelljes gjithnjë në evoluim të "turistëve të mençur".³⁹

Sot, në një klimë globale gjithnjë në ndryshim dhe vazhdimisht në zhvillim, integrimi i suksesshëm i Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit (TIK) në industrinë e turizmit është një element kyç që duhet të merret në konsideratë nga institucionet relevante të turizmit në vend dhe nga sektori privat me qëllim të lehtësimit, promovimit dhe rritjes së produktivitetit si dhe pjesëmarrjes në treg. Kjo mundëson që menaxhimi i marrëdhënieve me klientët dhe menaxhimi i zinxhirit të furnizimit të kombinojnë në një burim të vetëm që lehtëson një sërë operacionesh, siç janë: zgjedhja e produktit, porositja/prenotimi, përmbushja, pagesa, përcjellja dhe raportimi, të gjitha të mundësuar përmes një vegje të vetme.

Institucioni kryesor i Kosovës përgjegjës për sektorin e turizmit - MTI, nuk ka ndonjë uebfaqe e cila është projektuar dhe dedikuar posaçërisht për të promovuar turizmin dhe për të ofruar të gjitha të dhënat lidhur me destinacionet turistike, atraksionet, parqet kombëtare, vendet me interes, kulturën, ushqimin dhe shumë informacione të tjera të rëndësishme turistike (p.sh. harta me vendndodhje të sakta, transport, informacion mbi sigurinë, mjedisin, etj.). Në përgjithësi, niveli i përfshirjes së TIK-ut në institucionet reprezentative të turizmit në Kosovë është shumë i ulët, duke e bërë më të vështirë realizimin dhe koordinimin e aktiviteteve të turizmit.

Aktualisht, ekziston vetëm një burim shtetëror me informata tepër bazike (me pak ndikim) në turizëm - KIESA, përgjegjësi e të cilës është promovimi i investimeve në përgjithësi me një përqendrim të vogël në sektorin e turizmit në mënyrë specifike.

Në krahasim me Kosovën, të gjitha vendet fqinje, Shqipëria, Maqedonia dhe Mali i Zi kanë një prezencë në internet që merret ekskluzivisht me promovimin e turizmit dhe me të gjitha informatat lidhur me turizmin (www.albania.al; www.macedonia-timeless.com; www.montenegro.travel). Në anën tjetër, sektori privat i turizmit tashmë ka krijuar uebfaqe funksionale dhe/ose aplikacione që kanë të bëjnë me produktet e turizmit dhe me shitjen e tyre, ku gjithashtu ofrojnë informata të përgjithshme për produktet dhe vendet turistike për t'u vizituar në Kosovë. Sidoqoftë, rëndësia e prezencës në internet të turizmit kombëtar dhe siguri i të dhënave mbi turizmin janë të paçmueshme dhe si burime të besueshme informacioni ato janë një domosdoshmëri në epokën e tanishme digjitale.

³⁹ Digjitalizimi dhe inovacioni në turizëm – Komisioni Evropian (2014)

Analiza SWOT e gjendjes aktuale të turizmit në Kosovë

Fuqitë	Dobësitë
• Pozitë e fuqishme gjeografike në rajon dhe Evropë; • Peizazhe të mira dhe unike (lumenj, liqene, parqe, bjeshkë, ujëvara, etj.); • Pasuri në trashëgimi kulturore; • Shërbime të veçanta kuzhine; • Shumë-gjuhësia; • Mikpritja; • Destinacione të paeksploruara turistike; • Kultura miqësore; • Çmime të arsyeshme; • Pasuri në kuptimin historik dhe të vendeve historike; • Vendi më tolerant në aspektin fetar; • Qasje e lehtë; • Qasje e mirë në internet; • Tanimë është përfshirë në pako turistike të Ballkanit Perëndimor; • Ngjarje tradicionale; Festivale; Jeta e natës; • Aeroporti i ri dhe autostradat; • Potenciali për tranzit; • Rritja aktuale e ndërgjegjësimit të qeverisë për sektorin e turizmit; • Vende atraktive dhe kushte të mira të motit; sipas stinëve; • Me popullsinë më të re në Evropë; • Mbrojtja dhe siguria; • Zona rurale të ndryshme; • Sipërfaqja e vogël e Kosovës (lidhje e shpejtë mes qyteteve dhe destinacioneve turistike); • E pasur me lumenj; • Pjesëmarrje e madhe e diasporës në tregun e turizmit në Kosovë; • Tatime fleksibile dhe konkurruese për biznese; • Përshtatshmëri për grupe të ndryshme të turistëve me interesa të ndryshme (natyrë, kulturë, kuzhinë, etj.);	• Infrastrukturë e dobët/mesatare (energji elektrike, rrugët, furnizimi me ujë, kanalizimi, shenjëzimi i destinacioneve turistike, etj.) • Nuk ka në dispozicion ligj dhe rregullore konkurruese për turizëm; • Mungesë e përkrahjes qeveritare për sektorin e turizmit; • Mungesë e guidave të certifikuara; • Menaxhim i dobët i mbeturinave; • Mungesë e mbrojtjes së mjedisit (veçanërisht për lumenjtë, shpyllëzimin, dhe hedhjen e mbeturinave); • Nuk ka AKT/OKT të themeluar; • Mungesë e statistikave adekuate në lidhje me turizmin; • Nuk ekziston një strategji për zhvillim të turizmit; • Mungesa e një uebfaqeje për promovim të turizmit; • Keq-menaxhim i qendrave të vizitorëve në komuna të ndryshme; • Regjimi i vizave (veçanërisht ndaj vendeve me potencial të lartë të eksportimit të turistëve); • Kosto e lartë e fluturimeve; • Mungesa e subvencioneve për fluturime nga qeveria; • Mungesave e brendeve ndërkombëtare të hoteleve; • TVSh për turistët që bëjnë rezervime nga jashtë vendit; • Promovim i dobët fizik dhe digjital (uebfaqe, panairë, shfaqje tregtare); • Mungesa e ofertave të përbashkëta me shtete tjera të rajonit; • Pikat kulturore dhe të trashëgimisë nuk promovohen; • Mungesa e përkrahjes nga komunat për sektorin e turizmit; • Mungesa e reklamimit të Kosovës si destinacion turistik;
Mundësitë	Rreziqet
• Atraktive për shkak të periudhës së	• Nuk ka strategji kombëtare për turizmin;

pasluftës dhe ambientit paqësor (specifikë për disa grupe të turistëve); • Prezantimi i transportuesve me kosto të ulët; • Zhvillimi i një strategjie kombëtare të turizmit; • Pjesëmarrja në panaireset dhe shfaqjet tregtare kryesore; • Plani medial për marrëdhënie me publikun për transformimin e imazhit të Kosovës • Krijimi i AKT/OKT; • Organizimi i vizitave familjarizuese (FAM Trips) për tregjet kryesore; • Politika fleksibile të vizave; • Prezantimi i tregjeve dhe produkteve të reja; • MICE-të bizneseve; • Zhvillimi i një uebfaqeje kombëtare për turizmin; • Investimi në bujtina në zonat rurale dhe promovimi i tyre me qëllim të stimulimit të turizmit rural; • Mbrojtja dhe promovimi i trashëgimisë nga UNESCO; • Zhvillimi i parqeve kombëtare të mbrojtura dhe pasurive tjera turistike; • Krijimi i pakove të përbashkëta turistike me shtetet e rajonit; • Maksimizimi i përdorimit të fondeve të BE-së për BNK për zhvillimin e turizmit ndërkufitar; • Zhvillimi i brendeve turistike; • Ndërtimi i kapaciteteve të komunitetit; • Tërheqja e investimeve të huaja në lidhje me turizmin; • Promovimi i Kosovës si një vend i paeksploruar; • Rritja e bashkëpunimit me donator ndërkombëtar, maksimizimi i përdorimit të fondeve dhe transferi i njohurive për sektorin; • Krijimi i vendeve të punës përmes turizmit rural; • Fitimi i pjesës së tregut në rajon; • Rritja e turizmit të brendshëm;	• Buxheti shumë i vogël për sektorin e turizmit; • Rritja e konkurrencës në rajon (Ballkanin Perëndimor); • Mungesa e trajnimit/shkollimit në industrinë e hotelierisë; • Mungesa e zhvillimit të produkteve dhe shërbimeve; • Konkurrenca e çmimeve në rajon; • Kosto e lartë e fluturimeve krahasuar me disa prej shteteve të rajonit (p.sh. Maqedonia); • Mungesa e mirëmbajtjes së duhur të rrugëve lokale dhe rajonale; • Mungesa e vendosjes së destinacioneve/pikave turistike në hartë; • Mbulueshmëri e paplotë e pikave turistike me shenjëzim; • Mungesa e licencimit dhe klasifikimit për shërbimet dhe institucionet e turizmit; • Mungesa e interesit dhe ndërgjegjësisë për të studiuar kurse në lidhje me turizmin dhe hotelierinë; • Mungesa e projekteve komunale në dispozicion në sektorin e turizmit; • Interesimi i ulët për të përdorur fondet e ndara nga organizata ndërkombëtare për projekte në fushën e turizmit; • Koordinim i dobët mes ministrive të linjës; • Situata politike e brishtë, e cila ndikon në imazhin e Kosovës përmes medias; • Mungesa e iniciativave të Partneriteteve Publiko-Private (PPP); • Mungesa e një përfaqësimi të fuqishëm nga shoqatat; • Kosova shihet si destinacion tranzit në rajon (numër i vogël e netëve të shpenzuara); • Mungesa e interesit nga komuniteti lokal dhe nga furnizuesit; • Infrastruktura e pazhvilluar;
--	--

Burimi: Hulumtim dhe analizë vetanake, dhe bazuar në raportet aktuale dhe në të dhënat në dispozicion nga MTI, Organizatat Ndërkombëtare, OT-të, etj.

Qasjet strategjike për institucionet shtetërore mbi zhvillimin e politikave për turizëm të qëndrueshëm

Turizmi si një sektor i rëndësishëm për zhvillimin e një vendi, merret me situata komplekse që rrjedhin nga aktivitetet e turizmit. Kompleksiteti është prezent për shkak të përfshirjes së shumë palëve të interesit (ministritë e linjës, akterët e ndryshëm dhe sektori privat) për të siguruar që industria e turizmit dhe aktivitetet e saj kryhen në përputhje me ligjet dhe rregulloret përkatëse. Një kornizë e politikave për turizëm të qëndrueshme përfshinë të gjitha nivelet, nga ato kombëtare deri tek ato lokale; prandaj, për t'u marrë me situata komplekse nevojiten qasje strategjike.

Institucionet e turizmit në Kosovë nuk kanë strategji kombëtare për turizmin. Kohët e fundit, palët kryesore të turizmit janë angazhuar më shumë për të rritur ndërgjegjësimin e qeverisë në nivel qendror për të zhvilluar ligje të reja, rregullore dhe një strategji kombëtare për turizmin.

Tabela më poshtë (GIZ, 2014) paraqet një shembull të qasjeve strategjike të institucioneve për zhvillimin dhe zbatimin e politikave për turizëm të qëndrueshëm.

Tabela 23.1: Qasjet strategjike për turizëm të qëndrueshëm

Qasjet strategjike për institucionet shtetërore për zhvillimin dhe zbatimin e politikave për turizëm të qëndrueshëm		
Qasjet strategjike	Instrumentet	Akterët
INSTRUMENTET LIGJORE		1. AKTERËT SHTETËROR NË NIVEL KOMBËTAR Qeveria; Parlamenti; partitë politike dhe komitetet; Ministritë në fushën e turizmit (ekonomia, mbrojtja e ambientit, planifikimi rajonal, transporti, arsimimi shëndetësor, bujqësia, politika sociale, mbrojtja e klientit, politika e jashtme) 2. AKTERËT SHTETËROR
Duke miratuar ligje dhe duke kërkuar ose ndaluar aktivitete të caktuara, shteti mund të ndërhyjë drejtpërsëdrejti në kufizimin e kompetencave vullnetare të palëve të përfshira në turizëm dhe krijon një kornizë ligjore për parandalim ose zgjidhje të konfliktit.	○ Ligji për tatimin ○ Ligji për konkurrencën ○ Ligji për ambientin ○ Ligji për mbrojtje të natyrës ○ Ligji për planifikim rajonal ○ Ligji i punës ○ Ligji për ndërtime ○ Ligji për transport ○ Ligji për ushqim/higjienë ushqimore	
INSTRUMENTET E INTERVENIMIT, ZBATIMIT DHE IMPLEMENTIMIT		
Këto instrumente përdoren për të kontrolluar në mënyrë direkte ose indirekte konkurrencën dhe qëndrueshmërinë e zhvillimit të turizmit.	○ Kontrolli dhe kufizimi i trafikut ○ Mbikëqyrja e ndërtimeve ○ Masat rregullative (p.sh. ujërat e zeza, mbeturinat, uji) ○ Përcaktimi i zonave të mbrojtura ○ Ndërtimi i rrugëve ○ Furnizimi me energji elektrike ○ Furnizimi me ujë të pijes	

	○ Infrastruktura e telekomunikimit ○ Rregulloret për shëndet dhe siguri në punë, marrëveshjet kolektive, rregullorja për pagën minimale	NË NIVEL RAJONAL Qeveritë rajonale dhe vendimmarrësit/ komitetet vendimmarrëse; administrata rajonale 3. AKTERËT SHTETËROR NË NIVEL LOKAL Qeveritë lokale dhe vendimmarrësit/ komitetet vendimmarrëse; administrata lokale 4. AKTERËT E SHOQËRISË CIVILE (OJQ-së dhe grupe tjera të akterëve në nivel lokal) ECPAT; Kodi i mirësjelljes për mbrojtjen e fëmijëve nga shfrytëzimi seksual në udhëtim dhe turizëm (Kodi), etj. 5. NDËRMARRJET E TURIZMIT DHE SHOQATAT E BIZNESEVE QË MERREN ME TURIZËM
INSTRUMENTET EKONOMIKE, FISKALE		
Duke imponuar ose reduktuar tatimet; duke përdorur burimet financiare për qëllime specifike, për të ndikuar në ofertë dhe në kërkesë, për të ndihmuar grupet ose rajonet e pafavorizuara, dhe për të investuar në teknologji të qëndrueshme.	○ Tatimet, tarifat ○ Subvencionet, grantet ○ Kreditë ○ Investimet në infrastrukturën publike relevante për zhvillim të turizmit ○ Financimi nga shteti (p.sh. projekte hulumtuese në fushën e turizmit)	
INSTRUMENTET PËR PLANIFIKIM DHE VLERËSIM		
Krijimi i mundësive për shtetin që të kontrollojë kërkesat për përdorim divergjent të tokës, për të përcaktuar momentet kyçe të zhvillimit të turizmit dhe/ose për të parandaluar efektet negative të tij.	○ Planifikimi rajonal (planet për shfrytëzim të tokës) ○ Planifikimi i peizazheve (planet për peizazhe) ○ Planifikimi i turizmit (planet kryesore kombëtare për turizëm) ○ Vlerësimi i Ndikimit Mjedisor (VNM) ○ Vlerësimi i ndikimit në të drejtat e njeriut (VNDNJ) ○ Eko auditimet	
INSTRUMENTET PËR KOMUNIKIMIT		
Siguron pjesëmarrjen politike të popullatës lokale, për të koordinuar proceset e planifikimit dhe/ose për të rritur ndërgjegjësimin për çështjet relevante.	○ Takime të hapura të këshillit ○ Tryeza të rrumbullakëta me grupe të interesit ○ Grupe drejtuese dhe punuese ○ Informata publike për qytetarë/turistë ○ Kampanja për ndërgjegjësim të publikut	
INSTRUMENTET VULLNETARE		
Krijon mundësi për shtetin që të forcojë ndjenjën e përkushtimit dhe përgjegjësisë së akterëve të turizmit, të frymëzojë inovacionin, të identifikojë trendët e mundshëm dhe/ose të zgjidhë konflikte.	○ Përkushtimet (kodi i mirësjelljes) ○ Marrëveshjet vullnetare (p.sh. për standarde minimale) ○ Marrëveshjet e negociueshme ○ Etiketat e cilësisë	

Konkluzion

Kosova, duke qenë një vend i ri, me pak përvojë në industrinë e turizmit dhe shumë sfida në zhvillimin e mëtejshëm të sektorit, duhet që shpejt të arrijë hapin e industrisë globale të turizmit duke ndjekur, mësuar, miratuar dhe zbatuar në praktikë në vazhdimësi formulat e suksesit të lojtarëve të tjerë të mëdhenj në rajon, BE dhe më gjerë.

Situata aktuale e përgjithshme e turizmit në Kosovë ka nevojë për ndërhyrje të mëdha dhe të rëndësishme, duke filluar nga përmirësimi dhe riorganizimi i strukturës administrative, ndryshimi dhe përmirësimi i legjislacionit të turizmit dhe udhëzimeve administrative përkatëse dhe duke krijuar politika të përshtatshme për t'i shërbyer më mirë kërkesave të një industrie vazhdimisht në zhvillim.

Për më tepër, përveç ndërhyrjeve të menjëhershme prioritare në sektorin e turizmit, shqetësim përbën edhe një numër elementesh të tjerë të rëndësishëm që lidhen direkt ose indirekt me performancën e industrisë. Shembull tipik i një elementi të tillë janë statistikatat dhe siç është paraqitur në këtë raport, të dhënat aktuale statistikore të turizmit nuk janë të mjaftueshme për t'i ofruar sektorit të dhëna të ndryshme dhe gjithëpërfshirëse që zakonisht vijnë nga institucionet relevante publike dhe private, organizatat, sektori privat etj.

Një çështje tjetër e rëndësishme është bashkëpunimi ndër-sektorial (Ministritë e linjës) në Kosovë, të cilit i mungon koordinimi i duhur kur është fjala për harmonizimin e ligjeve, rregulloreve dhe aktiviteteve që ndikojnë në industrinë e turizmit. Kjo është një prej pasojave e të mos pasurit një AKT/OKT e cila mund të lehtësonte funksionimin e sektorit duke ofruar këshilla dhe mbështetje profesionale për krijimin e planeve dhe politikave për turizëm të qëndrueshëm, angazhimin në marketing dhe promovimin e vendit dhe për të ofruar një orientim të përgjithshëm vizionar për zhvillimin e sektorit.

Gjithashtu, sa i përket zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm dhe konkurrencës rajonale, Kosova aktualisht nuk është në gjendje të ndjekë trendet e zhvillimit dhe të jetë konkurruese.

Rekomandimet e mëposhtme bazohen në gjetjet e kësaj analize dhe nga raporte të ndryshme dhe janë përgatitur si udhëzues për t'u marr në konsideratë dhe për t'u ndjekur nga institucionet e Kosovës dhe akterët e përfshirë në turizëm.

⁴⁰ Planifikimi i turizmit në Bashkëpunimin për Zhvillim: Doracak - BMZ/GIZ (2014)

Rekomandimet

Më poshtë janë paraqitur rekomandimet në lidhje me sektorin e turizmit në Kosovë:

1. **Struktura organizative e turizmit:**

- a) Divizioni i Turizmit (MTI) duhet të avancohet dhe/ose të shndërrohet në një Departament të pavarur të Turizmit dhe duhet t'i jepen më shumë përgjegjësi në lidhje me zhvillimin e politikave dhe strategjive për turizëm dhe për koordinim të aktiviteteve të sektorit;
- b) Themelimi i një AKT/OKT-je përgjegjëse për planifikimin dhe zhvillimin e politikave dhe strategjive të marketingut për një promovim më të mirë të turizmit; ndërtim të imazhit dhe bërjes së Kosovës atraktive në nivel ndërkombëtar; si dhe, për caktimin e politikave dhe zhvillimin e strategjive kombëtare të turizmit;
- c) Themelimi i OMD-ve rajonale dhe lokale për të mbështetur promovimin e turizmit rajonal dhe lokal;

2. **Statistikat e turizmit dhe ASK:**

- a) Agjencia e Statistikave të Kosovës (ASK) rekomandohet të mbledhë të dhëna më të detajuara në lidhje me aktivitetet e turizmit, si p.sh. nga: arritjet, shpenzimet e vizitorëve, qendrat e vizitorëve, atraksionet, punonjësit në turizëm, OT/AU-të, etj., e jo vetëm nga hotelet siç ka qenë rasti deri më tani;
- b) ASK duhet të përdorë një sistem të standardizuar ndërkombëtar për mbledhjen e të dhënave sa i përket turizmit;
- c) ASK duhet të bashkëpunojë dhe të bëhet anëtare e agjencive të ndryshme ndërkombëtare për statistika dhe turizëm (tabela 5.1);

3. **Strategjia e turizmit**

Të zhvillohet një strategji kombëtare e turizmit për një periudhë minimale prej katër viteve dhe të përfshihen të gjitha institucionet relevante (ministritë e linjës) për të harmonizuar detyrat që dalin nga një strategji e tillë;

4. **Baza e të dhënave të turizmit**

Të zhvillohet një bazë e të dhënave me të gjitha burimet dhe destinacionet aktuale dhe potenciale të turizmit në Kosovë dhe të krijohet një listë e burimeve, destinacioneve dhe atraksioneve prioritare për të targetuar më mirë tregun e turizmit;

5. *Ambienti:*

- a) Të adresohen çështjet dhe shqetësimet tek institucionet përkatëse mbi gjendjen e ambientit, me fokus të veçantë në menaxhimin e mbeturinave (zvogëlimin e numrit të deponive ilegale) dhe ruajtjen e lumenjve (përmirësimi i zonave të degraduara të lumenjve dhe ndalimi i degradimit të mëtejshëm)
- b) Të shtohen zonat e gjelbra sidomos në destinacionet turistike dhe si rezultat të zvogëlohen zonat e çimentuara që nuk i shërbejnë asnjë qëllimi në destinacione të tilla, duke rezultuar kështu në përshtypje më të mira për vizitorët/turistët dhe duke krijuar një imazh më të mirë të destinacionit përkatës turistik;

6. *Sektori i Teknologjisë së Informimit dhe Komunikimit (TIK)*

Zhvillimi i infrastrukturës së teknologjisë së informacionit dhe komunikimit në turizëm është i domosdoshëm me qëllim lehtësimin, promovimin dhe rritjen e produktivitetit të aktiviteteve turistike dhe pjesëmarrjes në treg (p.sh. zhvillimi i një uebfaqeje kombëtare dedikuar turizmit si pikë referimi për të gjitha aktivitetet turistike në Kosovë, prania në media sociale etj.);

7. *Politikat e vizave*

Të rishikohen politikat aktuale të vizave (të lehtësohen procedurat) ndaj vendeve me potencial të madh eksportues të turizmit (p.sh. Kina, India, etj.), dhe në rastin e Kinës të krijohet një marrëveshje potenciale me ambasadën Shqiptare në Kinë për të lehtësuar procesimin e vizave për turistët që duan të vizitojnë Kosovën;

8. *Marketingu*

Të analizohet tregu i turizmit në nivel kombëtar, në mënyrë që të bëhet më mirë priorizimi i shpërndarjes së burimeve dhe për të kuptuar më mirë tregjet ndërkombëtare të turizmit (p.sh. segmentimi i tregut, përputhja e kërkesës me ofertën etj.);

9. *Bashkëpunimi ndërkufitar*

Të këshillohen institucionet relevante (p.sh. MAPL) dhe qeveritë lokale/komunat që të angazhohen në përgatitjen e propozimeve dhe projekteve dhe të theksohen përfitimet që rrjedhin nga shfrytëzimi i fondeve për bashkëpunim ndërkufitare të ndara nga BE-ja (aktualisht ekziston kërkesë e ulët dhe nivel i ulët i shfrytëzimit të fondeve të tilla nga aplikantët e kualifikueshëm);

10. *Infrastruktura*

Të përmirësohet infrastruktura, sidomos sa i përket rrugëve, furnizimit me ujë dhe kanalizimit në destinacionet turistike a në veçanti infrastruktura që qon deri tek destinacionet turistike;

11. *Ndërgjegjësimi*

Të rritet niveli i ndërgjegjësimit për rëndësinë e industrisë së turizmit përmes programeve dhe kampanjave të ndryshme publike;

12. *Arsimimi për turizëm*

Të përmirësohet niveli i shkollimit në sektorin e turizmit me anë të një rishikimi sistematik të kurrikulave të lëndëve që kanë të bëjnë me turizmin në të gjitha nivelet, dhe duke prezantuar reforma substanciale me miratimin e praktikave dhe trendëve akademike aktuale më të mira në këtë fushë;

13. *Hartëzimi dhe vendosja e shenjave*

Të krijohet një program i përshtatshëm dhe i standardizuar për hartëzimin dhe shenjëzimin e pikave/atraksioneve turistike, për të bërë të mundur që turistët/vizitorët me lehtësi t'i gjejnë destinacionet dhe atraksionet;

14. *Trashëgimia kulturore*

Investimi në trashëgiminë kulturore dhe promovimi i saj si një segment i rëndësishëm për tërheqje dhe zhvillim të turizmit;

15. *Qendra e Informacionit Turistik (QIT)*

Të ofrohen këshilla dhe të rritet mbështetja e Qendrave të Informacionit Turistik (QV-ve) në mënyrë që të bëhen të qëndrueshme financiarisht duke bashkëpunuar dhe duke gjeneruar të hyra përmes provizioneve të rezervimit nga hotelet, turnetë, atraksionet, ngjarjet, etj.

16. *Akterët në turizëm*

Gjatë hartimit të politikave dhe rregulloreve për turizmin të përfshihen dhe të konsultohen akterët kryesor në Kosovë;

17. *Bashkëpunimi ndër-sektorial*

Të përmirësohet bashkëpunimi ndërmjet ministrive të linjës (MTI, MKRS, MASHT, MAPL, MBPZhR, MAPH, MIE, etj.) me qëllim të mbështetjes efektive dhe efikase të sektorit, duke përcaktuar në këtë mënyrë më mirë përgjegjësitë dhe llogaridhënien;

18. *Mbështetja e qeverisë*

Të rritet niveli i ndërgjegjësimit në nivelin qendror të qeverisë për rëndësinë e sektorit për ekonominë dhe krijimin e vendeve të punës dhe si rrjedhojë të rritet ndarja e buxhetit për institucionet përkatëse që merren me zhvillimin dhe promovimin e turizmit;

19. Shoqatat

Të gjendet një model (përveç mbështetjes direkte nga qeveria) për të mbështetur dhe përforcuar rolin e shoqatave të turizmit (p.sh. ngritja e vetëdijes së donatorëve dhe palëve të interesit në turizëm për rolin e rëndësishëm të shoqatave në zhvillimin e sektorit të turizmit);

20. Politika fiskale – Tatimi mbi Vlerën e Shtuar (TVSh)

Të rishikohet (dhe/ose të hiqet) ngarkesa e TVSh-së për turistët që rezervojnë produkte turistike nga jashtë vendit;

21. Ekipet e kërkimit dhe shpëtimit

Të themelohet një organizatë kombëtare, jofitimprurëse dhe vullnetare e KSh e përbërë nga mjekë, alpinistë, bjeshkatarë, ngjitës shkëmbinjsh, zhytës, speleologë, trajtues qenësh dhe profesionistë të tjerë të specializuar në shërbime të shpëtimit malor. Rajoni i Pejës tanimë ka filluar me një grup të vogël vullnetarësh të trajnuar për KSh nga KFOR-i;

22. Shfaqjet tregtare/panaireset

Të rritet niveli i promovimit të turizmit përmes shfaqjeve tregtare, panaireset, shfaqjeve-rrugore, etj. (rekomandohet pjesëmarrja në ITB, WTM, Destination Nature Paris (DNP), Turizmi dhe Udhëtimi Ndërkombëtar i Mesdheut Lindor (EMITT), JAPAN Expo, ITB Asia, ATM, KOTFA, etj.). Për më tepër, pjesëmarrja në ngjarje të tilla duhet të planifikohet një vit më herët;

23. Takime, incentiva, konferenca dhe evente – (MICE)

Të konsiderohet si instrument i rëndësishëm i industrisë së turizmit për shkak të trendit të tij në rritje;

24. Udhëtimet familjarizuese – (Fam Trips)

Të mbështeten udhëtimet edukative të cilat rekomandohen shumë, ku agjentë, menaxherë të produkteve dhe media kanë mundësi të familjarizohen me produktet e turizmit; dhe intensifikimi i promovimit dhe shkëmbimit B2B;

25. Turizmi i diasporës

Gjatë segmentimit të tregut të turizmit, turizmi i diasporës duhet të përfshihet dhe të konsiderohet si një potencial i mirë për zhvillimin e turizmit lokal/të brendshëm. Për shkak të numrit të madh të njerëzve nga Kosova që jetojnë jashtë vendit dhe marrëdhënieve të

tyre kulturore dhe tradicionale me atdheun, diaspora e Kosovës duhet të piketohet si një segment i rëndësishëm i turizmit, kështu që duhen zhvilluar dhe përshtatur produkte dhe shërbime më specifike turistike për të plotësuar nevojat dhe interesat e tyre;

26. Akomodimi

Përmirësimi i standardeve ekzistuese dhe zhvillimi i standardeve të reja bazuar në praktikën e mira (p.sh. HOTREC/EUROSTAR) për klasifikim dhe kategorizim të hoteleve dhe objekteve tjera të akomodimit duhet të merret parasysh nga institucionet relevante me qëllim të përmirësimit të përvojave të turistëve dhe të konkurrimit në sektorin e akomodimit;

27. Regjistrimi dhe licencimi

Të rregullohet sektori duke licencuar dhe regjistruar operatorët ekonomik të turizmit (p.sh. TO dhe AU, Guidat turistike, etj.);

28. Bashkëpunimi rajonal/lokal

Të rritet bashkëpunimi mes akterëve të turizmit në nivel rajonale dhe lokal (publik, privat dhe OShC) për të identifikuar fusha për zhvillim të projekteve dhe produkteve të përbashkëta turistike, dhe për të kuptuar më mirë potencialin e burimeve dhe tregjeve të njëri tjetrit.

29. Standardet e cilësisë

Të zhvillohen standarde të cilësisë së turizmit për produkte dhe shërbime të ndryshme bazuar në rekomandimet e UNWTO;

30. Turizmi i qasshëm

Të rritet ndërgjegjësimi i palëve të interesit të turizmit për potencialin e segmentit të “turizmit të qasshëm” dhe të përgatiten udhëzues për zhvillimin e produkteve dhe shërbimeve të turizmit që janë të qasshme për persona me aftësi të kufizuara dhe për të moshuarit. Ky segment i turizmit ka tërhequr më shumë vëmendje në dekadën e fundit në Evropë dhe shumë projekte po financohen për ta bërë më të qasshëm tregun e turizmit në Evropë;

31. Subvencionet e qeverisë

Të mbështetën dhe të subvencionohen shërbime dhe/ose produkte që kanë potencial të madh për zhvillim të turizmit dhe ROI më të lartë (p.sh. qeveria e Maqedonisë subvencionon fluturimet për turistët hyrës);

32. PPP-të e turizmit

Të promovohen PPP-të për sektorin e turizmit dhe të ngritët niveli i vetëdijes për përfitimet potenciale të operatorëve ekonomik për t'u futur në PPP;

33. Shpërblimet

Të mbështetet një ngjarje specifike në lidhje me zhvillimin e turizmit në Kosovë, dhe të përfshihen të gjithë akterët e turizmit për identifikimin e bizneseve/operatorëve më të mirë të turizmit të cilët kanë promovuar dhe kanë prezantuar me sukses produktet dhe shërbimet turistike të Kosovës në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar, dhe të shpërblehen ata në kategori të ndryshme;

REFERENCAT

- “Udhëtimi dhe Turizmi - Ndikimi Ekonomik Botëror” (2017)
- “Turizmi Kosovë – Një qasje partneriteti” – draft raporti (2016)
- “Zhvillimi i turizmit përmes politikave dhe legjislacionit efektiv” – Instituti D4D (2017)
- “Draft koncept dokument në fushën e turizmit” – MTI, TAIEK (2018)
- “Turizmi dhe ambienti” - Fáilte Ireland Plani i Veprimit për Ambientin (2007)
- “Gjendja e ambientit në Kosovë” – MAPH Raporti Vjetor (2016)
- “Roli i Zyrës kombëtare të Turizmit në botën e udhëtimeve stimuluese” – Rasti, A. (2003)
- “Organizatat Turistike” - Longman Group UK Ltd. Harlow, Essex Pearce, D. (1992)
- “E kaluara, e tashmja dhe e ardhmja e DMO-ve – Shembull i NTO-ve - J. Borzyszkowski; M. Marczak (2011)
- “Opsionet dhe modalitetet për themelimin e Bordit Kosovar për turizëm” - J. Sirse; PPSE (2017)
- “Segmentimi i tregut në turizëm” - Dolnicar, S, Woodside, AG and Martin, D (eds) (2008)
- “Zhvillimi i segmentimit në Turizëm” - Pesonen, J., Universiteti i Finlandës Lindore (2013)
- “Kërkesa dhe oferta e turizmit” - T, Nelwamondo (2010)
- “Vlerësimi i programit të IPA-s për Bashkëpunim Ndërkufitar 2007-2013 – Raporti final, BE (2017)
- “Planifikimi i turizmit: bazat, konceptet, rastet” - Gunn, C; Var, (2002)
- “Një sukses i përbashkët – Shtigjet e Majave të Ballkanit” - GIZ (Sarajevo) (2014)
- “Lidhja e Kosovës me Via Dinarica dhe Ballkanin Perëndimor” - www.usaid.gov (June, 2017)
- http://www.azhb-ks.net/repository/docs/2016_03_02_140646_Thirrja_Masa_302_E_fundit_ENG.pdf
- “Zhvillimi i burimeve njerëzore në industrinë e turizmit dhe hotelierisë në Kosovë” - Szivas, E (2016)
- “Baçelor i Menaxhimit ndërkombëtar të turizmit dhe hoteleve” – Universiteti Queensland., Australi (2018)
- “Përkrahja e divizionit të turizmit në MTI” - Sirse, J (2015)
- “Rishikimi i programit të MTI-së për klasifikim të hoteleve” - MTI, USAID (2014)
- “UNWTO & Norwegian Accreditation” – Sistemet për Klasifikimin e Hoteleve (2015)
- “Përmirësimi i regjimeve të vizave të Shteteve të Evropës me qëllim të rritjes së turizmit” – “ETC” (2013)
- “UNWTO Konferenca Evropiane për turizmin e Qasshëm” - A. Corra (2014)
- “Rekomandime për qasje në informata për turizmin” - UNWTO (2016)
- “Digjitalizimi dhe inovacioni në turizëm” – Komisioni Evropian (2014)
- “Konsultime me shoqata: Shoqata Kosovare e Turizmit (KATA) – Anëtare e KCC; (2018)
- “Konsultime me TO: AirTour; BN Adventure; AltaVia; Fibula; Outdoor Kosova; (2018)
- “Konsultime me: Zyrën e BE-së; USAID; GIZ; Swiss Contact/PPSE; (2018)
- “Planifikimi i turizmit në bashkëpunimin për zhvillim: Doracak - BMZ/GIZ (2014)
- http://www.mkrs-ks.org/repository/docs/eng_strategy_for_heritage.pdf
- http://www.mkrs-ks.org/repository/docs/Cultural_Heritage_List_for_Temporary_Protection_2017.pdf
- <https://mti.rks-gov.net/page.aspx?id=1,36>
- http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offers/accessible_en

Shtojca A:

Lista e rekomandimeve prioritare që mund të merren parasysh dhe të zbatohen gjatë tri viteve të ardhshme.

Rekomandimi: (fusha e intervenimit)	Përshkrimi:
Përkrahja financiare nga qeveria	Rritje substanciale e ndarjes së buxhetit për sektorin e turizmit;
Struktura organizative e turizmit në institucionet qeveritare	Krijimi i një niveli më të lartë të përfaqësimit të turizmit në ministri, d.m.th. Departament për Turizëm;
Strategjia kombëtare e turizmit	Bashkë me institucionet relevante të turizmit, të zhvillohet një strategji kombëtare e turizmit për një periudhë minimale prej 4 vite;
Baza e të dhënave të turizmit	Zhvillimi i një baze të të dhënave gjithpërfshirëse me të gjitha burimet dhe destinacionet turistike aktuale dhe ato potenciale të Kosovës;
OKT	Themelimi i një OKT-je me qëllim të planifikimit dhe zhvillimit të politikave dhe strategjive të marketingut për promovim më të mirë të turizmit;
Ambienti	Nevojitet veprim i menjëhershëm i institucioneve relevante për të adresuar çështjet e shumta në lidhje me ambientin;
Fondet për bashkëpunim ndërkufitar	Qasje dhe angazhim më serioz nga ana e MAPL-së dhe komunave për tërheqjen dhe përdorimin e fondeve të BE-së për BNK të alokuara për rajonin;
Infrastruktura	Përmirësimi i infrastrukturës së paku rreth destinacioneve/pikave dhe atraksioneve turistike;
Politikat e vizave	Rishikimi (dhe/ose heqja) e regjimit aktual të vizave për vendet me potencial të madh të eksportit të turizmit (p.sh. Kina, India, etj.)
Statistikat e turizmit	Këshillimi i institucioneve relevante për të mbledhur të dhëna më specifike në lidhje me aktivitetet e turizmit;
TVSh	Rishikimi i ngarkesës së TVSh-së për industrinë e turizmit.

Shtojca B:

Lista e takimeve dhe konsultimeve me akterët e turizmit në Kosovë, 2018.

Nr.	Kush	Kur	Ku	Tema	Kontakti
1	Valbone Dushi, Skender Rama	12/02/2018	Zyra e USAID/Empower	TeR, Plani i punës	Valbone.Dushi@rks-gov.net skender.rama@empowerkosovo.org
2	Anëtarët e KTC-së	23/02/2018	Zyra e USAID/Empower	Plani i punës	Valbone.Dushi@rks-gov.net sali.shoshi@gmail.com virtymorina@gmail.com Sami.Sinani@rks-gov.net skender.rama@empowerkosovo.org Merita.Kolgeci@empowerkosovo.org
3	Tur Operator	02/03/2018	Zyra e USAID/Empower	Plani i punës	balkan@albtoursd.al
4	PPSE – Swiss Contact	05/03/2018	Zyra e PPSE	Plani i punës	Lumturije.Geci@rks-gov.net dren.zatriqi@swisscontact.org malva.govori@swisscontact.org
5	GIZ	05/03/2018	Zyra e GIZ-it	Plani i punës	ekrem.hyseni@giz.de
6	Shoqatat	06/03/2018	Zyra e USAID/Empower	Plani i punës	shtak.kosovo@gmail.com sharrtravel@hotmail.com Lumturije.Geci@rks-gov.net
7	Zyra e BE-së	12/03/2018	Zyra e MTI-së	Plani i punës	Miha.pezelj@eeas.europa.eu Dardan.sadriu@eeas.europa.eu
8	MBPZhR	19/03/2018	Zyra e MBPZhR-së	Plani i punës	Shqipe.Dema@rks-gov.net
9	Zyra e MTI-së	23/03/2018	Zyra e MTI-së	Progresi i punës	Valbone.Dushi@rks-gov.net

USAID EMPOWER Private Sector
Rr. Pashko Vasa, No. 12, Pejton
Prishtinë, Kosovë
+383 38 222 855
info@empowerkosovo.org
<http://www.empowerkosovo.org/>