

ZHVILLIMI I STRATEGJIVE PËR NJË TURIZËM TË QËNDRUESHËM NË KOSOVË

Merita Begolli Dauti

Dorëzuar
Universitetit European të Tiranës
Shkollës së Doktoraturës

Në përmbushje të detyrimeve të programit të Doktoraturës në
Ekonomi me profil Menaxhim, për marrjen e gradës shkencore “Doktor”

Udhëheqës shkencor: Prof. Asoc. Dr. Kreshnik Bello

Numri i fjalëve: 54,700

Tiranë, 2016

DEKLARATA E AUTORËSISË

Më përgjegjësi të plotë deklaroj se kjo tezë disertacioni është bazuar në kërkesa dhe rregulla akademike dhe të sjelljes etike,ku kam cituar të gjitha materialet që nuk janë punim i imi në këtë tezë .

ABSTRAKTI

Turizmi është një nga veprimtaritë më komplekse të shoqërisë së sotme moderne. Në vendet e zhvilluara, por edhe në disa shtete në tranzicion është produkt i rëndësishëm eksporti dhe gjenerator i punësimit. Turizmi konsiderohet si një nga sektorët më fitimprurës për ekonominë e shumë vendeve dhe shpesh është njëri nga aktivitetet që sjell sukses ekonomik. Përveç përfitimeve ekonomike që sjell zhvillimi i turizmit, duhet pasur në konsideratë edhe ndikimet negative mjedisore dhe sociale që shkaktohen gjatë ushtrimit të aktiviteteve turistike, të cilat duhet të menaxhohen me kujdes. Parimet e zhvillimit të qëndrueshëm duhet të merren në konsideratë për të siguruar efektivitet afatgjatë të këtij sektori. Nga kjo rrjedh krijimi i një Strategjie të Zhvillimit të Turizmit në Kosovë ku arritja e synimit të saj të jetë shfrytëzimi i qëndrueshëm i atraksioneve natyrore e kulturore, si vendimtare për zhvillimin e turizmit dhe njëkohësisht të parandalohet shfrytëzimi i burimeve me pasoja të pakthyeshme negative. Agjensitë e ndryshme të qeverisë dhe ministrisë përkatëse theksojnë se turizmi është një nga fushat prioritare ku duhet vepruar, duke u fokusuar në zonat turistike dhe burimet natyrore të vendit. Vizioni i tyre për turizmin është për ta bërë Kosovën dhe rajonet e saj turistike, zgjedhje për kalimin e pushimeve për shumë turistë të vendit dhe të huaj. Qeveria e Kosovës po ashtu thekson se parqet kombëtare si ai i Sharit dhe ai i Rugovës kanë rëndësi të posaçme për zhvillimin e turizmit. Mungesa e strategjisë së zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm, nuk bën të mundur nxjerrjen në pah të burimeve të tilla natyrore si një tipar i rëndësishëm i peisazhit turistik në Kosovë, i cili është shfrytëzuar nga operatorët e turizmit dhe është një atraksion për turistët që vizitojnë Kosovën. Nëse krijimi i një strategjie të zhvillimit të turizmit si dhe qëndrueshmëria e tij janë një objektiv madhor për t'u arritur, atëherë aktorët e turizmit për të arritur rezultate në zona natyrore të tilla si Malet e Sharit dhe Rugovës duhet të përcaktojnë vlerat e palëve të interesuara që lidhen me ato zona të veçanta, në mënyrë që të identifikohet cilat janë vlerat e përbashkëta dhe jo të përbashkëta mes tyre dhe kështu të shmangen problemet gjatë hartimit të strategjisë dhe politikave të zhvillimit.

Fjalët kyçe: Turizëm, Zhvillim i Qëndrueshëm, Planifikim Strategjik, Ekonomi.

ABSTRACT

Tourism is one of the most complex activities of today's modern society. In developed countries but also in some countries in transition is important export product and generator of employment. Tourism is considered as one of the profitable sectors for economy of many countries and often one of the activities that brings economic success. Except that brings economic profits development of tourism should have in consideration also negative and social environment influences that are caused during performance of touristic activities where should be managed with care so the principles of sustainable development should be taken in consideration to provide long-term effectiveness of this sector. It follows that development of one Development Strategy in Kosovo where should be claimed achievement of its goal that the use of sustainable natural and cultural attractions to be emphasized as crucial for tourism development and at the same time use of resources with irreversible negative consequences to be prevented. Different government agencies and respective ministries emphasize that tourism is one of the priority fields where should be acted focusing in touristic areas and natural resources of the country as well as their identified vision for tourism is to make Kosova and its touristic regions choice for spending vacations for many foreign tourists as well as tourists of the country. Government of Kosovo also emphasizes that national parks as the one of Sharri and Rugova mountains have specific importance for development of tourism. Although the lack of development strategy of sustainable tourism does not make possible to highlight such natural resources as an important feature of touristic landscape in Kosovo which was used by the touristic operators and it's an attraction for tourists that visit Kosovo. If creating of one strategy for tourism development as well as sustainability are major objective to be achieved then tourism actors to achieve results in sustainable development of tourism in these areas as in Sharr and Rugova mountains is helpful to determine values of interested parties that are linked with those specific areas in a manner to identify which are the common values and not common values between each other and in this way to avoid problems during drafting of the strategy and development politics.

Key Words: Tourism, Sustainable development, Strategic Planning, Economy.

DEDIKIMI

Ky Disertacion ju është dedikuar prindërve të mi Nasibes dhe Skenderit, të cilët më mungojnë shumë.

FALENDERIME

Zhvillimi i kësaj teze të disertacionit ka qenë një përjetim personal dhe një formë e re e të mësuarit, e përballimeve me sfida dhe duhet të theksoj së ka qenë përvojë shumë e rëndësishme dhe e dobishme për mua. Punimi i kësaj teze nuk do të kishte qenë i mundur pa mbështetjen, inkurajimin dhe udhëzimin e shumë njerëzve, të cilët ishin të pazëvendësueshëm dhe që më mundësuan arritjen e qëllimeve të mia.

Unë falenderoj udhëheqësin Profesor Kreshnik Bello për durimin, njohuritë dhe udhëzimet e tij gjatë viteve të punimit të kësaj teze, duke më dhënë mbështetje të vazhdueshme, inkurajim dhe këshilla.

I falenderoj të gjithë ata që ishin pjesë e këtij hulumtimi si të anketuarit, të cilët vullnetarisht morën pjesë në këtë hulumtim dhe pa pjesëmarrjen e të cilëve nuk mund të realizohej ky punim.

Së fundi, mbështetja e familjes është një element jetik në arritjen e përfundmit të kësaj teze. Falenderime të veçanta për bashkëshortin tim Ferhatin dhe dy djemtë Rronin dhe Rinorin, të cilët më kanë inkurajuar pa ndërprerje gjatë gjithë punës edhe në çastet kur unë kam qenë në vështirësi.

Faleminderit Zotit që më dha shëndetin dhe mundësinë ta përfundoi këtë tezë disertacioni.

Përmbajtja

KAPITULLI I.....	1
Hyrje.....	1
1.1 Problematika e punimit.....	3
1.2 Qëllimi dhe objektivat e punimit.....	4
1.3 Përmbledhje e literaturës kryesore të punimit	5
1.4 Pytjet kërkimore dhe hipotezat	7
1.5 Metodologjia e punimit	8
1.6 Rëndësia e punimit	9
1.7 Kufizimet e punimit.....	10
1.8 Modeli strukturor i studimit	13
KAPITULLI II	15
Rishikimi i literaturës mbi Turizmin e Qëndrueshëm.....	15
2.1 Koncepti i sistemit turistik	17
2.2 Kuptimi i Zhvillimit të Turizmit të Qëndrueshëm dhe historia e zhvillimit të tij ..	23
2.3 Përkufizimi dhe përcaktimi i kuptimit të Turizmit të Qëndrueshëm.....	27
2.4 Përcaktimi i nocionit të Turizmit të Qëndrueshëm	31
2.5 Parimet e Qëndrueshmërisë në Turizëm	35
2.6 Qeverisja në Turizmin e Qëndrueshëm	39
2.6.1 Aspektet Ekonomike dhe Mjedisore të Turizmit të Qëndrueshëm.....	41
2.6.2 Aspektet sociale dhe kulturore të qëndrueshmërisë.....	46
2.6.3 Rëndësia e sektorit publik dhe atij privat në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm.	52
KAPITULLI III.....	54
Planifikimi Strategjik në Turizmin e Qëndrueshëm.....	54
3.1 Planifikimi në Turizëm.....	54
3.2 Koncepti i Planifikimit Strategjik.....	61
3.3 Pjesëmarrja e Palëve të Interesuara në Planifikimin e Turizmit.....	66
3.4 Grupet e interesit në Destinacionin Turistik.....	67
3.5 Bashkëpunimi ndërmjet grupeve të interesit në Planifikimin e Turizmit.....	74
3.6 Sfidat e bashkëpunimit të grupeve të interesit në procesin e planifikimit.....	76

KAPITULLI IV	79
Kosova dhe Resurset bazë të zhvillimit të Strategjisë të Turizmit të Qëndrueshëm	79
4.1 Karakteristikat e ambientit fizik të Kosovës	80
4.1.1 Klima dhe Temperaturat	81
4.1.2 Hidrografia.....	82
4.1.3 Flora dhe Fauna	83
4.2 Historiku i shkurtër i Turizmit në Kosovë.....	84
4.3 Turizmi vendor dhe rëndësia e tij	88
4.4 Potencialet Turistike në Republikën e Kosovës si faktor të ofertës	90
4.5 Gjendja e mjedisit në Kosovë.....	97
4.6 Vlerat e trashëgimisë Natyrore të Kosovës	100
4.7 Parku Kombëtar - Bjeshkët e Nemuna	101
4.7.1 Turizmi dhe potencialet turistike në Park	106
4.8 Pozita, kufijtë dhe veçoritë e Parkut Kombëtar – SHARRI	108
4.8.1 Turizmi në Parkun Kombëtar - SHARRI	111
4.9 Ecuria dhe karakteristikat e ndërmarrjeve në Kosovë.....	113
4.10 Qarkullimet turistike në Kosovë.....	117
KAPITULLI V	123
Metodologjia e kërkimit	123
5.1 Specifikimi i subjekteve të kërkimit.....	124
5.2 Mjetet e kërkimit	125
5.3 Përzgjedhja e kampionit	127
5.4 Mardhëniet në mes pyetjeve kërkimore dhe hipotezave	131
5.5 Llojet e analizave të përdorura	135
5.6 Analizimi i të dhënave dhe prezantimi i gjetjeve	137
Konkluzione	236
Rekomandime	239
Bibliografia	243
Shtojcë.....	256

LISTA E ILUSTRIMEVE

<i>Figura 1: Modeli strukturor për rastin e studimit: Krijimi i Strategjive për një Turizëm të Qëndrushëm në Kosovë</i>	<i>13</i>
<i>Figura 2: Patriarkana e Pejës</i>	<i>103</i>
<i>Figura 3: Manastiri i Deçanit</i>	<i>103</i>
<i>Figura 4: Kulla e Mazrekajve, Dranoc</i>	<i>103</i>
<i>Figura 5: Kulla e Berishajve, Junik.....</i>	<i>103</i>
<i>Figura 6: Veshjet tradicionale</i>	<i>104</i>
<i>Figura 7: Vallja e Rugoves – pjesë e lojrave tradicionale.....</i>	<i>105</i>
<i>Figura 8: Gryka e Rugoves.....</i>	<i>106</i>
<i>Figura 9: Numri i turistëve të informuar në zyrën për turizëm</i>	<i>108</i>
<i>Figura 10: Pozita e parkut SHARR.....</i>	<i>109</i>
<i>Figura 11: Sipërfaqja e PN “Mali Sharr” sipas komunave pjesëmarrëse.....</i>	<i>110</i>
<i>Figura 12: Shtrirja e shtigjeve në Qendrën e skijimit në Brezovicë.....</i>	<i>112</i>
<i>Figura 13: Brezovica në dimër</i>	<i>112</i>

LISTA E TABELAVE

<i>Tabela 1: Qarkullimi turistik : (1989-99)</i>	<i>86</i>
<i>Tabela 2: Kapacitetet e vendosjes (1989-99).....</i>	<i>86</i>
<i>Tabela 3: Siperfaqet në Parqet Kombëtare në Kosovë</i>	<i>101</i>
<i>Tabela 4: Zona dhe objektet e mbrojtura në territorin e Parkut.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabela 5: Shtigjet e skijimit në Brezovicë</i>	<i>112</i>
<i>Tabela 6: Numri i ndërmarrjeve të reja dhe të reregjistruara sipas tremujorëve dhe sektorëve të aktiviteteve ekonomike</i>	<i>114</i>
<i>Tabela 7: Numri i ndërmarrjeve të reja sipas sektorëve të aktiviteteve Ekonomike dhe formës legale të organizimit gjatë vitit 2014.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabela 8: Numri i të punësuarve sipas sektorëve ekonomik për vitet 2008-2013.....</i>	<i>116</i>
<i>Tabela 9: Numri i vizitorëve (vendor dhe të jashtëm) dhe netët e qëndrimit të tyre për vitet 2008 – 2014.....</i>	<i>118</i>
<i>Tabela 10: Numri i vizitorëve dhe netët e qëndrimit të tyre në nivel rajonal sipas viteve 2008-2014</i>	<i>119</i>
<i>Tabela 11: Numri i vizitorëve të jashtëm dhe netët e qëndrimit të tyre sipas shteteve gjatë viteve 2008-2014.....</i>	<i>121</i>
<i>Tabela 12: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ1</i>	<i>186</i>
<i>Tabela 13: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ2.....</i>	<i>188</i>
<i>Tabela 14: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ3.....</i>	<i>189</i>
<i>Tabela 15: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ4.....</i>	<i>191</i>
<i>Tabela 16: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ5</i>	<i>192</i>
<i>Tabela 17: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ6.....</i>	<i>194</i>
<i>Tabela 18: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ7.....</i>	<i>195</i>
<i>Tabela 19: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ8.....</i>	<i>197</i>
<i>Tabela 20: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ9.....</i>	<i>198</i>
<i>Tabela 21: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ10.....</i>	<i>200</i>
<i>Tabela 22: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ11.....</i>	<i>201</i>
<i>Tabela 23: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ12</i>	<i>203</i>
<i>Tabela 24: Përmbledhja e rezultateve për hipotezën H1</i>	<i>204</i>
<i>Tabela 25: One-way ANOVA & SCHEFFE IT1</i>	<i>207</i>

<i>Tabela 26: One-way ANOVA & SCHEFFE IT2</i>	<i>209</i>
<i>Tabela 27: One-way ANOVA & SCHEFFE IT3</i>	<i>210</i>
<i>Tabela 28: One-way ANOVA & SCHEFFE IT4</i>	<i>212</i>
<i>Tabela 29: One-way ANOVA & SCHEFFE IT5</i>	<i>213</i>
<i>Tabela 30: One-way ANOVA & SCHEFFE IT6</i>	<i>215</i>
<i>Tabela 31: One-way ANOVA & SCHEFFE IT7</i>	<i>216</i>
<i>Tabela 32: One-way ANOVA & SCHEFFE IT8</i>	<i>218</i>
<i>Tabela 33: One-way ANOVA & SCHEFFE IT9</i>	<i>219</i>
<i>Tabela 34: One-way ANOVA & SCHEFFE IT10</i>	<i>221</i>
<i>Tabela 35: One-way ANOVA & SCHEFFE IT11</i>	<i>222</i>
<i>Tabela 36: One-way ANOVA & SCHEFFE IT12</i>	<i>224</i>
<i>Tabela 37: One-way ANOVA & SCHEFFE IT13</i>	<i>225</i>
<i>Tabela 38: One-way ANOVA & SCHEFFE IT14</i>	<i>227</i>
<i>Tabela 39: One-way ANOVA & SCHEFFE IT15</i>	<i>228</i>
<i>Tabela 40: One-way ANOVA & SCHEFFE IT16</i>	<i>230</i>
<i>Tabela 41: One-way ANOVA & SCHEFFE IT17</i>	<i>231</i>
<i>Tabela 42: Përmbledhja e rezultateve për hipotezën H2</i>	<i>233</i>

LISTA E GRAFIKEVE

<i>Grafiku 1: Moshë</i>	138
<i>Grafiku 2: Gjinia</i>	138
<i>Grafiku 3: Niveli i edukimit</i>	139
<i>Grafiku 4: Lloji i biznesit</i>	140
<i>Grafiku 5: Vjetet e operimit në sektorin e turizmit</i>	140
<i>Grafiku 6: Numri i të punësuarve</i>	141
<i>Grafiku 7: Gjinia e punonjësve</i>	142
<i>Grafiku 8: Kualifikimi i Stafit</i>	142
<i>Grafiku 9: Kënaqshmëria me punën e stafit</i>	143
<i>Grafiku 10: Specifikimi rreth klientëve</i>	144
<i>Grafiku 11: Fluksi i vizitorëve</i>	145
<i>Grafiku 12: Rritja e numrit të vizitorëve ndikon në zhvillim ekonomik</i>	145
<i>Grafiku 13: Preferencat e ushqimit</i>	146
<i>Grafiku 14: Kënaqshmëria e vizitorëve</i>	146
<i>Grafiku 15: Pengesat e operimit të biznesit</i>	147
<i>Grafiku 16: Perceptimi i turizmit</i>	151
<i>Grafiku 17: Termet kyçe për turizëm</i>	153
<i>Grafiku 18: Atribute kyçe të turizmit</i>	153
<i>Grafiku 19: Përgatitja e planit strategjik</i>	154
<i>Grafiku 20: Bashkëpunimi me organizatat</i>	155
<i>Grafiku 21: Mekanizmat për monitorimin dhe vlerësimin e performances</i>	156
<i>Grafiku 22: Aspektet e turizmit</i>	156
<i>Grafiku 23: Nevoja për zhvillimin e strategjisë</i>	157
<i>Grafiku 24: Roli mbështetës në turizëm</i>	158
<i>Grafiku 25: Kategoria e Moshës</i>	158
<i>Grafiku 26: Gjinia</i>	159
<i>Grafiku 27: Niveli i edukimit</i>	159
<i>Grafiku 28: Periudha e qëndrimit në vendbanim</i>	161
<i>Grafiku 29: Lloji i punës</i>	161
<i>Grafiku 30: Kontakti me turistët</i>	162
<i>Grafiku 31: Preferencat e turistëve lidhur me vendin tonë</i>	162
<i>Grafiku 32: Opinionet e banorëve për pjesëmarrjen në proces</i>	163

<i>Grafiku 33: Niveli i pjesëmarrjes në procesin e planifikimit për zhvillimin e turizmit Kosovar</i>	165
<i>Grafiku 34: Njohja e planeve dhe vendimet e marra për zhvillimin e turizmit</i>	166
<i>Grafiku 35: Vendimet e marra nga agjensitë qeveritare</i>	167
<i>Grafiku 36: Aktivitetet për pjesëmarrjen e banorëve</i>	168
<i>Grafiku 37: Mënyra e angazhimit të banorëve në zhvillimin e turizmit</i>	168
<i>Grafiku 38: Kategoria e moshës</i>	169
<i>Grafiku 39: Gjinia</i>	170
<i>Grafiku 40: Niveli i edukimit</i>	170
<i>Grafiku 41: Mënyra e artitjes në Kosovë</i>	172
<i>Grafiku 42: Raporti në mes të turistëve vendor dhe të huaj</i>	172
<i>Grafiku 43: Mënyrat e njohjeve të destinacionit</i>	173
<i>Grafiku 44: Gjatësia e qëndrimit në Kosovë</i>	173
<i>Grafiku 45: Arsyeja e vizitës</i>	174
<i>Grafiku 46: Imazhi i përgjithshëm i vendit</i>	174
<i>Grafiku 47: Elementet shtytëse për zgjedhjen e vendit tonë për ta vizituar</i>	176
<i>Grafiku 48: Shpenzimet e vizitorëve</i>	177
<i>Grafiku 49: Përshtypjet e turistëve lidhur me qëndrimin e tyre në Kosovë</i>	178
<i>Grafiku 50: Opinionet e turistëve lidhur me Kosovën</i>	179
<i>Grafiku 51: Rekomandimet e turistëve për Kosovën</i>	180
<i>Grafiku 52: Planifikimi rreth shpenzimeve</i>	181
<i>Grafiku 53: Statusi i punësimit të vizitorëve</i>	182
<i>Grafiku 54: Gjinia</i>	182
<i>Grafiku 55: Niveli i shkollimit</i>	183
<i>Grafiku 56: Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmes dhe të së ardhmes</i>	186
<i>Grafiku 57: Zhvillimi i turizmit duhet të respektojë natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale</i>	187
<i>Grafiku 58: Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siç kërkohet</i>	189
<i>Grafiku 59: Banorët lokal të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat turistike</i>	190
<i>Grafiku 60: Bizneset familjare duhet të inkurajohen dhe përkahen</i>	192
<i>Grafiku 61: Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun</i>	193

<i>Grafiku 62: Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm</i>	195
<i>Grafiku 63: Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja.....</i>	196
<i>Grafiku 64: Qeveria duhet të jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të arrihet zhvillimi i turizmit.....</i>	198
<i>Grafiku 65: Turistët duhet të jenë të infomuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike</i>	199
<i>Grafiku 66: Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efikase për ta zhvilluar më tej turizmin.....</i>	201
<i>Grafiku 67: Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit.....</i>	202
<i>Grafiku 68: Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme</i>	207
<i>Grafiku 69: Turizmi rrit koston e jetesës</i>	208
<i>Grafiku 70: Turizmi rrit mundësitë e punësimit</i>	210
<i>Grafiku 71: Turizmi kontribuon në ngritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës.....</i>	211
<i>Grafiku 72: Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit.....</i>	213
<i>Grafiku 73: Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës</i>	214
<i>Grafiku 74: Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik.....</i>	216
<i>Grafiku 75: Turizmi rrit krimin/ plaçkitjet / vandalizëmin.....</i>	217
<i>Grafiku 76: Turizmi përmirëson cilësinë e jetës</i>	219
<i>Grafiku 77: Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese.....</i>	220
<i>Grafiku 78: Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë</i>	222
<i>Grafiku 79: Turizmi ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit.....</i>	223
<i>Grafiku 80: Turizmi sjellë ndotjen e mjedisit</i>	225
<i>Grafiku 81: Bizneset shërbyese turistike hedhin tonelata mbeturina gjatë sezonit turistik</i>	226
<i>Grafiku 82: Turizmi dëmton pejsazhin dhe mjedisin natyror</i>	228
<i>Grafiku 83: Turizmi shkatërron ekosistemin lokal</i>	229
<i>Grafiku 84: Turizmi prodhon efekte afatëgjata negative në mjedis.....</i>	231

LISTA E SHKURTIMEVE DHE E FJALORIT

AMMK-Agjensia për Mbrojtjen e Mjedisit të Kosovës

GDRC- Qendra kërkimore për zhvillimit global

IT-Impaktet e turizmit

IUCN- Bashkimi Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës dhe Burimeve Natyrore

MMPH-Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor

TQ-Turizmi i qëndrueshëm

UNCED- Konferenca e Kombeve të Bashkuara për Mjedisin dhe Zhvillimin

UNDP-Programi për Zhvillim i Kombeve të Bashkuara

UNWTO- Organizata Botërore e Turizmit

WCED- Komisioni Botëror për Mjedisin dhe Zhvillimin

WCS- Strategjia Botërore për Ruajtjen e burimeve jetësore të tokës

WTO -Organizata Botërore e Tregtisë

ZIP- Zyra e informimit në Pejë

ZVM- Zona të veçanta të mbrojtura

KAPITULLI I

Hyrje

Turizmi është një nga industritë që është duke përjetuar rritje marrëmendëse në aspektin ekonomik dhe është një burim i madh i të ardhurave për ekonominë dhe qeveritë e shumë vendeve. Duke qenë një industri që kërkon angazhim të madh të burimeve njerëzore, turizmi gjithashtu ofron mundësi punësimi për milona njerëz anë e mbanë botës duke ndihmuar rigjallërimin e ekonomive lokale, ngritjen e standardit jetësor dhe zvogëlimin e varfërisë. Kjo rritje e vullshme dhe këto mundësi të zhvillimit përveç benefiteve të shumta që sjellin, ato mund të sjellin edhe efekte tjera negative dhe probleme që mund të shkaktohen nga menaxhimi jo i mirë i resurseve dhe proceseve zhvillimore e që mund të manifestohen me efekte siç janë: zhvendosja apo humbja e vendbanimeve, shkatërimi i ambientit dhe humbja e trashëgimisë kulturore, varfëria ekonomike, degradimet ekologjike etj. Ngritja e vetëdijes së njerëzve rreth rreziqeve që sjell shfrytëzimi jo adekuat i resurseve natyrore në kohërat moderne ka rezultuar me zhvillimin e formave tjera të turizmit që marrin në konsideratë aspektet negative të zhvillimit të turizmit. Këto trende të reja të zhvillimit kanë bërë që të zhvillohen mënyra të reja alternative të të bërit pushim e që kanë trajtën e turizmit të qëndrueshëm. Forma të turizmit të qëndrueshëm mund të përmendim: turizmi i bazuar në natyrë, ekoturizmi, turizmi kulturor, turizmi rural etj. Nisur nga aspekti ekonomik pjesa më e madhe e destinacioneve turistike janë të varura nga aktivitetet turistike në mënyrë që të mbijetojnë dhe të zhvillohen në aspektin ekonomik duke siguruar të ardhura nga këto aktivitete turistike. Përveç faktorëve pozitivë që u përmendem më lart sikurse janë: si të ardhurat nga turizmi, punësimi, zhvillimi ekonomik dhe i infrastrukturës, shumë destinacione kanë përjetuar humbje dhe degradim të resurseve të ambientit, të vlerave sociale dhe ekologjike. Për këtë arsye debatet që sot zhvillohen në kuadër të aktiviteteve turistike dhe në mes të bartësve dhe aktorëve të aktiviteteve turistike kanë të bëjnë me rëndësinë e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në destinacionet turistike. Turizëm i qëndrueshëm në thelb janë të gjitha ato aktivitete turistike që marrin parasysh zhvillimet aktuale dhe të ardhshme ekonomike, sociale, mjedisore dhe që rëndësi të veçantë i

kushton nevojave të gjithë pjesmarësve në këto aktivitete siç janë turistët, subjektet e industrisë turistike, komuniteti, ambienti dhe ekologjia etj. Kjo çështje duke marrë parasysh këto ndikime të shumta dhe të natyrave të ndryshme kanë nevojë për një planifikim, zhvillim dhe funksionalizim të mirëfilltë, pasi është proces dinamik dhe i ndryshueshëm.

Një çelës për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit në një komunitet është përfshirja e grupeve të interesit Byrd(2009). Hulumtuesit tregojnë se pjesëmarrja dhe bashkëpunimi i grupeve të interesit është faktori kyç për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm (Yu, 2011). Pa mbështetjen e grupeve të interesit është gati e pamundur të zhvillohet turizmi në mënyrë të qëndrueshme (Andereck & Vogt, 2000 ; Andriotis, 2005; Gursoy, 2002).

Një numër i mjaftueshëm i studiuesve kanë studiuar qëndrimin e grupeve të interesit dhe perceptimin e impakteve të turizmit në shumë destinacione të ndryshme turistike. Në mesin e grupeve të interesit të cilët janë studjuar dhe vazhdojnë të fitojnë vëmendje akademike janë banorët e rajoneve turistike. Kështu, perceptimi i impakteve të turizmit tek banorët është një temë dominuese në studimet e turizmit. Deri më sot, një numër i studjuesve kanë bërë thirrje për përfshirjen e të gjitha grupeve të interesit në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm (Dodds, 2007; Getz & Timur 2005; Hall, 2007; Rya 2002). Megjithatë, shumëllojshmëria dhe heterogjeniteti i grupeve të interesit në turizëm e bëjnë këtë proces më të komplikuar Waligo (2012).

Studimet e disa autorëve rreth ndryshimeve në perceptimet e impakteve të turizmit identifikojnë dallimet në perceptimet e grupeve të interesit rreth impakteve të turizmit dhe qëndrueshmërisë, ku në studimet e tyre janë marë në konsiderat dy deri në tri grupe të interesit (Andriotis, 2005; Puczko & Ratz, 2000; Kavallinis & Pizam, 1994; Murphy, 1983 ; Lankford, 1994).

Ky studim synon të analizojë nëse ekzistojnë dallime në perceptimin e impakteve të turizmit dhe mënyrat në të cilat turizmi duhet të jetë i zhvilluar në mënyrë të qëndrueshme në Kosovë në mes të katër grupeve të interesit : operatorët ekonomikë të turizmit, agjensitë qeveritare dhe joqeveritare, komuniteti lokal dhe turistët (Byrd, 2009). Përveç kësaj, duke identifikuar perceptimet dhe qëndrimet e katër grupeve të interesit në drejtim të zhvillimit të turizmit duhet të merren parasysh qëndrimet e tyre, të cilat ndikojnë në planifikimin e turizmit, gjë që ndihmon në hapat e mëtejshme në krijimin e një strategjie të mirëfilltë për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë dhe në

menaxhimin e tij, e cila është më se e nevojshme dhe e domosdoshme për të siguruar një kuadër të mirë të njohësve të çështjeve turistike që do të mund të punojnë së bashku në mënyrë të suksesshme .

1.1 Problematika e punimit

Pse krijimi i strategjisë së zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm?

Krijimi i strategjisë së zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm është i domosdoshëm për të gjitha format e turizmit. Si rezultat i mungesës së një strategjie të turizmit, Kosova përballlet me sfida dhe pengesa të ndryshme në krijimin e një strategjie të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm. Për këtë arsye çdo veprim i mundshëm për të ngritur shkallën e zhvillimit të turizmit dhe për të përmirësuar cilësinë e ofertës dhe shërbimeve turistike në mënyrë të qëndrueshme duhet të marrë në konsideratë pjesëmarrjen e të gjithë aktorëve dhe grupeve të interesit. Kjo që të hulumtohen praktikatat aktuale të planifikimit të destinacioneve turistike në Kosovë në mënyrë që të përcaktohet shkalla e zhvillimit të qëndrueshëm, planifikimit strategjik dhe pjesëmarrja e palëve të interesuara në procesin e planifikimit të turizmit, zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm dhe krijimit të një strategjie në lëmin e turizmit.

Këto veprime duhet të ndikojnë në ngritjen e kulturës së ruajtjes dhe menaxhimit të mjedisit, në inkurajimin e komuniteteve lokale, komuniteteve të biznesit si dhe agjensive dhe organizatave qeveritare në pjesëmarrje për një zhvillim të turizmit të qëndrueshëm.

1.2 Qëllimi dhe objektivat e punimit

Qëllimi i hulumtimit është:

së pari, të hulumtojë dhe të analizojë nëse ekzistojnë dallime në perceptimin e impakteve (ekonomike, sociale dhe mjedisore) të turizmit tek katër grupe të interesit.

së dyti, të analizojë nëse ekzistojnë dallime në qëndrimet e grupeve të interesit që turizmi duhet të jetë i zhvilluar në mënyrë të qëndrueshme në Kosovë, në mes të këtyre grupeve të interesit : operatorët ekonomik të turizmit, agjensitë qeveritare, komunitetit lokal dhe turistët duke pasur parasysh që pjesëmarrja e këtyre grupeve të interesit në procesin e planifikimit të turizmit është hapi i parë për krijimin e një strategjie të turizmit të qëndrueshëm në Kosovë.

Qëllimi i studimit është shprehur përmes këtyre objektivave :

- ✓ Për të rishikuar literaturën për turizëm të qëndrueshëm si një bazë e cila shërben në ngritjen e pyetjeve kërkimore, hipotezave dhe identifikimin e modelit të hulumtimit.
- ✓ Për të identifikuar dallimet në mes të perceptimeve të grupeve të interesit rreth impakteve të turizmit në Kosovë.
- ✓ Për të identifikuar mospërputhje në mes të qëndrimeve ndërmjet grupeve të interesit rreth zhvillimit turizmit të qëndrueshëm në Kosovë.
- ✓ Për të analizuar dhe sintetizuar këto perceptime dhe qëndrime të grupeve të interesit për të ndërtuar një model i cili mund të drejtojë zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në të ardhmen.

1.3 Përmbledhje e literaturës kryesore të punimit

Turizmi për shumë vite njihet si gjenerator i të ardhurave për shumë ekonomi botërore. Rëndësia e madhe e turizmit duke ju referuar të ardhurave të mëdha që sjell ai për ekonominë botërore e posaçërisht për vendet në zhvillim në të cilat bën pjesë edhe Kosova, e bëjnë të nevojshme krijimin e politikave dhe strategjive që përkrahin zhvillimin e tij. Në anën tjetër përveç rëndësisë ekonomike këto aktivitete në fushën e turizmit kanë efekte negative nga pikëpamja ambientale, sociale dhe kulturore. Pra përveç që turizmi është mundësi, ai në të njejtën kohë është edhe sfidë. Pra kjo natyrë e turizmit çon në alternativa tjera të zhvillimit, planifikimit dhe menaxhimit turistik.

Sipas shumë studimeve që janë bërë turizmi i qëndrueshëm konsiderohet si një nga storiet më të suksesshme të hulumtimeve në fushën e turizmit si dhe transferimit të njohurive. Tani ai është i përfshirë në të gjitha nivelet e debateve qofshin ato akademike, të biznesit apo qeveritare.

Qëndrueshmëria, planifikimi, pjesëmarrja e grupeve të interesit sot janë bërë problem i gjerë që ndërlidhet me shumë faktorë që çojnë deri të bashkërenditjet dhe angazhimet e politikave në nivelin kombëtar si dhe atë lokal.

Pra turizmi i qëndrueshëm është një zhvillim i shumë nënfaktorëve të tjerë nga fushat dhe aktorët e ndryshëm.

Problemi i qëndrueshmërisë është trajtuar nga shumë autorë të fushës së turizmit, të cilët kanë dhënë përkufizime të ndryshme përsa i përket konceptit të zhvillimit të qëndrueshëm, mirëpo duke u mbështetur tek autori :

Hall (1998) i cili, potencon se zhvillimi i qëndrueshëm edhe pse nuk ka pasur në shënjestër në mënyrë specifike zhvillimin e turizmit, pa dyshim ka pasur një ndikim të konsiderueshëm në sektorin e turizmit. “ Zhvillimi i qëndrueshëm ka qëllim për të siguruar dhe ofruar një jetesë të qëndrueshme dhe të sigurtë, ku minimizon shfrytëzimin dhe shterimin e burimeve natyrore, degradimin e mjedisit, përçarjet kulturore dhe jostabilitetin social”.

Planifikimi është një veprimtari e domosdoshme për arritjen e qëllimeve të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm. Planifikimi i turizmit është një proces i vlerësimit gjithëpërfshirës i analizave dhe çështjeve të lidhura, duke përfshirë jo vetëm përcaktimin e qëllimeve, por edhe zhvillimin e metodave dhe veprimeve alternative për vendimmarrje të mëtejshme.

Veçanërisht, autori Gunn (1988) ka thënë se "Planifikimi i turizmit si një koncept e sheh të ardhmen dhe ka të bëjë me pasojat e pritshme, ku është e vetmja mënyrë që avantazhet e turizmit mund të merren në konsideratë. Planifikimi i turizmit duhet të jetë strategjik dhe integruar".

Gjithashtu është vënë dukje se me rritjen dhe zhvillimin e destinacioneve turistike rriten po ashtu edhe problemet për të gjithë aktorët në këtë zhvillim siç janë: organet e qeverisë qoftë lokale apo qendrore, planifikuesit e burimeve, ndërmarrjet turistike, komuniteti etj. Dhe këta palë do të jenë të paaftë të gjejnë zgjidhje të këtyre problemeve që paraqiten nëse secili vepron në izolim .

Sipas autorëve Getz dhe Jamal (1994), “Teoria bashkëpunim ofron njohuri në një proces dinamik dhe fleksibël, i cili parashikon një vendimmarrje të përbashkët përmes përfshirjes së shumë palëve të interesuara brenda një strukture të përkohshme apo

afatgjatë. Procesi kërkon dialog të drejtpërdrejtë midis palëve pjesëmarrëse, të cilët kanë potencial që të negociojnë, të marrin vendime të përbashkëta dhe arrijnë konsensus rreth planifikimit strategjik, qëllimeve dhe veprimeve në destinacionet turistike”.

Përveç kësaj, duke identifikuar perceptimet e ndryshme dhe qëndrimet e grupeve të interesit në drejtim të zhvillimit të turizmit në një komunitet duhet të merren si hap i parë në planifikimin e turizmit në mënyrë për të siguruar besimin, bashkëpunimin, harmoninë dhe përfitimet reciproke për të gjithë ata që janë përfshirë (Kuvan dhe Akan, 2012).

Megjithatë sipas autorit Reed, M. (1997) “ Është gjetur se me anë të angazhimit të pjesëmarrësve dhe të qytetarëve, plani dhe strategjia për zhvillimin e turizmit është prezantuar si një vizion shumë më i gjerë i aspiratave të komunitetit, se sa do të ishte bërë ndryshe pa pjesëmarrjen e tyre” .

Mund të themi se të gjitha mësimet, shkrimet si dhe debatet akademike deri më tani kanë qenë të fokusuara në formulimin e politikave dhe gjetjen e instrumenteve për implementimin e këtyre politikave, mirëpo për një zhvillim të mirëfilltë të turizmit të qëndrueshëm nevojitet një angazhim maksimal i të gjithë bartësve të aktiviteteve turistike.

1.4 Pytjet kërkimore dhe hipotezat

Ky punim synon t’i japë përgjigje disa pyetjeve kërkimore ku me anë të cilave lehtësohet procesi i kërkimit dhe i mbledhjes së të dhënave të nevojshme për testimin e hipotezave. Një nga qëllimet e punimit ishte hulumtimi dhe analizimi nëse ekzistojnë dallime në perceptimin e impakteve (ekonomike, sociale dhe mjedisore) të turizmit tek

katër grupe të interesit: Operatorët ekonomikë të turizmit, agjensitë qeveritare, komunitet lokal, turistët si dhe dallimet në qëndrimet e këtyre grupeve të interesit lidhur me nevojën e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në Kosovë .

Pyetja kërkimore 1:

A ekzistojnë dallime në qëndrime në mes të grupeve të interesit për mënyrën se si turizmi i qëndrueshëm duhet të zhvillohet në Kosovë ?

H1. Qëndrimet e grupeve të interesit janë të ndryshme për mënyrën se si turizmi i qëndrueshëm duhet të zhvillohet në Kosovë.

Pyetja kërkimore 2 :

A ekzistojnë dallime në perceptime në mes grupeve të interesit rreth impakteve të turizmit?

H2.Perceptimet e grupeve të interesit rreth impakteve të turizmit dallojnë nga njëra tjetra.

1.5 Metodologjia e punimit

Për realizimin e këtij punimi është përdorur një kombinim i të dhënave primare me ato sekondare.Të dhënat sekondare janë bazuar në literaturë shkencore dhe profesionale nga fusha e turizmit, strategjive të turizmit dhe afarizmit turistik, si burime të nevojshme sekondare për hartimin e këtij punimi janë përdorur librat, publikimet, artikujt shkencorë dhe burimet online. Për realizimin e kërkimit primar është përdorur metoda sasiore e mbledhjes së të dhënave, gjerësisht janë përdorur pyetësorët për

mbledhjen e të dhënave, të cilat u shpërndanë tek katër subjektet e kërkimit: Operatorët ekonomikë të turizmit, agjensitë qeveritare, komuniteti lokal dhe turistët.

Të dhënat nga pyetësorët e plotësuar janë procesuar në programin SPSS, ku nga rezultatet e nxjerra janë dhënë shpjegimet për secilin subjekt të kërkimit.

Në mënyrë më të detajuar është shpeguar tek kapitulli i fundit.

1.6 Rëndësia e punimit

Strategjia Kombëtare për Zhvillim të Qëndrueshëm të Turizmit në Kosovë do të përcaktojë zhvillimin e qëndrueshëm si një qëllim të orientuar afat-gjatë dhe një proces të vazhdueshëm, gjithëpërfshirës dhe sinergjik që ndikon në të gjitha aspektet e jetës (ekonomike, sociale, mjedisore dhe institucionale) në të gjitha nivelet.

Së pari, rëndësia qëndron në atë që studimi do të na njohë më qëndrimet e vendimmarrësve dhe të palëve të interesit të nivelit lokal dhe atij qëndror drejt zhvillimit të një strategjie të turizmit të qëndrueshëm në Kosovë në destinacionet dhe zonat e saj turistike.

Së dyti, ky studim paraqet rëndësinë e identifikimit të grupeve të interesit rreth perceptimeve të tyre ndaj impakteve të turizmit dhe qëndrueshërisë për një zhvillim të turizmit, si faktor primar.

Së treti, studimi tenton të provojë më së miri faktin së pa një planifikimi strategjik, turizmi Kosovar nuk mund të zhvillohet dhe as të sigurojë qëndrueshmëri.

Së katërti, ne shpresojmë që ky studim do të shërbejë edhe si nxitje për të gjithë aktorët dhe operatorët turistikë për t'u ndërgjegjësuar mbi rëndësinë e krijimit të një strategjie të mirëfillt për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë.

Së fundmi, ky studim do të nxjerrë një listë të përfundimeve që synojmë të përdoren dhe instrumentalizohen si sugjerime për ndërmarrjen e punimeve të mëtejshme.

1.7 Kufizimet e punimit

Përveç pjesës së kontributit që ofron ky punim, ky punim shoqërohet edhe me një sërë kufizimesh të cilat do të paraqiten më poshtë :

- Vështirësia në sigurimin e literaturës për turizëm nga autorët Kosovarë .
- Vështirësia në sigurimin e të dhënave dhe informacioneve për turizmin në Kosovë
- Vështirësi në identifikimin e bizneseve sipas veprimtarisë. Agjencia për regjistrimin e bizneseve në Kosovë nuk e bën ndarjen e bizneseve hoteliere sipas veprimtarive në kuadër të një sektori, por të gjitha bizneset janë të regjistruara si ndërmarrje për akomodim dhe aktivitete të shërbimeve më ushqime.
- Informacion i mangët nga institucionet qeveritare dhe lokale për zhvillim të turizmit në Kosovë .

Struktura e punimit

Ky punim është ndërtuar në bazë të pesë kapitujve:

Kapitulli i parë, në mënyrë të përgjithshme na jep të dhëna për turizmin e qëndrueshëm, analizimin e perceptimeve të impakteve (ekonomike, sociale dhe mjedisore) të turizmit dhe qëndrimet e grupeve të interesit që turizmi duhet të jetë i zhvilluar në mënyrë të qëndrueshme në Kosovë, duke pasur parasysh që pjesëmarrja e këtyre grupeve të interesit në procesin e planifikimit të turizmit është hapi i parë për

krijimin e një strategjie të turizmit të qëndrueshëm në Kosovë. Ky kapitull trajton qëllimin e punimit, objektivat, pyjet kërkimore dhe hipotezat, metodologjinë, rëndësinë si dhe kufizimet e punimit.

Kapitulli i dytë analizon literaturën mbi turizmin e qëndrueshëm, parimet e qëndrueshmërisë në turizëm, aspektet ekonomike dhe mjedisore të turizmit të qëndrueshëm, aspektet sociale dhe kulturore të qëndrueshmërisë ku në varësi të numrit të argumenteve është krijuar një bazë për përcaktimin e variablave dhe vërtetimin e hipotezave.

Kapitulli i tretë fokusohet në hulumtimin e literaturës lidhur me: Planifikimin strategjik në turizmin e qëndrueshëm, pjesëmarrjen e palëve të interesuara në planifikimin e turizmit, bashkëpunimi ndërmjet grupeve të interesit në planifikimin e turizmit. Konkretisht ky kapitull studion faktorët: Strategjinë apo planifikimin strategjik ku me anë të këtyre nuk duhet të përqëndrohet në trendin aktual, por duhet të synohet qëllimi që të arrihet një zhvillim i qëndrueshëm i turizmit për periudha të ardhshme kohore. Planifikimi i mirë nuk do të fokusohet në përfitimet afatshkurta, por si pikësynim duhet të ketë zhvillimin e attributeve të zhvillimit të ardhshëm në të gjitha sferat dhe për të gjitha palët e interesuara. Arritja e një niveli të arsyeshëm të konsensusit në drejtimet e dëshiruara të zhvillimit të turizmit konsiderohet si një element i rëndësishëm për arritjen e suksesit afatgjatë duke përfshin palët dhe bartësit e shumtë dhe grupet e interesit të ndërvuar me njëri tjetrin.

Kapitulli i katërt, objekt studimi është Kosova me vlerat turistike të saj, e cila përbën një numër relativisht të madh të motiveve si për nga heterogjeniteti po ashtu edhe për nga prejardhja si pozita, kufijtë, veçoritë dhe resurset bazë, aspektet ekologjike, vlerat e

trashëgimisë natyrore të Kosovës, parku kombëtar “Bjeshkët e Nemuna” dhe parku kombëtar “Sharri”.

Kapitulli i pestë, shpjegon metodologjinë e përdorur për realizimin e këtij punimi. Fillimisht janë specifikuar subjektet e kërkimit, ku katër grupe kryesore të palëve të interesuara janë identifikuar si popullatë kyçe e synuar; operatorët ekonomik të turizmit, agjensitë qeveritare dhe joqeveritare, komunitetit lokal dhe turistët. Arsyeja pse katër grupet kryesore të palëve të interesuara janë identifikuar si popullatë kyçe për qëllim të këtij studimi është se këto grupe luajnë rolin kryesor në jetësimin e idesë së strategjisë së turizmit të qëndrueshëm në Kosovë. Si mjete të kërkimit janë përdorur pyetësorët si instrumenti thelbësor i kërkimeve. Pyetësorët janë të strukturuar, zgjedhja e pyetjeve për t’iu drejtuar të anketuarëve më pyetësor të tillë ka një rregull të mirëpërcaktuar dhe të paracaktuar që në fillim. Llojet e analizave të përdorura kanë shërbyer si bazë për të nxjerrë përgjithësime (konkluzionet dhe rekomandimet) rreth zhvillimit të strategjisë për një turizëm të qëndrueshëm në Kosovë. U përdorën të gjithë pyetësorët e formuluar për të mbledhur të dhënat nga të anketuarit. Të dhënat pas grumbullimit u përpunuan në programin SPSS, duke përdorur testin One-way ANOVA, e cili krahason mesataret në mes të grupeve të interesit dhe tregon nëse egziston ndonjë ndryshim në mes tyre dhe testin Post – Hoc me metodën Scheffe, e cila është metodë e krahasimit të shumëfishtë.

1.8 Modeli strukturor i studimit

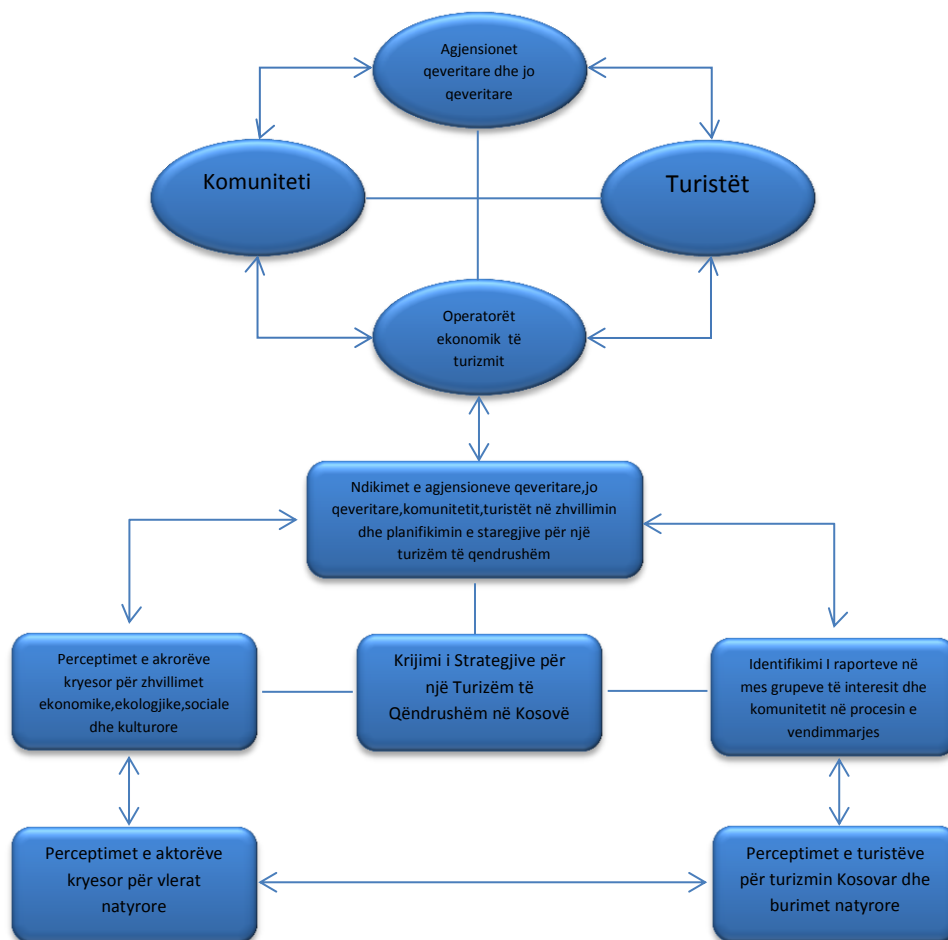


Figura 1: Modeli strukturor për rastin e studimit: Krijimi i Strategjive për një Turizëm të Qëndrueshëm në Kosovë

Për të arritur objektivin e studimit është bërë një rishikim tërësor i literaturës ekzistuese dhe më pas është zhvilluar një model stukturor që përfshin apo identifikon katër komponente kryesore dhe pesë përbërës që janë të rëndësishëm për studimin e rastit. Nga katër të parat janë: Komuniteti, Agjensitë qeveritare dhe jo qeveritare, Turistët dhe Operatorët ekonomikë të turizmit. Ndërsa ato përbërëse janë: Ndikimet e agjensive qeveritare, jo qeveritare, komunitetit, turistët në zhvillimin dhe planifikimin e strategjive për një turizëm të qëndrueshëm.

Rrjedha logjike e bashkëveprimit të komponenteve kryesore dhe përbërëse të faktorëve që ndikojnë në përkrahjen e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm është përshkruar në këtë model. Ndërveprimi dhe ndërlidhja në mes të secilit prej këtyre komponenteve përbërëse do të ndikojë në komponentët e tjerë dhe përfundimisht kjo do të ndikojë në rezultatet e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm. Secili prej këtyre elementëve duhet të adresohet në mënyrë që të sigurojë kuptim tërësor të zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit në Kosovë. Modeli sugjeron se ndërveprimet dhe lidhjet midis secilës nga këto elemente kryesore dhe përbërëse do të ndikojë në secilin prej komponentëve. Pjesëmarrja dhe përfshirja e aktorëve të turizmit, komunitetit dhe turistëve janë faktorët esencial në zhvillimin dhe planifikimin e strategjive për një turizëm të qëndrueshëm, por ata janë edhe një burim i rëndësishëm i suksesit në zhvillimin e turizmit. Në qoftë se palët e interesuara të turizmit kanë një perceptim pozitiv të ndikimit të zhvillimit të turizmit, ata kanë gjasa për të mbështetur zhvillimin e turizmit. Në qoftë se ata kanë qëndrime të larta ndaj shqetësimeve mjedisore, ata kanë gjasa për të mbështetur zhvillimin e turizmit. Përveç kësaj, në qoftë se palët e interesuara të turizmit kanë një lidhje të lartë me komunitetin dhe turistët e tyre, ata kanë gjasa për të mbështetur zhvillimin e turizmit.

KAPITULLI II

Rishikimi i literaturës mbi Turizmin e Qëndrueshëm

Zhvillimi i qëndrueshëm është proces që kërkon përfshirjen e një spektri të gjerë të njësive dhe organeve të ndryshme qeveritare, joqeveritare, kompanive të sektorit publik dhe privat, grupeve të ndryshme të komunitetit dhe ekspertëve të tjerë në mënyrë që ky zhvillim të ketë sukses si në fushën e turizmit ashtu edhe në tërë ekonominë. Ky zhvillim i qëndrueshëm përcaktohet duke i njohur dhe identifikuar aktorët dhe grupet e interesit që përfshihen në këtë proces dhe ata mund të jenë të tillë si: bizneset turistike duke përfshirë investitorët, zhvilluesit e planifikimeve turistike, operatorët, aksionerët, menaxherët e ndryshëm nga fushat e ndryshme, të punësuarit, ndërmarrjet publike dhe sektorin privat, komuniteti pritës etj. Të gjithë grupet e ndryshme të interesit kanë rëndësinë e vet në arritjen e qëllimeve dhe objektivave në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm. Historia e zhvillimeve turistike ka treguar se të gjitha grupet janë njësoj të rëndësishme dhe se objektivat afatgjata dhe qëndrueshmëria nuk mund të arrihet në qoftë se një grup është në mënyrë të vazhdueshme më i privilegjuar apo vartës i grupeve të tjera të interesit. Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit merr në konsideratë dhe kërkon plotësimin e nevojave për të gjithë pjesëmarrësit si të turistëve, bizneseve turistike, komunitetit pritës dhe ka prioritet nevojat për mbrojtjen e mjedisit. Planifikimi dhe bashkëpunimi si dhe partneriteti ndërmjet aktorëve të ndryshëm në procesin e zhvillimit të turizmit do ta bëjë të mundur arritjen e një cilësie më të mirë të jetës të komuniteteve pritëse, ndërsa turistët do të përfitojnë nga shërbimet e kënaqshme, kurse industria e turizmit bën një përparim drejtë mbrojtjes së mjedisit për përdorim të vazhdueshëm për gjeneratat e ardhshme (Zhenhua Liu, M, 2003).

Që zhvillimi i turizmit të jetë vërtetë i qëndrueshëm kërkohet një sërë veprimesh që përfshin në disa fusha të veprimit. Planifikimi dhe rregulloret të sjella nga qeveria mund të ndihmojnë që një destinacion të arrijë shkallën e kënaqshme të zhvillimit të qëndrueshëm. Këto veprime si për ilustrim mund të jenë vendosja e standardeve minimale të performancës me ndikime të caktuara mjedisore, planifikimin mjedisor për turizmin, i cili është i mbështetur nga ligjet dhe rregulloret që kanë të bëjnë me përdorimin e tokës dhe vlerësimin e ndikimit në mjedis e që mund të kontribuojnë për të marrë masa mbrojtëse për të parandaluar ose të paktën për të zbutur ose parashikuar problemet e mundshme që dalin. Roli i qeverive në arritjen e turizmit të qëndrueshëm është i rëndësishëm së veçantë sepse veprimet dhe aktivitetet e qeverive më shumë gjasa dëshirojnë për t'i rritur shanset e arritjes së turizmit të qëndrueshëm siç janë: kompensimi i humbjeve nga dështimet e tregut, ofrimi i ideve dhe ndihmës me risi dhe ndryshime, menaxhimi dhe zbatimi i planifikimeve në turizëm, krijimi dhe përmirësimi i infrastrukturës së qëndrueshme në shumë aspekte duke përfshirë transportin publik dhe menaxhimin e zonave të mbrojtura. Po ashtu mbështetja e qeverive duhet të jetë edhe e natyrës politike dhe financiare (Gössling , 2009).

Janë të shumtë bartësit e zhvillimit të turizmit apo grupet e interesit, të cilët mund të jenë: organizata të qytetarëve, institucionet multilaterale, shoqatat e sipërmarrësve të turizmit, donatorë dhe organizata të tjera që shprehin interes apo përkrahin zhvillimin e turizmit dhe ruajtjen e mjedisit dhe promovojnë zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm dhe sektorët e ndryshëm në këtë sektor. Sektori privat përfshin një varg grupe të interesit duke filluar nga ndërmarret e vogla turistike si guidat lokale turistike, mandej ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme e duke vazhduar me zinxhirin e hoteleve vendore dhe ndërkombëtare dhe korporatat e ndryshme duke përfshirë kompanitë e hoteleve dhe

operatorët turistikë .Edhe pse korporatat në shikim të parë gjithmonë tërheqin më shumë vëmendje, sektorët tjerë sikurse janë ndërmarrjet e vogla dhe të mesme jo zyrtarisht luajnë një rol të madh në aspektin e punësimit dhe ofrojnë mundësi reale për pjesëmarrje vendore në industrinë e turizmit (Higgins, 2010).

2.1 Koncepti i sistemit turistik

Në literaturën shkencore turistike botërore theksohet shumë shpesh se ç'është koncepti dhe sistemi turistik, duke marrë parasysh funksionin kompleks të tij në radhë të parë funksionin socioekonomik dhe hapësinor. Nëse trajtohet koncepti monodimensional i shqyrtimeve të problemeve konkrete hapësinore, atëherë shumë funksione të kompleksitetit turistik mbesin jashtë sistemit të shqyrtimit. Turizmi siç dihet, paraqet kërkesë bazike për njeriun bashkëkohor ku në thjerrjen e shqyrtimit merren kushtet e dinamikës së shpejtë jetësore të tij, nga të cilat krijohen forma më komplekse të jetës të përqendruara në punë, qarkullime, pushim dhe rekreacion. Sistemet paraqiten si cilësi jetësore të gjeneratave njerëzore, të cilat në konceptin e tyre ushtrojnë ndikim në ndryshimin e jetës shoqërore me anën e zgjidhjes së problemeve aktuale. Në suazën e shqyrtimit të zgjidhjeve të problemeve njerëzore duhet marrë parasysh një sërë komponentësh esencialisht të integruara brenda entitetit të sistemit. Në këtë koncept, problemi i zhvillimit turistik nuk është një dukuri e izoluar shoqërore, por përkundrazi është i lidhur me të gjitha aspektet e jetës së integruar të shoqërisë. Kornizën e sistemit turistik e përbëjnë, pra, faktorët integralë natyrorë e shoqërorë, të cilët tani paraqiten si një grup komponentësh me të cilat duhet të operohet në zgjidhjen e problemeve aktuale turistike.

Duhet theksuar që komponentët e sistemit turistik mund të paraqiten me anën e shumë faktorëve të atraktivitetit turistik (natyror dhe shoqëror), çështjet hapësinore që kanë të bëjnë me transport të njerëzve prej një vendi në një tjetër, përkatësisht deri në pikat destinative, ose më mirë të themi, me sistemin e transportit që lidh zonat emetuese turistike me ato receptive turistike. Si atraktivitet primar mund të konsiderohet: pejsazhi, konfiguracioni i tokës, kushtet hidroklimate, flora dhe fauna, mjetet e transportit, ajri, toka, dhe uji, objektet turistike të zonave atraktive, turistët, të cilët inkuadrohen nga shtresat e ndryshme socio-ekonomike, statusi i tyre social, etj. Të gjitha komponentet e përmendura mund të paraqesin bashkësinë e një sistemi turistik të përbërë nga tri komponente kryesore:

1. Prezanton popullsinë emetuese turistike të zonës.
2. Përfaqëson zonën destinative të qarkullimeve turistike, përkatësisht zonën rekreative-receptive.
3. Lidhjen me anën e transportit ndërmjet zonave emetuese dhe atyre receptive (Gashi,1986).

Në debatet e përditshme nocioni i kompleksitetit ka kuptime të shumta. Këto kuptime zakonisht janë të lidhura me madhësinë dhe numrin e komponentëve të një sistemi . Nga pikë vështrimi i parë nuk ka përkufizime universale të pranuar e as formale të teorive për kompleksitetin. Një përshkrim më tepër intuitiv i një sistemi kompleks mund të jepet si: "një sistem për të cilin është i vështirë, nëse jo i pamundur për ta zvogëluar numrin e parametrave që karakterizojnë, pa humbur efektet e saja thelbësore globale dhe funksionale" (Pavard & Dugdale, 2000).

Bazuar në teorinë e sistemit në vështrim global, organizata është një sistem ku secili prej komponentëve ka ndërveprim me njëri-tjetrin duke përfshirë edhe njerëzit dhe

proceset (Scott, 1961; Thompson, 1967; Katz & Kahn, 1978) qëllimi i ndërveprimit është për arritjen e një objektivi të caktuar (Kast & Rosenzweig, 1972).

Një afrim përmes këtij sistemi do të mundësojë palët e interesuara për të identifikuar të meta dhe efekte afatgjate nga çdo vendim i marrë. Sistemi ka kuptime të ndryshme në bazë të kontekstit dhe metodave. Sipas autorëve Bertalanffy (1968) dhe Chadwick (1978), sistemi mund të cilësohet si një element, i cili është i lidhur me njëri tjetrin.

Një qasje e sistemeve në kuadër të turizmit tregon për natyrën e tij gjithë përfshirëse. Kështu autorët Mill dhe Morrison (1998) theksojnë se "sistemi i turizmit është si një rrjet merimangë, nëse dëmtohet vetëm një pjesë atëherë pasojat më tutje ndjehen në tërë sistemin turistik." Turizmi nuk vepron në izolim dhe mund të ndikohet mbi të si pozitivisht ashtu dhe negativisht nga mjedisi i jashtëm. Po ashtu është më rëndësi të theksohen pohimet e autorëve Mill dhe Morrison se turizmi bashkëvepron me aktorë të shumtë ku qëllimet dhe interesat e të cilëve mund të mos jenë gjithmonë të pajtueshme. Autorët Mill dhe Morrison (1985), identifikojnë katër pjesë kryesore të sistemit të turizmit, ku çdo komponent është i lidhur ngushtë me njëri-tjetrin duke përfshirë tregun e (turistëve), të udhëtimit (transporti), destinacionin (atraktivitetet, objektet, dhe shërbimet) dhe marketingun (informacioni dhe promovimi), me çdo komponent të lidhur ngushtë me njëri-tjetrin.

Kurse Autori Leiper (1990), shpjegoi kompleksitetin e turizmit përmes prezantimit të modelit të sistemeve turistike. Autori thekson ekzistencën e pesë elementeve qëndrore dhe të ndërvarura, në lidhje me sistemin e turizmit botëror: rajonet gjeneruese të turizmit, industria turistike, destinacioni, rrugë tranzite dhe turistët.

Të dy palët e autorëve sikurse Mill dhe Morrison (1995) ashtu edhe Leiper (2003), kanë identifikuar zhvillimin e turizmit si një sistem i hapur, ku ky sistem operon në një

mjedis, i cili do të jetë mjaftë dinamik, ku do të sjellë shumë përfitime dhe ky sistem operon në një mjedis të hapur, i cili dallon me një sistem të mbyllur dhe është më dinamik dhe ka bashkëveprime me mjedisin e jashtëm.

Autori Inskeep (1991), kishte deklaruar se turizmi duhet të shihet si një sistem i vetëm që përbëhen nga pjesë të ndërlidhura. Ai theksoi se turizmi si sistem mund të përcaktohet, analizohet, planifikohet dhe menaxhohet në një mënyrë të integruar. Më tej autori Inskeep, gjithashtu argumentoi se turizmin duhet ta shohin si sektor socio-ekonomik si dhe dimension mjedisor duke shfrytëzuar objektet dhe shërbimet që janë pjesë e klasifikimeve. Në njëjtën kohë sistemi i turizmit mund të përshkruhet në termat ekonomike të kërkesës dhe ofertës.

Një numër i autorëve të tjerë adoptuan metoda alternative për analizën e turizmit si një sistem. Duke u nisur nga pjesët përbërse të turizmit siç janë (atraktiviteti, shërbimet, qendrat, transporti), ku të gjitha këto pjesë kanë një lidhshmëri reciproke, ai ndërtoi një pasqyrë të gjerë rreth turizmit (Pearce, 1989). Lidhjet e këtij sistemi përfaqësojnë një kuptim të lidhjes midis nevojave të turistëve, të cilët vizitojnë destinacionin dhe aftësinë e destinacionit për t'i përmbushur nevoja e turistëve. Flukset turistike dhe lidhjet ndërmjet komponentëve konceptualisht shpjegojnë harmonizimin e ofertës dhe kërkesës në treg. Një harmonizimin i tillë është i rëndësishëm i duhur dhe thelbësor për zhvillimin e turizmit të suksesshëm (Gunn, 1994).

Autorët Le Pelley dhe Laws (1998), theksuan se përcaktimi i sistemit turistik i përbërë nga komponentët (pritjet turistike, investimet, planifikimi, autoritet lokale) është një komponent i elementeve esenciale dhe të vazhdueshme dhe së fundi një komponent që ka ekzistuar nga efekti.

Sipas autorit Carlsen (1998), duke theksuar nevojën për të marrë në konsiderat aspektet sociale dhe mjedisore, të cilat janë pjesë e turizmit dhe ndërveprojnë me sektorin e turizmit. Ai argumenton fuqishëm për një qasje të sistemeve për të mundësuar një kuptim më të madh të turizmit, sepse turizmi bëhet gjithnjë e më kompleks.

Sipas autorit Murphy (1985), përdorimi i një sistemi të turizmit është fleksibël dhe ajo mund të përdoret nga perspektiva në çdo fazë të studimit si dhe të kuptuarit e qartë të çështjeve.

Ashtu edhe autori Reid (2003) argumenton shumë prej çështjeve të cilat ballafaqohet industria e turizmit, të cilat probleme në të kaluarën kanë dështuar të zgjidhen nga pamundësia për të njohur turizmin si një sistem natyral.

Autori Leiper (1989), ka deklaruar se sistemi i turizmit do të sigurojë një ndikim të rëndësishëm në destinacion turistik, kurse autori Inskeep (1991), përshkruan se një destinacion i turizmit duhet të jetë i planifikuar në hollësi nëpërmjet teknikës së sistemit turizmit.

Analiza e turizmit në të kaluarën ka marrë një qasje më të thjeshtë në shpjegimin e fenomeneve në turizëm ku pjesët përbërëse siç janë ato ekonomike (kërkesa dhe oferta) dhe pjesët gjeografike apo shoqërore të sistemit të turizmit kanë qenë në fokusin kryesor (Reid, 2003). Kjo çon në një kuptim të pjesshëm të turizmit. Një qasje e sistemeve siguron një kuptim më të plotë të turizmit i cili është i rëndësishëm në një epokë ku qëndrueshmëria është e lidhur me forma të reja të zhvillimit të turizmit (Carlsen, 1998).

Përveç kësaj nga studimet e mëparshme tregohet se sistemet e turizmit përbëhen nga tre elemente që janë thelbësore dhe të ndërlidhura me njëri-tjetrin: elementë të aktivitetit (Jenkins, 1980), elementi i hapësirës (Urry, 2002; Clarke, 2005) dhe element i produktit (Clarke, 2005).

Turizmi në një sistem kompleks shihet si një pjesë e një numri të sistemeve të ndërlidhura dhe nën-sistemeve, të jashtëm në sistemin e turizmit, i cili i ekspozohet një numri të madh të sjelljeve. Sistemi turistik i propozuar nga autorët Mill dhe Morrison (1985) dhe Leiper (1990), për shembull, edhe pse duke qenë sistem i hapur, përqëndrohen në komponentët e turizmit, ndërkohë si një qasje në sistemet komplekse të turizmit mundëson një kuptim më të plotë të marrëdhënieve dhe sjelljeve të jashtme në sistemin e turizmit që kanë një ndikim në zhvillimin e turizmit (Reid, 2003). Ky model i Mill dhe Morrison për shembull e lidh produktin e turizmit, nxitjen e udhëtimit, blerjen e udhëtimit dhe formën e udhëtimit. Fokusi i modelit është në komponentët e turizmit e jo në komponentët e ndërlidhura e të gjithë sistemit në të cilin vepron turizmi.

Autori McKercher (1999) pretendon se shumë modele të sistemit të turizmit kanë shfaqur një supozim themelor se turizmi është një aktivitet linear dhe determinist, i cili operon në një mjedis të parashikueshëm ku mund të kontrollohet dhe menaxhohet përmes planifikimit. Në të kundërtën kur një qasje e sistemeve është komplekse atëherë supozon se turizmi operon në një mjedis dinamik dhe shpeshë të paparashikueshëm.

Në kuadër të sistemeve komplekse lejohej të kuptuarit e vlerave dhe perceptimeve që kanë ndikim dhe në formësimin e turizmit duke u përqëndruar në sjelljet themelore dhe ndërlidhjet e sistemeve të ndryshme. Autorët (Walker, Greiner, Mc Donald & Lyne 1999) besojnë se duke e parë turizmin si një sistem kompleks dhe të kuptuarit e forcave që formësojnë atë, do të mundësohet zhvillimi i mirëfilltë i turizmit të qëndrueshëm.

Një analizë dhe rishikim i sistemeve komplekse gjithashtu do të lejojë kuptimin më të madh të çështjeve mjedisore që janë të lidhur me përdorim të turizmit dhe të burimeve

natyrore duke ndërlidhur lidhjen midis sistemeve njerëzore dhe natyrore përmes metodave (Farrell, & Twining ,2004).

Prandaj, në bazë të debateve të autorëve dhe studimeve të tyre të mësipërme është e qartë se çdo destinacion turistik do të ndikohet nga sistemi i turizmit, të cilën çdo element në sistemin e turizmit është i ndërlidhur me njëri-tjetrin.

2.2 Kuptimi i Zhvillimit të Turizmit të Qëndrueshëm dhe historia e zhvillimit të tij

Që nga viti 1980, përdorimi i termit “zhvillim i qëndrueshëm” është përhapur brenda qarqeve të planifikimit dhe ka patur debate rreth këtij koncepti. Nga kjo kohë nocioni i "turizmit të qëndrueshëm" është rritur dhe gjerësisht është njohur gjatë viteve 1990, “zhvillimi i qëndrueshëm” u bë një temë e përbashkët për kërkime në turizëm (Pigram, 1995).

Kjo është në kontrast me dekadat e kaluara, kur impaktet negative të turizmit veçanërisht në mjedis, janë njohur shumë më pak. Në fakt, hulumtimet që janë bërë në turizëm duket që janë veçanërisht shqetësuese me qëndrueshmërinë, si shoqëria moderne përpiqet të pajtojë efektet e dëmshme të "progresit". Si një nga sektorët më të mëdha ekonomike botërore, përpjekjet për të bërë turizmin më të qëndrueshëm kanë implikime të rëndësishme për zhvillim të qëndrueshëm global dhe ka arsye të qarta se turizmi duhet të jetë i fokusuar në këtë skenë. Duke qenë burim natyror i varur, sidomos në aspektin e mjedisit lokal, turizmi ka një të trashëguar të pandarë, vetë-motivimin për ruajtjen e cilësisë së rrethinës, si dhe mirëqenien e pjesëmarrësve (McKercher ,1993).

Natyra paradoksale e turizmit, dëshira për njerëzit të përjetojnë vende të reja të cilat ndryshojnë natyrën origjinale të vendit si ajo të bëhet më e zhvilluar (Buder, 1980) ka

dhënë të njëjtën kohë mundësitë e dobishme për njerëzit të përjetojnë varietetet e jetës, ndërkohë që çon në efekte dramatike dhe shpesh të dëmshme për peisazhet dhe kulturat përreth globit.

Nga shumë autorë të fushës së turizmit janë dhënë përkufizime të ndryshme përsa i përket konceptit të zhvillimit të qëndrueshëm. Autorit Hall thekson se zhvillimi i qëndrueshëm edhe pse nuk ka pasur në shënjestër në mënyrë specifike zhvillimin e turizmit, pa dyshim ka pasur një ndikim të konsiderueshëm në sektorin e turizmit. Zhvillimi i qëndrueshëm ka për qëllim të sigurojë dhe ofrojë një jetesë të qëndrueshme dhe të sigurtë, e cila minimizon shfrytëzimin dhe shterimin e burimeve natyrore, degradimin e mjedisit, përçarjet kulturore dhe jostabilitetin social (Hall, 1998).

Ndërsa sipas autorit (Murphy, 1994) nocioni i zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në anën tjetër ka lindur si një zgjidhje e mundshme kundër degradimit mjedisor dhe social të burimeve natyrore nga ana e zhvillimit të industrisë, për shkak se turizmi është një industri e cila është e varur nga bukuritë dhe burimet e natyrës dhe trashëgimia kulturore e shoqërisë.

Në lidhje me zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm, literatura akademike ka tendencë të përqëndrohet në zonat natyrore dhe të mbrojtura ku ndikimet e turizmit janë në mjedis dhe komunitet. Duket se pak vëmendje është dhënë për turizmin lokal e cila mbështetet në burimet natyrore dhe çështjet që lidhen me qëndrueshmërinë (Dodds & Joppe, 2001). Edhe pse ka debate në këndvështrimet dhe përkufizimet e turizmit të qëndrueshëm është e njohur se arritja e qëndrueshmërisë në kontekstin e turizmit kërkon një orientim strategjik drejt planifikimit të turizmit dhe ngritjes së pjesëmarrjes së shumëfishtë të palëve të interesuara në procesin e planifikimit të turizmit (Simpson, 2001).

Rëndësia e industrisë së turizmit në ekonominë botërore për shkak të potencialit dhe përmasës që posedon është konsideruar të jetë thelbësore (Hunter, 1997). Rëndësia dhe roli i industrisë së turizmit në ekonominë nacionale të vendeve dhe në ekonominë botërore duke marr parasysh potencialin, shtrirjen dhe përmasën që posedon është e patjetërsueshme për zhvillimin ekonomik të secilit shtet ku konsiderohet se është thelbësore në ngritjen ekonomike dhe në ngritjen e të ardhurave për secilën ekonomi. Roli dhe rëndësia e turizmit në ekonominë botërore si dhe rëndësia e shfrytëzimit të drejtë dhe të qëndrueshëm të burimeve natyrore është theksuar qartë nga Organizata Botërore e Turizmit (OBT), e cila ka prezantuar planin e gjerë të veprimit në lidhje me zhvillim e turizmit të qëndrueshëm përmes deklaratës me emër Agjenda 21, për Industrinë e Udhëtimeve apo për Turizëm të prezentuar në Konferencën e Rios në vitin 1992. Në vitin 1999 OBT, më tej ka zhvilluar në aspektin global edhe shumë elemente që përcaktojnë zhvillimin e drejtë të turizmit të qëndrueshëm e që kanë të bëjnë me kodin e etikës për zhvillimin e përgjegjshëm dhe të qëndrueshëm të turizmit ndërkombëtar që përfshinte nëntë nene duke përcaktuar rregullat themelore për të gjithë pjesëmarrësit e zhvillimit të turizmit siç janë: qeveritë lokale apo qendrore, operatorët turistikë, agjensitë e udhëtimit, subjektet turistike, si dhe komunitetet dhe po ashtu edhe vetë turistët. Në këtë kontekst është vërejtur se turizmi mundet në mënyrë efektive të kontribuojë në zhvillimin e qëndrueshëm. Autori David në librin e tij “Ecotourism” thekson me të drejtë se;

"... Turizmi i qëndrueshëm vepron brenda kapaciteteve të tij natyrore dhe kontribuon në rigjenerimin e resurseve për të ardhmen, ripërtërit produktivitetin e burimeve natyrore; merr parasysh kontributin e njerëzve dhe të komunitetit që japin për zhvillimin e turizmit, traditat dhe stilet e jetës, pranon faktin se këta njerëz duhet të kenë

një pjesë të barabartë në jetën ekonomike në përfitimet që sjellë turizmi, dhe të udhëhiqet nga dëshirat e popullatës lokale dhe komunitetet në zonat pritëse”(David, 2014).

Debatet e shumta dhe të gjëra mbi zhvillimin e qëndrueshmërisë dhe zhvillimin e turizmit kan ndikuar dhe influencuar zbatimin e metodave të reja dhe strategjive të zhvillimit të qëndrueshëm në sektorin e turizmit. Këto metoda dhe procese u zhvilluan edhe më tej së bashku me rritjen e brengave dhe pakënaqësisë me ndikimet negative mjedisore dhe sociale që shkaktojnë aktivitetet e zhvillimit të turizmit. Këto aktivitete dhe procese zhvillimore që si synim kishin përforcimin e kuptimit të “turizmit të qëndrueshëm” janë përcjellë me mospajtime dhe konflikte të ndryshme dhe fërkime që kanë lindur si pasojë e aktiviteteve dhe proceseve turistike të aktorëve në lëmin e turizmit siç janë: subjektet turistike, bartësit e politikave turistike apo organet qeveritare qoftë lokale apo qendrore, turistët, mjedisi dhe komunitetet pritëse etj. Në një analizë të bërë që në qendër ka pikëpamjen e aktiviteteve turistike, turizmi i qëndrueshëm mbështet menaxhimin e të gjitha burimeve dhe resurseve në të cilat turizmi varet dhe në këtë mënyrë nevojat ekonomike, sociale të komunitetit dhe grupeve të tjera të interesit mund të plotësohen duke ruajtur integritetin kulturor, sistemet e mbështetjes së jetës, mënyren dhe stilin e jetës dhe proceset e tjera me rëndësi siç janë ato ekologjike, biologjike dhe biodiversiteti. (Hunter, 1995).

Historia e zhvillimit të Turizmit të Qëndrueshëm dhe konceptit të tij sipas autorit (Tosun,1998) fillon që në vitin 1968 duke vazhduar në Konferencën e Parisit për Biosferën dhe në Konferencën Ndërkombëtare, Aspektet Ekologjike të Zhvillimit në Uashington dhe në Konferencën e Kombeve të Bashkuara për Mjedisin Njerëzor në vitin 1972. Megjithatë (Tosun,1998) thekson se viti 1987 ishte viti kur Komisioni

Botëror për Mjedisin dhe Zhvillimin (WCED) e bëri të njohur konceptin e qëndrueshmërisë dhe zhvillimit të qëndrueshëm.

Gjatë viteve 1980, vetëdija mjedisore rritet gjithnjë e më shumë dhe shqetësimet mjedisore nga e gjithë bota bënë të mundshme dhe ndikuan në botimin e një numër botimesh ndërkombëtare të rëndësishme. I pari prej tyre ishte Strategjia Botërore për Ruajtjen (WCS), botuar në vitin 1980 nga Bashkimi Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës dhe Burimeve Natyrore (IUCN) 1980). Hall pohon se ky dokument ka paraqitur një ndër konceptet e para të qëndrueshmërisë për publikun. Strategjia WCS është bërë për ruajtjen e burimeve jetësore të tokës. Rëndësia e WCS, sipas Hall (1995) dhe Organizatës Botërore të Turizmit (UNWTO,1996), përfshin më shumë se 450 agjenci qeveritare nga mbi 100 vende që kontribuan në përgatitjen e këtij publikimi, duke siguruar kështu një perspektivë globale .

2.3 Përkufizimi dhe përcaktimi i kuptimit të Turizmit të Qëndrueshëm

Praktikat e turizmit të qëndrueshëm dhe praktikat e menaxhimit të aktiviteteve turistike janë të zbatueshme për të gjitha format e turizmit në të gjitha llojet e destinacioneve duke përfshirë turizmin masiv dhe të gjitha segmentet e ndryshme të turizmit në përgjithësi.

Parimet e qëndrueshmërisë i referohen aspekteve mjedisore, ekonomike, dhe social-kulturore të zhvillimit të turizmit. Në mes të këtyre komponentëve duhet të ekzistojë një ekuilibër i përshtatshëm për të garantuar një qëndrueshmëri afatgjatë të zhvillimit të turizmit. Në anën tjetër si koncept, zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm duhet të shërbejë si bazë (WTO,1996):

1. Për përdorimin optimal të burimeve mjedisore që përbëjnë një element kyç në zhvillimin e turizmit duke ruajtur proceset themelore ekologjike dhe duke ndihmuar për të ruajtur trashëgiminë natyrore dhe biodiversitetin .
2. Të respektoj origjinalitetin socio - kulturor të komuniteteve ku turizmi është zhvilluar ose synon të zhvillohet, të ruajë trashëgiminë e tyre kulturore dhe vlerat tradicionale dhe të kontribuojë në afrimin dhe kuptimin ndërkulturor dhe në tolerancë.
3. Të sigurojë zhvillimin e qëndrueshëm dhe afatgjatë ekonomik duke siguruar përfitime socio - ekonomike për të gjithë aktorët dhe pjesëmarrësit në mënyrë të drejtë duke përfshirë punësimin e qëndrueshëm dhe mundësi të fitimit të të ardhurave si dhe të garantojë shërbime sociale për tërë komunitetet dhe të kontribuojë në zbutjen e varfërisë.

Organizata Botërore e Turizmit e përkufizon turizmin e qëndrueshëm si *"turizëm i cili të shpie drejt menaxhimit të të gjitha burimeve në mënyrë të tillë që nevojat ekzistuese siç janë ekonomike, sociale dhe estetike mund të plotësohen duke ruajtur integritetin kulturor, proceset ekologjike, diversitetin biologjik dhe sistemet e mbështetjes së jetës"*.

Gjatë dhjetë viteve të fundit janë zhvilluar shumë parime që përpiqen për të operacionalizuar idenë e qëndrueshmërisë. Këto parime të identifikuara, turizmin e qëndrueshëm e paraqesin si katër shtylla të cilat janë qëndrueshmëria ekonomike, ekologjike, kulturore dhe e komunitetit. Janë zhvilluar udhëzime të ndryshme për secilin nga këto shtylla:

1. **Qëndrueshmëria ekonomike** - është e dobishëm në të dy aspektet atë të menjëhershëm dhe afatgjatë:
 - Partneriteti është i domosdoshëm për të gjithë zinxhirin e furnizimit nga

bizneset e vogla dhe të mesme lokale gjer tek organizatat shumëkombëshe

- Përdorimi i udhëzimeve të zhvillimit të miratuara ndërkombëtarisht dhe për trajnim dhe vërtetim.
- Nxitja në mesin e klientëve të një sjellje etike dhe të ndërgjegjshme për mjedisin.
- Diversifikimi i produkteve duke zhvilluar një gamë të gjerë aktiviteteve turistike.
- Kontributi nga të ardhurat e krijuara për të ndihmuar në trajnimin në etikë të marketingut dhe në zhvillimin e produktit.
- Sigurimi i stimulimeve financiare për bizneset që të miratojnë parimet e qëndrueshmërisë.

2. **Qëndrueshmëria ekologjike** - zhvillimi që është në përputhje me ruajtjen e proceseve esenciale ekologjike, diversitetin biologjik dhe burimet biologjike.

- Duhet të krijohen kodet e praktikës për turizëm në të gjitha nivelet.
- Udhëzime për operacionet e turizmit, vlerësimin e ndikimit dhe monitorimin duke krijuar ndikimet kumulative.
- Formulimin e politikave kombëtare, rajonale dhe lokale të turizmit dhe zhvillimit të strategjive që janë në përputhje me objektivat e përgjithshme të zhvillimit të qëndrueshëm.
- Studimi i vlerësimit të ndikimit në mjedis në mënyrë institucionale.
- Të sigurohet që hartimi, planifikimi, zhvillimi dhe funksionimi i objekteve turistike të inkorporojë parimet e qëndrueshmërisë.
- Sigurimi që turizmi në zonat e mbrojtura të tilla si parqet kombëtare është i përfshirë dhe është subjekt i shëndoshë në planet e menaxhimit të turizmit.

- Monitorimi dhe hulumtimi mbi ndikimet aktuale të turizmit.
- Identifikimi i sjelljeve të pranueshme në mesin e turistëve.
- Nxjitja e një sjellje të përgjegjshme të aktiviteteve turistike.

3. **Qëndrueshmëria kulturore** – ngritja e kontrollit të njerëzve mbi jetën e tyre dhe që është në përputhje me kulturën dhe vlerat e atyre që preken nga aktivitetet turistike dhe forcon identitetin e komunitetit.

- Turizmi duhet të fillojë me ndihmën dhe kontributin e gjerë të bazuar në komunitet.
- Duhet përkrahur arsimimin dhe programet e trajnimit për të përmirësuar dhe për të menaxhuar trashëgiminë kulturore dhe burimet natyrore të vendit.
- Diversiteti kulturor.
- Të drejtat e tokës dhe respektimi i pronës të banorëve tradicionalë.
- Garantimi i mbrojtjes së natyrës dhe i kulturës lokale tradicionale.
- Puna aktive me udhëheqësit vendas dhe grupet e komuniteteve për të siguruar se kulturat dhe komunitetet vendase janë përshtatur me saktësi dhe me respekt.
- Inkurajimi i ruajtjes së aftësive tradicionale të komunitetit.
- Edukimi për turistët në lidhje me sjelljen e dëshirueshme dhe të pranueshme të tyre.
- Edukimi i industrisë së turizmit në lidhje me sjellje të dëshirueshme dhe të pranueshme.

4. **Qëndrueshmëria lokale** - është projektuar për të përfutur pikërisht komunitetet lokale dhe të gjenerojë të ardhura për këto komunitete.

- Komuniteti duhet të mbajë kontrollin mbi zhvillimin e turizmit.

- Turizmi duhet të sigurojë punësim cilësor për banorët e komunitetit.
- Inkurajimi i bizneseve për të minimizuar efektet negative mbi komunitetet lokale dhe të kontribuojë pozitivisht për ta.
- Të sigurojë një shpërndarje të drejtë të përfitimeve financiare për të gjithë.
- Sigurimi i stimulimeve financiare për bizneset lokale për të hyrë në turizëm.
- Përmirësimi i kapaciteteve lokale të burimeve njerëzore .

2.4 Përcaktimi i nocionit të Turizmit të Qëndrueshëm

Termi “Turizmi i qëndrueshëm” është krijuar gjatë procesit të zhvillimit të turizmit nëpër etapa historike dhe nga nevojat dhe kërkesat e të gjithë pjesëmarrësve apo bartësve të ofertës turistike si dhe të vetë turistëve në mënyrë që turizmi të bëhet i qëndrueshëm. Edhe pse termi ndërlidhet me aktivitetet dhe ngjarjet që pasuan pas konferencës së Rio-së për zhvillimin e qëndrueshëm që nxori një kornizë për zhvillim të qëndrueshëm edhe në kuadër të debateve dhe literaturës së kësaj tematike, shumë autorë janë të mendimit që debati në lidhje me qëndrueshmërinë dhe nevojën që ka turizmi të jetë i qëndrueshëm është ngjallur që në fillim të viteve 50-ta dhe është zhvilluar dhe plotësuar në faza të ndryshme deri në vitet 90-të të shekullit të kaluar, periudhë në të cilën shfaqja e turizmit masiv ka vënë në dukje domosdoshmërinë që qëndrueshmëria të bëhet paradigmë për zhvillimin e aktiviteteve turistike dhe të turizmit në përgjithësi (Weaver & Lawton ,1999).

Mungesa e një përkufizimi të pranuar gjerësisht ka shkaktuar një konfuzion mbi çfarë do të thotë Turizëm i qëndrueshëm (Berry & Ladkin, 1997; Swarbrooke, 1998) dhe

këndvështrimet e ndryshme mbi konceptin kanë ndikuar shumë për të vënë në dyshim vlefshmërinë e arritjes tek qëndrueshmëria.

Në vitin 1991 autori Lane (1991), në mënyrë shumë specifike në lidhje me turizmin e qëndrueshëm referon se turizmi i qëndrueshëm është aktivitet që ofron punë të kënaqshme për ekonominë lokale pa ndërhyrje dhe dëmtime në mjedisin natyror. Edhe pse përkufizimi njih çështjet ekologjike dhe sociale mbeten shumë shqetësime se termi mund të jetë i përcaktuar më ngushtë për t'iu referuar qëndrueshmërisë ekonomike të turizmit me kalimin e kohës (Butler , 1993; Jafari , 2000).

Autori Butler (1993), referon se turizmi në një formë mund të mbështet qëndrueshmërinë e saj në një zonë për një periudhë të gjatë kohore. Gjithashtu, autorët Middleton dhe Hawkins (1998) kanë thënë se turizëm i qëndrueshëm do të thotë arritja e një kombinimi të veçantë të numrit dhe llojeve të vizitorëve, efektin e aktiviteteve turistike në një destinacion të caktuar së bashku me veprimet e operatorëve ku mund të vazhdojë në të ardhmen e parashikueshme, pa u dëmtuar cilësia e mjedisit në të cilat bazohen aktivitetet.

Autori Jafari në anën tjetër mendon se turizmi si çdo aktivitet tjetër ekonomik, konkurren për burimet e pakta natyrore mbi të cilat mund të ketë ndikime dhe dëmtime dhe për këtë arsye një perspektivë më e gjerë në qëndrueshmërinë e vazhdueshme është e nevojshme (Jafari , 2000).

Për më tepër autori Swarbrooke (1999), thotë se turizmi i qëndrueshëm është turizëm që është ekonomikisht i qëndrueshëm, por nuk shkatërron burimet mbi të cilat e ardhmja e turizmit do të varet, sidomos mjedisin fizik dhe strukturën shoqërore të komunitetit pritës. Gjithashtu, autori Inskeep (1991), argumenton se turizmi i qëndrueshëm plotëson nevojat e turizmit nëpër rajone duke mbrojtur dhe rritur mundësinë për të ardhmen.

Prandaj, turizmi i qëndrueshëm është konsideruar si aplikimi i idesë për zhvillim të qëndrueshëm (Jackson & Morpeth, 2000; Weaver, 2006).

Gjatë zhvillimit të turizmit dhe të konceptit të qëndrueshmërisë, i cili lindi si nevojë e kohës dhe domosdoshmërisë gjatë evoluimit të ideve kanë lindur shumë përkufizime alternative të termit turizmi i qëndrueshëm, të cilat i hasim në literaturën e gjerë shkencore dhe në debatet e ndryshme dhe të shumta akademike. Një përcaktim modern që vlen të përmendet dhe që shërben si shembull për përcaktimet moderne është ky si vijon: “ *Turizmin i qëndrueshëm është turizëm i çdo lloji që ka dizajn praktik është proaktiv, inxhinierik dhe si proces i menaxhimi, i cili redukton ndikimet negative mjedisore*”. Buckley (2002).

Megjithatë, turizmi është një burim i vetëm dhe industria nuk mund të izolohet nga aktivitetet e tjera të burimeve. Prandaj, turizmi ka për të ndarë të njëjtat burime me përdorues të tjerë dhe turizmi duhet të jetë i përfshirë që zhvillimi i qëndrueshëm të jetë i suksesshëm. (Gunn, 1994; Murphy, 1998).

Turizmi sot paraqet komponentët kryesore të debateve qeveritare për çështjet mjedisore, ekonomike dhe sociale. Turizmi luan dhe ka luajtur një rol primar në ruajtjen dhe përmirësimin e trashëgimisë natyrore dhe kulturore të vendeve dhe rajoneve të ndryshme (Hunter, 1995).

Përkufizimet apo përcaktimet për turizëm të qëndrueshëm janë të shumta. Një përkufizim i turizmit të qëndrueshëm është si vijon: Turizmi i qëndrueshëm është një industri që angazhohet që veprimtarinë turistike ta bëjë me një ndikim sa më të ulët në mjedis dhe kulturën lokale, ndërsa gjenerimin e të ardhurave dhe punësimin ta drejtojë për njerëzit dhe komunitetin lokal apo vendas. Turizmi parimisht mbështetet në cilësi të lartë të shërbimeve dhe stimulon mbrojtjen e mjedisit në pikëpamje natyrore,

infrastrukturore dhe kulturore për të qenë në ballë të debatit në lidhje me kuptimin dhe implikimet e turizmit të qëndrueshëm.

Disa autorë të tjerë vënë në dukje se turizmi i qëndrueshëm është vetëm një pjesë përbërëse e konceptit të zhvillimit të qëndrueshëm dhe në konsideratë marrin dallimin në mes turizmit si term gjeneral dhe termit turizmi i qëndrueshëm që është më i specifikuar ku në mes të këtyre dy termave qëndron vetëm zhvillimi i qëndrueshëm si proces, thjesht do të thotë, turizmi që ndryshon gjatë kalimit të kohës. Një përcaktim që i përgjigjet këtij qëndrimi për turizmin e qëndrueshëm është ky:

“Turizmi i qëndrueshëm është ai turizëm i cili zhvillohet në mënyrë që resurset natyrore dhe ambienti që na rrethon, shkalla e zhvillimit të tij, lokacioni dhe mënyra e zhvillimit të tij është e përshtatshme dhe e qëndrueshme gjatë kohës dhe kur tiparet e mjedisit për të mbështetur aktivitetet dhe proceset e tjera turistike mbesin të njëjta pasi aktivitetet turistike nuk mund të izoloohen nga aktivitetet e tjera gjatë shfrytëzimit të burimeve natyrore”(Wight ,2002).

Në Konferencën e Kombeve të Bashkuara për Mjedisin dhe Zhvillimin, i njohur gjerësisht si Samiti i Tokës i mbajtur në Rio de Janeiro në vitin 1992, qasja rreth zhvillimit të qëndrueshëm është elaboruar dhe më tej edhe është shprehur në planin, Axhenda 21 (UNCED, 1992).

Organizata Botërore e Turizmit (2004) pastaj ka përpunuar konceptin e zhvillimit të qëndrueshëm në industrinë e turizmit duke e përcaktuar atë si: Turizmi i qëndrueshëm përfshin plotësimin e nevojave të vizitorëve dhe komunitetit lokal duke mbrojtur dhe nxitur tërheqjen e turizmit për të ardhmen njëkohësisht si pjesë e një pasurie kombëtare ekonomike.

Turizmi i qëndrueshëm sipas një raporti të vitit 1987, “E ardhmja jonë e përbashkët”, përcaktohet si zhvillimi i qëndrueshëm që plotëson nevojat e së tashmes pa kompromentuar mundësinë dhe aftësinë e brezave të ardhshëm për të plotësuar nevojat e tyre (WCED, 1987). Në thelb zhvillimi i qëndrueshëm do të thotë përdorimi efikas dhe ruajtja e burimeve natyre në mënyrë që të ruajë qëndrueshmërinë e tyre afatgjatë” (Eber, 1992).

2.5 Parimet e Qëndrueshmërisë në Turizëm

Në debatet e shumta si dhe në literaturën shkencore dhe hulumtuese të turizmit gjatë dekadave të fundit parimet e qëndrueshmërisë dhe të zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit janë shprehur dhe janë interpretuar në mënyra të ndryshme, por në anën tjetër të gjitha këto interpretime kanë pasur elemente të ngjashme duke lënë mënjanë debatet apo konfliktet e shumta që janë paraqitur në diskutimet dhe argumentimet mbi terminologjinë dhe përcaktimin e qëndrueshmërisë . Koncepti i turizmit të qëndrueshëm është i gjerë dhe i referohet turizmit afatgjatë, të integruar, pjesëmarrës, mjedisorë, sociale, kulturore dhe ekonomik. Nga një pikë vështrimi për turizmin e qëndrueshëm autori Goeldner (2000), identifikojë qëllimet kryesore të një politike të turizmit duke siguruar përvoja të kualitetit të lartë nga vizitorët që mund të maksimizojnë përfitimet për palët e interesuara të destinacionit pa kompromentuar integritetin mjedisor, social, dhe kulturor të destinacionit. Prandaj, mund të thuhet se arritja e këtij qëllimi do të varet nga shkalla në të cilën destinacionet turistike arrijnë të integrojnë këto perspektiva të mëdha me vendimmarrësit e ndryshëm (Timur & Getz, 2002).

Zhvillimi i qëndrueshëm është "zhvillimi që plotëson nevojat e së tashmes pa kompromentuar aftësinë e brezave të ardhshme "(WCED, 1987). Zhvillimi i qëndrueshëm është i lidhur shpesh me përdorim të qëndrueshëm duke iu referuar idesë së zhvillimit ekonomik të kujdesshëm pa degraduar burimet natyrore të pranishme dhe për brezat e ardhshme. Turizmi është paraqitur shpesh si një ideal jo ndotës dhe ekologjikisht miqësor. Turizmi mbështetet zhvillimin dhe shfrytëzimin e burimeve natyrore, historike, kulturore dhe njerëzore në mjedisin lokal si atraksionet turistike në destinacione.

Ajo është e varur në këto burime dhe në një mjedis të pastër dhe të sigurtë. "Fokusi është i vendosur në ato forma të turizmit që janë veçanërisht të ndjeshme për promovimin dhe mbajtjen e integritetit të natyrës dhe mjediseve socio-kulturore" (Swinerton & Hinch, 1994).

Debatet për parimet e qëndrueshmërisë nga studiuesit e shumtë rreth konceptit të qëndrueshmërisë ofrojnë bazë të qartë dhe udhëzime të qarta për industrinë e turizmit që të arrihet shkallë e lartë e qëndrueshmërisë dhe e zhvillimit të turizmit në mënyrë të drejtë.

Nga agjencitë qeveritare dhe jo qeveritare dhe nga studiues dhe ekspertë të shumtë të fushës së turizmit elementet bazë të qëndrueshmërisë janë paraqitur në mënyrë të pandërprerë duke reflektuar një konsensus të përgjithshëm (Goodall & Stabler, 1997). Parimet e nevojshme për qëndrueshmëri mund të shërbejnë për të zbutur konfliktet në interpretimin ndërmjet "zhvillimit" dhe "qëndrueshmërisë" (Tosun, 1998).

Në një përpjekje për t'i vënë në dukje parimet e qëndrueshmërisë pas Samitit të Rio-së autori Jacobs (1991) ka propozuar tri pika të rëndësishme në lidhje me termin "qëndrueshmëri " dhe se si mund të zbatohen ato. Pika e parë thotë se institucionet

duhet të marrin në konsideratë çështjet mjedisore në përputhje me politikat dhe praktikën e përditshme. Së dyti, shërimi dhe shfrytëzimi pa masë i burimeve natyrore është i pajustificueshëm dhe duhet të ketë barazi midis brezave në lidhje me kapitalin natyror të planetit. Së treti, zhvillimi i qëndrueshëm nuk duhet të shihet si sinonim me rritjen ekonomike. Marrja në konsideratë e mirëqenies së komunitetit, vlerave kulturore dhe vlera e perceptuar e mjedisit pas çdo studimi të plotë të zhvillimit duhet të konsiderohet si thelbësore Jacobs (1991). Këto tri konsiderata janë qartë në përputhje me idenë e rritjes ekonomike dhe ruajtjen e mjedisit për brezat e ardhshëm WCED (World Commission on Environment and Development)(Komisioni Botëror mbi Mjedisin dhe Zhvillimin) .

Autorët Bramwell dhe Lane (1993) i përshkruajnë katër parimet kryesore të cilat konsiderohen si parësore për qëndrueshmërinë dhe radhiten në këtë mënyrë :

1. Planifikimi dhe strategjia e bërë,
2. Ruajtja e proceseve esenciale ekologjike,
3. Mbrotjtja e trashëgimisë kulturore dhe të biodiversitetit,
4. Zhvillimi në mënyrë të tillë që produktiviteti mund të jetë i qëndrueshëm në aspektin afatgjatë për brezat e ardhshëm.

Nga debatet e shumë autorëve në lidhje me parimet e qëndrueshmërisë ekziston një pajtim në kuadër të literaturës shkencore që ka të bëjë me turizmin. Parimet e qëndrueshmërisë siç kemi hasur dhe siç është diskutuar në literaturë pasqyrojnë një sërë çështjesh që shpesh mungojnë kur kemi interpretimin e terminologjisë.

Nëse dëshirojmë që parimet e zhvillimit të qëndrueshëm të jenë të suksesshme në fushën e turizmit dhe të kenë një rol të rëndësishëm në mbrojtjen e mjedisit dhe zhvillimin ekonomik e social, atëherë është e nevojshme sipas autorit Cronin (1990) që:

- Të respektohet kultura dhe mjedisi i zonës pritëse, ekonomia dhe mënyra tradicionale e jetesës, sjelljet autoktone, udhëheqja lokale dhe modelet politike ;
- Përfshija e popullatës lokale në planifikimin turistik dhe ky planifikim të zhvillohet vetëm me miratimin e tyre dhe të sigurohet një shkallë e kontrollit lokal ;
- Secili aktivitet të ndërmerret në kuptimin e barazisë me qasje të një shpërndarje të drejtë të përfitimeve dhe kostove mes promovuesve të turizmit dhe banorëve lokalë.

Në nivel global pas Samitit të Tokës Rios, Organizata Botërore e Turizmit (UNWTO) miratoi programin Axhenda 21 dhe përkthyer Agjendën 21 të veprimeve specifike për industrinë e turizmit (Organizata Botërore e Turizmit, 1996). UNWTO argumentoi se industria e turizmit si një forcë e madhe globale ekonomike kishte një përgjegjësi morale për të punuar drejt një industrie të qëndrueshme(Organizata Botërore e Turizmit, 1996). UNWTO krijoj një kornizë për zhvillimin e qëndrueshëm dhe ka përfshirë parimet udhëzuese për të ndihmuar qeveritë dhe organizatat e ndryshme të turizmit për të arritur zhvillim të qëndrueshëm në nivel lokal dhe kombëtar .

Parimet udhëzuese janë të theksuar më lartë në këtë punim. Këto parime udhëzuese duket që janë trajtuar pjesërisht ku shfaq shqetësimet e veta autori Godfrey (1996) megjithatë është e diskutueshme nëse parimet adresojnë siç duhet problemin e barazisë ndërmjet gjeneratave dhe brenda gjeneratave siç dëshmohet në debatin mbi rolin e turizmit në uljen e varfërisë (D.Brown, 1998). Në vitin 2004 UNWTO deklaroi se parimet e qëndrueshmërisë përfshijnë aspektet mjedisore, ekonomike dhe socio -

kulturore të zhvillimit të turizmit që duhet të jenë të balancuara në mënyrë që të arrihet qëndrueshmëria afatgjatë (Organizata Botërore e Turizmit , 2004).

Parimet e turizmit të qëndrueshëm mund të zgjerohen edhe me tutje duke përfshirë edhe disa komponentë tjera siç janë: komponentët natyrorë, historike, kulturore etj, burime të cilat mund të ruhen për përdorim të vazhdueshëm në të ardhmen, ndërsa akoma sjellin përfitime për shoqërinë. Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm është i paramenduar të menaxhohet në atë mënyrë që ai nuk do të sjellë dhe prodhojë probleme të rënda mjedisore ose social-kulturore në fushën e turizmit, mandej cilësia e përgjithshme e mjedisit të zonës turistike të ruhet dhe të përmirësohet kur ka kushte dhe kur është e nevojshme. Po ashtu nivel i lartë i kënaqësisë që sjell oferta turistike të ruhet në mënyrë që destinacionet turistike të jenë vazhdimisht atraktive.

2.6 Qeverisja në Turizmin e Qëndrueshëm

Qeverisja përcaktohet si një grup kompleks i vlerave, normave, proceseve dhe institucioneve me të cilat shoqëria menaxhon zhvillimin e saj dhe mundëson zgjidhjen e konflikteve formalisht dhe jo formalisht. Procesi i menaxhimit përfshin subjektet si shtetin por edhe shoqërinë civile në nivelet lokale, kombëtare, rajonale dhe globale GDRC (Qendra kërkimore për zhvillimit global, 2005). Autorë Eckerberg dhe Joas (2004) besojnë se përcaktimi i qeverisjes pasqyron ndryshimet në arenën politike që përfshijnë ndryshime në qëndrimet e shtetit, ndryshimet e pushtetit politikë dhe ndryshimet në procesin me të cilin aktorët politikë dhe jo - politikë të bashkëveprojnë. Si pasojë e këtyre ndryshimeve arrihet tek një zhvendosje horizontale e përgjegjësi

nga autoritetet qeveritare dhe ato të sektorit publik në drejtim të palëve të interesuara që nuk janë pjesë e qeverive apo politikës.

Në fakt autorët Whittaker, Major dhe Geraghty (2004) argumentojnë se nevoja për një qeverisje të përfshirë aktorët të cilët janë të varur nga aktivitetet e njeri tjetrit siç janë individë, organizata jo- qeveritare dhe organizata private, doli nga paaftësia e qeverive për të përmbushur objektivat e kërkuara sociale. Përkufizimi i qeverisjes nga GDRC(Qendra kërkimore për zhvillimit global) pasqyron ndryshim në kufijtë në mes të sektorit publik, privat dhe sektorëve tjerë të përfshirë në procesin e qeverisjes dhe përcakton se si shteti dhe shoqëria civile janë përgjegjës për çështjet e menaxhimit brenda shoqërisë .

Sa i përket çështjes së turizmit dhe shfrytëzimit të mjedisit gjatë veprimtarive turistike, qeverisja, planifikimi dhe menaxhimi i këtyre proceseve bëhet mjaft kompleks, sepse sipas autorit Reed "çështjet bëhen të ngatërruara në një rrjet të faktorëve biologjikë, fizik, politikë, financiarë dhe socialë" (Reed, 2000). Sipas autorit Reed është e rëndësishme për të njohur se sistemet ekologjike dhe sociale janë dinamike në natyrë dhe ndryshimet e shpejta mund të ndodhin brenda dy sistemeve mbi afatet kohore të shkurtra apo të gjata duke rritur kompleksitetin e agjencive të administrimit mjedisor. Në përgjithësi ekziston një mungesë e të kuptuarit të rëndësisë së qeverisjes në arritjen e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm dhe në fakt autori Trousdale (1999) pohon se ky fakt është çështje kritike në lëvizje në zhvillimin drejt qëndrueshmërisë.

Konflikti rreth strategjive të zhvillimit të turizmit dhe të planifikimit strategjik në turizëm në mes të palëve të interesuara dhe të përfshira është rezultat i bashkëveprimeve komplekse të çështjeve që preokupojnë këtë zhvillim, për shkak të vlerave të ndryshme të tyre, perceptimeve të mënyrës së zhvillimit si dhe interesave (Jamal & Getz , 2000) të

palëve dhe bartësve të zhvillimit të turizmit. Në vend që të shikohet si një pengesë për qeverisje dhe planifikim efektiv, konflikti mund të jetë produktiv kur ka mundësi për të mësuarit reciprok (Lovelock , 2002). Në sistemet komplekse, konflikti ofron mundësi për ndryshime dhe përshtatje me sistemin, i cili siguron që sistemi të ndryshojë dhe të zhvillohet. Sipas autorëve Lovelock dhe Reed (1999) në fakt ekzistenca e konfliktit tregon se konflikti mes aktorëve është i nevojshëm apo i domosdoshëm për të siguruar që parimet themelore të zhvillimit të qëndrueshëm qoftë në turizëm apo gjetkë të jenë realizuar. Po, ashtu ky është një tregues që çështjet mjedisore që ndërlidhen me ruajtjen e ambientit dhe çështjet e tjera ekologjike të janë adresuar siç duhet. Nëse këto sisteme nuk janë të kuptuara mirë atëherë konfliktet ndërmjet palëve të interesuara mund të shërbejnë për të nxjerrë në pah këto komponentë dhe ndërlidhjet, të cilat duhet të përfshihen në mekanizmat e planifikimit strategjik. Mekanizmat efektiv të qeverisjes dhe planifikimit strategjik luajnë një rol të rëndësishëm në arritjen e rezultateve të qëndrueshme për të gjitha palët brenda një sistemi turistik.

2.6.1 Aspektet Ekonomike dhe Mjedisore të Turizmit të Qëndrueshëm

Shumë raste të hulumtimit në turizëm janë përqendruar zakonisht rreth temave lidhur me ndikimet sociale, ekologjike dhe ekonomike të industrisë së turizmit. Studimet në ndikimet sociale zakonisht kanë përfshirë një analizë të njerëzve si industria ka prekur vendbanimet dhe jetesën e tyre ndërsa studimet ekologjike kanë qenë të prirur për të theksuar se industria ka transformuar natyrën fizike të peizazheve lokale dhe rajonale. Studime të tilla duket të jetë në kontrast me hulumtimet ekonomike të turizmit të cilat

në shumicën e rasteve qëndrojnë për të ilustruar fuqinë që gjenerojnë të ardhurat e industrisë brenda komunitetit, rajonit ose vendit (Fennell, 2005).

Rritja e shpejtë e turizmit dhe potenciali i saj si një mjet për zhvillim i ka dhënë rritje në efektet gjithnjë e më të theksuara ekonomike, sociale dhe mjedisore. Që nga fundi i viteve 1970, një numër i madh i studimeve të impakteve në turizëm janë kryer nga autorët (Lankford ,1997; Mason & Cheyne, 2000 ;Tosun, 2002; Gursoy &Rutherford, 2004; Sebastian & Rajagopalan, 2009) .Një numër studimesh nga autorë të ndryshëm vlerësojnë impaktin ekonomik të turizmit në destinacion pritës. Megjithatë shumë pak hulumtime janë bërë për të vlerësuar ndikimin e zhvillimit të turizmit në sektorët social dhe mjedisor të destinacionit pritës ku autorët Mathieson dhe Wall (1982) deklarojnë se ndikimi i turizmit shihet më shumë si rezultat i ngjarjeve të veçanta turistike. Impaktet dalin në formën e sjelljes së ndryshuar të njeriut dhe burojnë nga ndërveprimet mes agjentëve të ndryshimit dhe nënsistemeve të cilat ata i cenojnë. Kjo do të thotë se turistët, komuniteti lokal dhe ndërveprimet mjedisore të krijuara nga ndikimet dhe të gjitha elementet e aktiviteteve turistike janë të prekura nga ky ndërveprim. Ndikimet mund të jetë pozitive ose negative për turistët dhe destinacion pritës.

Industria e turizmit sjell vizitorët në një destinacion që mund të shkaktojnë ndikime të mëdha të tilla si konsumi i tepruar i burimeve lokale, rritja çmimeve të mallrave, rritja e shpenzimeve të shërbimeve dhe forma të tjera të aktivitetit industrial (Gartner, 1996) .

Ekonomia dhe mbrojtja e mjedisit shpesh janë elemente që qëndrojnë në qendër të konceptit të qëndrueshmërisë dhe janë fushat më të zakonshme të fokusit të turizmit të qëndrueshëm që gjenden në kuadër të analizave dhe studimeve të qëndrueshmërisë së turizmit . Autorët McIntyre , Hetherington dhe Inskeep (1993), lidhur me mbrojtjen e mjedisit në kuadër të arritjes së zhvillimit të suksesshëm të turizmit theksojnë se turizmi

duhet të jetë i qëndrueshëm për mjedisin që të jetë ekonomikisht i pranueshëm . Në fakt autorët tjerë si Nijkamp dhe Verdonkschot (1995) shkojnë edhe më larg duke thënë se turizmi dhe mjedisi janë të ndërvarura mes tyre dhe konfliktet lindin kur zhvillimi i turizmit është i nevojshëm për të përmbushur kërkesat e rritura të aktiviteteve turistike pa i zvogëluar aftësitë tërheqëse të destinacionit. Nijkamp dhe Verdonkschot (1995) pranojnë se problemet ndodhin duke u përpjekur për të plotësuar nevojat e komunitetit pritës, duke përmirësuar standardet e jetesës dhe duke ruajtur mjedisin e destinacionit turistik dhe trashëgimisë kulturore.

Disa studime janë kryer mbi turistët, nevojat e tyre dhe motivimin (Krippendorf, 1987; Sharpley, 1994), ndërsa ndikimeve sociale të turizmit në komunitetin lokal ju është dhënë pak prioritet. Aktivitetet e turizmit shkaktojnë efekte pozitive apo negative në komunitetet lokale ku duhet të merren parasysh dhe të adresohen për zhvillimin afatgjatë të qëndrueshëm të industrisë së turizmit.

Autori Murphy (1985) gjithashtu argumenton se "në qoftë se turizmi është për ta merituar pseudonimin e saj për të qenë" industria e mikpritjes ", ai duhet të shikojë përtej dyerve të veta dhe të punësuarit të marrin në konsideratë ndikimet sociale dhe kulturore për komunitetin pritës ka rëndësi të madhe". Autorët (Pizam & Milman ,1984) përcaktoi ndikimet sociale dhe kulturore të turizmit si "mënyrat në të cilat turizmi do të kontribuojnë me ndryshimet në sistemet e vlerave, sjelljes individuale, marrëdhënieve familjare, jetesës kolektive, sjelljes morale, ceremonive tradicionale dhe organizimin e komunitetit". Sipas Sharpley (1994) ndikimet sociale të turizmit duhen të kenë një efekt të rëndësishëm të menjëhershëm dhe të dukshëm në komunitetet. Sipas tij, këto ndikime mund të ndahen në dy kategori: ndikimet nga zhvillimi i industrisë së turizmit dhe ndikimet e ndërveprimit turistike-pritëse. Ndikimet sociale të turizmit mund të

klasifikohen si: ndërveprim i marrëdhënieve të komunitetit, ndikimet socio-kulturore të turizmit në përgjithësi, ndikimi i turizmit në komunitetet pritëse dhe pjesëmarrja e tyre me përgjigje rreth strategjive për ndikimet e turizmit. Ndikimi i zhvillimit të turizmit në jetën shoqërore të destinacioneve turistike mund të jetë pozitiv por ka edhe pasoja negative të cilat duhet të merren parasysh.

Fitimet ekonomike kanë qenë një forcë e madhe shtytëse për rritjen e turizmit në vendet në zhvillim. Periudha fillestare e rritjes ndodhi në fund të viteve 1960 dhe 1970, kur turizmi është perceptuar si aktivitet kryesor për gjenerimin e punësimit nga ana e dy institucioneve si Banka Botërore, si dhe nga qeveritë (Goodwin, 2000).

Si një aktivitet ekonomik, turizmi ka efekte të mëdha në ekonominë e zonave të destinacionit. Turizmi ndërkombëtar dhe i brendshëm sjell një gërshetim të njerëzve me prejardhje të ndryshme dhe gjithashtu një sasi të konsiderueshme të burimeve financiare, e cila ka një ndikim të rëndësishëm në destinacionet e ndryshme. Shumë studiues të turizmit (McIntosh & Goeldner, 1984; Dincer & Ertugral, 2003; Torres & Momsen, 2005; Wood & Hughes, 2006) fokusohen në ndikimet ekonomike të industrisë së turizmit. Ndikimet kryesore ekonomike të turizmit kanë të bëjnë me të ardhurat valutore, kontributin në të ardhurat qeveritare, gjenerimin e punësimit dhe të të ardhurave, si dhe nxitjen e zhvillimit rajonal. Turizmi ka nxitur punësimin dhe investimet, përdorimin e modifikuar të tokës dhe strukturën ekonomike dhe ka bërë një kontribut pozitiv në bilancin e pagesave ". Autori (Shivji, 1973) pohon se ndikimi ekonomik i turizmit sjell edhe pasoja negative për destinacionet turistike.

Autorët e tjerë siç janë Vesenjak (1996) dhe Bouguessa (1996), duke u marrë me pyetjen se si do të jetë e ardhmja e turizmit kanë futur në fokus ekonomik dhe kanë arritur të një përfundim se turizmi do të mund të vazhdojnë vetëm të jetë i qëndrueshëm

në qoftë se ai është ekonomikisht i suksesshëm . Autori Bouguessa (1996), në veçanti beson se turizmi i qëndrueshëm do të mund të kontribuojë jo vetëm në mirëqenien e popullsisë dhe turistët, por edhe në rimëkëmbjen e ekonomive lokale. Me fjalë të tjera komunitetet mund të gjejnë në turizmin e qëndrueshëm një nxitje ekonomike dhe përmirësim të standardit jetësor.

Është e qartë nga literatura që në fokusin ekonomik ai dëmton parimet e qëndrueshmërisë do të rezultojë në interesat dhe objektivat kontradiktore. Zhvillimi për shembull mund të iniciohet për të zhvilluar një ekonomi lokale duke sakrifikuar aspektet e mjedisit ekologjik, social apo kulturor. Këtu autori Thibal (1996) pohon se çdo zhvillim i turizmit duhet të gjej zgjidhje për këto konflikte dhe të jetë në gjendje të kapërcej interesat individuale për të arritur nivel të lart të qëndrueshmërinë. Autori tjetër Jafari (2000) pajtohet me këtë pikëpamje duke potencuar se zhvillimi i suksesshëm duhet të marrë në konsideratë mirëqenien e të gjithë aktorëve dhe proceseve të tjera.

Duke argumentuar se zhvillimi i turizmit më së shumti varet nga mjedisi natyror, trashëgimia dhe kultura që sigurojnë atraksionet turistike për zhvillimin e turizmit varet edhe nga vendimmarrja, e cila lidhet me aktorët tjerë të aktiviteteve turistike të tilla si bizneset dhe operatorët turistikë. Autorët (Ahn ,Lee dhe Schafer (2002) argumentojnë se ka ende mungesa të fakteve dhe studimeve empirike se turizmi mund të jetë i qëndrueshëm nga vetë natyra e tij. Ata gjithashtu besojnë se çdo zhvillim i turizmit të qëndrueshëm kërkon zhvillimin harmonik në mes te grupeve të interesit për të zhvilluar një cilësi të dëshirueshme dhe të qëndrueshme të jetës. Autori Hunter (1995) beson se në interesin afatgjatë të vendimmarrësve, pra komuniteteve lokale dhe atyre që janë të përfshirë në industrinë e turizmit është e nevojshme që të gjenden parimet, politikat dhe mjetet e menaxhimit, të cilat lejojnë zhvillimin e turizmit si një motor i rritjes

ekonomike dhe ruajtjen e burimeve mjedisore. Parimet e qëndrueshmërisë të diskutuara më parë janë të njohura në literaturë, megjithatë aplikohen apo jo këto parime nga operatorët turistikë dhe më gjerë është një çështje që mbetet të diskutohet. Baraspesha në mes të ekonomisë dhe mbrojtjes së mjedisit është shpesh në qendër të konceptit të qëndrueshmërisë. Një perceptim i qëndrueshmërisë ekonomike mund të çojë në zhvillimin e një përqendrimi apo fokusi të ri të turizmit, i cili do të ishte një përqendrim centrim, i cili do të fokusohet në zhvillim e turizmit duke mos i marrë në konsideratë elementët e tjera të qëndrueshmërisë.

2.6.2 Aspektet sociale dhe kulturore të qëndrueshmërisë

Aspektet ekonomike dhe ekologjike i referohen zakonisht diskutimeve mbi qëndrueshmërinë dhe zhvillimin e qëndrueshëm në raport me turizmin, por nga këto elemente vëmendje të drejtpërdrejtë posaçërisht kanë resurset natyrore. Elementët socialë dhe kulturorë dhe çështjet që lidhen me qëndrueshmërinë shpesh mungojnë nga debati për çështjet në fushën e turizmit dhe se pikërisht këto elemente kanë nevojë për një vëmendje më të lartë.

Turizmi është një industri në rritje të shpejtë dhe një sektor i vlefshëm duke kontribuar në mënyrë të konsiderueshme për ekonominë dhe shoqërinë vendase. Turizmi ndikon në ekonominë dhe jetën e shoqërive dhe ka provuar të jetë një shpëtimtar për shumë destinacione. Ashtu si çdo aktivitet ekonomik, turizmi mund të ketë ndikime negative në komunitetet. Këto duhet të minimizohen dhe të maten kundrejt përfitimeve që sjell turizmi. Turizmi ka arritur të jetë një aktivitet i rëndësishëm në të gjithë botën dhe shumë i rëndësishëm për disa vende ku sjell kontribut më të madh në tregtinë

ndërkombëtare. Turizmi është rritur me shpejtësi për t'u bërë një forcë e madhe shoqërore dhe ekonomike në botë (McIntosh & Goeldner & Ritchie ,1995).

Ndikimet pozitive dhe negative të turizmit në destinacionet pritëse në aspektin social-kulturor ka qenë çështje që janë diskutuar për një kohë të gjatë nga autorët Lundberg (1980); Foster (1985); Inskip (1991); Witt (1991); Cooper (1989); Friges (1996); Matheison & Wall (1982) ku të gjithë kontribuan në relacionin në ndikimet pozitive dhe negative sociale në destinacion pritës.

Turizmi mund të ketë efekte të ndryshme në aspektet sociale dhe kulturore të jetës në një rajon të veçantë apo zonë në varësi kulturore dhe fetare në rajon. Ndërveprimi ndërmjet turistëve dhe komunitetit pritës mund të jetë një nga faktorët që mund të ndikojnë në një komunitet se si turistët nuk mund të jenë të ndjeshëm ndaj zakoneve lokale, traditave dhe standardeve. Efekti mund të jetë pozitiv ose negativ në komunitetin pritës (Mathieson & Wall, 1982) .

Turizmi ka qenë i lidhur shpesh me kontaktet në mes të kulturave, sjelljeve, vlerave dhe traditave. Gjithashtu, turizmi kërkon që komunitetet pritëse të jenë më të përgjegjshme dhe të arsimuar për të ofruar shërbime cilësore për turistët. Përveç kësaj bashkëveprimet midis vendasve dhe turistëve gjenerojnë lindjen e ideve të reja, vlerave dhe motiveve për progresin social dhe ekonomik (Brown, 1998; Bersales, 2005; Nyaupane ,2006) .

Autorët Twining dhe Ward (1999) argumentojnë se përqendrimi në aspektet ekologjike të qëndrueshmërisë duke lënë mënjanë elementet sociale dhe kulturore ka çuar më shumë në krijimin e problemeve që lidhen me zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm.

Mirëpo në anën tjetër idetë rreth barazisë sociale si një çështje e qëndrueshmërisë në lëmin e turizmit sipas autorit Ryan (2002), i cili sfidon idenë se format e reja të turizmit

duhet të jenë të preokupuara me qëndrueshmërinë. Autori Ryan (2002), vë në dyshim perceptimin e qëndrueshmërisë për të ruajtur status quo-në dhe për të mbrojtur një mjedis kulturor dhe fizik dhe pyet se për vendet më pak të zhvilluara a duhet të mohohet mundësia e zhvillimit ekonomik dhe social në kurriz të konceptit të qëndrueshmërisë. Me fjalë të tjera mbrojtja e mjediseve natyrore dhe traditave rurale vjen në dëm të mundësive për zhvillim ekonomik, arsimor ose shoqëror (Ryan, 2002). Autori Liu (2003) gjithashtu bën pyetje nëse zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm i trajton në mënyrë adekuate çështjet e kapitalit social dhe pohon se ekziston një supozim në debatin rreth turizmit të qëndrueshëm se çdo ndryshim social-kulturor do të prodhojnë efekte negative në komunitetet dhe për këtë arsye këto ndryshime duhet të shmangen.

Nëse parimet e qëndrueshmërisë e mbrojnë mbajtjen e status quo-së siç argumentohet nga Ryan (2002) atëherë kjo çështje është e diskutueshme. Ajo që është e qartë megjithatë është se perceptimet e qëndrueshmërisë në lidhje me turizmin janë komplekse dhe kanë potencial për të krijuar konflikte. Një spektër i palëve të interesuara mund të ndikojë dhe të ndikohet nga zhvillimi i turizmit duke përdorur burimet natyrore dhe duke punuar drejt rezultateve të qëndrueshme, ku bëhet më e ndërlikuar kur ka perceptime të tilla divergjente dhe agjenda të veçanta për interpretimin e termit të turizmit të qëndrueshëm (Mowforth & Munt , 1998).

Autori Pearce (1995), shkon aq larg sa që propozon që shkëmbimi kulturor është një model më i pranueshme për ruajtjen e burimeve, pasurive dhe të barazisë së gjeneratave sesa modelet e përqendruara tek çështjet ekologjike. Suksesi i arritur në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm sipas autorit Pearce do të arrihet vetëm nëse vëmendja e grupeve dhe aktorëve në fushën e turizmit është drejtuar drejt nevojave për zhvillimin e burimeve njerëzore, profesionistëve të turizmit dhe zhvillimin e komuniteteve. Sipas

autorit Pearce perceptimet e tij nxjerrin në pah mospajtimet që ekzistojnë në literaturë kur diskutohen aspektet e veçanta të qëndrueshmërisë dhe zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit.

Çështjet në lidhje me aplikimin e aspekteve të qëndrueshmërisë në turizëm dhe kompleksiteti i komunitetit janë ngritur nga autorët Jackson dhe Morpeth (2000), të cilët argumentojnë se koncepti i qëndrueshmërisë është ngritur pothuajse ekskluzivisht në çështjet e mjedisit. Ata pretendojnë se për të arritur zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm është e nevojshme të ndërmerren veprime në nivelin lokal. Ata gjithashtu besojnë se çështjet sociale dhe kulturore janë elemente qendrore në arritjen e rezultateve të suksesshme të qëndrueshmërisë. Autoritetet lokale dhe komuniteti lokal duhet të jenë përgjegjës për integrimin e veprimeve politike për të adresuar çështjet e mjedisit, çështjet zhvillimore dhe sociale në përputhje me kërkesat e Axsendës 21. Axsenda 21 përcakton se qeveritë lokale duhet të përfshijnë komunitetin në zbatimin e nismave të zhvillimit të qëndrueshëm .

Sipas autorëve Matheison dhe Wall (1982), ndikimet sociale mund të jenë të mbështetura në "ndryshimet në mënyrën e jetesës së njerëzve që jetojnë si komunitet në një destinacion, të cilat janë të lidhura me veprimtarinë turistike "në lidhje me sjelljen morale, shprehjet krijuese. Impaktet kulturore mund të mendohen si ndryshimet në art, ceremonitë tradicionale, zakonet dhe ritualet dhe infrastrukturën turistike.

Autori Witt (1991), pohon se sa më i madh është dallimi në mes të komunitetit pritës dhe turistëve, aq më i madh do të jetë ndikimi i turizmit në shoqëri. Kjo paraqet një sfidë për vendim-marrësit në lidhje me tipin e turizmit në një destinacion, i cili është tërheqës.

Sipas autorëve Jackson dhe Morpeth (2000), është më rëndësi që çështjet e qëndrueshmërisë së turizmit duhet të sigurojnë ruajtjen e mënyrave të ndryshme të jetës, strukturave sociale lokale dhe qëndrueshmërinë e komuniteteve lokale. Edhe pse e mbështesin nevojën që çështjet sociale duhet të adresohen, autorët Richards dhe Hall (2000) theksojnë se parësore për aspektet sociale është aftësia e komuniteteve për të arritur qëndrueshmërinë ekonomike. Përfitimet sociale për komunitetet lokale arrihen nëpërmjet punësimit lokal, zvogëlimin e emigracionit jashtë vendit dhe parandalimin e krijimit të një strukture lokale demografike. Me fjalë të tjera, ekziston një lidhje e drejtpërdrejtë në mes të aspekteve ekonomike dhe sociale të qëndrueshmërisë dhe të zhvillimit të qëndrueshëm. Për të matur dhe monitoruar efektet e turizmit kulturor si në dimensionin e mjedisit dhe aspektet socio-kulturore, planifikuesit dhe menaxherët kërkojnë të dhëna të besueshme, të cilat mund të fitohen duke përdorur treguesit e duhur. OBT (WTO) ka rekomanduar kriteret për treguesit e zhvillimit të qëndrueshëm të destinacionit. Këto udhëzime janë pjesë e kornizës së përgjithshme për zhvillimin e treguesve të përshtatshëm për turizmin kulturor. Ato janë të grupuara nga tre dimensionet e zhvillimit të qëndrueshëm: sociale, ekonomike dhe mjedisore (WTO, 2004). Shoqata Europiane e Qyteteve historike dhe Rajoneve vuri në dukje parimet e zhvillimit të qëndrueshëm kulturor si vijon (Sharareh & Badaruddin, 2013):

- Kujdes për ndryshimet klimatike si një çështje kritike dhe globale, domethënë duke u përpjekur për reduktimin e misionit të karbonit.
- Kujdes për vlerën e perceptuar të trashëgimisë kulturore të qyteteve historike .
- Duke treguar respekt për realitetin dhe të vërtetën, cilësi të jashtëzakonshme në të drejtat dhe besimet e kulturave lokale dhe mbështetje për turizmin kulturor.

- Turizmi kulturor si aktiviteti ekonomik i rëndësishëm duhet të kontribuojnë në mënyrë të përgjithshme nga axhenda e zhvillimit të qëndrueshëm.
- Ruajtja, konservimi dhe kontribuimi i aseteve të trashëgimisë kulturore.
- Duhet t'ju kushtoj vëmendje nevojave të komuniteteve lokale dhe komunitetit pritës duke i përfshirë në zhvillim dhe planifikim.
- Drejtësia dhe pa anësia janë vendimtare për qëndrueshmërinë afatgjatë të turizmit kulturor ku duhet të sigurojë përfitime në mënyrë të barabarta tek komunitetet lokale.
- Menaxhimi efikas dhe efektiv kërkon veprim të organizuar mirë nga të gjithë palët e interesuara duke përfshirë qeverisjen vendore dhe politikën, grupin lokal dhe bizneset që duhet të përfshihen në zhvillimin e turizmit kulturor
- Ndikimi i turizmit duhet të vlerësohet në bazë të vlerës së konsumatorëve dhe prodhuesve.
- Menaxhimi dhe zhvillimi i turizmit kulturor duhet të jetë i përgjegjshëm për ndryshime.

Dimensioni social-kulturor i turizmit të qëndrueshëm duhet të sigurojnë përfitime për komunitetin lokal dhe kulturën e prekshme dhe të paprekshme lokale. Efektet e monitorimit me kujdes të turizmit kulturor duke përdorur këta tregues mund të sinjalizojë kërcënimet e mundshme ndaj identitetit kulturor të komunitetit pritës, trashëgiminë kulturore dhe mirëqenien e popullatës lokale (Kim ,2013).

2.6.3 Rëndësia e sektorit publik dhe atij privat në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm.

Sektori privat po ashtu edhe publik kanë rol dhe rëndësi të veçantë në zhvillimin e destinacioneve turistike posaçërisht në vendet ku turizmi është në fazën e hershme të zhvillimit. Sektori publik është përgjegjës për përcaktimin dhe zhvillimin e politikave dhe planeve zhvillimore, si dhe vendosjen dhe zbatimin e standardeve në lidhje me objektet, infrastrukturën si dhe shërbimet në fushat e tjera të veprimit. Sektori publik duhet të jetë në funksion të shumë çështjeve të tilla si rregullimin e politikave zhvillimore, përcaktimin e rregullave dhe rregulloreve mbi turizmin, zhvillimin e infrastrukturës kryesore, avancimin e turizmit si dhe zhvillimin e marketingut me qëllim të promovimit të turizmit në zonat turistike. Në anën tjetër funksioni i sektorit publik në kuadër të industrisë së turizmit është që të rrisë kënaqësinë e turistike dhe të shtojë ofertën turistike duke rritur suksesin ekonomik dhe të biznesit, duke mbrojtur pasuritë ekzistuese dhe duke ruajtur integritetin e komuniteteve në aktivitetet turistike Gunn (1994). Sektori publik gjithashtu duhet të ketë përfshirje të gjerë në planifikimin dhe zbatimin e ligjeve të krijuara e që kanë të bëjnë me destinacionet turistike dhe me menaxhimin e ndërtimit të infrastrukturës dhe parakushteve tjera për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm. Ky sektor publik po ashtu duhet të ofrojë kushte dhe hapësirë përmes instrumenteve siç janë infrastruktura dhe superstruktura, siguria, vlerat e ndryshme sociale si dhe qasjen në këto elemente etj. Po ashtu sektori publik duhet të siguroj aktivitetet që kanë të bëjnë me kulturën dhe historinë dhe të ofrojë produkte, të cilat janë hartuar dhe krijuar për përdorim publik. Si shembuj të këtyre produkteve që ka krijuar sektori publik dhe janë në pronësi të këtij sektori këto hapësira janë: parqe

kombëtare, parqe të ndryshme shtetërore me zonat rekreative dhe me monumentet dhe me terrene sportive (Gunn, C. A. 1994) .

Në anën tjetër element që duhet të theksohet në lidhje me sektorin privat është se sektori privat gjithashtu luan një rol të rëndësishëm në përgatitjen e hapësirës për ta zhvilluar turizmin dhe në përgatitjen e aktiviteteve dhe produkteve turistike edhe pse ky sektor është më shumë i përqendruar dhe orientuar në zhvillimin e përfitimit. Ky element vërehet në shikim të parë dhe është i qartë nga përfshirja e këtij sektori në hapësirë duke ju kushtuar vëmendje zhvillimeve të superstrukturës, pra hoteleve dhe objekteve akomoduese në vende të përshtatshme si dhe vërehet nga aktivitetet që bazohen në ngjarje të veçanta argëtuese dhe aktivitetet grupore. Po ashtu edhe produktet turistike të këtij sektori ose shërbimet, mikpritja, etj, dallojnë në esencë. Në një ekonomi ku sundon kapitali privat funksionet kryesore të sektorit privat janë drejtuar drejt akomodimit dhe mikpritjes, p.sh. hotelet luksoze, apartamentet etj. Mandej ushqimi dhe pijet që ofrohen nëpër restorante të ndryshme, ofertat e ndryshme të shoppingjeve dhe ngjarjeve të argëtimit nëpër qendra tregtare, kinema, teatro etj. Pra ndërlidhja qëndron këtu se sektori publik ofron kushte dhe hapësirë si te politika zhvillimore për zhvillim dhe investimet që duhet bërë me kapitalin që vjen nga sektori privat në mënyrë që të arrihet zhvillimi i destinacionit turistik.

Nga kjo që u theksua vërehet se sektori publik paraprin në zhvillimet e reja turistike, ndërsa sektori privat shfrytëzon këtë hapësirë dhe ofertë duke investuar në zonën turistike të destinacionit turistik, Inskeep (1991).

KAPITULLI III

Planifikimi Strategjik në Turizmin e Qëndrueshëm

3.1 Planifikimi në Turizëm

Planifikimi si proces në përgjithësi i referohet të menduarit dhe marrjes së vendimeve në lidhje me aktivitetin aktual dhe aktivitetet që do të ndodhin në të. Qasjet e fundit rreth procesit të planifikimit fokusohen në planifikimin si një proces i vazhdueshëm dhe i përcjellë me vërejtje për efektet e zbatimit për të ndikuar në procesin e vendimmarrjes për fazat e ardhshme të zhvillimit. Në këtë kontekst procesi i planifikimit është gjithnjë e më shumë i rëndësishëm duke përfshirë një gamë të gjerë të problematikave duke përfshirë edhe mbrojtjen e mjedisit, interesat tregtare dhe të korporatave dhe opinionit publik, të cilat më herët janë konsideruar si jo relevante në proceset e planifikimeve.

Në kontekstin e planifikimit dhe të zhvillimit të turizmit, turizmi është përcaktuar si një fenomen shumëdimensional që përfshin komponentët e ndërlidhura të produkteve turistike, aktivitetet, dhe shërbimet e ofruara nga sektorët publikë dhe privatë (Gunn, 1994; Pearce, 1989, 1995). Këto komponentë të turizmit konsiderohen si faktorë thelbësorë në planifikimin dhe zhvillimit të turizmit si dhe njohurit themelore të këtyre komponentëve janë të nevojshme për planifikimin dhe menaxhimin e suksesshëm të turizmit (Inkeep, 1991). Si pasojë, një diskutim i planifikimit gjithëpërfshirës të turizmit është i nevojshëm për të siguruar një strukturë themelore për zhvillimin e produkteve turistike dhe shërbimeve. Konsiderohet se thelbi i strategjisë së zhvillimit të turizmit duhet të jetë vizioni i qartë dhe objektivat që do të arrihen me menaxhimin e turizmit dhe me etapat e zhvillimit të pritur që duhet të zhvillohen për të mbështetur tërë

industrinë turistike zhvillimi i së cilës gjithashtu përkrah zhvillimin e strategjisë së turizmit në përgjithësi. Shfrytëzimi racional dhe i planifikuar i hapësirës respektivisht vendit dhe tokave ka rëndësi të veçantë në tërheqjen e investitorëve dhe që ndihmon zhvillimin e këtyre zonave. Monitorimi i menaxhimit të aktiviteteve turistike në secilën sferë të kësaj fushe të industrisë do të rezultojë me rezultate të pritura në aspektin pozitiv, sepse do të tregohet se premisa kryesore për zhvillimin e strategjisë të turizmit është vendosja e raportit pozitiv në mes të ofertës dhe kërkesës përmes menaxhimit të duhur. Menaxhimi i mirë i bazuar në principet e strategjisë së mirëfilltë do të krijojë efekte pozitive në zhvillimin e turizmit që manifestohet me forma të reja të marketingut dhe me interesin e komunitetit për produktet e reja turistike.(Steiner ,1979)

Sipas autorëve Goeldner dhe Ritchie (2006) që bazohen në hulumtimet e tyre, zhvillimi i qëndrueshëm duhet të planifikohet mirë dhe të menaxhohet në bazë të planeve strategjike sepse:

"Zhvillimi i turizmit është një zhvillim që është planifikuar dhe menaxhuar me kujdes. Ky zhvillim është një antitezë e turizmit që është zhvilluar për përfitime afatshkurtra. Për shkak të rritjes së pritshme të vazhdueshme të turizmit, zhvillimi i qëndrueshëm është qasja që duhet të jetë e nevojshme. Për shkak të presionit që paraqitet mbi burimet turistike e të gjitha llojeve, zhvillimi i qëndrueshëm është e vetmja qasje e drejtë."

(Goeldner & Ritchie, 2006)

Strategjia apo planifikimi strategjik nuk duhet të përqendrohet në trendin aktual, mirëpo duhet të synohet qëllimi që të arrihet një zhvillim i qëndrueshëm i produktit turistik për periudha të ardhshme kohore. Planifikimi i mirë nuk do të fokusohet në përfitimet afatshkurta, por si pikësynim duhet ta ketë zhvillimin e attributeve të zhvillimit të ardhshëm në të gjitha sferat dhe për të gjitha palët e interesuara. Kontribut tjetër që me

vete sjell zbatimimi i planifikimit strategjik në turizëm është përqendrimi në zhvillimin e destinacionit turistik duke tërhequr vëmendjen në karakteristikat e destinacionit dhe në arritjen e qëllimeve që duhet të arrihen në sektorët e ndryshëm të fushës së veprimit. Planifikimi strategjik i turizmit duhet të krijojë kushtet për të tërhequr si investitorët ashtu edhe turistët nga mbarë bota, mënyra e të menduarit dhe të organizuarit duhet të shkojë në drejtim të përpjekjeve për zhvillim të brendshëm duke u përqendruar në përmbushjen e qëllimeve dhe objektivave (Goeldner & Ritchie, 2006). Përmes planifikimit strategjik mjedisi natyror dhe historik duhet të mbrohet me qëllim të ruajtjes së diversitetit natyror dhe kulturor.

Planifikimi strategjik është element themelor në procesin e zhvillimit të qëndrueshëm dhe roli i tij është i rëndësishëm së veçantë për të siguruar menaxhim të mirëfilltë dhe të drejt të të gjitha llojeve të resurseve të një destinacioni dhe duke garantuar zhvillim të qëndrueshëm për të ardhmen, ndërsa nga ana tjetër duke iu përgjigjur sfidave me mjedis, sfidave financiare, me komunitetin dhe sfidat që kanë të bëjnë me nevojat turistike. Në shumë studime të UNWTO (Organizata Botërore e Turizmit) është pohuar se "mungesa e planifikimit ka qenë përgjegjëse për shumicën e rezultateve negative të zhvillimit të turizmit" (1983). Një plan strategjik zakonisht duhet të përshkruajë drejtimit dhe prioritetet e tanishme dhe të planifikuara, të cilat kanë marrë në konsideratë qëllimet dhe objektivat si dhe fushën e veprimit brenda të cilës çdo organizatë do të përpiqet të arrijë këto objektiva, duke u mbështetur në aftësitë, burimet ose kompetencat dalluese që do të përdoren për të arritur objektivat dhe qëllimet e përcaktuara. Në literaturë vërehen se janë tre objektiva që zakonisht përfshihen në strategjinë për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm ato janë: a) ruajtja e vlerave të resurseve turistike; b) përvojat e zgjeruara të vizitorëve të cilët janë në marrëdhënie

interaktive me burime turistike; dhe c) maksimizimi i kthimit ekonomik, social dhe mjedisor të palëve të interesuara në komunitetin pritës. Këtu shihet se nëse nuk ka kthim dhe përfitime ekonomike për komunitetin dhe grupet e interesit nuk do të ketë as rezultate të zhvillimit të qëndrueshëm. Ka shumë shembuj të cituar të projekteve të mundshme të turizmit të qëndrueshëm, të cilat pa planin e duhur strategjik të turizmit kanë humbur mundësinë për të pasur sukses të madh. Mjetet dhe shumat e mëdha të parave janë shpenzuar në infrastrukturë, ndërsa nuk ka pasur pothuajse asnjë financim që ka qenë i dedikuar për të ofruar ndihmë për komunitetet rurale ose për ta zhvilluar marketingun dhe strategjitë promovuese si dhe për të përfshirë programe specifike të qëndrueshme (UNWTO ,1983).

Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm si proces i ndërlidhur me shumë aktivitete tjera do të arrihet vetëm përmes menaxhimit dhe implementimit të duhur të strategjisë së krijuar dhe duke analizuar gjendjen aktuale dhe rrethanat ekonomike që mbizotërojnë në një vend. Strategjia në anën tjetër duhet të sigurojë politikat specifike për zhvillimin e turizmit në përgjithësi. Ky zhvillim dhe përfitimet që i sjell ky zhvillim i turizmit do të ndihmojë që të arrihet potenciali kontribues i turizmit për të gjithë pjesëmarrësit në këtë proces duke shfrytëzuar përfitimet e arritura për qëllime të ngritjes së mirëqenies dhe standardit jetësor. Me këtë arrihet edhe identifikimi i lokacionit atraktiv në rajon dhe promovimin e mundësive shtesë për të ngritjen e kualitetit të shërbimeve dhe të ofertës turistike. Gjithashtu edhe faktori mjedisor duhet të jetë në fokus të aktiviteteve, sepse ndikimi i zhurmës dhe i dukurive tjera që ndikojnë negativisht në mjedis nuk do të ofrojnë tërheqje për njerëzit që dëshirojnë të vizitojnë këto atraksione turistike. Po ashtu duhet pasur kujdes që transporti si element me rëndësi i ofertës turistike të përmirësohet

në aksesin dhe mundësisht të zvogëlohet udhëtimi në distanca të gjata sepse kështu do të ofrohet rehati më të madhe për vizitorët që preferojnë këto atraksione (Inkeep, 1991).

Me rritjen e numrit të vizitorëve ngrihet edhe vëllimi i punës, e me këtë rritet edhe zhvillimi i turizmit me ç'rast në radhë të parë do të përfitojnë komuniteti lokal duke u ofruar mundësi më të mira për punësim. Turizmi gjithashtu ndihmon zonat urbane për t'u ngritur ekonomikisht dhe zhvilluar më mirë.

Autoritetet lokale apo qendrore duhet të sigurojnë ngritjen e infrastrukturës dhe të bëjnë klasifikimin e objekteve hoteliere dhe akomoduese në rangun e duhur, rang i cili duhet vërtetë të përmbush standardet e këtij klasifikimi. Në përgjithësi implementimi i strategjisë dhe i një plani të saktë të zhvillimit të turizmit do të shërbej për të absorbuar nga palët të interesuara investimet eventuale në sektorin e turizmit të cilat me tutje do të ndihmojnë në zhvillimin e mëtejshëm të industrisë turistike dhe gjithashtu do të ngrenë nivelin e tërheqjes së vizitorëve, duke mundësuar qasje më të lehtë për vizitorët në mjediset historike dhe peizazhet natyrore (Hall,2000).

Planifikimi është një veprimtari e domosdoshme për arritjen e qëllimeve të zhvillimit të turizmit. Si Murphy (1985) sugjeron: Planifikimi ka të bëjë me rregullimin e parashikuar dhe ndryshime në një sistem për të promovuar zhvillimin e rregullt, në mënyrë që të rriten përfitimet sociale, ekonomike dhe mjedisore të procesit të zhvillimit. Për ta bërë këtë planifikimi bëhet "një sekuencë urdhri i operacioneve të hartuara për të çuar në arritjen e një qëllim të vetëm ose në një ekuilibër në mes të disa qëllimeve"

Gunn (1979) ishte një nga të parët për të përcaktuar planifikimin e turizmit si një mjet për destinacion zhvillimin zonë dhe për të parë atë si një mjet për vlerësimin e nevojave të një destinacioni turistik . Sipas Gunn (1994) fokusi i planifikimit është kryesisht për të gjeneruar të ardhura dhe punësim dhe për të siguruar ruajtjen e burimeve dhe

kënaqësinë e udhëtarëve. Në mënyrë të veçantë tek destinacionet me zhvillim të ulët mund të marrin udhëzime për zhvillimin e mëtejshëm të turizmit. Ndërkohë për vendet tashmë të zhvilluara, planifikimi mund të përdoret si një mjet "për të ringjallur sektorin e turizmit dhe për të ruajtur qëndrueshmërinë e saj në të ardhshëm "(OBT, 1994). Për këtë qëllim autori Spanoudis (1982) propozon që:

Gunn (1979) ishte një nga të parët për të përcaktuar planifikimin e turizmit, si një mjet për zhvillimin e destinacionit në një zonë dhe për të parë atë si një mjet identifikimi dhe vlerësimi të nevojave të një destinacioni turistik. Autori (Gunn, 1994) mbështet më tej lëvizjen drejt planifikimit të ri dhe vë në dukje se një filozofi më e gjerë dhe më efektive e planifikimi është duke u zbatuar dhe gjithnjë e më shpesh terma të tilla si përfshirja publike, planifikimi i pjesëmarrësve etj. dhe planifikimi integruar janë gjithnjë duke u integruar me planifikimin modern. Ndërkohë për vendet tashmë të zhvilluara, planifikimi mund të përdoret si një mjet "për të rigjallëruar sektorin e turizmit dhe për të ruajtur qëndrueshmërinë e tij në të ardhmen "(OBT, 1994). Për këtë qëllim, Spanoudis (1982) sugjeron që planifikimi i turizmit duhet gjithmonë të vazhdojë në kuadër të një plani të përgjithshëm për zhvillimin e burimeve totale të një zone dhe kushtet lokale dhe kërkesat duhet të jenë të kënaqura para se ndonjë nga elementet të tjera të jenë përmbushur.

Ndërsa autori Lang e përshkruan këtë si një " model i të mësuarit adaptiv të planifikimit" dhe se ai model është i aftë për të krijuar një ndjenjë të bashkësisë e cila mund të motivojë aktorët për të kërkuar forma të reja të veprimit bashkëpunues dhe nga ana tjetër ndërton kapacitetin për t'iu përgjigjur në mënyrë efektive ndryshimeve permanente si dhe për të gjeneruar ndryshim kur është e nevojshme (Lang, 1986).

Disa Autor dhe studiues të tjerë të fushës së planifikimit turistik si Bovy & Lawson (1971) identifikojnë një numër arsyes pse autoritetet publike mund ta nxisin planifikimin në fushën e turizmit dhe për ta nisur zhvillimin e industrisë së turizmit në një zonë me qëllim të vlerësimit fillimisht të mundësive për zhvillimin e turizmit: për të organizuar zhvillimi rajonal të një vendpushimi ekzistues ose për të mbrojtur resurset natyrore si dhe resurset tjera turistike, për të kontrolluar zhvillimin spontan nga sipërmarrësit individualë, për t'i mbrojtur burimet e zonës dhe për ta integruar zhvillimin e turizmit në politikat e përgjithshme të planifikimit rajonal dhe ekonomik .

Nga ana tjetër autori (Hall, 2000) thekson se rëndësia e integritetit të turizmit në kuadër të procesit më të gjerë të planifikimit strategjik qëndron në qëllimin e promovimit të objektivave të caktuara në aspektin e rritjes ekonomike, sociale dhe mjedisore që mund të arrihet përmes zhvillimit të duhur të turizmit.

Proceset dhe teknikat e planifikimit me kalimin e kohës u janë përshtatur gjithnjë ndryshimeve në aspektin ekonomik, politik, social, kulturor dhe mjedisor dhe kështu është arritur një shkallë e lartë e zhvillimit të modeleve dhe formave të planifikimit, duke kaluar nga modelet që kanë marrë në konsideratë vetëm shqetësimet e ngushta në lidhje me planifikimin fizik në modelet e balancuara të planifikimit që njeh nevojën për përfshirje më të gjerë të komunitetit dhe që përmban ndjeshmëri më të madhe për çështjet mjedisore. Duke u bazuar në traditat e planifikimit të turizmit të konceptuara më tej nga studiuesi Hall, pesë qasje për planifikimin e turizmit konsiderohen si të patjetërsueshme: ekonomike, fizike, mjedisore, të komunitetit dhe të qëndrueshme .

3.2 Koncepti i Planifikimit Strategjik

Planifikimi strategjik përbëhet prej proceseve të planifikimit që janë ndërmarrë në firma për të zhvilluar strategji që mund të kontribuojnë në punën e tyre (Tapinos, 2005). Aspektet kryesore të planifikimit strategjik janë: përdorimi i instrumenteve të planifikimit dhe kontrolli i shpeshtë i planeve. Planifikimi strategjik mund të kontribuojë në punën duke gjeneruar informacionin përkatës, duke krijuar një kuptim të mirë të mjedisit dhe duke zvogëluar pasigurinë (Hodgetts & Kuratko, 2001).

Steiner (1979) ka dhënë një parashikim të nocionit për planifikimit strategjik. Sipas Steiner, planifikimi është një qëndrim dhe një proces i shqetësuar ku vendimet e tanishme reflektojnë pasoja në të ardhmen. Planifikimi strategjik formal lidh planet afat shkurtra, afat mesme dhe afatgjata. Planifikimi strategjik nuk bënë përpjekje për të marrë vendime në të ardhmen apo të parashikojë ngjarjet në të ardhmen. Ajo nuk duhet të zëvendësojë intuitën menaxheriale dhe një mendim me masiv të grupeve të detajuara të planeve.

Planifikimi strategjik i referohet aktivitetit brenda një organizate për të nxjerrë dhe për të vlerësuar strategjitë alternative. Prandaj është proces i orientuar administrativisht. Për firmën ajo është një aktivitet i brendshëm me një pamje drejt burimeve të firmës dhe aftësitë e dallueshme si të tregut dhe mjedisit konkurrues.

Koncepti i planifikimit strategjik është zhvilluar vazhdimisht që nga studimet e luftës para epokës së re ku strategjitë ushtarake ishin të krijuara me qëllim që të shfrytëzonin dobësitë e konkurrentëve nëpërmjet planeve dhe qëllimeve për të arritur një situatë të favorshëm për vete dhe kështu në fund edhe të fitohej beteja. Këto aktivitete i përgjigjen aplikimeve moderne të këtij konceptit të cilat studiuesi Porter i përdor dhe e përcakton strategjinë si në vijim: "*krijimin e një pozicioni unik dhe të vlefshëm që përfshin grup të*

ndryshëm të aktiviteteve të ... për të zgjedhur aktivitetet që janë të ndryshme nga rivalët"

(Porter, 1996). Kjo është një mënyrë efektive një model i qëllimeve, politikave, programeve, veprimeve, vendimeve dhe alokimit të resurseve që përcaktojnë se çfarë është një organizatë, atë që bën ajo dhe pse ajo e bën atë.

Ndërgjegjësimi strategjik nënkupton aftësinë për të bërë një vlerësim të implikimeve totale të ndonjë ndryshimi të veçantë (Gibb & Scott, 1985). Kjo do të thotë jo vetëm ndërgjegjësimin e pasojave të menjëhershme të çdo zhvillim të ri por edhe reflektim mbi pasojat afatgjata.

Fusha e turizmit është një industri e rëndësishme dhe ka një ndikim të madh në të gjitha sferat e jetës qoftë ekonomike, sociale, zhvillimore etj. Procesi i planifikimit garanton një zhvillim të mirëfilltë të turizmit dhe aktiviteteve që shpien drejt këtij zhvillimi. Procesi i planifikimit përkrah bartësit e zhvillimi të turizmit dhe ofron mundësi të reja të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm duke mundësuar përgatitjen e planeve mbi specifikat e ndryshme në kuadër të aktiviteteve në mënyrë vetjake duke krijuar mundësi të reja për bartësit e zhvillimit apo grupet e interesit, komuniteteve dhe individëve të përfshirë në këtë proces. Këto procese do të kenë ndikim në rezultat e ngritjes së shkallës së zhvillimit të turizmit dhe pritja nga ky zhvillim do të jetë i spektrit të gjerë. Procesi i planifikimit në radhë të parë duhet të jetë më mbështetës për bizneset duke përfshirë aktivitet e tyre më qëllim të rritjes ekonomike me të suksesshme. Planifikimi po ashtu duhet t'i shërbejë zhvillimit të destinacioneve dhe të krijojë zhvillim të qëndrueshëm për qytetet dhe zonat turistike. Po ashtu objekt i procesit të planifikimit duhet të jenë edhe mbrojtja dhe siguria e mjedisit duke bërë të mundur për ndërtimin e mjedisit natyror dhe ruajtjen e burimeve natyrore. Në anën tjetër politikat e zhvillimit të turizmit duhet të fokusohen gjithashtu në stimulimin e zhvillimit të biznesit dhe

komuniteteve që do të rezultojë me zhvillimin e ardhshëm të këtyre zonave. Këto metoda të planifikimit duhet të reflektojnë mbi politikat e organeve dhe agjencie qeveritare qofshin lokale apo qendrore. Autoritetet kompetente që e bëjnë planifikimin duhet të përcjellin dhe të evidentojnë çdo ndryshim në sistemin turistik dhe të raportojë se si funksionojnë politikat dhe ecuria e zhvillimit e bazuar në planet e përpiluara të zhvillimit të turizmit. Si rezultat i këtyre proceseve këto organe të planifikimit duhet të hartojnë një strategji për zhvillimin e qëndrueshmërisë dhe për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në destinacionet dhe zonat turistike. Ngritja e cilësisë së planifikimit përkrah industrinë e turizmit që të ngrihet dhe zhvillohet në aspektin ekonomik, mjedisor dhe social. Parimet që dalin nga një planifikim i mirëfilltë do të motivojnë investimet në turizëm dhe do të kontribuojnë pjesëmarrje me aktive të palëve të interesit dhe do të diversifikojnë industrinë e turizmit (Peter E. Murphy, Ann E. Murphy, 2004).

Planifikimi i turizmit është një proces i vlerësimit gjithëpërfshirës i analizave dhe çështjeve të lidhura duke përfshirë jo vetëm përcaktimin e qëllimeve por edhe në zhvillimin e metodave dhe veprimeve alternative për vendimmarrje të mëtijshme. Veçanërisht autori Gunn (1988) thekson se "Planifikimi i turizmit si një koncept e shihet të ardhmen dhe që ka të bëjë me pasojat e pritshme ku është e vetmja mënyrë që avantazhet e turizmit mund të merren në konsideratë. Planifikimi i turizmit duhet të jetë strategjik dhe integruar. "

Autori Murphy (1985) gjithashtu vuri në dukje se Planifikimi i turizmit duhet të përshtatet brenda sistemeve ekzistuese dhe duhet të përdoret në zonat urbane dhe strategjitë rajonale të zhvillimit. Në veçanti duhet të ketë përfshirje të komunitetit në procesin e planifikimit. Përveç kësaj autorët Mathieson dhe Wall (1982) sugjerojnë se planifikimi i turizmit është i lidhur jo vetëm me komponentët e turizmit por ka edhe

ndërlidhje midis këtyre komponentëve. Planifikimi është një proces kompleks që përfshin një konsideratë të strukturave të ndryshme ekonomike, sociale dhe mjedisore.

Mënyra e të menduarit modern në përpilimin e strategjive të biznesit është aplikuar për herë të parë në Shtetet e Bashkuara dhe Evropë në fund të viteve 1950 dhe 1960 kur rrethanat dhe ngjarjet kulturore, ekonomike dhe politike filluan të ndryshojnë dinamikën dhe kërkesat e tregut duke detyruar organizatat të rishikojnë praktikën e tyre të punës dhe të disajnimin e produkteve. Në atë kohë është kuptuar se zgjidhja duhet qëndrojë në planifikimin strategjik – si një proces racional analitik i mirëmenduar duke marrë parasysh mundësitë që i ofron mjedisi mandej pikat e forta dhe të dobëta të organizatës duke kuluar në një specifikim të detajuar të të dy qëllimeve afatgjata të organizatës dhe duke krijuar strategji specifike për arritjen e këtyre qëllimeve. Planifikimi strategjik është përshkruar si "një plan i plotë i veprimit që përcakton drejtimin kritik dhe udhëzon alokimin e burimeve për arritjen e objektivave afatgjata " (Schermerhorn, 1996).

Koncepti i planifikimit strategjik është një gurrë-themel i teorisë së menaxhimit konvencional. Ai është i dëshmuar të jetë një parakusht thelbësor për organizatat e suksesshme që nga viti 1960 kur Shkolla e Biznesit në Harvard ka zhvilluar si e para një model të planifikimit strategjik. Edhe pse kishte studime dhe vëllime të mëdha të literaturës mbi planifikimin strategjik prapë se prapë nuk është krijuar një shkollë e vetme e mendimit strategjik apo një grup i caktuar i koncepteve që do të ishte i përshtatshëm për të gjitha rrethanat dhe ambientet afariste. Megjithatë ekziston një nivel i marrëveshjes që ka një numër të caktuar të llojeve të ndryshme të strategjive që mund të aplikohen për të menaxhuar të dy mjediset e afarizmit të ndërmarrjes atë të brendshme dhe të jashtme dhe se planifikimi strategjik përfshin formulimin e

objektivave afatgjate duke u përcjellë nga alokimi i burimeve për të arritur këto qëllime të ndërmarrjes (Porter,1987).

Një plan strategjik zakonisht duhet të përshkruajë drejtimet dhe prioritetet aktuale dhe të planifikuara, të marrë në konsideratë fushëveprimin ose spektrin e veprimit brenda të cilit organizata do të përpiqet për të arritur objektivat e saj dhe në tërësi duke marrë parasysh aftësitë, burimet ose kompetencat dalluese që do të përdoren për të arritur objektivat e saj. Përveç kësaj strategjia apo plani strategjik konsiderohet i nevojshëm për të adresuar në kuadër të këtij plani avantazhet dhe objektivat që organizata pret të arrijë përballë konkurrencës nëpërmjet aftësive të saj dhe shfrytëzimin optimal të burimeve dhe sinergjive që do të rezultojë nga mënyrat si organizata shfrytëzon aftësitë dhe burimet e saj. Koncepti i aktorëve apo palëve të interesuara është i rëndësishëm në procesin e planifikimit strategjik, autori Simpson ka gjetur gjatë hulumtimeve të tij se qasja e procesit të planifikimit strategjik duhet të identifikojë vlerat kritike të palëve të interesuara ti shfrytëzoj këto vlera për të artikuluar një vizion të gjerë për të ardhmen të krijojë qëllimet e përgjithshme të cilat do të kontribuojnë në realizimin e vizionit të vendos objektiva specifike për të kapërcyer hendekun mes gjendjes aktuale dhe objektivave të përgjithshme dhe të caktojë prioritetet, përgjegjësit dhe sistemet e kontrollit për të monitoruar efektivitetin e zbatimit (Simpson, 2001).

Vizioni , deklaratat e misionit , dhe qëllimet dhe objektivat janë të gjitha komponentët e rëndësishëm të procesit tradicional të planifikimit strategjik. Megjithatë koncepti i vizionit ka rëndësi të veçantë në procesin e planifikimit strategjik. Vizioni mund të shprehet si një pasqyrë ose përshkrim i natyrës së veprimtarisë së organizatës ku reflektohet qëllimi i organizatës se si që të jetë ajo në një kohë të caktuar në të ardhmen (Wolf & Gering ,1998) .Vizioni si i tillë është parë si i krijuar në mendjen e një lideri

dhe përcjellësve të tij i cili pasqyron vlerat e tyre tregon një të ardhme ideale dhe jep udhëzime për sjellje në të ardhmen. Në reagim ndaj kritikave të procesit tradicional të planifikimit strategjik përkatësisht strukturës së tij dhe paaftësinë për t'u marrë më shumë të papritura që ndodhin në botën reale, koncepti i vizionit ka evoluar në një proces emergjent dhe kolektivë për planifikimin afatgjatë. Ai u realizua gjithashtu duke krijuar një ndjenjë të qëllimit të përbashkët përmes një vizioni të përbashkët që mund të lidhë njerëzit së bashku dhe që do t'i çojë ata në përmbushjen e këtij vizioni dhe aspiratave të tyre (Mintzberg & Ahlstrand & Lampel, 1998).

3.3 Pjesëmarrja e Palëve të Interesuara në Planifikimin e Turizmit

Turizmi i qëndrueshëm kërkon planifikim strategjik të destinacionit. Ky zhvillim i strategjisë si dhe procesi i vendimmarrjes duhet të jetë i gërshetuar në mënyrë ndërsektoriale dhe i integruar . Në kontekstin organizativ një aktorë definohet si individ apo grup që mund të ndikojë ose ndikohet nga aktivitetet turistike në arritjen e objektivave dhe të gjithë ata që kanë një interes ose besojnë se ata kanë një interes për ti dhënë organizatës ose në anën tjetër mund të pretendojnë pronësinë dhe të drejtat e ligjshme në aktivitetet e një korporate (Winn, 2001). Po ashtu është e njohur në këtë kontekst se dështimi për të përfshirë pjesëmarrjen e të gjitha grupeve të interesit do të rezultojë me dështimin e një organizate.

Teoria apo studimet rreth nocionit “grupet e interesit” filloj me studiuesin Freeman (1984), i cili konstaton se një organizatë është e karakterizuar nga marrëdhëniet e saj me grupe dhe individë të ndryshëm duke përfshirë punonjësit, klientët, furnizuesit, qeveritë lokale apo qendrore dhe anëtarët e komunitetit. Premisa themelore e teorisë së

palëve të interesuara është se firmat janë të detyruara të pranojnë se palët e interesuara janë persona apo grupe me interesa legjitime në organizatë dhe gjithashtu duhet të dihet nëse organizata ka apo nuk ka ndonjë interes nga palët e interesuara. Autori Freeman vë në dukje se "për të qenë një strateg i mirë është e nevojshme që të merren në konsideratë ato grupe që mund të ndikojnë në organizatë në anën tjetër duhet me qenë i përgjegjshëm dhe duhet të merren në konsideratë ato grupe në të cilat ju mund të ndikoni"(Freeman,1984) dhe teoria e grupeve të interesit pranon që grupet e ndryshme mund dhe duhet të kenë një ndikim të drejtpërdrejtë në procesin e vendimmarrjes menaxheriale. Teoria e grupeve të interesit ka qenë e konsideruar si një qasje e dobishme për të adresuar parimet e planifikimit të turizmit të qëndrueshëm.

3.4 Grupet e interesit në Destinacionin Turistik

Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm si objektiv ka përfitimet në sferën sociale dhe ekonomike si dhe shfrytëzimin sa më racional të resurseve dhe përdorimin sa më të mirë të burimeve mjedisore për komunitetet pritëse. Po ashtu prioritet është edhe siguri i një punësimi të sigurt dhe respektimi i kulturave dhe traditave të tyre. Elementët kryesore që karakterizojnë qëndrueshmërinë e turizmit kanë të bëjnë me plotësimin e nevojave dhe dëshirave të vizitorëve dhe të komuniteteve pritëse si dhe të bartësve tjerë të turizmit qoftë për momentin e tanishëm të procesit si dhe për periudhat e ardhshme kohore. Marrëdhënia në mes të grupeve të interesit apo turistëve, komuniteteve pritëse, bizneseve, atraksioneve turistike dhe mjedisit natyror është komplekse dhe më shumë veprime që janë të ndëlidhura mes këtyre grupeve. Sipas disa autorëve komuniteti pritës është në vetvete një pjesë e produktit turistik. Me banorët e këtyre komuniteteve duhet

të bashkëpunohet në mënyrë të mirëfilltë, sepse qëndrimet dhe sjelljet e tyre bëjnë mikpritjen si burim të çmuar të destinacionit turistik (Smith, 2009) .

Parë nga një perspektivë tjetër duhet që të analizohet efekti i turizmit të qëndrueshëm dhe të vihet në dukje se si ky lloj i turizmit mund t'i plotësojë nevojat e komunitetit pritës në drejtim të përmirësimit të standardit të jetesës në kuptimin afatshkurtër dhe afatgjatë. Në qoftë se zhvillimi social dhe ekonomik do të matej me parametra specifik atëherë si parametra matës me të përshtatshëm do të ishin përmirësimi i dukshëm i kushteve të jetës dhe i jetesës në përgjithësi të njerëzve të zakonshëm. Njerëzit sa më shumë që përfitojnë nga turizmi aq më tepër do të mbështesin aktivitetet turistike dhe aq më shumë do të jenë të motivuar për t'i mbrojtur burimet natyrore dhe trashëgiminë kulturore të tyre. Për një komunitet pritës, investimi në industrinë e turizmit mund të ketë disa avantazhe mbi të tjerët. Turizmi është parë shpesh si një industri miqësore me mjedisin në krahasim me industri të tjera të tilla si prodhimi (D.Kruja& A.Hasaj, 2011). Nëse qytetarët nuk do të marrin ndonjë përfitim nga turizmi ata do të jenë indiferent përball turistëve dhe vizitorëve të destinacionit turistik dhe si rrjedhojë askush nga turistët nuk do të dëshironte ta vizitojë një vend ku ata nuk janë të mirëseardhur (Zhenhua Liu, M, 2003) .

Sikurse me parametrat e përgjithshme të biznesit, destinacionet turistike duhet të kenë një shumëllojshmëri të palëve dhe grupeve të interesuara që duhet të konsultohen në të gjitha fazat e planifikimit dhe vendimmarrjes. Harmonia e palëve të shumta të interesuara është një nga karakteristikat përcaktuese të zhvillimit të një turizmi të qëndrueshëm dhe të turizmit në përgjithësi si dhe grupet e interesit në një destinacion në të njëjtën kohë mund të konkurrojnë dhe të bashkëpunojnë (Buhalis & Cooper, 1998). Grupet e interesit mund të përfshijnë një spektër të gjerë të subjekteve si: qeverinë (në

nivel ndërkombëtar, kombëtar, rajonal dhe lokal): ministritë si dhe departamentet qeveritare në lidhje me turizmin; organizatat ndërkombëtare, organizatat kombëtare, rajonale dhe lokale të turizmit; organizatat zhvilluese të turizmit dhe sipërmarrësit, operatorët e industrisë turistike; praktikuesit e biznesit të sektorit që s'ka të bëjë me turizmin si dhe komunitetin duke përfshirë grupet lokale të komunitetit, grupet e njerëzve si dhe banorët lokalë. Grupet që kanë rëndësi të veçantë për hartimin e një strategjie efektive mund të radhiten në tre grupe të mëdha të palëve: qeveritë, industria e turizmit si dhe komuniteti i destinacionit turistik.

Sektori i turizmit pa dyshim kërkon planifikim dhe menaxhim konsekuent dhe efektiv dhe kjo shpesh shihet si përgjegjësi e organit kompetent qeveritar të destinacionit turistik. Përfshirja e qeverisë fillimisht vjen nga interesi ekonomik dhe përparësitë që sjell zhvillimi i turizmit dhe autori Middleton vëren që qeveritë që justifikojnë ndërhyrjen e saj në sektorin e turizmit për të përfituar nga taksat e paguara nga organizata turistike, taksat indirekte të paguara nga vizitorët dhe nga punësimi i gjeneruar prej aktiviteteve turistike. Qeveritë qoftë të nivelit lokal apo qendror kanë qenë dhe janë shumë aktive në zhvillimin dhe promovimin e qyteteve, rajoneve dhe vendeve, por me kalimin e kohës përfshirja e tyre është zgjeruar përtej shqyrtimit të efekteve ekonomike që sjell turizmi dhe gjenerimi i të ardhurave duke filluar të trajtojnë pasojat fizike dhe sociale të aktiviteteve turistike (Middleton, 1974). Kur ndikimet negative të turizmit filluan të tejkalojnë ato pozitive dhe kur disponimi kundër aktiviteteve turistike u rrit, planifikimet në nivel qeveritar nxitën përpjekjet e tyre për ta kontrolluar zhvillimin e turizmit dhe mënjanimin e ndikimeve të padëshirueshme në sferën socio – ekonomike dhe mjedisore të destinacionit turistik.

Sektori publik në përgjithësi konsiderohet të jetë organi më i përshtatshëm për të udhëhequr aktivitetet drejt zhvillimit të formave më të qëndrueshme të turizmit. Ky fakt bazohet në argumentet se qeverisja lokale zakonisht ka një mandat për të përfaqësuar të gjithë qytetarët dhe jo vetëm ata që kanë interesa të veçanta ose janë grupe të interesit, pra ky sektor shihet si i pa anshëm, pa interesa komerciale dhe për faktin se ai nuk është i kufizuar nga objektivat financiare afatshkurtëra dhe se ai duhet të jetë në gjendje që të planifikojë për një periudhë afatgjatë (Swarbrooke,1998). Megjithatë qeveritë e ndryshme, qoftë lokale apo qendrore kanë marrë kritika të shumta për menaxhimin e industrisë së turizmit. Një nga kritikrat kryesore është që qeveritë kanë imponuar planifikimin lart- poshtë në destinacionet turistike dhe kanë dështuar në mbarvajtjen e procesit të vërtetë të vendimarrjes. Qeveritë kanë marrë edhe kritika për mungesën e vullnetit për të zbatuar politikat e planifikimit autorët Vogel dhe Swanson duke vënë në dukje se burimet qeveritare janë të kufizuara dhe politikat janë bërë më pak pjesëmarrje të përgjithshme ose koordinimin e zyrtarëve të zgjedhur dhe shpesh këto kanë pas më shumë një karakter afatshkurtër (Vogel & Swanson,1988). Këtu shihet mungesa e vullnetit politik si dështim i përbashkët në zbatimin e strategjisë në turizëm dhe ai pretendon se kjo është pothuaj pengesa më e madhe dhe e vetme për zhvillimin e turizmit veçanërisht në nivel komuniteti apo lokal. Përveç kësaj autori Madrigal konstaton se "organizata politike e bashkësive në të shumtën e rasteve janë të dominuara nga individët që përfitojnë në mënyrë të drejtpërdrejtë nga një alternativë e caktuar e zhvillimit (pronarët e pronave, investitorët) ose indirekt, si rezultat i rritjes së përgjithshme(bankierët, pronarët e pronave)" dhe mbështet nevojën që të pengojë ritmin e rritjes në favor të një planifikimi gjithpërfshirës (Madrigal, 1995).

Pavarësisht joefikasitetit të tyre shumë nivele të ndryshme të qeverisë janë të njohura në përgjithësi si më të pajisurit për të administruar procesin e planifikimit të turizmit sidomos kur në strukturat e tyre organizative është e fragmentuar me natyrën e industrisë së turizmit (Simpson , 2001). Autori Akis (1996) gjithashtu ka vërejtur se një nivel i kontrollit të qeverisë mund të jetë i nevojshëm që të ketë përqendrimin më të madh të zhvillimit apo parandalimin e degradimit të mjedisit. Përveç kësaj udhëheqja efektive lokale në të gjitha nivelet është e domosdoshme për të koordinuar spektrin e gjerë të shqetësimeve të adresojë më qartë ndryshimin e ekuilibrave të pushtetit dhe zbatimin e strategjive të orientuara në drejtim të së ardhmës(Trousdale,1999). Megjithatë ky kontroll nuk duhet ta zënë vendin e bashkëpunimit dhe bashkëpunimin me grupe të tjera të interesit . Qeveria lokale në veçanti luan një rol kyç në planifikimin dhe menaxhimin e destinacioneve turistike ku shpesh për shkak se ajo është në nivelin lokal ku ndikimet e turizmit ndjehen më shumë dhe për faktin se është autoriteti vendor që merret me planifikimin e përdorimit të tokës ku në të ardhmen do të zhvillohen aktivitetet turistike. Autori Timothy (1998) pohon se planifikimi për zhvillimin e turizmit zakonisht kërkon njohuritë të thella të palëve apo bartësve të aktiviteteve turistike gjë që shpesh u mungon vendimarrësve nëpër qendra të udhëheqjes, të cilët kanë më pak njohuri me kulturat rajonale dhe kushtet lokale të zhvillimit të turizmit (Timothy, 1998). Megjithatë zyrtarët e qeverisë lokale shpesh e gjejnë veten në një gjendje të vështirë kur kemi të bëjmë me qështjet e planifikimit për zhvillimin e turizmit, sepse konfliktet e interesit shpesh lindin rreth asaj se si vendi apo destinacioni turistik do të zhvillohet dhe zakonisht është vënë në dukje se konflikti në përgjithësi lind kur autoriteti qeveritar lokal shpesh favorizon një koalicion të vogël, i cili ka interesat e veta. Përveç kësaj në disa raste nuk kërkohet nga autoritetet lokale që të shqyrtojnë

implikimet më të gjera të zhvillimit jashtë kufijve ku zhvillohen aktivitetet turistike gjatë kohës kur të merren vendimet, sepse ato implikime mund të dëmtojnë produktin turistik vendor dhe shikimi në drejtim të turizmit në thelb duhet fokusuar në nivel lokal dhe brenda vendit (Dredge & Moore, 1992).

Operatorët e sektorit privat të industrisë së turizmit shpesh shihen si problematik në sektorin e turizmit për shkak të perceptimit se ata janë të preokupuar vetëm me fitimet e tyre dhe me këtë kanë prirje që të miratojnë plane me perspektiva afatshkurtëra. Industria e turizmit ka qenë gjithnjë e prirë që në proceset e planifikimeve të ndryshme të jetë e orientuar drejt interesave të biznesit dhe rritjes ekonomike me motivin primar që të ketë fitim komercial dhe ekonomik si nga ana e sipërmarrësve të sektorit privat dhe të qeverive. Si rezultat kritikët janë barazuar me atë se si industria zhvillon elementet fizike dhe të prekshme të produktit të saj dhe madje edhe me anë të operacioneve të saj specifike të biznesit (Swarbrooke, 1998). Megjithatë pavarësisht kritikave ishte sektori privat që ofron shumicën e infrastrukturës dhe të shërbimeve në të cilat mbështetet destinacioni i turistik dhe në këtë drejtim ka një rol të rëndësishëm në lëvizjen drejt formave më të qëndrueshme të turizmit. Aleancat bashkëpunuese midis aktorëve të sektorit publik dhe privat kanë qenë të cituara si të nevojshme për të trajtuar në mënyrë efektive ndikimet e zhvillimit dhe planifikimit të turizmit të qëndrueshëm . Sipas autorëve(Cooper, Fletcher, Gilbert dhe Wanhill ,1993) "zhvillimi i turizmit nuk do të jetë optimal në qoftë se ajo është lënë në duart e sipërmarrësve të sektorit privat, sepse ata janë të motivuar drejt fitimit. Megjithatë në qoftë se zhvillimi i turizmit është i dominuar nga sektori publik atëherë nuk ka gjasa që do të zhvillohen në normën optimale nga pikëpamja ekonomike. Prandaj është e domosdoshme që përfshirja e sektorit privat dhe publik në planifikimin e turizmit të jetë e balancuar për të siguruar

një ekuilibër të qëndrueshëm" .Është e qartë se bashkëpunimi i gatshëm dhe aktiv në mes të sektorit publik dhe privat shpesh është e vështirë për të arritur për shkak të filozofive rrënjësisht të ndryshme operative. Megjithatë ky bashkëpunim është me rëndësi jetike pasi që sektori publik varet nga investorët privatë për të ofruar shërbime dhe ndërtimin e objekteve turistike, anasjelltas investorët privatë kërkojnë miratimin e qeverisë dhe mbështetje për shumicën e projekteve të tyre.

Banorët e komunitetit të destinacionit turistik, siç diskutohet në literaturën moderne konsiderohen si një nga grupet kyçe të interesit në procesin e planifikimit të turizmit dhe të vendimmarrjes. Kjo ka ndodhur për arsye se politikanët, zyrtarët e qeverisë dhe organizatat turistike kanë qenë të prirur që të theksojnë jashtë mase ndikimet ekonomike që sjell turizmi duke lënë menjatë ndikimet negative mjedisore dhe sociale. Po ashtu pohohet se në qoftë se banorët janë ata që i ndjejnë më së shumti ndikimet negative që sjell turizmi, atyre duhet t'i jepet çdo mundësi për të përfituar nga ndikimet pozitive të cilat janë përgjithësisht të natyrës ekonomike. Për të arritur qëndrueshmërinë në zhvillimin e turizmit banorëve duhet të ju njihet e drejta që të identifikojnë dhe artikulojnë shqetësimet si dhe të jenë ata që përcaktojnë ritmin dhe shkallën e zhvillimit dhe zhvillimi duhet të përputhet me aspiratat dhe aftësitë e komunitetit. Megjithatë në qoftë se komuniteti duhet të konsiderohet një grup legjitim i palëve të interesuara atëherë çështje e pjesëmarrjes se tyre të drejtpërdrejta dhe kuptimplota në vendimarrje duhet të jetë e drejtë për të sjellë një ndjenjë të pronësisë dhe marrjen e vendimeve. Me këtë ndjenjë të pronësisë vjen edhe mbështetja e komunitetit për zbatimin e strategjisë apo planifikimit strategjik. Vlen të theksohet se banorët të cilët pajtohen me qëllimet dhe objektivat të përcaktuara për destinacionin turistik ku ata janë rezident kanë më shumë gjasa të jenë të kënaqur me rezultatet që arrihen dhe mundësia e zgjedhjes së

zhvillimit të qëndrueshëm si faktor i zhvillimit, i cili do të kontribuojë në rritje në mënyrë të konsiderueshme (Leslie, Harrison & Logan, 2000).

3.5 Bashkëpunimi ndërmjet grupeve të interesit në Planifikimin e Turizmit

Qasja e qëndrueshme për planifikim strategjik në turizëm kërkon një proces strategjik duke futur në vete pjesëmarrjen dhe përfshirjen e të gjitha palëve të interesuara dhe bartësve të aktiviteteve turistike në destinacion. Me një shumëllojshmëri të tillë të palëve të interesuara në planifikimin strategjik, çështja e bashkëpunimit në mes të këtyre grupeve bëhet kritike dhe mund të jetë një faktor i madh në përcaktimin e suksesit të procesit të planifikimit dhe përfundimisht suksesin e destinacionit turistik. Shumë autorë e kanë parë pjesëmarrjen publike si çelës për planifikimin e suksesshëm të turizmit, por mendohet dhe është thënë se një qasje bashkëpunuese ku të gjitha palët e interesuara marrin pjesë në procesin e vendimmarrjes dhe duke marrë vendime të drejta ndajnë përgjegjësinë për planifikimin e destinacionit. Kështu gjasat për vendime të përbashkëta rezultojnë të jenë të pranueshme për politika dhe programe të suksesshme. Bashkëpunimi në anën tjetër nga shumë autorë përcaktohet si bashkimi i burimeve të informacionit, të punës, etj nga dy ose më shumë palë të interesuara për të zgjidhur një sërë problemesh, të cilat palët nuk mund të zgjidhin në mënyrë individuale (Aldrich, 1976). Grupet e interesit i krijojnë këto marrëdhënie dhe ndërveprime për të trajtuar një ose disa çështje të përbashkëta ose për problemet që ato i preokupojnë dhe angazhohen në një proces interaktiv për të kërkuar zgjidhje për këto probleme, të cilat shkojnë përtej vizionit të tyre të kufizuar apo të asaj që është e mundur. Bashkëpunimi është në thelb të një procesi emergjent ku grupet mësojnë për të menaxhuar ambientet e tyre që

ndryshon me vendimet e marra bashkarisht dhe me një përgjegjësi të përbashkët. Kjo mund t'i ndihmojë palët e interesuara t'i vlerësojnë interesat e tyre të përbashkëta dhe t'i kuptojë përparësitë që duhen fituar me punë të përbashkët në vend që t'i bëjnë konkurrencë njëri-tjetrit.

Bashkëpunimi i palëve të interesuara përfshin proceset pjesëmarrëse që konsiderohen si një parim themelor i zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm dhe të zhvillimit në përgjithësi, veçanërisht kur një spektër i gjerë përfaqësuesish të aktorëve të komunitetit lokal janë në gjendje për të luajtur një rol aktiv në bashkëpunim dhe përpiqen që bashku të përmbushin qëllimet e përbashkëta të tyre. Arritja e një niveli të arsyeshëm të konsensusit në drejtimet e dëshiruara të zhvillimit të turizmit konsiderohet si një element i rëndësishëm për arritjen e suksesit afatgjatë pasi destinacioni përfshin palë dhe bartës të shumtë dhe grupe të interesit të ndërruar me njëri tjetrin të cilët shpesh kanë pikëpamje të kundërta për zhvillimin e turizmit, teoria e bashkëpunimit është e patjetersueshme për menaxhimin e çështjeve thelbësore në zhvillimin e turizmit në nivelin e destinacionit turistik. Gjithashtu është vënë në dukje se me rritjen dhe zhvillimin e destinacioneve turistike rriten po ashtu edhe problemet për të gjithë aktorët në këtë zhvillim siç janë: organet e qeverisë qoftë lokale apo qendrore, planifikuesit e burimeve, ndërmarrjet turistike, komuniteti etj. Dhe këto palë do të jenë të pa aftë të gjejnë zgjidhje të këtyre problemeve që paraqiten nëse secili vepron në izolim. Sipas autorë Getz dhe Jamal teoria e bashkëpunimit ofron njohuri në një proces dinamik dhe fleksibil, i cili parashikon një vendimmarrje të përbashkët përmes përfshirjes së shumë palëve të interesuara brenda një strukture të përkohshme apo afatgjatë. Procesi kërkon dialog të drejtpërdrejtë midis palëve pjesëmarrëse, të cilat kanë potencial që të

negociojnë dhe të marrin vendime të përbashkëta, ku arrihet konsensus rreth planifikimit strategjik, qëllimeve dhe veprimeve në destinacionet turistike (Getz & Jamal, 1994).

3.6 Sfidat e bashkëpunimit të grupeve të interesit në procesin e planifikimit

Edhe pse konceptet e bazuara në pjesëmarrjen e grupeve të shumta të interesit në planifikimin e turizmit janë mbështetur gjerësisht në literaturë ka pasur një numër të caktuar të kritikave në lidhje me qëndrueshmërinë në turizëm. Pjesëmarrja e komunitetit në planifikimin e turizmit ka qenë e përshkruar në literatura të shumta si e pa nevojshme, e ngathët, e konsumuar gjatë kohës dhe është konsideruar po ashtu si një çështje shumë idealiste. Kjo qasje është kritikuar për shpenzimet financiare të saj, për një kornizë të gjatë kohore dhe me mendimin e dobësimit të fuqisë dhe humbjes së kontrollit mbi çështjet, siç është industria e turizmit, nevoja për edukim pasi bartësit e aktiviteteve dhe komunitetet nuk janë të pajisura me njohuri të përgjithshme për të vlerësuar dhe për të kuptuar potencialin e zhvillimit të turizmit dhe apatia e tyre në drejtim të pjesëmarrjes në procese dhe në vendimmarrje (Krippendorf, 1982). Ashtu siç qëndron puna me pjesëmarrjen e sektorit publik në përgjithësi një nga pengesat më të mëdha për të marrë pjesë në planifikimin e turizmit është se planifikimi konsiderohet shpesh me tepër si një gjest apo shenjë. Në një numër studimesh studjuesit kanë bërë gjetjen se edhe aty kur ka ndodhur pjesëmarrja publike në proceset e diskutimit dhe vendimmarrjes, qëllimet e planifikimit të turizmit kanë mbetur të përqëndruara në interesat afariste të pjesëmarrësve dhe përfshirja e komunitetit ka qenë vetëm simbolike. Autori Joppe këtë çështje e adreson në faktin se shumë nga politikanët kanë ndjenjën se ky proces i rrezikon pozitat dhe pushtetin e tyre duke menduar se pjesëmarrja e një baze

të gjerë dhe bashkëpunimi në mes të palëve mund të ndryshojnë fuqinë e "mbajtësit tradicional të pushtetit" (Joppe,1996). Fuqia vendimmarrëse sipas shumë autorëve mund të shihet si aftësi e një pale për të imponuar vullnetin e tij mbi marrëdhëniet dhe mbajtësit tradicional të pushtetit, të cilët kanë prirje në mbajtjen e ndikimit të tyre mbi vendimet kyçe dhe të diktojnë axhendën për zhvillim dhe planifikim (Reed,1997). Planifikimi tradicionalisht nënkupton një grup të elementeve primare dhe dytësore ku elementet superiore janë në gjendje për të planifikuar dhe për të imponuar vullnetin e tyre mbi pjesën tjetër të sistemit. Pjesëmarrja mund të përcaktohet në mënyre të arsyeshme si një thirrje e grupeve për bashkëpunim dhe vendimarrje por kjo bëhet në mënyrë të tillë ashtu që status quo-ja e pushtetit nuk është rrezikuar (Dye, 1986). Në raste të tilla pjesëmarrja mund të jetë e kufizuar për të mbledhur dhe artikuluar mendimet e palëve të interesuara në proces, i cili është kryesisht një proces i konsultimeve pa një dialog të drejtpërdrejtë në mes të palëve të interesuara dhe planifikuesëve.

Procesi i planifikimit në turizëm është një proces shumë politik dhe arritja e një konsensusit racional, të plotë, për planifikim të turizmit në afatë të gjatë mund të jetë i pamundur duke pasur parasysh interesat e sektorëve të ndryshëm të një komuniteti apo destinacioni turistik. Autorët Bahaire dhe Elliot pohojnë se " përfshirja e komunitetit ose pjesëmarrja e publikut në planifikim mbetet akoma një koncept i paqartë por është thelbësore për arritjen e shkallës së nevojshme të nivelit të pushtetit dhe të ndikimit të qytetarëve në kuadër të procesit të hartimit të politikave për zhvillimin e turizmit" (Bahaire & Elliott,1999). Autorë të tjerë kanë vënë në dukje sypozime të pabaza se procesi i planifikimit turistik dhe politika që zhvillohet është një politikë pluraliste në të cilën njerëzit kanë qasje të barabartë në burimet ekonomike dhe në vendnimarrje

politike. Për këtë arsye autorët Getz dhe Jamal argumentojnë se është e rëndësishme që "Planifikimi i turizmit të kërkoj një koncept të ri dhe të zhvillohet si një proces i mirëfillt politik" që përfshin një shumëllojshmëri të palëve të interesuara duke u përpjekur për të arritur një konsensus në shtrimin dhe arritjen e objektivave" (Getz & Jamal, 1994). Sfida tjetër është se gjatë procesit të planifikimit supozohet se autoritetet lokale janë të përshtatshme për të bërë modele për ndarje të pushtetit në procesin e planifikimit dhe kështu ato do të jenë në rolin e gjyqtarit neutral në procesin e zhvillimit të destinacionit dhe elementeve tjera të tij. Megjithatë shpesh ky nuk është rast i përgjithshëm pasi qeveria lokale zakonisht ka një ndikim disproporcional dhe shkallë të fuqisë vendimmarrëse mbi procesin e vendimmarrjes. Studiuesi dhe autori Reed në studimin e marrëdhënieve të pushtetit dhe fuqisë vendimmarrëse në procesin e planifikimit ka gjetur faktin se ka pasur një shumëllojshmëri të vizioneve që konkurrojnë mes tyre për çështjet e zhvillimit të turizmit dhe betejave se kush duhet të marrë vendime dhe se elita udhëheqëse në pushtet ka përdorur lloje të ndryshme të taktikave për të ndikuar përpjekjet e bashkëpunimit dhe për të mbajtur nivelin e tyre të pushtetit. Megjithatë është gjetur se me anë të angazhimit të pjesëmarrësve dhe të qytetarëve plani dhe strategjia për zhvillimin e turizmit është prezantuar me një vizion shumë më të gjerë të aspiratave të komunitetit se sa do të ishte bërë ndryshe pa pjesëmarrjen e tyre (Reed, 1997).

KAPITULLI IV

Kosova dhe Resurset bazë të zhvillimit të Strategjisë të Turizmit të Qëndrueshëm

Kosova ka pozitë të volitshme gjeografike dhe disponon resurse të rëndësishme nëntokësore, mbitokësore, humane si dhe klimë, florë dhe faunë të përshtatshme. Pozita gjeografike paraqet përparësinë natyrore të saj. Kosova është vend ballkanik, mesdhetar dhe evropian. Është rajon tranzitor, përmes së cilit kalojnë rrugët gjeostrategjike nga Evropa Perëndimore dhe Veriore drejt Lindjes së Mesme dhe më tej në Azi, si dhe nga Mesdheu me shtetet lindore të Evropës. Krahësuar me sipërfaqen relativisht të vogël të Kosovës, pasuritë natyrore si "kapital latent nacional", që nuk janë mjaft të gjurmuara paraqesin një potencial të lakmueshëm, që me një qasje multidisiplinare në kuadër të integritimeve rajonale dhe më gjerë mund të krijojë perspektiva të reja zhvillimore.

Vlerat turistike të Kosovës përbëjnë numër relativisht të madh të motiveve si për nga heterogjeniteti po ashtu edhe për nga prejardhja. Për nga motivet atraktive Kosova prinë para shumë vendeve të ish Jugosllavisë. Koncentrimi i motiveve të shumta turistike, natyrore dhe antropogjenë, ka rrjedhur nga specifikat natyrore dhe kushtet shoqëro historike në të kaluarën por edhe në vazhdim. Motivet e pasura turistike dhe pozita (radhitja) adekuate (e përshtatshme) e tyre në mënyrë lineare dhe grupore dëshmojnë se territori i Kosovës paraqet motive specifike turistike në ish Jugosllavi e cila përbëhet prej ultësirës së Kosovës dhe rrafshit të Dukagjinit dhe motiveve të Sharrit, Bjeshkëve të Nemuna (Alpeve Shqiptare) dhe bjeshkëve të Kopaunikut. Në pjesë të tilla janë të koncentruara numër i madh i motiveve antropogjenë, motiveve kulturore dhe historike, vendbanime të vjetra dhe motive etnografike-etnologjike me specifikat e tyre

4.1 Karakteristikat e ambientit fizik të Kosovës

Kosova gjendet në Evropën Juglindore, e karakterizon pozita qendrore në Gadishullin Ballkanik. Kufizohet me: Shqipërinë (112 km gjatësia e kufirit), Maqedoninë (161 km), Serbinë (352 km) dhe Malin e Zi (77 km) (UNDP, 2002). Shtrihet në gjërësi gjeografike veriore prej 41°50'58" deri 43°15'42" dhe gjatësi gjeografike lindore prej 20°01'02" deri 21°48'02" (MMPH-DPH,2002). Sipërfaqja e Kosovës është në 10 908 km² të cilën jetojnë rreth 1 820 631 banorë. Kosova është e rrethuar me male të larta, disa kreshta malore kalojnë edhe mbi 2000 m lartësi mbidetare (maja më e lartë Gjeravica 2.656m) (Çavolli,1997), që kanë përbërje të ndryshme gjeologjike ndërsa në mes shtrihen dy fushëgropat më të mëdha ajo e Dukagjinit dhe Kosovës. Malet nuk e izolojnë Kosovën nga vendet e tjera sepse në të katër anët lumenjtë kanë prerë lugina të gjera dhe të thella lumore duke i tejkaluar këto barriera natyrore dhe duke e vënë Kosovën në funksion lidhës në brendësinë e Gadishullit Ballkanik dhe deteve që e rrethojnë. Kosova është kyçi hidrografik prej nga rrjedhin ujërat në drejtim të Detit Adriatik, Detit të Zi dhe Detit Egje. Kosova, me të gjitha elementet gjeografike është një hapësirë e individualizuar dhe specifike. Nëpër territorin e saj kalojnë rrugë të rëndësishme të cilat lidhin Evropën e Mesme me bregdetin e Detit Mesdhe. Si e tillë ajo ka një pozitë të rëndësishme strategjike në këtë pjesë të Evropës. Pozitën e mirë gjeografike Kosovës ia mundëson edhe llojllojshmeria e faktorëve natyrorë: përbërja gjeologjike, relievi, klima, hidrografia, vegjetacioni dhe tipet e tokave si dhe pasuritë nëntokësore që janë bazë e mirë për zhvillimin ekonomik. Me elementet e peizazhit natyror, ajo tregon diferencat e veta. Në një hapësirë gjeografike aq të kufizuar, janë zhvilluar gati të gjitha kategoritë e relievit me forma të larmishme dhe gjithashtu më ndryshime të theksuara klimatike.

Ndërrimet në elementet natyrore janë manifestuar edhe në tipet e tokave dhe vegjetacionit natyror, duke e bërë një peizazh specifik. Kosova shquhet për shumë resurse natyrore të cilat e kanë bërë të njohur jo vetëm në suaza të Gadishullit Ballkanik por edhe më gjërë. Bujqësia është veprimtaria kryesore ekonomike, me dendësi të madhe agrare me mekanizim të pamjaftueshëm, me strukturë të pavolitshme për kultivimin e kulturave etj. Toka bujqësore janë 53% dhe 39.1% pyje, rreth gjysma e tokës bujqësore (52.3%) është e lërueshme, kurse një e treta (31%) janë kullosa (UNDP.2002)). Industria gjendet në fazën e tranzicionit. Një profil i tillë ekonomik ka kushtëzuar dominimin e popullsisë rurale ndaj asaj urbane. Në aspektin demografik Kosova është hapësirë kompakte ku kombësia shqiptare përbën rreth 90% ndësa kombësitë e tjera rreth 10% (serbë, malazez, turq, muslimanë, romë etj.). Për nga mosha popullsia e Kosovës është e re ku dominon mosha nën 19 vjeç dhe atë me 42.5%. Kryeqyteti i saj është Prishtina kurse qytetet e tjera të mëdha janë: Prizreni, Mitrovica, Peja, Gjakova, Gjilani dhe Ferizaji (MMPH,2004).

4.1.1 Klima dhe Temperaturat

Në Kosovë klima ndryshon gjatë katër stinëve të vitit. Dimri është me borë dhe me temperatura të ulëta. Pranvera dhe vjeshta janë të freskëta dhe me reshje kurse vera është e nxehtë dhe e thatë me temperaturë mesatare +20 °C. Bukurinë natyrës së Kosovës ia shton vegjetacioni dhe bota shtazore e pasur. Kosova shquhet me bukuri natyrore si : ujëvara, kanjone, gryka, shpella, vende të bukura për sport, piknik, gjueti, peshkim, notim dhe terrene skish. Klima e veçantë mundëson kushte për ski deri në muajin maj.

4.1.2 Hidrografia

Kosova ka një rrjet hidrografik kryesisht autokton gjë që shpreh kufijt natyrorë të saj. Ekziston përputhshmëri mjaft e plotë në mes ujëmbledhësit hidrografik dhe kufijve administrativ-politik. Sipërfaqja ujëmbledhëse topografike e Kosovës është 11,645 km² dhe ndaj sipërfaqes administrativo-politike është vetëm për 758 km² ose 6.5 % më e madhe. Kosova ka një rrjet të zhvilluar të rrjedhave ujore. Lumenjtë e Kosovës të kushëtuar nga pozita gjeografike dhe relievi formojnë një rrjet hidrografik qendërikës dhe u takojnë sistemeve të ndryshme lumore. Ata dallohen si nga numri ashtu edhe nga gjatësia e tyre. Lumenjtë karakterizohen me ujë të bollshëm, duke marr parasysh sasinë e madhe të reshjeve që kjo hapsirë merr gjatë vitit. Si pasojë e tyre kemi një rrjet të dendur hidrografik të përhapur në tërë territorin e vendit. Në pjesët e larta të relievit janë formuar ujëvara, rrjedha të shpejta, gryka, kanione e në pjesët e poshtme terraca të lumit, meandra, moçale etj. Në të gjithë këta lumenj karakteristikë themelore është lëkundja e madhe e niveleve dhe e prurjeve të ujit. Lumenjtë e Kosovës e bëjnë gërshetimin e tri ujëndarësve detare të Gadishullit Ballkanik, i cili gjindet në perëndim të Ferizajit, në Sukën e Dërmanit (1.364m l.m.d.). Në shpatijet e kësaj suke i kanë pjesët burimore lumi Sitnica, Nerodimja dhe Toplluga të cilët derdhin ujin në dete si (Deti i Zi, Deti Egje dhe Deti Adriatik). Shtrirja e ujëndarësit detar nëpër terrene të ulëta të papërcaktuara kanë krijuar kushte natyrore për degëzimin (bifukacionin) e ujit dhe paraqitjen e dukurive të bifukacionit si është ai i Nerodimes afër Ferizajt. Lumi i Nerodimës e dërgon ujin në Detin e Zi dhe në Detin e Egje dhe është e vetmja dukuri e këtillë në Evropë. Drejtimi i rrjedhave të lumenjve është zhvilluar në harmoni me

format kryesore të relievit. Pjesa më e madhe e lumenjve i takojnë pellgut të Detit të Zi 50,7 % , Detit Adriatik 43,5 % dhe Detit Egje 5,8 % .(MMPH.2005).

4.1.3 Flora dhe Fauna

Larmia klimatike pedologjike dhe hidrografike kanë ndikuar në shumëllojshmërinë e botës bimore e shtazore. Në zonën kalimtare prej fushës në viset bregore haset bashkësia e akacjeve (bagremit), pastaj e manit të bardhë, e manit të zi, lisit të zi, rrapit, plepit kanadez, dafinës, frashrit amerikan etj. Në viset bregore më e përhapur është bashkësia e ahut. Në brezin e drunjëve gjetherënës (900-1500 m) fillojnë së pari bashkësitë e përziera me gjethembajtës, e pastaj fillon brezi i drunjëve gjethembajtës: dëllinja (bredhi i kuq), bredhi (çami), boriga (pisha e zezë), pisha e bardhë. Bashkësia e gështenjës si treguese e ndikimit të klimës mesdhetare vazhdon rrëzave të Alpeve Shqiptare deri të Strellci i Epërm dhe deri në Pejë. Në lartësi rreth 1500m. fillon brezi i kullosave malore të cilat ngritën deri në lartësinë 2200 m. Në brezin e kullosave haset boronica, bimë e cila jep fruta shumë të shëndetshme. Zona kodrinore-malore është më e pasura me faunë. Në zonën fushore e kodrinore ku shtrihen pyjet (si Lipovica, Kleçka etj.) jeton kaprolli, derri i egër, dreri dhe lepuri. Prej shpezëve në zonën fushore-kodrinore hasen korbi i murrmë , laraska, shtura, harabeli fushor, qukapiku, pëllumbi, turtulli, thëllëza e fushës, shkurtëza, fazani etj. Në zonën malore ku shtrihen edhe pyjet jeton ariu i murrmë, luqerbuli, dhia e egër, derri i egër, ujku, sqarhi i artë, sqarhi i bardhë, dhelpra, kaprolli, pulegra e madhe dhe e vogël, pula e pyjeve, thëllëza , ketri etj. Ariu më tepër haset në zonën malore të Alpeve Shqiptare në Sharr, Moknë etj. Për gjueti turistike janë të përshtatshëm pylli i Lipovicës (Blinajës) dhe Kleçkës jo larg

Lypjanit. Sa i përket faunës ujore mund të gjuhen: trofta e përrojeve, dispari, ngjala, mustaku, krap, bërcaku, skobusi, siluri, gjuhca, cironka etj.

4.2 Historiku i shkurtër i Turizmit në Kosovë

Kosova u paraqit vonë në tregun turistik të ish- Jugosllavisë, kuptohet për shkak të pozitës koloniale që ka pasur Kosova brenda Serbisë dhe të izolimit të plotë për mungesë të rrjetit të komunikacionit. Vetëm pas ndërtimit të magjistrales së Adriatikut dhe asaj të Ibrit më 1971 Kosova filloi të afirmohet si treg potencial turistik. Në periudhën deri në vitin 1970 nga aspekti turistik Kosova ka qenë mjaft e pa zhvilluar. Koncepti themelor atëherë ka qenë zhvillimi i turizmit lokal. Prapambetja e gjithëmbarshme e bazës së turizmit ka ndikuar në kahjet e zgjidhjes së atyre problemeve që kanë qenë më akute e që shpesh edhe nuk kanë shkuar drejtpërdrejt në dobi të qarkullimit të vërtetë turistik. Këtu në radhë të parë kemi parasysh sigurimin e qyteteve me kapacitete për vendosje që janë ndërtuar për nevojat e ekonomisë (udhëtime afariste), por edhe për nevojat e përhershme të popullatës vendëse si kapacitete hoteliere dhe restorante. Vlerësimi i përgjithshëm është se zhvillimi i turizmit në Kosovë ka ngecur shumë në krahasim me dinamikën e zhvillimit të turizmit në ish- Jugosllavi. Kjo ka qenë pasojë e konceptit themelor negativ për ekonominë e Kosovës si vend që duhej të krijonte dhe prodhonte vetëm lëndë të parë dhe gjysmë të përpunuar për nevojat e industrisë së ish- Jugosllavi. Pas vitit 1970 për ta përmisuar strukturën ekonomike Kosova filloi hulumtimin e mundësive për zhvillimin e turizmit, ndërtimin dhe modernizimin e rrjetit rrugor dhe ndërtimin e bazës materiale të turizmit. Në periudhën 1970-1989 kriteri themelor i interesit ekonomik të Kosovës për zhvillimin e turizmit si

edhe për zhvillimin e veprimtarive të tjera ka qenë ndikimi që ka pasur dhe që do të kishte turizmi në rritjen e shkallës së punësisë dhe të ardhurave, sepse këto dy kategori ekonomike kanë qenë dhe janë esenca e problematikës shoqërore-ekonomike të Kosovës. Kosova me sakrifica të shumta krijoi potencial të konsiderueshëm të ekonomisë turistike që përbënte bazë mbështetëse për zhvillimin e ardhshëm. Pas suspendimit me dhunë të autonomisë së Kosovës në mars të vitit 1989, pushteti okupues u përqendrua edhe në shkatërrimin e substancës ekonomike të turizmit. Kjo mund të shihet nga këto fakte:

- U vendosën masat administrative të dhunshme në të gjitha ndërmarrjet hoteliere dhe agjencitë turistike dhe udhëheqësit shqiptarë u zëvendësuan me serbë;
- U përjashtuan me dhunë nga puna rreth 70% të punëtorëve shqiptarë që punonin në lëmin e turizmit dhe 100% të kuadrove shqiptare, drejtueset turizmit;
- Përmes ligjeve koloniale mbi transformimin e pronës shoqërore mbi koncesionet mbi investimet e përbashkëta nëpërmjet transaksioneve fiktive i bënë ndërmarrjet e Serbisë “pronar” të pjesës më të madhe të kapitalit të ekonomisë turistike të Kosovës (objektet hoteliere në Brezovicë, Prizren, Deçan, Prishtinë etj);
- U ndërpreu investimet e filluara në turizëm dhe mirëmbajtja e objekteve turistike madje edhe e vijave të instaluar teknologjike.

Me këto masa dhe masat tjera që pësuan më vonë në esencë u shkatërrua subjektiviteti juridik i ndërmarrjeve turistike të Kosovës. Të gjitha këto veprime patën pasoja të rënda dhe ndikuan në:

- Rënien drastike të qarkullimit turistik,
- Rënien drastike të kapaciteteve të vendosjes,

- Rënien e njësive afariste në sektorin shoqëror të hotelerisë,
- Rënien drastike të numrit të të punësuarve në hoteleri dhe në agjenci turistike,
- Rënien e aktiviteteve afariste, Dëmet në të gjitha ndërmarrjet hoteliere etj.

Në vitin 1998, në krahasim me vitin 1989, kemi këtë rënie të qarkullimit turistik:

Tabela 1: Qarkullimi turistik : (1989-99)

Periudha 1989- 1999	Numri njësive punonjëse	Vizitorë		Bujtje		Gjithsej	
		Të vendit	Të huaj	Të vendit	Të huaj	Vizitorë	Bujtje
1989	54	167209	17064	731508	28574	184273	760082
1990	54	130000	15000	744000	28000	145000	772000
1991	46	103498	4090	566174	9099	107588	575273
1992	46	103145	3029	432747	8857	106374	441604
1993	50	90840	2675	324136	6882	93515	331018
1994	50	88694	4676	253328	8690	93370	262018
1995	50	107231	2299	285609	4986	109530	290595
1996	50	76773	2532	269920	6934	80305	274854
1997	50	72351	2645	351842	4981	74996	356823
1998	50	38075	4974	179269	19005	43049	198274
1999	23	32610	12616	7952	55720	45226	63672

Burimi: Enti Statistikor i Kosovës, Prishtinë 1998.

Tabela 2: Kapacitetet e vendosjes (1989-99)

Periudha 1989- 1999	Numri i njësive punonjëse	Numri i Dhomave	Numri i shtretërve			Numri i karrikave	Numri i punëtorëve
			Përhershëm	Ndihmës	Gjithsej		
1989	54	3526	7314	687	8001	71115	7873
1990	54	3515	7329	498	7827	61291	6077
1991	46	2523	5277	492	5769	69064	5947
1992	46	2571	5277	492	5769	68660	6435
1993	50	2599	5683	423	6106	74352	6563
1994	50	2599	5683	423	6106	27856	3662
1995	50	2613	5739	407	6146	27300	3796
1996	50	2609	5728	407	6135	27004	3921
1997	50	2588	5670	403	6073	29938	3914
1998	50	2614	5885	373	6258	XXX	XXX
1999	23	938	1547	134	1681	3740	885

Burimi: Enti Statistikor i Kosovës, Prishtinë

Nga kjo shihet se :

- numri i turistëve të vendit nga 167.209, sa u realizua më 1989, ka rënë në

38.075 në vitin 1998,

- numri i turistëve të huaj nga 17.064 në 4.974,
- numri i bujtjeve të turistëve të vendit nga 731.508 në 179.269,
- numri i bujtjeve të turistëve të huaj nga 28.570 në 19.005,
- numri i dhomave nga 3.526 në 2.614,
- numri i shtretërve nga 8006 në 5880,
- numri i njësive afariste nga 1624 në 254,
- numri i karrigeve nga 71.115 në 29.938,
- numri i ekonomive shtëpiake për vendosje nga 104 në 0,etj.

Karakteristikë e viteve 90-96 ishte edhe hapja e një numri të madh të agjencive turistike të cilat nuk i plotësonin as kushtet minimale teknike për ushtrimin e veprimtarisë së tyre . Pjesa dërmuese e këtyre agjencive janë marrë vetëm me shitjen e biletave të aeroplanit dhe punët transportuese të udhëtarëve .Periudha 98-99 është periudha kur Kosova përjetoi shkatërrim masiv të potencialeve turistike të kapaciteteve turistike të cilat edhe ashtu ishin në një numër të vogël. Kjo periudhë kohore si periudhë e shkatërrimit masiv të gjithë asaj pasurie që u ndërtua me vite bëri që Kosova e pasluftës të jetë një vend me një ekonomi të rrënuar. Pas lufte turizmi zë vend të rëndësishëm në aktivizimin ekonomik të Kosovës. Numri i bizneseve dhe numri i të punësuarve në turizëm zë vendin e katërt në numrin e përgjithshëm të punësuarve në Kosovë. Vetëm gjatë periudhës shtator 2001-qershor 2002, numri i bizneseve private të sektorit të turizmit është rritur për 862 subjekte ose 55%. Edhe punësimi i përgjithshëm në bizneset turistike vetëm për nëntë muaj ka shënuar rritje për 1548 punëtorë ose për 7.7%. Shpërndarja hapësinore e bizneseve turistike ka qenë përafërsisht në përputhshmëri me aktivitetin ekonomik që është realizuar nëpër komuna të Kosovës. Në numrin e

përgjithshëm të bizneseve turistike të vendit, Prishtina merr pjesë me 32.11% (1373 biznese turistike), Prizreni me 12.39% (530), Peja me 3.85% (165), Ferizaj me 2.38% (102), Gjilani me 5.59% (239), Mitrovica me 6.73% (288) dhe Gjakova me 4.58% (196 biznese turistike). Raporte përafërsisht të ngjashme janë edhe për të punësuarit në këtë sektor në këto qytete. Prishtina prinë me 3078 të punësuar në turizëm ose 28.16%. Gjatë periudhës kohore qershor 1999-2002, në krahasim me periudhën e paraluftës, janë bërë ndryshime shumë të mëdha sa i përket strukturës së kapaciteteve të vendosjes dhe shfrytëzimit të tyre. Raporti i kapaciteteve themelore të vendosjes dhe i atyre komplementare është i pavoritshëm. Numri i objekteve themelore për vendosje në numrin e përgjithshëm të objekteve për vendosje, merr pjesë me 48.5%, ndërsa kapacitetet komplementare me 51.5% (Draft-SZHTK, 2007-2014).

4.3 Turizmi vendor dhe rëndësia e tij

Ekzistojnë shumë pyetje dhe mendime rreth asaj se cili është nocioni për “turistët vendor” dhe çfarë është roli i tyre në zhvillimin e destinacionit turistik? Disa autorë e karakterizojnë një turist të brendshëm apo vendor si banorë të cilët udhëtojnë në destinacionet brenda vendit të tyre të lindjes. Sipas Organizatës Botërore të Turizmit turist vendor janë të gjithë ata individ ose banorë të një vendi që vizitojnë destinacionet apo zonat turistike brenda vendit të tyre ose udhëtojnë në destinacionet lokale e që nuk e kanë vendbanimin e tyre për një periudhë kohore më shumë se 24 orë ose 1 natë, por jo më shumë se 1 vit për ndonjë qëllim tjetër që dallon nga qëllimet rekreative, kohë të lirë, pushime, sport, biznes, mbledhje, konferencë, ose për të vizituar miqtë apo të afërmit, pra pa qëllim të punësimit apo përfitimit material (Chadwick, 1994).

Duke u bazuar në përceptimet e mësipërme turistët vendor në mënyrë të qartë kanë një ndikim të rëndësishëm në zhvillimin e turizmit të një vendi. Shumë turistë vendas udhëtojnë brenda periudhave të ndryshme kohore dhe stinore me qëllim të kryerjes së aktiviteteve të ndryshme të tilla si: vizita tek miqtë apo të afërmit, me atë rast vizitohen apo frekuentohen objekte të ndryshme të akomodimit dhe që ofrojnë ushqim dhe pije.

Udhëtimet me qëllime të tubimeve të natyrave të ndryshme siç janë konventat, konsultime, konferencat, seminarët etj. Si dhe vizitat tek miqtë apo të afërmit që ndërlidhen me veprime rekreative, kanë të bëjnë me shfrytëzimin e plotë të hapësirës dhe produkteve turistike që ofrohen dhe të cilat janë të rëndësishme në formimin e konceptit dhe të zhvillimit të kuptimit të destinacionit turistik. Ekzistojnë shumë studime rreth shfrytëzimit të kapaciteve turistike nga ana e turistëve vendor ku autori Badaruddin (2005), thekson se në përgjithësi turistët vendor, përveç nxitjes për vizita tek miqtë tek ta tërheqje të posaçme krijon edhe nevoja për të plotësuar kohën e lirë duke vizituar destinacionet turistike vendore ku rol të veçantë luajnë bukurit e natyrës, objektet rekreative dhe atraksionet që ofrojnë subjektet turistike siç janë, ofrimi i ushqimit dhe i pijeve si dhe duke vizituar vendet historike duke eksploruar kulturën lokale dhe duke vizituar muzeume dhe parqet kombëtare. Pra, shumë turistë vendorë udhëtojnë me qëllim që të plotësojnë nevojat për pushim dhe relaks në intervalin e kohës së lirë.

4.4 Potencialet Turistike në Republikën e Kosovës si faktor të ofertës

Fizionomia e elementeve tërheqës të Kosovës udhëzon qartë në rajonet malore, drejtimet e transitit turistik, qytetet e mëdha, banjat, komplekset dhe pasuritë e trashëgimisë natyrore dhe kulturore, lokalitetet e gjuetisë dhe fshatrat. Duke u nisur nga trendet aktuale dhe trendet e parashikuara të kërkesës ndërkombëtare turistike, mundësi reale në plasimin e ofertës turistike në tregjet ndërkombëtare mund të priten në qendrat rajonale të Kosovës në malet e larta, në drejtimet e transitit ndërkombëtar rrugor, në komplekset e trashëgimisë natyrore dhe kulturore me vlerë shumë të madhe dhe në vendet më të rëndësishme të gjuetisë.

Tri nivelet e ndryshme që krijojnë hierarkinë e ofertës turistike të Kosovës:

1. **Niveli i parë** – oferta kulminante turistike e Kosovës që përfshinë rrethin më të gjerë të kërkesës lokale, rajonale, kombëtare dhe ndërkombëtare:
 - Peizazhet masive malore të Bjeshkëve të Nemuna, që kanë kapacitet të madh pranimi, natyra e ruajtur, sidomos flora pyjore dhe fauna.
 - Lartësitë malore që arrijnë mbi 2600 m me kushte të përshtatshme klimatike për zhvillimin e turizmit veror e sidomos të atij dimëror.
 - Rrjeti i qyteteve dhe vendbanimeve me ofertën e organizuar të serviseve shërbyese që lidhen me korridoret kryesore të komunikacionit, si sistem.
 - Hapësira e zhvillimit të qarkullimit dinamik (qendrat kryesore: Prishtina, Prizreni dhe Peja).
2. **Niveli i dytë** – oferta turistike Kosovare me rëndësi dhe një rreth i ngushtë ndërkombëtar (Kosova, rajonet kufitare të Shqipërisë, Serbisë, Malit të Zi ,dhe Maqedonisë).

- Masivet malore të Kopaonikut dhe Mokra Gorës si hapësira jashtëzakonisht cilësore për turizëm gjatë gjithë vitit (kanë rëndësi sekondare kryesisht për shkak të faktit se në të njëjtin rajon gjenden Bjeshkët e Nemuna dhe Sharri),
 - Qendrat termale: Ilixha (Banja e Pejës), Kllokoti (afër Gjilanit) dhe Banjska (afër Mitrovicës).
 - Sistemi i atraksioneve natyrore me bukuri të veçantë si Kanioni dhe Ujëvarat e Mirushës, kanioni i Rugovës ,Burimi i Drinit të Bardhë, Bigëzimi i Nerodimes, Shpella e Mermerit dhe e Radavcit etj.
 - Pasuria, shumëllojshmëria etnike dhe kulturore por edhe tërësitë e Ruajtura kulturore historike dhe monumentet e veçanta, midis të cilëve ka të tillë që janë atraksione unike për një klientelë të caktuar.
3. **Niveli i tretë** – është oferta turistike e ekskursioneve ditore dhe të fundjavës pranë qendrave urbane, në bazë të elementeve ekzistuese natyrore që ka si qëllim rekreacionin dhe pushimin e vazhdueshëm të banorëve. Përveç vendosjes së hierarkisë së niveleve të ofertës turistike është bërë edhe rajonizimi i hapësirës turistike të Kosovës, në bazë të tërësisë teknologjike dhe të tregut të rajoneve të caktuara, si:
- 1) **Rajoni qendror** turistik i Prishtinës është epiqendra e të gjitha ecurive turistike të Kosovës (komuna e Prishtinës, Besiana, Drenasi, Lypjani, Kastrioti dhe Fushë- Kosova). Edhe pse turizmi këtu nuk paraqet ndonjë drejtim të theksuar të zhvillimit, llogaritet në ecurinë e rëndësishme të turizmit transit dhe afarist, në bazë të sistemit të qarkullimit, të monumenteve të rëndësishme të trashëgimisë historike dhe tërheqjes së qendrës së zhvilluar qytetare me shërbimet e nivelit më të lartë në Kosovë .

2) **Rajoni turistik i Bjeshkët e Nemuna** është hapësira kapitale për zhvillimin e turizmit (komunat Pejë, Deçan, Burim, Klinë, Gjakovë dhe Rahovec. Qendra kryesore është Peja ndërsa nënqendrat Deçani dhe Gjakova. Bjeshkët e Nemuna janë rajoni potencialisht më i rëndësishëm turistik i Kosovës. Hapësirat natyrore jashtëzakonisht cilësore ,mundësitë e mëdha të pranimi të vizitorëve dhe monumentet kulturore-turistike krijojnë mundësi të pakufizuara të zhvillimit turistik .Ndër vlerat me të rëndësishme duhet të theksojmë vetë masivin malor të Bjeshkët e Nemuna dhe të Moknës (si degë e ndarë), fushat dhe kanionet e Drinit të Bardhë, të Bistricës së Pejës dhe të Deçanit, të Erenikut dhe të Mirushës, të liqeneve malore, qytetet si Peja, Deçani dhe Gjakova, Burimet Termale dhe rrjeti i mirë rrugor. Rajoni turistik i Bjeshkëve të Nemuna ka karakter policentrik, si i tillë prandaj edhe do të zhvillohet në të ardhmen. Peja është qendra me e shquar turistike e rajonit, por edhe e gjithë Kosovës dhe edhe me tej do të mbajë këtë vend. Por këtu janë edhe qytetet e Deçanit dhe Gjakovës si dhe qendrat komunale të Rahovecit, të Klinës dhe Burimit (jashtë orientimeve të drejtpërdrejta të rrjedhave turistike, por në lidhje të ngushtë me hapësirat kryesore turistike të rajonit) Peja, Deçani dhe Gjakova do të jenë pikënisje të vajtjes deri të kapacitetet turistike malore,duke koncentruar të gjithë veprimtaritë përcjellëse të serviseve dhe të tjera. Vetë rajoni i Bjeshkëve të Nemuna do të shfrytëzohet për organizimin e ofertës së tërësishme turistike me një afarizëm gjatë gjithë vitit (sidomos në sezonin e verës dhe të dimrit). Veç zhvillimit të të gjitha llojeve të sporteve dimërore në lartësi mbi 1.000 m. ofrojnë mundësi ideale për turizmin veror malor (ecja, alpinizmi) si dhe zhvillimi i turizmit shëndetësor. Rajoni malor turistik i Bjeshkëve të Nemuna është rajon më i madh

turistik se rajoni i Sharrit. Prandaj këtu ekzistojnë kushtet për formimin e disa zonave (zona e tashme e Deçanit dhe e Pejës) që do të bashkonin qendrat malore të Rusolisë, Kurvalës, Bogdashit, Kopaonikut, Bjeshkës së Belegut ,etj nga Gjeravica në jug, deri te Mokna dhe Hajla në veri. Për nga fizionomia e tyre Bjeshkët e Nemuna mund të klasifikohen në rajonet natyrore potenciale malore turistike që ofrojnë mundësi për formimin e ofertave complete turistike që mbështeten në potencialin e jashtëzakonshëm atraktiv të masivit malor. Sipas specifikave dhe karakteristikave natyrore, sidomos sipas veçorive të relievit, të shumëllojshmërisë biogeografike të resurseve jashtëzakonisht të pasura ujore, të pasurisë së peizazheve dhe të motiveve të mjedisit, Bjeshkët e Nemuna, pa dyshim, janë masivi me unik malor në Ballkanin Perëndimor. Bjeshkët e Nemuna kanë vlerë kulmore në:

- Pasurinë, shpeshhtësinë, shumëllojshmërinë dhe veçantitë gjeomorfologjike të objekteve (malet, grykat, kanjonet, shpellat, etj dhe veçorit e tyre atraktive),
- Kushtet morfologjike për zhvillimin e sporteve dimërore ,të alpinizmit dhe të speloturizmit,
- Denivelimin dhe kapacitetet potenciale, të shtigjeve të skijimit (65.396m dhe po aq skiatorë në një orë), me hapësira dhe kushte të tjera për zhvillimin e turizmit sportivo- dimëror.

4. **Rajoni Turistik i Sharrit** përfshinë masivin malor si tërësinë më të dallueshme dhe më të gjërë të kësaj pjese të Kosovës. Në këto zona bëjnë pjesë komunat: Prizreni, Shtërpca, Dragashi, Kaçaniku dhe Theranda. Siç kemi theksuar, zona turistike e Sharrit, krahas Bjeshkëve të Nemuna është rajoni më atraktiv i Kosovës ku shtrihen

hapësira natyrore me fuqi të madhe pranimi të turistëve dhe ka shkallë të lartë të ruajtjes së natyrës, e plotësuar me shumë elemente me origjinë shoqërore, pastaj në këtë zone gjendet fushat dhe kanionet e Drinit të Bardhë, të Bistricës së Prizrenit, të Lepencit dhe të degëve të tyre, qytetet si Prizreni dhe Ferizaj, komunat malore fshatare si Gora, Opoja, Sredska dhe Siriniçi si dhe korridoret e komunikacionit me pajisjet përkatëse dhe shërbimet përcjellëse. Meqë Sharri gjendet pranë Bjeshkëve të Nemuna, duhet të jetë shembulli i parë i një modeli funksional turistik i Kosovës, si një nga zonat që duhet të kenë përparësi në ofertën turistike në tregun vendor dhe të huaj. Karakteristika kryesore e ofertës së tashme dhe të planifikuar turistike të kësaj zone qendrore në zhvillimin dhe përparimin e njëkohshëm të dy formave themelore të veprimtarive turistike:

- Të turizmit transit dhe të motorizuar,
- Të turizmit stacionar, sidomos në sezonin primar (veror dhe sezonin sekondar dimëror).

Me ndërtimin e rrjetit përkatës rrugor, rrjedhat kryesore turistike shkojnë nëpër unazën primare rrugore, Gjakovë-Prizren-Sharr-Dragash që vazhdon drejt Prishtinës ose Shkupit. Ky rrjet komunikacioni duhet të pajiset me të gjithë serviset e nevojshëm, (motele, stacione servisi e karburantesh, parkingje, përmbajtje argëtuese, autokampe, rrugë deri te vlerat natyrore dhe historike, etj.). Zona turistike e Sharrit nuk është monocentrike, sepse krahas Prizrenit, si qyteti më tërheqës turistik, kemi edhe Ferizajn (që ka pozitë të përshtatshme komunikacioni), pastaj Dragashin, Therandën dhe Kaçanikun.

Në pajtim më pozitën e vet në hierarkinë e mjediseve turistike, të gjitha vendet që përmendëm më lart do të jenë pika nistore në shfrytëzimin e kapaciteteve stacionare

turistike dhe të përmbajtjeve të tjera të planifikuara. Është fakt se mundësitë për të pranuar turistë janë shumë më të mëdha se sa ofertat reale.

çka do të thotë që planifikimi duhet të kuptohet si proces në vazhdim, me etapa, realizimi i të cilave do të varet nga shkalla e arritur e zhvillimit shoqëroro-ekonomik. Oferta e planifikuar turistike e ka burimin në nevojën e plotësimit të segmenteve të ndryshëm të kërkesave turistike gjatë gjithë vitit (sidomos në sezonin veror dhe dimëror), me këto aktivitete: Sportet dimërore, alpinizëm, gjueti, peshkim, turizëm shëndetësor. Zona e Sharrit (nga Luboteni në verilindje deri te Brodi në jug-perëndim) ndahet në tre sektorë kryesorë:

1. Sektori i Lubetenit dhe Brezovicës,
2. Sektori i mesëm rreth rrugës Prizren-Tetovë dhe
3. Sektori i Brodit.

Brenda këtyre tre sektorëve kryesorë planifikohen sistemet e qendrave turistike, ndërsa në pajtim me parimin e ndërtimit të koncentruar hapësirat e ndërmjetme krijojnë mundësinë e shijimit të natyrës së paprekur dhe ekskursionet ditore të vizitorëve. Kjo do të mundësojë që të krijohen lidhje funksionale dhe hapësinore me sistemet e planifikuara turistike në anën Maqedone (Vratnica, Popova, Shapka, Mavrova). Si rajone plotësuese të ekspansionit të mëvonshëm turistik parashikohen masivet e Koritnikut dhe të Pashtrikut, ndërsa për nevojat e popullsisë lokale do të organizohet oferta përkatëse e kapaciteteve turistike-ekskursioniste. Qendrat e planifikuara turistike do të organizohen si njësi të pavarura themelore të ofertës turistike që do të plotësojnë të gjitha nevojat për bujtje, argëtim, rekreacion dhe veprimtari të tjera.

Përparësitë kryesore të një ndërtimi të tillë do të jenë këto:

- Mënyra e vetme e ruajtjes së vlerave natyrore dhe shoqërore në rajon,

- Vendosja e një shkalle të dëshirueshme të jetës shoqërore që rritë mundësitë e rekreacionit dhe është mënyra më e përshtatshme e organizimit të të gjithë elementeve të ofertës turistike,
- Arritja e rezultateve të kënaqëshme ekonomike në ndërtim dhe afarizmin e mëtejshëm,
- Zgjidhja më e lehtë e problemit akut të kualifikimit të fuqisë punëtore.

Në rajonin e Sharrit është planifikuar organizimi i dy sistemeve turistike, ai i Brezovicës dhe i Dragashit dhe që tani ka filluar procesi i zhvillimit turistik, ndërsa situatë reale e komunikacionit rrugor sugjeron marrjen e vendimit që në rajonin e Brezovicës të fillojë ndërtimi dhe organizimi i sistemit të parë të madh të ofertës turistike. Duke pasur parasysh ofertën e planifikuar turistike në Kosovë si tërësi, duhet të theksojmë se deri në fund të periudhës së planifikimit (viti 2014) në rajonin e Sharrit, përveç këtij sistemi, nuk planifikohen kapacitete të tjera të rëndësishme.

5. **Rajoni turistik i Kopaonikut** gjendet në qendër të shkallës turistike të Kosovës, dhe ka elemente shumë cilësore që megjithatë janë relativisht më të dobët se të Sharrit dhe të Bjeshkëve të Nemuna (komunat Mitrovica, Zubin- Potoku, Leposaviqi, Skenderaj dhe Vushtrria). Këtu kryesisht pritët zhvillimi i turizmit transit dhe afarist e më vonë edhe të turizmit bujtinar në Kopaonik dhe Makna-Gorë. Qendër e rajonit është Mitrovica.
6. **Rajoni Turistik i Moravës së Epërme** më pak i rëndësishëm për zhvillimin e turizmit në Kosovë, sepse nuk ka vlera të jashtëzakonshme natyrore dhe shoqërore dhe gjendet jashtë rrjedhave kryesore turistike (MMPH, 2004).

4.5 Gjendja e mjedisit në Kosovë

Ajri - Aktualisht kontribuesit më të mëdhenj të ndotjes së ajrit në Kosovë janë burimet statike edhe ato lëvizëse në zonat urbane si dhe në zonat kryesore të prodhimit të energjisë dhe zonave industriale. Këto janë objekte për prodhimin e energjisë, respektivisht blloqet e TC të KEK-ut (Kosova A dhe Kosova B), sektori i transportit, objektet e mëdha industriale (metalurgjia, mihjet dhe fabrika e çimentos), aktivitetet bujqësore dhe lokacionet ku hedhen mbeturinat. Në objektet për prodhimin e energjisë përdoren karburantet fosile si thëngjilli (lignit me cilësi mesatare) dhe derivatet e naftës me përbërje të lartë të sulfurit. Sektori i transportit karakterizohet me numër të madh të makinave të vjetruara dhe përdorim të karburanteve jo adekuat. Përveç kësaj edhe sektori i industrisë në shumicën e rasteve përdor pajisje dhe teknologji të vjetra. Sektori i bujqësisë kontribuon në ndotjen e ajrit kryesisht përmes djegies së biomasës. Zonat ilegale për hedhjen e mbeturinave me djegie të pakontrolluara të mbeturinave paraqesin një burim serioz të ndotjes së ajrit.

Ujërat - Kosova ka rezerva të kufizuara ujore që në të ardhmen do të jenë një faktor kufizues për zhvillimin ekonomik dhe shoqëror të vendit. Kosova ndahet në 4 pellgje lumore: Drini i Bardhë, Ibri, Morava e Binçës, dhe Lepeneci. Nga territori i Kosovës në vitin me lagështi mesatare rrjedhin përafërsisht 3.8×10^9 ujë përkatësisht 121.2 m³/sec. Problem për ujrat paraqet mungesa e trajtimit të ujrave të zeza, i cili në Kosovë nuk egziston ende. Vetëm rreth 28 % e popullatës, kryesisht në zonat urbane ka qasje në sistemin e kanalizimit.

Toka - Sipërfaqja e Kosovës përfshin afër 1.1 milion ha, 53% e të cilës është tokë e punueshme. Mbi 88% të tokës pyjore është pronë private. Mesatarisht një familje i

takojnë 3 ha tokë. Kosova karakterizohet me një llojllojshmëri të tokave duke u bazuar në gjenezën e krijimit të tyre dhe karakteristikave pedologjike, fizike dhe kimike. Sipërfaqja tokësore e Kosovës është përshtatshme për prodhimtari bujqësore. Llojet e tokave që më së shpeshti i hasim në Kosovë janë: toka humusore, toka aluviale dhe deluviale, toka shkëmbore.

Mbeturinat - Sistemi i tanishëm i menaxhimit të mbeturinave në Kosovë nuk evidenton në mënyrë të strukturuar dhe të mirëfilltë të dhëna mbi gjenerimin, mbledhjen, trajtimin, rikuperimin apo mënjanimin e mbeturinave. Edhe pse përafërsisht 90% e popullatës urbane mbulohet me mbledhjen e mbeturinave, kjo është e një standardi mjaft i dobët për arsye të mungesës së pajisjeve dhe vendeve të dedikuara për hedhje. Zonat rurale mbulohen me më pak se 10%. Sasia mesatare e gjenerimit të mbeturinave në Kosovë është rreth 2 kg për kokë të banorit në ditë . Në Kosovë problemet të theksuara rrjedhin nga mbeturinat e rrezikshme edhe pse nuk ka të dhëna relevante për gjenerimin e tyre. Mungon ende sistemi i organizuar për mbledhjen e vajrave të përdorura, baterive dhe akumulatorëve, gomave të automjeteve, automjetet e papërdorshme, mbeturinat bujqësore (bimore dhe shtazore), mbeturinave medicinale, medikamenteve të skaduara, pesticideve etj.

Energjetika - Sektori energjetik bazohet kryesisht në prodhimtarinë elektrike dhe paraqet njërin ndër sektorët më të rëndësishëm të ekonomisë. Resurset për fitimin e energjisë primare janë mjaft të larta, mirëpo nga aspekti i ndikimit në mjedis kjo është e dëmshme. Kryesisht përbëhet prej rezervave të mëdha të lignitit të cilat llogariten të jenë nga 11-14 miljard tonelata . Rezervat më të mëdha të thëngjillit janë të koncentruara në këto pellgje: Pellgu i Kosovës me rezerva gjeologjike që kalojnë 11 miliard ton, Dukagjini me rezerva gjeologjike të thëngjillit që arrijnë mbi 2,5 miliard

ton dhe Drenica me mbi 100 milion ton. Në fakt 97% prej gjithë energjisë elektrike që prodhohet në Kosovë brenda një viti, sigurohet nga djegia e thëngjillit në termoelektrana, përderisa hidrocentralet prodhojnë vetëm 3% të energjisë vjetore. Nuk ka ende përdorim të energjisë solare, termale, apo prodhim energjie nga era dhe biomasa.

Industria dhe minierat - Në Kosovë, zonat më të pasura me plumb dhe zink janë të koncentruara në brezin e Trepçës, siq janë vendburimet në: Stan Tërg, Kishnicë, Artanë (Novo Brdo), dhe Leposaviq. Përveç dy lokacioneve të njohura me Nikel dhe Kobalt (Çikatovë dhe Magure) dihet që në Kosovë ekzistojnë me dhjetëra lokacione tjera me këto minerale.

Transporti - Territori i Kosovës ka një infrastrukturë rrugore të përshtatshme për zhvillimin e veprimtarive të ndryshme biznesore. Rrjeti rrugorë përbëhet prej 630km rrugë kryesore . Me ndërtimin e autostradës me Shqipërinë, Kosova do të jetë një pikë e rëndësishme lidhëse e Evropës Perëndimore me Detin Adriatik.Kosova posedon një sistem hekurudhorë prej 330 km që mbulon tërë territorin e Kosovës duke lidhur veriun me jugun dhe lindjen me perëndimin.Pjesëmarrja e transportit publik është shumë e vogël. Karburantet dhe vajrat janë plotësisht nga importi.

Bujqësia - Edhe pse para viteve të 90-ta bujqësia ka kontribuar me rreth 30 % në prodhimtarinë shoqërore të Kosovës, sektori i bujqësisë sot është në gjendje shumë të vështirë. Shumë ferma janë të braktisura përderisa edhe infrastruktura është pjesërisht e në disa raste edhe plotësisht e dëmtuar. Po ashtu ka një humbje permanente të tokave bujqësore pasi që ndërtimet e mëdha të pasluftës po i ndjekin kryesisht tokat kualitative bujqësore

Pyjet - Rreth 47% të gjithë territorit të Kosovës përbëhet nga pyjet, tokat pyjore dhe djerrinat. Prej kësaj sipërfaqe pyjore janë 460.800, ose 89.93%, toka tjera pyjore janë 28.200ha ose 5.5%, dhe djerrina 23.400 ha ose 4.57%. Pyjet në Kosovë paraqesin një resurs shumë të rëndësishëm dhe përbëhen nga sipërfaqe të gjethrënësve(dushqe, ahishta) pyjeve të përziara gjetrënës e halorë dhe halorë në zonat më të larta. Mirëpo si pasojë e menaxhimit jo adekuat të pyjeve në të kaluarën ka ardhur deri të degradimi i pyjeve (Meleqi,2008).

4.6 Vlerat e trashëgimisë Natyrore të Kosovës

Vlerat e trashëgimisë natyrore janë thesar i një populli, ndërsa përkujdesja ndaj tyre e tregon në përgjithësi nivelin kulturor dhe shoqëror të atij populli.

Një popull pa trashëgimi vështirë se mund të gjej vend në mes të popujve të civilizuar të botës. Aktualisht, Republika e Kosovës ka 2 parqe kombëtare: Parkun Kombëtar “Sharri” me pozicionim në Jug dhe Jug-perëndim të vendit, është pjesë e Maleve të Sharrit të cilat shtrihen në tri shtetet fqinje, në R. Kosovës, R. Shqipërisë dhe Ish R. F. J. të Maqedonisë. Në Kosovë, PK “Sharri” shtrihet në komunat Dragash, Prizren, Suharekë, Shtërpçë dhe Kaçanik dhe mbulon një sipërfaqe prej 53272 hektarësh dhe Parkun Kombëtar “Bjeshkët e Nemuna”, me pozitën e vet në Veri-perëndim të vendit, është pjesë e bjeshkëve me të njëjtin emër (apo të njohura edhe si Alpet Shqiptare), të cilat po ashtu shtrihen në tri shtetet fqinje, në R. Kosovës, R. Shqipërisë dhe R. Malit Zi. Në Kosovë ky park shtrihet në komunat Istog, Pejë, Deçan, Junik dhe Gjakovë dhe ka një sipërfaqe prej 63028 hektarësh.Pa dyshim, këto dy Parqe Kombëtare, që së bashku mbulojnë mbi 10 % të sipërfaqes së përgjithshme të vendit, shtrihen në pjesët

më malore duke përfshirë edhe pikat më të larta në Kosovë. Një vend-shtrirje e tyre është për faktin se atje gjendet një numër shumë i gjerë i llojeve bimore dhe specieve shtazore të nivelit të lartë të larmisë biologjike (biodiversitetit), të cilat janë në bashkëjetesë të harmonizuar me njerëzit ose qëndrojnë larg ndikimeve të tyre negative të shkaktuara nga aktivitetet zhvillimore (MMPH, 2015).

Tabela 3: Sipërfaqet në Parqet Kombëtare në Kosovë

Parku Kombëtar	Sipërfaqe totale e Parqeve (në ha)	Zonë e I-rë (në %)	Zonë e II-të (në %)	Zonë e III-të (në %)	Sipërfaqja e PK në Komuna (në %)
Sharri	53.272 ha	17.6 %	75.3 %	7.1 %	Dragash (45%) Prizren (22%) Suharekë (4.7%) Shtërpçë (24.2%) Kaçanik (4.1%)
Bjeshkët e Nemuna	63.028 ha	15.8 %	72.7 %	11.5 %	Istog (8.1%) Pejë (52.1%) Deçan (26.6%) Junik (8.4%) Gjakovë (4.8%)

Burimi: Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapsinorë

4.7 Parku Kombëtar - Bjeshkët e Nemuna

Teritori i parkut përbëhet prej pjesëve të begatshme të cilat përmbajnë vlera natyrore e të krijuara dhe që janë të pasura me biodiversitet shumë të zhvilluar e të rëndësishëm në aspektin shkencor, arsimor, kulturor, estetik dhe turistik-rekrativ. Në kuadër të tij dallojmë zona dhe objekte natyrore të cilat gëzojnë statusin e mbrojtjes. Ato janë paraqitur në tabelën në vijim.

Tabela 4: Zona dhe objektet e mbrojtura në territorin e Parkut

Zona/objekti	Sipërfaqja në ha	Viti i vënies nën mbrojtje	Rëndësia e mbrojtjes	Kategoria
Maja e Ropsit	25	1955 nr.277/55	Rëndësi botanike me llojet e ruajtur të molikës, bredhit, pishës dhe ahut	Rezervat bimor
Kozhnjari	161	1955 nr. 337/58	Rezervat faunistike, rezervat ku jeton dhia e egër (Rupicapra rupicapra)	Rezervat shtazor
Malet e Prilepit	0.92	1963 nr. 05-6/9/63	Rëndësi botanike, përbërje e paster e panjës malore (Acer heilndreichii)	Rezervat bimor
Gubavci	38	1959	Rëndësi botanike, jeton lloji endemik boshtra (Forsythia europaea)	Rezervat bimor
Gryka e Rugovës	4301	1988	Rëndësi gjeologjike, hidrologjike, peisazhore, speleologjike, botanike	Monument natyre
Burimi i Drinit të Bardhë dhe shpella e Radavcit	89.94	1983, GZK 2/83	Rëndësi hidrologjike, peisazhore, gjeologjike, speleologjike	Monument natyre

Burimi: Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapsinorë

Trashëgimia kulturore

Për nga vlera, arkitektura dhe rëndësia historike, janë definuar dy monumente kulturore brenda parkut, të shpallura si "Zona të veçanta të mbrojtura" (ZVM). Ato janë: Patriarkana e Pejës dhe Manastiri i Deçanit.

Patriarkana e Pejës është një ndër monumentet (ZVM) më të rëndësishme, me kulturë të lartë kishtarë që i takon periudhës Bizantino-Romanike shek.XIII-XIV. Ajo ka një sipërfaqe prej 231 ha, nga e cila 111.12 ha (48%) e sipërfaqes së saj gjendet brenda "parkut" gjegjësisht pranë Lumbardhit të Pejës, në hyrje të grykës së Rugovës. Është kompleks i përbërë nga katër kisha: kisha e Shën Apostolit, Shën Dhimitrit, Shën Mërisë dhe e Shën Nikollës. Kishat kanë formën e kubit dhe me një arkitekturë të stilit tipik Bizantin.

Manastiri i Deçanit (ZVM) shtrihet rrëzë shpatit të Bjeshkëve të Nemuna, në pjesën perëndimore të Kosovës, është ndërtuar në mes të shek. XIV. Stili i arkitekturës së këtij manastiri është Romano - Gotik, e pasur me freska në të cilat janë bërë përshkrime individuale të shenjtoreve, skulptura dhe ikona të shumta të shek. XIV-XVII. Manastiri

ka një sipërfaqe prej 791 ha, nga e cila 638.83 ha (81%) e sipërfaqes së saj gjendet mbrenda territorit të "Parkut" (MMPH,2015).



Figura 2: Patriarkana e Pejës

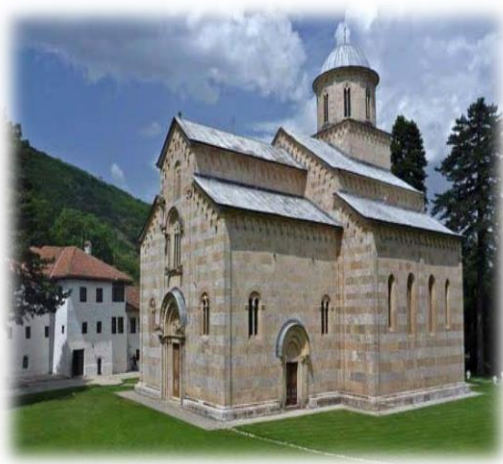


Figura 3: Manastiri i Deçanit

Trashëgimia kulturore në afërsi të parkut

Pjesa dërmuese e pasurisë me trashëgimi kulturore gjendet në vendbanimet që shtrihen në afërsi të parkut. Vlerat kulturore reflektojnë historinë e këtyre anëve, krijojnë atmosferë të veçantë dhe tërheqin turistët e shumtë nga vise të ndryshme.



Figura 4: Kulla e Mazrekajve, Dranoc



Figura 5: Kulla e Berishajve, Junik

Pasuria etnologjike dhe aktivitetet tradicionale

Përveç "Kullave" të vjetra dhe disa lokaliteteve arkeologjike, këto anë kanë laramani dhe vlera me pasuri të shumta etnologjike. Ato pasqyrohen me veshje tradicionale, valle, muzikë, doke dhe zakone, vegla të punës, punime artizanale (stoli nga argjendi), armë të periudhave të ndryshme, ushqim tradicional etj. Veshja tradicionale është njëra ndër motivet që është ruajtur në mënyrë origjinale dhe vazhdon të ruhet edhe në ditët e sotme. Ngjyra bardhë e zi është karakteristikë te veshjet e meshkujve, ndërsa tek gjinia femërore dominon edhe ngjyra e kuqe.



Figura 6: Veshjet tradicionale

Manifestimet vjetore që organizohen përmes ngjarjeve me karakter të veçantë janë një element i rëndësishëm dhe ndikojnë në ngritjen e vetëdijes, informimit dhe promovimit të trashëgimisë kulturore dhe natyrore të kësaj treve. Manifestime të tilla janë: Takimi ndërkombëtar i bjeshkatarëve; Organizimi i lojërave tradicionale "Rugova"; Panairi turistik; Panairi "Ditët e mjaltit"; Panairi i punimeve artizanale; Karavani i prodhimeve vendore, Darka e Lamës, që kremton sezonin e suksesshëm dhe bereqetin në blegtori dhe bujqësi anekënd rajonit etj ,(MMPH,2015)..



Figura 7: Vallja e Rugoves – pjesë e lojrave tradicionale

Trashëgimia natyrore në Bjeshkët e Nemuna

Bjeshkët e Nemuna paraqesin njërin nga masivet malore më të mëdhenj, më kompleks, më interesant dhe më të bukur të Ballkanit. Pasuria natyrore e Bjeshkëve të Nemuna konsiston me shumëllojshmërinë dhe veçantitë gjeomorfologjike të objekteve si: malet, grykat, kanjonet, shpellat. Lokalitete të rëndësishme me vlera natyrore në park janë: Koprniku, Rusolia, Zhlebi, Maja e Leqinës, Radavci, Lokaliteti Jedova, Rrasa e Zogut, Lokaliteti Burimi i Erenikut, Liqejtë e Gjeravicës. Parku i Bjeshkëve të Nemuna është i pasur me lloje të ndryshme të peizazheve të cilat varësisht nga rëndësia, karakteristikat dhe veçoritë e tyre janë: Peisazhe natyrore, hidrografike, malore, kulturore, fshatare.

Qendrat termale - Burimet e shpeshta termo-minerale në Kosovë janë pasojë e aktivitetit intenziv vullkanik dhe proceseve të shumta tektonike në të kaluarën e saj gjeologjike. Burim i tillë është edhe ai në Banjë - 12 km në verilindje të Pejës. Temperatura e ujit të burimeve të nxehta është 46-48 °C, kurse sasia e përgjithshme e ujërave të tyre është 17,5 l/sec. Burimi i tillë i ujit termal shëron disa lloje të

sëmundjeve dhe supozohet që është shfrytëzuar që nga periudha romake, mesjeta dhe më vonë edhe nga turqit.

Burimet e ujrave natyral – Këto gjenden në afërsi të Vrellës (K.Istogut) dhe afër Manastirit të Deçanit.

Shpellat – Edhe pse shpellat nuk janë hulumtuar sa duhet, duket se kanë qenë vende banimi gjatë kohës së paleolitit dhe mezolitit (zbulime të tilla priten të bëhen në shpellën e Radavci afër burimit të Drinit). Përpos kësaj shpelle janë të njohura edhe Shpella e Hoxhës dhe Shpella e gurit që gjenden në afërsi të fshatit Vrellë.

Si pjesë e trashëgimisë natyrore janë edhe grykat/kanjonet, ku si më të rëndësishmet janë: Gryka e Rugovës, Gryka e Vrellës etj,(MMPH,2015).

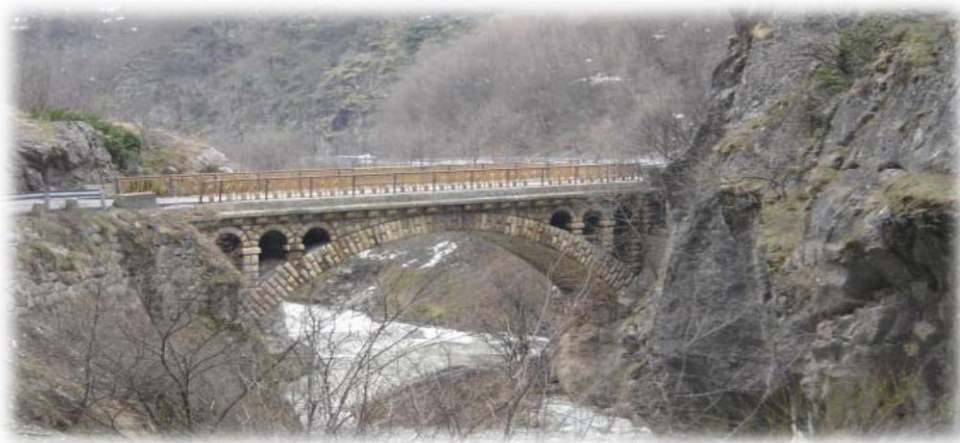


Figura 8: Gryka e Rugovës

4.7.1 Turizmi dhe potencialet turistike në Park

Teritori i Bjeshkëve të Nemuna që shquhet për natyrorën cilësore dhe monumente kulturore-historike është hapësira kapitale për zhvillimin e turizmit të Kosovës. Territori i shpallur për park kombëtar në kuadër të rajonit turistik të Bjeshkëve të Nemuna,

posedon kushte të jashtëzakonshme të zhvillimit të aktiviteteve turistike - rekreative për sporte dimërore, për pushim dhe rekreacion të qytetarëve gjatë gjithë vitit. Qendra më e madhe është Peja, ndërsa qendra më të vogla janë Deçani, Juniku, Istogu dhe Gjakova, njëherit edhe pikënisje për kapacitetet turistike. Bjeshkët e Nemuna ndahen në tri regjione si qendra potenciale për zhvillimin e turizmit në tërësi e sidomos atij dimëror:

- Regjioni, Bjeshka e Belegut në lartësi mbidetare prej 2200-2300m, si qendër (me mundësi për zhvillimin e skitarisë me kapacitet të vizitorëve 17000/ditë);
- Regjioni, Bjeshka e Lumbardhit, Milishevës dhe livadhet e Tiganëve në lartësi mbidetare 850m, (me kapacitet të vizitorëve 10000/ditë);
- Regjioni, Bjeshka e Rusolisë, Shtedimi, Hajla dhe Gropa e Madhe .

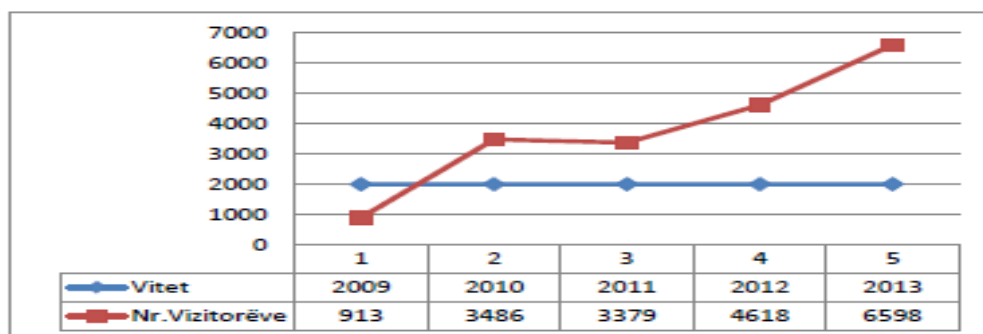
Skijimi – Kushtet e volitshme klimatike, lartësia dhe gjatësia kohore e mbajtjes së mbulesës së borës bëjnë të mundur zhvillimin e periudhës mjaft të gjatë të shfrytëzimit të tereneve për skijim. Studimet e viteve të 70-ta tregojnë se lokalitetet në Bjeshkët e Nemuna mund ti përballojnë deri në 30.000 skitarë. Terene potenciale kryesore për skitari janë lokalitetet si: Maja e Rusolisë, Maja e Kurvalës, Bjeshka e Belegut, Koprinik, Rrasa e Zogut, Starac, Maja e Strellcit, Hajla, Maja e Liqenatit, Maja e Moknes.

Alpinizmi – Alpinizmi zhvillohet në masivin shkëmbor, në regjionin e dytë të Bjeshkëve të Nemuna, maja e Gjeravicës, Boriq, Maja e Ropsit, Maja e Rusolisë, Kurvalla, Maja e Strellcit, Maja e Qenit, Koprivnik (Kërshi i Çverlës), Marjashi (Bagdash), Leqinati, Maja e Lumbardhit, Hajla, Gusan, Kota, Maja e Bajrakut, Mali Kozhnjer dhe në majet shkëmbore në veri të Shqipërisë si: Maja e Hekurave dhe Shkëlzeni.

Shpellat – Shpellat kanë vlera të larta turistike dhe studimore. Në park gjenden: Shpella e Radavcit, Shpella e Karamakazit, shpellat e vogla të Princeshës, shpellat përgjatë Gërles së Koshutanit, Shpella afër Gurrës së Rutës etj. Në të ardhmen këto shpella mund të jenë edhe si qendra të studimeve nga spelologët.

Turistët në parkun kombëtar që janë kryesisht turistë vendorë (rreth 5000 vizitorë/vit) janë të fokusuar më tepër për qëndrim gjatë vikendeve. Numri i vizitorëve të huaj është më i vogël (rreth 2000 vizitorë/vit) të cilët vijnë në mënyrë të organizuar sipas ofertave turistike. Fluksi më i madh i vizitorëve gjatë sezonit veror është në periudhën qershor – shtator; ndërsa gjatë sezonit dimëror, prej muajit dhjetor deri në shkurt. Gjatë verës numri i vizitorëve arrinë deri 20000 (ZIP, 2013). Numri i turistëve është në rritje, këtë mund ta shohim edhe në grafikun e më poshtëm i cili tregon numrin në rritje të turistëve sipas viteve: , ku shumica prej tyre janë bashkëatdhetarë nga diaspora (MMPH/AMMK, 2015).

Figura 9: Numri i turistëve të informuar në zyrën për turizëm



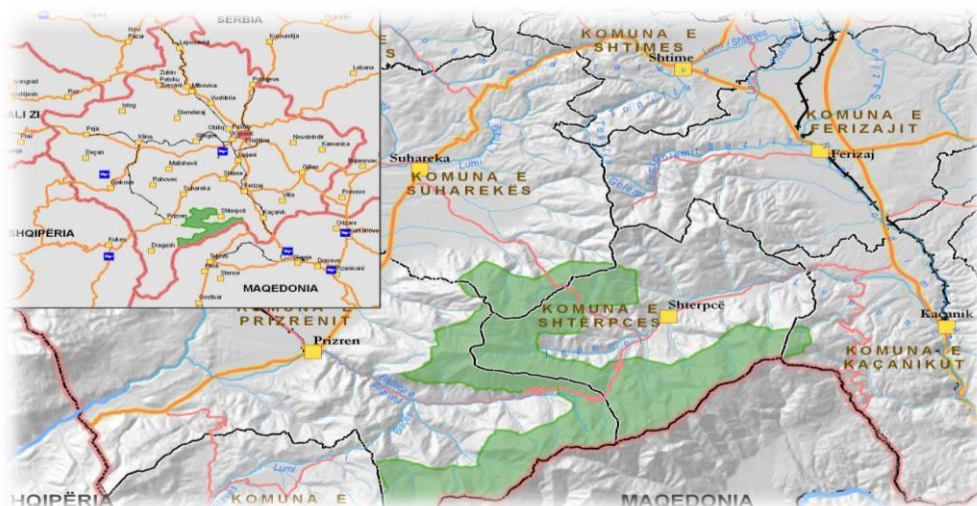
Burimi: Zyra e informimit në Pejë

4.8 Pozita, kufijtë dhe veçoritë e Parkut Kombëtar – SHARRI

Parku Nacional “Mali Sharr” sikur edhe Kosova shtrihet në pjesën qendrore të Gadishullit Ballkanik, përfshihet në kryqëzimin e rrugëve në drejtimin lindje –

perëndim ndërmjet Detit të Zi dhe atij Adriatik si dhe në drejtimin veri – jug ndërmjet Evropës së Mesme dhe Detit Egje (Mesdheut). Në kuadër të Maleve të Sharrit, Kosovës i takojnë pjesët veriore që përfshijnë hapësirën prej rreth 1100km² ose rreth 1/10 e hapësirës së Kosovës, ndërsa pjesa e mbetur apo ajo jugore e maleve të Sharrit me sipërfaqe prej 500 km² shtrihet në Ish Republikën Jugosllave të Maqedonisë. Vija që përshkon kuotat e larta nëpër majat malore të Sharrit përcakton kufirin ndarës, që është pjesë e kufirit ndërshtetëror, në mes të Kosovës dhe IRJ të Maqedonisë. Përmes luginës së lumit Lepenc (Siriniq) lidhet me Fushën e Kosovës ndërsa përmes Luginës së Lumëbardhit të Prizrenit (Sredska) lidhet me Rrafshin e Dukagjinit.

Figura 10: Pozita e parkut-SHARR



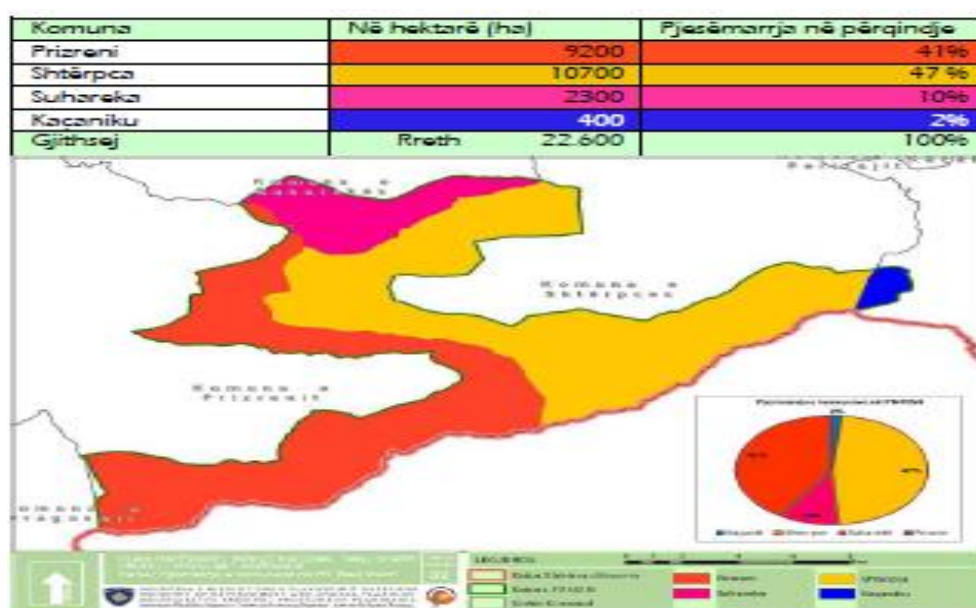
Burimi: MMPH/AMMK – Instituti për Planifikim Hapësinor

Sipërfaqja e parkut dhe mbulueshmëria e territorit të tij

Parku Nacional „Mali Sharr“, është evidentuar në listen ndërkombëtare, dhe bënë pjesë në kategorinë e dytë (parqet nacionale) të zonave të mbrojtura sipas (IUCN.1990): Në

ligjin e vitit 1986 për shpalljen e PN “Mali Sharr” thuhet se parku ka sipërfaqe prej 39000 hektarësh, mirëpo nga matja në hartë ka rezultuar se sipërfaqja që gjendet brenda kufirit i cili është vijëzuar sipas përshkrimit në ligjin e lartpërmendur, është rreth 23000 hektarë dhe shtrihet në pjesët e territoreve të të katër komunave: 1) Prizrenit merr pjesë me 41 % (ose rreth 9200 ha), 2) Shtërpces me 47 % (ose rreth 10700 ha), 3) Suharekës me 10 % (ose 2300 ha) dhe 4) Kaçanikut me 2 % (ose 400 ha).

Figura 11: Sipërfaqja e PN “Mali Sharr” sipas komunave pjesëmarrëse.



Burimi: MMPH/AMMK – Instituti për Planifikim Hapësinor

Siq shihet në diagramin e mbulueshmërisë së territorit, pjesa më e madhe e sipërfaqes së Parkut është e mbuluar kryesisht nga pyjet me 48 % dhe kullosat 49 % si dhe tokat bujqësore (ara dhe livadhe) me 1.6 % gjegjësisht shkrepë 1.4 %.

4.8.1 Turizmi në Parkun Kombëtar - SHARRI

Turizmi është një nga veprimtaritë më komplekse të shoqërisë së sotme moderne. Në vendet e zhvilluara ai ka marrë formën e një industrie të plotë me të cilën ndër-veprojnë dhe janë të lidhura ekonomia, politika, kultura dhe të gjitha veprimtaritë njerëzore. Llojet e turizmit të cilat zhvillohen në masivin e Sharrit janë: turizmi malor, dimëror, veror, rural, aktivitetet në natyrë, turizmi shëndetësor, turizmi alpinist, ekskursionet turistike. Zona turistike e Sharrit është policentrike, Prizreni, Ferizaji, Shtërpca, Kaçaniku, Dragashi dhe Suhareka, që kanë pozitë të përshtatshme komunikimi në pikat e rëndësishme turistike. Ndërmjet këtyre tri hapësirave kemi hapësira me mundësi të shijimit të natyrës së paprekur, ekskursionet ditore të vizitorëve.

Në PN “mali Sharr”, mundësitë për të pranuar skijatorë janë shumë më të mëdha se sa ofertat reale. Qendra e skijimit “Brezovica” është 12km larg fshatit me po të njëjtin emër në komunën e Shtërpces. Qendra e skijimit në Brezovicë shtrihet në një territor prej 2500ha, në lartësinë prej 1718 deri në 2522 metra mbi nivelin e detit. Gjatësia e shtigjeve të rregulluara për skijim në Brezovicë është 40 kilometra. Statistika e lakueshmërisë mesatare të këtyre shtigjeve është 38%, gjë që entuziazmon edhe më profesionistët e skijimit. Si pasojë e mosfunksionimit të të gjitha kapaciteteve të ski ashensorëve dhe teleferikëve, nuk mund të zhvillohet skijim efikas. Mungesa e mirëmbajtjes ndikon në funksionimin e tyre me vështirësi dhe me numër të vogël të kapacitetit ,(AMMK ,2013).

Figura 12: Shtrirja e shtigjeve në Qendrën e skijimit në Brezovicë

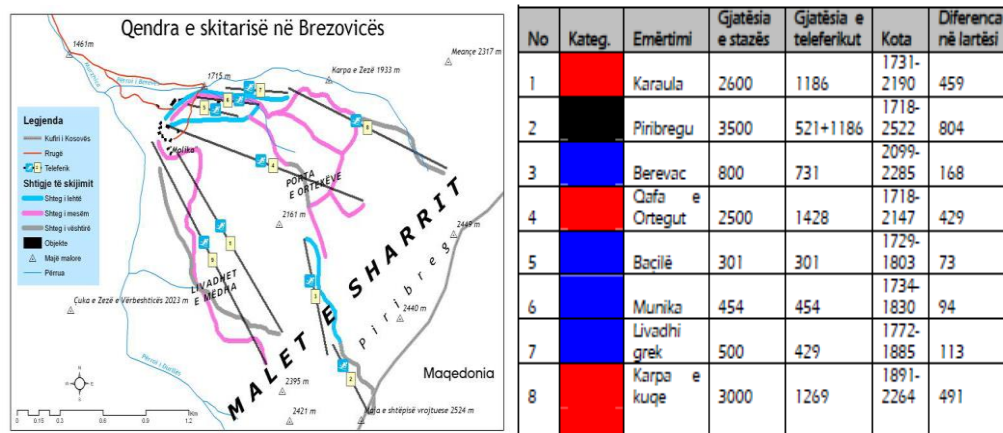


Tabela 5: Shtigjet e skijimit në Brezovicë

Bukuritë natyrore, vegjetacioni i pasur bimor, ujqor, lartësia mbidetare 1500m – 2400m, krijojnë mundësi të shëtitjes, shijimit dhe qëndrimit për rehabilitim të pacientëve me sëmundje kronike të frymëmarrjes (MMPH/AMMK ,2013).

Figura 13: Brezovica në dimër



4.9 Ecuria dhe karakteristikat e ndërmarrjeve në Kosovë

Rëndësia e zhvillimit të ndërmarrjeve për akomodim dhe aktivitete të shërbimeve me ushqim ka të bëjë kryesisht me rritjen e shpejtë ekonomike si dhe me krijimin e strukturës së re ekonomike të Kosovës, me synim të zhvillimit më të madh të sektorit privat, rritjen e punësimit dhe gjenerimin e të ardhurave, krijimin e mundësive eksportuese etj. Në zonat turistike, aty ku ushtrohet funksioni turistik, kapacitetet turistike paraqesin segmentet kryesore bartëse me anën e të cilave kryhen shërbimet e vendosjes, ushqimit, të pijeve. Për këtë, hapësirat funksionale në lokalitetet dhe rajonet turistike në Kosovë duhet të jenë në përpjesëtim me funksionin e shërbimeve të turizmit gjatë sezoneve turistike. Hapësirat dhe objektet turistike duhet t'i plotësojnë kushtet paraprake të kërkesave turistike ato që kanë të bëjnë me akomodim, rekreacion dhe zbavitje të turistëve. Vëllimi i kapaciteteve shpreh edhe vëllimin e mundësive të prodhimit dhe të shërbimeve turistike, kuptohet nëse ekziston shkalla e duhur organizative e subjekteve që marrin pjesë në krijimin e politikave turistike. Në këtë drejtim, funksionimi i objekteve turistike duhet të jetë në funksion të kërkesave të akomodimit, rekreacionit dhe aktiviteteve kulturore që ushtrohen gjatë vitit. Lokalitetet dhe rajonet turistike duhet t'u përgjigjen nevojave dhe kërkesave që lajmërohen sot në turizëm për arsye të shkallës së masivizimit të qarkullimeve turistike. Ndërmarrjet për akomodim dhe aktivitete të shërbimeve më ushqim në Kosovë edhe përkundër zhvillimit të vazhdueshëm janë duke u ballafaquar me një numër të barrierave të cilat kanë të bëjnë me konkurrencën jolojale, dhe mungesën e qasjes në burimet e financimit.

Tabela 6: Numri i ndërmarrjeve të reja dhe të reregjistruara sipas tremujorëve dhe sektorëve të aktiviteteve ekonomike

		Seksionet e aktiviteteve ekonomike																		
		Bujësi, pylltari dhe peshkatar	Xehetari dhe gurëthyes	Prodhim	Furnizim me energji elektrike, gaz avull dhe ajër të kondicionuar	Furnizim me ujë, kanalizim, menaxhim mbeturinash dhe aktivitete revitalizimi të	Ndërtimtari	Tregti me shumicë dhe pakicë, riparim i mjeteve motorike, motogjigjetave	Transport dhe ruajtje	Akomodim dhe aktivitete të shërbimeve me ushqim	Informacion dhe komunikim	Aktivitetet financiare dhe sigurimit	Aktivitetet të patundshmërisë	Aktivitetet profesionale, shkencore dhe teknike	Aktivitetet administrative dhe mbështetëse	Administratë publike dhe mbrojtje: sigurim social i detyrueshëm	Arsim	Shëndetësi njerëzor dhe aktivitete të punës sociale	Art, zbavitje dhe rekreacion	Aktivitetet të shërbimeve tjera
Vitet	Gjithsej	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
2012	9.576	741	55	902	20	59	944	2.918	610	955	340	16	37	613	253	25	114	129	194	651
2013	9.421	753	29	872	22	50	943	2.735	525	911	357	20	257	585	214	33	98	173	231	613
2014	9.405	674	32	978	24	51	803	2.814	534	1034	357	43	59	570	252	42	90	173	253	621

Burimi: Agjencia e Statistikave të Kosovës” Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës”2015.

Edhe në hotelieri si në veprimtaritë tjera është vërejtur një shtim i numrit të ndërmarrjeve të reja dhe të reregjistruara , por jo në atë formën dhe mundësinë e mundshme. Në vitin 2012 ishin 955 ndërmarrje për Akomodim dhe aktivitete të shërbimeve me ushqim ,ndërsa në vitin 2013 ka një zvogëlim i numrit të këtyre ndërmarrjeve.Mirpo në vitin 2014 është ritur numri i tyre në mënyrë të konsiderueshme në 1034.

Tabela 7: Numri i ndërmarrjeve të reja sipas sektorëve të aktiviteteve Ekonomike dhe formës legale të organizimit gjatë vitit 2014

Seksionet e veprimtarive ekonomike	Forma legale e organizimit										
	Gjithsej	Biznes individual	Ortakëri e përgjithshme	Ortakëri e kufizuar	Shoqëri me përgjigjësi të kufizuar	Shoqëri aksionare	Kompani e luaj	Ndërmarrje shoqërore	Ndërmarrje publike	Kooperativa Bujësiore	Ndërmarrje tjera (të juridikson e AXM)
Gjithsej	9.405	7.169	83	1	2054	25	67	1	1	4	-
A Bujësi, pylltari dhe peshkatar	674	581	5	-	85	1	-	-	-	2	-
B Xehetari dhe gurëthyes	32	7	-	-	24	-	1	-	-	-	-
C Prodhim	978	748	6	1	210	1	5	-	-	1	-
D Furnizim me energji elektrike, gaz avull dhe ajër të kondicionuar	24	3	-	-	19	2	-	-	-	-	-
E Furnizim me ujë, kanalizim, menaxhim mbeturinash	51	24	-	-	27	-	-	-	-	-	-
F Ndërtimtari	803	548	5	-	234	-	16	-	-	-	-
G Tregti me shumicë dhe pakicë, riparim i mjeteve motorike, motogjigjetave	2.812	2.161	13	-	621	3	14	-	-	-	-
H Transport dhe ruajtje	535	478	2	-	51	3	1	-	-	-	-
I Akomodim dhe aktivitete të shërbimeve me ushqim	1034	895	15	-	124	-	-	-	-	-	-
J Informacion dhe komunikim	358	183	12	-	156	-	6	1	-	-	-
K Aktivitetet financiare dhe sigurimit	42	12	-	-	17	9	4	-	-	-	-
L Aktivitetet të patundshmërisë	59	32	1	-	25	-	-	-	1	-	-
M Aktivitetet profesionale, shkencore dhe teknike	571	314	8	-	237	4	8	-	-	-	-
N Aktivitetet administrative dhe mbështetëse	254	154	6	-	89	1	3	-	-	1	-
O Administratë publike dhe mbrojtje	42	13	-	-	26	-	3	-	-	-	-
P Arsim	90	67	-	-	22	-	1	-	-	-	-
Q Shëndetësi njerëzor dhe aktivitete të punës sociale	172	141	2	-	25	-	4	-	-	-	-
R Art, zbavitje dhe rekreacion	253	229	3	-	20	1	-	-	-	-	-
S Aktivitetet të shërbimeve tjera	621	579	5	-	36	-	1	-	-	-	-

Burimi: Agjencia e Statistikave të Kosovës” Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës”2015.

Nga gjithsejt 1034 sipas formës legale të organizimit që ushtronjë, ndërmarrjet për akomodim dhe aktivitete të shërbimeve më ushqim si biznese individuale janë 895 , gjë që kjo tregon se hapja e bizneseve të reja hoteliere nga viti 2012 -2014 është e përqendruar kryesisht në biznese individuale, të paktën në këtë periudhë .Ortakëri e përgjithshme janë 15 ndërmarrje për akomodim dhe aktivitete të shërbimeve më ushqim dhe shoqëri më përgjegjësi të kufizuar janë 124 ndërmarrje për akomodim dhe aktivitete të shërbimeve më ushqim.

Numri i të punësuarve sipas sektorëve ekonomik në Kosovë

Turizmi është faktor i rëndësishëm për shfrytëzim të tërësishëm të popullatës e cila është e aftë të punojë. Kjo veçanërisht duhet të analizohet nga aspekti i rolit të madh të punës së njeriut në aktivitetet të cilat e përbëjnë ekonominë turistike dhe aktivitetet nga sektori terciar në punësimin e popullsisë në tërësi.

Turizmi si veprimtari është më rëndësi sepse kërkon gjithnjë fuqi punëtore. Punësimi në sektorin e turizmit duhet të vështrohet në aspektin hapësinor dhe kohor e sidomos në periudhat kohore të cilat janë në disponim të kërkesave turistike. Sipas saj ekzistojnë dy periudha kohore të cilat janë në funksion të turizmit.

- Periudha e plotë kohore e cila është në funksion, në të cilën është në disponim të turistëve gjatë tërë vitit pa ndërprerje.

- Periudha jo e plotë e quajtur sezonale ku objektet turistike punojnë vetëm një pjesë të vitit ndërsa gjatë pjesës tjetër janë të mbyllura.

Këto periudha kohore shprehin ndikim në karakterin e punësimit dhe kuadrove në turizëm. Këtu janë të lidhura me ofertën turistike. Në disponim të turistëve janë një

numër i madh subjektesh si pjesë e ofertës duke filluar nga shërbimet hoteliere të qarkullimit dhe tregtisë duke përfshirë edhe prodhuesit e suvenireve dhe gjësendeve të ndryshme me vlerë të cilat janë të destinuara për tregun turistik. I tërë ky kompleks veprimtarish dhe aktivitete hynë në shërbim të turistëve dhe popullsisë vendore. Për zhvillimin e mirëfilltë të turizmit nevojiten fuqi e mjaftueshme punëtore.

Me rritje të qarkullimit turistik në vendin tonë dhe konsumit të turistëve të huaj dhe vendor vjen deri te përfshirja apo punësimi i një numri të madh të banorëve të vendin tonë në këto aktivitete të ekonomisë turistike. Nëse analizohen këto të dhëna statistikore nga tabela ku tregohet numri i të punësuarve në sektorin e akomodimit dhe aktivitete të shërbimeve më ushqim kjo do të thotë se do të kemi një ndikim direkt të turizmit në punësimin të popullatës, shihet se në këtë rast ekonomia turistike absorbon numër relativisht të madh të popullatës së papunë. Sipas konstatimeve vijmë në dukje se turizmi në Kosovë në krahasim me sektorët tjerë ekonomik ka të punësuar një numër të konsiderueshëm të popullatës në krahasim me veprimtarit tjera ekonomike.

Tabela 8: Numri i të punësuarve sipas sektorëve ekonomik për vitet 2008-2013

Sektorët	Përshkrimi i sektorëve ekonomike	2008	2009	2010	2011	2012	2013
B	Xehtari dhe gurëthyes	2.943	3.796	3.694	4.297	3.027	2.636
C	Prodhim	16.183	16.748	17.827	19.204	25.213	22.932
D	Furnizim me energji elektrike, gaz, avull dhe ajër të kondicionuar	7.444	8.031	8.251	8.946	9.104	9.025
E	Furnizim me ujë, kanalizim, menaxhim mbeturinash dhe aktivitete revitalizimi të tokës	4.158	5.062	5.381	5.345	5.645	4.047
F	Ndërtimtari	7.248	10.300	13.676	14.993	17.779	16.297
G	Tregtia me shumicë dhe pakicë, riparimi i mjeteve, motoçikletave	27.207	31.461	35.538	39.459	47.302	57.379
H	Transporti dhe magazinimi	5.672	6.765	7.186	7.677	9.203	7.043
I	Akomodimi dhe aktivitete të shërbimeve me ushqim	6.478	6.992	7.432	6.356	7.389	11.174
J	Informacion dhe komunikim	4.286	5.199	5.527	5.722	6.806	7.056
L,M,N,R,S	Aktivite të shërbimeve tjera	7.223	10.369	10.595	11.220	13.965	12.297
Gjithsej		88.843	104.723	115.107	123.218	145.433	149.886

Burimi: Agjencia e Statistikave të Kosovës "Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës" 2015.

Numri i të punësuarve në sektorin e akomodimit dhe aktivitete të shërbimeve me ushqim nga viti 2008-2013 shohim se në përgjithësi ka ritje ku në vitin 2008 ishin 6.478 të punësuar ,në vitin 2009 ishin 6.992 të punësuar,në vitin 2010 ishin 7.432 të punësuar,në vitin 2011 ishin 6.356 ku në këtë vitë vërehet një ramje e numrit të të punësuarve ,në vitin 2012 ka një ngritje e numrit të të punësuarve e cila ishte 7.389 dhe në vitin 2013 ka një ritje e dukshme nga vitet paraprake më 11.174 të punësuar në sektorin e akomodimit dhe aktivitete të shërbimeve më ushqim.

4.10 Qarkullimet turistike në Kosovë

Turizmi paraqet një dukuri socio-ekonomike të përhapur midis shumë faktorëve dhe subjekteve shoqërore sa që në shumë vende të botës bën një pjesë të politikës së zhvillimi shoqëror dhe ekonomikë ku shteti merr pjesë aktivë në promovimin e tillë si aktivitete me veçanti shoqërore ekonomike. Në relacionet hapësinore ku jeton, punon dhe udhëton njeriu sikurse edhe në ato gjëra që pasojnë nga udhëtimet e përkohshme duhet të kërkojnë efektet socio-ekonomike, vlera këto që rrjedhin nga subjektet pjesëmarrëse në qarkullimet turistike dhe nga të gjitha proceset hapësinore që i shkaktojnë qarkullimet turistike.Prej fillimit të zhvillimit të turizmit deri më tani qarkullimet turistike në botë janë masivizuar në përmasa të mëdha, kështu që turizmi si fenomen shoqëror dhe ekonomik ka pësuar ndryshime strukturale dhe qenësore.Qarkullimet turistike janë formë e pandarë e fenomenit turistik të cilat u nënshtrohen hulumtimeve shkencore dhe atyre operative praktike të turizmit. Fenomeni turistik në botë karakterizohet më shkallë të lartë të masivitetit, kështu që edhe efektet ekonomike të

shkaktuara nga ky, gjenden në thjerrëz të hulumtimeve të ndryshme shkencore ose praktike. Njohja e qarkullimeve turistike është parakusht për formimin e nocionit të drejtë të fenomenit turistik nga i cili pasojnë efektet shoqërore dhe ekonomike. Turizmi paraqet një tërësi aktivitete, shërbimesh që dalin nga udhëtimet e njerëzve të bazuara në rekreacion, zbavitje, kulturë ose punë afariste, etj. Si fenomen i tillë ky nxitë zhvillimin e transportit, hotelarisë, të tregtisë, ndërtimin e kapaciteteve funksionale hapësinore (infrastrukturës së rrugëve, aeroporteve, porteve detare, ujore, ndërtimin e kapaciteteve receptive, të infrastrukturës komunale, të objekteve sportive, zbavitëse, kulturore, etj.), ngrit kulturën e popullsisë ku zhvillohet, aktivizon trashëgiminë kulturore të një vendi, ndikon në ndryshimet sociale dhe ekonomike të popullsisë nikoqire e cila merret me ofertën turistike, ndikon në zhvillimin e vendit në punësim të popullsisë, etj. Më në fund, turizëm është edhe shuma e mjeteve të shpenzuara nga ana e turistëve gjatë udhëtimeve ose vizitave të përkohshme që u bëhen vendeve, rajoneve, lokaliteteve ose objekteve turistike (Gashi, 1986).

Tabela 9: Numri i vizitorëve (vendor dhe të jashtëm) dhe netë qëndrimit të tyre, për vitet 2008 – 2014

Viti	Numri i Vizitorëve		Netë Qëndrimi	
	Vendor	Të jashtëm	Vendor	Të jashtëm
2008	19.678	24.616	22.602	46.910
2009	52.631	36.318	54.876	76.042
2010	44.662	34.382	45.123	76.394
2011	42.044	30.349	44.757	65.584
2012	49.973	48.790	52.008	90.968
2013	45.380	50.074	54.867	83.883
2014	46.477	61.313	55.274	102.066

Burimi: Agjencia e Statistikave të Kosovës "Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës" 2015.

Në tabelë është paraqitur numri vizitorëve vendor dhe të jashtëm si dhe netët e qëndrimit për vizitorët vendor dhe të jashtëm gjatë vitit 2008-2014. Nga tabela vërejm , që nga viti 2008-2014 kemi një rritje të numrit të vizitorëve si vendor ashtu edhe vizitorët e jashtëm. Në vitin 2014 numri i vizitorëve vendor është rritur për 2.42% në

raport me vitin 2013, netë qëndrimet e vizitorëve vendor janë rritur për 0.74%. Kemi rritje të vizitorët e jashtëm për 22.44%, kurse netëqëndrimet e vizitorëve të jashtëm janë rritur për 21.68 % në raport me vitin 2013.

Numri i vizitorëve dhe netët e qëndrimit të tyre në nivel regjional

Në hulumtimet gjeografike temë tradicionale e interesimit paraqet regjioni. Duke e patur parasysh atë se turizmi paraqet faktor të rëndësishëm të hapësirës, kurse hapësira e determinon turizmin, te objektet planifikuese-zhvilluese dhe në procesin e valorizimit turistik, aspekti regjional zë vend të rëndësishëm.

D.m.th., regjioni turistik duhet t'i posedoj të gjitha ato vlera të cilat paraqesin parakusht për ekzistimin, funksionimin dhe zhvillimin e tij. Fizionomia e hapësirës turistike nënkupton rregullshmëri specifike, prezencë të komplekseve hotelerike, objekte sportive-rekreative, vila, parqe, lulishte, shëtitore, shitore të suvenireve, etj (Marinoski ,2008).

Tabela 10: Numri i vizitorëve dhe netët e qëndrimit të tyre në nivel regjional Sipas viteve 2008-2014

ID.Regjionet	2008		2009		2010	
	Vizitor	Netë	Vizitor	Netë	Vizitor	Netë
1 Gjakovë	2.263	2.529	2.240	2.895	2.031	2.324
2 Gjilan	3.152	3.466	3.210	4.181	1.976	2.400
3 Mitrovicë	1.873	1.967	2.471	2.718	2.894	3.289
4 Pejë	4.924	5.423	8.288	10.680	8.337	9.677
5 Prizren	3.632	4.095	4.639	5.792	4.663	9.210
6 Prishtinë	27.076	50.198	57.569	92.245	49.172	83.694
7 Ferizaj	1.374	1.834	10.532	12.407	9.972	10.923
Gjithsej	44.294	69.512	88.949	130.918	79.045	121.517

ID.Regjionet	2011		2012		2013		2014	
	Vizitor	Netë	Vizitor	Netë	Vizitor	Netë	Vizitor	Netë
1 Gjakovë	1.640	2.030	1.597	2.434	1.517	2.072	2.062	3.736
2 Gjiilan	2.251	3.101	1.937	2.731	1.718	2.364	1.552	2.081
3 Mitrovicë	2.646	2.890	2.875	3.088	2.915	3.147	2.631	2.689
4 Pejë	6.633	7.170	7.593	11.184	6.630	9.597	11.534	18.751
5 Prizren	5.434	6.946	6.212	7.962	8.109	10.360	8.615	11.144
6 Prishtinë	46.636	80.620	68.537	102.846	68.687	102.323	77.167	114.489
7 Ferizaj	7.153	7.584	10.012	12.731	5.878	8.887	4.229	4.450
Gjithsej	72.393	110.341	98.763	142.976	95.454	138.750	107.790	157.340

Burimi: *Agjencia e Statistikave të Kosovës "Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës" 2015.*

Periudha për vitet 2008-2014 , sa i përket numrit të vizitorëve dhe netëve të qëndrimit të tyre në nivel regjional ku përfshihen shtatë regjione, vërehet një ecuri stabile. Kjo rritje e konsiderushme është si ecuri e përgjithshme në turizëm, nga situata stabile politike në Kosovë, ndërsa nga ana tjetër, oferta e organizuar në mënyrë të mjaftueshme me orientim tregu, ka ndikuar në këto ecuri të ndryshme të qarkullimit turistik. Në qoftë se këtë zhvillim e shikojmë sipas periudhave me të ngushta njëvjeçare, vërejmë ndryshime në dinamikë, me rritje të vazhdueshme absolute por edhe me oscilime të rritjes relative. Gjatë periudhës nga viti 2008-2014 ,në vitin 2008 ishin 1.374 vizitor dhe numri i netëve të qëndrimit të tyre ishte 69.512

netë ,ndërsa në vitin 2014 ishin 107.790 dhe numri i netëve i qëndrimit të tyre ishte 157 netë. Krahasuar me numrin e përgjithshëm të vizitorëve në atë periudhë numri i vizitorëve gjithnjë shkoi duke u rritur këtë me së miri e tregojnë vlerat e paraqitura në tabelë. Siç shihet në tabelë me numrin më të madh të vizitorëve gjatë vitit 2014 prinë regjioni i Prishtinës me gjithsej 77. 167 vizitor, Peja radhitet e dyta me 11. 534 vizitor, Prizreni radhitet i treti me 8. 615 vizitor.

Numri i vizitorëve të jashtëm dhe netët e qëndrimit të tyre sipas Shteteve që vizituan Kosovën.

Tabela 11: Numri i vizitorëve të jashtëm dhe netët e qëndrimit të tyre sipas Shteteve gjatë viteve 2008-2014

Nr. ren.	Shteti	2008		2009		2010	
		Vizitor	Netë	Vizitor	Netë	Vizitor	Netë
1	Austria	127	139	856	1.435	451	680
2	Belgjika	62	80	100	148	85	108
3	Bosna & Hercegovina	167	193	880	1.038	269	393
4	Britania e Madhe	1.487	3.919	2.202	4.204	1.296	2.571
5	Franca	288	488	851	1.068	423	601
6	Gjermania	734	4.517	3.598	7.211	2.941	8.413
7	Greqia	1.578	187	513	554	114	155
8	Holanda	84	157	317	632	993	342
9	Italia	1.089	2.427	1.429	1.945	1.512	2.320
10	Kroacia	931	1.060	1.138	2.901	950	1.752
11	Mali I Zi	166	191	350	1.434	270	2.195
12	Maqedonia	1.195	1.374	1.576	5.958	935	1.284
13	Polonia	89	97	44	24	102	143
14	Serbia	250	233	578	446	558	705
15	SHBA	2.450	5.593	3.279	5.500	1.867	4.925
16	Shqipëria	3.213	3.311	6.313	9.511	4.152	4.540
17	Sllovenia	1.289	1.823	1.481	3.145	1.166	2.017
18	Spanja	131	138	62	106	14	18
19	Turqia	1.694	2.099	3.098	5.559	2.184	5.796
20	Zvicra	1.452	2.325	1.245	1.808	471	822
21	Të tjera	6.140	16.559	6.408	21.416	13.629	36.614
Gjithsej		24.616	46.910	36.318	76.043	34.382	76.394

Nr. ren.	Shteti	2011		2012		2013		2014	
		Vizitor	Netë	Vizitor	Netë	Vizitor	Netë	Vizitor	Netë
1	Austria	500	1.320	233	1.107	566	1.226	1.727	3.240
2	Belgjika	43	43	108	139	56	65	408	469
3	Bosna & Hercegovina	212	390	136	549	429	775	289	522
4	Britania e Madhe	1.251	2.539	289	4.071	1.916	3.623	2.044	4.018
5	Franca	301	409	151	875	989	1.537	1.085	1.793
6	Gjermania	2.750	8.730	716	6.279	4.259	6.497	5.003	8.254
7	Greqia	37	63	13	287	243	396	238	591
8	Holanda	278	505	99	850	78	111	179	296
9	Italia	1.938	2.595	175	6.365	3.704	5.280	2.061	3.873
10	Kroacia	871	1.973	298	3.344	1.771	3.795	1.757	3.667
11	Mali I Zi	181	264	51	1.099	372	639	368	582
12	Maqedonia	713	969	305	977	1.034	1.432	1.179	1.990
13	Polonia	110	150	13	142	51	62	46	63
14	Serbia	515	708	195	1.074	725	1.418	1.303	2.340
15	SHBA	1.628	3.676	624	7.670	5.302	9.315	5.283	10.037
16	Shqipëria	4.050	4.733	1.436	6.395	7.778	10.515	9.262	12.942
17	Sllovenia	1.707	4.120	461	7.085	1.467	4.627	1.881	5.088
18	Spanja	28	40	6	84	39	58	24	26
19	Turqia	2.028	3.116	853	8.627	4.949	8.237	3.841	6.608
20	Zvicra	1.061	1.962	256	2.157	2.591	5.038	3.336	6.059
21	Të tjera	10.147	27.279	6.265	31.792	11.755	19.237	19.999	29.608
Gjithsej		30.349	65.584	48.790	90.968	50.074	83.883	61.313	102.066

Burimi: Agjencia e Statistikave të Kosovës "Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës" 2015.

Nga tabela shofim periudhat prej viteve 2008-2014. Sa i përket numrit të vizitorëve të jashtëm dhe netët e qëndrimit të tyre sipas shteteve që vizituan Kosovën dhe netëve të qëndrimit të tyre, po vërejtet një ecuri të ritjes së numrit të tyre. Gjatë periudhës nga viti

2008-2010, shofim se më numër më të madh kemi pasur vizitorë nga Shqipëria në vitin 2008 ishin 3.213 vizitor dhe numri i netëve të qëndrimit të tyre ishte 3.311,mandej nga SHBA-të ishin 2.450 vizitorë dhe numri i netëve të qëndrimit të tyre ishte 5.593,mandej radhitet Turqija ,Zvicra e vendet tjera.Mirpo më rëndësi të madhe është se në qoftë se këtë zhvillim e shikojmë sipas periudhave 2011-2014 vërejmë ndryshime në dinamikë edhe të shteteve të tjera si Britania e Madhe ,mandej Gjermanija,Italiya Turqija,Shqipëria,Zvicra etj, me rritje të vazhdueshme të numrit të vizitorëve të jashtëm dhe netët e qëndrimit të tyre sipas shteteve që vizituan Kosovën .

KAPITULLI V

Metodologjia e kërkimit

Metodat e përdorura në hulumtim janë të orientuara drejt eksplorimit dhe zbulimit. Nëpërmjet përdorimit të metodave ka qenë e mundur që të gjurmohet më thellë në idetë dhe mendimet e njerëzve që shfaqen gjatë gjithë procesit kërkimor se sa që do të ishte e mundur duke zbatuar një perspektivë cilësore. Një pasqyrë me e qartë është ndërtuar nga analizimi nëse ekzistojnë dallime në perceptimin e impakteve (ekonomike ,sociale dhe mjedisore) të turizmit tek katër grupe të interesit: Operatorët ekonomik të turizmit ,agjensitë qeveritare, komunitetit lokal dhe turistët dhe dallimet në qëndrimet e këtyre grupeve të interesit lidhur me nevojën e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në Kosovë .

Pjesa në vijim diskuton metodat e përdorura në hulumtim që i kemi konsideruar që janë të përshtatshme për fenomenet e veçanta duke u studiuar dhe përshtatshtatur në kontekstin e turizmit. Ky kapitull fillon me një analizë të qasjes së studimit të rastit që ishte objekt studimi dhe vazhdon me një qasje të mbledhjes së të dhënave.

Procedurat e marrjes e kampioneve të synuar

Procedurat e mostrimit të punuara në këtë hulumtim përfshirë marrjen e mostrave të qëllimshme, një proces që është në përputhje me modelin interpretues. Marrjen e qëllimshme e mostrave sipas Patton (1990), lejon marrje të informacioneve të pasura për të zgjedhur nga të cilat hulumtime mund të mësojmë në lidhje me çështjen qendrore të hulumtimit dhe për qëllime të hulumtimit. Kjo metodë është gjithashtu në gjendje që

të merr parasysh kushtet lokale, formësimin reciprok dhe vlerat e përgjithshme dhe për këtë arsye është një metodë e favorshme si model për marrjen e mostrave (Lincoln & Guba,1985) . Është e njohur se në kontekstin e studimit të rastit e në rastin tonë përceptimet për zhvillimin e një strategjie të turizmit të qëndrueshëm, studiuesi ose hulumtuesi nuk është në gjendje për të vëzhguar gjithçka brenda sistemit të ndërlikuar. Gjatë këtij hulumtimi është shfrytëzuar metoda e marrjes së mostrave kritike dhe një strategji e veçantë për përzgjedhjen e mostrave relevante.Palët kryesore apo vendimet e të cilëve janë të domodoshme për hulumtim ishin identifikuar dhe kështu është krijuar fokusi i studimit të rastit. Para se të janë përzgjedhur, ka qenë e nevojshme që të aktuarët të shfaqin kriterët relevant që ne kemi konsideruar të jenë të rëndësishme për pyetjet kërkimore. Grupet e interesit janë të nevojshme që të kenë lidhje të drejtpërdrejtë me aktivitetet turistike, ose të kanë ndikimin e mundshëm në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë.

5.1 Specifikimi i subjekteve të kërkimit

Katër grupe kryesore të palëve të interesuara janë identifikuar si popullatë kyçe e synuar.Këto janë:

- ***Operatorët ekonomik të turizmit*** ,që shfrytëzojnë burimet natyrore dhe kapacitetet turistike në Kosovë për qëllime të biznesit. Këtu përfshihen subjektet hoteliere turistike siq janë: hotelet , motelet, restoranet , bujtinat etj.
- ***Agjensitë qeveritare dhe joqeveritare***, që kanë juridiksion mbi menaxhimin e aktiviteteve të lidhura direkt me panifikimi e turizmit në Kosovë. Këtu përfshihen agjencitë qeveritare si ministrite e ndryshme, drejtorate lokale dhe

shtetërore etj. Si dhe Agjensitë joqeveritare që kanë interesa me ekologjinë, trashëgiminë kulturore dhe me aspekteve tjera të jetës sociale në Kosovë.

- **Komunitetit lokal** ,të cilët në të shumtën e rasteve janë banorë rezident të zonave turistike dhe të cilët angazhohen në aktivitete mjedisore, sociale dhe rekreative si dhe të cilët edhe sigurojnë ekzistencën me ofrimin e shërbimeve turistike në zonat turistike të Kosovës.
- **Turistët** ,të cilët ishin të angazhuar në këtë aktivitet, qoftë pasiv apo aktiv, në zonat e ndryshme turistike të Kosovës ose që u ishte propozuar për të marrë pjesë në një aktivitet turistik ose ndonjë aktivitet tjetër kulturor në Kosovë. Arsyeja pse turistët janë konsideruar si grup i veçantë palëve të interesuara për qëllim të këtij studimi është se ky grup luan rolin kryesor në jetësimin e ides së strategjis së turizmit të qëndrueshëm në Kosovë.

5.2 Mjetet e kërkimit

Me qëllim që të sigurohen të dhëna të rëndësishme nga palët e interesuara janë të nevojshme mjete të sakta. Në këtë këndvështrim, duke pasur parasysh burimet e mundshme të të dhënave të kërkuara, si edhe llojin e vlerësimit të nevojshëm për zhvillimin e një strategjie për turizmit të qëndrueshëm në Kosovë; **pyetësori** u përdorur si instrumenti kryesor.

Pyetësori është instrumenti thelbësor i kërkimeve, që lidhet me një seri pyetjesh të shkruara, relative, rreth një dukurie të caktuar. Atij i kërkohet të përgjigjet me shkrim. Gjithashtu, është e qartë nga natyra e kërkimit, se një pyetësor i vetëm nuk mund të përdoret për të nxjerrë informacion nga të gjithë palët e interesuara. Pra, një metodë që

është përdorur është zhvillimi i pyetësorve të veçantë për grupe të ndryshme të në studim të tillë si:

- **Pyetësor për operatorët ekonomik të turizmit**
- **Pyetësor për agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale**
- **Pyetësor për komunitetin lokal**
- **Pyetësor për turistët**

Pyetjet e shtruara janë paraqitur në pyetësorët. Këta pyetësor kërkojnë të nxjerrin të dhëna të rëndësishme mbi aktivitete të ndryshme në lidhje strategjin e zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë .

Për sa i përket formulimit të pyetësorit, ne jemi drejtuar nga argumentet teorike dhe praktikat me të mira, në çështje të tilla si: gjatësia e pyetësorit, përshtatshmëria e pyetjeve individuale për të analizuar çështjet përkatëse në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë dhe elemente të tjerë teknike mbi pyetësorin. Pyetësorët janë të strukturuar, zgjedhja e pyetjeve për t'iu drejtuar të anketuarit ka një rregull të mirëpërcaktuar dhe të paracaktuar që në fillim. Në këtë tip ankete, shkalla e lirisë e të anketuarëve është e rrudhur në minimum, sepse duhet t'i lexojë pyetjet fjalë për fjalë, ashtu siç janë të shkruara mbi fletën e përpiluar, e quajtur moduli i të anketuarëve , dhe duhet të shmangë çdo lloj ndërlikimi. Pyetësorët e tillë

- Kanë një organizim më të përpiktë, sepse nisen nga një protokoll i paracaktuar.
- Janë të lokalizuar mbi një fushë veprimi të kufizuar nga përmbajtja e kërkimit.
- Janë më artificial, sepse liria e shprehjes e të anketuarit është e kufizuar.
- Mund të plotësohet vetëm nga persona që dinë të lexojnë dhe të shkruajnë.
- Janë të përshtatshëm për kërkime që lidhen me aspekte sipërfaqësore të vetëdijes ose manifestime të jashtme, siç janë qëndrimet, opinionet në raport me kuadër të

saktë të referimit.

- Organizimi është i përpiktë, i ngjashëm me një test, lejon më pak gabime dhe mbledhjen e shumë të dhënave me kosto të ulët.
- Kërkon kohë të shkurtër, sepse përpilohet me lehtësi.

Ky lloj i formulimit të pyetësorit ndikon direkt në cilësinë e informacionit të marrë. Pyetjet e formulara keq në pyetësor mund të çojnë në përgjigje të gabuara ose në mungesë përgjigjesh. Brenda pyetësorit, për veq pyetjeve të shkurtëra ka edhe pyetje më shkallë të Likertit ku të anketuarit janë pyetur të vlerësojnë deklaratat duke përdorur një shkallë : nga 1-Aspak nuk pajtohem ,2-Pak Pajtohem, 3-Deri dikund, 4-Pajtohem, 5-Plotësisht Pajtohem ,6-Nuk e di (Maddox, 1985), të cilat janë shfrytëzuar për të përcaktuar nivelin e një rëndësie të vendosur mbi çështjet të cilat i referohen grupeve të interesit ,ku kjo do na ndihmonte në zhvillimin e një strategjie të mirëfilltë.

5.3 Përzgjedhja e kampionit

Përzgjedhja e kampionit nënkupton zgjedhjen e një pjese të popullsisë, mbi të cilën do të kryhet një kërkim i caktuar. Kjo pjesë e quajtur kampion do të dalë sipas kriterëve të caktuara në mënyrë që të përfaqësojë tërësinë në shkallë të reduktuar. Metoda sasiore e mbledhjes së të dhënave përmban në vete analizën e të dhënave primare të mbledhura përmes pyetësorëve. “Madhësia e kampionit prej së paku 30 e më së shumti 500 konsiderohet e përshtatshme për të kryer shumicën e hulumtimeve.” (Sekaran U, 2010)

.Detyra e kampionit është tipike e kërkimeve. Përmes pyetësorëve apo intervistave i

drejtohem një numri të caktuar personash për të realizuar kërkime të shkallës së gjerë dhe për të ekzaminuar një popullsi shumë të gjerë.

Për këtë janë marrë në konsideratë kampionët për popullatën e vërtetuar:

- Operatorët ekonomik / Ofruesit e shërbimeve turistike
- Agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale
- Banorëve lokal
- Turistët

• **Operatorët ekonomik / Ofruesit e shërbimeve turistike**

Nga aktorët të turizmit respektivisht ofruesit e produkteve turistike janë përzgjedhur 160 biznese për shkak të lidhjes së tyre të drejtpërdrejtë apo të tërthortë në vendin e zgjedhur kërkimor respektivisht në tërë Kosovën dhe posaqërisht në zonat me rëndësi të veçantë për zhvillimin e turizmit siq janë: zona e Rugovës , zona e Sharrit si dhe zonat tjera urbane. Po ashtu kjo përzgjedhje është bërë në bazë të rëndësis dhe rolit të akterëve si dhe rëndësis së lokacionit në përpilimin dhe zhvillimin e një strategjie mbi turizmin e qëndrueshëm në Kosovë. Jo të gjithë operatorët janë të vendosur në zonat turistike që janë pjesë e trajtimit në këtë punim. Operatorët që ofrojnë strehim apo akomodim përdorin atraksionet turistike si një pjesë e strategjisë së përgjithshme të tyre të marketingut, edhe pse shumica e tyre nuk gjenden direkt të përqëndruara në ato zona atraktive apo turistike. Shumë operatorët turistike janë të vendosur larg nga zonat atraktive dhe piktoreske turistike apo gjenden në zonat më pak turistike apo urbane dhe turnet e tyre nuk janë të fokusuar në mënyrë specifike në zonat turistike. Megjithatë, në broshurat e tyre të gjithë reklamojnë bukuritë e përgjithshme të regjionit apo zonave

turistike si një tipar të biznesit të tyre dhe ka përfshirë një vizitë këtyre atraksioneve si pjesë e itinerarit të tyre në partneritet me një kompani tjetër .

- **Agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale**

Agjencitë qeveritare përfaqësojnë interesat qeveritare në zhvillimin e turizmit dhe të strategjisë për një zhvillim të qëndrueshëm. Në hulumtimin tonë janë zhvilluar anketime dhe janë shpërndarë pyetësorë në dy nivele të përfaqësimit të pushtetit, dhe atë në nivelin shtetëror apo qeveritar, ku janë intervistuar 5 ministri dhe të në nivelin e përfaqësimit të pushtetit lokal, ku janë intervistuar 20 komuna. Agjencitë që kanë pasur një rol të drejtpërdrejtë në aktivitetet e qeverisjes dhe zhvillimit të turizmit të lidhura në zonat turistike të Kosovës apo kishte qenë zgjedhur interesa të lidhura me turizmin. Dy nivelet e të pushtetit përfaqësues kanë rolin e zhvillimit të turizmit në çdo aspekt dhe të promovimit të turizmit si dhe ishin entuziastë për të marrë pjesë në kërkimin dhe treguan shqetësim për mungesën e menaxhimit të zhvillimit të turizmit në Kosovë. Edhe pse të gjitha agjencitë qeveritare të kontaktuara kanë rënë dakord të jenë të përfshirë në këtë kërkim shkencor, hezitim është shprehur nga një numër i të intervistuarve gjë që është e kuptueshme. Në kontakte fillestare shumë të anketuar nuk e besonin se ata do të mund të kontribuojnë në ndonjë çështje në zhvillimin e strategjisë të turizmit pavarësisht nga fakti se këto organe të pushtetit qendror apo lokalë janë përgjegjëse për zhvillim dhe promovim të turizmit. Organizatat jo-qeveritare, përfaqësojnë interesa të ndryshme por janë identifikuar si aktorët e rëndësishëm sipas përfshirjes së tyre me ose në zonat turistike apo me aktivitetet e ndryshme në fushën e turizmit. Nga dhjetë (10) aktorët jo-qeveritarë të anketuar, kishin interesa të forta mjedisore, interesa për turizëm,

si dhe për trashëgiminë kulturore dhe interesat e banorëve apo komunitetit që jeton në ato zona. Të gjithë të anketuarëve ishin të pasionuar për fushën e tyre të veçantë dhe me dëshirë kan rënë dakord për të marrë pjesë në hulumtim në mënyrë që dhe opinionet e tyre të dëgjohen. Përderisa jo të gjithë mendimet e këtyre palëve kanë qenë pozitive në qëndrimet e tyre për zhvillimin e turizmit në këto regjione ata të gjithë besonin se kjo ishte një çështje e rëndësishme e hulumtimit të cilat nevojiten të diskutohen.

- **Banorët lokalë – Komuniteti**

Komunitetit lokalë të cilët në të shumtën e rasteve janë banorë rezident të zonave turistike dhe të cilët angazhohen në aktivitete mjedisore, sociale dhe rekreative si dhe të cilët edhe sigurojnë ekzistencën me ofrimin e shërbimeve turistike në zonat turistike të Kosovës. Përsa i përket Banorëve lokalë, kampioni do të formohej prej një numri të arsyetuar dhe konkretisht 382 banorë të anketuar .Aktorët e komunitetit, janë identifikuar përmes aktivitetit të tyre të veçantë, i cili përfshinë sikurse banorët rezident apo edhe grupet e ndryshme që kanë të bëjnë drejtpërdrejt me destinacionet turistike. Aktorët e përfshirë , pjesëmarrësit individualë të cilët ishin aktiv në ato zona turistike së bashku me pjesëmarrës që përfaqësonin interesa të veçantë të komunitetit. Në përgjithësi, aktorët e komunitetit që ishin kontaktuar nuk kan hezituat për të marrë pjesë edhe pse mungesa e njohurive për turizëm është përmendur si një shqetësim për disa prej këtyre të anketuarve si dhe vlerën e kontributit të tyre në përfaqësimin e tyre në këtë hulumtim. Të anketuarit që kanë marrë pjesë nga ky grup ishin jashtëzakonisht emocional për pikëpamjet e tyre dhe në kohë kanë shfaqur zemërimin në lidhje me

çështjet që lidhen me pjesmarjen e tyre në vendimmarje turistike dhe zhvillimin e turizmit në përgjithësi.

- **Vizitorët turistik**

Përsa i përket turistëve kampioni do të formohej prej një numri të arsyetuar dhe konkretisht 378 turistë. Me qëllimin që hulumtimi jonë të arrij objektivat në mënyrë sa më të mirë, turistët janë konsideruar si grup i veçantë i interesit apo bartës i zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm dhe kanë qenë të përfshirë në anketë i cili përbëhej nga një pyetësori.

5.4 Mardhëniet në mes pyetjeve kërkimore dhe hipotezave

Pjesa në vijim paraqet hipotezat dhe pytjet kërkimore mbështetur në bazën teorike të punimit duke u nisur nga qëllimi i studimit .

Pyetja kërkimore 1:

A ekzistojnë dallime në qëndrime në mes të grupeve të interesit për mënyrën se si turizmi i qëndrueshëm duhet të zhvillohet në Kosovë ?

- **H1. Qëndrimet e grupeve të interesit janë të ndryshme për mënyrën se si turizmi i qëndrueshëm duhet të zhvillohet në Kosovë.**

Për vërtetimin e kësaj hipoteze janë marrë në konsiderat dymbëdhjet variabla apo indikatorë të cilat na japin të kuptojmë se turizmi i qëndrueshëm nënkupton një gjendje të turizmit të bazuar ***në parimet e zhvillimit të qëndrueshëm***, duke marrë parasysh "plotësisht ndikimet aktuale dhe të ardhshme ekonomike, sociale dhe mjedisore" dhe adresimin e nevojave të palëve të interesuara (Waligo et al.) . Duke u mbështetur tek autorët Telfer dhe Sharpley (2008) të cilët kanë bërë një përmbledhje të parimeve të zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit ku nëpërmes këtyre parimeve është bërë vërtetimi i hipotezës së parë.

- Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmes dhe të së ardhmes;
- Zhvillimi i turizmit duhet të respektojë , natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale;
- Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siq kërkohet;
- Banorët lokalë të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat turistike;
- Bizneset familjare duhet të inkurajohet dhe përkrahen;
- Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun;
- Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm;
- Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja;
- Qeveria duhet të jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të

arrihet zhvillimi i turizmit;

- Turistët duhet të jenë të informuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike;
- Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efikase për të zhvilluar më tej turizmin;
- Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit;

Pyja kërkimore 2 :

A ekzistojnë dallime në perceptime në mes grupeve të interesit rreth impakteve të turizmit?

- **H2. Perceptimet e grupeve të interesit rreth impakteve të turizmit dallojnë nga njëra tjetra.**

Për vërtetimin e kësaj hipoteze janë marrë në konsiderat variablat apo indikatorët të cilat kanë të bëjnë me impaktet e turizmit duke u mbështetur tek autorët (D.-W. Ko, W.P. Stewart, 2002), (ekonomike, sociale, ambientale) qoftë negative ashtu edhe pozitive .Duke u mbështetur tek autori (Byrd, 2009) ky studim synon të analizoj dallimet në perceptimin e impakteve të turizmit në mes të katër grupeve të interesit :operatorët ekonomik të turizmit ,agjensitë qeveritare dhe joqeveritare , komuniteti lokal dhe turistët , ku nëpërmes këtyre impakteve të turizmit është bërë vërtetimi i hipotezës së dytë.

- **Ekonomike**

Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme;

Turizmi rrit koston e jetesës;

Turizmi rrit mundësitë e punësimit;

Turizmi kontribuon në ngritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës;

Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit;

Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës;

- **Sociale**

Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik;

Turizmi rrit krimet / plaçkitje / vandalizëm;

Turizëm përmirëson cilësinë e jetesës;

Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese;

Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë;

- **Ambientale**

Turizëm ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit;

Turizëm sjell ndotjen e mjedisit;

Bizneset shërbyse turistike hudhin tonelata mbeturina gjatë sezonit turistik;

Turizmi dëmtonjë pejsazhin dhe mjedisin natyror;

Turizmi shkatërron ekosistemin lokal;

Turizmi prodhon efekte afatgjata negative në mjedis.

5.5 Llojet e analizave të përdorura

Në përgjithësi, analiza ka shërbyer si bazë për të nxjerrë përgjithësime (konkluzionet dhe rekomandimet) rreth zhvillimit të strategjis për një turizëm të qëndrueshëm në Kosovë. Përpilimi dhe zhvillimi i një strategjie mbi turizmin e qëndrueshëm në Kosovë është një veprim i vështirë, i cili kërkon një planifikim të mirë dhe zbatim të kujdesshëm. U përdorën të gjithë pyetësit e formuluar për të mbledhur të dhënat nga anketuarit. Të dhënat pas grumbullimit u përpunuan në programin SPSS.

Në statistikë, analiza e variancës (one-way ANOVA) është një teknikë e përdorur për të krahasuar mesataren e tre ose më shumë grupeve (duke përdorur shpërndarjen F). Kjo teknikë mund të përdoret vetëm për të dhëna numerike. (Howell, 2002)

One-way ANOVA krahason mesataret në mes të grupeve dhe tregon nëse egziston ndonjë ndryshim në mes tyre. Në mënyrë të veçantë teston hipotezën zero:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

ku μ =mesatarja e grupit dhe k =numri i grupeve. Megjithatë nëse testi one-way ANOVA tregon një rezultat signifikant atëherë pranohet hipoteza alternative H_a , ku janë të paktën dy grupe, mesataret e të cilave janë të ndryshme nga njëra-tjetra. Në këtë pikë është e rëndësishme të tregohet se testi one-way ANOVA nuk tregon se në mes të cilave grupe egzistojnë dallime, por për këtë qëllim duhet të përdoret njëri nga testet post-hoc i cili në mënyrë konkrete tregon se në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime.

Metoda Scheffe (Howell, 2002), është metodë e krahasimit të shumëfishtë, por ky krahasim bëhet në një hap të vetëm. Kjo është një ndër metodat bazë që përdoret në analizën e regresit linear për të realizuar krahasimin e shumëfishtë, dhe natyrisht dhe në ANOVA-n (si një rast i veçantë i regresit linear) Metoda ka marrë emrin e statistikanit amerikan Henry Scheffe.

Ndërtohet një kontras C i përcaktuar nga barazimi

$$C = \sum_{i=1}^r c_i \mu_i$$

dhe shtrohet hipoteza $H_0: C = 0$ me hipotezë alternative $C \neq 0$.

Vlerësimi i C bëhet sipas barazimit të mëposhtëm:

$$\hat{C} = \sum_{i=1}^r c_i \bar{Y}_i$$

dhe varianca e së cilës është :

$$s_{\hat{C}}^2 = \hat{\sigma}_e^2 \sum_{i=1}^r \frac{c_i^2}{n_i}$$

ku n_i është vëllimi i zgjedhjes së marrë nga nënpopullimi i i -të , dhe varianca e vlerësuar (estimated). Forma e intervaleve të besimit, me koeficient besimi $1-\alpha$, është:

$$\hat{C} \pm s_{\hat{C}} \sqrt{(r-1)F_{\alpha; r-1; N-r}}$$

ku N është vëllimi i zgjedhjes së gjithë popullimit, r numri i nënpopullimeve në të cilat është ndarë popullimi i madh. Pas afishimit të këtij intervali, kontrollohet nëse ai e përmban apo jo zeron. Nëse nuk e përmban, atëherë hipoteza H_0 bie. Metoda në fjalë konsiderohet shumë rigoroze, sepse kontrollet i bën për një gabim të rendit shumë më të vogël se α . (Maxwel & Delaney, 2004; George & Dallas, 1993).

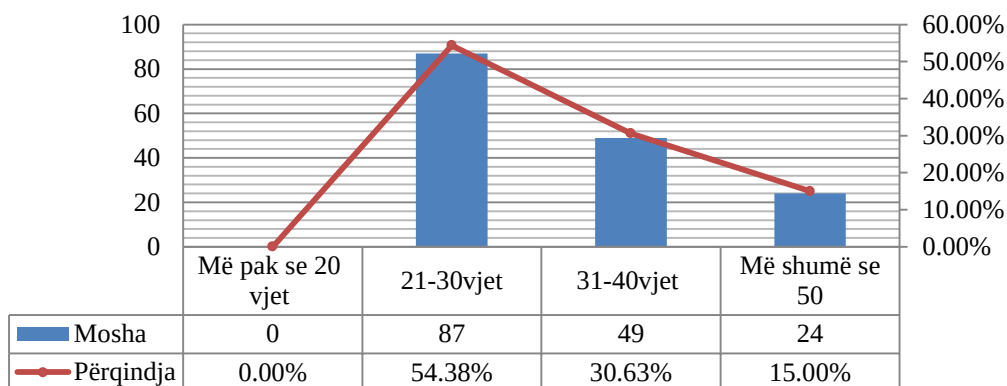
5.6 Analizimi i të dhënave dhe prezantimi i gjetjeve

Në këtë kapitullë jemi përpjekur të ofrojmë një pasqyrë të secilit prej grupeve të interesit dhe të qëndrimeve të përgjithshme dhe të ndjenjave të aktorëve në raport me temën e hulumtimit. Gjatë hulumtimit ky punim merr një qasje kryesisht cilësore, këto anketime apo përgjigjet e pyetësorëve janë esenciale dhe të nevojshme për të na ndihmuar neve si hartues dhe lexuesve potencial të këtij studimi që të vendosin palët e interesuara në kontekstin e hartimit të strategjisë, dhe i cili kontekst me tutje do të na ndihmonë për të kuptuar perspektivat dhe mendimet e të anketuarve.

Këta pyetësor të strukturuar janë zhvilluar me një numër të caktuar të akterëve dhe të palëve të interesit duke përfshirë operatorët e turizmit, agjensioneve qeveritare si ato qendrore ashtu edhe lokale, organizatat jo-qeveritare, akterëve dhe grupeve të komunitetit, e po ashtu edhe turistët e huaj dhe vendor. Katër muaj kanë rezultuar nga shpërndarja dhe mbledhja e pyetësorëve. Grafikët dhe tabelat e mëposhtme tregojnë ndarjen e të anketuarve të cilët morën pjesë në anketa.

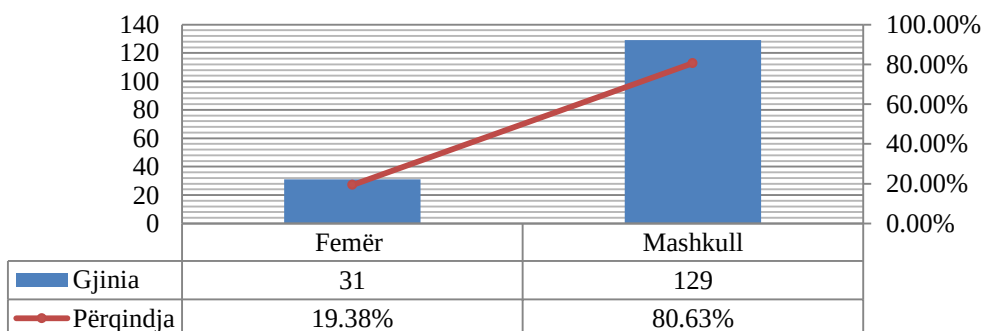
Pyetësor drejtuar operatorëve ekonomik / ofruesëve të shërbimeve turistike

Grafiku 1: Moshë



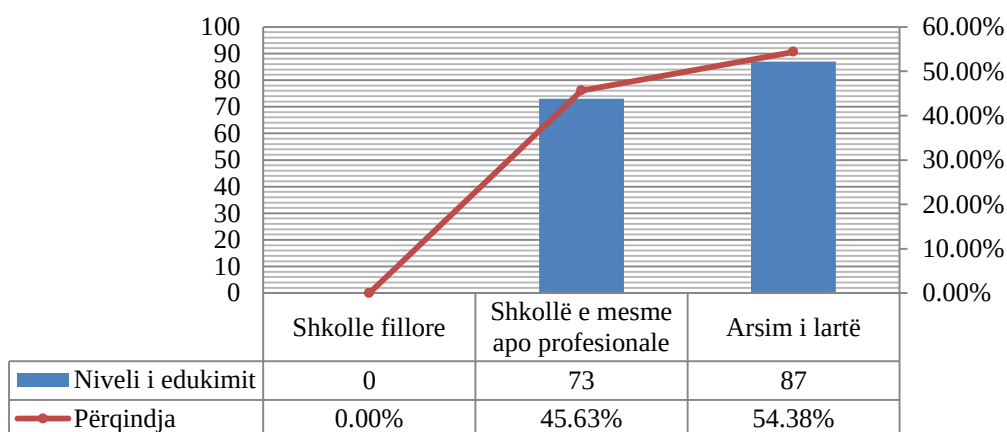
Tek grafiku i mësipërm tregohet moshë e ofruesve të shërbimeve turistike të bizneseve hoteliere i cili është element i rëndësishëm për të analizuar zhvillimin e bizneseve hoteliere. Në grafikun e pyetësorit për operatorët ekonomik, paraqiten të dhënat për moshën e të anketuarve të cilët drejtojnë me biznese hoteliere .Ku nga gjithsejtë 160 biznese të anketuara nxjerrim një analizë të moshës së tyre të cilët i menaxhojnë këto biznese . Nga bizneset e anketuara del se nuk ka themelues të cilët kanë më pak se 20 vjet ,ndërsa 21-30 janë 87 ose 54.38% e themeluesve të cilët menaxhojnë bizneset hoteliere,ndërsa 49 ose 30.63% e tyre janë të moshës 31-40 vjet ,ndërsa 24 ose 15.00% janë të moshës më shumë se 50 vjetë.

Grafiku 2: Gjinia



Struktura gjinore e drejtuesve të bizneseve hoteliere është element i rëndësishëm në analizën dhe përcjelljen e aktiviteteve të bizneseve. Edhe pse në vendin tonë pjesëmarrja e femrave në menaxhimin apo drejtim të bizneseve hoteliere është e vogël, mirëpo viteve të fundit shihet një ngritje e pjesëmarrjes së femrave në procesin e menaxhimit. Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat e të anketuarëve për gjininë e ofruesve të shërbimeve turistike të cilët drejtojnë me biznese hoteliere. Ku nga gjithsejtë 160 biznese të anketuara nxjerrim një analizë të gjinisë së drejtuesve të cilët i menaxhojnë këto biznese. Nga bizneset e anketuara del se 31 ose 19.38% e tyre drejtohen bizneset hoteliere nga gjinia femërore, ndërsa 129 ose 80.63% janë drejtues të gjinisë mashkullore.

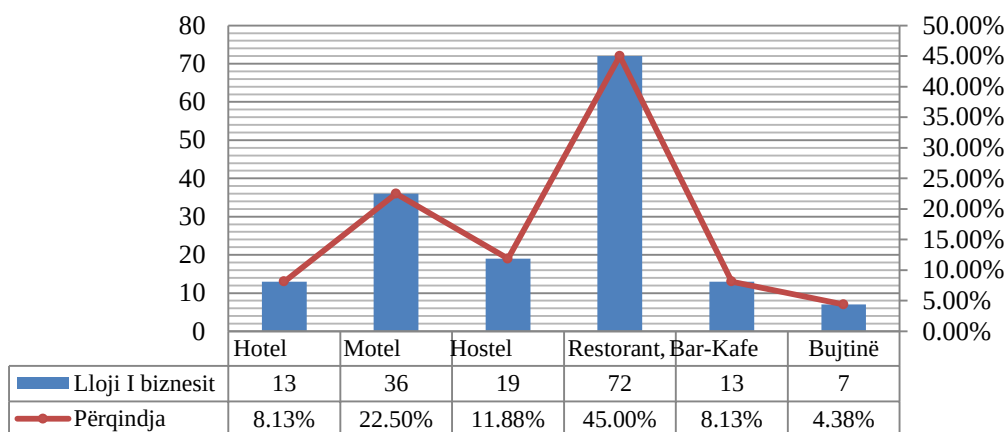
Grafiku 3: Niveli i edukimit



Niveli i edukimit të drejtuesve, mund të jetë një përcaktues i rëndësishëm i rritjes dhe zhvillimit të bizneseve hoteliere. Niveli i edukimit jo-adekuate mund të ndikojë në zhvillimin e pa qëndrueshëm të këtyre bizneseve. Në grafikun e mësipërm paraqiten të dhënat për nivelin e shkollimit të anketuarve të cilët drejtojnë me biznese hoteliere. Ku nga gjithsejtë 160 biznese të anketuara nxjerrim një analizë të nivelit të edukimit të cilët i menaxhojnë këto biznese. Nga bizneset e anketuara del se asnjë nga ofruesit e

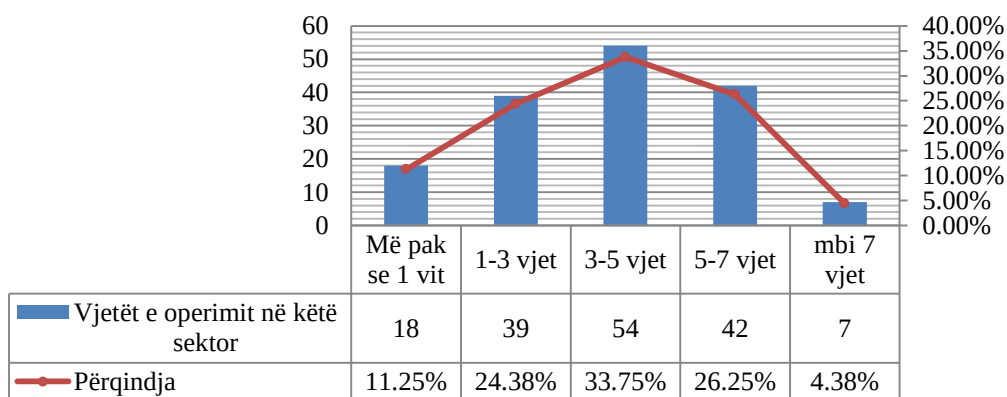
shërbimeve turistike të anketuar nuk ka me shkollë fillore ,ndërsa 73 nga ata ose 45.63% e tyre janë më shkollë të mesme profesionale ,ndërsa 87ose 54.38% kanë arsimim të lartë.

Grafiku 4: Lloji i biznesit



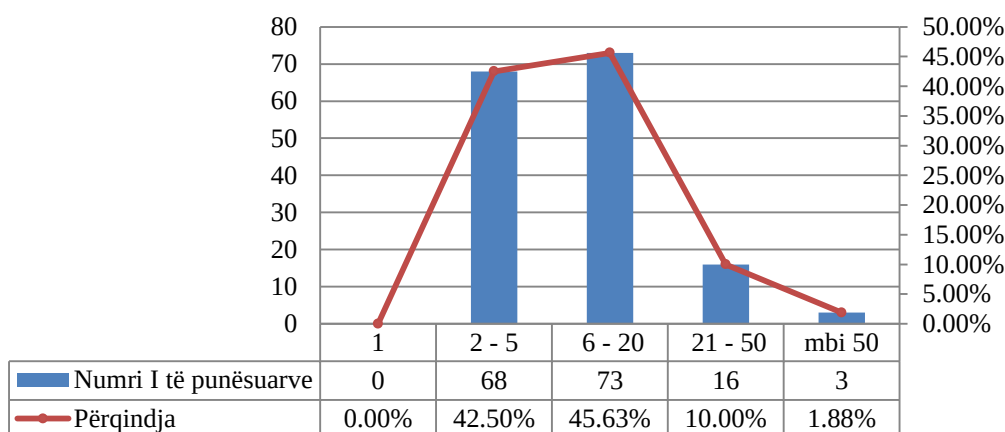
Lloji i bizneseve dhe madhësia e tyre, ka ndikim edhe në formën e menaxhimit. Në grafikun nr. 4 paraqiten rezultatet nga anketa ku dëshmohet se janë të anketuara 13 Hotele ose 8.13% nga totali i bizneseve të anketuara ,ndërsa 36 ose 22,50% janë Motele , 19 ose 11.88 % janë Hostele ,72 ose 45% janë Restorane,13 ose 8.13 % janë Bar-Kafe dhe 7 ose 4.38% janë Bujtina

Grafiku 5: Vjetet e operimit në sektorin e turizmit



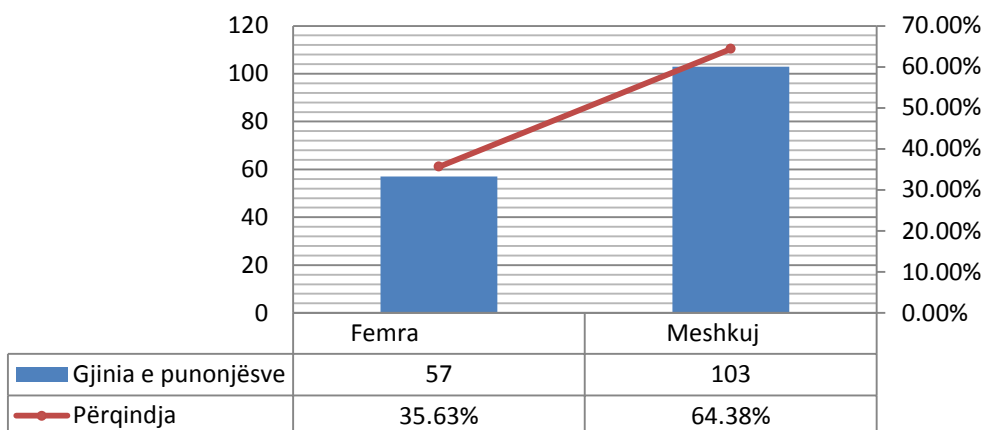
Në grafikun mësipërm, paraqiten të dhënat për vjetët e operimit në sektorin e hotelieris .Konkurrenca në treg , mungesa përvojës, janë faktorë të rëndësishëm për të ardhur deri tek vendimet e pronarëve për themelimin dhe drejtimin e biznesit në sektorin e hotelieris. Dihet se eksperiencia e kaluar dhe vjetët e operimit në këtë sektor kanë një ndikim pozitiv në menaxhimin e biznesit hotelier ,ku në Kosovë pas luftës janë hapur një numër jo i madh i bizneseve në këtë sektor dhe eksperiencia e tyre vrehet gjatë anketës . Më pak se 1 vit janë 18 ose 11.25% e të anketuarve kanë experiencë pune në këtë sektor.Ndërsa 1-3 vjet janë 39 ose 24.38% e të anketuarve.3-5 vjet janë 54 ose 33.75% e të anketuarve ,5-7 vjet janë 42 ose 26.25% e të anketuarve dhe mbi 7 vjet të operimit në këtë sektor janë 7 ose 4.38% e të anketuarve.

Grafiku 6: Numri i të punësuarve



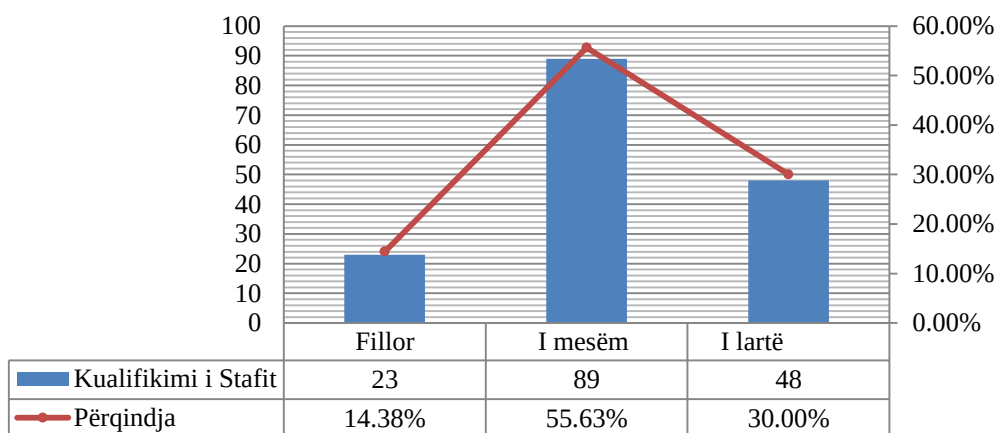
Në grafikun mësipërm ,paraqiten të dhënat për numrin e të punësuarve në bizneset hoteliere të anketuara . Ku nga bizneset e anketuara nxjerrim një analizë ku 2-5 të punësuar kanë 68 ose 42.50% e bizneseve ,6-20 të punësuar kanë 73 ose 45.63% ,21-50 të punësuar kanë 16 ose 10% e bizneseve dhe mbi 50 të punësuar kanë 3 ose 1.88% e bizneseve të anketuara.

Grafiku 7: Gjinia e punonjësve



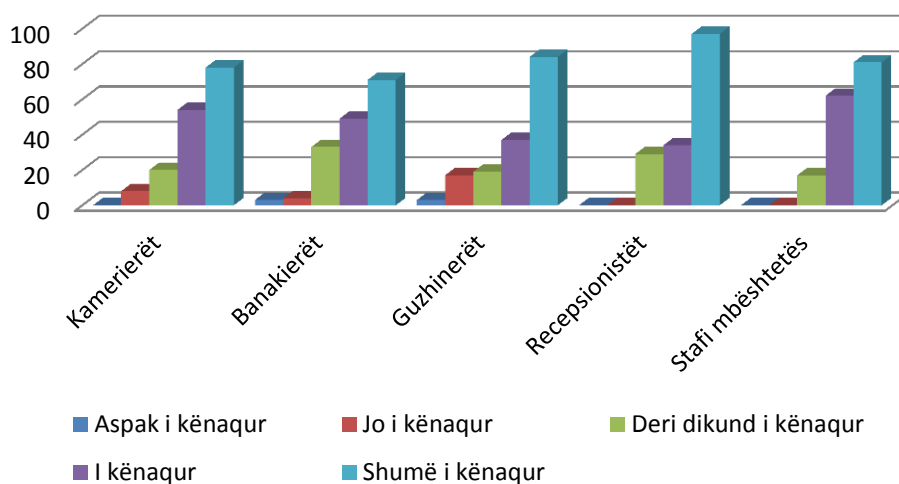
Struktura gjinore e punonjësve në bizneset hoteliere është element i rëndësishëm edhe pse në Kosovë numrin më të madh të punonjësve e përbëjnë gjinia mashkullore ndërsa numri i punonjësve të gjinisë femërore është në një masë më të vogël, pavarësisht që dita ditës në vitet e fundit shihet një ngritje e vetëdijësimit që edhe femrat duhet të kyçen në këtë proces. Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për gjininë e punonjësve në bizneset hoteliere. Nga bizneset e anketuara del se 57 ose 35.63% janë punonjësve të gjinisë femërore, ndërsa 103 ose 64.38% janë punonjës të gjinisë mashkullore.

Grafiku 8: Kualifikimi i Stafit



Niveli i kualifikimit të stafit, ka rëndësi të madhe e sidomos në kualifikim profesional i cili është mëse i domosdoshëm në sektorin e hoteleris. Niveli i edukimit jo-adekuatë mund të ndikojë në zhvillimin e pa qëndrueshëm të këtyre bizneseve. Në grafikun mësipërm, paraqiten të dhënat për nivelin e kualifikimit të stafit të anketuar të cilët punojnë në biznese hoteliere. Nga bizneset e anketuara del se 23 ose 14.38% e punonjësve kanë kualifikim fillor, ndërsa 89 ose 55.63% janë punonjës që kanë kualifikim të mesëm dhe 48 ose 30% e punonjësve kanë kualifikim të lartë.

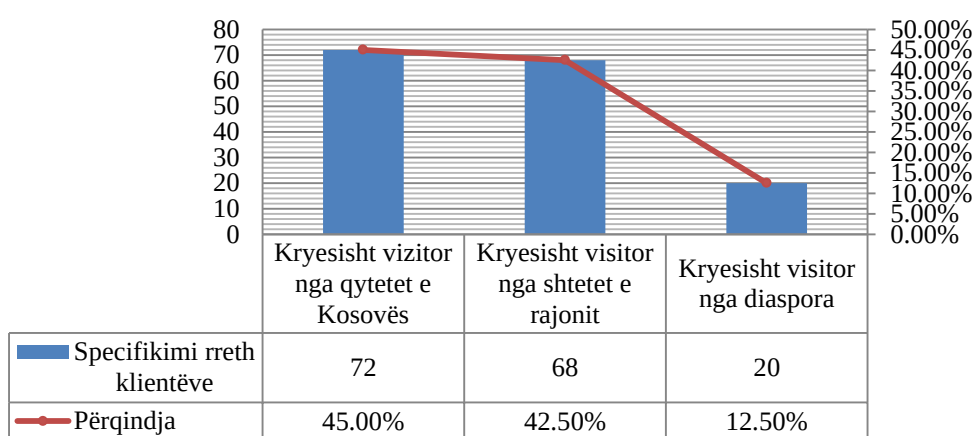
Grafiku 9: Knaqshmëria me punën e stafit



Knaqshmëria me punën e stafit	Aspak i kënaqur	Jo i kënaqur	Deri dikund i kënaqur	I kënaqur	Shumë i kënaqur
Kamerierët	0.00%	5.00%	12.50%	33.75%	48.75%
Banakierët	1.88%	2.50%	20.63%	30.63%	44.38%
Guzhinerët	1.88%	10.63%	11.88%	23.13%	52.50%
Recepsionistët	0.00%	0.00%	18.13%	21.25%	60.63%
Stafi mbështetës	0.00%	0.00%	10.63%	38.75%	50.63%

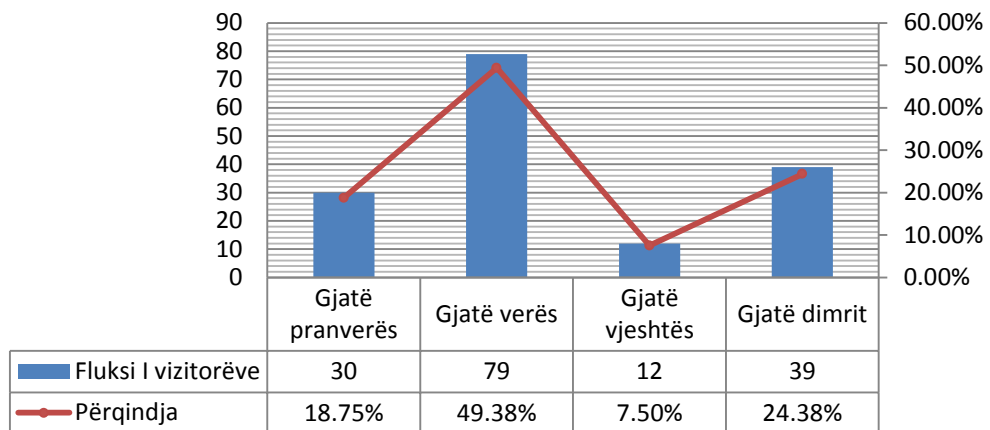
Në grafikun dhe tabelën mësipërme të pyetesorit, paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se sa janë të kënaqur ofruesit e shërbimeve turistike me punën e stafit të tyre, si dhe ata duhen të japim përgjigjet për secilën nga kategorit e pyetjeve. Nga analiza e përgjigjeve ofruesve të shërbimeve turistike shohim se ata në përgjithësi janë shumë të kënaqur me stafin e tyre ku përfshihen kategorit e ndryshme si : Kamerierët, Banakierët, Guzhinerët, Receptionistët, Stafi mbështetës.

Grafiku 10: Specifikimi rreth klientëve



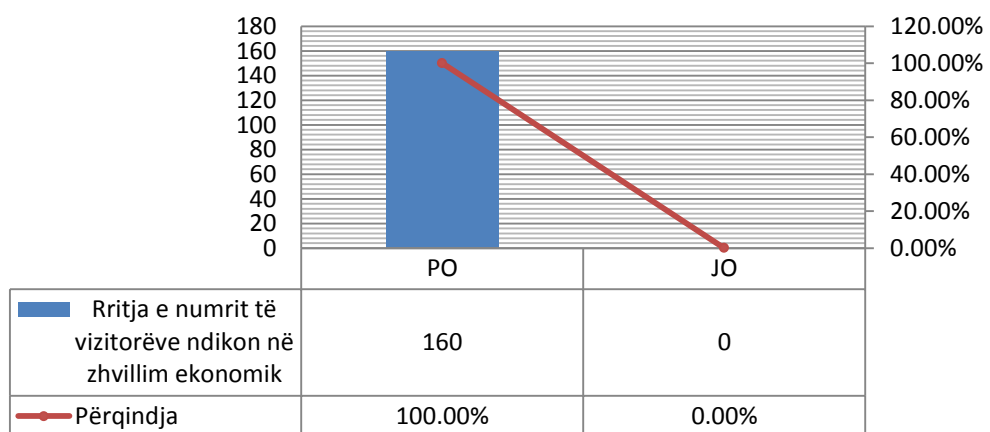
Lloji i vizitorëve, mund të jetë një përcaktues i rëndësishëm i rritjes dhe zhvillimit të bizneseve hoteliere, ku ky zhvillim ndikon në mënyrë pozitive në zhvillim ekonomik të vendit tonë. Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për llojin e vizitorëve apo klienteve si dhe prejardhjen e tyre. Bizneset hoteliere në numër më të madh 72 ose 45% kishin kryesisht vizitor nga qytetet e Kosovës, ndërsa 68 ose 42.50% kryesisht vizitor nga shtetet e rajonit dhe 20 ose 12.50% e tyre kryesisht vizitor nga diaspora.

Grafiku 11: Fluksi i vizitorëve



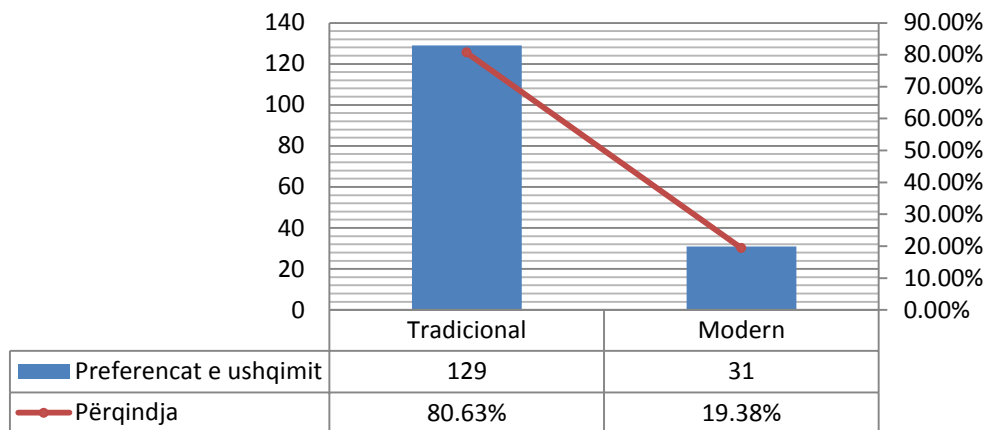
Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat të cilat tregojnë fluksin më të madh të vizitorëve gjatë katër stinëve të vitit .Nga analiza e përgjigjeve të 160 bizneseve hoteliere të cilat janë marrë në anketë 30 ose 18.75 % nga ata kanë vizitorë gjatë stinës së pranverës .Gjatë stinës së verës shihet se është ritur fluksi i vizitorëve në 79 ose 49.38% .Gjatë stinës së vjeshtës ka një rënie të fluksit të vizitorëve 12 ose 7.50% ,ndërsa gjatë stinës së dimrit prap ka një rritje të fluksit të vizitorëve 39 ose 24.38%.

Grafiku 12: Rritja e numrit të vizitorëve ndikon në zhvillim ekonomik



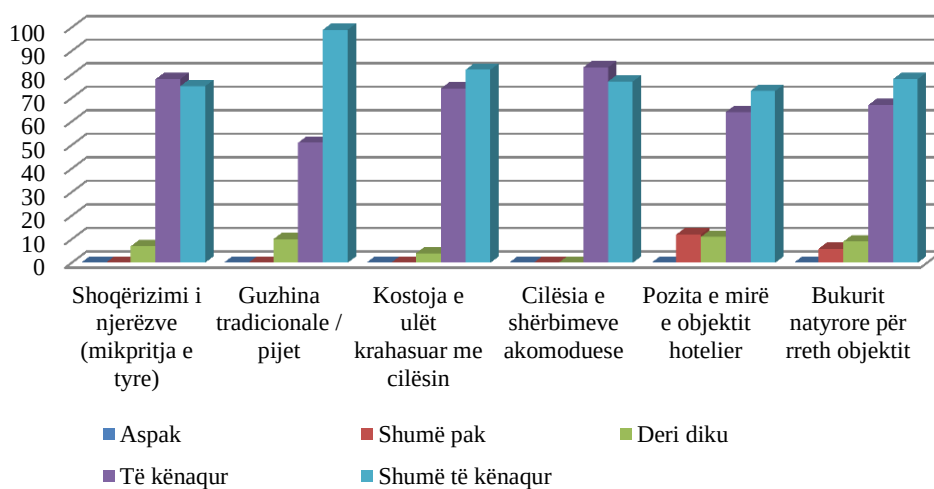
Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se nëse kemi rritje të numrit të vizitorëve më shumë në vitet e ardhshme ,a do të ndikojë kjo në zhvillimin ekonomik të vendit tonë. Nga analiza e përgjigjeve të drejtuesve të bizneseve hoteliere shohim se ata në përgjithësi janë përgjigjur pozitivisht më 100% .

Grafiku 13: Preferencat e ushqimit



Ushqimi ka një rëndësi e cila domosdoshmërisht futet në kulturën tradicionale ku ajo duhet begatuar dhe të gërshetohej më kulturën moderne ku di t'i japin vendit tonë një lloj vlere turistike apo edhe vlerë ekonomike me produktet tona. Nga analiza e përgjigjeve të ofruesve të shërbimeve turistike në grafikonin mësipërm shohim se preferencat e vizitorëve ishin më të mëdha për ushqim tradicional më 129 ose 80.63% e tyre ,ndërsa 31 ose 19.38% preferonin më tepër të ushqeheshin më ushqim modern.

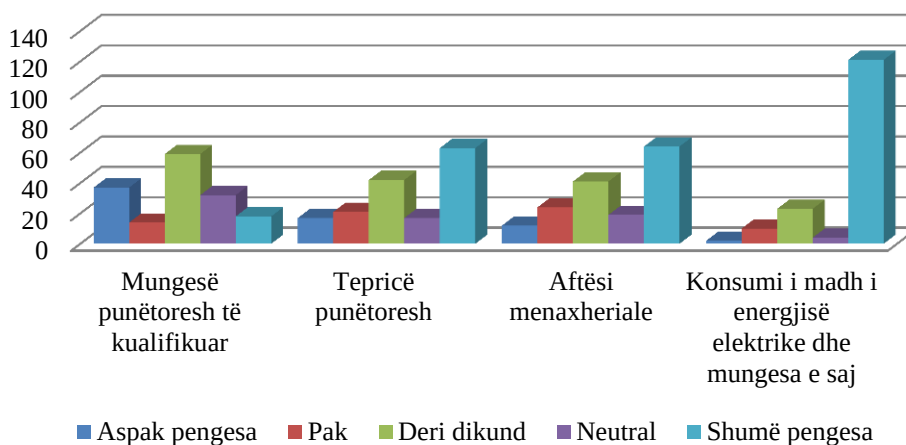
Grafiku 14: Knaqëshmëria e vizitorëve



Knaqëshmëria e vizitorëve	Aspak	Shumë pak	Deri diku	Të kënaqur	Shumë të kënaqur
Shoqërimi i njerëzve (mikpritja e tyre)	0.00%	0.00%	4.38%	48.75%	46.88%
Guzhina tradicionale / pijet	0.00%	0.00%	6.25%	31.88%	61.88%
Kostoja e ulët krahasuar me cilësin	0.00%	0.00%	2.50%	46.25%	51.25%
Cilësia e shërbimeve akomoduese	0.00%	0.00%	0.00%	51.88%	48.13%
Pozita e mirë e objektit hotelier	0.00%	7.50%	6.88%	40.00%	45.63%
Bukurit natyrore për rreth objektit	0.00%	3.75%	5.63%	41.88%	48.75%

Në grafikun dhe tabelën e mësipërme kërkohet opinioni i ofruesve të shërbimeve turistike,se sa janë të kënaqur vizitorët me pritjen,shërbimin dhe akomodimin në objektet hoteliere në Kosovë . Nga analiza e përgjigjeve të ofruesve të shërbimeve turistike shohim se numri më i madh i vizitorëve ishin të kënaqur dhe shumë të kënaqur më mikpritjen e banorëve ,më guzhin tradicionale,kosto të ulët ,cilësi të shërbimeve ,pozitë të mirë të objekteve hoteliere si dhe me bukuritë natyrore.

Grafiku 15: Pengesat e operimit të biznesit



Pengesat e operimit të biznesit	Aspak pengesa	Pak	Deri dikund	Neutral	Shumë pengesa
Mungesë punëtoresh të kualifikuar	23.13%	8.75%	36.88%	20.00%	11.25%
Tepricë punëtoresh	10.63%	13.13%	26.25%	10.63%	39.38%
Aftësi menaxheriale	7.50%	15.00%	25.63%	11.88%	40.00%
Konsumi i madh i energjisë elektrike dhe mungesa e saj	1.25%	6.25%	14.38%	2.50%	75.63%

Pengesat gjatë operimit të bizneseve hoteliere janë elemente të rëndësishme sepse nëse këto do të ndodhin një kohë të gjatë atëherë këto biznese do të ballafaqohen me probleme . Në grafikun dhe tabelën e mësipërme paraqiten të dhënat për identifikim e pengesave të cilat ballafaqohen këto biznese. Nga bizneset e anketuara del se 23.13% nuk kanë aspak pengesa me punëtor të kualifikuar,ndërsa 36.88% kanë dhënë përgjigje deri dikund ,20% e tyre kishin përgjigje neutrale ndërsa 11.25% kishin shumë pengesa me mungesë të stafit të kualifikuar.Sa i përket numrit të madh të puntorëve u identifikua me 39.38%. Ndërsa me 40% u identifikua si pengesë me e madhe tek aftësit menaxheriale dhe 75.63% ishin përgjigjet e menaxhereve të identifikuara si pengesa të mëdha konsumi i madh i energjisë elektrike dhe mungesa e sajë.

Përmbledhja e gjetjeve nga operatorët ekonomik / ofruesëve të shërbimeve turistike

Në përgjithësi, qëndrimet e të gjithë të anketuarve të operatorëve të turizmit kishin një vullnet për të shprehur mendimin e tyre. Siç është cekur më lartë në anketë janë marrë 160 operatorë të bizneseve turistike nga të cilët mosha e themeluesve të bizneseve hoteliere ishte nga 21-30 janë me një numër më të madh 87 ose 54.38% e drejtuesve të cilët menaxhojnë bizneset hoteliere. Kjo do të thotë që është moshë mjaftë e mirë për të menaxhuar. Struktura gjinore e themeluesve të këtyre bizneseve ishte kryesisht nga gjinia mashkullore ku dominonte me 129 ose 80.63%. Niveli i edukimit të drejtuesve ishte nga bizneset e anketuara del se 23 ose 14.38% e punonjësve kanë kualifikim fillor, ndërsa 89 ose 55.63% janë punonjës që kanë kualifikim të mesëm dhe 48 ose 30% e punonjësve kanë kualifikim të lartë. Lloji i vizitorëve me numër më të madh 72 ose 45% ishin kryesisht vizitorë nga qytetet e Kosovës ndërsa 68 ose 42.50% kryesisht vizitor nga shtetet e rajonit dhe 20 ose 12.50% e tyre kryesisht vizitorë nga diaspora. Fluks më të madh të vizitorëve kishin gjatë stinës së verës 79 ose 49.38% nga numri i gjithmbarshëm i tyre. Preferencat e vizitorëve ishin më të mëdha për ushqim tradicional më 129 ose 80.63% e tyre. Nga analiza e përgjigjeve të drejtuesve apo themeluesve shohim se numri më i madh i vizitorëve ishin të kënaqur dhe shumë të kënaqur më mikpritjen e banorëve, më guzhin tradicionale, kosto të ulët, cilësi të shërbimeve, pozitë të mirë të objekteve hoteliere si dhe më bukurit natyrore.

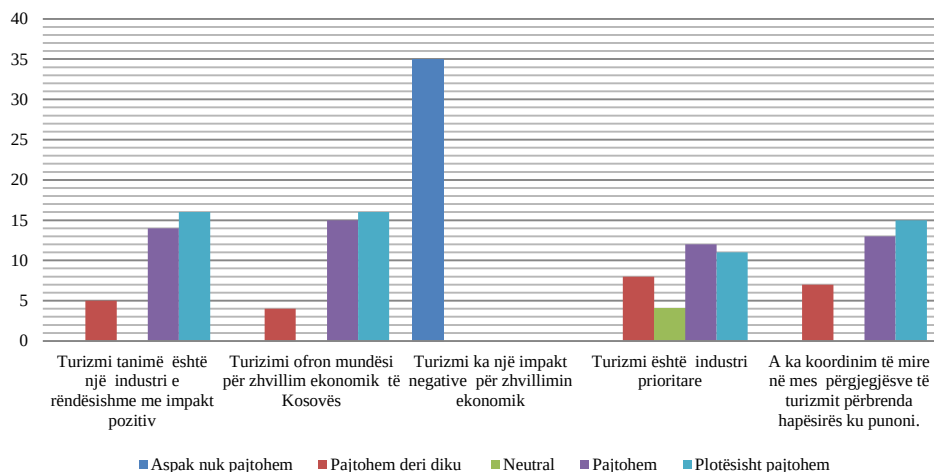
Nga analiza e përgjigjeve të themeluesve shohim se ata në përgjithësi janë shumë të kënaqur më stafin e tyre ku përfshihen kategorit e ndryshme si: Kamerierët, Banakierët, Guzhinerët, Recepsionistët, Stafi mbështetës, ndërsa si pengesë gjatë operimit të bizneseve hoteliere kishin mungesën e punëtorëve të kualifikuar, aftësi menaxheriale,

konsum të madh i energjisë elektrike dhe mungesës së saj. Ndërsa ata ishin të kënaqur me vizitorët ku ishin kryesisht ishin nga qytetet e Kosovës si dhe ata mendojnë se nëse ka rritje të numrit të visitorëve në vitet e ardhshme do të ketë zhvillim ekonomik më të madh.

Ofruesit e shërbimeve turistike respektivisht subjektet afariste që ofrojnë shërbime kanë qenë grupi, ku në fokus kryesor e kishin zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm që ishte edhe perspektiva ekonomike. Ky grup apo palë e interesit gjithashtu kanë portretizuar vlerat ekonomike si të rëndësishme. Palët të interesuara gjithashtu shprehin rëndësinë e perspektivës ekonomike të zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit. Këta aktorë të turizmit kanë vënë në dukje perspektivën ekonomike të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm që gjithashtu ndërlidhet me perspektivën ekologjike të këtij turizmi.

Pyetësor drejtuar agjensione qeveritare, jo qeveritare dhe lokale

Grafiku 16: Perceptimi i turizmit



	Aspak nuk pajtohem	Pajtohem deri diku	Neutral	Pajtohem	Plotësisht pajtohem
Turizmi tanimë është një industri e rëndësishme me impakt pozitiv	0.00%	14.29%	0.00%	40.00%	45.71%
Turizmi ofron mundësi për zhvillim ekonomik të Kosovës	0.00%	11.43%	0.00%	42.86%	45.71%
Turizmi ka një impakt negative për zhvillimin ekonomik	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Turizmi është industri prioritare	0.00%	22.86%	11.43%	34.29%	31.43%
A ka koordinim të mirë në mes përgjegjësve të turizmit përbrenda hapësirës ku punoni.	0.00%	20.00%	0.00%	37.14%	42.86%

Në grafikun dhe tabelën e mësipërme të pyetësorit për Agjensione qeveritare, jo qeveritare dhe lokale , paraqiten përgjigjet e të anketuarëve lidhur më atë se si

perceptohet turizmi nga Agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale .Pyetjet janë të formuluar me shkallë të Likertit(1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku , 3 - Neutral, 4 -Pajtohem ,5 - Plotësisht pajtohem) dhe nga përgjigjet e të anketuarve do të shohim se si e përceptojnë ata turizmin.

Tek pytja e parë: Turizmi tanimë është një industri e rëndësishme me impakt pozitiv.Janë përgjigjur me 0.00% aspak nuk pajtohem, 14.29% pajtohem deri diku, 0.00% neutral, 40.00% pajtohem, 45.71% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të anketuarëve shohim se ata në një masë më të madhe pajtohen që turizmi është një industri e rëndësishme me impakt pozitiv.

Tek pytja e dytë: Turizimi ofron mundësi për zhvillim ekonomik të Kosovës janë përgjigjur me: 0.00% aspak nuk pajtohem, 11.43% pajtohem deri diku, 0.00% neutral, 42.86% pajtohem, 45.71% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të anketuarve shohim se ata në një masë më të madhe pajtohen që turizimi ofron mundësi për zhvillim ekonomik të Kosovës .

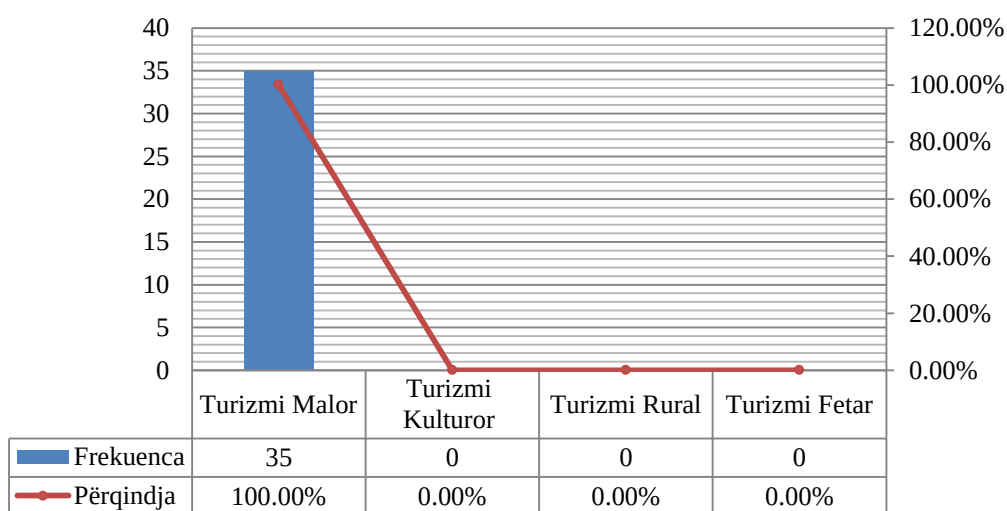
Tek pytja e tretë: Turizmi ka një impakt negativ për zhvillimin ekonomik. Janë përgjigjur me: 100.00% aspak nuk pajtohem, 0.00% pajtohem deri diku,0.00%neutral, 0.00% pajtohem, 0.00% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të të anketuarëve shohim se me një përqindje shumë të madhe : 100.00% ata nuk ishin dakort më pytjen se turizmi ka një impakt negativ për zhvillimin ekonomik,ku do të thotë se rëndësia e turizmit është mjaftë e madhe dhe ndikon në zhvillim ekonomik .

Tek pytja e katërt: Turizmi është industri prioritare.Janë përgjigjur me: 0.00% aspak nuk pajtohem, 22.86% pajtohem deri diku, 11.43% neutral , 34.29% pajtohem, 31.43% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të anketuarve vërejmë se kemi përgjigje me përqindje të ndryshme ,mirpo përgjigjet me përqindje më të madhe 31.43%

rezultojnë që të anketuarit pajtohem deri diku, ku ata mendojnë që turizmi në vendin tonë nuk është industri prioritare.

Tek pyetja e pestë: A ka koordinim të mirë në mes përgjegjësve të turizmit përbrenda hapësirës ku punoni. Janë përgjigjur me: 0.00% aspak nuk pajtohem, 20.00% pajtohem deri diku, 0.00% neutral, 37.14% pajtohem, 42.86% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të të anketuarve vërehet se kemi përgjigje deri dikund të ndryshme sa i përket koordinimit të mirë në mes përgjegjësve.

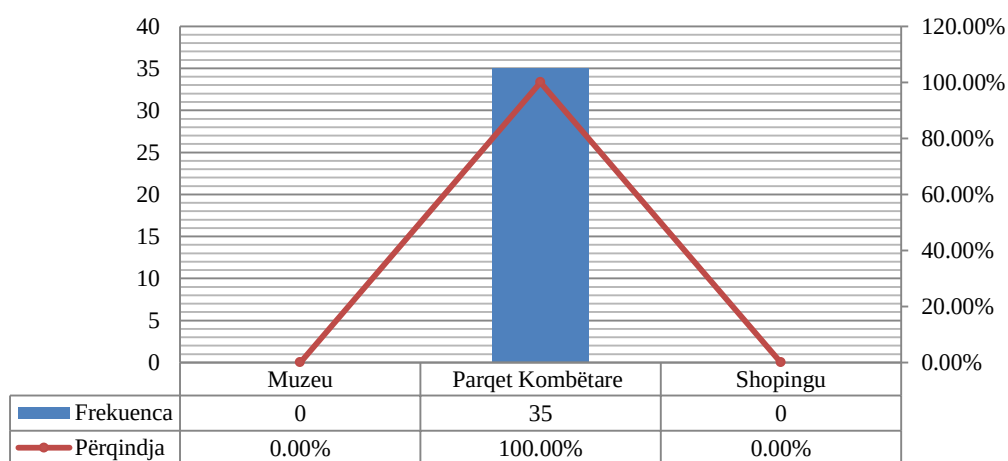
Grafiku 17: Termet kyqe për turizëm



Në grafikun e mësipërm tek pyetja: ” Çka mendoni cilat do të jenë temat kyqe të turizmit përbrenda kësaj hapësire ” -Turizmi Malor, Turizmi Kulturor, Turizmi Rural, Turizmi Fetar.

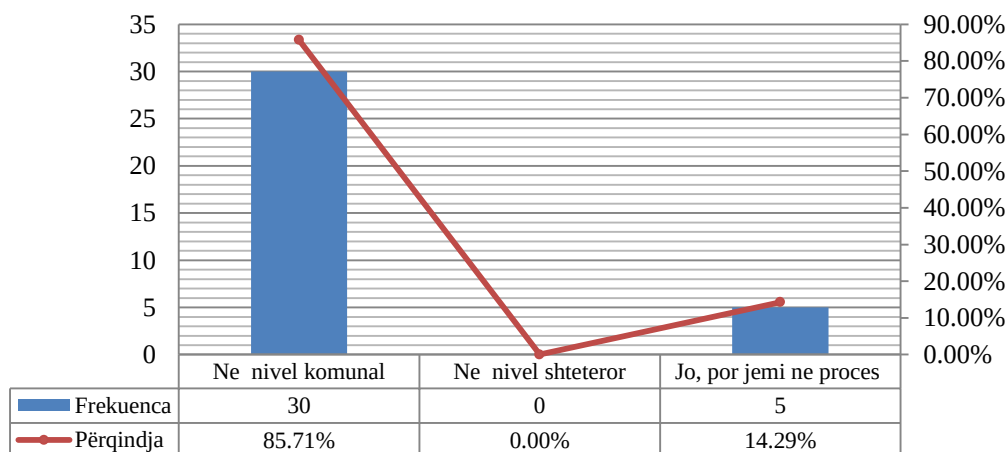
Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose (100%) që turizmi malor do të jetë teme kyqe e diskutimeve, dhe në pjesët tjera nuk kanë pasur përgjigje. Kjo mbështet faktin që agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, prioritet i japin zhvillimit të turizmit malor, gjë që Kosova disponon me këto prioritete.

Grafiku 18: Atribute kyqe të turizmit



Në grafikun mësipërm tek pyetja: ” Çka konsideroni si attribute kyqe të turizmit “Pjesa me e madhe e të anketuarëve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose(100%) që Parqet Kombëtare i konsiderojnë si attribute kyqe të turizmit , dhe në pjesët tjera si muzeumet dhe shoppingu nuk kanë pasur përgjigje. Kjo mbështet faktin që agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, konsiderojnë që attribute kyqe të turizmit në Kosove janë Parqet Kombëtare .

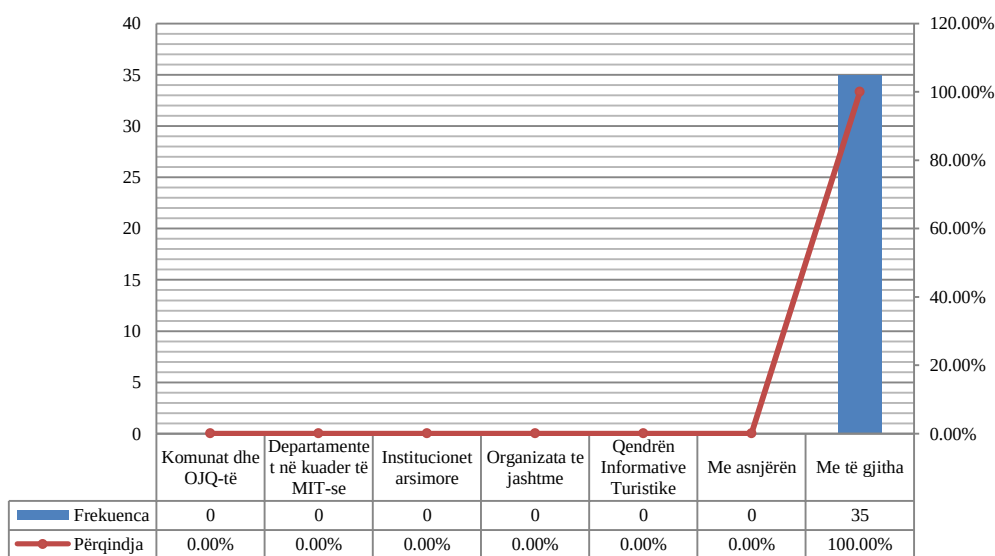
Grafiku 19: Pregaditje të planit strategjik



Në grafikun mësipërm tek pyetja: ” A jeni duke bërë pregaditje të planit strategjik për zhvillimin e turizmit Kosovar? “Pjesa e të anketuarëve në nivel komunal i është përgjigjur me 30 ose (85.71%) ,në nivel shtetëror nuk kemi pasur përgjigje ,ndërsa 5 ose (14.29%) janë përgjigjur Jo, por jemi në proces .Kjo mbështet faktin që agjensionet

komunale kanë bërë plane strategjike ,ndërsa agjensionet qeveritare ende nuk kanë bërë një plan strategjik për zhvillimin e turizmit Kosovar,mirpo janë në proces.

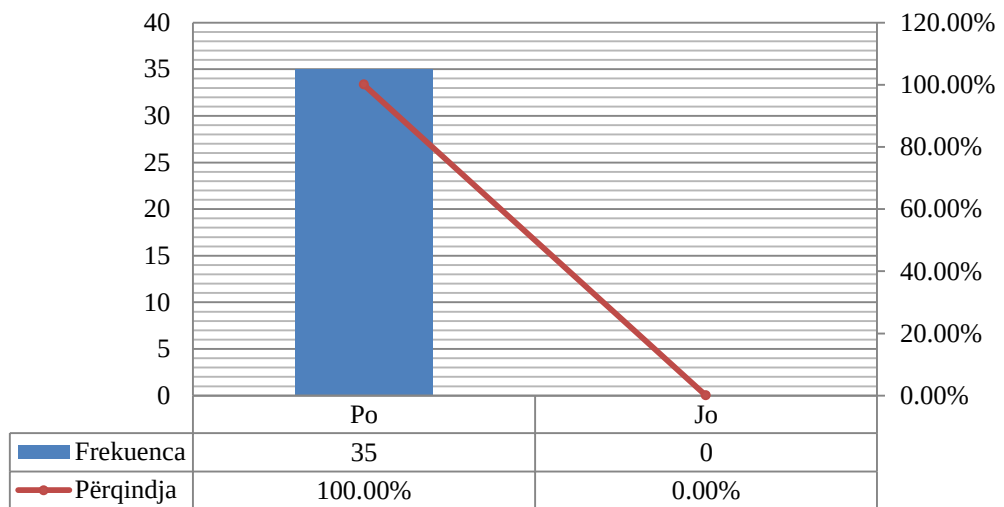
Grafiku 20: Bashkpunimi me organizatat



Në grafikun mësipërm tek pyetja: ” *Me cilat organizata keni zhvilluar bashkëpunim* “Pjesa me e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose (100%) që: Komunat dhe OJQ-të,Departamentet në kuadër të MIT-se,Institucionet arsimore,Organizata te jashtme,Qendra Informative Turistike të gjitha të latëpermendurat kanë bashkëpunim në mes vete.

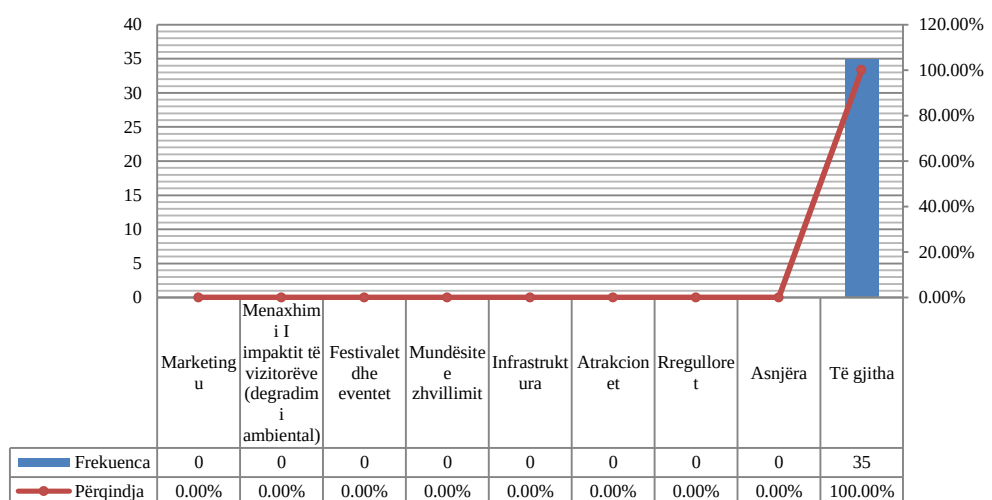
Kjo mbështet faktin që agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, te gjitha kanë një interesim për bashkëpunim të mirëfilltë në mes vete, gjë që ky bashkëpunim do të ndikon në zhvillimin e turizmit në Kosovë.

Grafiku 21: Mekanizmat per monitorimin dhe vlersimin e performances.



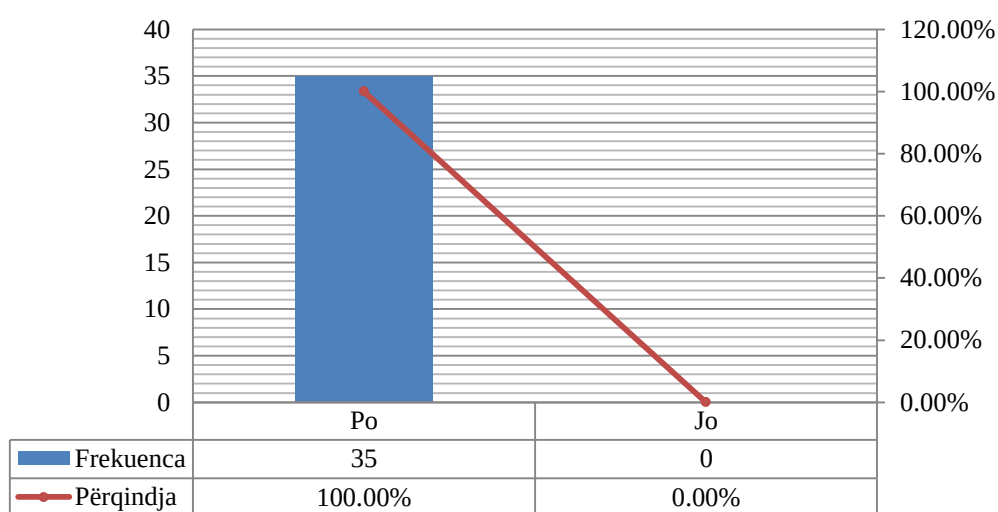
Në grafikun mësipërm tek pyetja:” A keni mekanizma për monitorimin, vlerësimin e performances lidhur me caqet/qëllimet në planet relevante? (p.sh, takimet e regullta, raportet tremujore apo vjetore) “Pjesa më e madhe e të anketuarëve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose (100%) .Kjo mbështet faktin që agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, të gjitha kanë mekanizma për monitorimin, vlerësimin e performances lidhur me caqet/qëllimet në planet relevante .

Grafiku 22: Aspektet e turizmit



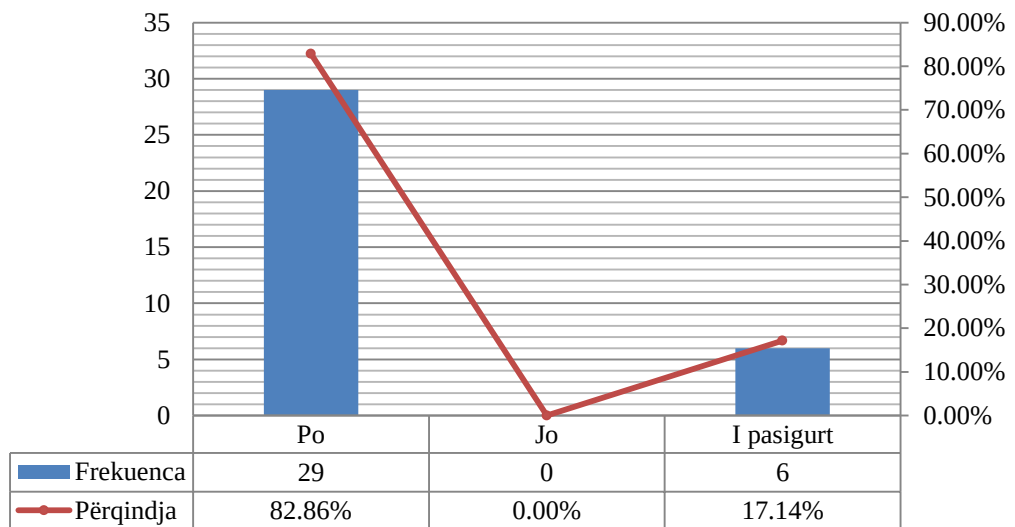
Në grafikun mësipërm tek pyetja: ” *Cilat aspekte të turizmit mbulohen në planin e juaj* ”Pjesa më e madhe e të anketuarëve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose (100%) që Marketingu, Menaxhimi i impaktit të vizitorëve (degradimi ambiental), Festalet dhe eventet, Mundësitë e zhvillimit, Infrastruktura, Atraksionet, Rregulloret. Kjo mbështet faktin që agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, mbulojnë këto aspekte të lartpërmendura të turizmit në planet e tyre.

Grafiku 23: Nevoja për zhvillimin e strategjisë



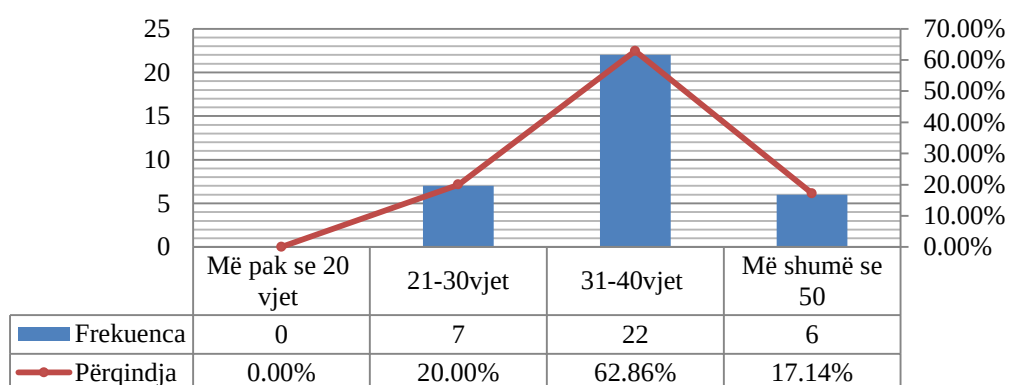
Në grafikun mësipërm tek pyetja: ” *A mendoni që Kosova ka nevojë për strategji në nivel shtetëror të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm?* ” Pjesa më e madhe e të anketuarëve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose (100%) .Kjo mbështet faktin që agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, mendojnë që Kosova ka nevojë për strategji në nivel shtetëror të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm.

Grafiku 24: Roli mbështetës në turizëm



Në grafikun mësipërm tek pyetja: *“Besoj që organet kompetente mund të luajnë një rol më tepër mbështetës në turizëm”*. Pjesa më e madhe e të anketuarëve i është përgjigjur pozitivisht me 29 ose (82.86%), negativisht nuk kemi përgjigje ndërsa 6 ose (17.14%) e të anketuarëve kanë qenë të pasigurt. Kjo mbështet faktin që organet kompetente siç janë: agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale mund të luajnë një rol më tepër mbështetës në turizëm.

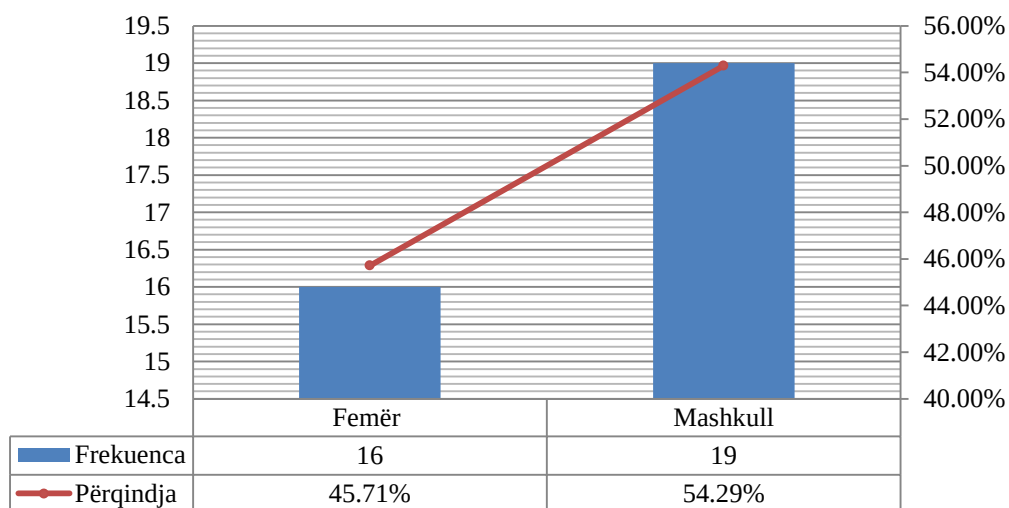
Grafiku 25: Kategoria e Moshës



Në grafikun mësipërm tek pyetja: *“Në çfarë kategori moshe jeni”*. Pjesa më e madhe e të anketuarëve 22 ose (62.86%) ishin nga mosha 31-40 vjet. Nga mosha 21-30 vjet në

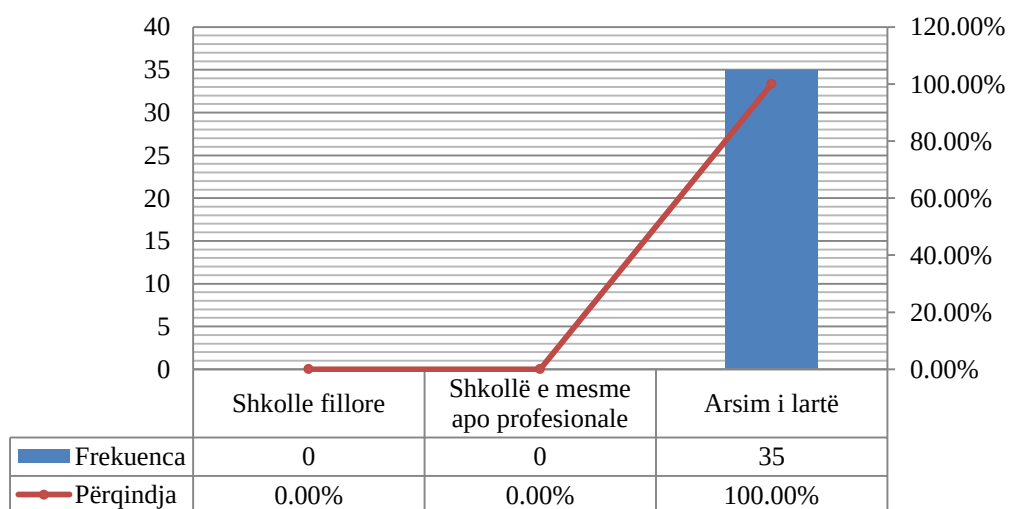
këtë kategori ishin 7 të anketuarë ose (20%) e tyre ,ndërsa në kategorin më shumë se 50 vjet ishin 6 të anketuarë ose (17.14%) e tyre.

Grafiku 26: Gjinia



Në grafikun Vërejmë numrin e gjinisë të cilët kanë marrë pjesë në anketuarë. Nga gjithsejtë 35 të anketuarë 16 ose 45.71% janë të gjinisë femërore dhe 19 ose (54.29%) e të anketuarë janë të gjinisë mashkullore.

Grafiku 27: Niveli i edukimit



Në grafikun mësipërm tek pyetja: ” Cili është niveli juaj i edukimit “.Nga gjithsejtë 35 ose (100%) e të anketuarë kishin të përfunduar arsimin e lartë.

Përmbledhje e gjetjeve nga agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale

Grupet e interesit duke filluar nga agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale theksojnë se zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm konsiderohet si kusht i rëndësishëm në menaxhimin e përgjithshëm të zhvillimit të turizmit në Kosovë. Kur palët e interesuara apo agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale pajtohen që turizmi tanimë është një industri e rëndësishme me impakt pozitiv, e cila ofron mundësi për zhvillimin ekonomik të Kosovës, ndërsa shqetësues është fakti se grupet e interesit nuk kanë koordinim të mirë në mes përgjegjësve të turizmit përbrenda hapësirës ku punojnë.

Shumica e aktorëve kanë shfaqë një shkallë të lartë të përgjigjeve, që turizmi malor do të jetë temë kyqe e diskutimeve, megjithëse Turizmin Kulturor, Turizmin Rural, Turizmin Fetar e kishin anashkaluar tërësisht.

Edhe pse shumica e aktorëve kanë shprehur mendimet e tyre mbi atributet kyqe të turizmit, ku pjesa më e madhe Parqet Kombëtare i konsiderojnë si attribute kyqe të turizmit.

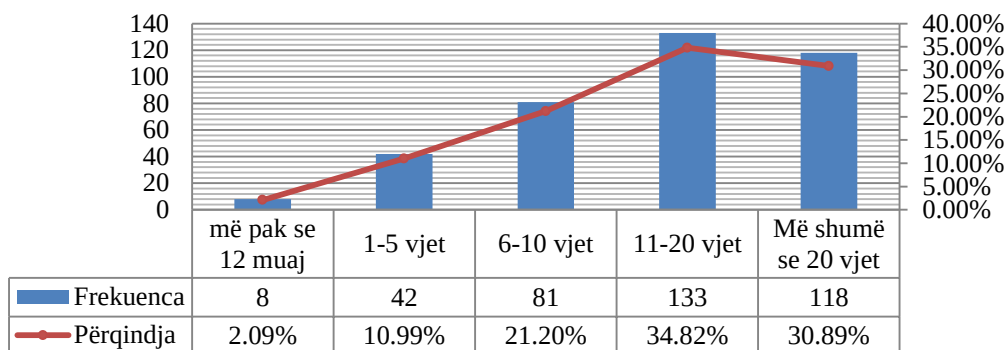
Shqetësues është fakti gjatë analizës së pyetësorëve të intervistuarve, ku sipas tyre pregaditjet të planit strategjik për zhvillimin e turizmit Kosovar e ishin bërë vetëm në nivelin lokal, ndërsa në atë qendror ende nuk është duke u punuar në këtë drejtim.

Edhe pse në nivel qendror ende nuk është duke u punuar në këtë drejtim, mirpo ata janë të vetëdijshëm që Kosova ka nevojë për strategji në nivel shtetëror të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm, ku kjo strategji do të ndikonte në zhvillimin e ofertës turistike dhe në planifikimin turistik të Kosovës.

Nëse vetëm organet qeveritare janë të gatshëm në përpilimin e strategjis të turizmit të qëndrueshëm, ai do t'ju sjellte zhvillim efikas të turizmi në Kosovë, shfrytëzim efektiv të resurseve natyrore, pjesëmarrje të gjithmbarshme të grupeve të interesit si dhe do të sjellë përfitime pozitive në Kosovë.

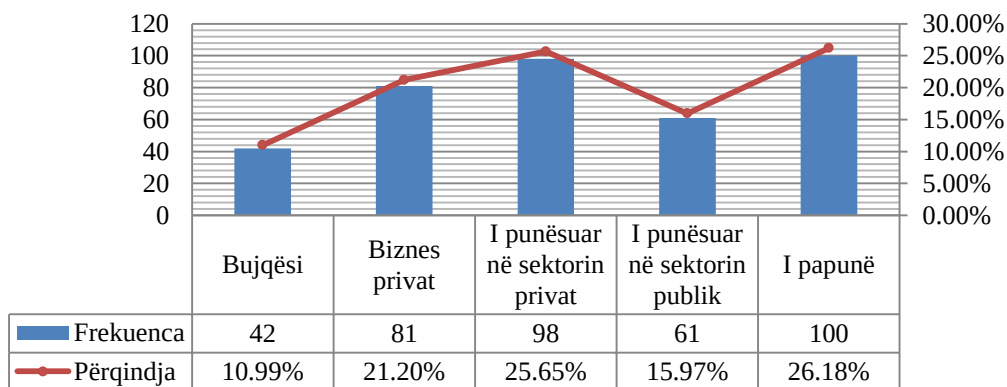
Pyetësor drejtuar banorëve lokalë – komunitetit

Grafiku 28: Periudha e qëndrimit në vendbanim



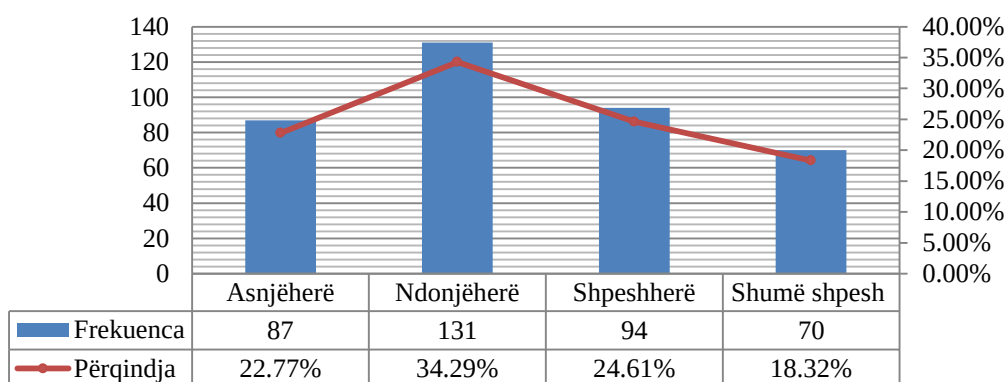
Periudha e qëndrimit në vendbanimet e Kosovës është element i rëndësishëm për të analizuar përgjigjet e banorëve. Pyetësorët janë shpërndarë në disa komuna të Kosovës ato janë: Pejë, Deçan, Klinë, Gjakovë, Prizren, Prishtinë, Gjiilan dhe Ferizaj. Në grafikun e mësipërm paraqiten të dhënat për periudhat e qëndrimit. Ku nga gjithsejtë 382 banorë të anketuar, nxjerrim një analizë të periudhave të qëndrimit të tyre nëpër komunat e Kosovës. Nga banorët e anketuar del se 8 ose 2.09% kanë jetuar më pak se 12 muaj njëri nga këto komuna, 42 ose 10.99% kanë jetuar 1-5 vite, 81 ose 21.20% kanë jetuar 6-10 vjet, 133 ose 34.82% kanë jetuar 11-20 vjet dhe 118 ose 30.89% kanë jetuar më shumë se 20 vjet.

Grafiku 29: Lloji i punës



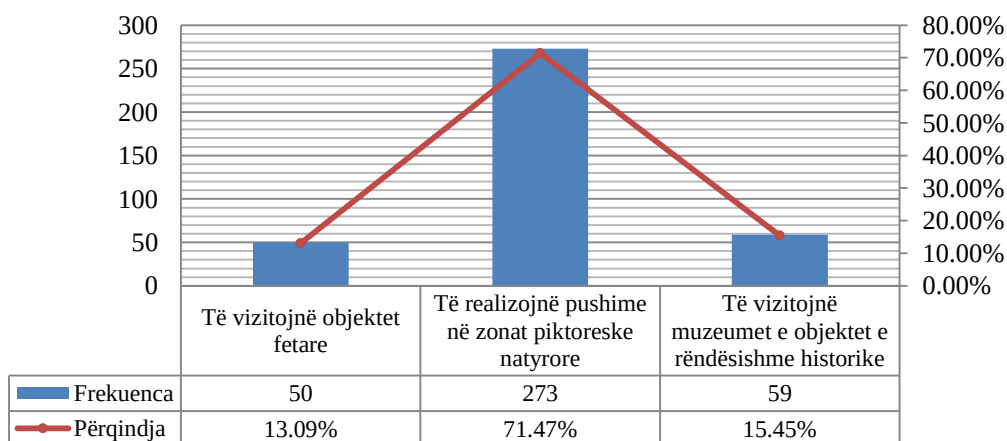
Në grafikun e mësipërm paraqiten të dhënat për llojin e punës që bëjnë banorët e komunave të anketura. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim se 42 ose 10.99% janë marë më bujqësi, 81 ose 21.20% më biznes privat, 98 ose 25.65% në sektorin privat, 61 ose 15.97% të punësuar në sektorin publik dhe 100 ose 26.18% nga banorët e anketuarë ishin të pa punësuar.

Grafiku 30: Kontakti me turistët



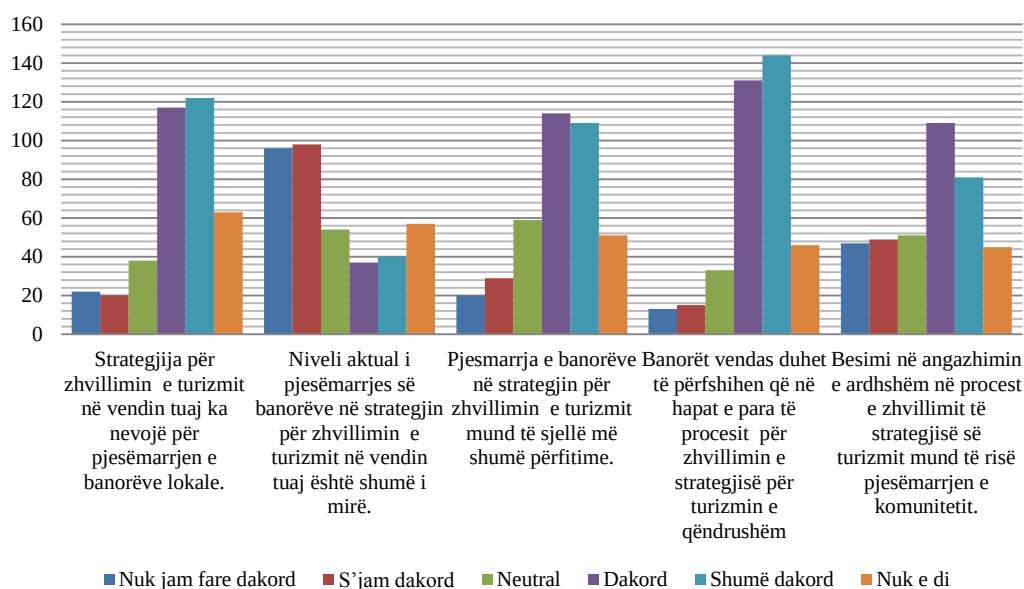
Për të parë kontaktet e banorëve me sektorin turistik dhe turistët është element i rëndësishëm për të analizuar punën apo aktivitetet që kryejnë banorët. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve në grafikun 3 shohim se :87 ose 22.77% asnjëherë nuk kanë kontakte më turistët, 131 ose 34.29% kanë kontakte ndonjëherë, 94 ose 24.61% kanë kontakte shpesh herë dhe 70 ose 18.32 % kanë kontakte shumë shpesh më turistët.

Grafiku 31: Preferencat e turistëve lidhur me vendin tonë



Në grafikun e mësipërm paraqiten të dhënat për preferencat e turistëve rreth atraksioneve të vendit tonë nga këndvështrimi i banorëve. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim: Ku 50 ose 13.09% e turistëve preferojnë ti vizitojnë objektet fetare, 273 ose 71.47% e turistëve preferojnë të realizojnë pushime në zonat piktoreske natyrore dhe 59 ose 15.45% turistëve preferojnë të vizitojnë muzeumet e objektet e rëndësishme historike .

Grafiku 32: Opinionet e banorëve për pjesëmarrjen në proces



	Nuk jam fare dakord	S'jam dakord	Neutral	Dakord	Shumë dakord	Nuk e di
Strategjia për zhvillimin e turizmit në vendin tuaj ka nevojë për pjesëmarrjen e banorëve lokale.	6%	5%	10%	31%	32%	16%
Niveli aktual i pjesëmarrjes së banorëve në strategjin për zhvillimin e turizmit në vendin tuaj është shumë i mirë.	25%	26%	14%	10%	10%	15%
Pjesëmarrja e banorëve në strategjin për zhvillimin e turizmit mund të sjellë më shumë përfitime.	5%	8%	15%	30%	29%	13%
Banorët vendas duhet të përfshihen që në hapat e para të procesit për zhvillimin e strategjisë për turizmin e qëndrueshëm	3%	4%	9%	34%	38%	12%
Besimi në angazhimin e ardhshëm në proces të zhvillimit të strategjisë së turizmit mund të risë pjesëmarrjen e komunitetit.	12%	13%	13%	29%	21%	12%

Në grafikun dhe tabelën e mësipërme paraqiten të dhënat për opinionet e banorëve dhe sa janë ata dakord me pjesëmarrjen e tyre në procesin e përpilimit të një strategjie dhe si ndikon kjo strategji për zhvillimin e turizmit në Kosovë.

Tek pyetja e parë : Strategjia për zhvillimin e turizmit në vendin tuaj ka nevojë për pjesëmarrjen e banorëve lokalë kemi përgjigje : 6% nuk jam fare dakord . 5% S'jam dakord, 10% neutral, 31% dakord, 32% shumë dakord, 16% kanë dhënë përgjigje nuk e di. Nga analiza e përgjigjeve në pytjen e parë shofim se banorët e anketuar më një përqindje më të madhe 32% kanë qenë shumë dakord dhe 31% dakord, të jenë pjesëmarrës në takime për përpilimin e strategjisë për zhvillimin e turizmit në vendin tonë.

Tek pyetja e dytë: Niveli aktual i pjesëmarrjes së banorëve në strategjin për zhvillimin e turizmit në vendin tuaj është shumë i mirë, kemi përgjigje: 25% nuk jam fare dakord, 26% S'jam dakord, 14% neutral, 10% dakord, 10% shumë dakord, 15% kanë dhënë përgjigje nuk e di. -Nga analiza e përgjigjeve në pytjen e dytë të shofim se banorët e anketuar më një përqindje më të madhe , 25% nuk jam fare dakord dhe 26% S'jam dakord .Nga kjo vërehet se banorët nuk janë të kënaqur më prezencën dhe pjesëmarrjen e tyre në takime nga zyrtarët komunal.

Tek pyetja e tretë: Pjesëmarrja e banorëve për zhvillimin e turizmit mund të sjellë më shumë përfitime. Kemi përgjigje: 5% nuk jam fare dakord, 8% S'jam dakord, 15% neutral, 30% dakord, 29% shumë dakord, 13% kanë dhënë përgjigje nuk e di.

-Nga analiza e përgjigjeve në pytjen e tretë shofim se banorët e anketuar më një përqindje më të madhe 30% dakord dhe 29% shumë dakord ,se pjesëmarrja në

përpilimin e strategjisë për zhvillimin e turizmit mund të sjellë më shumë përfitime tek banorët e komunave të Kosovës.

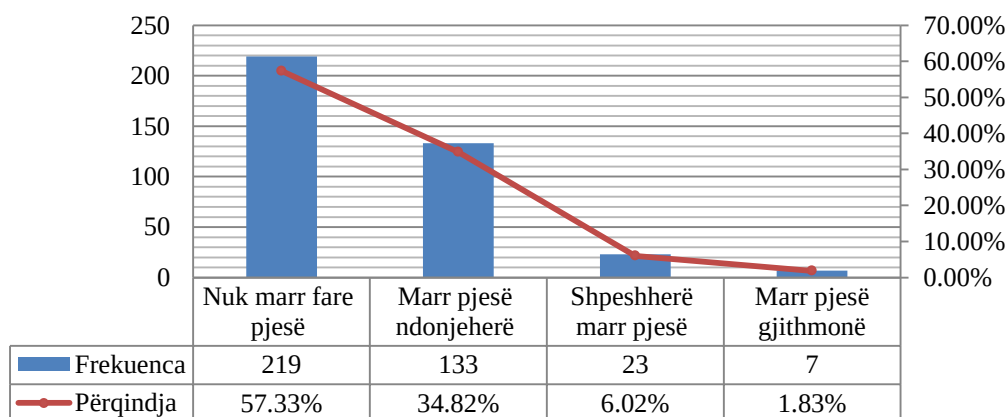
Tek pyetja e katërt : Banorët vendas duhet të përfshihen që në hapat e para të procesit për zhvillimin e strategjisë për turizmin e qëndrueshëm kemi përgjigje: 3% nuk jam fare dakord, 4% S'jam dakord, 9% neutral, 34% dakord, 38% shumë dakord, 12% kanë dhënë përgjigje nuk e di.

- Nga analiza e përgjigjeve në pyetjen e katërt shohim se banorët e anketuar më një përqindje më të madhe 34% dakord dhe 38% janë shumë dakord, që të përfshihen në hapat e para në proceset vendimmarrëse për zhvillimin e strategjisë për turizmin e qëndrueshëm.

Tek pyetja e pestë: Besimi në angazhimin e ardhshëm në proceset e zhvillimit të strategjisë së turizmit mund të risë pjesëmarrjen e komunitetit .Nga kjo pyetje kemi përgjigje: 12% nuk jam fare dakord, 13% S'jam dakord, 13% neutral, 29% dakord, 21% shumë dakord, 12% kanë dhënë përgjigje nuk e di.

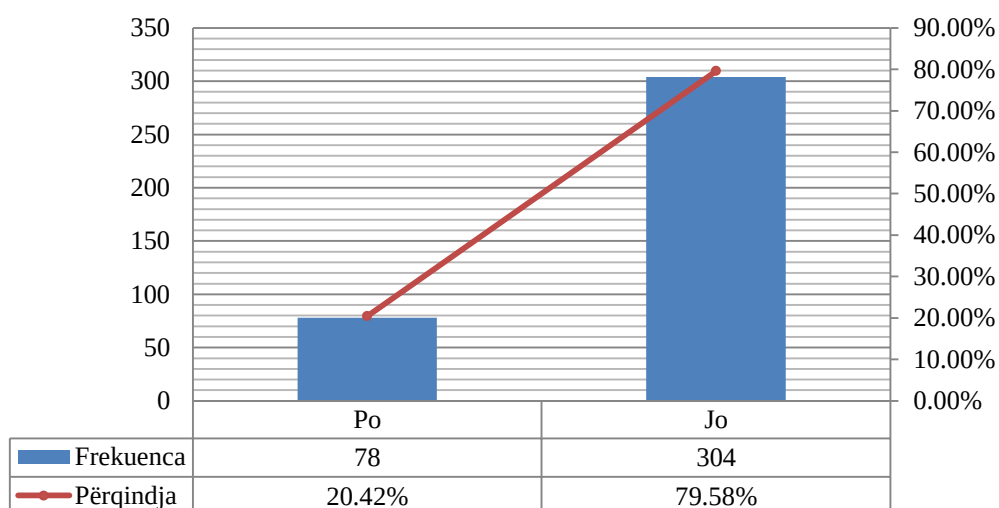
- Nga analiza e përgjigjeve në pyetjen e pestë shohim se banorët e anketuar janë të hamendur për angazhimin e tyre në proceset e ardhshme vendimmarrëse për zhvillimin e strategjisë së turizmit nga organet kompetente.

Grafiku 33: Niveli i pjesëmarrjes në procesin e planifikimit për zhvillimin e turizmit Kosovarë



Në grafikun mësipërme është interesante të shohim se sa e nevojshme është pjesëmarrja nga këndvështrimi i banorëve dhe nga analiza e përgjigjeve vërejmë të dhënat për opinionin e banorëve për pjesëmarrjen e tyre në procesin e planifikimit për zhvillimin e turizmit Kosovarë. Ku 219 ose 57.33% e banorëve nuk marrin fare pjesë në procesin e përpilimit, 133 ose 34.82% e banorëve marrin pjesë ndonjëherë, 23 ose 6.02% e banorëve shpeshherë marrin pjesë, dhe 7 ose 1.83% e banorëve marrin pjesë gjithmonë në proces. Nga analiza e përgjigjeve vërejmë se një përqindje shumë e madhe 57.33% e banorëve nuk janë të kyqur fare në proceset vendimmarrëse.

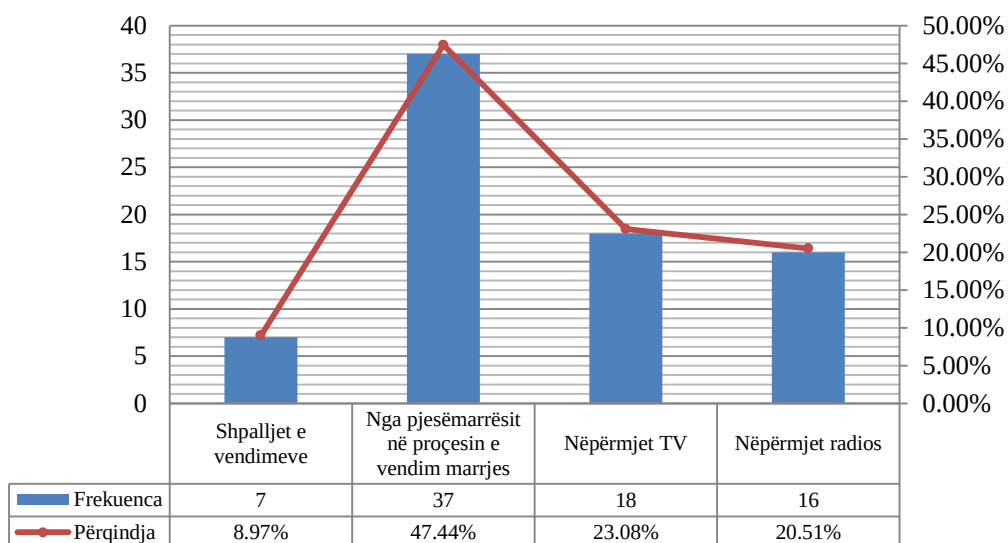
Grafiku 34: Njohja e planeve dhe vendimet e marra për zhvillim të turizmit



Kjo pjesë e pyetjeve në grafikun e mësipërm ka të bëjë me perspektivat e ardhshme ku banorët e komunave të Kosovës a i njohin planet dhe vendimet e marra për zhvillim të turizmit nga organet qeveritare dhe lokale. Nga analiza e përgjigjeve vërejmë se 78 ose 20.42% e banorëve të komunave të Kosovës janë përgjigjur më PO dhe 304 ose 79.58% janë përgjigjur më JO.

Nga përgjigjet e banorëve me një numër mjaftë të madh 79.58% shohim se ata nuk kanë njohuri më vendimet që i marrin organet qeveritare dhe nuk i njohin ato vendime.

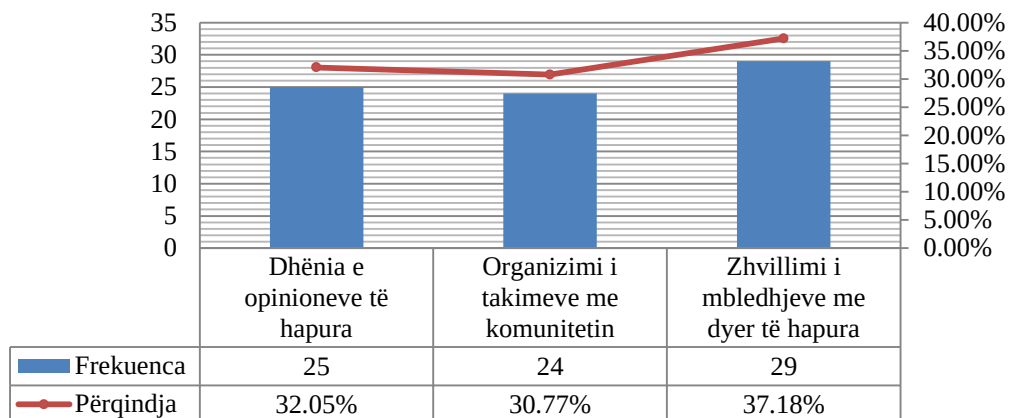
Grafiku 35: Vendimet e marra nga agjensionet qeveritare



Nga analiza e përgjigjeve të banorëve nga grafiku i mësipërm vërejmë se 78 ose 20.42% e banorëve kanë dhënë përgjigje lidhur me njohjen e planeve dhe vendimeve të marra për zhvillim të turizmit ,atëherë shtrohet pyetja nëse 78 ose 20.42% janë përgjigjur më PO si ka qenë mënyra apo qasja e këtyre banorëve më njohjen e këtyre vendimeve të marra nga agjensionet qeveritare.

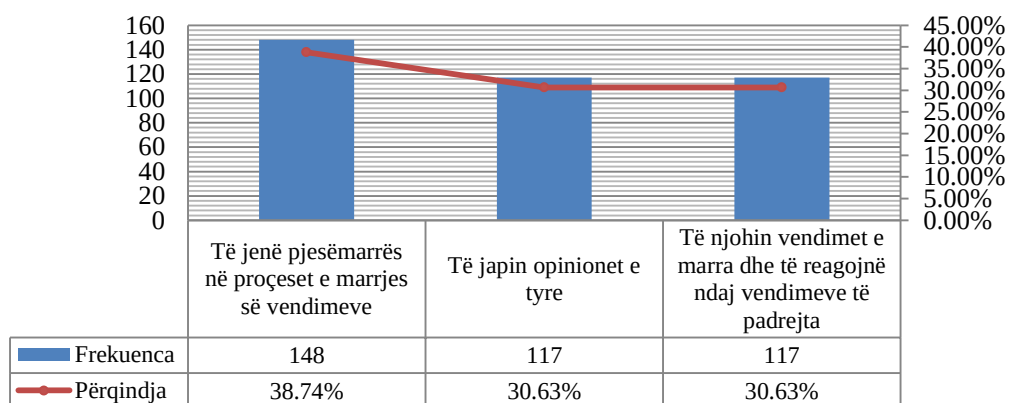
Gjithsejtë nga 78 banorë të prezentuar në grafikun 8 ose 20.42 % nga numri total i të anketuarve që është 382 janë përgjigjur më PO ,atëhere 7 ose 8.97% e banorëve janë njoftuar më shpalljet e vendimeve nëpërmes gazetave ,37 ose 47.44% e banorëve janë njoftuar nga pjesëmarrësit në procesin e vendim marrjes ,18 ose 23.08% e banorëve janë njoftuar nëpërmjet TV-së dhe 16 ose 20.51% e banorëve janë njoftuar nëpërmjet radios.

Grafiku 36: Aktivitetet për pjesëmarrjen e banorëve



Nga analiza e përgjigjeve të banorëve në të dyja grafikët e mësipërme dhe në bazë të deklaratave të tyre do ta bëjmë një analizë në grafikun e mësipërm ku kemi 78 ose 20.42 % e banorëve të cilët janë përgjigjur më PO, pra ata të cilët janë deklaruar lidhur më njohjen e planeve dhe vendimeve të marra për strategjin e zhvillimit të turizmit ,atëherë do të shofim se çfarë aktiviteteve janë kryer për pjesëmarrjen e këtyre banorëve në procesin e vendimarrjes. Nga gjithsejtë 78 banorë :25 ose 32.05% e tyre është përgjigjë për opinionet e hapura, 24 ose 30.77% organizimi i takimeve me komunitetin dhe 29 ose 37.18% zhvillimi i mbledhjeve me dyer të hapura.

Grafiku 37: Mënyra e angazhimit të banorëve në zhvillimin e turizmit



Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për të cilat tregojnë mënyrën se si duhen të angazhohen banorët në zhvillimin e turizmit. Nga analiza e pyetësorëve shohim :

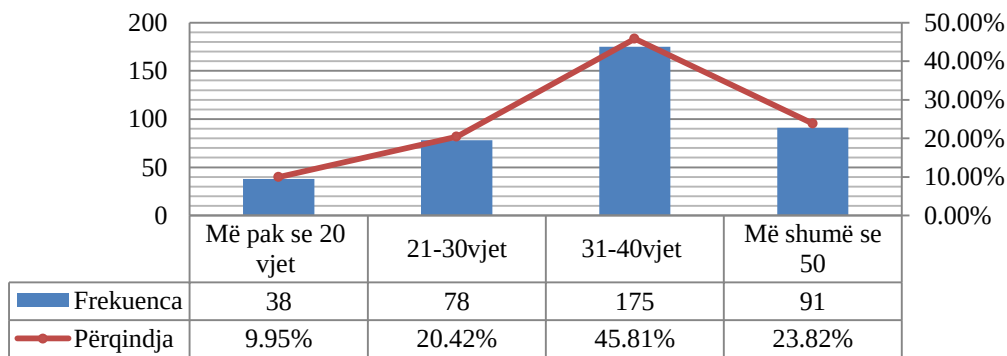
Tek pyetja e parë: Banorët të jenë pjesëmarrës në proceset e marrjes së vendimeve kemi përgjigje 148 ose 38.74% .

Tek pyetja e dyte: Të japin banorët opinionet e tyre kemi përgjigje 117 ose 30.63%.

Tek pyetja e tretë: Të njohin vendimet e marra dhe të reagojnë ndaj vendimeve të padrejta kemi përgjigje 117 ose 30.63% e banorëve të anketuar.

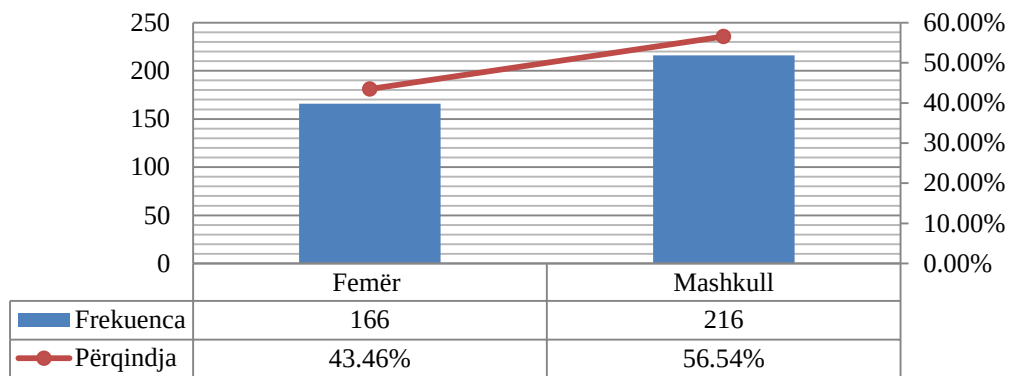
Nga analiza e përgjigjeve të cilat kanë një përqindje pothuajse deri dikund të njejtë ,vërejmë se banorët janë të interesuar të angazhohen dhe e shohin të domosdoshme përfshirjen e tyre në proceset vendimmarrëse për zhvillim të turizmit.

Grafiku 38: Kategoria e moshës



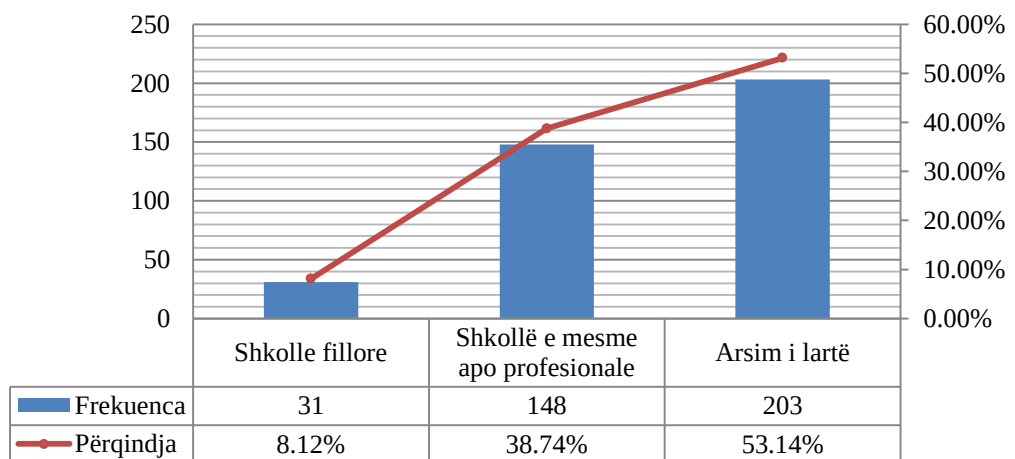
Kategoria e moshës tek banorët e komunave të Kosovës është element i rëndësishëm për të analizuar opinionet e tyre në lidhje me zhvillimin e ngjarjeve të cilat po ndodhin kohët e fundit në këto komuna, si dhe angazhimi i tyre në proceset vendimmarrëse për zhvillimin e një strategjie për turizëm të qëndrueshëm si në nivelë lokalë ashtu edhe në atë qendror. Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për moshën e banorëve të anketuar. Ku 38 ose 9.95% e banorëve ishin më pak se 20 vjet . 78 ose 20.42% e banorëve ishin nga mosha 21-30 vjet ,175 ose 45.81% e banorëve ishin prej moshës 31-40 vjet dhe 91 ose 23.82% e banorëve të anketuar kishin më shumë se 50 vjet.

Grafiku 39: Gjinia



Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për moshën e banorëve të anketuar sipas gjinisë. Ku 166 ose 43.46% janë të gjinisë femërore ,ndërsa 216 ose 56.54% janë të gjinisë mashkullore. Nga analiza e të anketuarëve shofim se numri më i madh i korespondentëve është i gjinisë mashkullore sepse ata kanë qenë më të gatshëm të përgjigjen në pyetësor sesa gjinia femërore.

Grafiku 40: Niveli i edukimit



Niveli i edukimit ,mund të jetë një përcaktues i rëndësishëm i përgjigjeve të mara nga banorët e anketuar. Në grafikun e mësipërm paraqiten të dhënat për nivelin e shkollimit të banorëve të anketuar: Ku 31 ose 8.12% e banorëve kishin të përfunduar shkollën fillore,148 ose 38.74% e banorëve kishin të përfunduar shkollë të mesme apo profesionale dhe 203 ose 53.14% kishin të përfunduar arsim të lartë

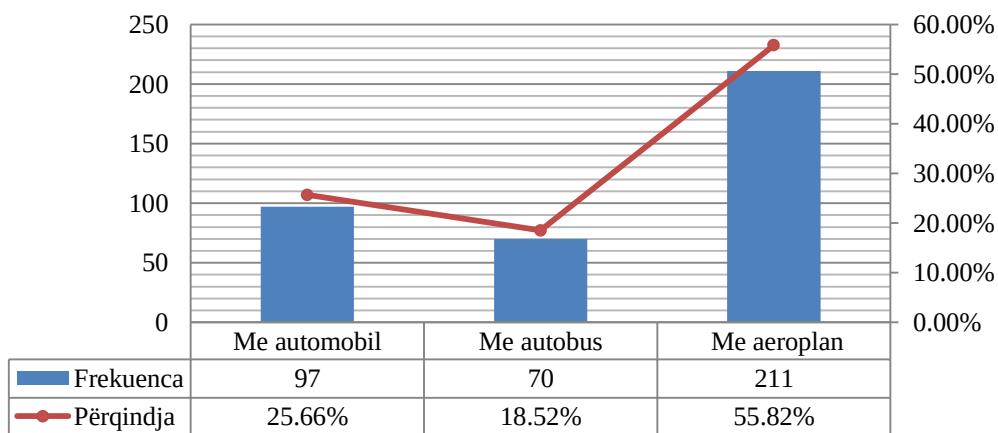
Gjetjet nga banorët lokalë - Komuniteti

Ky rast studimor për turizmin e Kosovës dhe resurseve të saja turistike ka identifikuar perceptimet e banorëve në aspektin e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm, si dhe çështjet kyçe që i shqetësojnë këta banorë. Mund të thuhet se turizmi dhe ndikimet e turizmit ashtu siç perceptohen nga banorët e përfshirë në hulumtim dhe anketimin tonë në thellësi janë paraqitur për të dhënë një pasqyrë të qëndrimeve të tyre për zhvillimin e turizmit në Kosovë respektivisht në zonat turistike të Kosovës. Gjetjet do të demonstrojnë se ka një gamë të larmishme të shqetësimeve të banorëve që lidhen me gjendjen e turizmit në Kosovë.

Zhvillimet e turizmit të qëndrueshëm, siç perceptohet nga këta banorë, janë të diskutuara dhe të përcjellura me kujdes si çështje më specifike që e rrethojnë zhvillimin e turizmit në Kosovë. Ata janë dakort që duhet të përfshihen që në hapat e para të procesit për zhvillimin e strategjisë për turizmin e qëndrueshëm dhe kjo pjesëmarrja e banorëve në strategjinë për zhvillimin e turizmit mund të sjellë më shumë përfitime. Ndësa shqetësues është fakti se një përqindje shumë e madhe e banorëve nuk janë të kyqur fare në proceset vendimmarrëse, nuk kanë njohuri më vendimet që i marri organet qeveritare dhe nuk i njohin ato vendime. Banorët shprehin vullnetin e tyre të jenë të jenë pjesëmarrës në proceset e marrjes së vendimeve, të japin banorët opinionet e tyre, ti njohin vendimet e marra dhe të reagojnë ndaj vendimeve të padrejta.

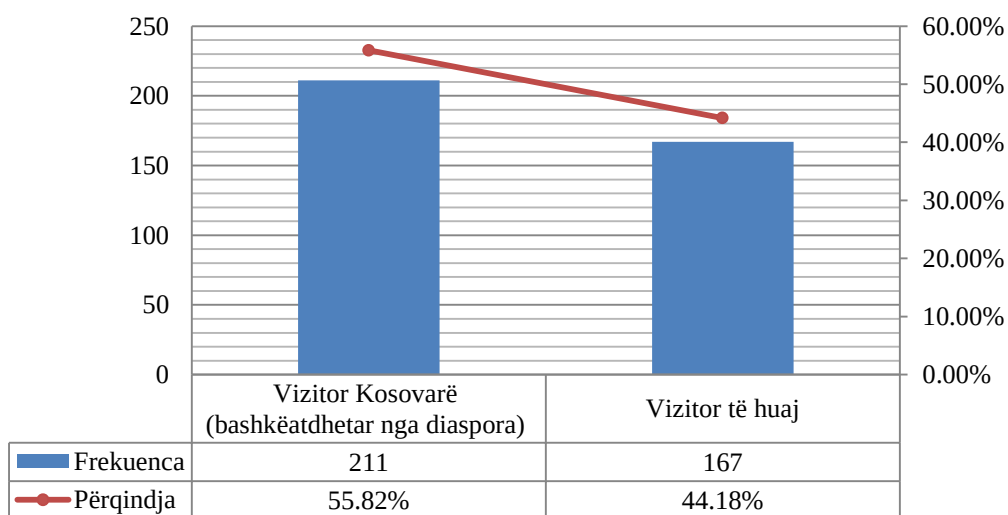
Pyetësor drejtuar turistëve

Grafiku 41: Mënyra e arritjes në Kosovë



Nga gjithsejtë 400 pyetësor drejtuar turistëve ,në anketë kanë marrë pjesë 378 turistë ndërsa 22 turistë kanë hezitur të përgjigjen . Nga përgjigjet e vizitorëve apo turistëve në pytjen e parë rreth mënyrës se si kanë arritur ata në Kosovë ,shohin në grafikun mësipërm se 97 (25.66%) vizitorë kanë ardhur në Kosovë me automobilë . Ndërsa 70 (18.52%) më autobus dhe 211 (55.82%) më aeroplan.

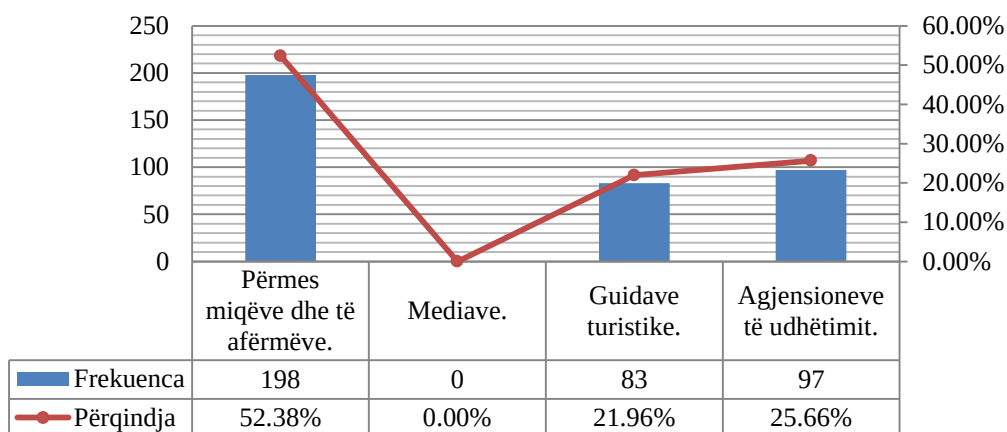
Grafiku 42: Raporti në mes të turistëve vendor dhe të huaj



Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për vizitorët e anketuar , prejadhjen e tyre si dhe a janë turistë nga Kosova apo nga ndonjë vend tjetër jashtë Kosovës. Nga analiza e

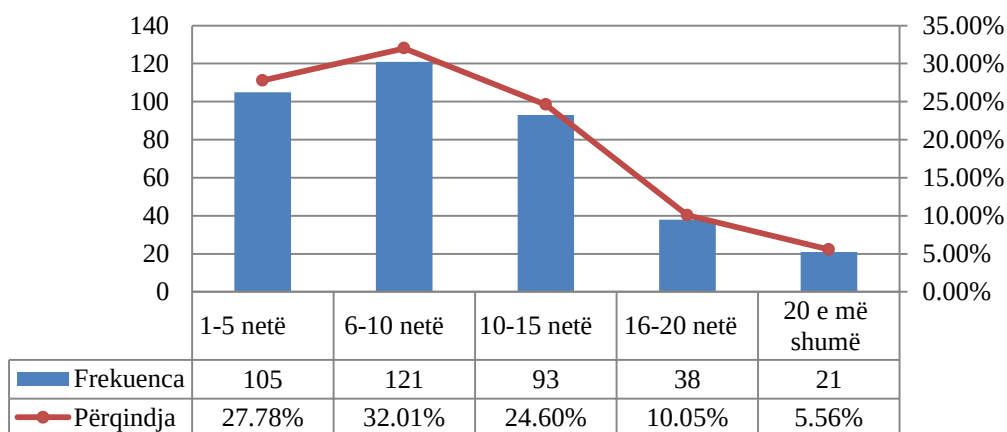
përgjigjeve të turistëve të anketuar vrejme se 211 (55.82%) janë vizitor Kosovarë (bashkëatdhetar nga diaspora) ,ndërsa 167 (44.18%) janë vizitor të huaj.

Grafiku 43: Mënyrat e njohjeve të destinacionit



Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për vizitorët e anketuar për mënyrën se si janë të informuar për Kosovën. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve të anketuar vrejme se 198(52.38%) kanë marrë Informata përmes miqëve dhe të afërmeve.Ndërsa nëpërmes mendiaive nuk kemi përgjigje. 83 (21.96%) përmes guidave turistike si dhe 97 (25.66%) turistëve nga agjensionet e udhëtimit.

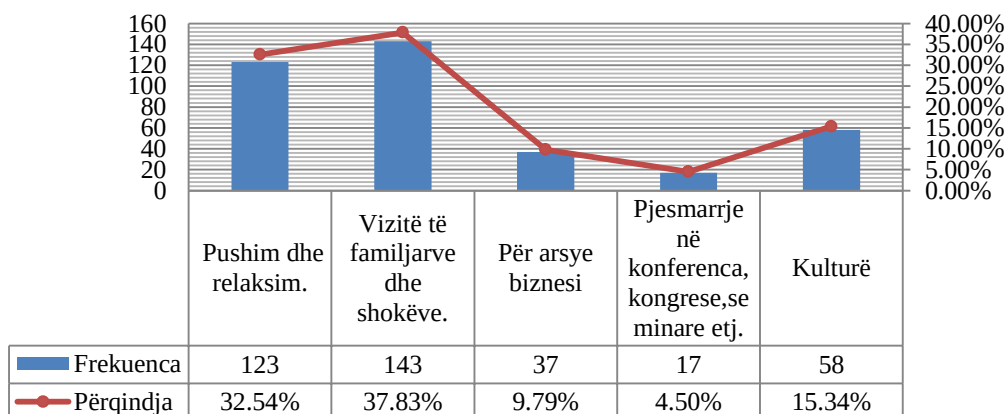
Grafiku 44: Gjatësia e qëndrimit në Kosovë



Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për vizitorët e anketuar, se sa netë kanë planifikuar të qëndronjë turistët në vendin tonë .Përgjigjet e mara nga të anketuarit ishin: 1 -5 netë kanë planifikuar të rinë 105 (27.78%) të turistëve , 6-10 netë kanë

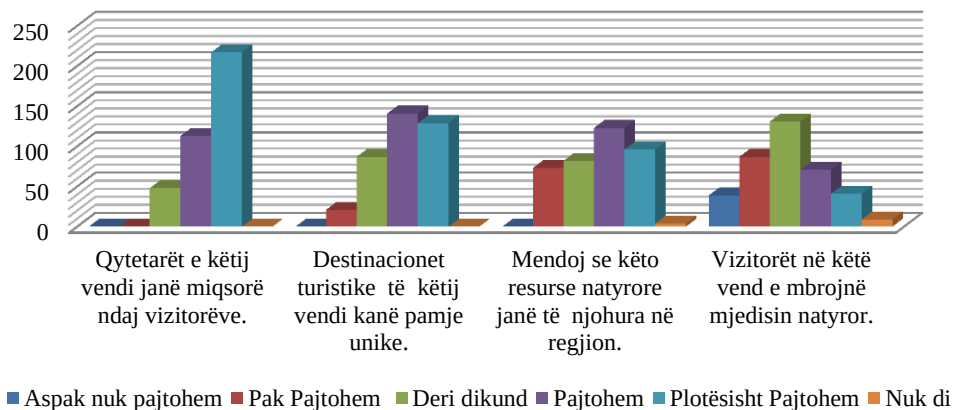
planifikuar të rinë 121(32.01%) të turistëve , 10-15 netë kanë planifikuar të rinë 93 (24.60%) të turistëve, 16-20 netë kanë planifikuar të rinë 38(10.05%) të turistëve,dhe 20 e më shumë netë kanë planifikuar të rinë 21(5.56%) të turistëve .

Grafiku 45: Arsyeja e vizitës



Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat për vizitorët e anketuar në lidhje se cilat janë arsyet pse e vizitojnë turistët vendin tonë. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve të anketuar vërejmë se 123 (32.54%) turistë kishin ardhur për pushim dhe relaksim, 143 (37.83%) vizitë të familjarve dhe shokëve, 37 (9.79%) për arsye biznesi,17 (4.50%) për pjesmarrje në konferenca,kongrese,seminare si dhe 58 (15.34%) kishin ardhur për kulturë.

Grafiku 46: Imazhi i përgjithshëm i vendit

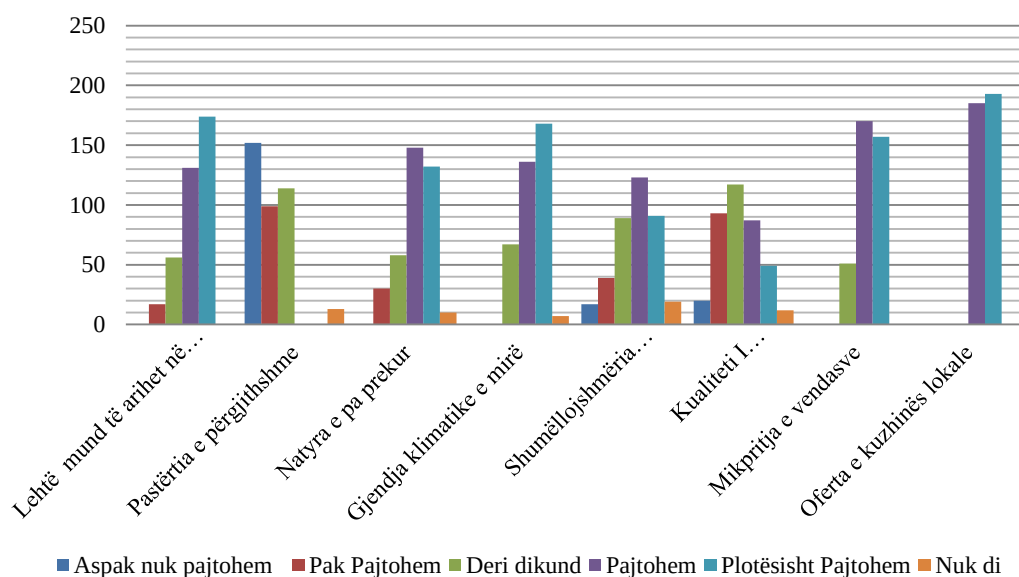


Të anketuarit N=378	1-Aspak nuk pajtohem	2- Pak pajtohem	3-Deri dikund	4-Pajtohem	5-Plotësisht Pajtohem	Nuk di
Qytetarët e këtij vendi janë miqësorë ndaj vizitorëve.	0.00%	0.00%	12.70%	29.89%	57.41%	0.00%
Destinacionet turistike të këtij vendi kanë pamje unike.	0.00%	5.56%	23.02%	37.30%	34.13%	0.00%
Mendoj se këto resurse natyrore janë të njohura në region.	0.00%	19.31%	21.69%	32.54%	25.40%	1.06%
Vizitorët në këtë vend e mbrojnë mjedisin natyror.	10.32%	23.02%	34.66%	18.78%	10.85%	2.38%

Në grafikun dhe tabelën e mësipërme paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se sa pajtohen turistët me imazhin e përgjithshëm të vendit tonë .Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata në përgjithësi janë shumë të kënaqur me imazhin e vendit tonë .Sa i përketë pytjes se a janë qytetarët e vendit tonë miqësor me 57.41% janë përgjigjur me plotësisht pajtohem,29.89% janë përgjigjur me pajtohem ndërsa 12.70% janë përgjigjur deri dikund.Tek pyetja e dytë destinacionet turistike të Kosovës a kanë pamja unike ,turistët janë përgjigjur :Aspak nuk pajtohem nuk kemi pasur përgjigje ,5.56% pak pajtohem,deri dikund me 23.02%,pajtohem me 37.30% , plotësisht pajtohem me 34.13%. Tek pyetja e tretë se resurset natyrore të Kosovës janë të njohura në region,kemi marrë përgjigje nga turistët : Aspak nuk pajtohem nuk kemi pasur përgjigje , Pak pajtohem 19.31% , Deri dikund 21.69 % , Pajtohem 32.54% , Plotësisht Pajtohem 25.40%, Nuk di 1.06% .Tek pyetja e katërt : Vizitorët në këtë vend e mbrojnë mjedisin natyror janë përgjigjur me: Aspak nuk pajtohem 10.32%, Pak pajtohem 23.02% ,Deri dikund 34.66%, Pajtohem 18.78%, Plotësisht Pajtohem 10.85%, Nuk di 2.38%.

7.Më poshtë janë të renditura disa elemente të cilat mund ti konsideroni si shtytje për zgjedhjen e vendit tonë për ta vizituar.

Grafiku 47: Elementet shtytëse për zgjedhjen e vendit tonë për ta vizituar

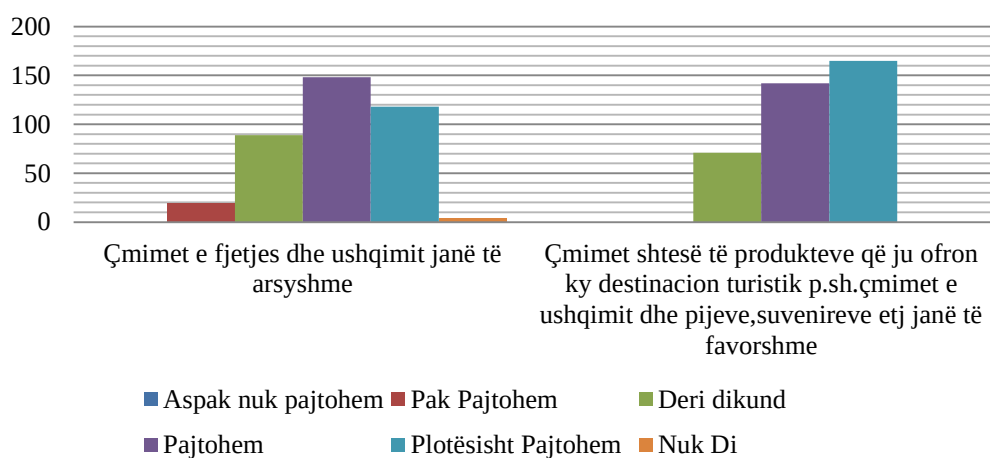


	Aspak nuk pajtohem	Pak Pajtohem	Deri dikund	Pajtohem	Plotësisht Pajtohem	Nuk di
Lehtë mund të arihet në Kosovë	0.00%	4.50%	14.81%	34.66%	46.03%	0.00%
Pastërtia e përgjithshme	40.21%	26.19%	30.16%	0.00%	0.00%	3.44%
Natyra e pa prekur	0.00%	7.94%	15.34%	39.15%	34.92%	2.65%
Gjendja klimatike e mirë	0.00%	0.00%	17.72%	35.98%	44.44%	1.85%
Shumëllojshmëria kulturore/historike	4.50%	10.32%	23.54%	32.54%	24.07%	5.03%
Kualiteti I akomodimit(hotel,motel)	5.29%	24.60%	30.95%	23.02%	12.96%	3.17%
Mikpritja e vendasve	0.00%	0.00%	13.49%	44.97%	41.53%	0.00%
Oferta e kuzhinës lokale	0.00%	0.00%	0.00%	48.94%	51.06%	0.00%

Në grafikun dhe tabelën mësipërme paraqiten të dhënat të cilat tregojnë disa elemente të cilat mund ti konsiderohen si shtytje për turistët që ta zgjedhin vendit tonë për ta vizituar. Tek pyetja e parë: Lehtë mund të arihet në Kosovë kemi këto përgjigje: Pak Pajtohem 4.50%, Deri dikund 14.81%, Pajtohem 34.66%, Plotësisht Pajtohem 46.03%, .Tek Pyetja e dytë: Si e konsiderojnë turistët pastërtin e përgjithshme të vendit tonë, kemi këto përgjigje: Aspak nuk pajtohem 40.21%, Pak Pajtohem 26.19%, Deri dikund 30.16%, Nuk di 3.44% .Tek pyetja e tretë : Kosova ka natyrë të pa prekur kemi këto përgjigje: Pak pajtohem 7.94%, Deri dikund 15.34%, Pajtohem 39.15% , Plotësisht

Pajtohem 34.92 %, Nuk di 2.65%. Tek pyetja e katërt : Gjendja klimatike e Kosovës është e mirë:kemi, kemi këto përgjigje: Deri dikund 17.72%, Pajtohem 35.98%, Plotësisht Pajtohem 44.44%, Nuk di 1.85%. Sa i përket pyetjes së pestë : Shumëllojshmëria kulturore/historike në Kosovë ,kemi këto përgjigje: Aspak nuk pajtohem 4.50%, Pak Pajtohem 10.32%, Deri dikund 23.54%, Pajtohem 32.54%, Plotësisht Pajtohem 24.07%, Nuk Di 5.03% ndërsa tek pyetja: Kualiteti i akomodimit(hotel,motel) në Kosovë kemi marrë përgjigje të clat janë më përqindje deri dikund të janë të përafërta ,ku kjo do të thotë që turistët deri dikun pajtohen dhe janë të kënaqur më akomodimin në objektet hoteliere të vendit tonë.Tek pyetja e shtatë dhe tetë sa i përketë mikpritjes së vendasve dhe ofertës së kuzhinës lokale kemi përqindje më të madhe të përgjigjeve 44.97% dhe 51.06%.

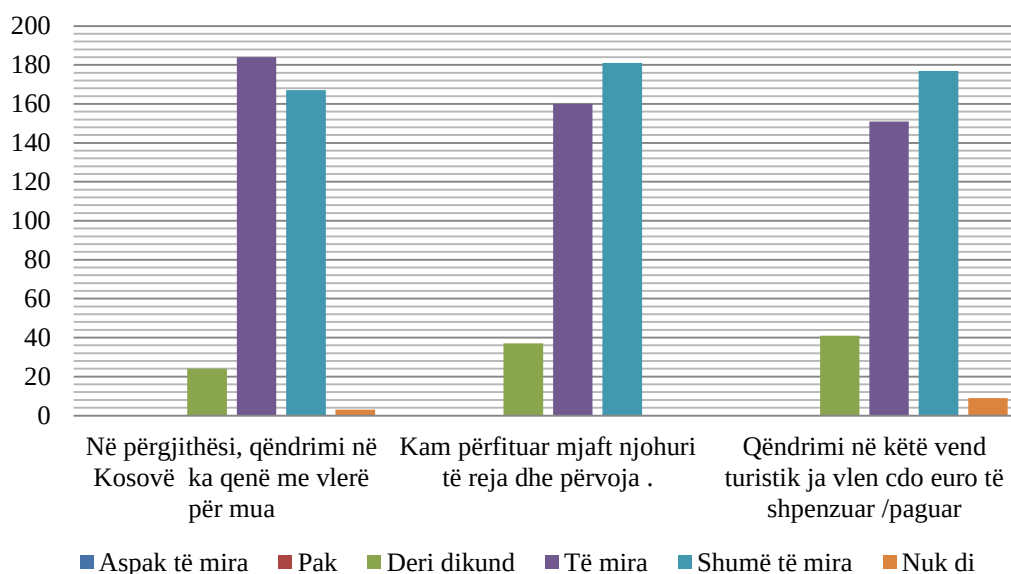
Grafiku 48: Shpenzimet e vizitorëve



	Aspak nuk pajtohem	Pak Pajtohem	Deri dikund	Pajtohem	Plotësisht Pajtohem	Nuk Di
Çmimet e fjetjes dhe ushqimit janë të arsyshme	0.00%	5.03%	23.54%	39.15%	31.22%	1.06%
Çmimet shtesë të produkteve që ju ofron ky destinacion turistik p.sh.çmimet e ushqimit dhe pijeve,suvenireve etj janë të favorshme	0.00%	0.00%	18.78%	37.57%	43.65%	0.00%

Në grafikun dhe tabelën e mësipërme paraqiten të dhënat të cilat i referohen shpenzimeve lidhur me qëndrimin e turistëve në vendin tonë. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se : pajtohen më 39.15% dhe plotësisht pajtohen më 31.22% me çmimet e fjetjes dhe të ushqimit ,ndërsa deri dikund më 23.54%, pak pajtohen më 2.50% dhe nuk di më 1.06%. Ndërsa tek pytja e dytë që lidhet me çmimet shtesë të produkteve kemi përgjigje : Plotësisht pajtohen më 43.65%, pajtohen më 37.57% dhe deri dikund më 18.78%.

Grafiku 49: Përshtypjet e turistëve lidhur me qëndrimin e tyre në Kosovë

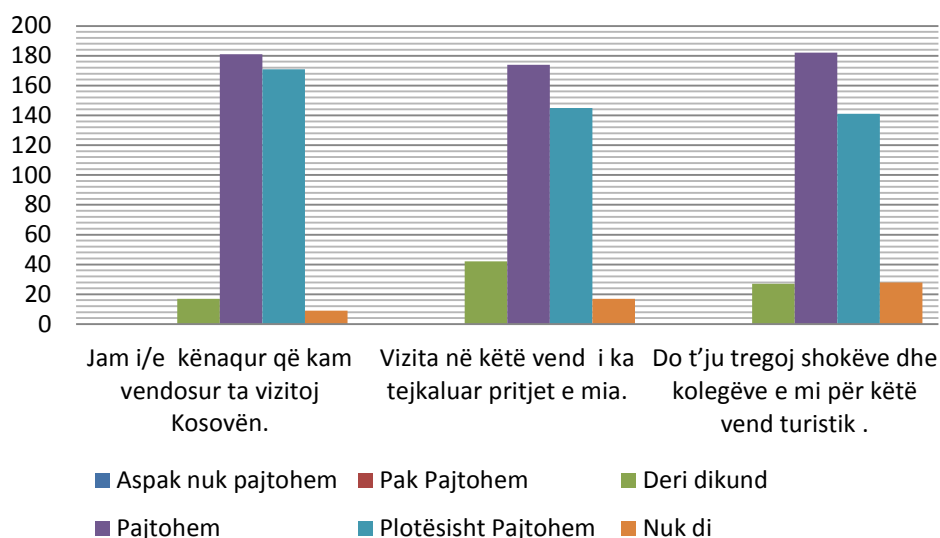


	Aspak të mira	Pak	Deri dikund	Të mira	Shumë të mira	Nuk di
Në përgjithësi, qëndrimi në Kosovë ka qenë me vlerë për mua	0.00%	0.00%	6.35%	48.68%	44.18%	0.79%
Kam përfituar mjaft njohuri të reja dhe përvoja .	0.00%	0.00%	9.79%	42.33%	47.88%	0.00%
Qëndrimi në këtë vend turistik ja vlen cdo euro të shpenzuar /paguar	0.00%	0.00%	10.85%	39.95%	46.83%	2.38%

Në grafikun dhe tabelën mësipërme paraqiten të dhënat të cilat tregojnë për përshtypjet e turistëve gjatë qëndrimit në destinacionet turistike Kosovare. Nga

analiza e përgjigjeve të turistëve shofim se ata në përgjithësi janë të kënaqur me qëndrimin e tyre në Kosovë ku më 44.18% janë përgjigjur se qëndrimi i tyre në Kosovë ju ka lënë përshtypje shumë të mira, përshtypje të mira 48.68%, deri dikund më 6.35% dhe nuk di 0.79%. Tek pyetja e dytë se a kanë përfituar mjaft njohuri të reja dhe përvoja kemi një variacion të përgjigjeve : deri dikund më 9.79%, të mira më 42.33% dhe Shumë të mira më 47.88% turistë. Tek pyetja e tretë se qëndrimi në Kosovë ja vlen çdo euro për të shpenzuar /paguar kemi përgjigje : deri dikund më 10.85%, të mira 39.95%, shumë të mira më 46.83% dhe 2.38% janë përgjigjur nuk e di.

Grafiku 50: Opinonet e turistëve lidhur me Kosovën

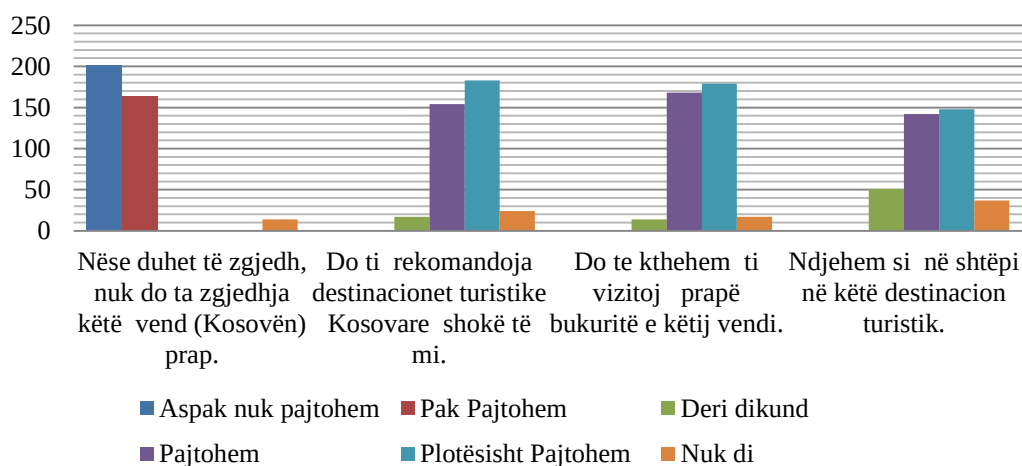


	Aspak nuk pajtohem	Pak Pajtohem	Deri dikund	Pajtohem	Plotësisht Pajtohem	Nuk di
Jam i/e kënaqur që kam vendosur ta vizitoj Kosovën.	0.00%	0.00%	4.50%	47.88%	45.24%	2.38%
Vizita në këtë vend i ka tejkaluar pritjet e mia.	0.00%	0.00%	11.11%	46.03%	38.36%	4.50%
Do t'ju tregoj shokëve dhe kolegëve e mi për këtë vend turistik .	0.00%	0.00%	7.14%	48.15%	37.30%	7.41%

Në grafikun dhe tabelën mësipërme paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se deri në çfarë shkalle turistët pajtoheni me pyetjet në vijim. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve

shofim se ata në përgjithësi janë të kënaqur me qëndrimin e tyre në Kosovë ku më 45.24% plotësisht pajtohen, pajtohen më 47.88%, deri dikund më 4.50% dhe 2.38% janë përgjigjur nuk di. Tek pyetja e dytë : Vizita në këtë vend i ka tejkaluar pritjet e mia kemi përgjigje nga turistët të cilët plotësisht pajtohen më 38.36%, pajtohem më 46.03%, deri dikund më 11.11% dhe nuk di 4.50%. Tek pyetja e tretë kemi një farë forme të informacionit ose promocionit të cilët turistët do ta interpretojnë edhe tek shokët dhe kolegët e tyre për këtë vend turistik. Nga përgjigjet e mara rezultuan se plotësisht pajtohen 37.30% e turistëve , pajtohen më 48.15%, deri dikund më 7.14% dhe nuk di më 7.41%.

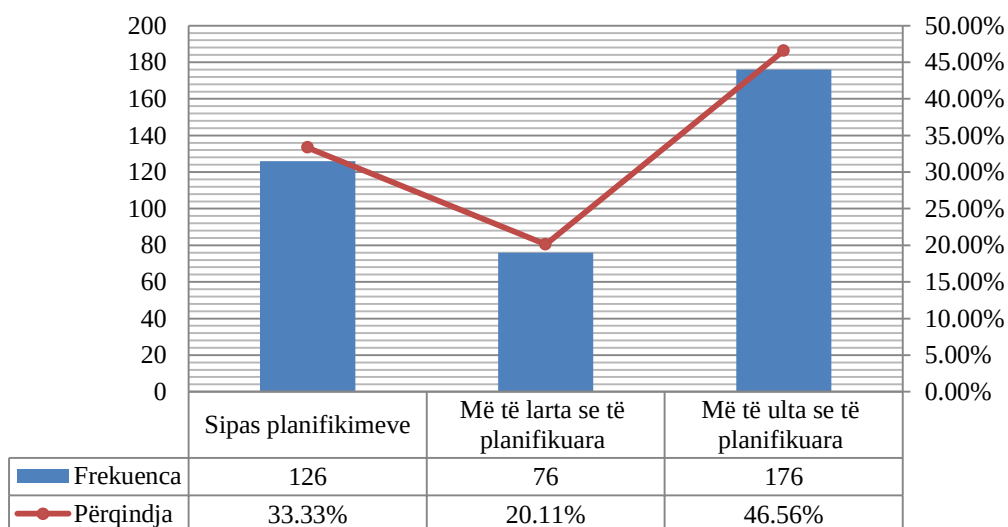
Grafiku 51: Rekomandimet e turistëve për Kosovën



	Aspak nuk pajtohem	Pak Pajtohem	Deri dikund	Pajtohem	Plotësisht Pajtohem	Nuk di
Nëse duhet të zgjedh, nuk do ta zgjedhja këtë vend (Kosovën) prap.	53.17%	43.12%	0.00%	0.00%	0.00%	3.70%
Do ti rekomandoja destinacionet turistike Kosovare shokë të mi.	0.00%	0.00%	4.50%	40.74%	48.41%	6.35%
Do të kthehem ti vizitoj prapë bukuritë e këtij vendi.	0.00%	0.00%	3.70%	44.44%	47.35%	4.50%
Ndjem si në shtëpi në këtë destinacion turistik.	0.00%	0.00%	13.49%	37.57%	39.15%	9.79%

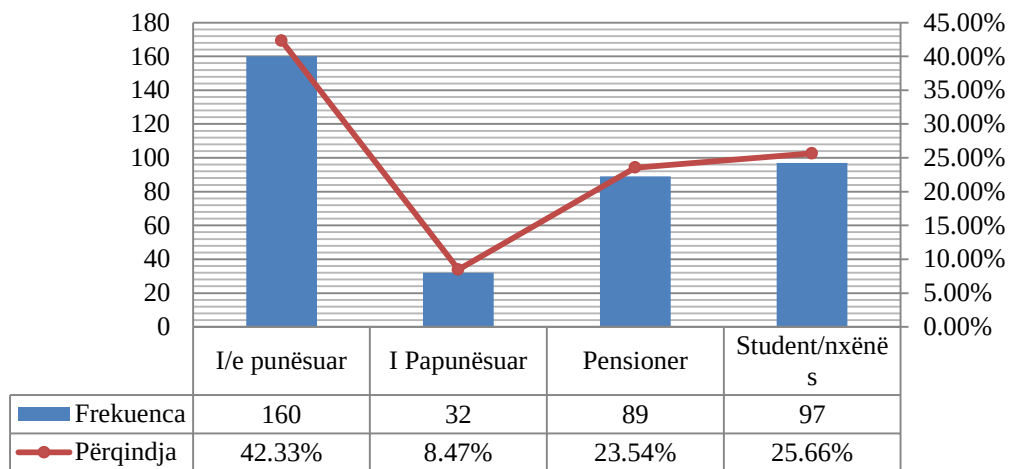
Në grafikun dhe tabelën mësipërme paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se deri në çfarë shkalle turistët pajtoheni më pytjet në vijim. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata kanë japur përgjigje pozitive për vizitën e tyre si dhe në përgjithësi janë të kënaqur me qëndrimin e tyre në Kosovë. Turistët prap dëshirojnë ta vizitojnë vendin tonë ku shihet nga përgjigjet e tyre ku më 47.35% plotësisht pajtohen, pastaj më 44.44% pajtohen dhe deri dikund më 3.70%. Tek pyetja e fundit sa i përket ambientimit të tyre në vendin tonë përgjigjet e turistëve janë : 39.15% më plotësisht pajtohem, 37.57% më pajtohem, 13.49 %, deri dikund, 13.49%, dhe nuk di më 9.79%.

Grafiku 52: Planifikimi rreth shpenzimeve



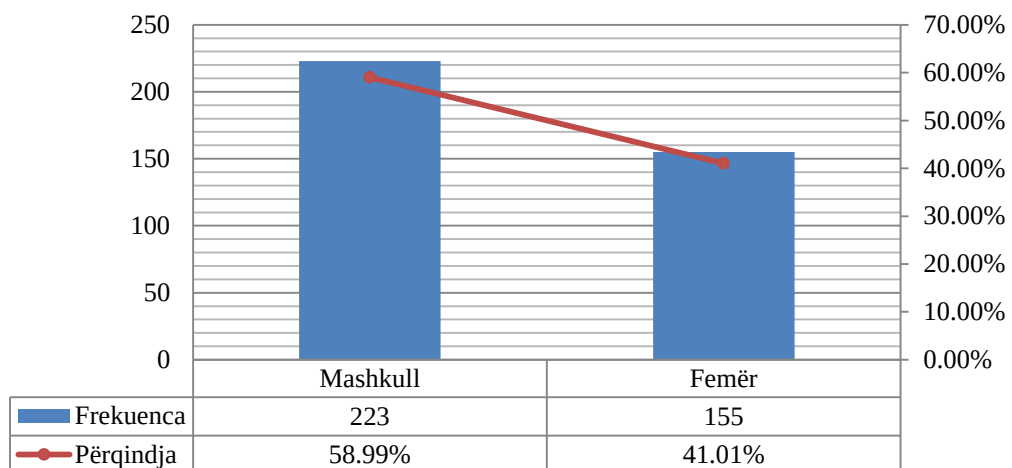
Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat se si i kanë planifikuar shpenzimet turistët. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata janë përgjigjur : 126 (33.33%) të vizitorëve kanë shpenzuar sipas planifikimit që e kanë bërë, ndërsa 76 (20.11%) kanë shpenzuar më shumë se sa kanë planifikuar, ndërsa 176 (46.56%) të turistëve kanë shpenzuar më pak se sa kanë planifikuar të shpenzojnë.

Grafiku 53: Statusi i punësimit të vizitorëve



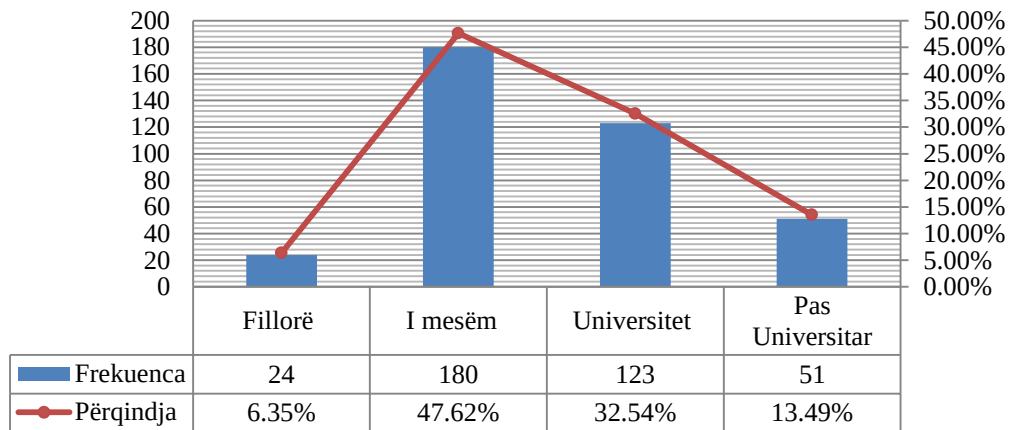
Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat të cilat tregojnë rreth statusit të punësimit të turistëve. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata janë përgjigjur më 160 (42.33%) e turistëve ishin të punësuar. Të papunë ishin 32 (8.47%) pensioner ishin 89 (23.54%) si dhe student 97 (25.66%).

Grafiku 54: Gjinia



Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat të cilat tregoi rreth gjinisë së turistëve. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata janë përgjigjur më : 223 (58.99%) të gjinisë mashkullore dhe 155 (41.01%) të gjinisë femërore.

Grafiku 55: Niveli i shkollimit



Në grafikun mësipërm paraqiten të dhënat të cilat tregojnë rreth nivelit të shkollimit të turistëve. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata janë përgjigjur më: më shkollim fillorë 24 (6.35%), më shkollim të mesëm ishin 180 (47.62%), më universitet ishin 123 (32.54%), dhe më shkollim pas universitar ishin 51 (13.49%) turistë.

Gjetjet nga vizitorët turistik

Me qëllimin që hulumtimi të arrij objektivat në mënyrë sa më të mirë, turistët janë konsideruar si grup i veçantë i interesit apo bartës i zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm dhe kanë qenë të përfshirë në anketë i cili përbëhej nga një pyetësor. Brenda pyetësorit, janë shfrytëzuar për të përcaktuar nivelin e rëndësisë mbi çështjet e lidhura me zhvillimin e strategjisë nga turistët.

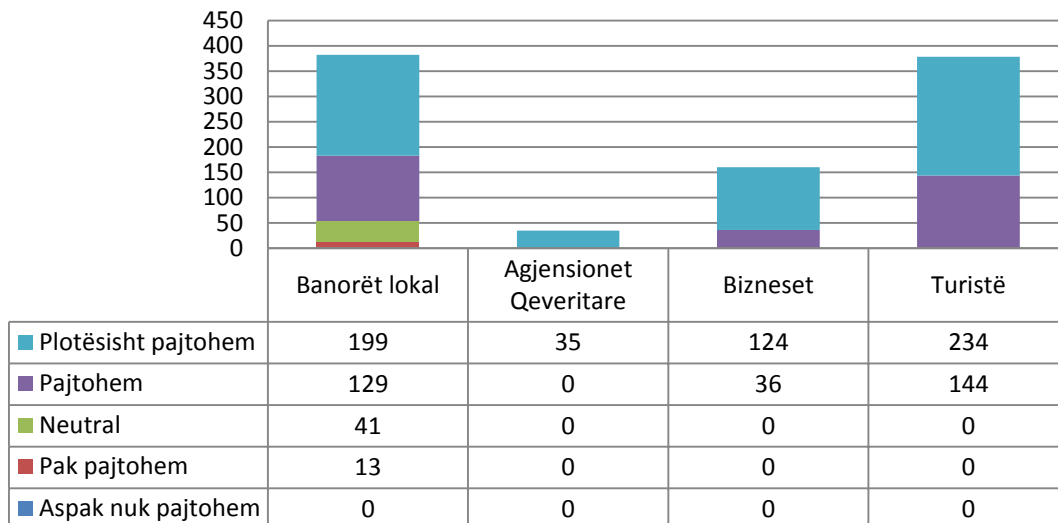
Për shumicën e këtij grupi të interesit respektivisht për shumicën e turistëve të anketuar, ata ishin më përqindje më të madhe vizitor Kosovarë (bashkëatdhetar nga diaspora), ndërsa pjesa tjetër ishin visitor të huaj. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata në përgjithësi janë shumë të kënaqur me imazhin e vendit tonë ku pohuan se destinacionet turistike të këtij vendi kanë pamje unike, lehtë mund të arihet në Kosovë, mikpritja e vendasve është shume e mire, çmimet e fjetjes dhe ushqimit janë të arsyshme. Përshtypjet e turistëve gjatë qëndrimit në destinacionet turistike Kosovare ishin pozitive ku ata deklaruan se qëndrimi i tyre në Kosovë ka qenë me vlerë, kanë përfituar mjaft njohuri të reja dhe përvoja, ata ishin të kënaqur që kanë vendosur ta vizitojnë Kosovën, vizita në Kosovë i ka tejkaluar pritjet e tyre, ata prap do të jenë dakort të kthehen herave tjera dhe ti vizitojnë prapë bukuritë e vendit tonë.

Vërtetimi I Hipotezave

Vërtetimi i Hipotezave është bërë me programin SPSS (Statistical Package for the Social Science) Paketa Statistikore për Shkenca Sociale dhe Microsoft excel 2010. Nga rezultatet e nxjerrura së pari nga testi one-way ANOVA, shohim se na është refuzuar hipoteza H_0 (mesataret e të gjitha grupeve janë të njëjta) në të gjitha variablat TQ(1-12) dhe IT(1-17), në këtë rast duhet të marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të parë në mënyrë specifike dallimin në mes të grupeve është përdorur testi post-hoc metoda Scheffe. Në vijim shohim rezultatet e mara nga pyetsorët ku variablat janë të vendosura në katër pytesorët të drejtuar për: operatorët ekonomik të turizmit ,agjensitë qeveritare dhe joqeveritare , komuniteti lokal dhe turistët (shih shtojcën). Në tabelat dhe grafikonet e prezantuara më poshtë shofim dallime në qëndrimet në mënyrën si si turizmi i qëndrueshëm duhet të zhvillohet në Kosovë dhe dallimet në perceptimin e impakteve të turizmit në mes katër grupeve të interesit : operatorët ekonomik të turizmit ,agjensitë qeveritare dhe joqeveritare , komuniteti lokal dhe turistët.

Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm (TQ1)

Grafiku 56: Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmes dhe të së ardhmes



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1660	4.345549738	0.64668618
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	764	4.775	0.175471698
Turistë	378	1746	4.619047619	0.236453202

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	32.95714286	3	10.98571429	28.74667997	0.000	2.614263
Within Groups	363.4302917	951	0.382155932			
Total	396.3874346	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

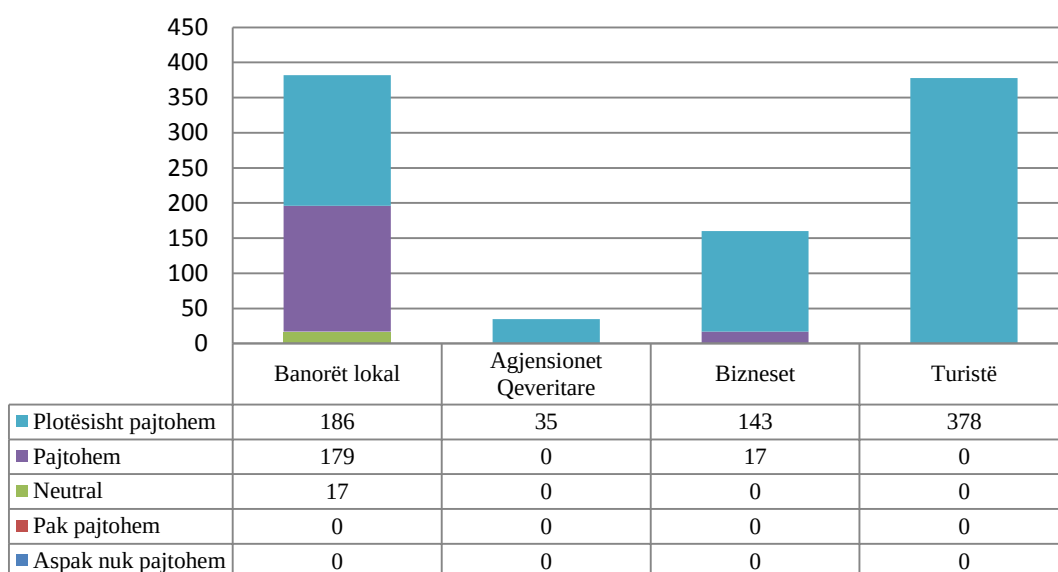
SCHEFFE

		Scheffe F'(llog)
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	35.93420475
Banorët lokalë	Bizneset	54.42133572
Banorët lokalë	Turistë	37.18852008
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	3.804327058
Agjensionet Qeveritare	Turistë	12.16495681
Bizneset	Turistë	7.1543951

Tabela 12: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ1

Në tabelën nr.12 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(28.74)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur F' (llog). Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (35.93420475), Banorët lokalë - Bizneset (54.42133572) dhe Banorët lokal - Turistët (37.18852008). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ1) *Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmes dhe të së ardhmes*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve të tyre, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Banorëve lokalë të cilat dallojnë dukshëm nga qëndrimet e Agjensioneve Qeveritare, Bizneseve dhe Turistët.

Grafiku 57: Zhvillimi i turizmit duhet të respektojë , natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale



**One-way ANOVA
SUMMARY**

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokal	382	1697	4.442408377	0.336569513
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	783	4.89375	0.095558176
Turistë	378	1890	5	0

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	65.18059555	3	21.72686518	144.0613488	0.000	2.614263
Within Groups	143.4267343	951	0.150816755			
Total	208.6073298	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

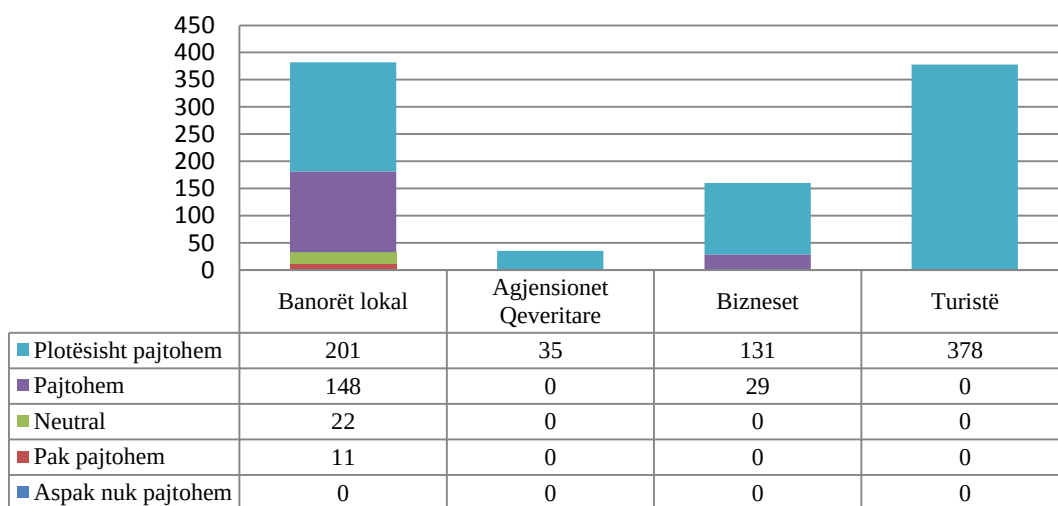
SCHEFFE	<i>Scheffe F'(llog)</i>
Banorët lokal Agjensionet Qeveritare	66.09646611
Banorët lokal Bizneset	152.3158992
Banorët lokal Turistë	391.6737431
Agjensionet Qeveritare Bizneset	2.149620029
Agjensionet Qeveritare Turistë	0
Bizneset Turistë	8.414683609

Tabela 13: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ2

Në tabelën nr.13 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(144.06)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(llog)$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(llog) > F'(krit)$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (66.09), Banorët lokal - Bizneset (152.31) dhe Banorët lokalë - Turistët (391.67). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ2) *Zhvillimi i turizmit duhet të respektojë , natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm

theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve të tyre, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Banorëve lokalë të cilat dallojnë dukshëm nga qëndrimet e Agjensioneve Qeveritare, Bizneseve dhe Turistët.

Grafiku 58: Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siç kërkohet



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1685	4.410994764	0.531427354
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	771	4.81875	0.149331761
Turistë	378	1890	5	0

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	70.22640707	3	23.40880236	98.40867288	0.000	2.614263
Within Groups	226.217572	951	0.237873367			
Total	296.4439791	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

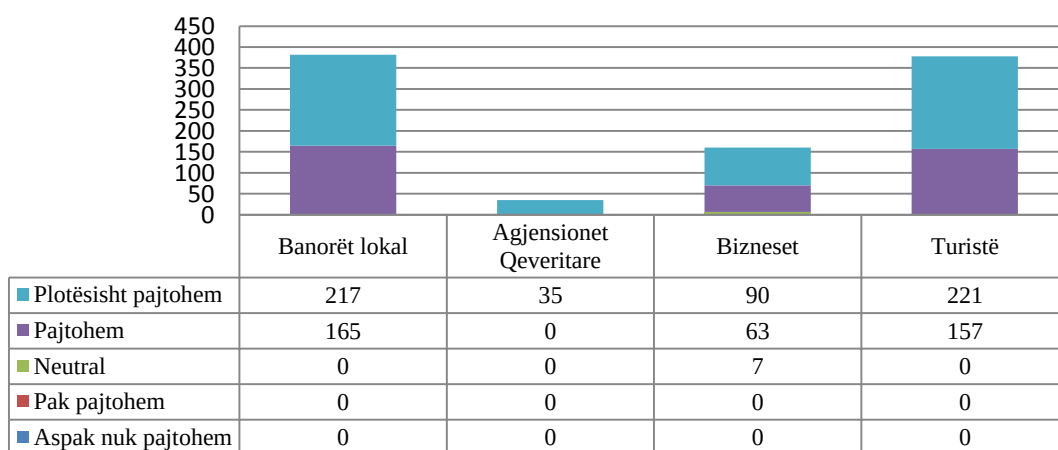
SCHEFFE

		Scheffe F'(llog)
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	46.76143637
Banorët lokalë	Bizneset	78.82016351
Banorët lokalë	Turistë	277.0984274
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	3.966099691
Agjensionet Qeveritare	Turistë	0
Bizneset	Turistë	15.52528987

Tabela 14: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ3

Në tabelën nr.14 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(98.40)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (46.76), Banorët lokal - Bizneset (78.82) dhe Banorët lokalë - Turistët (277.09). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ3), *Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siç kërkohet*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve të tyre, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Banorëve lokalë të cilat dallojnë dukshëm nga qëndrimet e Agjensioneve Qeveritare, Bizneseve dhe Turistët.

Grafiku 59: Banorët lokal të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat turistike



One-way ANOVA**SUMMARY**

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1745	4.568062827	0.246011461
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	723	4.51875	0.339268868
Turistë	378	1733	4.584656085	0.243477468

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	6.832260416	3	2.277420139	9.044434261	0.000	2.614263
Within Groups	239.4651218	951	0.251803493			
Total	246.2973822	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789**SCHEFFE**

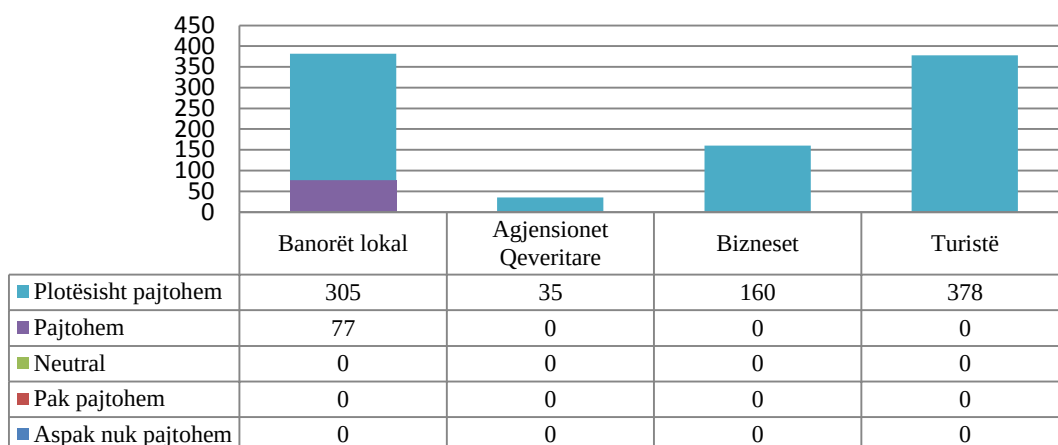
		<i>Scheffe F'(llog)</i>
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	23.75607921
Banorët lokalë	Bizneset	1.089035692
Banorët lokalë	Turistë	0.207751
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	26.41393778
Agjensionet Qeveritare	Turistë	21.94642309
Bizneset	Turistë	1.939182934

Tabela 15: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ4

Në tabelën nr.15 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(9.04)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(llog)$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(llog) > F'(krit)$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (23.75), Agjensionet Qeveritare - Bizneset (26.41) dhe Agjensionet Qeveritare - Turistët (21.94). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ4), *Banorët lokalë të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat*

turistike. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve të tyre, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Agjensioneve Qeveritare të cilat dallojnë dukshëm nga qëndrimet e Banorëve lokalë ,Bizneseve dhe Turistët.

Grafiku 60: Bizneset familjare duhet të inkurajohet dhe përkahen



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1833	4.798429319	0.161362356
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	800	5	0
Turistë	378	1890	5	0

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	9.312565445	3	3.104188482	48.01770492	0.000	2.614263
Within Groups	61.47905759	951	0.064646748			
Total	70.79162304	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

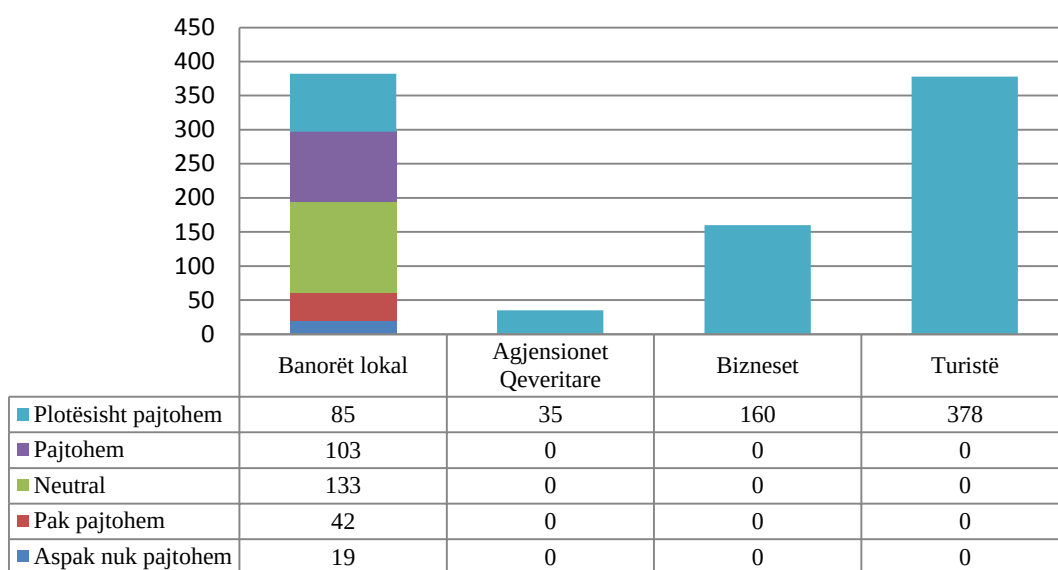
SCHEFFE

		Scheffe F'(llog)
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	20.15131501
Banorët lokalë	Bizneset	70.87484121
Banorët lokalë	Turistë	119.4124504
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	0
Agjensionet Qeveritare	Turistë	0
Bizneset	Turistë	0

Tabela 16: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ5

Në tabelën nr.16 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(48.01)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (20.15), Banorët lokal - Bizneset (70.87) dhe Banorët lokalë - Turistët (119.41). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ5), *Bizneset familjare duhet të inkurajohet dhe përkahen*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve të tyre, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Banorëve lokalë të cilat dallojnë dukshëm nga qëndrimet e Agjensioneve Qeveritare, Bizneseve dhe Turistët.

Grafiku 61: Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun



One-way ANOVA**SUMMARY**

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1339	3.505235602	1.21650795
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	800	5	0
Turistë	378	1890	5	0

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	512.1062827	3	170.7020942	350.2510446	0.000	2.614263
Within Groups	463.4895288	951	0.487370693			
Total	975.5958115	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789**SCHEFFE**

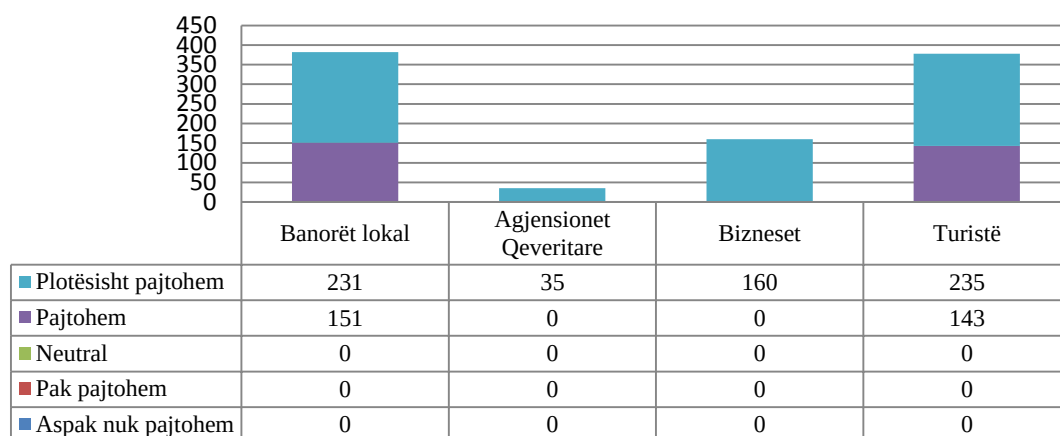
		<i>Scheffe F'(llog)</i>
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	146.9878485
Banorët lokalë	Bizneset	516.9757116
Banorët lokalë	Turistë	871.0190451
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	0
Agjensionet Qeveritare	Turistë	0
Bizneset	Turistë	0

Tabela 17: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ6

Në tabelën nr.17 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(350.25)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(llog)$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(llog) > F'(krit)$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (146.98), Banorët lokalë - Bizneset (516.97) dhe Banorët lokalë - Turistët (871.01). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të grupeve të interesit, tek variabli (TQ6), *Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun*. Duke u mbështet tek variabli i

mësipërm theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve për zhvillimin e turizmit, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Banorëve lokalë të cilat dallojnë dukshëm nga qëndrimet e Agjensioneve Qeveritare, Bizneset dhe Turistët.

Grafiku 62: Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokal	382	1759	4.604712042	0.239662778
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	800	5	0
Turistë	378	1747	4.621693122	0.235814632

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	23.27746475	3	7.759154917	40.94560512	0.000	2.614263
Within Groups	180.2136347	951	0.18949909			
Total	203.4910995	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

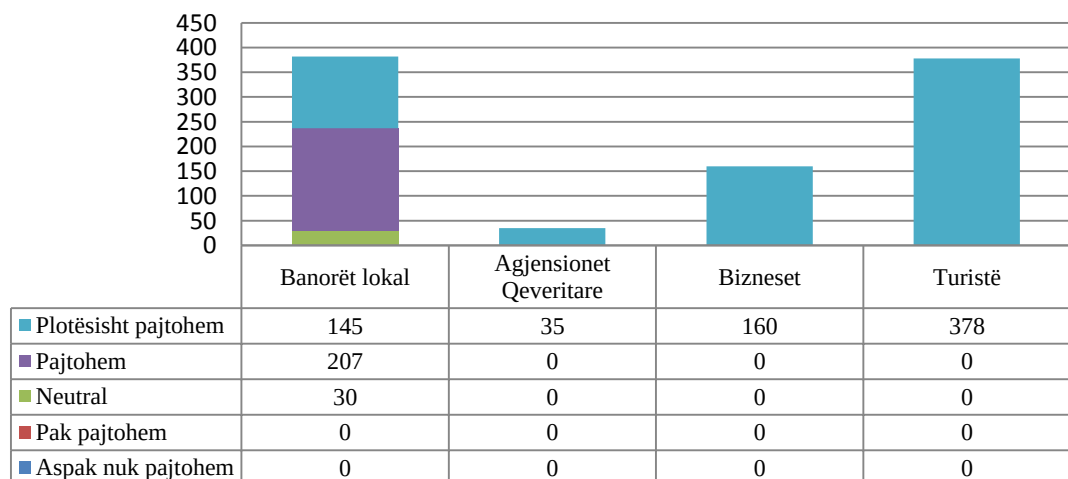
SCHEFFE

		Scheffe F'(llog)
Banorët lokal	Agjensionet Qeveritare	26.43719607
Banorët lokal	Bizneset	92.98311659
Banorët lokal	Turistë	0.289111287
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	0
Agjensionet Qeveritare	Turistë	24.19307873
Bizneset	Turistë	84.90061828

Tabela 18: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ7

Në tabelën nr.18 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(40.94)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Bizneset (92.98), Bizneset - Turistët (84.90). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ7), *Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve për zhvillimin e turizmit, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Bizneseve të cilat dallojnë nga qëndrimet e Banorëve Lokalë dhe Turistët.

Grafiku 63: Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja



One-way ANOVA

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1643	4.30104712	0.368450344
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	800	5	0
Turistë	378	1890	5	0

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	111.9722513	3	37.32408377	252.851614	0.000	2.614263
Within Groups	140.3795812	951	0.147612598			
Total	252.3518325	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

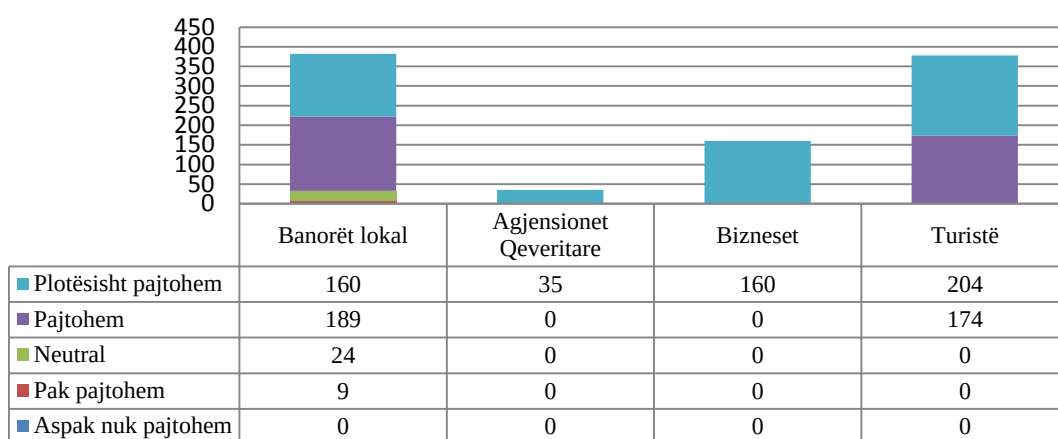
		<i>Scheffe F'(llog)</i>
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	106.1127876
Banorët lokalë	Bizneset	373.2127144
Banorët lokalë	Turistë	628.80204
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	0
Agjensionet Qeveritare	Turistë	0
Bizneset	Turistë	0

Tabela 19: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ8

Në tabelën nr.19 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(252.85)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(llog)$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(llog) > F'(krit)$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (106.11), Banorët lokalë- Bizneset (373.2127144) dhe Banorët lokalë - Turistët (628.80). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ8), *Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja*.

Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve për zhvillimin e turizmit, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Banorëve lokalë dallojnë dukshëm nga qëndrimet e Agjensioneve Qeveritare, Bizneseve dhe Turistët.

Grafiku 64: Qeveria duhet të jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të arihet zhvillimi i turizmit



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1646	4.308900524	0.481757843
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	800	5	0
Turistë	378	1716	4.53968254	0.249084249

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	61.66173024	3	20.55391008	70.45035665	0.000	2.614263
Within Groups	277.4545001	951	0.291750263			
Total	339.1162304	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

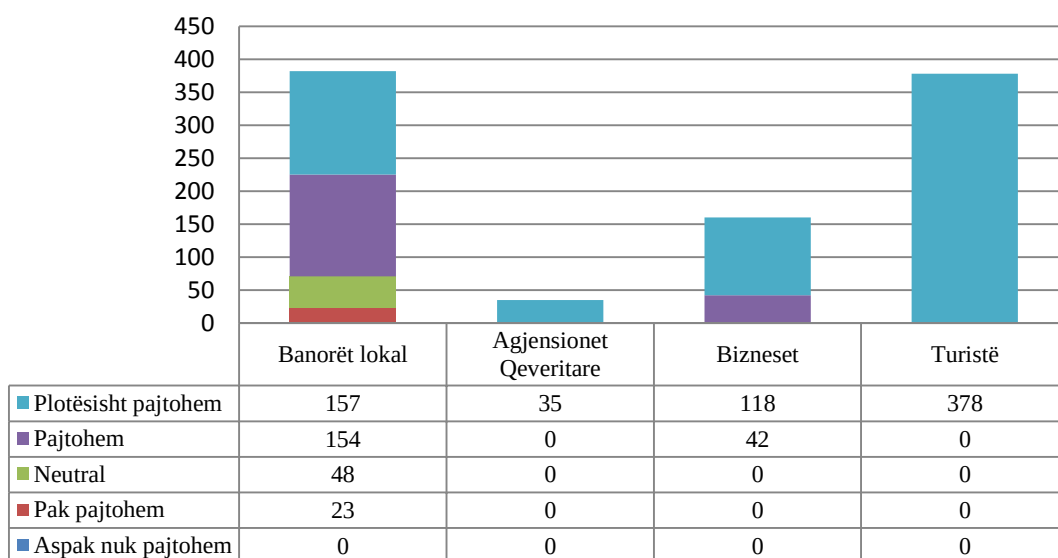
		Scheffe F'(llog)
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	52.48862837
Banorët lokalë	Bizneset	184.609451
Banorët lokalë	Turistë	34.68440433
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	0
Agjensionet Qeveritare	Turistë	23.26555586
Bizneset	Turistë	81.64566816

Tabela 20: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ9

Në tabelën nr.20 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(70.45)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë-Bizneset (184.60). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ9), *Qeveria duhet të jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të arihet zhvillimi i turizmit*.

Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim në të gjitha grupet e interesit rreth qëndrimeve për zhvillimin e turizmit, ndërsa dallim më i madh vërehet tek qëndrimet e Banorëve lokalë të cilët dallojnë dukshëm nga Bizneset.

Grafiku 65: Turistët duhet të jenë të informuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike



**One-way ANOVA
SUMMARY**

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1591	4.164921466	0.75225708
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	758	4.7375	0.194811321
Turistë	378	1890	5	0

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	140.9532723	3	46.98442408	140.6936558	0.000	2.614263
Within Groups	317.5849476	951	0.33394842			
Total	458.5382199	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

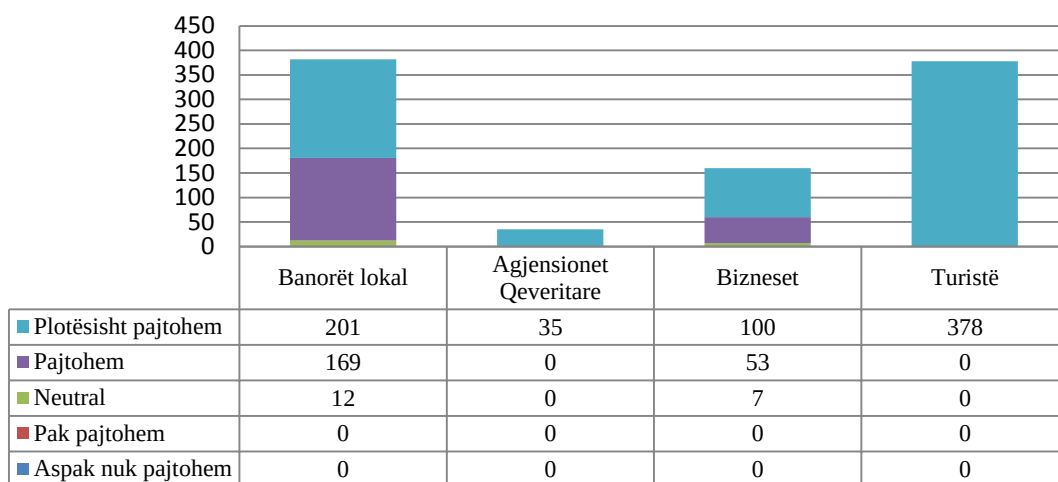
		<i>Scheffe F'(llog)</i>
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	66.95308599
Banorët lokalë	Bizneset	110.7069256
Banorët lokalë	Turistë	396.7498922
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	5.925604177
Agjensionet Qeveritare	Turistë	0
Bizneset	Turistë	23.19576654

Tabela 21: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ10

Në tabelën nr.21 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(140.69)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(llog)$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(llog) > F'(krit)$] në mes të grupeve, Banorët lokalë-Agjensionet Qeveritare (66.95), Banorët lokalë- Bizneset (110.70) Banorët lokalë-Turistë(396.7498922). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ10), *Turistët duhet të jenë të infomuar dhe të*

kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike. Qëndrimet e Banorëve lokalë dallojnë dukshëm nga Agjensionet Qeveritare, Bizneset dhe Turistët.

Grafiku 66: Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efikase për ta zhvilluar më tej turizmin



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1717	4.494764398	0.31362081
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	733	4.58125	0.33297956
Turistë	378	1890	5	0

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	54.78138089	3	18.2604603	100.709665	0.000	2.614263
Within Groups	172.4332788	951	0.181317854			
Total	227.2146597	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

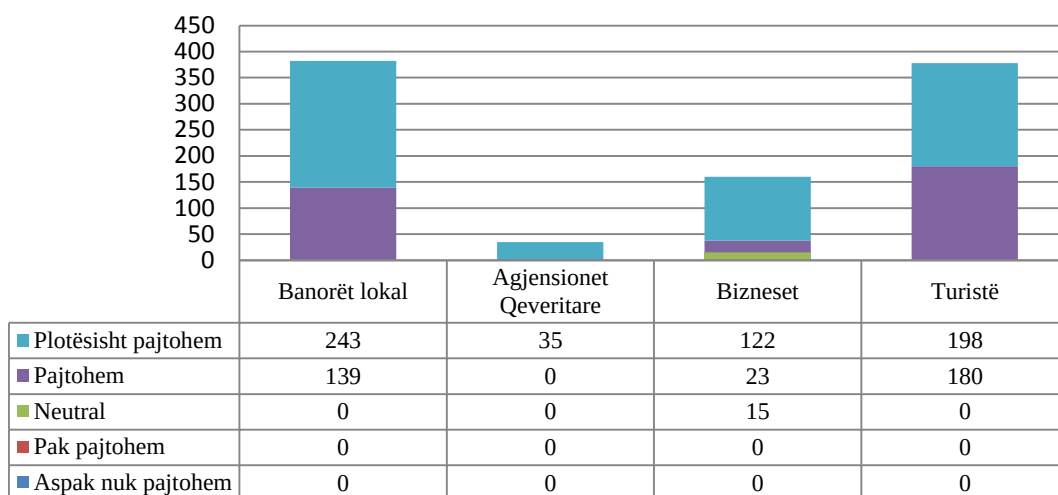
SCHEFFE

		Scheffe F'(llog)
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	45.13803772
Banorët lokalë	Bizneset	4.651907988
Banorët lokalë	Turistë	267.4785088
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	27.77298032
Agjensionet Qeveritare	Turistë	0
Bizneset	Turistë	108.7172798

Tabela 22: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ11

Në tabelën nr.22 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(100.70)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë-Turistë (267.47). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të grupeve të interesit, tek variabli (TQ11), *Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efikase për ta zhvilluar më tej turizmin*. Qëndrimet e Banorëve lokalë dallojnë dukshëm nga Turistët.

Grafiku 67: Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1771	4.636125654	0.232077339
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	747	4.66875	0.411595912
Turistë	378	1710	4.523809524	0.250094733

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	8.944357704	3	2.981452568	11.42595512	0.000	2.614263
Within Groups	248.1509303	951	0.260936835			
Total	257.095288	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

Scheffe F'(llog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	16.26907407
Banorët lokalë	Bizneset	0.459972942
Banorët lokalë	Turistë	9.18523869
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	12.07618615
Agjensionet Qeveritare	Turistë	27.83785782
Bizneset	Turistë	9.050518987

Tabela 23: One-way ANOVA & SCHEFFE TQ12

Në tabelën nr.23 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(11.425)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante $[F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})]$ në mes të grupeve, Agjensionet Qeveritare - Turistë (27.83) . Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në qëndrime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (TQ12), *Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit*. Duke u mbështetur tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh tek qëndrimet e Agjensioneve Qeveritare ndaj Turistëve.

VARIABLAT	Banorët lokal (n=382)	Agjensionet Qeveritare (n=35)	Bizneset (n=160)	Turistë (n=378)	F	p-value	Scheffe
TQ1	4.35	5.00	4.78	4.62	28.75	0.000	BL > AQ, B, T
TQ2	4.44	5.00	4.89	5.00	144.06	0.000	BL > AQ, B, T
TQ3	4.41	5.00	4.82	5.00	98.41	0.000	BL > AQ, B, T
TQ4	4.57	5.00	4.52	4.58	9.04	0.000	AQ > BL, B, T
TQ5	4.80	5.00	5.00	5.00	48.02	0.000	BL > AQ, B, T
TQ6	3.51	5.00	5.00	5.00	350.25	0.000	BL > AQ, B, T
TQ7	4.60	5.00	5.00	4.62	40.94	0.000	B > BL, T
TQ8	4.30	5.00	5.00	5.00	252.85	0.000	BL > AQ, B, T
TQ9	4.31	5.00	5.00	4.54	70.45	0.000	BL > B
TQ10	4.16	5.00	4.74	5.00	140.69	0.000	BL > AQ, B, T
TQ11	4.49	5.00	4.58	5.00	100.71	0.000	BL > T
TQ12	4.64	5.00	4.67	4.52	11.43	0.000	AQ > T

Tabela 24: Përmbledhja e rezultateve për hipotezën H1

Ky studim është konsideruar i vlerëshëm për të shqyrtuar mënyrat se turizmi duhet të zhvillohen në mënyrë të qëndrueshme në Kosovë dhe si janë qëndrimet e grupeve të interesit ndaj turizmit të qëndrueshëm . Nga gjetjet , siç tregohet në tabelat e mësipërme, tregojnë se të gjitha grupet e interesit mbajë qëndrim të ndryshëm që turizmi të zhvillohet në mënyrë të qëndrueshme në Kosovë dhe se si ajo duhet të zhvillohet. Këto përgjigje janë të dukshme në dymbëdhjetë pyetje apo variabla matës se si duhet të zhvillohet në mënyrë të qëndrueshme turizmi në Kosovë .

Në bazë të SHEFFE testit shohim se egzistojnë dallime në qëndrime për zhvillimin e turizmit në mes të grupeve të interesit për variablat : **TQ1** (Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmës dhe të së ardhmës) ; **TQ2** (Zhvillimi i turizmit duhet të respektojë , natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale) ; **TQ3** (Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siq kerkohet) tek **TQ5** (Bizneset familjare duhet të inkurajohet dhe përkahen) ; **TQ6** (Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun) ; **TQ8** (Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja); **TQ10**

(Turistët duhet të jenë të infomuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike). Tek të shtatë variablat TQ qëndrimet e banorëve lokalë dallojnë dukshëm nga Agjensionet Qeveritare, Bizneset dhe Turistët.

Ndërsa tek variablat (TQ) e mëposhtëme shofim dallime të ndryshme tek qëndrimet e grupeve të interesit se si turizmi duhet të zhvillohen në mënyrë të qëndrueshme në Kosovë. Variabli TQ4 *(Banorët lokal të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat turistike)* shohim se egzistojnë dallime në qëndrime për zhvillimin e turizmit në mes të grupeve të interesit, Agjensionet Qeveritare dallojnë nga Bizneset dhe Turistët. Tek variabli TQ7 *(Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm)* shohim se egzistojnë dallime në qëndrime për zhvillimin e turizmit në mes të grupeve të interesit, Bizneset dallojnë nga Banorët Lokalë dhe Turistët. Variabli TQ9 *(Qeveria duhet te jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të arihet zhvillimi i turimit)* shohim se egzistojnë dallime në qëndrime për zhvillimin e turizmit në mes të grupeve të interesit, Banorët lokalë dallojnë dukshëm nga Bizneset. Tek variabli TQ11 *(Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efikase për ta zhvilluar më tej turizmin)* shohim se egzistojnë dallime në qëndrime për zhvillimin e turizmit në mes të grupeve të interesit, Banorët lokalë dallojnë dukshëm nga Turistët. Tek variabli TQ12 *(Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit)* shohim se egzistojnë dallime në qëndrime për zhvillimin e turizmit në mes të grupeve të interesit, Agjensionet qeveritare dallojnë nga Turistët.

Pas mbledhjes dhe përpunimit të të dhënave tek katër grupet e interesit: Operatorët ekonomik të turizmit ,agjensitë qeveritare, komunitetit lokal dhe turistët sipas autorit

(Byrd,2009) i cili në studimet e tija i mori në hulumtim të katër grupet e interesit dhe ka vrejtur se ka dallime sa i përket grupeve .Atëherë, në bazë të dymbëdhjetë variablave TQ (Turizmi i Qëndrueshëm) dhe përgjigjeve të të anketuarëve siç është vërtetuar në tabelat e mësipërme shohim se ka dallime në qëndrimet e këtyre grupeve të interesit, lidhur me mënyrën e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në Kosovë . Në bazë të kësaj kemi aritur ti japim përgjigje pyetjes kërkimore dhe vërtetimit të hipotezës së parë H1.

Pyetja kërkimore 1

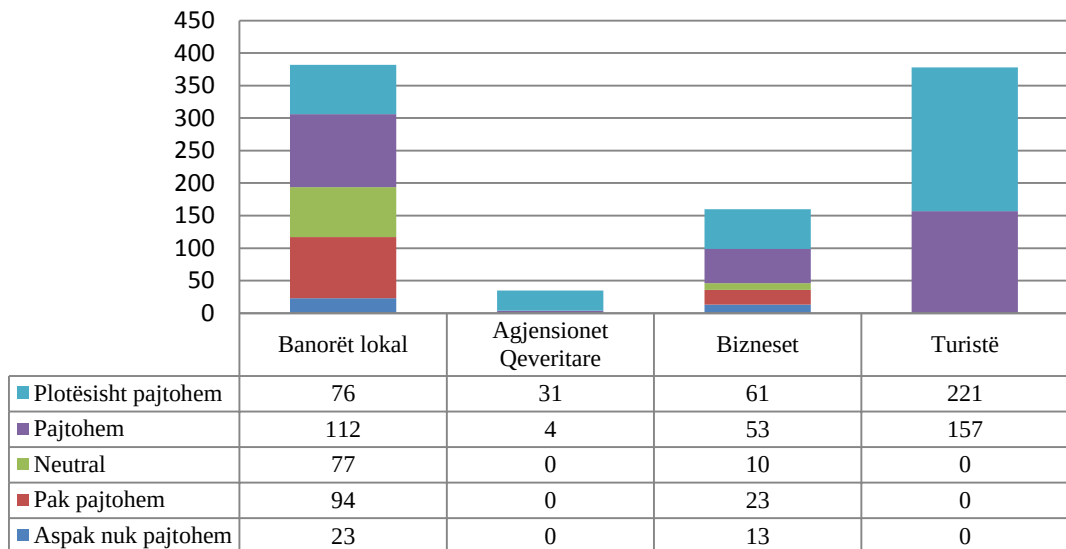
A ekzistojnë dallime në qëndrime në mes të grupeve të interesit për mënyrën se si turizmi i qëndrueshëm duhet të zhvillohet në Kosovë ?

Hipoteza H1

Qëndrimet e grupeve të interesit janë të ndryshme për mënyrën se si turizmi i qëndrueshëm duhet të zhvillohet në Kosovë.

IMPAKTET E TURIZMIT (IT)

Grafiku 68: Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1270	3.32460733	1.474406013
Agjensionet Qeveritare	35	171	4.885714286	0.104201681
Bizneset	160	606	3.7875	1.715566038
Turistë	378	1733	4.584656085	0.243477468

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	336.4670538	3	112.1556846	114.7058016	0.000	2.614263
Within Groups	929.8575535	951	0.977768195			
Total	1266.324607	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

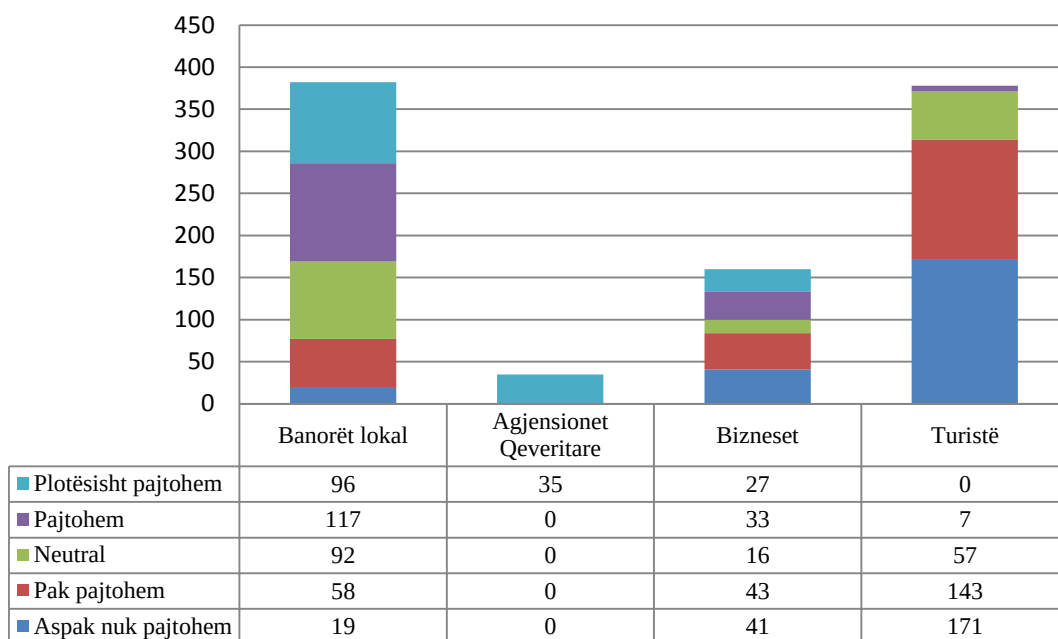
Scheffe F'(Ilog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	79.91434856
Banorët lokalë	Bizneset	24.71204922
Banorët lokalë	Turistë	308.5178975
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	35.42351775
Agjensionet Qeveritare	Turistë	2.969441751
Bizneset	Turistë	73.06011159

Tabela 25: One-way ANOVA & SCHEFFE IT1

Në tabelën nr.25 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(114.70)$ dhe p-value (.000) atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve ekzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokal - Turistë (308.51). Nga kjo shohim se ekzistojnë dallime në perceptimin në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT1), *Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh tek Banorët lokalë në lidhje me opinionet e tyre rreth perceptimit tek variabli (IT1), të cilët pothuajse dallojnë dukshëm në krahasim me perceptimet e Turistëve.

Grafiku 69: Turizmi rrit koston e jetesës



One-way ANOVA**SUMMARY**

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1359	3.557591623	1.354942216
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	442	2.7625	2.131918239
Turistë	378	656	1.735449735	0.608872609

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	815.3999217	3	271.7999739	238.286306	0.000	2.614263
Within Groups	1084.752958	951	1.14064454			
Total	1900.15288	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789**SCHEFFE****Scheffe F'(llog)**

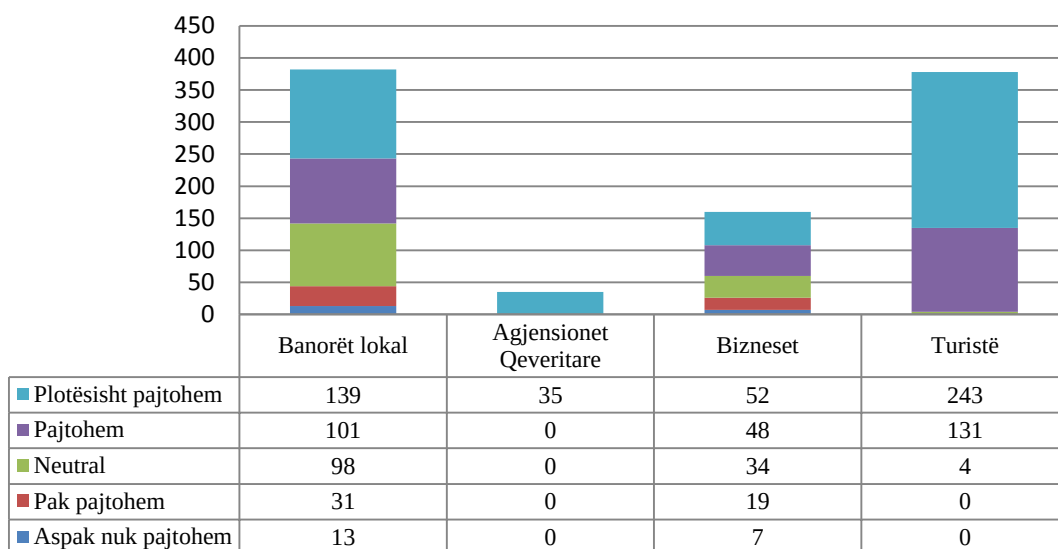
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	58.48190327
Banorët lokalë	Bizneset	62.49828334
Banorët lokalë	Turistë	553.0388338
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	126.0460318
Agjensionet Qeveritare	Turistë	299.2996343
Bizneset	Turistë	103.9591161

Tabela 26: One-way ANOVA & SCHEFFE IT2

Në tabelën nr.26 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(238.28)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Turistë (553.03). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptim në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT2), *Turizmi rrit koston e jetesës*.

Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh tek Banorët lokalë në lidhje me opinionet e tyre rreth perceptimit tek variabli (IT2), të cilët pothuajse dallojnë dukshëm në krahasim me perceptimet e Turistëve.

Grafiku 70: Turizmi rrit mundësitë e punësimit



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1468	3.842931937	1.229858048
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	599	3.74375	1.349017296
Turistë	378	1751	4.632275132	0.254340168

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	174.7048234	3	58.23494112	71.0970009	0.000	2.614263
Within Groups	778.9559096	951	0.819091388			
Total	953.660733	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

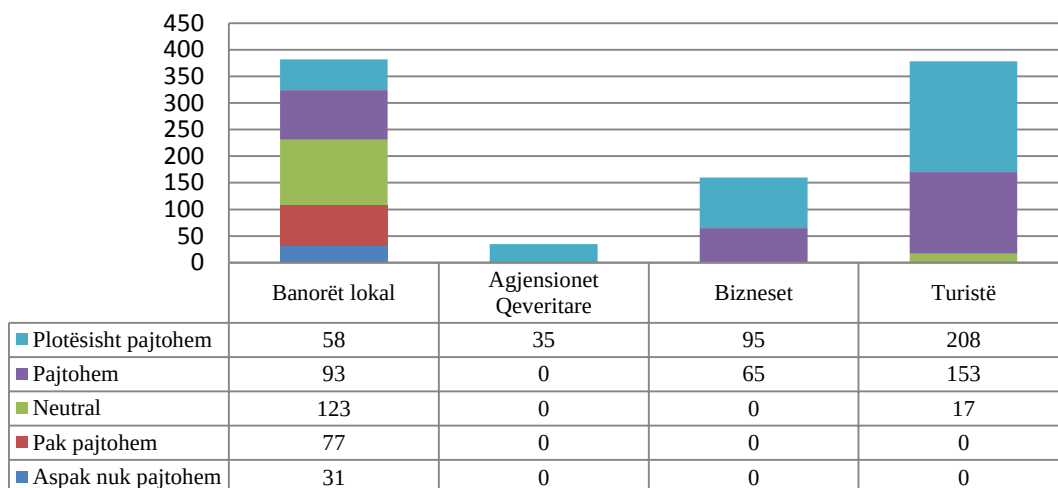
Scheffe F'(llog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	52.40597503
Banorët lokalë	Bizneset	1.354306218
Banorët lokalë	Turistë	144.5243249
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	55.33159706
Agjensionet Qeveritare	Turistë	5.288389495
Bizneset	Turistë	108.3519122

Tabela 27: One-way ANOVA & SCHEFFE IT3

Në tabelën nr.27 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(71.0970009)$ dhe p-value (.000) atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Turistë (144.52). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT3), *Turizmi rrit mundësitë e punësimit*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh tek Banorët lokalë në lidhje me opinionet e tyre rreth perceptimit tek variabli (IT3), të cilët pothuajse dallojnë dukshëm në krahasim me perceptimet e Turistëve.

Grafiku 71: Turizmi kontribuon nëngritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1216	3.183246073	1.34691017
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	735	4.59375	0.242727987
Turistë	378	1703	4.505291005	0.340820737

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	442.6592404	3	147.5530801	206.2796815	0.000	2.614263
Within Groups	680.2559429	951	0.715305934			
Total	1122.915183	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

Scheffe F'(llog)

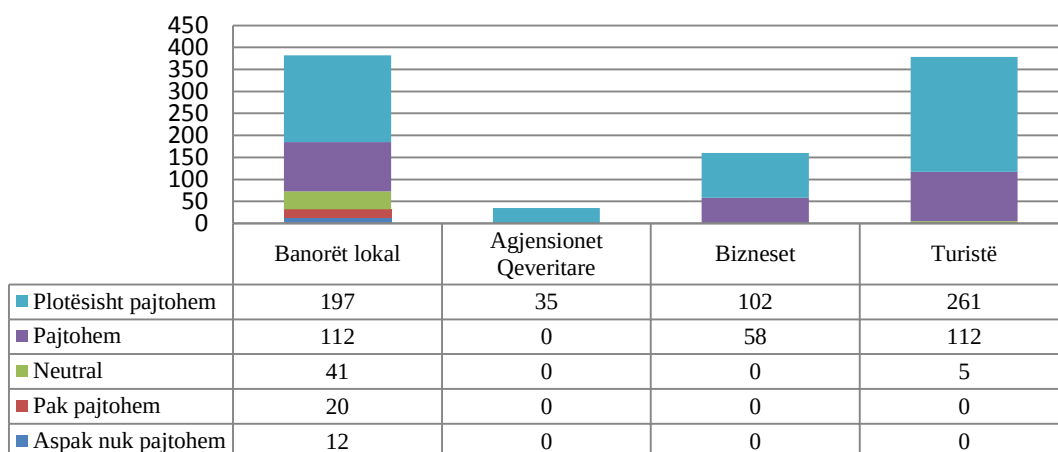
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	147.9434492
Banorët lokalë	Bizneset	313.646778
Banorët lokalë	Turistë	464.2395902
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	6.625952772
Agjensionet Qeveritare	Turistë	10.96017727
Bizneset	Turistë	1.229763725

Tabela 28: One-way ANOVA & SCHEFFE IT4

Në tabelën nr.28 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(206.27)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (147.94), Banorët lokalë – Bizneset (313.64), Banorët lokalë – Turistë (464.23). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptimin në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT4), *Turizmi kontribuon në ngritjen e të ardhurave dhe*

standardit të jetesës. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh tek Banorët lokalë në lidhje me opinionet e tyre rreth perceptimit tek variabli (IT4), të cilët pothuajse dallojnë dukshëm në krahasim me perceptimet e Agjensioneve Qeveritare, Bizneseve dhe Turistëve.

Grafiku 72: Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1608	4.209424084	1.074136675
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	742	4.6375	0.23254717
Turistë	378	1768	4.677248677	0.245687901

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	55.88338389	3	18.62779463	32.87590894	0.000	2.614263
Within Groups	538.8454119	951	0.566609266			
Total	594.7287958	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

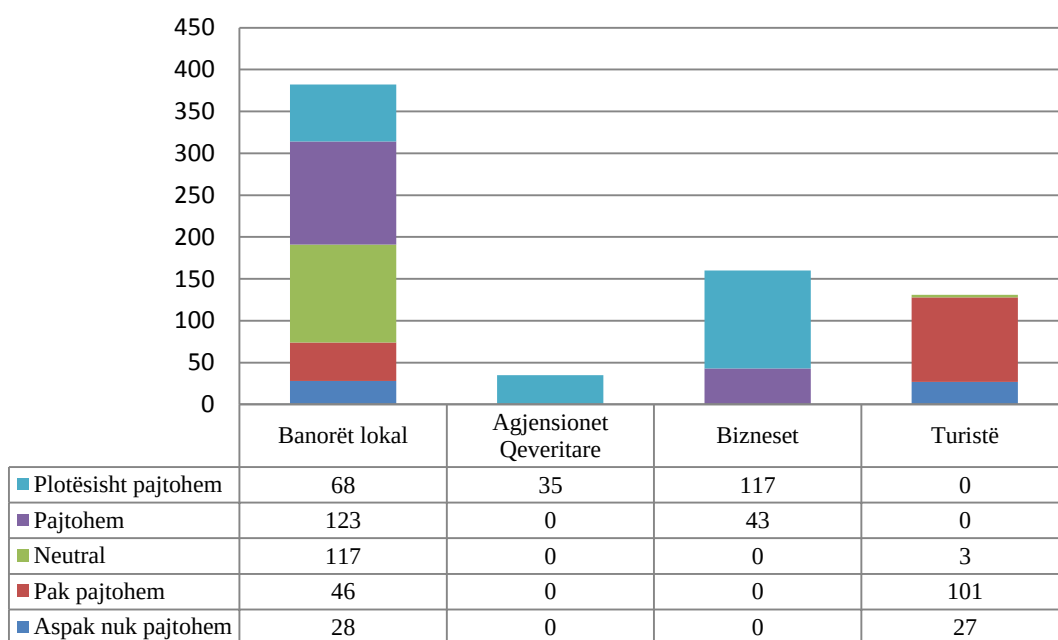
Scheffe F'(llog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	35.36705029
Banorët lokalë	Bizneset	36.47052175
Banorët lokalë	Turistë	73.38782148
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	6.660176908
Agjensionet Qeveritare	Turistë	5.889279714
Bizneset	Turistë	0.313466544

Tabela 29: One-way ANOVA & SCHEFFE IT5

Në tabelën nr.29 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(32.87)$ dhe p-value (.000) atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur F' (llog). Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (35.36), Banorët lokalë – Bizneset (36.47), Banorët lokalë – Turistë (73.38). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptim në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT5), *Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh tek Banorët lokalë në lidhje me opinionet e tyre rreth perceptimit të variablin (IT5), të cilët pothuajse dallojnë dukshëm në krahasim me perceptimet e Agjensioneve Qeveritare, Bizneseve dhe Turistëve.

Grafiku 73: Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës



One-way ANOVA**SUMMARY**

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1303	3.410994764	1.282083522
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	757	4.73125	0.197759434
Turistë	378	485	1.283068783	0.219394271

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	1776.355081	3	592.1183603	934.4129844	0.000	2.614263
Within Groups	602.6292122	951	0.633679508			
Total	2378.984293	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789**SCHEFFE****Scheffe F'(llog)**

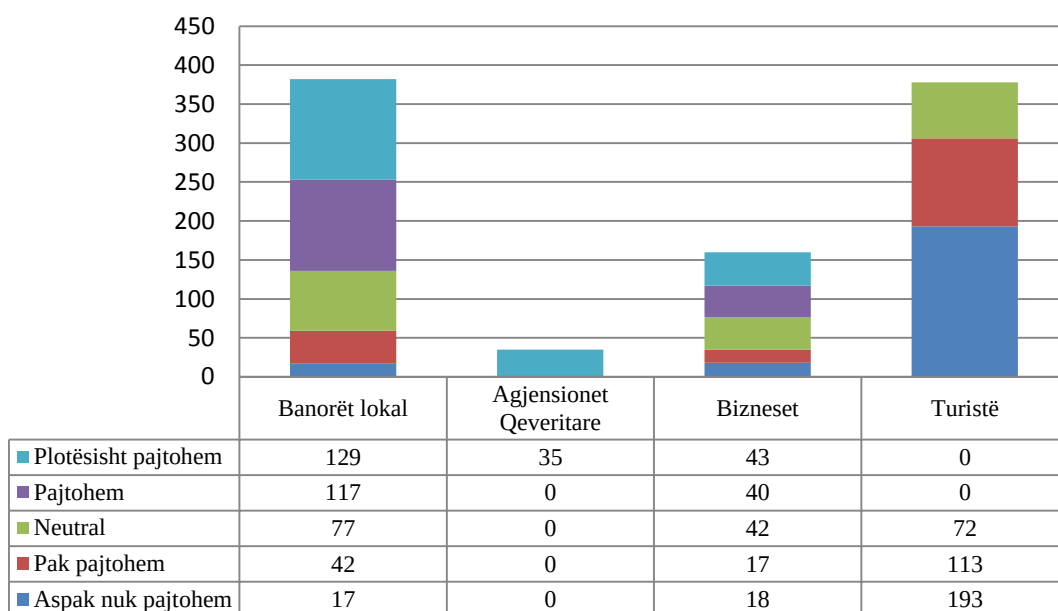
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	127.7545409
Banorët lokalë	Bizneset	310.1917141
Banorët lokalë	Turistë	1357.64099
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	3.27326147
Agjensionet Qeveritare	Turistë	698.4079562
Bizneset	Turistë	2109.308036

Tabela 30: One-way ANOVA & SCHEFFE IT6

Në tabelën nr.30 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(934.41)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Bizneset – Turistë (2109.30). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptimin në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT6), *Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh tek bizneset në lidhje me perceptimin e tyre me variablin (IT6), të cilët pothuajse

dallojnë dukshëm në krahasim me perceptimet e Turistëve të cilët nuk pajtohen më variablin: Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës.

Grafiku 74: Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1445	3.782722513	1.335868684
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	553	3.45625	1.683608491
Turistë	378	635	1.67989418	0.600178238

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	1062.670991	3	354.2236638	335.8836017	0.000	2.614263
Within Groups	1002.926914	951	1.054602434			
Total	2065.597906	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

Scheffe F'(Ilog)

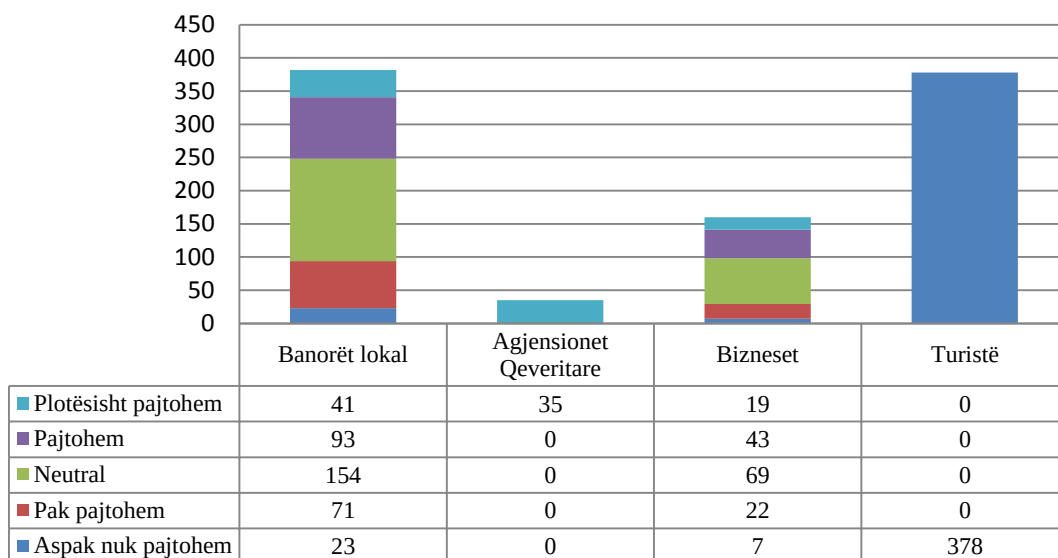
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	45.04906308
Banorët lokalë	Bizneset	11.39694715
Banorët lokalë	Turistë	796.636941
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	64.89609843
Agjensionet Qeveritare	Turistë	334.8303951
Bizneset	Turistë	336.3571501

Tabela 31: One-way ANOVA & SCHEFFE IT7

Në tabelën nr.31 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(335.88)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë – Turistë (796.63). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptimin tek të gjitha grupet e interesit, tek variabli (IT7), *Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik*.

Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh në opinionet e banorëve në lidhje me perceptimin e tyre me variablin (IT7), të cilët pothuajse dallojnë dukshëm në krahasim me perceptimet e Turistëve të cilët nuk pajtohen me variablin: *Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik*.

Grafiku 75: Turizmi rrit krimin/ plaçkitjet / vandalizëmin



One-way ANOVA

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1204	3.151832461	1.079248602
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	525	3.28125	0.983294025
Turistë	378	378	1	0

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	1317.557821	3	439.1859402	735.9264423	0.000	2.614263
Within Groups	567.5374673	951	0.596779671			
Total	1885.095288	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

Scheffe F'(llog)

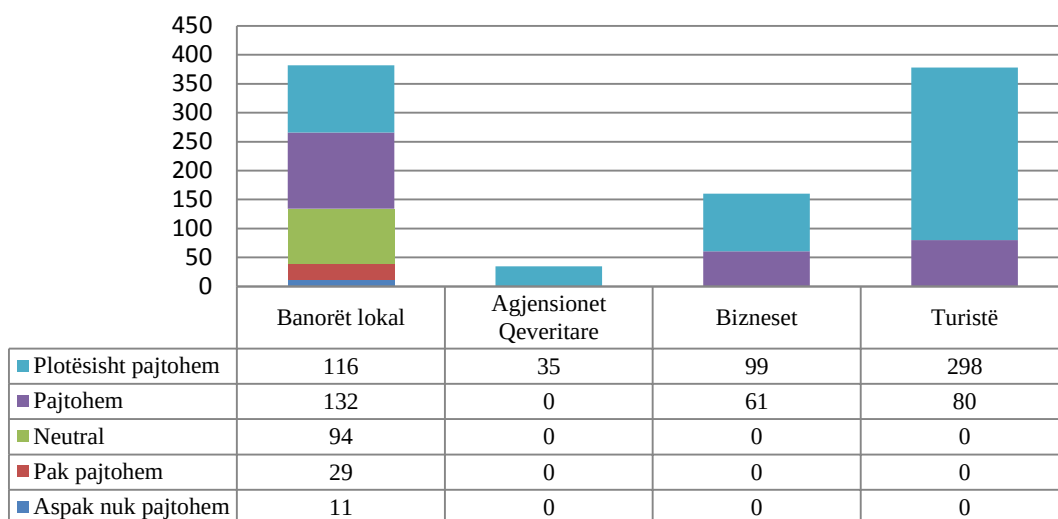
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	183.5118054
Banorët lokalë	Bizneset	3.164873195
Banorët lokalë	Turistë	1474.159444
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	142.1558764
Agjensionet Qeveritare	Turistë	858.8469039
Bizneset	Turistë	980.3050719

Tabela 32: One-way ANOVA & SCHEFFE IT8

Në tabelën nr.32 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(735.9264423)$ dhe $p\text{-value}$ (.000) atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë – Turistë (1474.159444). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptim në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT8), *Turizmi rrit krimin/ plaçkitjet / vandalizëmin*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm theksohet dallim më i madh në

opinionet e banorëve në lidhje me perceptimin e tyre me variablin (IT8), të cilët pothuajse dallojnë dukshëm në krahasim me perceptimet e Turistëve të cilët nuk pajtohen me variablin: Turizmi rrit krimin/ plaçkitjet / vandalizëmin .

Grafiku 76: Turizmi përmirëson cilësinë e jetës



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1459	3.819371728	1.082773358
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	739	4.61875	0.237382075
Turistë	378	1810	4.788359788	0.167291202

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	205.6728072	3	68.55760242	127.0057149	0.000	2.614263
Within Groups	513.3491823	951	0.53979935			
Total	719.0219895	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

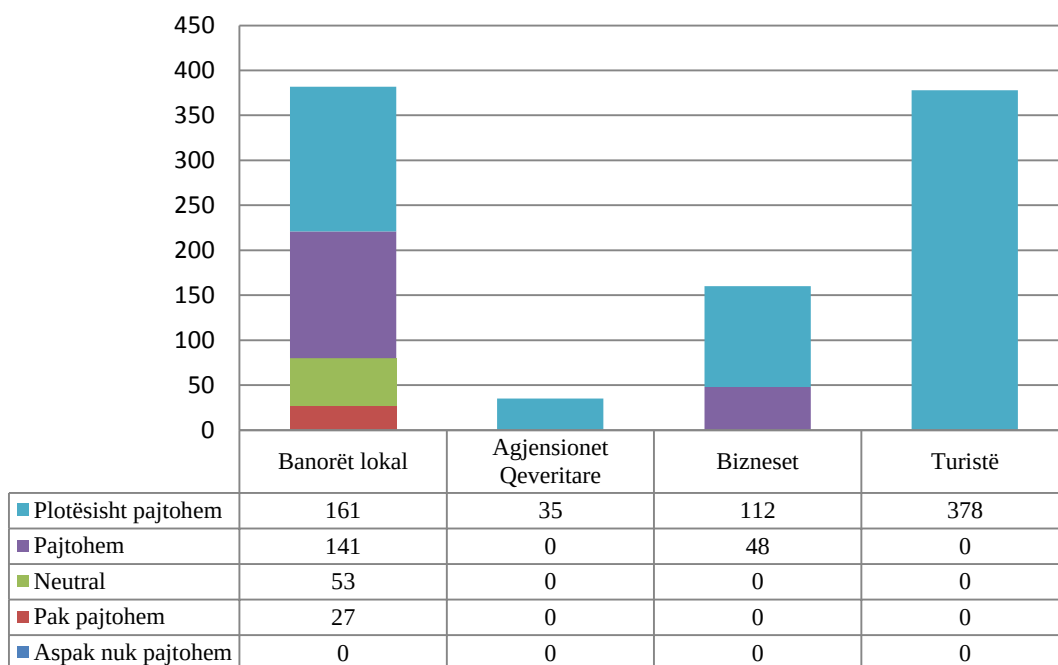
Scheffe F'(Ilog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	82.79218657
Banorët lokalë	Bizneset	133.4923507
Banorët lokalë	Turistë	330.4806717
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	7.732870954
Agjensionet Qeveritare	Turistë	2.658115263
Bizneset	Turistë	5.990995228

Tabela 33: One-way ANOVA & SCHEFFE IT9

Në tabelën nr.33 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(127.00)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve ekzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (82.79), Banorët lokalë – Bizneset (133.49), Banorët lokalë – Turistë (330.48). Nga kjo shohim se ekzistojnë dallime në perceptim në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT9), *Turizmi përmirëson cilësinë e jetës*. Perceptimet e Banorëve lokalë kanë qëndrime të ndryshme duke u mbështetur tek variabli i mësipërm dhe perceptimet e tyre dallojnë nga Agjensionet Qeveritare, Bizneset dhe Turistët.

Grafiku 77: Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese



**One-way ANOVA
SUMMARY**

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1582	4.141361257	0.825108903
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	752	4.7	0.211320755
Turistë	378	1890	5	0

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	147.9958115	3	49.33193717	134.8252585	0.000	2.614263
Within Groups	347.9664921	951	0.365895365			
Total	495.9623037	954				

**Scheffe F'(krit) = 7.842789
SCHEFFE**

Scheffe F'(llog)

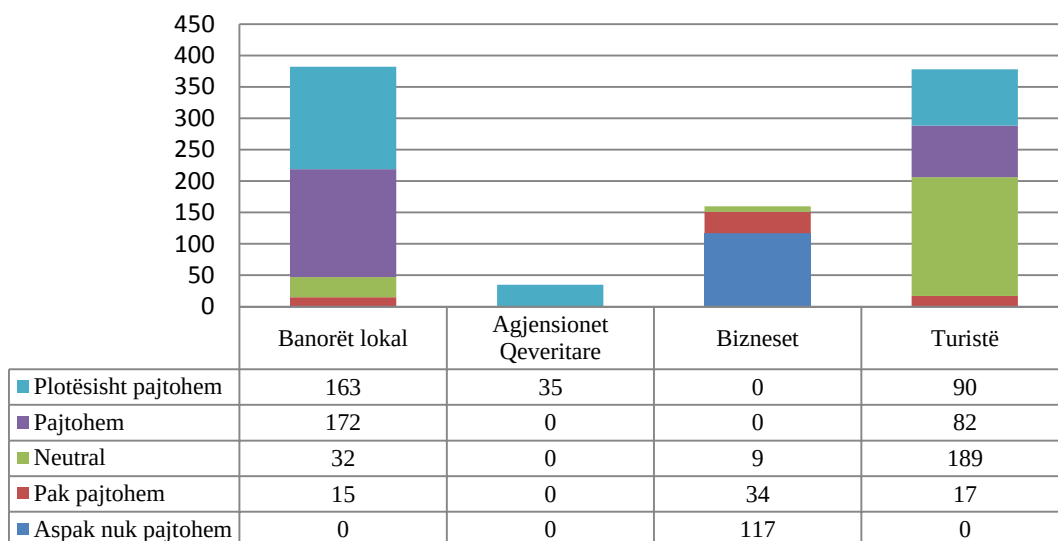
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	64.6039996
Banorët lokalë	Bizneset	96.18099272
Banorët lokalë	Turistë	382.8297008
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	7.063810126
Agjensionet Qeveritare	Turistë	0
Bizneset	Turistë	27.65127161

Tabela 34: One-way ANOVA & SCHEFFE IT10

Në tabelën nr.34 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(134.82)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Agjensionet Qeveritare (64.60), Banorët lokalë – Bizneset (96.18), Banorët lokalë – Turistë (382.82). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptim në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT10), *Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese*. Perceptimet e Banorëve lokalë kanë qëndrime të ndryshme

duke u mbështet tek variabli i mësipërm dhe perceptimet e tyre dallojnë nga Agjensionet Qeveritare, Bizneset dhe Turistët.

Grafiku 78: Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1629	4.264397906	0.599201605
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	212	1.325	0.333962264
Turistë	378	1379	3.648148148	0.796296296

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	1064.264359	3	354.7547864	580.0757962	0.000	2.614263
Within Groups	581.5995152	951	0.611566262			
Total	1645.863874	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

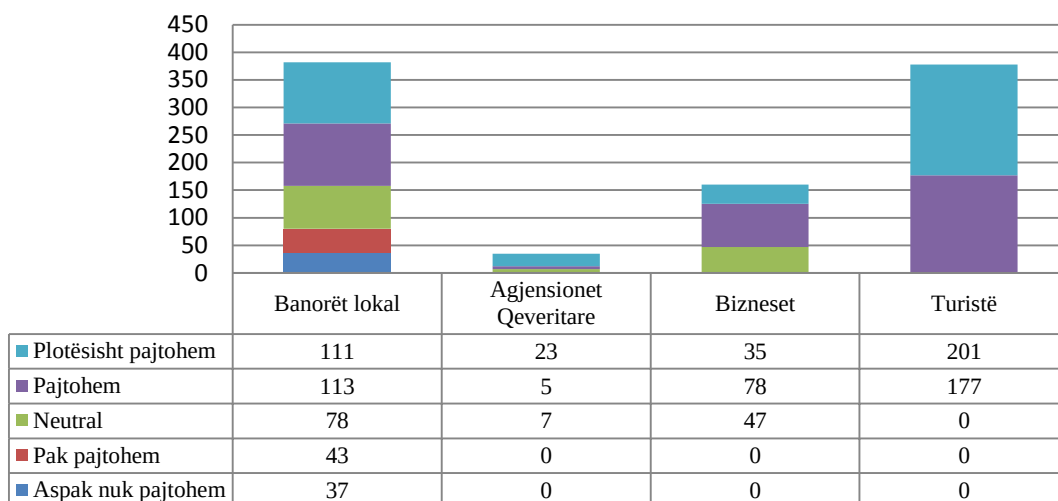
Scheffe F'(llog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	28.36858978
Banorët lokalë	Bizneset	1593.152322
Banorët lokalë	Turistë	117.9808646
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	634.1975845
Agjensionet Qeveritare	Turistë	95.72480145
Bizneset	Turistë	992.0642497

Tabela 35: One-way ANOVA & SCHEFFE IT11

Në tabelën nr.35 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(580.07)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve ekzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Bizneset (1593.15). Nga kjo shohim se ekzistojnë dallime në perceptimin në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT11), *Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm ekzistojnë dallime më të theksuara në perceptimet e Banorëve lokalë të cilët pajtohen plotësisht për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë, ndërsa perceptimet e bizneseve dallojnë nga ato të banorëve të cilët aspak nuk pajtohen.

Grafiku 79: Turizëmi ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit



One-way ANOVA

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1364	3.570680628	1.63672342
Agjensionet Qeveritare	35	156	4.457142857	0.667226891
Bizneset	160	628	3.925	0.510062893
Turistë	378	1713	4.531746032	0.249652646

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	183.7434056	3	61.24780188	70.90312344	0.000	2.614263
Within Groups	821.4963849	951	0.863823749			
Total	1005.239791	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

Scheffe F'(llog)

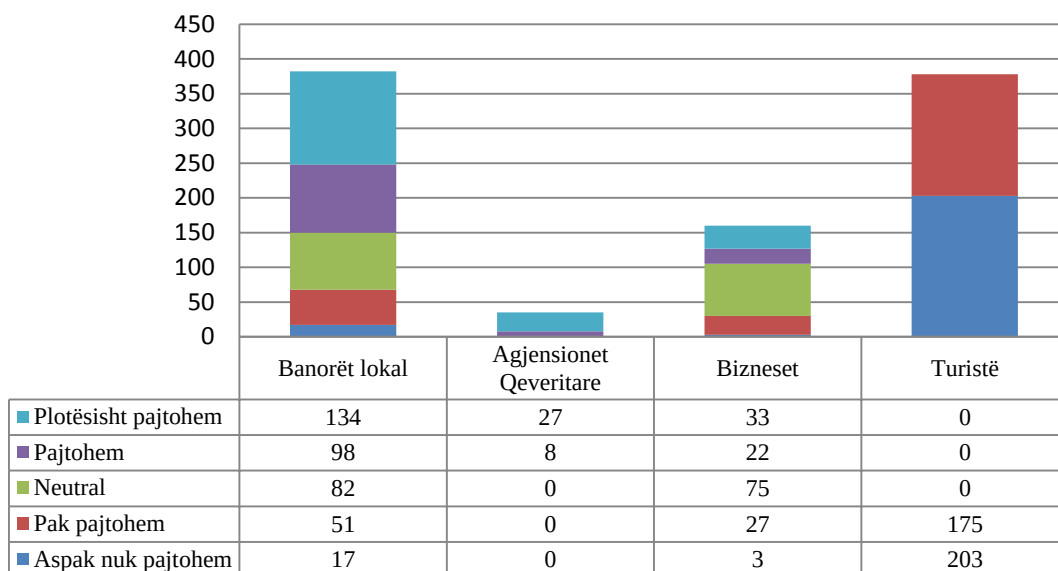
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	29.16692761
Banorët lokalë	Bizneset	16.38885881
Banorët lokalë	Turistë	203.1525688
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	9.414228823
Agjensionet Qeveritare	Turistë	0.206395046
Bizneset	Turistë	47.90912691

Tabela 36: One-way ANOVA & SCHEFFE IT12

Në tabelën nr.36 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(70.90)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Turistë (203.15). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptimin në mes të gjitha grupeve të interesit, tek variabli (IT12), *Turizëmi ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit*. Duke u mbështet tek variabli i mësipërm (IT12), perceptimet e Banorëve

lokalë janë të ndryshme dhe dallojnë nga Turistët të cilët plotësisht pajtohen më pytjen se turizmi ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit.

Grafiku 80: Turizmi sjellë ndotjen e mjedisit



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1427	3.735602094	1.433847274
Agjensionet Qeveritare	35	167	4.771428571	0.181512605
Bizneset	160	535	3.34375	1.094929245
Turistë	378	553	1.462962963	0.249287749

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	1193.390513	3	397.7968376	461.0423051	0.000	2.614263
Within Groups	820.5424716	951	0.862820685			
Total	2013.932984	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

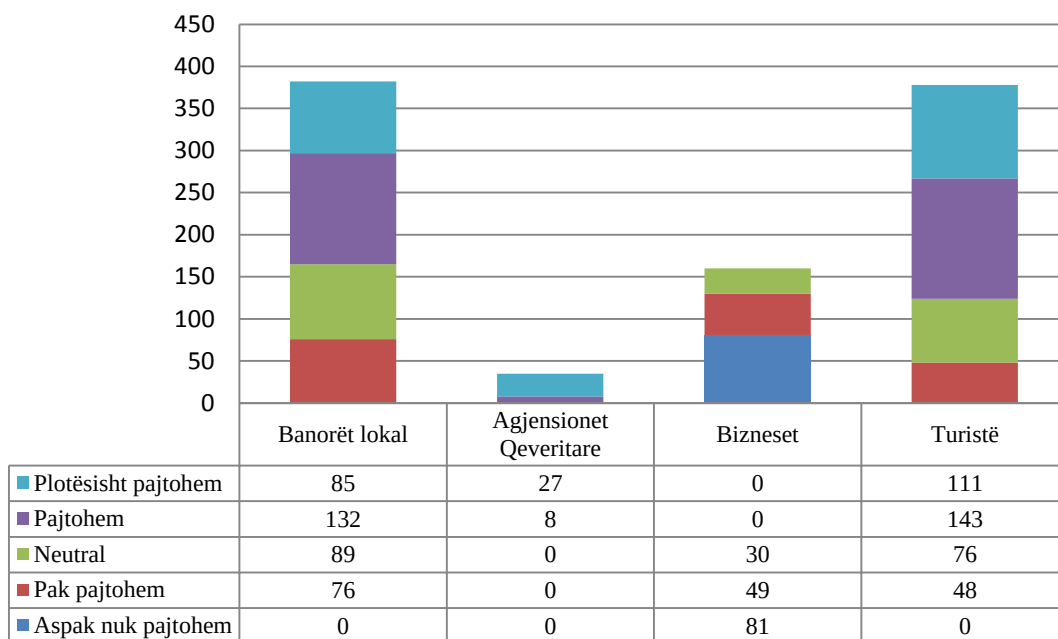
Scheffe F'(Ilog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	39.87023726
Banorët lokalë	Bizneset	20.06817387
Banorët lokalë	Turistë	1137.318184
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	67.84123565
Agjensionet Qeveritare	Turistë	406.3895139
Bizneset	Turistë	460.8803629

Tabela 37: One-way ANOVA & SCHEFFE IT13

Në tabelën nr.37 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(461.04)$ dhe p-value (.000) atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Turistë (1137.31). Nga kjo shohim se egzistojnë dallime në perceptim tek të gjitha grupet e interesit tek variabli (IT13), *Turizmi sjellë ndotjen e mjedisit*. Dallimet më të theksuara dhe më evidente janë tek perceptimet e Banorëve lokalë të cilët pajtohen plotësisht duke u mbështetur tek variabli i mësipërm në krahasim me Turistët të cilët aspak nuk pajtohen.

Grafiku 81: Bizneset shërbyese turistike hudhin tonelata mbeturina gjatë sezonit turistik



One-way ANOVA

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokalë	382	1372	3.591623037	1.087383711
Agjensionet Qeveritare	35	167	4.771428571	0.181512605
Bizneset	160	269	1.68125	0.595872642
Turistë	378	1451	3.838624339	0.979193859

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	625.0847577	3	208.3615859	224.0613207	0.000	2.614263
Within Groups	884.3644569	951	0.92993108			
Total	1509.449215	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

Scheffe F'(llog)

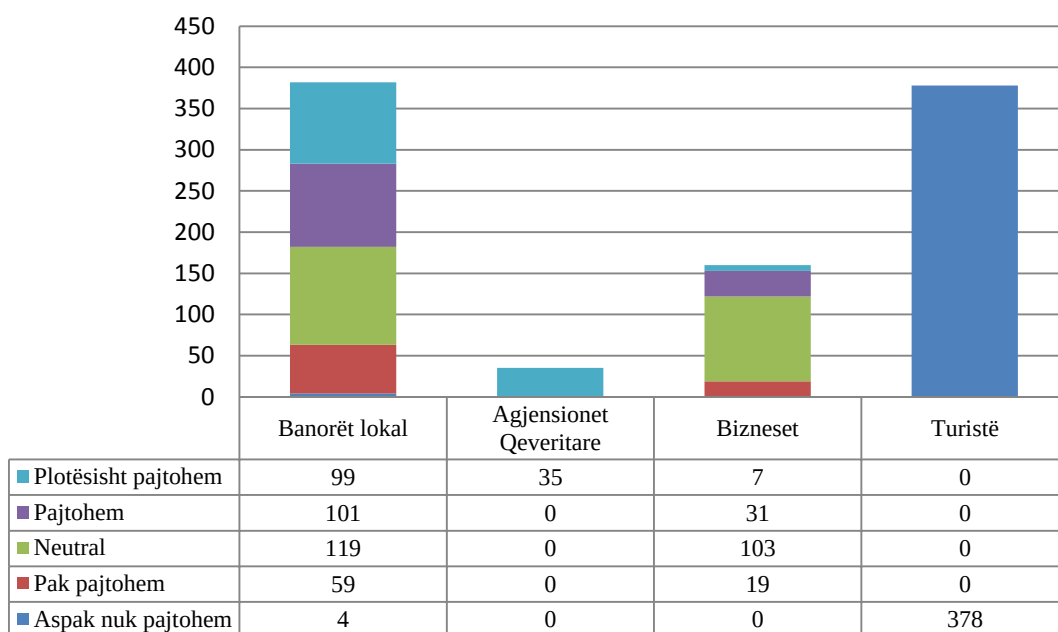
Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	47.99162417
Banorët lokalë	Bizneset	442.5574497
Banorët lokalë	Turistë	12.46491418
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	294.8966276
Agjensionet Qeveritare	Turistë	29.97367859
Bizneset	Turistë	562.6389077

Tabela 38: One-way ANOVA & SCHEFFE IT14

Në tabelën nr.38 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(224.06)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Bizneset - Turistë (562.63). Nga kjo shohim se tek variabli (IT14), “ *Bizneset shërbyese turistike hudhin tonelata mbeturina gjatë sezonit turistik*”. Egzistojnë dallime në perceptimet e tyre në lidhje me variablin (IT14) në mes të gjitha grupeve, mirëpo dallimi më i theksuar është

tek Bizneset të cilët kanë perceptime të ndryshme dhe nuk pajtohen duke u mbështetur tek variabli i mësipërm në krahasim me Turistët.

Grafiku 82: Turizmi dëmton pejsazhin dhe mjedisin natyror



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1378	3.607329843	1.131494689
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	506	3.1625	0.463993711
Turistë	378	378	1	0

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	1605.309817	3	535.1032723	1007.940064	0.000	2.614263
Within Groups	504.8744764	951	0.530887988			
Total	2110.184293	954				

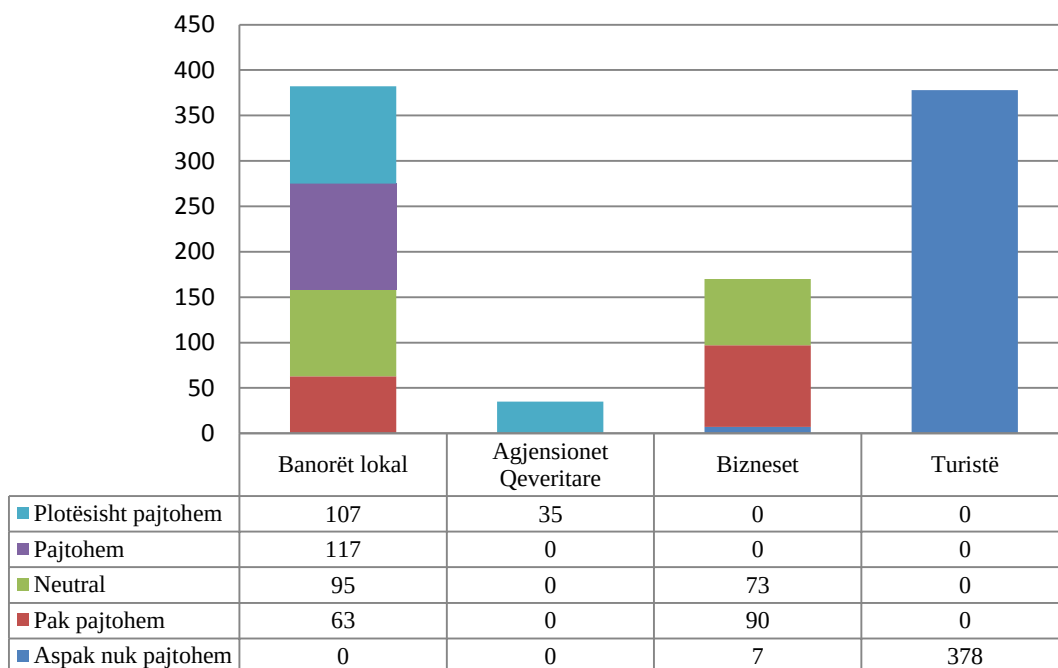
Scheffe

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	117.1356231
Banorët lokalë	Bizneset	42.03092922
Banorët lokalë	Turistë	2432.935652
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	182.6439169
Agjensionet Qeveritare	Turistë	965.4435297
Bizneset	Turistë	990.2362945

Tabela 39: One-way ANOVA & SCHEFFE IT15

Në tabelën nr.39 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(1007.94)$ dhe p-value (.000) atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marr rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(llog)$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(llog) > F'(krit)$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Turistë (2432.93). Nga kjo shohim se tek variabli (IT15),” *Turizmi dëmton pejsazhin dhe mjedisin natyror*”, egzistojnë dallime në perceptim në mes të gjitha grupeve të interesit. Këto dallime janë më evidente tek banorët lokalë të cilët plotësisht pajtohen duke u mbështetur tek variabli i mësipërm (IT15) ndërsa Turistët aspak nuk pajtohen.

Grafiku 83: Turizmi shkatërron ekosistemin lokal



One-way ANOVA

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Banorët lokal	382	1414	3.701570681	1.102307238
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	386	2.4125	0.331918239
Turistë	378	378	1	0

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	1620.749607	3	540.2498691	1086.775708	0.000	2.614263
Within Groups	472.7540576	951	0.497112574			
Total	2093.503665	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

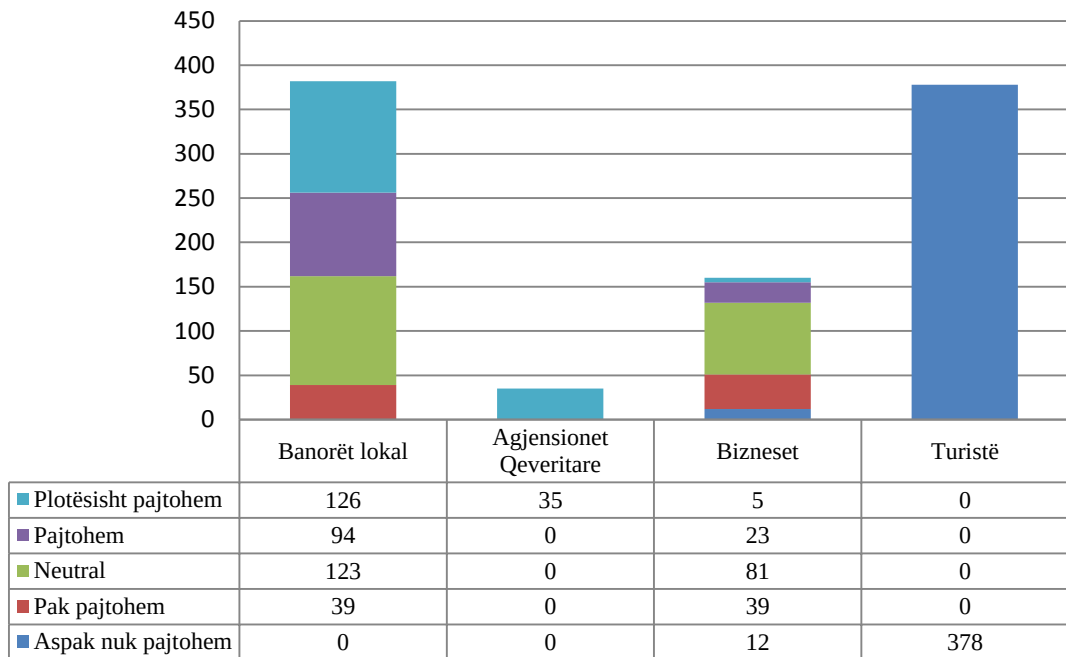
Scheffe F'(llog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	108.7369711
Banorët lokalë	Bizneset	376.9491534
Banorët lokalë	Turistë	2789.455844
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	386.7758814
Agjensionet Qeveritare	Turistë	1031.038843
Bizneset	Turistë	451.181903

Tabela 40: One-way ANOVA & SCHEFFE IT16

Në tabelën nr.40 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(1086.77)$ dhe $p\text{-value} (.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marrë rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Turistë (2789.45). Nga kjo shohim se tek variabli (IT16), *Turizmi shkatërron ekosistemin lokal*, egzistojnë dallime në perceptim në mes të gjitha grupeve të interesit .Ku dallimet më të theksuara vërehen tek perceptimet e Banorëve lokalë të cilët pajtohen dhe perceptimet e tyre dallojnë nga Turistët të cilët aspak nuk pajtohen duke u mbështet tek variabli i mësipërm .

Grafiku 84: Turizmi prodhon efekte afatëgjata negative në mjedis



One-way ANOVA

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Banorët lokalë	382	1453	3.803664921	1.024343488
Agjensionet Qeveritare	35	175	5	0
Bizneset	160	450	2.8125	0.782232704
Turistë	378	378	1	0

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	1729.18678	3	576.3955934	1065.097345	0.000	2.614263
Within Groups	514.6498691	951	0.541167055			
Total	2243.836649	954				

Scheffe F'(krit) = 7.842789

SCHEFFE

Scheffe F'(Ilog)

Banorët lokalë	Agjensionet Qeveritare	84.79488917
Banorët lokalë	Bizneset	204.7125915
Banorët lokalë	Turistë	2759.703578
Agjensionet Qeveritare	Bizneset	253.9324421
Agjensionet Qeveritare	Turistë	947.1056457
Bizneset	Turistë	682.4238359

Tabela 41: One-way ANOVA & SCHEFFE IT17

Në tabelën nr.41 duke u bazuar në testin one-way ANOVA shohim se na është refuzuar H_0 (të gjitha mesataret e grupeve janë të barabarta) ku $F(1065.09)$ dhe $p\text{-value}(.000)$ atëherë marrim për bazë H_a (të paktën mesataret e dy grupeve dallojnë në mes veti). Për të vërejtur dallimin në mes të cilave grupeve egzistojnë dallime është përdorur Scheffe test, ku është bërë krahasimi ndërmjet katër grupeve dhe kemi marrë rezultatet siç shihet në tabelën e më sipërme nga ku është llogaritur $F'(\text{llog})$. Nga llogaritjet vërejmë se kemi diferencë signifikante [$F'(\text{llog}) > F'(\text{krit})$] në mes të grupeve, Banorët lokalë - Turistë (2759.70). Nga kjo shohim se tek variabli (IT17), *Turizmi prodhon efekte afatëgjata negative në mjedis*, egzistojnë dallime në perceptimet e të gjitha grupeve të interesit në lidhje me variablin e mësipërm, mirëpo dallimet më të theksuara janë në mes të grupeve tek Banorët lokalë të cilët pajtohen duke u mbështetur tek variabli (IT17), dhe Turistëve të cilët aspak nuk pajtohen.

VARIABLAT	Banorët lokal (n=382)	Agjensionet Qeveritare (n=35)	Bizneset (n=160)	Turistë (n=378)	F	p-value	Scheffe
EKONOMIKE							
IT1	3.32	4.89	3.79	4.58	114.71	.000	BL > T
IT2	3.56	5.00	2.76	1.74	238.29	.000	BL > T
IT3	3.84	5.00	3.74	4.63	71.10	.000	BL > T
IT4	3.18	5.00	4.59	4.51	206.28	.000	BL > AQ, B, T
IT5	4.21	5.00	4.64	4.68	32.88	.000	BL > AQ, B, T
IT6	3.41	5.00	4.73	1.28	934.41	.000	B > T
SOCIALE							
IT7	3.78	5.00	3.46	1.68	335.88	.000	BL > T
IT8	3.15	5.00	3.28	1.00	735.93	.000	BL > T
IT9	3.82	5.00	4.62	4.79	127.01	.000	BL > AQ, B, T
IT10	4.14	5.00	4.70	5.00	134.83	.000	BL > AQ, B, T
IT11	4.26	5.00	1.33	3.65	580.08	.000	BL > B
AMBIENTALE							
IT12	3.57	4.46	3.93	4.53	70.90	.000	BL > T
IT13	3.74	4.77	3.34	1.46	461.04	.000	BL > T
IT14	3.59	4.77	1.68	3.84	224.06	.000	B > T
IT15	3.61	5.00	3.16	1.00	1007.94	.000	BL > T
IT16	3.70	5.00	2.41	1.00	1086.78	.000	BL > T
IT17	3.80	5.00	2.81	1.00	1065.10	.000	BL > T

Tabela 42: Përmbledhja e rezultateve për hipotezën H2

Në bazë të hulumtimit dhe analizimit, nëse ekzistojnë dallime në perceptimin e impakteve (ekonomike, sociale dhe mjedisore) të turizmit tek katër grupe të interesit:

Operatorët ekonomik të turizmit, agjensitë qeveritare, komunitetit lokal dhe turistët

Nga gjetjet, siç tregohet në tabelat e mësipërme, në bazë të SHEFFE testit tregojnë se tek të gjitha grupet e interesit ekzistojnë dallime në perceptimin e impakteve të turizmit në Kosovë në mes të grupeve të interesit për variablat (IT) : IT1 (*Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme*), IT2 (*Turizmi rrit koston e jetesës*), IT3 (*Turizmi rrit mundësitë e punësimit*), IT7 (*Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik*), IT8 (*Turizmi rrit krimet / plaçkitjet / vandalizëm*), IT12 (*Turizëm ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit*), IT13 (*Turizmi sjell ndotjen e mjedisit*), IT15 (*Turizmi dëmton*

pejsazhin dhe mjedisin natyror), IT16 (Turizmi shkatërron ekosistemin lokal), IT17 (Turizmi prodhon efekte afatgjata negative në mjedis), tek të dhjetë variablat e mësipërme shohim se egzistojnë dallime në perceptimin e impakteve të turizmit ndërmjet grupeve të interesit e këto dallime më tepër vërehen në mes të banorëve lokalë dhe turistëve. Në variablat IT4(Turizmi kontribuon në ngritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës), IT5(Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit), IT9(Turizmi përmirëson cilësinë e jetës), IT10(Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese) vërejmë dallimet në perceptimin e impakteve të turizmit, ku banorët lokalë dallojnë nga agjensionet qeveritare, bizneset dhe turistët. Në variablat IT6(Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës) dhe IT14(Bizneset shërbyse turistike hudhin tonelata mbeturina gjatë sezonit turistik) vërejmë dallime në mes të grupeve të interesit ku bizneset dallojnë nga turistët rreth perceptimit të impakteve të turizmit. Në variablin IT11(Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë) egzistojnë dallime në mes të grupeve të interesit ku banorët lokal dallojnë nga bizneset rreth perceptimit të impakteve të turizmit.

Pas mbledhjes dhe përpunimit të të dhënave tek katër grupet e interesit: Operatorët ekonomik të turizmit, agjensitë qeveritare, komunitetit lokal dhe turistët sipas autorit (Byrd, 2009) i cili në studimet e tija i mori në hulumtim të katër grupet e interesit dhe ka vrejtur se ka dallime sa i përket grupeve .Atëherë, në bazë të shtatëmbëdhjetë variablave (IT), të cilat kanë të bëjnë me impaktet e turizmit duke u mbështetur tek autorët (D.-W. Ko, W.P. Stewart, 2002), (ekonomike,sociale,ambientale) qoftë negative ashtu edhe pozitive dhe përgjigjeve të të anketuarëve siç është vërtetuar në tabelat e mësipërme shohim se ka dallime në perceptimet e impakteve të turizmit ndërmjet grupeve të

interesit. Në bazë të kësaj kemi aritur t'i japim përgjigje pytjes kërkimore dhe vërtetimit të hipotezës së dytë H2.

Pyja kërkimore 2

A ekzistojnë dallime në perceptime në mes grupeve të interesit rreth impakteve të turizmit?

Hipoteza H2

Perceptimet e grupeve të interesit rreth impakteve të turizmit dallojnë nga njëra tjetra.

Konkluzione

Ky hulumtimi ka identifikuar një numër të madh të çështjeve të rëndësishme të planifikimit dhe të menaxhimit, të cilat duhet të adresohen në mënyrë të veçantë për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm dhe zhvillimin e strategjisë në destinacionet turistike në Kosovë. Këto çështje janë diskutuar në pikat e mëposhtme:

1. Një nga përfshirjet më të rëndësishme nga gjetjet në hulumtim është nevoja që të identifikohet një vizion i përbashkët i aktorëve për zhvillimin e turizmit në Kosovë. Pas vlerësimit të rezultateve të hulumtimit është bërë e qartë se në mënyrë që të zhvillohet turizmi i qëndrueshëm në Kosovë, është e nevojshme që të gjitha palët e interesuara të kenë një qëllim të qartë dhe një vizion për zhvillimin e turizmit dhe krijimin e një strategjie të zhvillimi të turizmit. Pra është e nevojshme që të ketë një proces në të cilin do të merrnin pjesë përveç agjensive qeveritare, lokale dhe organizatat joqeveritare të marrin pjesë të gjitha palët e interesuara për të identifikuar vlerat e përbashkëta për destinacionet turistike. Palët e interesuara duhet të vendosin dhe të shprehen qartë se çfarë është e rëndësishme për ta në këtë proces dhe si ata dëshirojnë që të zhvillohen këto destinacione dhe zona turistike në të ardhmen. Pjesëmarrja e palëve të interesuara do të jetë një pjesë e rëndësishme e procesit, i cili do të ndikojë në ndryshimin e proceseve ku do të pasurohet më ide, si rrjedhojë do të identifikohet një vizion i përbashkët, që të filloi një proces i planifikimit të turizmit.

2. Të kuptuarit e vlerave të ndryshme të palëve të interesuara dhe vlerat të cilat janë të përbashkëta për ta. Palët e interesuara nëpër destinacione turistike është me rëndësi të madhe të arrijnë rezultate të qëndrueshme në zhvillimin e turizmit. Autoritetet e ndryshme qeveritare, të cilat aktualisht kanë ndikim mbi këto procese duhet të përfshijnë vlerat e identifikuara në çdo proces të planifikimit që ndërmerren në këtë

drejtim. Aktorët e turizmit duhet të kuptojnë vlerat më të gjera reciproke që i shoqërojnë në këtë proces. Duhet të njihen vlerat e komunitetit apo banorëve lokalë të rajoneve, të organizatave joqeveritare, qeveritare dhe të operatorëve turistikë dhe të turistëve. Secili prej këtyre grupeve ka potencialin për të ndikuar në zhvillimin e turizmit në këto rajone të Kosovës dhe prandaj këto potenciale do të ndikojnë në rezultatet e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm. Si bazë janë perceptimet e tyre rreth impakteve të turizmit dhe mënyrat në të cilat turizmi duhet të jetë i zhvilluar në mënyrë të qëndrueshme në Kosovë. Përveç kësaj, duke identifikuar perceptimet dhe qëndrimet e katër grupeve të interesit në drejtim të zhvillimit të turizmit duhet të merren parasysh qëndrimet e tyre, të cilat participojnë në planifikimin e turizmit gjë që ndimon në hapat e mëtejshme në krijimin e një strategjie të mirëfillt për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë dhe në menaxhimin e tij, e cila është më se e nevojshme dhe e domosdoshme për të siguruar një kuadër të mirë të njohësve të çështjeve turistike që do të mund të punojnë së bashku në mënyrë të suksesshme. Marrja në konsideratë e palëve tjera të interesuara në ndonjë aktivitetet turistik ose në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm do të ndihmojë dhe garantojnë që nevojat dhe vlerat e aktorëve tjerë do të jenë më të qëndrueshme.

3. Zonat me rëndësi të veçantë turistike të Kosovës siç janë parku kombëtar “Sharr” dhe “Bjeshkët e Nemuna” janë burime natyrore, të cilat në mënyrë të drejtpërdrejtë shfrytëzohen apo kanë ndikim nga komuniteti, turistët për aktivitete turistike, të cilët edhe ndikojnë në ndryshimet e llojeve të ndryshme që po ndodhin në ato rajone. Për zhvillimin e sukseshëm të turizmit të qëndrueshëm në këto destinacione është e domosdoshme një qasje e mirëfilltë e menaxhimit të proceseve të planifikimit. Aktualisht ekzistojnë hamendje në mesin e palëve të interesuara se kush është përgjegjës për menaxhimin e destinacioneve. Aktorët qeveritarë janë të mendimit se

kanë bashkëveprim me agjensitë lokale dhe komunitetin për menaxhimin e këtyre burimeve natyrore, por besohet se komunikimi dhe kontributi më i madh do të ishte nëse do të punohet më shumë në këtë drejtim. Është e rëndësishë së veçantë që të identifikohen aktorët kryesorë dhe të vërtetohet nëse ata me të vërtetë përfaqësojnë interesat e secilit grup.

4. Aktualisht agjensitë qeveritare nuk janë përgjegjëse dhe nuk veprojnë në drejtim të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në këto rajone dhe për këtë arsye nuk ka përgjegjësi për planifikimin ose monitorimin në zhvillimin e turizmit. Shumica e palëve të interesuara pranojnë se konfliktet janë gjithnjë e më të dukshme në mes të aktiviteteve turistike dhe aktorëve të tjerë, por asnjë agjenci qeveritare nuk merr përgjegjësinë apo hapa konkret për menjanimin e këtyre problemeve.

Konflikte mund të ketë midis agjensive qeveritare, komunitetit, bizneseve dhe turistëve, të cilët kanë qëndrime të ndryshme lidhur me mënyrën e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në Kosovë si dhe perceptimeve të impakteve të turizmit.

Lidhur ngushtë me pikën e mësipërme, një implikim i rëndësishëm i këtij hulumtimi është nevoja për planifikimin e turizmit. Nëse planifikimi i turizmit nuk është kryer nga agjensi turistike qeveritare apo ndonjë agjensi tjetër, pyetja është nëse zhvillimi i gjithanshëm i turizmit të qëndrueshëm në fakt a është i mundur?

5. Strukturat qeverisëse duhet të marrin vendim se në cilin drejtim do të shkojë bashkëpunimi në proceset e vendimmarrjes dhe si mund të ndodh planifikimi në turizëm në këto destinacione. Në mënyrë të veçantë grupet e interesit të turizmit duhet të jenë të angazhuar në mënyrë aktive në proces të vendimmarrjes për të siguruar që rezultatet e turizmit të qëndrueshëm janë arritur. Është e nevojshme që të gjendet një qasje e përshtatshme për të arritur bashkëpunimin efektiv në mes të palëve të interesuara.

Rekomandime

Ky hulumtim ka për qëllim studimin e praktikave aktuale për krijimin e strategjisë për një turizëm të qëndrueshëm në Kosovë. Ai përcakton shkallën në të cilën zbatohen planet dhe strategjitë për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit në Kosovë si dhe shkallën e bashkëpunimit të palëve të interesuara si operatorët e turizmit, turistët, agjensitë qeveritare, jo qeveritare dhe lokale si dhe banorët në këtë proces dhe si janë qëndrimet e tyre lidhur me turizmin e qëndrueshëm dhe perceptimin e impakteve të turizmit në mes të këtyre grupeve të interesit në Kosovë.

Rekomandimet drejtuar bizneseve hoteliere

- Edhe pse në vendin tonë pjesëmarrja e femrave në menaxhimin apo drejtimin e bizneseve hoteliere është e vogël, kjo pjesëmarrje e gjinisë femërore duhet të rritet sa më shumë në vitet në vijim në procesin e menaxhimit.
- Konkurrenca në treg, mungesa përvojës janë faktorë të rëndësishëm për të ardhur deri tek vendimet e pronarëve për themelimin dhe drejtimin e biznesit në sektorin e hotelerisë. Dihet se eksperiencia e kaluar dhe vitet e operimit në këtë sektor kanë një ndikim pozitiv në menaxhimin e biznesit hotelier. Themeluesit e bizneseve duhen të punësojnë menaxherë, të cilët kanë më shumë eksperiencë në menaxhimin e biznesit hotelier.
- Numri i të punësuarve është më rëndësi të madhe, sepse bizneset hoteliere duhen të punësojnë staf, i cili ka një eksperiencë pune në fushën e turizmit dhe të hotelerisë.

- Struktura gjinore e punonjësve në bizneset hoteliere është element i rëndësishëm edhe pse në Kosovë numrin më të madh të punonjësve e përbëjnë gjinia mashkullore, ndërsa numri i punonjësve të gjinisë femërore është në një masë më të vogël. Drejtuesit e bizneseve hoteliere duhen të ndërgjegjësohen, që t`ju ofrojnë kushtet që edhe gjinia femërore të përfshihet në këtë proces.
- Niveli i kualifikimit të stafit, ka rëndësi të madhe e sidomos në kualifikim profesional, i cili është mëse i domosdoshëm në sektorin e hotelerisë. Themeluesit ose menaxherët duhet të marrin iniciativë dhe të investojnë në kuadro të reja, të cilët do të aftësohen me shkollim adekuat në fushën e turizmit dhe të hotelerisë.
- Lloji i vizitorëve, mund të jetë një përcaktues i rëndësishëm i rritjes dhe zhvillimit të bizneseve hoteliere, ku menaxheret duhet të krijojnë oferta të reja dhe më cilësore, në mënyrë që të ketë kërkesa më të mëdha të vizitorëve, qoftë vendorë apo ndërkombëtarë.
- Fluksi i vizitorëve ka rëndësi të madhe gjatë anketës me bizneset hoteliere, të cilët kanë deklaruar që fluks më të madh të vizitorëve ka gjatë stinës së verës. Mirëpo duke pasur parasysh që Kosova disponon resurse natyrore malore, atëherë menaxherët duhen t`ju ofrojnë mundësi më të mira për akomodim të turistëve edhe në stinën e dimrit.
- Bizneset hoteliere duhet të kujdesen për mjedisin, mos ta ndotin atë, sepse mjedis i pastër sjell edhe fluks më të madh të vizitorëve.

Rekomandimet drejtuar agjensione qeveritare, jo qeveritare dhe lokale

- Nga përgjigjet e marra nga të anketuarit ata deklaruan se turizmi tani është një industri e rëndësishme me impakt pozitiv, mirëpo agjensitë qeveritare, jo qeveritare dhe lokale duhet të punojnë më shumë në këtë fushë, sepse Kosova ka prioritet për zhvillim më të madh të kësaj industrie.
- Agjensitë qeveritare dhe lokale duhet të kenë koordinim më të mirë në mes përgjegjësve të turizmit brenda hapësirës ku punojnë.
- Agjensitë qeveritare dhe lokale duhen t'i paralajmërojnë banorët lokalë të zonave turistike rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat turistike.
- Agjensitë qeveritare dhe lokale duhen t'i përkrahin bizneset familjare dhe duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja.
- Agjensitë qeveritare dhe lokale i japin prioritet zhvillimit të turizmit malor, por ata duhet të hartojnë plane dhe politika që t'i zhvillojnë dhe format e tjera të turizmit në Kosovë.
- Agjensitë qeveritare dhe lokale si attribute kyçe të turizmit i konsiderojnë Parqet Kombëtare. Përveç faktit që Kosova disponon dy Parqe Kombëtare, ato duhet të konsiderojnë si attribute edhe vlerat e trashëgimisë kulturore dhe historike.
- Agjensitë qeveritare duhen të hartojnë plane për krijimin e strategjisë për zhvillimin e turizmit, sepse mungesa e saj do të sjellë mjaft efekte negative për zhvillimin e turizmit në Kosovë.
- Agjensitë qeveritare dhe lokale duhet të zhvillojnë bashkëpunim më të madh me OJQ-të, Institucionet arsimore, Organizata të jashtme, Qendra Informative Turistike etj.
- Në qoftë se grupet e interesit kanë përceptime të njëjta për impaktet e turizmit dhe turizmin e qëndrueshëm, ata kanë mundësi ta mbështetin zhvillimin e turizmit Kosovar.
- Agjensione qeveritare dhe lokale duhet të fokusohen tek të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike, ku ato duhet të përdoren në mënyrë efikase për të zhvilluar më tej turizmin.

Rekomandimet drejtuar banorëve lokalë – komunitetit

- Banorët vendas duhet të përfshihen që në hapat e para të procesit për zhvillimin e strategjisë për turizmin në Kosovë.
- Duhet të rritet niveli i pjesëmarrjes së banorëve në procesin e planifikimit për zhvillimin e turizmit Kosovarë.
- Banorët vendas duhet të kanë njohuri për vendimet që marrin organet qeveritare dhe duhet të jenë vendimmarës në marjen e vendimeve.
- Zhvillimi i turizmit duhet të respektojë, natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale

Rekomandimet drejtuar turistëve

- Turistët është mirë ta vizitojnë Kosovën, sepse lehtë mund të arrihet .
- Gjendja klimatike është e mirë, kualiteti i akomodimit është i përshtatshëm.
- Oferta e kuzhinës lokale është mjaftë e mirë dhe cilësore më ushqim tradicional.
- Banorët janë shumë mikëpritës.
- Turistët të cilët vetëm e kanë vizituar vendin tonë duhet t’ju rekomandojnë destinacionet turistike Kosovare edhe miqve të tyre.
- Turistët duhet të jenë të informuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike.

Bibliografia

- Ahn, B. Y., Lee, B., Lee, & Shafer, C. S. (2002). Operationalizing sustainability in regional tourism planning: an application of the limits of acceptable change framework. *Tourism Management*, 23, 1-15.
- Akis, S., Peristianis, N. & Warner, J. (1996), 'Residents' attitudes to tourism development: The case of Cyprus', *Tourism Management*, vol. 17, no. 7, pp. 481-494.
- Aldrich, H. (1976), 'Resource dependence and interorganisational relations', *Administration and Society*, vol. 7, no. 4, pp. 419-454.
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000), "The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options", *Journal of Travel Research* 39, 27–36.
- Andriotis, K. (2005), "Community Groups' Perceptions of and Preferences for Tourism Development: Evidence from Crete", *Journal of Hospitality and Tourism Research* 29(1), 67–90.
- Badaruddin Mohamed. (2005). The analysis of Malaysian domestic travelers. *Proceeding of International Conference on Tourism Development*, 373-381.
- Bahaire, T. & Elliott-White, M. (1999), 'Community participation in tourism planning and development in the historic city of York, England', *Current Issues in Tourism*, vol. 2, no. 2&3, pp. 243-276.
- Baud-Bovy, M. & Lawson, F. (1971), *Tourism and Recreation Development*, The Architectural Press, London.
- Berry, S. & Ladkin, A. (1997), 'Sustainable tourism: A regional perspective', *Tourism Management*, vol. 18, no. 7, pp. 433-440.
- Bersales, J. (2005), "Contested Space: Tourism, Power and Social Relations" in *Sustainable Tourism, Challenges for the Philippines*, edited by Alampay, R., Philippines: APEC,
- Bertalanffy, L.V. (1968). General system theory-a critical review. *General Systems*, 7(1), 1-20.
- Bougoussa, H. (1996, 12-14 September). The council of Europe's activities. Paper presented at the Colloquy organised by the Council of Europe (Directorate of Environment and Local Authorities) and the Slovenian Ministry of the Environment and Physical Planning. Sustainable tourism development: Conciliation of economic, cultural, social, scientific and environmental interests., Maribor, Slovenia.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: an evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6-16.

- Brown, D. (1998). Debt-funded environmental swaps in Africa: Vehicles for tourism development? *Journal of Sustainable Tourism*, 6(1), 69-81.
- Brown, O. "In search of an appropriate form of tourism for Africa: lessons from the past and suggestions for the future" *Tourism Management*, vol.19, no. 3 (1998): 237-245;
- Buckley, R. C. (2002). Tourism ecolabels. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 183-208.
- Buder, R. (1980) The concept of a tourist area cycle of evolution, *Canadian Geographer* 24, 5-12.
- Buhalis, D. & Cooper, C. 1998, 'Competition or co-operation: The needs of small and medium sized tourism enterprises at a destination level', in E. Laws, B. Faulkner & G. Moscardo (eds), *Embracing and Managing Change in Tourism*, pp. 324-346, Routledge, London.
- Butler, R W. (1993). Tourism - an evolutionary perspective. in I.G. Nelson, R W.
- Butler, R. (1993). Tourism - an evolutionary approach. In J. G. Nelson, R. W. Butler & G. Wall (Eds.), *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Management* (pp. 27-44). Waterloo, Canada: University of Waterloo.
- Byrd, T. E., Bosley, E. H., & Dronberger, G. M. (2009), "Comparisons of Stakeholder Perceptions of Tourism Impacts in Rural Eastern North Carolina. *Tourism Management* 30, 693–703.
- C Michael Hall, Prof, Daniel Scott (Feb 11, 2015); *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*; Routledge,
- C. Michael Hall, Stefan Gössling, Professor and Head of the Centre for Tourism
- Carlsen, J. (1998). A systems approach to understanding ecologically sustainable development of tourism (ESDT). Paper presented at the Progress in Tourism and Hospitality Research 1998. Proceedings of the Eighth Australian Tourism and Hospitality Research Conference, Gold Coast, Queensland.
- Chadwick, G. (1978). *A System View Of Planning Towards A Theory Of The Urban And Regional Planning Process*. Oxford: Pergamon.
- Chadwick, R. (1994). Technical definitions of tourism. In Hall, C. M., & Page, S. J. (Eds.), *The geography of tourism and recreation. Environment, place and space* (pp. 77). London and New York: Routledge.
- Charles R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie (2006); *Tourism principles, practices, philosophies* ; Hoboken, N.J John Wiley
- Clarke, J. (2005). *Marketing Management for Tourism*. In Pender, L. & Sherpley, R. (Eds.), *The Management of Tourism* (pp. 102-118). London, California, New Delhi: Sage Publications Ltd.

- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. & Wanhill, S. (1993), *Tourism: Principles and Practices*, Pitman, London.
- Cooper, C.P. & Jackson, S. (1989). Destination life-cycle: The Isle of Man case study. *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, No. 3, pp.377-398.
- Cronin, L. (1990). A strategy for tourism and sustainable development. *World Leisure and Recreation Journal*, Fall, 12-18.
- D.Kruja & A.Hasaj (2010) Comparisons of stakeholders' perception towards the sustainable tourism development and its impacts in Shkodra Region (Albania). *Turizam* .Volume 14, Issue 1 , Pg 1-12 (2010).
- Dincer, F. I. and Ertugral, S. M. (2003) Economic Impact of Heritage Tourism Hotels in Istanbul. *The Journal of Tourism Studies*,14 (2), pp. 34-57.
- Dodds, R. (2007), "Sustainable Tourism and Policy Implementation: Lessons from the Case of Calvia, Spain", *Current Issues in Tourism* 10(1), 296-322.
- Dodds, R., & Joppe, M. (2001). Promoting urban green tourism: The development of the other map of Toronto. *Journal of Vacation Marketing*, 7(3), 261-267.
- Dr. Riza I. Çavolli, *Gjeografia regjionale e Kosovës*, fq.319
- Dredge, D. & Moore, S. (1992), 'A methodology for the integration of tourism in town planning', *The Journal of Tourism Studies*, vol. 3, no. 1, pp. 8-21.
- Dye, T. R. (1986), 'Community power and public policy', in R. J. Waste (ed.), *Community Power: Directions for Future Research*, pp. 29-51, Sage, Beverly Hills.
- Eber, S. (1992), *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism*, WorldWildlife Fund for Nature, Surrey
- Eckerberg, K., & Joas, M. (2004). Multi-level environmental governance: A concept under stress? *Local Environment*, 9(5), 405-412.
- Farrell, B., & Twining-Ward, L. (2004). Reconceptualising tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 274-295.
- Fennel, D.A. (2005). *Ecotourism*. London and New York: Routledge. 227 pp. Gursoy, D., Jurkowski, C., Uysal, M. (2004), Resident Attitudes A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 1, pp. 79–105.
- Foster, D. (1985). *Travel and Tourism Management*. London, Mac Millan.
- Freeman, R. E. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston.
- Freya H. D. (2009); *Capitalist Globalisation, Corporated Tourism and Their Alternatives*; Nova Science,

- Friges, J.D. (1996). *Dimension of Tourism*. New York, Educational Institute of the Hotel and Motel Association.
- Gartner, W. C. (1996). *Tourism development: Principles, processes, and policies*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. & Jamal, T. B. (1994), 'The environment-community symbiosis: A case for collaborative tourism planning', *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 2, no. 3, pp. 152- 173.
- Getz, D., & Timur, S. (2005), "Stakeholder Involvement in Sustainable Tourism: Balancing the Voices. In W. Theobald (Ed.), *Global tourism* (3rd ed.). (pp. 230-247) Oxford: Butterworth Heinmann.
- Gibb , A.A., Scott , M., (1985), Strategic Awareness, Personal Commitment and the Process of Palling in the Small Business, *Journal of Management Studies*, Vol.22, No.6, , pp.597-631.
- Godfrey, K. B. (1996). Practicing responsible tourism. International case studies in tourism planning, policy, and development. In L. C. Harrison & W. Husbands (Eds.), *Practicing responsible tourism. International case studies in tourism*
- Goeldner, C, R, Ritchie, J, R, B, McIntosh, R, W, (2000), ' Tourism: Principles, Practices, Philosophies', John Wiley & Sons, New York
- Goodall, B., & Stabler, M. J. (1997). Principles influencing the determination of environmental standards for sustainable tourism. In M. Stabler, J (Ed.), *Tourism and Sustainability, Principles to Practice* (pp. 279-304). UK: CAB International.
- Goodwin, H., (2000) "Pro-Poor Tourism: Opportunities for Sustainable Local Development", *Development and Cooperation*, No. 5, September/October, pp.12-14.
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning* (2nd ed.). New York: Taylor and Francis.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning* (3rd ed.). London: Taylor and Francis.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning* (3rd ed.). New York: Taylor and Francis.
- Gunn, C. A. 1994, *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Taylor & Francis, Philadelphia.
- Gunn, C.A. (1979). *Tourism Planning*. New York: Russack and Company.
- Gunn, C.A. (1994) *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Washington DC: Taylor and Francis.
- Gursoy, D. and Rutherford, D. (2004) Host Attitude towards Tourism: An improved Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 31 (3), pp. 495-516.

- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). "Resident Attitudes: A Structural Modelling Approach", *Annals of Tourism Research* 29(1), 79–105.
- H. Meleqi (2008) , Dispençë ‘‘ Gjeografia e Kosovës’’ Prishtinë .
- Hall, C. M. (1995). *Introduction to tourism in Australia* (2nd ed.). Melbourne, Australia: Longman.
- Hall, C. M. (2007), "Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships", Harlow: Prentice Hall.
- Hall, C. M. (1998), *Tourism Development, Dimensions and Issues*, 3rd edn, Addison Wesley Longman, South Melbourne.
- Hall, C. M. (2000), *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*, Prentice Hall, Harlow.
- Hodegets , R.M., Kuratko , D.F. (2001), *Effective Small Business Management*, Dryden, Fort Worth, TX,.
- Howell, David (2002). *Statistical Methods for Psychology*. Duxbury. pp. 324–325. ISBN 0-534-37770-X.
- Hunter, C. (1995). Conclusions. In C. Hunter & H. Green (Eds.), *Tourism and the environment: A sustainable relationship?* (pp. 169-182). London: Routledge.
- Hunter, C. (1995). On the need to re-conceptualise sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), 155-166.
- Hunter, C. (1997), 'Sustainable tourism as an adaptive paradigm', *Annals of Tourism Research*, vol. 24, no. 4, pp. 850-867.
- Inkeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Instituti për Planifikim Hapësinor (2015) , *Plani Hapësinor Parku Kombëtar "Bjeshkët e Nemuna"* Prishtinë Shkurt ,.
- IUCN (1990), *United Nations List of National Parks and Protected Areas*.
- Jackson, G. and Morpeth, N. (2000) *Local Agenda 21: Reclaiming community ownership or stalled process?* In G. Richards and D. Hall edited *Tourism and Sustainable Community Development*. 119-134, London: Routledge.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge.
- Jamal, T., & Getz, D. (2000). Community roundtables for tourism related conflicts: The consensus and process structures. In B. Bramwell & B. Lane (Eds.), *Tourism collaboration and partnerships* (pp. 159- 182). Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Jenkins, C.L. (1980). *Tourism policies in developing countries: a critique*. *International Journal of Tourism Management*, 1(1), 36-48.

- Joppe, M. (1996), 'Sustainable community tourism development revisited', *Tourism Management*, vol. 17, no. 7, pp. 475-479.
- Kast, F.E., & Rosenzweig, J.E. (1972). General system theory: application for organizations and management. *Academic of Management Journal*, 15(4), 447-465.
- Katz, D., & Kahn, R.L. (1978). *The social psychology of organizations*. New York: John Wiley.
- Kavallinis, I., & Pizam, A. (1994), "The Environmental Impact of Tourism: Whose Responsibility is it anyway? The Case Study of Mykonos", *Journal of Travel Research* 33(2), 26-32.
- Ko, D. & Stewart, P. W. (2002), "A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development", *Tourism Management* 23, 521-530.
- Krippendorff, J. (1987) *The Holiday Markets: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Oxford, Butterworth Heinemann.
- Krippendorff, J. (1982), 'Towards new tourism policies: The importance of environmental and sociocultural factors', *Tourism Management*, vol. 3, no. 3, pp. 135-148.
- Lane, B. (1991). Sustainable tourism: A new concept for the interpreter. *Interpretation*, 28(29), 1-4.
- Lang, R. (1986), *Integrated Approaches to Resource Planning and Management*, University of Calgary Press, Calgary.
- Lankford, S. V. (1994), "Attitudes and Perceptions toward Tourism and Rural Regional Development", *Journal of Travel Research* 32(3), 35-43.
- Lankford, S. V., Williams, A. and Knowles-Lankford, J. (1997) Perception of Outdoor Recreation Opportunities and Support for Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 36 (4), pp. 65-69.
- Le Pelley, & Laws. (1998). A stakeholder benefits approach to tourism management in a historic city centre. In Hall, C.M. (Ed.), *Tourism planning: policies, process and relationship* (pp. 70-94). England: Pearson Hall.
- Leiper, N. (1989). *Tourism and tourism system*. (Vol. Occasional Paper No. 1). Department of Management System, Palmerston North Massey University
- Leiper, N. (1990). *Tourism systems. An interdisciplinary perspective*. Palmerston North: Department of Management Systems, Business Studies Faculty, Massey University.
- Leiper, N. (2003). *Tourism management* (2nd ed.). Frenchs Forest: Pearson Education Australia.

- Leiper. (1989). Tourism and tourism systems. In Hall, C.M. (Ed.), *Tourism planning: Policies, Process And Relationship* (pp. 50). England: Pearson Hall.
- Leslie, D., Harrison, T. & Logan, D. M. (2000), 'The community and tourism development: A case of a community based tourist attraction', *Environment Paper Series*, vol. 3, no. 3, pp. 74-89.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: C.A. Sage Publications.
- Liu, Z. (2003) Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6). pp. 459-475. ISSN 0966-9582
- Lovelock, B. (2002). Why its good to be bad; The role of conflict in contributing towards sustainable tourism in protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 5-30.
- Lundberg, D.E. (1980). *The Tourist Business*. London, CBI Publishing Company.
- Maddox, R.N. (1985). Mea Waligo, M.V., Clarke, J. and Hawkins, R. (2012), "Implementing Sustainable Tourism: A Multi-Stakeholder Involvement Management Framework", *Tourism Management*.
- Madrigal, R. (1995), 'Residents' perceptions and the role of government', *Annals of Tourism Research*, vol. 22, no. 1, pp. 86-102.
- Mason, Y. and Cheyne, J. (2000) Resident's Attitudes to Proposed Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 27 (2), pp. 391-411.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982), "Tourism: economic, physical and social impacts", Longman: Harlow, UK.
- Maxwell, Scott E.; Delaney, Harold D. (2004). *Designing Experiments and Analyzing Data: A Model Comparison*. Lawrence Erlbaum Associates. pp. 217–218. ISBN 0-8058-3718-3.
- McIntosh, R. W., C. R. Goeldner, and J. R. Ritchie (1995) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (7th ed.). New York: Wiley.
- McIntyre, G., Hetherington, A., & Inskeep, E. (1993). *Sustainable tourism development: Guide for local planners*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- McKercher, B. (1993) Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism's social and environmental impacts, *Journal of Sustainable Tourism*, 1 (1), 6-16
- McKercher, B. (1999). A chaos approach to tourism. *Tourism Management*, 20(4), 425-434.
- McIntosh, R. and Goeldner, C. R. (1984) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 4th ed. Grid, Columbus.

- Middleton, V. T. C .• and R Hawkins (1998) Sustainable Tourism: A Marketing Perspective. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Middleton, V. T. C. (1974), Tourism Policy in Britain: A Case for a Radical Reappraisal, The Economist Intelligence Unit, London.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1985). The tourism system. An introductory text. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Milliken, George A.; Johnson, Dallas E. (1993). Analysis of Messy Data. CRC Press. pp. 35–36. ISBN 0-412-99081-4.
- Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor (Qershor 2004), Prishtinë ..
- Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor. (2005) Instituti i Kosovës për mbrojtjen e natyrës, Prishtinë ,.
- Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor (Shkurt 2015). Parku Kombëtar“Bjeshkët e Nemuna” Plani hapësinor. Prishtinë,.
- Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor (2004) ,Prishtinë.
- Mintzberg, H. (1990), ‘The design school: Reconsidering the basic premises of strategic management’, Strategic Management Journal, vol. 11, no. 3, pp. 171-195.
- MMPH/AMMK (Shkurt, 2013) , Instituti për Planifikim Hapësinor. Parku Kombëtar “Sharri”. Prishtinë,.
- MMPH-DPH, (2002) ,Raport, Prishtinë, fq.8.
- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). Tourism and sustainability. New tourism in the third world. London & New York: Routledge.
- Murphy, P. E. (1983), “Perceptions and Attitudes of Decision Making Groups in Tourism Centers. Journal of Travel Research 21(3), 8–12.
- Murphy, P. E. (1985) Tourism: A Community Approach. London, Routledge.
- Murphy, P. E. (1985). Tourism: A community approach. London: Methuen.
- Murphy, P. E. (1985). Tourism: A community approach. New York: Routledge.
- Murphy, P. E. (1994), ‘Tourism and sustainable development’, in W.F. Theobald (ed.), Global Tourism: The Next Decade, pp. 274-290, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Murphy, P.E. (1985). Tourism: A Community Approach. London: Methuen.
- Murphy, P.E. (1998) Tourism and sustainable development. In W.F. Theobald edited Global Tourism, 173-90. Oxford: Butterworth-Heinemann
- Musa Gashi, (1986), ”Bazat e Turizmit”, Enti i Teksteve dhe Mjeteve Mësimore i KSA të Kosovës, Prishtinë,.

- Marinoski N. (2008), "Regionet ndërkombëtare turistike". Ohër,.
- Nijkamp, P., & Verdonkschot, S. (1995). Sustainable tourism development: A case study of Lesbos. In H. Coccossis & P. Nijkamp (Eds.), Sustainable tourism development (pp. 127-140). Aldershot: Avebury.
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B. and Dowler, L. "The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunann, Nepal", *Tourism Management*, 27(2006): 1373–1385;
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Pavard, B., & Dugdale, J. (2000). The contribution of complexity theory to the study of socio-technical cooperative systems. Third International Conference on Complex Systems, Nashua, NH, May 21-26.
- Pearce, D. (1989). *Tourist development* (2nd ed.). Essex: Addison Wesley Longman Limited.
- Pearce, D. (1995). From culture shock and culture arrogance to culture exchange: ideas towards sustainable socio-cultural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), 143-154.
- Pearce, D. (1995). *Tourism Today: A geographical analysis*, the second edition, London: Longman Scientific & Technical.
- Peter E. Murphy, Ann E. Murphy (2004); *Strategic Management for Tourism Communities: Bridging the Gaps* ;Channel View Publications,
- Melanie K. Smith (2009); *Issues in Cultural Tourism Studies*;Routledge,
- Pigram, J .P. (1995) *Resource Constraints on Tourism: Water Resources and Sustainability*. In Pigram, J .P. (1995) *Resource Constraints on Tourism: Water Resources and Sustainability*. In R. W. Butler and D. Pearce (eds) *Change in Tourism: People, Places, Processes*. London: Roudedge.
- Pizam, A. and Milman, A. (1984) *Social Impacts of Tourism*. UNEP *Industry and Environment*, 7(1), pp.
- Porter, M. E. (1987), 'From competitive advantage to corporate strategy', *Harvard Business Review*, vol. 65, no. 3, pp. 2-21.
- Porter, M. E. (1996), 'What is strategy?', *Harvard Business Review*, vol. 74, no. 6, pp. 61-78.
- Puczko, L., & Ratz, T. (2000), "Tourist and Resident Perceptions of the Physical Impacts of Tourism at Lake Balaton, Hungary: Issues for Sustainable Tourism Management", *Journal of Sustainable Tourism* 8(6), 458–477.

- Reed, M. (1999). Collaborative tourism planning as adaptive experiments in emergent tourism settings. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3 & 4), 331-356.
- Reed, M. (2000). Collaborative tourism planning as adaptive experiments in emergent tourism settings. In B. Bramwell & B. Lane (Eds.), *Tourism collaboration and partnerships* (pp. 247-271). Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Reed, M. (1997), 'Power relations and community-based tourism planning', *Annals of Tourism Research*, vol. 24, no. 3, pp. 566-591.
- Reid, D. G. (2003). *Tourism, Globalization and Development. Responsible Tourism Planning*. London: Pluto Press.
- Richards, G., & Hall, D. (2000). Conclusions. In G. Richards & D. Hall (Eds.), *Tourism and sustainable community development* (pp. 297-306). London: Routledge.
- Ryan, C. (2002), "Equity, Management, Power Sharing and Sustainability-Issues of the 'New Tourism'", *Tourism Management* 23(1), 17-26.
- Ryan, C. (2002). Equity, management, power sharing and sustainability-issues of the 'new tourism'. *Tourism Management*, 23, 17-26.
- Schermerhorn, J. R. (1996), *Management*, 5th edition, John Wiley & Sons, New York.
- Scott, N., Baggio, R., and Cooper, C. eds. *Network Analysis and Tourism - From Theory to Practice*, Channel View Publication, England
- Scott, W.G. (1961). Organization theory: an overview and an appraisal. *Academic of Management Journal*, 4.
- Sebastian, L. M. and Rajagopalan, P. (2009) Socio-cltural transformation through tourism: a comparison of residents' perspectives at two destinations in Kerala, India, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7 (1), pp. 5-21.
- Sekaran, U. (2010), *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Queensland, Australia: John Wiley & Sons.
- Sharareh, A. D. & Badaruddin, M. (2013). Local Perception of Tourism Development: A Conceptual Framework for the Sustainable Cultural Tourism. *Journal of Management and Sustainability*. 3(2): 31-39.
- Sharpley, R. (1994) *Tourism, Tourists and Society*. Huntingdon, Kings Ripton, ELM Publications.
- Simpson, K. (2001), 'Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development', *Current Issues in Tourism*, vol. 4, no. 1, pp. 3-41.
- Steiner, G. A. (1979), *Strategic Planning: What Every Manager Must Know*. New York: Free Press,
- Swarbrooke, J. (1998), *Sustainable Tourism Management*, CABI Publishing, New York.

- Swarbrooke.(1999) Sustainable tourism management. Oxon: CABI Publishing.
- Swinnerton, G.S., & Hinch, T.D. (1994). Sustainable rural tourism development: Principles and practices. Trends in Sustainable Rural Tourism Development, 31(1): 4-8. Arlington, VA: National Park Service and National Recreation and Park Association.
- Tapinos , (2005), The Impact of Performance Measurement in Strategic Planning, International Journal of Productivity and Performance Management, Vol.54, No.5/6, , pp.370-384.
- Telfer, D. and Sharpley R (2008) Tourism and development in the developing world.Oxon: Routledge.suring satisfaction with tourism. Journal of Travel Research, 23(3), 2-5.
- The Global Development Research Centre. (2005, 29 April 2005). Urban Governance. Retrieved 5/05, 2005, from <http://www.gdrc.org/u-gov/index.html>
- The World Tourism Organization (1983).
- Thibal, S. (1996). Introduction: The concept of sustainable development applied to tourism.
- Thompson, J.D. (1967). Organization In Action. New York: Mc Graw-Hill.
- Timothy, D. J. (1998), 'Cooperative tourism planning in a developing destination', Journal of Sustainable Tourism, vol. 6, no. 1, pp. 52-68.
- Timur, S, Getz, D, (2002), 'Applying Stakeholder Theory to the Implementation of Sustainable Urban Tourism', Karl Wober ed, City Tourism 2002, Springer Economics, 194-210
- Tosun, & Jenkins. (1998). Regional planning approaches to tourism development: the case of Turkey. Tourism Management, 17(7), 519-531.
- Tosun, C. (1998). Roots of unsustainable tourism development at the local level: the case of Urgup in Turkey. Tourism Management, 19(6), 595-610.
- Tosun, C. (2002) Host Perceptions of Impacts A Comparative Tourism Study. Annals of Tourism Research, 20 (1), pp. 231-253.
- Tourism Council of Australia, & CRC Tourism. (1998). Being green keeps you out of the red. Woolloomoolloo, New South Wales: Tourism Council of Australia. There are no sources in the current document.
- Trousdale, W. J. (1999), 'Governance in context: Boracay Island, Philippines', Annals of Tourism Research, vol. 26, no. 4, pp. 840-867.
- Twining-Ward, L. (1999). Towards sustainable tourism development: observations from a distance. Tourism Management, 20, 187-188.
- UNDP (2002) , Raporti i zhvillimit njerëzor, Kosova, Prishtinë, fq.15

- United Nation and World Tourism Organization (1993), "Recommendations on Tourism Statistics", Statistical Papers Series M, No. 83, New York.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze* (2nd ed.). London: Sage.
- Vesenjak, P. (1996, 12-14 September). The development of sustainable tourism in Slovenia.
- Vogel, R. K. & Swanson, B. E. (1988), 'Setting agendas for community change: The community goal-setting strategy', *Journal of Urban Affairs*, vol. 10, no. 1, pp. 41-61.
- Waligo, M.V., Clarke, J. and Hawkins, R. (2012), "Implementing Sustainable Tourism: A Multi-Stakeholder Involvement Management Framework", *Tourism Management* xxx, 1-12
- Waligo, M.V., Clarke, J. and Hawkins, R. (2012), "Implementing Sustainable Tourism: A Multi-Stakeholder Involvement Management Framework", *Tourism Management*.
- Walker, P. A., Greiner, R., McDonald, D., & Lyne, V. (1999). *The Tourism Futures Simulator: a systems thinking approach*. *Environmental Modelling & Software*, 14, 59-67.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Elsevier Ltd.
- Weaver, D., & Lawton, L. (1999). *Sustainable tourism: a critical analysis*. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism
- Whittaker, S., Major, A., & Geraghty, P. (2004). Victoria's emerging framework of regional governance for sustainability: The case of catchment management authorities and regional catchment strategies. *Local environment*, 9(6), 575-593.
- Wight, P. (2002). Supporting the principles of sustainable development in tourism and ecotourism: Government's potential role. *Current Issues in Tourism*.
- Winn, M. I. (2001), 'Building stakeholder theory with a decision modelling methodology', *Business and Society*, vol. 40, no. 2, pp. 133-166.
- Witt, S.F. (1991). Tourism in Cyprus, Balancing the benefits and costs. *Travel Management*, Vol. 12, pp.37-46
- Wolf, R. A. & Gering, D. T. (1998), 'Making strategy work', *The Journal of Business Strategy*, vol. 19, no. 2, pp. 11-14.
- World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Our common future*. New York: Oxford University Press.
- World Tourism Organization (2001), *Actions in Assisting Developing Countries to Implement Agenda 21 Undertaken by the World Tourism Organization Since 1992*, United Nations, New York.

- World Tourism Organization (2001), *Actions in Assisting Developing Countries to Implement Agenda 21 Undertaken by the World Tourism Organization Since 1992*, United Nations, New York.
- World Tourism Organization (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*, World Tourism Organization, Madrid.
- World Tourism Organization. (1996). *Agenda 21 for the travel and tourism industry. Towards environmentally sustainable development*. Madrid: World Tourism Organisation.
- World Tourism Organization. (2004). Sustainable development of tourism. Conceptual definition. Retrieved 29/04, 2005, from <http://unaa.org.au/praxis.php/category/view/8>
- WTO (1994). *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. London: Routledge.
- Yu, C.P., Chancellor, H.C., & Cole, S.T. (2011), "Measuring Residents' Attitudes toward Sustainable Tourism: A Re-examination of the Sustainable Tourism Attitude Scale", *Journal of Travel Research* 50, 57–63.

Shtojcë

PYETËSOR PËR MENAXHER - NË BIZNESET HOTELIERE

Ky pyetësor është ndërtuar për qëllime studimi në temën time të doktoraturës “Zhvillimi i strategjive për një turizëm të qëndrueshëm në Kosovë”.Më gjithë respektin, kërkojmë nga ju që të kontribuoni në këtë pyetësor i cili nuk do të zgjasë jo më shumë se 10-15 min,dhe do të jetë anonimë.

1. Në çfarë kategori moshe jeni?

- ☐ Më pak se 20 vjet
- ☐ 21-30vjet
- ☐ 31-40vjet
- ☐ Më shumë se 41

2. Gjinia:

- ☐ Femër
- ☐ Mashkull

3. Cili është niveli juaj i edukimit?

- ☐ Shkollë fillore
- ☐ Shkollë e mesme apo profesionale
- ☐ Arsim i lartë

4. Lloji I biznesit tuaj:

- ☐ Hotel
- ☐ Motel
- ☐ Hostel
- ☐ Restorant,
- ☐ Bar-Kafe
- ☐ Bujtinë

5. Sa vjet keni që operoni në këtë sektor

- ☐ Më pak se 1 vit
- ☐ 1-3 vjet
- ☐ 4-5 vjet
- ☐ 6-7 vjet
- ☐ mbi 7 vjet

6. Sa persona punojnë në biznesin tuaj ?

- ☐ 1
- ☐ 2-5
- ☐ 6-20
- ☐ 21-50
- ☐ mbi 50

7. Cili është numri më i madh i punonjësve femra apo mashkuj ?

- ☐ Femra
- ☐ Meshkuj

8. Kualifikimi i Stafit (Kualifikim i përgjithshëm ku përfshihen lëmit e hotelerisë dhe jo hotelerisë)

- ☐ Fillor
- ☐ I mesëm
- ☐ I lartë

9. Sa jeni të kënaqur me punën e stafit tuaj. Jepni vlerësimet për secilën nga kategoritë e mëposhtme.

1-Aspak i kënaqur, 2-Jo i kënaqur, 3-Deri diku i kënaqur ,4-I kënaqur ,5-Shumë i kënaqur.

	1	2	3	4	5
Kamerierët	☐	☐	☐	☐	☐
Banakierët	☐	☐	☐	☐	☐
Guzhinerët	☐	☐	☐	☐	☐
Receptionistët	☐	☐	☐	☐	☐
Stafi mbështetës	☐	☐	☐	☐	☐

10. Specifiko rreth klientëve (vizitorëve): A keni më shumë klientë vendor apo ndërkombëtar ?

- ☐ Kryesisht vizitor nga qytetet e Kosovës .
- ☐ Kryesisht visitor nga shtetet fqinjë :Shqipëri,Maqedoni,Mal i Zi.
- ☐ Kryesisht visitor nga diaspora.

11.Kur është fluksi më i madh i vizitorëve në cilat stinë?

- ☐ Gjatë pranverës
- ☐ Gjatë verës
- ☐ Gjatë vjeshtës
- ☐ Gjatë dimrit

12. Çfarë mendoni, nëse keni vizitor më shumë në vitet e ardhshme, a do të ndikojë kjo në zhvillimin ekonomik të vendit?

- ☐ PO
☐ JO

13. Çfarë ushqimi preferojnë më së shumti vizitorët ?

- ☐ Tradicional
☐ Modern

14. Sa janë të kënaqur vizitorët me pritjen, shërbimin dhe akomodimin në objektin tuaj hotelier?

1-aspak kënaqur 2- shumë pak 3- deri diku 4- të kënaqur 5-shumë të kënaqur

	1	2	3	4	5
Shoqërizimi i njerëzve (mikpritja e tyre)	☐	☐	☐	☐	☐
Guzhina tradicionale / pijet	☐	☐	☐	☐	☐
Kostoja e ulët krahasuar me cilësinë	☐	☐	☐	☐	☐
Cilësia e shërbimeve akomoduese	☐	☐	☐	☐	☐
Pozita e mirë e objektit hotelier	☐	☐	☐	☐	☐
Bukurit natyrore për rreth objektit	☐	☐	☐	☐	☐

15. Shëno pengesat me të cilat ballafaqohet biznesi i juaj?

1-aspak pengesa, 2-pak, 3-deri diku, 4-neutral, 5-shumë pengesa,

	1	2	3	4	5
Mungesë punëtorësh të kualifikuar	☐	☐	☐	☐	☐
Tepricë punëtorësh	☐	☐	☐	☐	☐
Aftësi menaxheriale	☐	☐	☐	☐	☐
Konsumi i madh i energjisë elektrike dhe mungesa e saj	☐	☐	☐	☐	☐

16. Cilat janë perceptimet e juaja në lidhje me impaktet e turizmit

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku , 3 - Neutral, 4 -Pajtohem ,5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Ekonomike					
Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit koston e jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit mundësitë e punësimit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi kontribuon në ngritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës	☐	☐	☐	☐	☐

Sociale

Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik

Turizmi rrit krimin / plaçkitjet / vandalizimin

Turizëm përmirëson cilësinë e jetesës

Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese

Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë

Ambientale

Turizëm ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit

Turizëm sjell ndotjen e mjedisit

Bizneset shërbyse turistike hudhin tonelata mbeturina në vitë

Turizmi dëmton pejsazhin dhe mjedisin natyror

Turizëm shkatërron ekosistemin lokal

Turizëm prodhon efekte afatgjata negative në mjedis

☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☐

17. Cilat janë qëndrimet e juaja në lidhje me turizmin e qëndrueshëm

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku, 3 - Neutral, 4 -Pajtohem, 5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmës dhe të së ardhmës	☐	☐	☐	☐	☐
Zhvillimi i turizmit duhet ta respektojë, natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale	☐	☐	☐	☐	☐
Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siç kërkohet	☐	☐	☐	☐	☐
Banorët lokal të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat turistike	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset familjare duhet të inkurajohet dhe të përkahen	☐	☐	☐	☐	☐
Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun	☐	☐	☐	☐	☐
Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm	☐	☐	☐	☐	☐
Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja	☐	☐	☐	☐	☐
Qeveria duhet të jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të arrihet zhvillimi i turizmit	☐	☐	☐	☐	☐
Turistët duhet të jenë të informuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike	☐	☐	☐	☐	☐
Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efektive për të zhvilluar më tej turizmin	☐	☐	☐	☐	☐
Mbetjet e prodhuara në zonat turistike duhet të riciklohen	☐	☐	☐	☐	☐
Objektet publike dhe të akomodimit duhet të mirëmbahen rregullisht	☐	☐	☐	☐	☐
Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit	☐	☐	☐	☐	☐

PYETËSOR DREJTUAR AGJENSIVE QEVERTARE DHE LOKALE

Ky pyetësor është ndërtuar për qëllime studimi në temën time të doktoraturës “Zhvillimi i strategjive për një turizëm të qëndrueshëm në Kosovë”. Më gjithë respektin, kërkojmë nga ju që të kontribuoni në këtë pyetësor i cili nuk do të zgjasë jo më shumë se 10-15 min dhe do të jetë anonimë.

1. Ne jemi të interesuar në atë se si e perceptoni turizmin. Ju lutem shënoni në çfarë mase do të pajtoheni me deklaratat në vijim:

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku, 3 - Neutral, 4 -Pajtohem, 5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Turizmi tanimë është një industri e rëndësishme me impakt pozitiv	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi ofron mundësi për zhvillim ekonomik të Kosovës	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi ka një impakt negativ për zhvillimin ekonomik	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi është industri prioritare	☐	☐	☐	☐	☐
A ka koordinim të mirë në mes përgjegjësve të turizmit përbrenda hapësirës ku punoni.	☐	☐	☐	☐	☐

2. Çka mendon cilat do të jenë temat kyçe të turizmit përbrenda kësaj hapësire? P.sh.

- ☐ Turizmi Malor
- ☐ Turizmi Kulturor
- ☐ Turizmi Rural
- ☐ Turizmi Fetar

3. Çka konsideroni si attribute kyçe të turizmit ?

- ☐ Muzeu
- ☐ Parqet Kombëtare
- ☐ Shoppingu

4. A jeni duke bërë pregaditje të planit strategjik për zhvillimin e turizmit Kosovar?

- ☐ Në nivel komunal
- ☐ Në nivel shtetëror
- ☐ Jo, por jemi në proces

5. Me cilat organizata keni zhvilluar bashkëpunim (ju lutem shënoni cila përputhet)

- ☐ Komunat dhe OJQ-të
- ☐ Departamentet në kuadër të MIT-së
- ☐ Institucionet arsimore
- ☐ Organizata te jashtme
- ☐ Qendrën informative turistike
- ☐ Me asnjërën
- ☐ Me të gjitha

6. A keni mekanizma për monitorimin, vlerësimin e përformances lidhur me caqet/qëllimet në planet relevante? (p.sh, takimet e rregullta, raportet tremujore apo vjetore)

- ☐ Po
- ☐ Jo

7. Cilat aspekte të turizmit mbulohen në planin e juaj?

- ☐ Marketingu
- ☐ Menaxhimi i impaktit të vizitorëve (degradimi ambiental)
- ☐ Festivalet dhe eventet
- ☐ Mundësite e zhvillimit
- ☐ Infrastruktura
- ☐ Atraksionet
- ☐ Rregulloret
- ☐ Asnjëra
- ☐ Të gjitha

8. A mendoni që Kosova ka nevojë për zhvillim të turizmit të qëndrueshëm?

- ☐ Po
- ☐ Jo

9. Besoj që organet kompetente mund të luajnë një rol me tepër mbështetës në turizëm

- ☐ Po
- ☐ Jo
- ☐ I pasigurt

10. Cilat janë perceptimet e juaja në lidhje me impaktet e turizmit

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku, 3 - Neutral, 4 -Pajtohem, 5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Ekonomike					
Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit koston e jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit mundësitë e punësimit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi kontribuon në ngritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës	☐	☐	☐	☐	☐
Sociale					
Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit krimin / plaçkitjet / vandalizimin	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm përmirëson cilësinë e jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese	☐	☐	☐	☐	☐
Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mir	☐	☐	☐	☐	☐
Ambientale					
Turizëm ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm sjell ndotjen e mjedisit	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset shërbyse turistike hudhin tonelata mbeturina në vitë	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi dëmton pejsazhin dhe mjedisin natyror	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm shkatërron ekosistemin lokal	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm prodhon efekte afatgjata negative në mjedis	☐	☐	☐	☐	☐

11.Cilat janë qëndrimet tuaja në lidhje me turizmin e qëndrueshëm

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku , 3 - Neutral, 4 -Pajtohem ,5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmës dhe të së ardhmës	☐	☐	☐	☐	☐
Zhvillimi i turizmit duhet ta respektojë , natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale	☐	☐	☐	☐	☐
Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siç kërkohet	☐	☐	☐	☐	☐
Banorët lokal të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat turistike	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset familjare duhet të inkurajohet dhe të përkahen	☐	☐	☐	☐	☐
Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun	☐	☐	☐	☐	☐
Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm	☐	☐	☐	☐	☐

Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja	☐	☐	☐	☐	☐
Qeveria duhet të jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të arrihet zhvillimi i turizmit	☐	☐	☐	☐	☐
Turistët duhet të jenë të infomuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike	☐	☐	☐	☐	☐
Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efikase për të zhvilluar më tej turizmin	☐	☐	☐	☐	☐
Mbetjet e prodhuara në zonat turistike duhet të riciklohen	☐	☐	☐	☐	☐
Objektet publike dhe të akomodimit duhet të mirëmbahen rregullisht	☐	☐	☐	☐	☐
Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit	☐	☐	☐	☐	☐

12. Në çfarë kategori moshe jeni?

- ☐ Më pak se 20 vjet
- ☐ 21-30vjet
- ☐ 31-40vjet
- ☐ Më shumë se 40

13. Gjinia:

- ☐ Femër
- ☐ Mashkull

14. Cili është niveli juaj i edukimit?

- ☐ Shkolle fillore
- ☐ Shkollë e mesme apo profesionale
- ☐ Arsimit i lartë

PYETËSOR DREJTUAR BANORËVE TË KOSOVËS

Ky pyetësor është ndërtuar për qëllime studimi në temën time të doktoraturës “Zhvillimi i strategjive për një turizëm të qëndrueshëm në Kosovë”. Më gjithë respektin, kërkojmë nga ju që të kontribuoni në këtë pyetësor i cili nuk do të zgjasë jo më shumë se 10-15 minuta dhe do të jetë anonimë.

1. Sa kohë keni që jetoni në këtë komunë?

- ☐ Më pak se 12 muaj
- ☐ 1-5 vjet
- ☐ 6-10 vjet
- ☐ 11-20 vjet
- ☐ Më shumë se 20 vjet

2. Çfarë pune kryeni aktualisht?

- ☐ Bujqësi
- ☐ Biznes privat
- ☐ I punësuar në sektorin privat
- ☐ I punësuar në sektorin publik
- ☐ I papunë

3. A jeni në kontakt me turistët që vijnë këtu përmes punës apo aktiviteteve që kryeni?

- ☐ Asnjëherë
- ☐ Ndonjëherë
- ☐ Shpeshherë
- ☐ Shumë shpesh

4. Çfarë ju pëlqen më shumë turistëve të shohin apo të bëjnë në vendin tuaj?

- ☐ Të vizitojnë objektet fetare
- ☐ Të realizojnë pushime në zonat piktoreske natyrore
- ☐ Të vizitojnë muzeumet e objektet e rëndësishme historike

5. Jepni opinionin tuaj për pjesëmarrjen e banorëve në proces.

1.Nuk jam fare dakord, 2.S'jam dakord, 3.Neutral, 4.Dakord 5.Shumë dakord, 6.Nuk e di

	1	2	3	4	5	6
Strategjija për zhvillimin e turizmit në vendin tuaj ka nevojë për pjesëmarrjen e banorëve lokale.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Niveli aktual i pjesëmarrjes së banorëve në strategjin për zhvillimin e turizmit në vendin tuaj është shumë i mirë.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pjesmarrja e banorëve në strategjin për zhvillimin e turizmit mund të sjellë më shumë përfitime.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Banorët vendas duhet të përfshihen që në hapat e para të procesit për zhvillimin e strategjisë për turizmin e qëndrueshëm	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Besimi në angazhimin e ardhshëm në proces të zhvillimit të strategjisë së turizmit mund të risë pjesëmarrjen e komunitetit.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6. Cili është niveli i pjesmarrjes suaj në procesin e planifikimit për zhvillimin e turizmit Kosovarë.

- ☐ Nuk marr fare pjesë
- ☐ Marr pjesë ndonjeherë
- ☐ Shpeshherë marr pjesë
- ☐ Marr pjesë gjithmonë

7. A i njihni planet dhe vendimet e marra për zhvillimin e turizmit .

- ☐ Po
- ☐ Jo

8. Nëse PO si jeni njohur me vendimet e marra nga agjensionet qeveritare.

- ☐ Shpalljet e vendimeve nëpërmes gazetave
- ☐ Nga pjesëmarrësit në procesin e vendim marrjes
- ☐ Nëpërmjet TV
- ☐ Nëpërmjet radios

9. Çfarë aktivitete janë kryer për pjesëmarrjen e komunitetit.

- ☐ Dhënia e opinioneve të hapura
- ☐ Organizimi i takimeve me komunitetin
- ☐ Zhvillimi i mbledhjeve me dyer të hapura

10. Si duhet të angazhohen banorët për zhvillim të turizmit

- ☐ Të jenë pjesëmarrës në proceset e marrjes së vendimeve
- ☐ Të japin opinionet e tyre
- ☐ Të njohin vendimet e marra dhe të reagojnë ndaj vendimeve të padrejta

11. Cilat janë perceptimet e juaja në lidhje me impaktet e turizmit

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku, 3 - Neutral, 4 -Pajtohem, 5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Ekonomike					
Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit koston e jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit mundësitë e punësimit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi kontribuon në ngritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës	☐	☐	☐	☐	☐
Sociale					
Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit krimin / plaçkitjet / vandalizimin	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm përmirëson cilësinë e jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese	☐	☐	☐	☐	☐
Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë	☐	☐	☐	☐	☐
Ambientale					
Turizëm ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm sjell ndotjen e mjedisit	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset shërbyse turistike hudhin tonelata mbeturina në vitë	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi dëmton pejsazhin dhe mjedisin natyror	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm shkatërron ekosistemin lokal	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm prodhon efekte afatgjata negative në mjedis	☐	☐	☐	☐	☐

12. Cilat janë qëndrimet tuaja në lidhje me turizmin e qëndrueshëm

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku, 3 - Neutral, 4 -Pajtohem, 5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmës dhe të së ardhmës	☐	☐	☐	☐	☐
Zhvillimi i turizmit duhet ta respektojë natyrën dhe karakterin e	☐	☐	☐	☐	☐

komuniteteve lokale

Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siç kërkohet

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Banorët lokal të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmerën në zonat turistike

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Bizneset familjare duhet të inkurajohet dhe të përkahen

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Qeveria duhet të jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të arrihet zhvillimi i turizmit

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Turistët duhet të jenë të informuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efikase për të zhvilluar më tej turizmin

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Mbetjet e prodhuara në zonat turistike duhet të riciklohen

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Objektet publike dhe të akomodimit duhet të mirëmbahen rregullisht

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit

☐	☐	☐	☐	☐
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

13. Në çfarë kategori moshe jeni?

- ☐ Më pak se 20 vjet
- ☐ 21-30vjet
- ☐ 31-40vjet
- ☐ Më shumë se 40

14. Gjinia:

- ☐ Femër
- ☐ Mashkull

15. Cili është niveli juaj i edukimit?

- ☐ Shkollë fillore
- ☐ Shkollë e mesme apo profesionale
- ☐ Arsimit i lartë

PYETËSOR PËR VIZITOR TURISTIK

Të dashur zonja dhe zotërinj!

Përshendetje dhe mirësevini në vendin tonë .Ky pyetësor është ndërtuar për qëllime studimi në temën time të doktoraturës “Zhvillimi i strategjive për një turizëm të qëndrueshëm në Kosovë”.Më gjithë respektin, kërkojmë nga ju që të kontribuoni në këtë pyetësor i cili nuk do të zgjasë jo më shumë se 10-15 minuta dhe do të jetë anonimë.

1. Mënyra se si keni aritur në Kosovë?

- ☐ Me automobil.
- ☐ Me autobus.
- ☐ Me aeroplan

2. A jeni nga Kosova apo nga ndonjë vend tjetër jashtë Kosovës.

- ☐ Vizitor Kosovarë (bashkëatdhetar nga diaspora)
- ☐ Vizitor të huaj

3. Ku jeni i/e informuar për Kosovën?

- ☐ Përmes miqëve dhe të afërmëve.
- ☐ Mediave.
- ☐ Guidave turistike.
- ☐ Agjensioneve të udhëtimit.

4. Sa netë keni planifikuar të qëndroni në vendin tonë:

- ☐ 1 -5 netë
- ☐ 6-10 netë
- ☐ 11-15 netë
- ☐ 16-20 netë
- ☐ 20 e më shumë

5. Cilat janë arsyet pse ju e vizitoni vendin tonë?

- ☐ Pushim dhe relaksim.
- ☐ Vizitë familjarve dhe shokëve.
- ☐ Për arsye biznesi
- ☐ Pjesmarrje në konferenca, kongrese, seminare etj.
- ☐ Kulturë.

6. Më pas janë të renditura fjalit të cilat i referohen imazhit të përgjithshëm të vendit tonë turistik. Për çdo fjalë ju lutem identifikoni hapsirën më:

1-Aspak nuk pajtohem, 2-Pak Pajtohem, 3-Deri dikund, 4-Pajtohem, 5-Plotësisht Pajtohem

	1	2	3	4	5	Nuk di
Qytetarët e këtij vendi janë miqësorë ndaj vizitorëve.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Destinacionet turistike të këtij vendi kanë pamje unike.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mendoj se këto resurse natyrore janë të njohura në regjion.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vizitorët në këtë vend e mbrojnë mjedisin natyror.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

7. Më poshtë janë të renditura disa elemente, të cilat mund ti konsideroni si shtytje për zgjedhjen e vendit tonë për ta vizituar. Ne kërkojmë nga ju ti vlerësoni sa janë të rëndësishme këto elemente për ju?

1-Aspak nuk pajtohem, 2-Pak Pajtohem, 3-Deri dikund, 4-Pajtohem, 5-Plotësisht Pajtohem

	1	2	3	4	5	Nuk di
Lehtë mund të arihet në Kosovë.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pastërtia e përgjithshme	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Natyra e pa prekur	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gjendja klimatike e mirë	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Shumëllojshmëria kulturore/historike	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kualiteti i akomodimit(hotel,motel)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mikpritja e vendasve	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oferta e kuzhinës lokale	☐	☐	☐	☐	☐	☐

8. Pjesa tjetër e pyetjeve i referohet shpenzimeve lidhur me qëndrimin e juaj në vendin tonë. Për çdo fjalë ju lutem identifikoni, a jeni dakort me këtë.

1-Aspak nuk pajtohem, 2-Pak Pajtohem, 3-Deri dikund, 4-Pajtohem, 5-Plotësisht Pajtohem

	1	2	3	4	5	Nuk di
Çmimet e fjetjes dhe ushqimit janë të arsyshme	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Çmimet shtesë të produkteve që ju ofron ky destinacion turistik p.sh.çmimet e ushqimit dhe pijeve, suvenireve etj janë të favorshme.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9. Cilat janë përshtypjet tuaja gjatë qëndrimit në destinacionet turistike Kosovare.

1-aspak të mira, 2-pak, 3-deri dikund, 4-të mira, 5-shumë të mira,

	1	2	3	4	5	Nuk di
Në përgjithësi, qëndrimi në Kosovë ka qenë me vlerë për mua	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kam përfituar mjaft njohuri të reja dhe përvoja.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Qëndrimi në këtë vend turistik ja vlen çdo euro të shpenzuar /paguar	☐	☐	☐	☐	☐	☐

10. Tani dëshirojmë t'ju pyesim, se deri në çfarë shkalle ju pajtoheni me deklaratat në vijim.

1-Aspak nuk pajtohem, 2-Pak Pajtohem, 3-Deri dikund, 4-Pajtohem, 5-Plotësisht Pajtohem

	1	2	3	4	5	Nuk di
Jam i/e kënaqur që kam vendosur ta vizitoj Kosovën.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vizita në këtë vend i ka tejkaluar pritjet e mia.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Do t'ju tregoj shokëve dhe kolegëve e mi për këtë vend turistik?	☐	☐	☐	☐	☐	☐

11. Tani do te pyesim nëse pajtoheni apo jo me deklaratat në vijim dhe deri në çfarë shkalle.

1-Aspak nuk pajtohem, 2-Pak Pajtohem, 3-Deri dikund, 4-Pajtohem, 5-Plotësisht Pajtohem

	1	2	3	4	5	Nuk di
Nëse duhet të zgjedh, nuk do ta zgjedhja këtë vend (Kosovën) prap.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Do ti rekomandoja destinacionet turistike Kosovare shokë të mi.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Do te kthehem ti vizitoj prapë bukuritë e këtij vendi.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ndjehem si në shtëpi në këtë destinacion turistik.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

12. A prisni që shpenzimet tua të jenë:

- ☐ Sipas planifikimeve
- ☐ Më të larta se të planifikuara
- ☐ Më të ulta se të planifikuara

13.Cilat janë perceptimet e juaja në lidhje me impaktet e turizmit

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku, 3 - Neutral, 4 -Pajtohem, 5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Ekonomike					
Turizmi gjeneron të ardhura nga taksat e ndryshme	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit koston e jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit mundësitë e punësimit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi kontribuon në ngritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset përfitojnë nga zhvillimi i turizmit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit padrejtësisht çmimet e pronës dhe taksat e pronës	☐	☐	☐	☐	☐
Sociale					
Turizmi rrit numrin e aksidenteve në trafik	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit krimin / plaçkitjet / vandalizimin	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm përmirëson cilësinë e jetesës	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi rrit disponueshmërinë me objekte rekreative dhe argëtuese	☐	☐	☐	☐	☐
Për shkak të turistëve, shumë shërbime të tjera lokale janë të mbajtura mirë	☐	☐	☐	☐	☐
Ambientale					
Turizëm ruan mjedisin dhe përmirëson pamjen e komunitetit	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm sjell ndotjen e mjedisit	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset shërbyse turistike hudhin tonelata mbeturina në vitë	☐	☐	☐	☐	☐
Turizmi dëmton pejsazhin dhe mjedisin natyror	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm shkatërron ekosistemin lokal	☐	☐	☐	☐	☐
Turizëm prodhon efekte afatgjata negative në mjedis	☐	☐	☐	☐	☐

14.Cilat janë qëndrimet e juaja në lidhje me turizmin e qëndrueshëm

1 – Aspak nuk pajtohem, 2 – Pajtohem deri diku , 3 - Neutral, 4 -Pajtohem ,5 - Plotësisht pajtohem

	1	2	3	4	5
Turizmi duhet të zhvillohet dhe të menaxhohet për të përmbushur nevojat e së tashmës dhe të së ardhmës	☐	☐	☐	☐	☐
Zhvillimi i turizmit duhet ta respektojë , natyrën dhe karakterin e komuniteteve lokale	☐	☐	☐	☐	☐
Ekosistemet në Kosovë duhet të ruhen ashtu siç kërkohet	☐	☐	☐	☐	☐
Banorët lokal të zonave turistike duhet të paralajmërohen rreth ndryshimeve që ndërmeren në zonat turistike	☐	☐	☐	☐	☐
Bizneset familjare duhet të inkurajohet dhe të përkahen	☐	☐	☐	☐	☐
Duhet të funksionalizohen rrjetet efektive bashkëpunuese të biznesit në lidhje me marketingun	☐	☐	☐	☐	☐
Duhet të ketë bashkëpunim dhe mirëkuptim mes palëve të interesuara në turizëm	☐	☐	☐	☐	☐
Qeveria duhet të sigurojë fonde të mjaftueshme për njerëzit lokalë për të krijuar biznese të reja	☐	☐	☐	☐	☐

Qeveria duhet të jetë partner me sektorin privat në mënyrë të qëndrueshme që të arrihet zhvillimi i turizmit	☐	☐	☐	☐	☐
Turistët duhet të jenë të infomuar dhe të kenë sjellje të përgjegjshme në destinacionet turistike	☐	☐	☐	☐	☐
Të ardhurat e gjeneruara nga destinacionet turistike duhet të përdoren në mënyrë efikase për të zhvilluar më tej turizmin	☐	☐	☐	☐	☐
Mbetjet e prodhuara në zonat turistike duhet të riciklohen	☐	☐	☐	☐	☐
Objektet publike dhe të akomodimit duhet të mirëmbahen rregullisht	☐	☐	☐	☐	☐
Komunitetet lokale duhet të përfshihen plotësisht në planifikimin dhe zhvillimin e turizmit	☐	☐	☐	☐	☐

15. Cili është statusi i punësimit tuaj ?

- ☐ I/e punësuar
- ☐ I Papunësuar
- ☐ Pensioner
- ☐ Student/nxënës

16. Gjinia

- ☐ Mashkull
- ☐ Femër

17. Cili është niveli juaj i shkollimit ?

- ☐ Filllore
- ☐ I mesëm
- ☐ Universitet
- ☐ Pas Universitar