

ZHVILLIMI I STRATEGJIVE PËR NJË TURIZËM TË QËNDRUESHËM NË KOSOVË

Merita Begolli Dauti

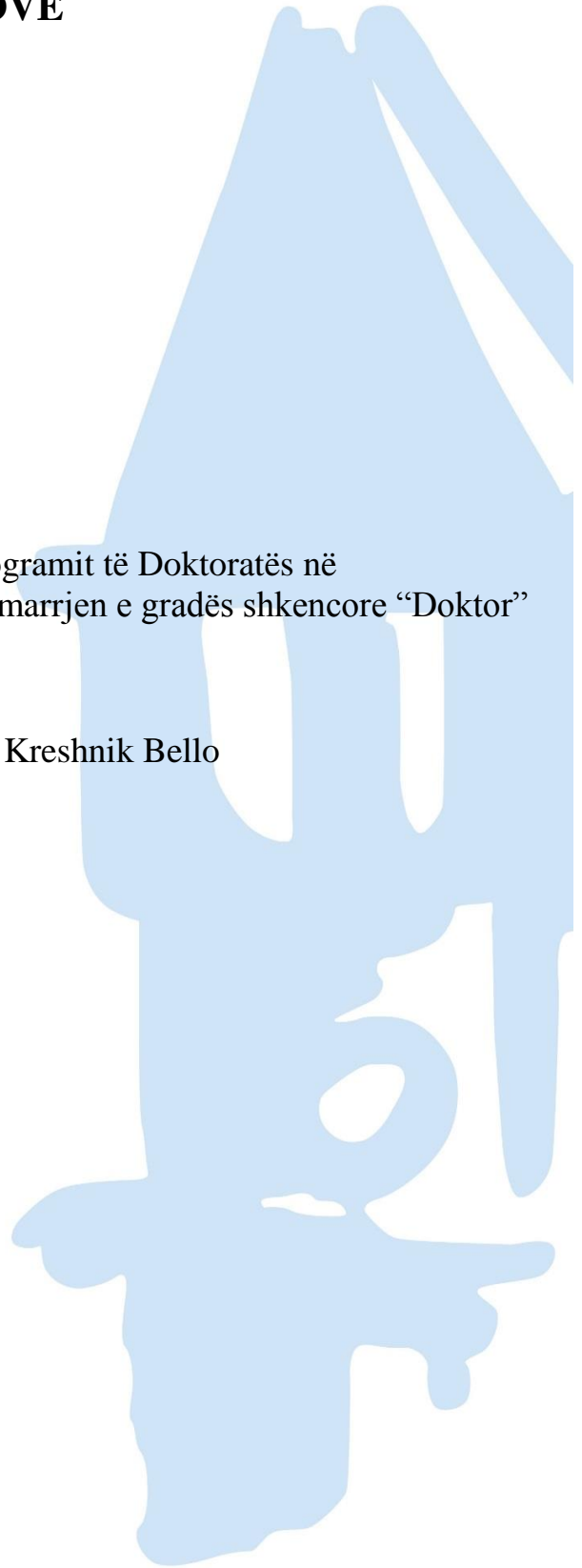
Dorëzuar
Universitetit European të Tiranës
Shkollës Doktorale

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

Udhëheqës shkencor: Prof.Asoc.Dr Kreshnik Bello

Numri i fjalëve: 50.651

Tiranë, Nëntor 2015



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. Përveq që sjell përfitimeve ekonomike zhvillimi i turizmit, duhet pasur në konsideratë edhe ndikimet negative mjedisore dhe sociale që shkaktohen gjatë ushtrimit të aktiviteteve turistike ku duhen të menaxhohen me kujdes andaj parimet e zhvillimit të qëndrueshëm duhet të merren në konsideratë për të siguruar efektivitet afatgjatë të këtij sektori. Nga kjo rrjedhë se zhvillimi i një Strategjie të Zhvillimit të Turizmit në Kosovë ku duhet të pretendohet arritja e synimit të saj që shfrytëzimi i qëndrueshëm i atraksioneve natyrore e kulturore të theksohet si vendimtare për zhvillimin e turizmit, dhe njëkohësisht shfrytëzimi i burimeve me pasoja të pakthyeshme negative të parandalohet. Agjensitë e ndryshme të qeverisë dhe ministrat përkatës theksojnë se turizmin është një nga fushat prioritare ku duhet verpruar duke u fokusuar në zonat e turistike dhe burimet natyrore të vendit dhe vizioni i identifikuar i tyre për turizmin është për ta bërë Kosovën dhe regionet e saja turistike zgjedhje për kalimn e pushimeve për shumë turist të vendit dhe të huaj. Qeveria e Kosovës poashtu thekson se parqet kombëtare si ai i Sharit dhe ai Rugovës kanë rëndësi të posaqe për zhvillimin e turizmit. Megjithatë, mungesa e strategjisë së zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm nuk e bënë të mundur që të nxjerrë në pah burimet të tilla natyrore, si një tipar i rëndësishëm i peizazhit 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 janë një objektivi madhor për t'u arritur atëherë aktorët e turizmit për të arritur rezultate në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit në këto zona natyrore të tilla si Malet e Sharit dhe Rugovës është e dobishme që të përcaktohen 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 veti dhe kështu të shmangen problemet gjatë hartimit të strategjisë dhe politikave zhvillimore.

Fjalët kyqe: Turizëm, Zhvillim i Qëndrueshëm, Planifikimi i Turizmit 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 Tourism Planning, Economy,

DEDIKIMI

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

FALENDERIME

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

Unë falënderoj mbikëqyrësin apo mentorin tim, Profesor Kreshnik Bello, për durimin, njohurit dhe udhëzimet e tijë gjatë viteve të punimit të kësaj teze, duke më dhënë mbështetje të vazhdueshme, inkurajim dhe këshilla.

I falënderoj 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 do të mund të kishte përfunduar ky punim.

Së fundi, mbështetja e familjes është një element jetik në arritjen e përfundmit të kësaj teze. Unë japi falenderime të veçanta për bashkëshortin tim Ferhatin dhe dy djemëve Rronit dhe Rinorit të cilët duke më inkurajuar pa ndërprerje për të mbajtur në vazhdim punën edhe në çastet kur unë kam qenë në vështësi.

Falemnderit zotit që më dha shëndetin dhe mundësin ta përfundoi këtë tezë disertacioni

PËRMBAJTJA E LËNDËS

KAPITULLI I: Hyrje	1
1.1 Objektivat e hulumtimit	3
1.2 Qëllimet e hulumtimit	5
1.3 Metodologjia e hulumtimit	6
1.4 Hipotezat themelore të hulumtim	9
1.5 Pytjet kërkimore	9
1.6 Kufizimet e punimit.....	11
1.7 Modeli konceptual	12
1.8 Debatet akademike ku mbështetet punimi.....	14
KAPITULLI II: Rishikimi i literaturës mbi Turizmin e Qëndrueshëm	17
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 definimi i kuptimit të Turizmit të Qëndrueshëm	28
2.4 Definimi i nocionit të Turzmit të Qëndrueshëm	32
2.5 Parimet e Qëndrueshmëris në Turizëm	36
2.6 Qeverisja në Turizmin e Qëndrueshëm.....	41
2.7 Përceptimet për` Qëndrueshmërin në literaturën mbi Turizmin	43
2.7.1 Aspektet Ekonomike dhe Mjedisore të Turizmit të Qëndrueshëm	43
2.7.2 Aspektet sociale dhe kulturore të qëndrueshmërisë	46
KAPITULLI III: Planifikimi Strategjik në Turizmin e Qëndrueshëm.....	51
3.1 Planifikimi në Turizëm.....	51
3.2 Koncepti i Planifikimit Strategjik.....	54
3.3 Pjesëmarrja e Palëve të Interesuara në Planifikimin e Turizmit	58

3.4 .Grupet e interesit në Destinacionin Turistik.....	60
3.5. Bashkëpunimi ndërmjet grupeve të interesit në Planifikimin e Turizmit	65
3.6 Sfidat e bashkëpunimit të grupeve të interesit në procesin e planifikimit.....	67
KAPITULLI IV: Kosova dhe Resurset bazë të zhvillimit të Strategjisë të Turizmit të Qëndrueshëm	71
4.1 Hyrje.....	71
4.2 Karakteristikat e ambientit fizik të Kosovës	72
4.2.1 Klima dhe Temperaturat	74
4.2.2 Hidrografia	74
4.2.3 Flora dhe Fauna.....	75
4.3 Historiku i shkurtër i Turizmit në Kosovë.....	76
4.4 Tregu turistik	81
4.4.1 Teoria e tregut turistik.....	81
4.4.2 Elementet e tregut turistik oferta dhe kërkesa Turistike	83
4.4.3 Tregu turistik dhe qarkullimet turistike	85
4.5 Kapacitetet turistike.....	88
4.5.1 Kapacitetet e drejtpërdrejta turistike dhe vetit e tyre	92
4.6 Faktorët determinues kryesor në zhvillimin e Turizmit në Kosovë	97
4.7 Potencialet Turistike në Republikën e Kosovës si faktor të ofertës	104
4.8 Aspektet Ekologjike	111
4.8.1 Vlerat e trashëgimisë Natyrore të Kosovës	114
4.9 Parku Kombëtar “Bjeshkët e Nemuna”	116
4.9.1 Turizmi dhe potencialet turistike në Park	122
4.10 Pozita, kufijtë dhe veçoritë e parkut kombëtar“SHARRI”	124
4.10.1 Turizmi në Parkun Kombëtar “SHARRI”	126

4.11 Ecuria dhe karakteristikat e ndërmarrjeve në Kosovë.....	127
4.11.1 Qarkullimet turistike në Kosovë	131
KAPITULLI V: Procesi i hulumtimit	136
Konkluzione	233
Rekomandime	236
Bibliografia	239

LISTA E ILUSTRIMEVE

<i>Hartë 1:</i> Pozita qëndrore e Kosovës në gadishullin ballkanik rëndësia strategjike dhe turistike.....	99
<i>Hartë 2.</i> Pozita e parkut SHARR	124
<i>Hartë 3.</i> Shtrirja e shtigjeve në Qendrën e skijimit në Brezovicë	125
<i>Hartë 4.</i> Shtrirja e shtigjeve në Qendrën e skijimit në Brezovicë	127
<i>Foto 1.</i> Patriarkana e Pejës.....	118
<i>Foto 2.</i> Manastiri i Deçanit	118
<i>Foto 3.</i> Kulla e Mazrekajve, Dranoc.....	118
<i>Foto 4.</i> Kulla e Berishajve, Junik.....	118
<i>Foto 5.</i> Veshjet tradicionale	119
<i>Foto 6.</i> Vallja e Rugoves – pjesë e lojrave tradicionale	120
<i>Foto 7.</i> Gryka e Rugoves	121
<i>Foto 8.</i> Brezovica në dimër	127

LISTA E TABELAVE OSE DIAGRAMEVE

<i>Tabela 1.</i> Qarkullimi turistik : (1989-99)	78
<i>Tabela 2.</i> Kapacitetet e vendosjes (1989-99)	79
<i>Tabela 3.</i> Pjese nga Alpet Shiptare	101
<i>Tabela 4.</i> Pjese nga malet e Sharrit	101
<i>Tabela 5.</i> Siperfaqet në Parqet Kombëtare në Kosovë	115
<i>Tabela 6.</i> Zona dhe objektet e mbrojtura në territorin e Parkut	116
<i>Tabela 7.</i> Shtigjet e skijimit në Brezovicë	127
<i>Tabela 8.</i> Numri i ndërmarrjeve të reja dhe të reregjistruara sipas tremujorëve dhe sektorëve të aktiviteteve ekonomike	128
<i>Tabela 9.</i> Numri i ndërmarrjeve të reja sipas sektorëve të aktiviteteve Ekonomike dhe formës legale të organizimit gjatë vitit 2014	129
<i>Tabela 10.</i> Numri i të punësuarve sipas sektorëve ekonomik për vitet 2008-2013	130
<i>Tabela 11.</i> Numri i vizitorëve (vëndor dhe të jashtëm) dhe netë qëndrimit të tyre,për vitet 2008 – 2014	132
<i>Tabela 12.</i> Numri i vizitorëve dhe netët e qëndrimit të tyre në nivel regjional Sipas viteve 2008-2014	133
<i>Tabela 13.</i> Numri i vizitorëve të jashtëm dhe netët e qëndrimit të tyre sipas Shteteve gjatë viteve 2008-2014	134
<i>Grafiku 1.</i> Numri i turistëve të informuar në zyrën për turizëm	123

LISTA E SHKURTIMEVE DHE E FJALORIT

AMMK-Agjencionit për Mbrojtjen e Mjedisit të Kosovës

GDRC- Qendra kërkimore për zhvillimit global

IUCN- Bashkimi Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës dhe Burimeve Natyrore

MMPH-Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor

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 përjtuar rritje marrëmendëse në aspektin ekonomik dhe është një burim i madh të ardhurash për ekonominë dhe qeveritë e shumë vendeve. Duke qenë një industri që kërkon angazhim të madhë të burimeve njerëzore, turizmi gjithashtu ofron mundësi punësimi për milona njerëz anë e kënd botës duke ndihmuar rigjallërimin e ekonomive lokale, ngritjen e standardit jetësor dhe zvogëlimin e varfëris. Kjo rritje e hovshme dhe këto mundësi të zhvillimit përveq benefiteve të shumta që sjellin, ato me veti mund të sjellin edhe efekte tjera negative dhe probleme që mund të shkaktohen nga menagjimi 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 reziqeve që sjell shfrytëzimi jo adekuat i resurseve natyrore në kohërat moderne ka rezultuar me zhvillimin e formave tjera të turizmit që marrin në konsiderat aspektet negative të zhvillimit të turizmit. Kështu këto trende të reja të zhvillimit kan bërë që të zhvillohen mënyra të reja alternative e të bërit pushim e që kan trajtën e turizmit të qëndrueshëm, ndër ato forma të turizmit të qëndrueshëm mund t'i përmendim: turizmi i bazuar në natyrë, ekoturizmit, turizmit kulturor, turizmi rural etj. Shiqur nga aspekti ekonomik pjesa më e madhe e destinacioneve turistike janë të varur nga aktivitetet turistike në mënyrë që të mbijetojn dhe të zhvillohen në aspektin ekonomik duke siguruar të hyra nga këto aktivitete turistike. Përkundër faktorëve pozitivë që ne i përmendem më lart sikurse janë: si të ardhurat nga turizmi, punësimi dhe zhvillimi i ekonomik dhe i infrastrukturës, shumë destinacione kanë përjetuar humbje dhe degradim të resurseve

dhe të ambientit dhe 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. Duke e kuptuar që turizëm i qëndrueshëm në thelb janë të gjitha ato aktivitete turistike që marrin parasysh zhvillimet aktuale dhe të ardhshme ekonomike, sociale dhe mjedisore, dhe që rëndësi të veçantë i kushton nevojave të gjithë pjesëmarrësve në këto aktivitete siq janë turistët, subjektet e industrisë turistike, komuniteti, ambienti dhe ekologjia etj, mund të thuhet se kjo qeshtje duke marrë parasysh këto ndikime të shumta dhe të natyrave të ndryshme kanë nevojë për një planifikimin, zhvillimin dhe funksionlizim të mirëfillt, pasi që është proces dinamik dhe i ndryshueshëm. Në anën tjetër Kosova si vend me resurse të mjaftueshme turistike për një zhvillim të mirëfillt të turizmit të qëndrueshëm ka një varg mundësish dhe sfidash drejt arritjes së qëndrueshmërisë në turizëm. Zonat turistike të Kosovës me parqet kombëtare të tyre janë potenciali qëndror për zhvillimin ekonomik të vendit, megjithatë rruga drejt zhvillimit kërkon një angazhim më të madhë në mënyrë që të zhvillohet qëndrueshmëria e turizmit në këto zona turistike dhe për të ngritur aftësinë e tij për të ofruar përfitime për ekonominë dhe shoqërinë. Nga ana tjetër shumë njerëz si dhe komuniteti janë dakord se ky zhvillim do të arrijë ta ruajë origjinalitetin e peisaizhit që është edhe arsyeja kryesore për shumicën e vizitave, por që këto aktivitete turistike kanë potencial për të dëmtuar këto pasuri natyrore nga të cilat varet e tërë kjo industri. Krijimi i një strategjie është më se i nevojshëm dhe i domosdoshëm për të siguruar një kuadër të mirë të njohësve të qeshtjeve turistike që do të mund të punojnë së bashku në mënyrë të suksesshme në krijimin e një strategjie të mirëfillt për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë dhe në menaxhimin e tij.

1.1 Objektivat e hulumtimit

Objektivi kryesor i hulumtimit tim ishte studimi dhe gjetja se cilat janë 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 saja turistike. Në njëërën anë, qëllimi i hulumtimit ishte të mësojmë për njohuritë e tyre në lidhje me turizmin e qëndrueshëm dhe vizionet për zhvillimin e tij, dhe nga ana tjetër synimi im ishte gjithashtu të studiohen dhe hulumtohen qëndrimet e tyre ndaj aspekteve të ndryshme të turizmit të qëndrueshëm siq janë ndikimet ekonomike, mjedisore dhe sociale të cilat bart me vete zhvillimi i turizmit. Njohja me këto qëndrime të vendimmarrësve vendorë ka një rëndësi të veçant për shumë arsye. Është e qartë se zhvillimi i qëndrueshëm i çdo sektori ekonomik është e pamundur pa planifikim të kujdesshëm. Qeveritë dhe organizatat qeveritare janë aktorët kryesorë të planifikimit në nivel kombëtar, rajonal dhe lokal. Qeveritë lokale kanë instrumente mjaft efikase për të përmbushur kërkesat e qëndrueshmërisë dhe krijimi të një baze për zhvillimin e një strategjie të mirëfillt , pasi ata janë të vetëdijshëm për kushtet dhe rethanat në të cilat zhvillohen aktivitetet turistike në nivel lokal. Përveç planifikimit, ata kanë mundësinë për të marrë masa për të arritur zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit të turizmit, ata mund të ndikojnë në aktorë të tjerë siq janë: komunitetet lokale, ndërmarrjet apo operatorët turistik dhe turistët si dhe mund të iniciojnë dhe koordinojnë bashkëpunimin e tyre. Aktet e vendimmarrësve përcaktohen ndoshta nga njohuritë e tyre dhe qëndrimet e të gjithë akterëve apo palëve të interesit. Vrojtimin dhe studimi i këtyre qëndrimeve është një nga aspektet e rëndësishëm të këtij hulumtimi dhe hulumtimeve tjera në turizëm.

Qëllimet e studimit janë shprehur përmes tri objektivave kërkimore:

1. Që të hulumtohen praktikat 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 dhe krijimi të një strategjie.
2. Që të analizohen përceptimet dhe vlerat kyçe të bartësve të turizmit apo palëve të interesuara të zonave dhe destinacioneve turistike në lidhje me planifikimin dhe krijimin e strategjive për turizm. Si dhe të analizohet procesi dhe shkalla në të cilën parimet e zhvillimit të qëndrueshëm, planifikimi strategjik dhe pjesëmarrja e palëve të interesuara e mbështesin këtë proces.
3. Të merret në konsideratë krijimi i një vizioni të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm si dhe qasjet për zbatimin e parimeve të zhvillimit të qëndrueshëm të planifikimit strategjik dhe pjesëmarrja e palëve të interesuara në planifikimin dhe vendimarrjen në destinacion turistik lokal.

1.2 Qëllimet e hulumtimit

Qëllimi i këtij hulumtimi është që të përcaktojë vlerën e të kuptuarit të krijimit të një strategjie për një zhvillim të mirëfill të turizmit të qëndrueshëm duke shfrytëzuar metodologjinë cilësore. Një rishiqim i literaturës ,hulumtimeve nga agjensionet qeveritare të vendeve që vetëm e kanë të zhvilluar turizmin , nga autorët që kanë dhënë kontribut në fushën e turizmit do të ofrojë një kornizë për zhvillimin e strategjis dhe të turizmit të qëndrueshëm në përgjithësi , duke mar Kosovën si një rast studimi. Kjo kornizë mund të përdoret në nivel të organizatave dhe agjensive qeveritare dhe nga organizatat tjera të menaxhimit të shërbimeve turistike dhe komuniteteve të përfshira në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit, të burimeve natyrore të cilat i posedon republika e Kosovës , të përdorimit të përbashkët, ku vlerat dhe perceptimet e ndryshme ekzistojnë në praktik. Rezultatet specifike të projektit të këtij hulumtimi ishin për të identifikuar çështjet themelore që duhet të adresohen në zhvillimin e strategjisë për një turizëm të qëndrueshëm. Qëllimet tjera të përgjithshme të këtij hulumtimi janë arritja e rezultateve që do të na shpien në:

- Identifikimi i çështjeve që ndikojnë në rezultatet e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm;
- Të kuptuarit e rolit të vlerave të palëve të interesuara dhe perceptimet në menaxhimin e zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit dhe të burimeve natyrore;
- Krijimi i një baze teorike që do të kontriboj në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit dhe të menaxhimit të qëndrueshëm të burimeve natyrore;
- Dhënja e një kontributit në literaturë për shfrytëzimin e burimeve natyrore në mjediset turistike ;
- Dhënja e një kontributi në zhvillimin e një kornize teorike që lidhet me zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit në zonat turistike ku ka burime natyrore;

1.3 Metodologjia e hulumtimit

Detyrat e formulara do të zgjidhen duke përdorur metodat e zakonshme hulumtuese të punës shkencore .Punimi është bazuar në literaturë shkencore dhe profesionale nga fusha e turizmit dhe strategjive turistike dhe afarizmit turistik, si burime të nevojshme për hartimin e këtij punimi janë përdorur: librat, publikimet, artikujt shkencor dhe burimet online.

Metodat të cilat janë përdorur në punim janë: metoda analizës dhe sintezës, metoda e induksionit dhe deduksionit , metodat historike dhe metoda e hulumtimit përmes anketave dhe intervistave, paraqitja tabelare dhe grafike etj.

Metoda e analizës dhe sintezës

Metoda e *analizës* e ka kuptimin e zbërthimit të elementeve krijuese,të mendimeve,të kreirimit (gr.Analyo=zbërthim).Në kuptimin gjithpërfshirës ,metoda e analizës është qasje e kërkimit shkencor dhe e shpjegimit të së vërtetës nëpërmjet zbërthimit të krijimeve mendore të ndërlikuara (kuptimet,gjykimet,konkluzionet) në elemente më të thjeshta dhe në pjese të çdo vepre kërkimore ,si dhe pjesëve që kanë lidhshmëri më njëra tjetrën.

Metoda e *sintezës* e ka kuptimin e përbërjes ,të lidhjeve ,të grumbullimit.Rrjedhë nga fjala greke (synthesys-përbërje).Metoda e sintezës është qasje e kërkimit dhe e shpjegimit të së vërtetës nëpërmjet lidhjes ,përbërjes dhe kreacionit e të menduarit të shkoqitur në tërësi më të ndërlikuara,gjithnjë më të komplikuar, duke artikuluar elementet,dukuritë,raportet në tërësi të përbashkëta,në të cilën pjesë ndërlidhen në

mënyrë të ndërsjellë. Mund të konkludohet se rëndësia e sintezës është e ndërlidhur me fazën e sublimimit të rezultateve kërkimore.

Metoda induktive

Përmban mënyrën e konkluzionit, me qëllim të zbulimit, ose të konfirmimit të së vërtetës. Konkluzat induktive bazohen në faktet e veçanta për të arritur deri të përgjithshmja. Metoda induktive është mënyra e zbatimit të konkluzioneve sistematike, ku në mbështetje të fakteve të ndara dhe të posaqme vjen deri të konkluzioni për gjykim të përgjithshëm, nga vrojtimi i rasteve konkrete, si dhe fakteve arrihet deri të konkluzionet e përgjithshme.

Mënyra induktive e të konkluduarit ka rëndësi të madhe në shkencë, sepse me këtë mundësohet që nga njohuritë dhe faktet e veçanta, vjen deri të përgjithësimi dhe formësimi i ligjëshmërive përkatësisht deri të dituritë për fakte dhe ligjëshmëri të reja.

Metoda deduktive

Metoda deduktive është qasje e kundërt me metoda induktive. Kjo metodë është zbatim sistematik dhe i denjë i mënyrës deduktive të konkludimit, nga qëndrimet e përgjithshme kalohet në të veçanta; nga konstatimet e përgjithshme arrihet deri të konkluzionet e veçanta konkrete. Në shkencë këto lloje të konkluzioneve kanë rëndësi të madhe, sepse në bazë të gjykimeve të përgjithshme, raporteve dhe të veçorive logjike, mundësohen përkufizimet e gjykimeve të veçanta, konkluzionet e veçanata, vërtetësitë e

veçanta,përkatësisht zbulohen dhe arrihen njohuri për të vërtetuar dhe pasquruar fakte të reja,ligjshmëri të reja dhe të vërteta shkencore të reja.

Metoda historike

Në kuadër të studime krahasimore ,duhet të theksohet edhe përdorimi i metodës historike.Sipas kësaj metode ,dukuritë janë paraqitur në një vend gjeografik,më vonë janë zgjeruar në formë të valeve nëpër tërë botën.Kjo metod do të shërbejë për shfrytëzimin e të dhënave sekondare tani më të publikuara nga autorët vendor dhe të huaj.Përfshin tërësin e metodave matematikore-statistikore të cilat përdoren për përpunimin dhe analizën e të dhënave sekondare.Gjithashtu është më rëndësi të theksojm se bazohet në të dhënat ekzistuese. Kjo metodë ka përparësitë dhe të metat e veta të cilat duhen të merren parasysh gjatë përdorimit dhe analizës se të dhënave.

Pjesa empirike e hulumtimit do të punohet në bazë të përdorimit të metodave kuantitative dhe kualitative, ashtu që intervista personale do të shërben për krijimin e shiqimit të mendimeve dhe qëndrimeve të bartësve të politikave dhe ofertës turistike për rolin e tyre në turizëm (A.Jakupi,2005).

1.4 Hipotezat themelore të hulumtimit

1. Kosova është një vend i cili ka resurse të mjaftueshme natyrore dhe potencial të mjaftueshëm turistik për një zhvillim të turizmit, i cili do të kontribuoj në zhvillimi e githëmbarrëshëm ekonomik të vendit.
2. Turizmi si veprimtari multidimensionale nuk mund të zhvillohet pa një strategji të vetë të zhvillimit.
3. Krijimi i një strategjie të mirëfillt dhe të shëndosh të turizmit është faktor kyq për të gjithë pjesëmarrësit e ofertës turistike sepse mungesa e kësaj strategjie nuk lejon zhvillim të turizmit në një ambient afarist i cili është duke përjetuar ndryshime të mëdha si në aspektin global ashtu edhe lokal.

1.5 Pytjet kërkimore

Hipoteza 1

- a) A do të kontribuojë zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm në zhvillim ekonomik të vendit.?
- b) A do të sjell zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm ngritjen e shkallës së mbrojtjes së ambientit?
- c) A do të sjell zhvillimi i turizmit ngritjen e vetëdijes në aspektin e qëndrueshmëris?

Hipoteza 2

- a) A do të sjell zhvillimi i strategjisë, zhvillim efikas të turizmi në Kosovë?
- b) A do të sjell zhvillimi i strategjisë ,shfrytëzim efektiv të resurseve natyrore?
- c) A ndikon strategjia e turizmit në pjesëmarrje të gjithmbarshme të grupeve të interesit?

Hipoteza 3

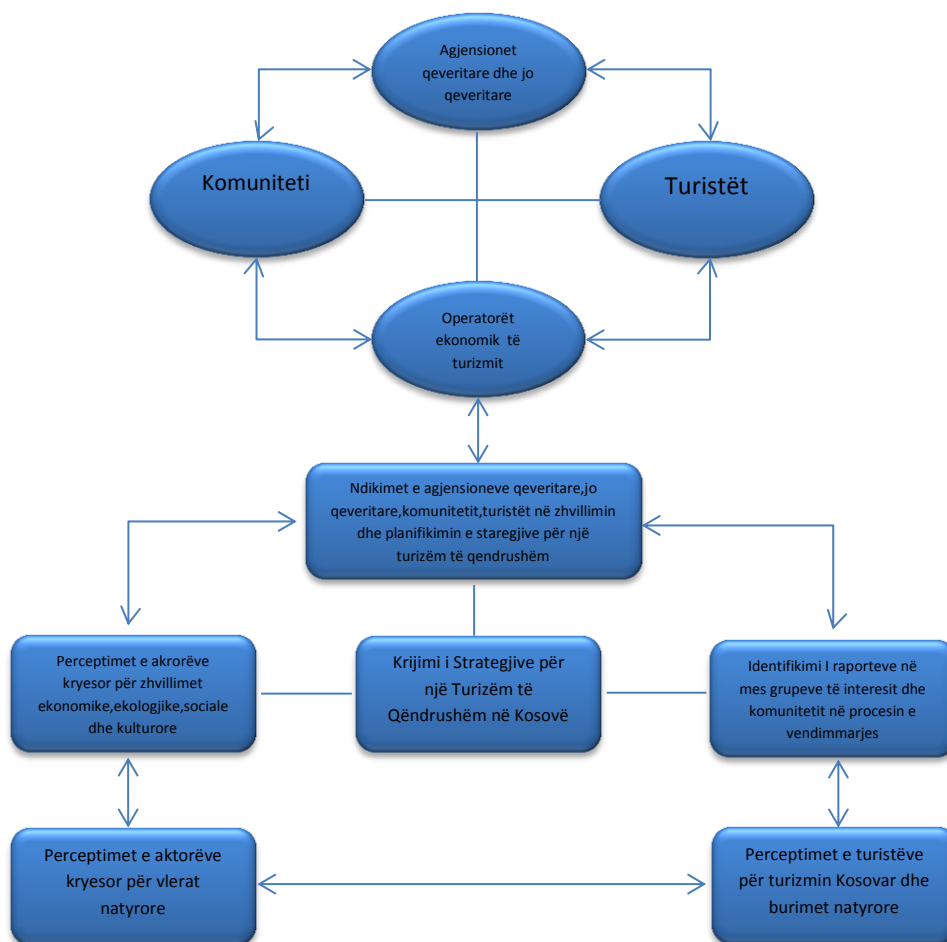
- a) A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike?
- b) A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës?
- c) A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshëm të turizmit në vendin tuaj?

1.6 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 poshte :

- 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 ushqim
- Informacion i mangët nga institucionet qeveritare dhe lokale për zhvillim të turizmit në Kosovë

1.7 Modeli konceptual



Modeli konceptual për rastin e studimit: Krijimi i Strategjive për një Turizëm të Qëndrueshëm në Kosovë

Për të arritur objektivat e studimit, është bërë një rishikim tërësor i literaturës ekzistuese, dhe më pas, është zhvilluar një model konceptual që përfshin apo identifikon katër komponente kryesore dhe pesë përbërëse që janë të rëndësishme për studimin e rastit. Nga katër të parat nga këto janë : Komuniteti, Agjensioet qeveritare dhe jo qeveritare ,Turistët dhe Operatorët ekonomik të turizmit. Ndërsa ato përbërëse janë: Ndikimet e agjensioneve qeveritare, jo qeveritare, komunitetit, turistët në zhvillimin dhe planifikimin e stategjive për një turizëm të qëndrueshëm. Korniza konceptuale identifikon elementet në nivelin mikro dhe makro.

Industria e turizmit është karakterizuar shpesh si një shkrirje e një gamë të gjerë të aktiviteteve të ndërlidhura në literaturë (Leiper, 1989) . Efektivisht, përvoja e fundit e turizmi brenda një destinacioni vjen nga produktet dhe shërbimet e ofruara nga një grup i larmishëm i organizatave aktive dhe pasive në lidhje me turizmin. Në këtë kuptim, të gjithë pjesëmarrësit brenda destinacionit turistik luan një rol të rëndësishëm në drejtim të performancës së përgjithshme të destinacionit (Weaver, 2006;. Scott et al, 2008) .

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 konceptual. Ndërveprimi dhe ndërlidhja në mes të secilit prej këtyre komponenteve përbërëse do të ndikojë në komponentët 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. Korniza sugjeron se ndërveprimet dhe lidhjet midis secilës nga këto elemente kryesore dhe përbërëse ,do të ndikojë në secilin prej komponentëve. Që nga pjesëmarrja dhe përfshirja aktorëve të turizmit, komunitetit dhe turistëve të cilët janë faktorët esencial në zhvillimin dhe planifikimin e strategjive për një turizëm të qëndrueshëm , 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.

1.8 Debatet akademike ku mbështetet punimi

Turizmi për shumë vite njihet si gjenerator i të ardhurave për shumë ekonomi botërore. Rëndësia e madhe e turizmit duke ju referuar të hyrave të mëdha që sjell turizmi për ekonomin botërore e posaqërisht për vendet në zhvillim në të cilat bën pjesë edhe Kosova ku bënë të nevojshme krijimin e politikave dhe strategjive që përkrahin zhvillimin e tij. Në anën tjetër përkundër rëndësis ekonomike të turizmit këto aktivitete në fushën e turizmit kanë efekte negative nga pikëshiqimi ambiental, social dhe kulturor, pra përveq që turizmi është mundësi ai në të njetën kohë është edhe sfidë. Pra kjo natyrë e turizmi ka shpie për alternative 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 të hulumtimeve në fushën e turizmit si dhe transferit 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 kan shpier gjer të bashkërenditjet dhe aranzhimet e politikave në nivelin kombëtar si dhe atë lokal.

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

Problemi i qëndrueshmerisë nga shumë autorë të fushës së turizmit janë dhënë përkufizime të ndryshme sa i përketë konceptit të zhvillimit të qëndrueshëm, mirpo 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 për qëllim për të siguruar dhe ofruar një jetesë të qëndrueshme dhe të sigurtë, ku minimizon shfrytëzimin dhe shterim 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 në 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 vu në dukje se me ritjen dhe zhvillimin e destinacioneve turistike rriten poashtu edhe problemet për të gjithë aktorët në këtë zhvillim siq janë: organet e qeverisë qoft lokale apo qendrore , planifikuesit e burimeve, ndërmarrjet turistike, komuniteti etj. Dhe këto palë do të jenë të paaftë të gjejnë zgjidhje të këtyre problemeve që paraqiten nëse secili vepron në izolim .

Sipas (Getz, D. & Jamal, T. B. 1994), *“ Teoria bashkëpunim 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*

kan potencial që të negociojn, dhe të marrin vendime të përbashkëta dhe arrijn konsensusin rreth planifikimit strategjik, qëllimeve dhe veprimeve në destinacionet turistike”.

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 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 dhe shkrimet si dhe debatet akademike deri me tani kanë qenë të fokusuar në formulimi e politikave dhe gjetjen e instrumenteve për implementimin e këtyre politikave mirëpo për një zhvillim të mirëfillt të turizmit të qëndrueshëm nevojitet një angazhim maksimal i të gjithë bartësve të aktiviteteve turistike.

KAPITULLI II: Rishikimi i literaturës mbi Turizmin e Qëndrueshëm

2.1 Koncepti i sistemit turistik

Në literaturën shkencore turistike të botës 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 njerëzisë. Kornizën e sistemit turistik e përbëjnë, pra, faktorët integral 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 më transport të njerëzve prej një vendi në një tjetër, përkatësisht deri në pikat

destinative, ose më mire të themi, me sistemin e transportit që lidhë zonat emetuese turistike me ato receptive turistike. Si atraktivitet primar mund të konsiderohet: pejsazhi, konfiguracioni i tokës, kushtet hidroklimatike, 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,M.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 një pike vështrimi i parë, nuk ka përkufizime universale të pranuar, 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 kanë të ndërveprim me njëri-tjetrin, duke përfshirë edhe njerëzit dhe proceset (Scott, 1961; Thompson, 1967;Katz dhe Kahn, 1978) qëllimi i ndërveprimit është për arritjen e një objekti të caktuar (Kast & Rosenzweig,1972).

Një qasje 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 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 gjithëpërfshirëse. 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 vepronë 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 Mill dhe Morrison se turizmi bashkëvepron me akterë të shumtë ku qëllimet dhe interesat e të cilëve mund të mos jenë gjithmonë të pajtueshëme.

Mill dhe Morrison (1985) identifikojë 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 (e informacionit dhe promovimi), me çdo komponent të lidhur ngushtë me njëri-tjetrin.

Kurse Autori Leiper (1990) shpjegoj kompleksitetin e turizmit, përmes prezantimit të modelit të sistemeve turistike. Autori thekson ekzistencën e pesë elementeve qendrore dhe të ndërvarura, në lidhje me sistemin e turizmit botëror: rajonet gjeneruese të turizmit, industria turistike, destinacioni, rrugë transite 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 sjell shumë përfitime dhe ky sistem

operon në një mjedis të hapur , i cili sistem dallon me një sistem të mbyllur është më dinamik dhe ka bashkëveprime me mjedisin e jashtëm.

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, 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 ti 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).

Le Pelley, & Laws. (1998). Theksuan për përcaktimin e sistemit turistik , i cili përbëhet nga komponentët (i cili përfshin pritjet turistike, investimet, planifikimi autoritet lokale), një komponent i elementeve esenciale dhe të vazhdueshme , dhe së fundi, një komponent që ka ekzistuar nga efekti.

Carlsen (1998) , duke theksuar nevojën për të marr 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 pasi që turizmi bëhet gjithnjë e më kompleks.

Sipas Murphy (1985), përdorimi i një sistemi të turizmit është fleksibël, dhe ajo mund të përdoret nga perspektiva në çdo fazë të studimit (Tosun & Jenkins, 1998) si dhe të kuptuarit e qartë të çështjeve (Kapsar & Laesser, 1994).

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.

Leiper (1989) ka deklaruar se, sistemi i turizmit do të sigurojë një ndikim të rëndësishëm në destinacion turistik dhe Inskeep 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 tregojnë se sistemet e turizmit përbëhen nga tre elemente që janë thelbësore dhe të ndërlidhura me njëri-tjetrin: element 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

numër të madhe të sjelljeve. Sistemi turistik i propozuar nga 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 komponentet e ndërlidhura e të gjithë sistemit në të cilin vepron në turizmi.

McKercher (1999) pretendon se shumë modele të sistemit të turizmit kanë shfaqur një supozim themelor se turizmi është një aktivitet linear dhe determinist cila operon në një mjedis të parashikueshëm dhe 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 shpesh 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 dhe 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 mirëfillt 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, B., & Twining-Ward, L. 2004).

Prandaj, në bazë të studimeve të mëparshme, 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” ka bërë përhapje brenda qarqeve të planifikimit dhe debateve rreth këtij koncepti. Nga kjo kohë nocioni i "turizmit të qëndrueshëm" është rritur dhe gjerësisht dhe është i njohur gjatë viteve 1990, “zhvillimi i qëndrueshëm” u bë një temë e përbashkët për kërkime në turizm (Pigram 1995).

Kjo është në kontrast me dekadat e kaluara, kur impaktet negative të turizmit, veçanërisht në mjedis, janë të njohur gjerësisht shumë më pak. Në fakt, hulumtimet që janë bërë në turizëm duket që janë veçanërisht të shqetësuar 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 ndryshon 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 sa i përketë konceptit të zhvillimit të qëndrueshëm, mirpo duke u mbështetur tek autori Hall 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 për qëllim për të siguruar dhe ofruar një jetesë të qëndrueshme dhe të sigurtë, e cila minimizon shfrytëzimin dhe shërim të 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 dhe për shkak të faktit se turizmi është një industri e cila është e varur nga bukurit dhe burimet e natyrës dhe trashëgimisë kulturore të 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 orientimi strategjik drejt planifikimit të turizmit dhe ngritjes së pjesëmarrjes së

shumëfishhtë të palëve të interesuara në procesin e planifikimit të turizmit (Simpson, 2001).

Rëndësia e industrisë së turizmit në ekonominë botërore dhe 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 patjetersueshme për zhvillim ekonomik të secilit shtet dhe konsiderohet dhe është thelbësore në ngritjen ekonomike dhe në ngritjen e hyrave për secilen ekonomi. Roli dhe rëndësia e turizmit në ekonominë botërore si dhe rëndësia e shfrytëzimit të drejt dhe të qëndrueshëm të burimeve natyrore është theksuar qartë nga Organizata Botërore e Turizmit (OBT) e cila ka prezantuar planin e gjere të veprimit në lidhje me zhvillim e turizmit të qëndrueshëm përmes deklaratës me emër Agjenda 21, për Industrinë e Udhëtimit apo për Turizëm të prezentuar në Konferencën e Rios në vitin 1992. Në vitin 1999 OBT me tej ka zhvilluar në aspektin global edhe shumë elemente permbajtësore që përcaktojnë zhvillimin e drejt 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 siq janë: qeveritë lokale apo qendrore operatorët turistikë, agjensitë e udhëtimit, subjektet turistike, si dhe komunitetet dhe poashtu edhe vetë turistët. Në këtë kontekst është vërejtur se turizmi mundet në mënyrë efektive të kontribuojë në zhvillimin e qëndrueshëm ku sipas autorit David. A. Fenell që në librin e tij *Ecotourism* thekson me të drejtë së;

"... Turizmi i qëndrueshëm vepron brenda kapaciteteve të tijë natyrore dhe kontribon në rigjenerimin e resurseve për të ardhmen, ripërtrinë produktivitetin e burimeve natyrore;

merr parasysh kontributin e njerëzve dhe komunitetit që japin për zhvillimin e turizmit, traditat dhe stilet e jetës, pranon faktin se këta njerëz duhet të jenë një pjesë të barabartë në jetën ekonomike, në përfitimet që sjell turizmi, dhe të udhëhiqet nga dëshirat e popullatës lokale dhe komunitetet në zonat pritëse”(David.A.Fenell ,2014).

Debatet e shumta dhe të gjera mbi zhvillimin e qëndrueshmërisë dhe zhvillimit të turizmit kanë ndikuar dhe influencuar zbatimin e metodave të reja dhe strategjive të zhvillimit të qëndrueshëm në sektorin e turizmit. Kështu këto metoda dhe procese u zhvilluan edhe me tutje së bashku me rritjen e brengave dhe pakënaqësisë me ndikimet negative mjedisore dhe sociale të shkaktojnë aktivitetet e zhvillimit të turizmit, Keto aktivitete dhe procese zhvillimore që si synim kishin perforcimin e kuptimit të “turizmit të qëndrueshëm” janë percjellë me mospajtime dhe konflikte të ndryshme dhe fërkimeve që kanë lindur si pasojë e aktiviteteve dhe proceseve turistike të aktorëve në lëmin e turizmit siq janë subjektet turistike, bartësit e politikave turistike apo organet qeveritare qoftë lokale apo qendrore, turistëve, mjedisit 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 tjera të interesit të mund të plotësohet duke ruajtur integritetin kulturor, sistemet e mbështetjes së jetës, mënyren dhe stiline jetës dhe proceset tjera me rëndësi siq janë ato ekologjike, biologjike dhe biodiversitetin. (Hunter , 1995).

Historia e zhvillimit të Turizmit të Qëndrueshëm dhe Konceptit të tijë 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 , f . 596) 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 ritet gjithnjë e më shumë dhe shqetësimet mjedisore nga e gjithë bota bënë të mundshme dhe ndikuan në botimin e një numër botimesh ndërkombëtarisht 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) (Bashkimi Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës dhe Burimeve Natyrore , 1980) . Hall pohon se ky dokument ka paraqitur një ndër konceptet e para të qëndrueshmërisë për publikun . Strategjia WCS dhënë 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 definimi 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 destinacione, duke përfshirë turizmit masiv dhe të segmenteve të ndryshme të turizmit në përgjithësi.

Parimet e qëndrueshmërisë i referohen aspekteve mjedisore, ekonomike, dhe social-kulturore të zhvillimit të turizmit. Në mes të këtyre komponenteve duhet të ekzistoj 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 shërbej 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 biodiversitetit .
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 kontribuojnë afrimin dhe kuptimin ndërkulturor dhe në tolerancë.
3. Të siguroj zhvillimin e qëndrueshëm dhe afatgjat 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 garantoj shërbime sociale për tërë komunitetet , dhe të kontribuojnë në zbutjen e varfërisë.

Organizata Botërore e Turizmit e përkufizon turizmin e qëndrueshëm si "*turizëm i cili të shpien drejtë menaxhimit të të gjitha burimeve në mënyrë të tillë që nevojat ekzistuese*

siç janë ekonomike, sociale dhe estetike te mund të plotësohet duke ruajtur integritetin kulturor, proceset ekologjike, diversitetin biologjik dhe sistemet e mbështetjes së jetës".

Gjatë 10 viteve të fundit janë zhvilluar shumë parime që përpiqen për të operacionalizuar idenë e qëndrueshmërisë. Këto parime të identifikuar turizmin e qëndrueshëm e paraqesin si katër shtylla siç janë qëndrueshmëria ekonomike, ekologjike, kulturore dhe të 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 mikro-mesme lokale gjet 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 krijohet kodet e praktikës për turizëm në të gjitha nivelet
- Udhëzime për operacionet e turizmit, vlerësimin e ndikimit dhe monitorimin e duhet krijuar ndikimet kumulative
- Formulimin e politikave kombëtare, rajonale dhe lokale të turizmit dhe zhvillimit të strategjitë që janë në përputhje me objektivat e përgjithshme të zhvillimi të qëndrueshëm.
- Studimi i vlerësimit të ndikimit në mjedis në mënyrë institucionale.
- Të sigurohet që dizajni, 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 e 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
- Nxitja 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 te vendit.

- Diversiteti kulturor
- Të drejtat e tokës dhe respektimi i pronës të banorëve tradicionale
- 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 përfituar pikërisht komunitetet lokale dhe të gjenerojë të ardhura mu 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 zinxhirit të furnizimit
- Sigurimi i stimulimeve financiare për bizneset lokale për të hyrë në turizmin
- Përmirësimi i kapaciteteve lokale të burimeve njerëzore .

2.4 Definimi 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 pjesmarrësve apo bartëseve të oferetës turistike si dhe të vetë turistëve në mënyrë që turizmi që 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 debateve dhe literaturës së kësaj tematike, shume autor jane te mendimit që debati në lidhje me qendrueshmerin dhe nevojen që ka turizmi të jetë i qëndrueshëm eshte ngjallur që në fillim të viteve 50-ta dhe është zhvilluar dhe plotësuar në faza të ndryshme deri në vitet e 90-ta të shekullit të kaluar, në të cilën periudh shfaqja e turizmit masiv ka vu në dukje domosdoshmërin që qëndrueshmëria të bëhet paradigmë për zhvillimin e aktivitetet turistike dhe të turizmit në përgjithësi (Weaver dhe Lawton ,1999)

Mungesa e një përkufizimi të pranuar gjerësisht ka shkaktuar një konfuzion mbi çfarë fakti do të thotë Turizmi 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 , fq . 2) në mënyr shumë specifike në lidhje me turizmin e qëndrueshëm referon se turizmi i qëndrueshëm është aktivitet që ofron punë të kënaqshme për ekonominë lokale pa ndryhrje dhe dëmtime në mjedisin natyror . Edhe pse definicioni njih çështjet ekologjike dhe sociale , mbeten shumë shqetësime se termi mund të jetë i përcaktuar më ngushtë për t'iu referuar qëndrueshmërinë ekonomike të turizmit me kalimin e kohës (Butler , 1993; jafari , 2000).

Butler (1993) referohet se turizmi është në një formë që mund të mbështet qëndrueshmërinë e saj në një zonë për një periudhë të gjatë kohore. Gjithashtu, Middleton dhe Hawkins (1998) ka thënë se turizmi i qëndrueshëm do të thotë arritjen e një kombinim të veçantë të numrit dhe llojeve të vizitorëve, efekti 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.

Jafari në anën tjetër mendon se turizmit , 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 Swarbrooke (1999) thote se turizmi i qëndrueshëm është turizmi 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, Inskip (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 qëndrueshmëris i cili lindi si nevojë e kohës dhe domosdoshmërisë gjatë evolumit të ideve kan 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 akademnike . Një definicion modern që vlen të përmendet dhe që shërben si shembull për definicionet moderne është ky si vijon: “ *Turizmin i qëndrueshëm është turizëm i çdo lloji që ka disajn praktik dhe*

është proaktiv , inxhinierik , dhe si proces i menaxhimit i cili redukton ndikimet negative mjedisore". Buckley (2002).

Megjithatë, turizmi është një burim i industrisë dhe nuk mund të izohet nga aktivitetet tjera të burimeve. Prandaj, turizmi ka për të ndarë të njëjtat burime me përdorues të tjerë, dhe turizmi duhet të jetë i përfshirë në qoftë se zhvillimi i qëndrueshëm të jetë i suksesshëm. Megjithatë, turizmi është një burim i vetëm dhe industria nuk mund të izohet 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 komponentën kryesore të debateve qeveritare për qeshtjet mjedisore , ekonomike dhe sociale . Turizmi luan dhe ka luajtur një rol primar në ruajtjen dhe përmirësimin e trashëgimisë natyrore dhe kulturore të vendeve dhe regjioneve të ndryshme (Hunter , 1995).

Përkufizimet apo definicionet 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 veprimtarin turistike ta bëjë me një ndikim sa më të ulët në mjedis dhe kulturën lokale , ndërsa gjenerimin e të ardhura dhe punësimin ta drejtoj për njerëzit dhe komunitetin lokal apo vendas. Turizmi parimisht mbështetet në cilësi të lartë të shërbimeve dhe stimulon mbrojtjen e mjedisit në pikpamje natyrore , infrastrukture, 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 përberëse e konceptit të zhvillimit të qëndrueshëm, dhe në konsiderat 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 definicion 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 rethon , 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 te njejta , pasi që aktivitetet turistike nuk mund të izolohet nga aktivitetet 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 dhe të mbajtur në Rio de Janeiro në vitin 1992, qasja reth 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 definuar atë si: Turizmi i qëndrueshëm përfshin plotësimin e nevojave të vizitorëve dhe komunitetin lokal duke mbrojtur dhe nxitur tërheqjen e turizmit për të ardhmen njëkohësisht si pjesë e një pasuri kombëtare ekonomike.

Turizmi i qëndrueshëm sipas një raporti të vitit 1987, “E ardhmja jonë e përbashkët”, definohet 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 Qëndrueshmëris në Turizëm

Në debatet e shumta si dhe në literaturën shkencore dhe hulumtuese të turizmit gjatë dekadëve 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 menjëherë debatet apo konfliktet e shumta që janë paraqitur në diskutimet dhe argumentimet mbi terminologjinë dhe definimin e qëndrueshmërisë . Në bazë të literaturës së studjuar në këtë pjesë do të paraqesë elementet thelbësore të parimeve të qëndrueshmërisë që mund të gjejmë në literaturën e gjerë të studimeve mbi turizmin , si dhe do të sqarojmë çështjet që duhet të adresohen nga industria e turizmit dhe palëve të interesuara apo bartësit e zhvillimit të turizmit.

Koncepti i turizmit të qëndrueshëm është i gjerë dhe i referohet turizmit afatgjatë, të integruar, pjesëmarrës, mjedisorë, sociale, kulturore dhe ekonomike. Nga një pikë vështimi për turizmin e qëndrueshëm nga Goeldner (2000) ai 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, ajo 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 vendimtarësit e ndryshëm (Timur & Getz, 2002).

Zhvillimi i qëndrueshëm është "zhvillimi që plotëson nevojat e së tashmes pa kompromentuar aftësinë e brezave të ardhshëm për të plotësuar nevojat e tyre "(WCED, 1987, faqe 43). Zhvillimi i qëndrueshëm është i lidhur shpesh me përdorimin te

qëndrueshëm duke iu referuar idensë se 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 në zhvillimin dhe shfrytëzimin e burimeve natyrore, historike, kulturore dhe njerëzore në mjedisin lokal, si atraksionet turistike dhe në destinacione.

Ajo është e varur edhe në këto burime dhe në një mjedis të pastër dhe të sigurt. Në një mjedis të pastër dhe të sigurt. "Fokusi është duke i vendosur në ato forma të turizmit që janë veçanërisht ndjeshme për promovimin dhe mbajtjen e integritetit të natyres dhe mjedisve socio-kulturore " (Swinnerton & Hinch, 1994, p. 5)

Debatet për parimet e qëndrueshmërisë nga studiuesit të shumtë rreth konceptit të qëndrueshmërisë ofrojnë bazë të qarta 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 agjensitë qeveritare dhe jo-qeveritare dhe nga studiues dhe ekspert të shumtë të fushës së turizmit, elementet bazë të qëndrueshmërisë janë paraqitur në mënyrë të përpjekjeve 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 pikë 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 qeshtjet mjedisore në përputhje me politikat dhe në praktikën e përditshme. Së dyti, shterimi 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 WCED (World Commission on Environment and Development)(Komisioni Botëror mbi Mjedisin dhe Zhvillimin) e rritjes ekonomike ndërsa ruajtjen e mjedisit për brezat e ardhshëm .

Bramwell and Lane (1993, f. 2) i përshkruan katër parimet kryesore të cilat konsiderohen si qenësore për qëndrueshmërinë, ato radhitën në këtë mënyrë :

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

Nga debatet e shumë autorëve ne 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 literatur , pasqyrojnë një sërë çështjesh që shpesh mungojn kur kemi interpretimin e terminologjisë.

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

- Respektohet kultura dhe mjedisi i zonës pritëse , ekonomia dhe mënyra tradicionale të jetesës, sjelljet autoktone, dhe udhëheqja lokale dhe modelet e 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 ndërmeret në kuptimin e barazisë, me qasje të një shpërndarje të drejtë të përfitimeve dhe kostove mes promovuesve të turizmit dhe banorve lokal.

Në nivel global , pas Samitit të Tokës Rios , Organizata Botërore e Turizmit (UNWTO) miratoi programin Axhenda 21 dhe përkthyer Agjendën 21 veprime 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 turizmit për të arritur zhvillim të qëndrueshëm në nivel lokal dhe kombëtar .

Parimet udhëzuese janë të theksuar më lart në këtë punim. Në nivel të përballet, këto parime udhëzuese duket që janë trajtuar pjesërisht (1996) ku shfaq shqetësimet e veta autori Godfrey (1996), megjithatë, është diskutabile nëse parimet adresojn siq duhet problemin e barazisë ndërmjet gjeneratave dhe brenda gjeneratave, siç dëshmohet në debatin mbi rolin e të 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 balansuara në mënyrë që të arrihet qëndrueshmëria afatgjatë (Organizata Botërore e Turizmit , 2004).

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

2.6 Qeverisja në Turizmin e Qëndrueshëm

Qeverisja definohet 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 joformalisht. 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). Eckerberg dhe Joas (2004) besojnë se definicioni i qeverisjes pasqyron ndryshimet në arenën politike që përfshijnë ndryshime në qëndrimet e shtetit, ndryshimet e pushtetit politik, 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 përgjegjësisë 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 siq 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 sektorve 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 qeshtjes së turizmit dhe shfrytëzimit të mjedisit gjat veprimtarive turistike, qeverisja, planifikimi dhe menaxhimi i këtyre proceseve bëhet mjaft kompleks, sepse sipas autorit Reed "çështjet bëhen të ngatërruara në një rrjet të faktorve biologjik fizik

politikë, financiare, dhe sociale" (Reed, 2000). Sipas 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 shkurtëra apo të gjata, duke rritur kompleksitetin e agjencive të administrimit mjedisor . Procese efektive të qeverisjes duhet të jetë në vend në mënyrë që të kuptojnë nismat e ndryshimeve dhe çështjet që lidhen me sistemin. Në përgjithësi, ekziston një mungesë e të kuptuarit të rëndësisë së qeverisjes në arritjen e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm dhe në fakt, 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 involvuara është rezultat i bashkëveprimeve komplekse të çështjeve që prokupojnë këtë zhvillim, mu për shkak të vlerave të ndryshme të tyre ,përceptimeve 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 ndyshon dhe zhvillohet. Sipas Lovelock dhe (Reed, 1999) në fakt ekzistenca e konfliktit tregon se konflikti mes aktorëve është i nevojshme apo i domosdoshem për të siguruar që parimet themelore të zhvillimit të qëndrueshëm qoftë në turizëm apo gjetkë të janë realizuar. Po ashtu ky është një tregues që çështjet mjedisore që nderlidhen me ruajtjen e ambientit dhe qeshtjet tjera ekologjike të janë adresuar siq duhet .Nëse këto sistemeve nuk janë të kuptuara mirë, atëher konfliktet ndërmjet palëve të interesuara mund të shërbejnë për të nxjerrë në pah këto komponenta

dhe ndërlidhjet të cilat duhet të përfshihen në mekanizmat e planifikimit strategjik. Mekanizmat efektiv të qeverisjes dhe planifikimit strategjik luajn një rol të rëndësishëm në arritjen e rezultateve të qëndrueshme për të gjitha palet brenda një sistemi turistik.

2.7 Përceptimet për` Qëndrueshmërinë në literaturën mbi Turizmin

Perceptimet e qëndrueshmërisë ndryshojnë në kuadër të literaturës që ka të bëjë me turizmin, shumë studiuesit shpesh janë fokusuar në elemente të ndryshme. Termi qëndrueshmëri kur përdoret në lidhje me mjedisin mund të përfshijë aspektet ekologjike, kulturore, sociale dhe ekonomike. Megjithatë, më shpesh kjo, vetëm një nga këto aspekte ofron fokusin qendror për diskutim. Në pjesën në vijim do të përpiqem që të tregojm katër fusha kryesore në të cilat fokusohet turizmi i qëndrueshëm, dhe ato janë: ekonomia, mjedisi, turizmi dhe aspektet socio-kulturore në lidhje me perceptimet në lidhje me qëndrueshmërinë.

2.7.1 Aspektet Ekonomike dhe Mjedisore të Turizmit të Qëndrueshëm

Në shumë raste të hulumtimit në turizmi janë përqëndruar zakonisht rreth temave, lidhur me ndikimet sociale, ekologjike dhe ekonomike të industrisë së turizmit. Studimet në dikimet 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 hulumtime ekonomike të

turizmit, të cilat në shumicën e rasteve qëndron për të ilustruar fuqinë që gjenerojnë të ardhura të industrisë brenda komunitetit, rajonit ose vendit. (Fennell, 2005).

Ekonomia dhe mbrojtja e mjedisit shpesh janë elemnte që qëndrojnë në qendër të konceptit të qëndrueshmërisë dhe janë fushat më të zakonshme të fokusit të turimit të qëndrueshëm që gjenden në kuadër të analizave dhe studimeve të qëndrueshmërisë së turizmit . Autorët McIntyre , Hetherington dhe Inskeep (1993, f.4) lidhur me mbrojtjen e mjedisit në kuadër të arritjes së zhvillimit të sukseshëm të turizmit, theksojnë se turizmi duhet të jetë i qëndrueshëm për mjedisin që të jetë ekonomikisht i pranueshëm . Në fakt autorët tjerë, Nijkamp dhe Verdonkschot (1995 , fq.128) shkojnë edhe më larg duke thënë se turizmi dhe mjedisi janë të ndërvarura ndrëmyet veti dhe konfliktet lindin kur zhvillimi i turizmit është i nevojshëm për të përmbushur kërkesat e rritura të aktivitete turistike, pa e zvogëluar aftësit tërheqëse të destinacionit. Nijkamp dhe Verdonkschot (1995 , fq . 127) pranojnë se problemet ndodhin kur duke u përpjekur për të plotësuar nevojat e komunitetit pritës dhe duke përmirësuar standardet e jetesës, dhe duke ruajtur mjedisin e destinacionit turistik dhe trashëgimisë kulturore .

Dy autorët e tjerë siq janë Vesenjakk (1996) dhe Bouguessa (1996) , duke u marr më pytjen se si do të jetë e ardhmja e turizmit, kanë futur një fokus ekonomik dhe kanë arritur të një përfundim se turizmi do të mund të vazhdojë vetëm të jetë i qëndrueshëm në qoftë se ai është ekonomikisht i suksesshëm . 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 fokus ekonomik që 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 marr në konsideratë mirëqenien e të gjithë aktorëve dhe proceseve të tjera.

Duke argumentuar se zhvillimi i turizmit më së shumti varet nga mjedisit natyror, trashëgimia dhe kultura që sigurojn atraksione turistike për zhvillimin e turizmit dhe gjithashtu varet edhe nga vendimarrja e cila lidhet më aktorët tjer të aktiviteteve turistike të tilla si bizneset dhe operatorët turistik . Autorët Ahn , Lee dhe Schafer (2002, fq.4) argumentojnë se ka ende mungesa të fakteve dhe studimeve empirike se turizmi mund të jetë i qëndrueshëm nga vetë natyra e tijë. 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. Hunter (1995) beson se në interesin afatgjat 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 si zhvillimin e turizmit si një motor i rritjes ekonomike dhe ruajtjen e burimeve mjedisore . Parimet e qëndrueshmërisë të diskutuara më parë janë njohura në literaturë, megjithatë a aplikohen këto parime nga operatorët turistik dhe më gjer është një çështje që mbetet të diskutohet. Barazpesha 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 - centrik , i cili do të fokusohet në zhvillim e turizmit duke mos i marr në kondierat elemntet tjera të qëndrueshmëris.

2.7.2 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 këto elemente vëmendje të drejtpërdrejtë posaqërisht kan tek resurset natyrore . Elementet sociale dhe kulturore dhe çështjet që lidhen me qëndrueshmërin shpesh mungojnë nga debati për qeshtjet në fushën e turizmit dhe se pikvrisht këto elemente kanë nevojë për një një vemendje më të lartë.

Ndikimet pozitive dhe negative te turizmit në destinacionet pritese ne aspektin social-kulturor ka qenë çështje qe jane diskutuar për një kohë të gjatë. Autorët Lundberg (1980); Foster (1985); Inskip (1991); Witt (1991); Cooper (1989); Friges (1996); Matheison and Wall (1982) të gjithë të kontribuan në relacionin ne ndikimet pozitive dhe negative sociale në destinacion pritës.

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

Mirpo në anën tjetër, idetë reth 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 preokupura më qëndrueshmërinë. Ryan (2002) vë në dyshim përceptimin e qëndrueshmërisë për të ruajtur status quo-në dhe për të mbrojtur një

mjedis kulturor dhe fizik, dhe pyet për vendet më pak të zhvilluara duhet të mohohet e 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 (C. Ryan , 2002 , fq . 22). 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, bëhet më e ndërlikuar kur ka perceptime të tilla divergjente dhe agjenda e veçanta për interpretimin e termit të turizmit të qëndrueshëm (Mowforth & Munt , 1998).

Pearce (1995) shkon aq larg sa që propozonë 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 grupëve dhe aktorëve në fushën e turizmit është drejtuar drejt nevojave për zhvillimin e burimeve njerëzore për nevojat e zhvillimit , profesionistëve të turizmit dhe zhvillimin e komuniteteve . Pearce perceptimet e këtij autori nxjerrin në pah mospajtimet që

ekzistojn 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 sukseshme të qëndrueshmërisë . Autoritetet lokale dhe komunitetin 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 Axfordës 21 . Axforda 21 përcakton se qeveritë lokale duhet të përfshijë 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 arte, ceremonitë tradicionale, zakonet dhe ritualet dhe infrastrukturen turistike.

Witt (1991) pohon se më i madh dallimi në mes të komunitetit pritës dhe turistëve, dhe 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 që një destinacion i cili është tërheqës.

Sipas Jackson dhe Morpeth (2000) , është me 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 qenësore për aspektet sociale është aftësia e komuniteteve për të arritur qëndrueshmërinë ekonomike. Përfitimet sociale për komunitetet lokale arrihen nëpërmjet punësimit lokal, zvogëlimin të emigracionit jashtë vendit dhe parandalimin e krijimit të një strukture lokale demografike të. 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 fitohet duke përdorur treguesi të 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 përshtatshme 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 dmth duke u përpjekur për të reduktuar misionin e karbonit
- Kujdes për vlerën e perceptuar të trashëgimisë kulturore qyteteve historike .
- Duke treguar respekt për realitetin dhe të vërtetën, cilësi të jashtëzakonshme ,cilësi të jashtëzakonshme, të drejtat dhe besimet e kulturave lokale dhe mbështetje për turizmin kulturor
- Turizmi kulturor si aktiviteti ekonomik i rëndësishëm duhet të kontribuojnë në menyre të përgjithshme për oraret dhe agjenda e zhvillimit të qëndrueshëm
- Ruajtja, konservimi dhe kontribuimi i aseteve të trashëgimisë kulturore

- Kushtoj vëmendje ndaj nevojave të komuniteteve lokale dhe komunitetit pritës duke përfshirë në zhvillim dhe planifikim.
- Drejtësia dhe paanësia janë vendimtare për qëndrueshmërinë afatgjatë dhe te turizmit kulturor duhet të sigurojnë përfitime në mënyrë të barabartë të komuniteteve lokale
- Drejtësia dhe paanësia janë vendimtare për qëndrueshmërinë afatgjatë dhe turizmit duhet të sigurojnë përfitime në mënyrë të barabartë për komunitete lokale
- Menaxhimi efikas dhe efektiv kërkon veprim të mirë organizuar në të gjithë vendin, palët e interesuara, duke përfshirë qeverisjen vendore dhe politikën, grupi lokal të njerëzve dhe bizneset, duhet të përfshihen në zhvillimin e turizmit kulturor.
- Menaxhimi efikas dhe efektiv kërkon veprim të organizuar mirë dhe të gjithë palët e interesuara, duke përfshirë qeverisjen vendore dhe politikën, grupi lokal i njerëzve dhe bizneset, duhet të përfshihen në zhvillimin e turizmit kulturor
- Ndikimi i turizmit duhet të vlerësohen në bazë të vlerës së konsumatorëve dhe prodhuesve
- Menaxhimi dhe zhvillimi i turizmit kulturor duhet të jenë të përgjegjshëm për ndryshime.

Dimensioni social-kulturor i turizmit të qëndrueshëm duhet të sigurojnë përfitime për komunitetin lokal dhe kulturën 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 et al., 2013).

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 percjellur me vërejtje për efektet e zbatimit , për të ndikuar ne procesin e vendimmarrjës për fazat e ardhshme të zhvillimit . Në këtë kontekst procesi i planifikimit është gjithnjë e më shumë 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 ne 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 private (Gunn, 1994; Pearce, 1989, 1995). Këto komponente të turizmit konsiderohen si faktorë thelbësore në planifikimin dhe zhvillimit e turizmit si dhe njohurit themelore të këtyre komponente janë të nevojshme për planifikimin dhe menaxhimin e suksesshëm të turizmit (Inkeep, 1991). Si pasojë, një diskutim i planifikimit gjithëpërfshirës të turizmit është i nevojshme për të siguruar një strukturë themelore për zhvillimin e produkteve turistike dhe shërbimeve.

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 urdhëri I operacioneve, të dizajnuara për të çuar në arritjen e as 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 destinacion turistik marrjes. 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 më 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, f.3). Për këtë qëllim, Spanoudis (1982) propozon që:

Gunn (1979) ishte një nga të parët për të përcaktuar planifikimin e turizmit, si një mjet për zhvillimin e destinacion në nje zonë, dhe për të parë atë si një mjet identifikimin dhe vlerësimin e nevojave të një destinacion turistik. Autori Gunn (Gunn, C. A. 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 integrues janë gjithnjë duke u integruar me planifikimin modern. Ndërkohë, për vendet tashmë të zhvilluara, planifikimi mund të përdoret si një mjet "për të rigjallëruar sektori e turizmit

dhe për të ruajtur qëndrueshmërinë e saj në të ardhshëm "(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 zonës; dhe kushtet lokale dhe kërkesat duhet të jenë të kënaqura para se ndonjë nga elementet të tjera të janë përmbushur.

Ndërsa autori Lang e përshkruan këtë si një " model i të mësuarit adaptive e planifikimit" dhe se ai model është i aftë për të krijuar një ndjenjë bashkësinë 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, R. 1986).

Disa Autor dhe studijues të tjerë të fushës së planifikimit turistik si Baud-Bovy and Lawson (1971) identifikojnë një numër arsyes pse autoritetet publike mund të nxisin planifikimin në fushën e turizmit, 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 të mbrojtë dhe të rritur burimet e zonës, dhe, për të integruar zhvillimin e turizmit në politikat e përgjithshme të planifikimit rajonal dhe ekonomik .

Nga ana tjetër autori Hall (Hall, C. M. 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 arrihen 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, kulturore, dhe mjedisor dhe kështu është arritur një shkallë e lart e zhvillimit të modeleve dhe formave të planifikimit , duke kaluar nga modelet që kanë pasur marrë në konsideratë vetëm shqetësimet e ngushta në lidhje me planifikimin fizik në modelet e balancuara të planifikimit që njihin nevojën për përfshirje më të gjerë të komunitetit dhe që përmban ndjeshmëri më të madhe për qeshtjet 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 dhe 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 vendimeve e tanishme reflektojnë pasojat në të ardhmen. Planifikimi strategjik formal lidh planet afat shkurtëra, afat mesme , dhe afatgjata. Planifikimi strategjik nuk bënë përpjekje për të marrë vendime në të ardhmen apo të parashikoi ngjarjet në të ardhmen. Ajo nuk duhet

të zëvendësojë intuitën menaxheriale dhe një mendim me masivë, të grupeve të detajuara të planeve.

Planifikimi strategjik i referohet aktivitetit brenda një organizate të nxjerr dhe të vlerësojë 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 fitojnë betejat. Këto aktivitete i përgjigjen aplikimeve moderne të këtij konceptit të cilat studiuesi Porter i përdor dhe e definon 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, M. E. 1996). Kjo është në 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 bën atë.

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

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 mëtejshme. Veçanërisht, Gunn (1988, f. 22) ka thënë se "Planifikimi i turizmit si një koncept e sheh

të ardhmen dhe kanë të bëjnë me pasojat e pritshme është e vetmja mënyrë që avantazhet e turizmit mund të merren në konsideratë. Planifikimi i turizmit duhet të jenë strategjike dhe integruese. "

Murphy (1985) gjithashtu vuri në dukje se Planifikimi i turizmit duhet të përshtaten 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, Mathieson dhe Wall (1982) sugjerojnë se planifikimi i turizmit është i lidhur jo vetëm me komponentet e turizmit, por edhe ka ndërlidhje midis këtyre komponenteve. 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 në 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 dizajnit të produkteve. Në atë kohë është kuptuar se zgjidhja duhet qëndrojë në planifikimin strategjik – si një proces racional analitik mirë i menduar, duke marrë parasysh mundësitë që i ofron mjedisi , mandej pikat e forta dhe të dobëta të organizatës , duke kulminuar 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, J. R. 1996).

Koncepti i planifikimit strategjik është një gurthemel i teorisë së menaxhimit konvencional. Ai është 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 prap se prap 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 përcjellur nga alokimi i burimeve për të arritur këto qëllime të ndërmarrjes (Porter, M. E. 1987).

Një plan strategjik zakonisht duhet të përshkruaj drejtimit dhe prioritetet aktuale dhe të planifikuara , të marr në konsideratë fushëveprimin ose spektrin e veprimit brenda të cilit organizata do të përpiqet për të arritur objektivat e saja, dhe në tërësi duke marrë parasysh aftësitë , burimet ose kompetencat dalluese që do të përdoren për të arritur objektivat e saja. Përveç kësaj, strategjia apo plani strategjik konsiderohet i nevojshëm për të adresuar në kuadër të këtij plani avantazhet dhe objektivat që organizata pret të arrij përball konkurrencës nëpërmjet aftësive të saj dhe shfrytëzimin optimal të burimeve , dhe sinergjive që do të rezultojë nga mënyrat organizata shfrytëzon aftësitë dhe burimet e saja. Koncepti i aktorëve apo palëve të interesuara është i rëndësishëm në procesin e planifikimit strategjik, autori Simpson ka gjetur gjatë hulumtimeve të tyre , se çasja e procesit të planifikimit strategjik duhet të identifikojë vlerat kritike të palëve të interesuara , ti shfrytëzoj këto vlera për të artikuluar një vizion të gjërë për të

ardhmen , të krijojë qëllimet e përgjithshme të cilat do të kontribuojnë në realizimin e vizionit , të vendosur 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, K. 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, R. A. & Gering, D. T. 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 paftësinë për t'u marrë me 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 duke shpër ata në përmbushjen e këtij vizioni dhe aspiratave të tyre (Mintzberg, H., Ahlstrand, B. & Lampel, J. 1998).

3.3 Pjesëmarrja e Palëve të Interesuara në Planifikimin e Turizmit

Turizmi i qëndrueshëm kërkon planifikim strategjik të destinacionit, si dhe ky zhvillim i strategjis si dhe procesi i vendimarrjes duhet të jetë i gërshetuar në mënyrë ndersektoriale dhe i integruar . Derisa në qasjen e përfshirjes së sektorit publik përkrahet

përfshirja e komunitetit në planifikim strategjik , një qasje e planifikimit të qëndrueshëm të turizmit kërkon një gamë të gjerë të pjesëmarrjes së grupeve të interesit për të cilat do të diskutojmë në këtë pjesë të kapitullit në lidhje me të ardhmen e zhvillimit të turizmit. Në kontekstin organizativ një aktor 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 të dhënë organizatës, ose në anën tjetër mund të pretendojnë pronësinë dhe të drejtat e ligjshme në aktivitetet e një korporate (Winn, M. I. 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 studijuesin Freeman (1984) , i cili konstaton se një organizatë është e karakterizuar nga marrëdhëniet e saj me grupe dhe individ 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 në palët e interesuara. Studijuesi 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 me ato grupe në të cilat ju mund të ndikoni " (Freeman, R. E. 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

Sikurse me parametrat e përgjithshme të biznesit , destinacionet e 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 zhvillimi të një turizmi të qëndrueshëm dhe të turizmit në përgjithësi, si dhe grupet e interesit në një destinacioni në të njëjtën kohë mund të konkurrojnë dhe të bashkëpunojnë Buhalis (Buhalis, D. & Cooper, C. 1998). Grupet e interesit mund të përfshijnë një spektër të gjërë 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 ska të bëjë me turizmin, si dhe komunitetit , duke përfshirë grupet lokale të komunitetit, grupet e njerëzve si dhe banorët lokal. 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 vë në interes të ekonomik dhe përparësitë që sjell zhvillimi i turizmit , dhe si autori Middleton vëren, 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 gjeneruar prej aktiviteteve turistike . Qeveritë qoftë të nivelit lokal apo qëndror 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 gjenerimit të ardhurave ,duke filluar të trajtojnë pasojat fizike dhe sociale të aktiviteteve turistike (Middleton, V. T. C. 1974). Pasi që ndikimet negative të turizmit filluan të tejkalojn ato pozitive , dhe kur disponimi kundër aktiviteteve turistike u rrit , planifikimi në nivelin qeveritar ,nxitën përpjekjet e tyre për ta kontrolluar zhvillimin e turizmit dhe menjanimin 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 pashëm , 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 planifikoj për një periudhë afatgjatë (Swarbrooke, J. 1998). Megjithatë qeveritë e ndryshme qoftë lokale apo qëndrore kanë marrë kritika të shumta për menaxhimin e industrisë së turizmit . Një nga kritikët kryesorë 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 politikën e planifikimit, autorët Vogel dhe Swanson duke vënë në dukje se burimet qeveritare janë të kufizuara dhe politikën janë bërë më pak pjesëmarrje

të përgjithshme ose koordinimin e zyrtarëve të zgjedhur dhe shpesh këto kanë pas më shumë një karakter afatshkurtër (Vogel, R. K. & Swanson, B. E. 1988). Këtu, shihet mungesa e vullnetit politik si dështim i përbashkët në zbatimin e strategjisë në turizëm dhe ai pretendonë se kjo është pothuaj pengesa më e madhe dhe e vetme për zhvillimin e turizmit, veçanërisht në nivel komuniteti apo lokal. Përveç kësaj 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 pengoj ritmin e rritjes në favor të një planifikimi gjithpërfshirës (Madrigal, R. 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). Akis dhe autorë të tjerë (1996) gjithashtu kanë vërejtur se një nivel i kontrollit të qeverisë mund të jetë i nevojshëm që të ketë përqendrimin më të madhë 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 adresoj më qart ndryshimin e ekuilibrave të pushtetit, dhe zbatimin e strategjive të orientuara në drejtim të së ardhmës (Trousdale, 1999). Megjithatë, ky kontroll nuk duhet ta zë vendin e bashkëpunimit dhe bashkëpunimin me grupe të tjera të interesit. Qeveria lokale në veçanti luan një rol kyq në planifikimin dhe menaxhimin e destinacioneve turistike, 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 e thella të palëve apo bartësve të aktiviteteve turistike, gjë që shpesh u mungon vendimarrësve nëpër qendra të udhëqesë cilët janë më pak të njohura me kulturat rajonale dhe kushtet lokale të zhvillimit të turizmit (Timothy, D. J. 1998). Megjithatë zyrtarët e qeverisë lokale shpesh e gjejnë veten në një gjendje të vështirë kur kemi të bëjmë me qëshjtjet 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 vetanake. Përveç kësaj në disa raste nuk kërkohet nga autoritetet lokale që të shqyrtojnë implikimet më të gjera të zhvillimit jashtë kufinjëve ku zhvillohen aktivitet turistike gjatë kohës kur të merren vendimet , sepse ato implikime mund të dëmtojnë produktin turistik vendor, dhe shiqimi në drejtim të turizmit në thelb duhet fokusuar në nivel lokal dhe brenda vendit (Dredge, D. & Moore, S. 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, kritikrat janë barazuar me atë se si industria zhvillohen elementet fizike dhe të prekshme të produktit të saj dhe madje edhe me anë të operacioneve të saj specifike të biznesit (Swarbrooke, J. 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 , fq.130) " 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 investitorët privatë për të ofruar shërbime dhe ndërtimin e objekteve turistike , anasjelltas, investitorët 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 në 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 menjandë ndikimet negative mjedisore dhe sociale. Poashtu pohohet se në qoftë se banorët janë ata që ë 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 qeshtje e pjesëmarrjes se tyre të drejtpërdrejtë dhe kuptimplotë në vendimarrje duhet të jetë e drejt për të sjell një ndjenjë të pronësisë dhe marrjen e vendimeve . Me këtë ndjenjë të pronësisë vie edhe mbështetja e komunitetit për zbatimin e strategjis 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 do të rritet në mënyrë të konsiderueshme (Leslie, D., Harrison, T. & Logan, D. M. 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 bartësëve të aktiviteteve turistike 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 çasje bashkëpunuese, ku të gjitha palët e

interesuara marri pjesë në procesin e vendimarrjes, dhe duke marrë vendime të drejta ndajnë përgjegjësinë për planifikimin e destinacionit . Kështu gjasat për vendime të përbashkëta rrezultojnë të jenë të pranueshme për politika dhe programe të suksesshme. Bashkëpunimi në anë tjetër nga shumë autor definohet si bashkimi i burimeve (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, H. 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 një proces emergjent ku grupet mësojnë për të menaxhuar ambientet e tyre që ndryshojnë me vendimeve të marra bashkarisht dhe me një përgjegjësi të përbashkët. Kjo mund të ndihmojë palët e interesuara të vlerësojnë interesat e tyre të përbashkëta dhe të kuptojnë përparësitë që duhet fituar me punë të përbashkët në vend se të 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 , aktorëve të komunitetit lokal janë në gjendje për të luajtur një rol aktiv në bashkëpunim dhe përpiqen së 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 afatgjat dhe pasi që destinacioni përfshin palë dhe bartës të shumtë dhe grupe të interesit të ndërvarur me njëri tjetrin të cilët shpesh kanë pikëpamje të kundërta për zhvillimin e turizmit , teoria bashkëpunimi është

e patjetersushme për menaxhimin e çështjeve thelbësorenë zhvillimin e turizmit në nivelin e destinacionit turistik. Gjithashtu është vu në dukje se me ritjen dhe zhvillimin e destinacioneve turistike rriten poashtu edhe problemet për të gjithë aktorët në këtë zhvillim siq janë: organet e qeverisë qoft lokale apo qendrore , planifikuesit e burimeve, ndërmarrjet turistike, komuniteti etj. Dhe këto palë do të jenë të paaftë të gjejnë zgjidhje të këtyre problemeve që paraqiten nëse secili vepron në izolim . Sipas Getz dhe Jamal , teoria bashkëpunim ofron njohuri në një proces dinamik dhe fleksibil, i cili parashikon një vendimarrje 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 dhe arrijnë konsensusin rreth planifikimit strategjik, qëllimeve dhe veprimeve në destinacionet turistike (Getz, D. & Jamal, T. B. 1994).

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

Edhe pse konceptet të 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 një lidhje me një qasje të tillë. Pjesëmarrja e komunitetit në planifikimin e turizmit ka qenë përshkruar në literaturë të shumta si e panevojshme, e ngathët , e konsumuar gjatë kohës dhe është kondideruar poashtu si një qasje 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 humbjës së kontrollit mbi çështjet siq është industria e turizmit, nevoja për edukim pasi që bartësit e aktiviteteve dhe komunitetet nuk janë të pajisura

me njohuri të përgjithëshme për të vlerësuar dhe për të kuptuar potencialin e zhvillimit të turizmit, dhe apatia e tyre në drejtim të pjesëmarrjes në procese dhe në vendimarrje (Krippendorf, J. 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 tëper si një gjest apo shenjë. Në një numër studimesh studijuesit kanë bërë gjetjen se edhe aty kur ka ndodhur pjesëmarrja publike në proceset e diskutimit dhe vendimarrjes, qëllimet e planifikimit të turizmit kanë mbetur të përqëndruara në interesat afariste të pjesëmarrësve dhe përfshirja e komunitetit ka qenë vetem simbolike . Autori Joppe këtë qeshtje e adreson në faktin se shumë nga politikanët kanë ndjenjen se ky proces i rrezikon pozitën dhe pushtetin e tyre, duke menduar se pjesëmarrja e një bazë të gjerë dhe bashkëpunimi në mes të palëve mund të ndryshojnë fuqinë e " mbajtësit tradicional të pushtetit " (Joppe, M. 1996). Fuqia vendimarrëse sipas shumë autorve mund të shihen 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, M. 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 definohet 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, T. R. 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 planifikuesve.

Procesi i planifikimit në turizëm është një proces shumë politik dhe arritja e një konsensusit racionale, të plotë, për planifikim të turizmit në afat të gjatë mund të jetë i pamundur duke pasur parasysh interesat e ndryshëm të sektorëve të ndryshëm të një komuniteti apo destinacioni turistik. Bahaire dhe Elliott-White pohojnë se " përfshirja e komunitetit , ose pjesëmarrja e publikut ne planifikim, mbetet akoma një koncept i paqartë , por është thelbësore për arritjen 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, T. & Elliott-White, M. 1999). Autorë të tjerë kanë vënë në dukje syzozime të pabaza se procesi i planifikimit turistik dhe politika që zhvillohet është një politik pluraliste në të cilën njerëzit kanë qasje të barabartë në burimet ekonomike dhe në vendnimarrje politike. Për këtë arsye 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, D. & Jamal, T. B. 1994). Sfida tjetër është se gjat 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 tijë. Megjithatë shpesh ky nuk është rast i përgjithshëm pasi qeveria lokale zakonisht ka një ndikim disproporcional dhe shkallë të fuqisë vendimarrëse mbi procesin e vendimarrjes .Studiuesi dhe autori Reed në studimn e marrëdhënieve të pushtetit dhe fuqisë vendimarrëse në procesin e planifikimit ka gjetur faktin se ka pasur një shumëllojshmëri të vizioneve që konkurrojnë mes veti për qështjet e zhvillimit të turizmit, dhe betejave se kush duhet të marrë vendime dhe se elita udhëheqëse në pushtet ka përdor 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 një vizion shumë më i gjerë i aspiratava të komunitetit se sa do të ishte bërë ndryshe pa pjesmarrjen e tyre (Reed, M. 1997).

KAPITULLI IV: Kosova dhe Resurset bazë të zhvillimit të Strategjisë të Turizmit të Qëndrueshëm

Kosova ka pozitë të volitshme gjeografike dhe disponon me resurse të rëndësishme nëntokësore, mbitokësore, humane si dhe klimë, florë dhe faunë të përshtatshme dhe të shumënduarshme. Pozita gjeografike paraqet përparësinë natyrore të saj. Kosova është vend ballkanik, mesdhetar dhe evropian. Është regjion 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. Krahasuar me sipërfaqen relativisht të vogël të Kosovës, pasuritë natyrore si "kapital latent nacional", që nuk janë mjaft të gjurmara, 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.

4.1 Hyrje

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 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

4.2 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, R. fq.319), 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 barrier natyrore, dhe duke e vënë Kosovën në funksion lidhës në brendësinë së 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 kulloso (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). Gjatësia e kufijve të Kosovës me vendet fqinje është: Me Shqipërinë (111.8 km); Me Maqedoninë (158.7 km); Me Malin e Zi (78.6 km); Me Serbinë(351.6 km) .

4.2.1 Klima dhe Temperaturat

Në Kosovë klima ndryshon gjatë katër stinëve të vitit . Dimri është me borë dhe me temperatura të ulëta. P.sh., në Prishtinë, temperatura mesatare është -20°C . Pranvera dhe vjeshta janë të freskëta dhe me reshje , kurse vera është e nxehtë dhe e thatë me temperaturë mesatare $+20^{\circ}\text{C}$.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 skijimi. Klima e veçantë mundëson kushte për skijim deri në muajin maj.

4.2.2 Hidrografia

Kosova ka një rrjet hidrografik kryesisht autokton, gjë që shpreh kufijt natyror të saj. Ekziston përputhshmëri mjaft e plotë në mes ujëmbledhësit hidrografik dhe kufijve administrativ-politik. Sipërfaqja ujëmbledhëse topografike e Kosovës është $11,645\text{ km}^2$ dhe ndaj sipërfaqes administrativo-politike është vetëm për 758 km^2 ose 6.5% më e madhe. Kosova ka një rrjet të zhvilluar të rrjedhave ujore. Lumenjtë e Kosovës të kushëtzuat 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 lumenjë, 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 kesaj 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 Nerodimes 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).

4.2.3 Flora dhe Fauna

Larmia klimatike, pedologjike dhe hidrografike, kanë ndikuar në llojlojshmërinë 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 përziere 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, luqerbulli, dhia e egër, derri i egër, ujku, sqarthe i artë, sqarthe 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, krapu, bërcaku, skobusi, siluri, gjuhca, cironka etj.

4.3 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 kahet 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 sakrificat 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 ndërprejnë investimet e filluara në turizëm dhe mirëmbajtja e objekteve turistike , madje edhe e vijave të instaluara 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 njësisve afariste në sektorin shoqëror të hotelierisë,
- 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 i 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, me qëllim të shpërnguljes sa më të madhe të shqiptarëve, në rend të parë të të rinjve shqiptarë. 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. Pjesëmarrja e ekonomisë turistike në bruto produktin vendës (BPV) aktualisht vlerësohet se është 6-7%, ndërsa në periudhën 1970-1999 ka qenë nga 1.9 deri në 2,3%. Rritja e pjesëmarrjes së ekonomisë turistike në BPV është rezultatet i rënies drastike të aktivitetit ekonomik të sektorit shoqëror dhe publik të ekonomisë, për arsye tashmë të njohura dhe për arsye të ndryshimit të ambientit makroekonomik dhe vitalitetit të madh të sektorit privat të turizmit. 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 pavolitshëm. 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).

4.4 Tregu turistik

Tregu turistik është e nevojshme të trajtohet në fushëveprimtarinë e turizmit. Strukturat organizative të tij janë bartës të marrëdhënieve turistike dhe politikave afariste. Në radhë të parë detyrë e tij është që të koordinoj të gjithë pjesëmarrësit në mënyrë që ata të përgjigjen detyrave të tyre në fushën e turizmit. Gjithnjë duhet të kemi parasysh kërkesat e turistëve ndërkombëtar por edhe të atyre vendor , në mënyrë që të jemi të angazhuar në plotësimin e kërkesave të tyre ashtu siç ata kërkojnë. Rol të rëndësishme luan edhe koncepti i marketingut i cili ndihmon në organizimin e aktiviteteve turistike në nivele të ndryshme. Tregu turistik është treg specifik i cili ndryshon nga tregu i zakonshëm.

4.4.1 Teoria e tregut turistik

Tregu nënkupton kontaktin e individëve në mes të shitësit dhe blerësit si një formë e lidhjes teknike, e cila në një hapësirë dhe në kohë të caktuar ofrojnë ose kërkojnë llojin e mallrave të caktuara dhe shërbimet me anë të parasë dhe kjo paraqet një hapësirë

ekonomike ku krijohen kushtet e kërkesave dhe të ofertës, pra edhe ky është një vend ku formohen çmimet. Lidhur më tregun turistik si treg specifik, ka definicione të shumta. Të gjitha definicionet janë të bazuara në lidhje në mes ofertës dhe kërkesave, por në të nuk dominojnë prodhimi dhe shërbimet. “Ana specifike e tregut turistik përqendrohet në faktin se specifikitetit të kërkesave dhe të ofertës, pikësëpari për arsye se prodhimi dhe shërbimet turistike takohen në vendin e vetë prodhimit”. Kjo dallon prej prodhimit të ofertës së mallrave ose të mirave, të cilat takohen në treg, jashtë vendit të prodhimit të tyre, të cilat u ofrohen blerësve. Blerësit në turizëm përkundër kësaj vijnë në vendin e prodhimit dhe të shërbimeve turistike.”(M. Gashi ,1986). Tregu turistik përcakton masën e nevojave turistike rekreative, kulturore dhe zbavitëse të cilat nuk janë elemente dhe faktorë ekonomikë. Tregu turistik i përket sektorit terciar, sepse edhe vetë turizmi i takon këtij segmenti të aktivitetit njerëzor. Në tregun turistik, lënda e kërkesave turistike nuk mund të jetë vetëm prodhimi dhe shërbimet, por elementet specifike të shërbimeve, të cilat janë cilësore në përcaktimin fizionomisë së tregut turistik, të bazuara në shkallën e atraktivitetit të faktorëve natyrorë, antropogjenë, ku është ngritur shkalla e ofertës turistike, e paraqitur më kapacitetet turistike.Për të vlerësuar ndikimin e tregut turistik gjithnjë duhet të kemi parasysh bazën e ofertës, të përqendruar në masën e elementeve atraktive, qofshin ato natyrore apo të krijuara nga njeriu, me të cilën mund të shpjegohen motivet e kërkesave turistike, që kanë për bazë rekreacionin dhe zbavitjen (argëtimin). Në mekanizmin e tregut turistik të gjitha të mirat transformohen në mallra prandaj tregu njihet vetëm kategoritë e mallrave. Në bazë të kriterëve të ndryshme tregjet ndahen në disa grupe: Në tregun lokal, rajonal, ndërkombëtar, në tregun e përgjithshëm të specializuar, në tregun e lirë dhe të dirigjuar, në tregun e organizuar dhe të paorganizuar. Lufta konkurrense ndërmjet vendeve udhëheqëse receptive në tregun

ndërkombëtar turistik kërkon mundësinë e përshtatjes së shpejtë të kushteve tregtare. Ajo mbi të gjitha e ka theksuar rëndësinë e njohjes së atyre shërbimeve turistike dhe mallrave, të cilat shfrytëzuesit e tyre më së miri dhe së pari do t' i pranojnë (N. Muhaxheri, 2005). Pavarësisht se cilat janë prodhimet dhe shërbimet e tregut turistik, secili vend apo destinacion turistik promovon prodhimin e tij për këtë treg. Tregu turistik me shumë është homogjen në bazë të kërkesave, sepse në mes turistëve nuk ka dallime të theksuara se çfarë kërkojnë. Edhe pas luftës së dytë botërore kjo ecuri e zhvillimit të tregut turistik ka vazhduar dy decaeniet. Deri në këtë kohë turistët janë orientuar me shumë për ta vizituar bregdetin sidomos ujin, zallin, diellin.

4.4.2 Elementet e tregut turistik oferta dhe kërkesa Turistike

Tregun turistik e përbëjnë një numër elementesh dhe faktorësh të cilët e përbëjnë sistemin e komponentëve turistike. Tregu turistik u përket elementeve atraktive ku duhet të ketë edhe elementet e mënyrës së sasisë dhe të cilësisë së shërbimeve si dhe elementet e çmimeve. Elementet kryesore të tregut turistik janë: Oferta dhe kërkesa. Oferta përfshin rezultatet e realizuara nga mallrat dhe jo mallrat në sektorin dhe kohën e caktuar. Oferta cilësore posedon vëllimin, llojet, cilësinë e mallrave dhe të shërbimeve, të cilat janë për këmbim në treg. Sipas llojeve të mallrave, në takohemi në tregje të specializuara; tregjet e prodhimeve bujqësore, tregjet e prodhimeve industriale, tregjet e lëndëve të para, të energjisë, tregjet e prodhimeve dhe të përpunimeve të shkallëve të ndryshme dhe të prodhimeve finale. Ndërsa tregjet e specializuara janë ato të shërbimeve si p.sh. në sektorin e shërbimeve tregtare, në sektorin e shërbimeve të transportit, të shërbimeve ndërmjetësuese, të shërbimeve zejtare, të shërbimeve të

ndryshme shoqërore, të shërbimeve turistike etj. Në përgjithësi tregjet e shërbimeve kanë lidhshmëri të madhe me vëllimin dhe zhvillimin e sektorit terciar. Kërkesa turistike është një bashkësi e shfrytëzuesve potencial për mallra dhe shërbime të shkallëve të ndryshme të finalizimit. Kërkesat përcaktojnë një bashkësi të konsumatorëve potencial tek të cilët vijnë në shprehje nevoja për mallra dhe shërbime të caktuara. Kërkesat janë relativisht të palimituara, atëherë faktori i limitit të kërkesës kërkohet në fuqinë ekonomike të shfrytëzuesit, respektivisht të mundësive të pagesave të tij. Për marrëveshjen reciproke në mes ofertës dhe kërkesës, ekzistojnë një seri e shkaqeve dhe e pasojave të tregut. Në tregun turistik prodhimet dhe shërbimet turistike arrijnë pikën e takimit dhe pëlqimit (M. Gashi, 1986). Subjektet e tregut turistik të cilët përbëhen prej prodhuesve dhe konsumatorëve, përbëjnë një anë të tregut turistik, kurse prodhimet e të mirave materiale dhe shërbimeve është ana tjetër e tregut. Shërbimet turistike, janë të lidhura me shkallën e atraktivitetit të përgjithshëm të një rajoni ose lokaliteti turistik, në të cilat shërbimet e transportit dhe hotelierisë përfaqësojnë anën specifike të tregut turistik. Roli i transportit në turizëm ka peshën e vetë dhe ky se bashku me hotelierinë e përbejnë thelbin e ofertës turistike të tregut turistik. Kërkesat turistike janë faktorë vendimtarë për rregullimin e çmimeve në treg sepse me anën e tyre shprehet vëllimi potencial i prodhimit dhe shërbimeve turistike, të cilat turistët janë në gjendje t'i blejnë në kushtet e çmimeve përkatëse. Kërkesat turistike në hapësirat e ndryshme botërore po marrin përmasa të mëdha, sa që shkalla e tyre është më e madhe se shkalla e zhvillimit ekonomik të botës. Kështu që kërkesat turistike janë elemente shumë heterogjene, të përqendruara në kushtet e krijuara jetësore ekonomike, urbane, në shkallën e rritjes së popullsisë, në kohën krijohet tradita për

udhëtime turistike, në klimën politike në botë, dhe në kushtet ekonomike të rajoneve të ndryshme të botës.

4.4.3 Tregu turistik dhe qarkullimet turistike

Tregu turistik për turizmin dhe qarkullimin turistik ushtron rëndësi të madhe. Pa treg nuk ka turizëm, e po ashtu pa turizëm nuk ka treg. Turizmi është një bashkësi e shumë elementëve ekonomike dhe joekonomike, të cilat me intensitetet e ndryshme krijojnë turizmin bashkëkohor. Rreth turizmit ndikojnë elementet e përmendura ndërsa elementet joekonomike të rrethinës turistike varen nga kushtet shoqërore dhe politike, resurset natyrore, situatë demografike, etj. Elementët ekonomike të kësaj rrethinë nënkuptojnë dy elementë të nën bashkësive :

- a) Bashkësia e elementëve që përbëjnë degët ekonomike dhe objektet si elemente të tregut turistik.
- b) Në bashkësitë e elementeve të mekanizmit të veprimit të tregut sikurse që është shitja, propaganda, promovimi etj(S. I Z. Marković,1976).

Sipas turizmit, dukuritë e turizmit kanë përafërsisht vlerë të njëjtë si funksionet ekonomike, të turizmit të cilët i konsiderojmë si mekanizëm i funksionit të tregut. Konsumi turistik me shumë rëndësi i jep funksionit ekonomik. Në raste të shumta si pasojë e funksioneve joekonomike të turizmit, kryhet edhe konsumi ekonomik dhe në bazë të tyre krijohen kushtet për zhvillimin e degëve të ndryshme ku realizohen të ardhurat. Deri me tani janë sajuar shumë funksione turistike sepse kjo është dukuri shumë funksionale. Pothuaj se nuk është e mundur të ndahen funksionet ekonomike dhe joekonomike të turizmit, sepse të dyja realizohen në aktivitet rekreative të turizmit.

Turizmi dhe aktivitetet turistike paraqiten si prodhim i zhvillimit bashkëkohor shoqëror-ekonomik. Qarkullimet turistike ende ngecin pas këtyre fenomeneve, edhe pse janë krijuar kushtet materiale dhe teknike për masivizimin e turizmit. Zhvillimi ekonomik i vendit është i lidhur me nevojat turistike.

Në këtë rolin aktiv kanë mundësitë shoqërore - ekonomike të shoqërisë për zhvillimin e turizmit. Standardi jetësor dhe të ardhurat e popullsisë paraqesin faktor ekonomik i cili ushtron ndikimin e tij në qarkullimet turistike ku ndikon në zhvillimin e degëve ekonomike turistike. Elementët e këmbimeve në tregun turistik me pak i takojnë mallrave të shitur, kurse me shumë shërbimeve turistike.

Në përgjithësi kërkesat turistike pasqyrohen në shkallën e zhvillimit të një shoqërie. Kërkesat e përgjithshme turistike dhe oferta e saj tregojnë dinamikë shumë më të madhe se prodhimi i shumë artikujve të konsumit. Kjo dinamikë i tejkalon edhe shkallën e bruto prodhimit të shoqërisë, respektivisht turizmi është qarkullues i madh i sektorit terciar. Faktorët të cilët përcaktojnë rëndësinë e turizmit në kuptimin e tregut turistik lokal, nacional ose ndërkombëtar, dimensionet e të cilit përcaktohen në përgjithësi nga vëllimi i zonës së gravitacionit të zonës kontraktive (prej nga vijnë turistët). Vlerësimi i aktiviteteve turistike në këta kufij tregojnë se është fjala për një treg lokal ose nacional turistik. Në botë ekzistojnë motive shumë të mëdha nga të cilat varet oferta, e me këtë formohen kushtet shumë më të gjëra të vlerësimit të pasurisë turistike në tregun turistik ndërkombëtar. Pasurinë e ofertës turistike kanë mundësi ta shfrytëzojnë në shkallë më të lartë, rajonet dhe lokalitetet të cilët shënojnë një qarkullim të turistëve të vendit dhe të huaj. Derisa vendet turistike me rëndësi botërore e kanë zonën shumë të madhe kontraktive ashtu edhe qarkullimet e tyre janë ndërkontinentale. Ndërsa vendet të cilat kanë zonat gravituese të ngushta, shënojnë vizita të turistëve nga

vendet fqinje. Për qarkullimet turistike nuk ekzistojnë kufi ne botë, përkitazi me shkallën ende jo të mjaftueshme të qarkullimeve turistike, dimensionet e një zone gravituese mund të lidhen edhe më rajone të largëta turistike. Vendet të cilat kanë shkallë me të lartë të atraksionit turistik, mund të llogariten si zona kontraktive dhe atraktive ndërkombëtare dhe ndërkontinentale, si vende të tilla janë të gjitha vendet rreth Mesdheut dhe vendet e Evropës Perëndimore. Kahet me të reja të zhvillimit të turizmit na tregojnë se gjithnjë e me shumë marrin pjesë edhe qarkullimet turistike të turizmit te vendit. Rritja e kërkesave për rekreacion turistik gjithnjë e më shumë ndryshon vëllimin dhe drejtimin qarkullimeve turistike. Njohja dhe promovimi i hapësirave të reja me cilësi rekreative për popullsinë urbane gjithnjë e me të madhe ne botë, përcillet më rritjen e numrit të qarkullimeve turistike rekreative. Hapësirat turistike dhe shfrytëzimi gjithnjë më i madh i kohës së lirë për rekreacion, pasqyrohet në strukturën e ofertës dhe kërkesave turistike. Gjithnjë e me shumë llogaritet se baza e zhvillimit të tregut turistik domicil (te vendit) shërben për zhvillim me të shpejtë të turizmit. Në kushtet aktuale për tregje turistike dhe dimensionet e saj, është treguar si karakteristike një disporporcion latent i elementeve në tregje turistike. Për një treg me kërkesa turistike më dinamike, bota e ofertës turistike nuk është, më të tregoj një elasticitet më të madh. Kërkesat intensive në tregjet turistike manifestohen si faktorë shtytës gjithnjë me të mëdhenj për ta rrumbullakuar ofertën turistike në degët ekonomike. Nga kjo del fakti se oferta turistike kushtëzohet tek ne ende me bazë të ngushtë të kapaciteteve komplementare turistike. Ne qoftë se turizmi shikohet ne perspektivë të disporporcionit e cila mbizotëron sot në ofertën turistike përballë kërkesave të mallrave dhe të shërbimeve turistike, mund të konstatohet se tregu turistik ndikon gjithnjë e më shumë në përfshirjen dhe ne shfrytëzimin e pasurisë dhe

potencialit turistik. Tregu turistik si rregullator i aktiviteteve prodhuese dhe shërbyes i prodhimit, tregohet gjithnjë e më shumë si faktor i arsyeshëm ekonomike për zgjerimin e kapaciteteve të operativës së përgjithshme ekonomiko-turistike(F. Reçica & B.Millaku,2011).

4.5 Kapacitetet turistike

Ne zonat turistike, aty ku ushtrohet funksioni, turistik, kapacitetet turistike paraqesin segmentet kryesore bartëse me anën e te cilave kryhen shërbimet e vendosjes, ushqimit, te pijeve, te argëtimit te turisteve te ardhur. Për këtë, hapësirat funksionale ne lokalitetet dhe rajonet turistike duhet te jene ne përpjesëtim me funksionin e shërbimeve te turizmit gjate sezoneve turistike (për banoret e përhershëm te lokalitetit ose te rajonit turistik). Hapësirat dhe objektet turistike duhet t'i plotësojnë kushtet paraprake te kërkesave turistik respektivisht ato qe kane te bëjnë me rekreacion dhe zbavitje te turisteve Shkalla e zhvillimit te bazës materiale te turizmit te një vendi shpreh shkallen e ofertës turistike dhe me këtë, kapacitetet e drejtpërdrejta ose ato indirekte kryejnë funksionin kryesor te ofertës turistike, sidomos lidhur me qarkullimet e turisteve dhe me vendosjen e tyre. Kapacitetet specifike turistike qe janë në proces te shërbimeve te transportit ose te prodhimit turistik ne zonat atraktive turistike, respektivisht ne zona destinative turistike, kryejnë funksionin më rendësi shoqërore dhe ekonomike. Vëllimi i kapaciteteve shpreh edhe vëllimin e mundësive te prodhimit dhe te shërbimeve turistike, kuptohet nëse ekziston shkalla e duhur organizative e subjekteve qe marrin pjese ne krijimin e politikave turistike. Ne këtë drejtim, edhe konceptioni i vëllimit, përpjesëtimit dhe funksionit te objekteve turistike duhet te jete ne funksion te kërkesave të rekreacionit

dhe aktiviteteve kulturore qe ushtrohen gjate vitit. Lokalitetet dhe rajonet turistike duhet t'u përgjigjën nevojave te kërkesave te mëdha qe lajmërohen sot ne turizëm për arsye te shkalles se masivizimit te qarkullimeve turistike, e cila merr përpjesëtime te rritjes permanente. Koncipimi I kapaciteteve te përgjithshme turistike për një vend, rajon ose lokalitet turistik u nënshtrohet kushteve specifike te kërkesave turistike dhe sidomos kushteve të dukurisë se sezonalitetit ne turizëm, si faktor mjaft depresiv ne shfrytëzimin racional te kapaciteteve turistike. Gjate sezoneve turistike, rrugët e qarkullimeve te turisteve si dhe vend-destinimet shpesh paraqesin hapësira dhedrejtime te krijimit te tollovive te mjeteve te trafikut dhe te njerëzve, gjë qe në mënyre negative shprehet një proces te qarkullimeve te njerëzve dhe të vendosjes se tyre ne vendet destinative. Numri i madh i njerëzve ne një njësi hapësinorë bashke me mjetet motorike ne rruge te qyteteve turistike, ne hotele, plazh, hapësira te tjera te rekreacionit ose te zbavitjeve, shkakton shpeshherë mbingarkesë ndaj turizmit sepse këto bëhen edhe si hapësira te ndotjeve të mëdha gjë qe është ne kundërshtim me turizmin. Lokalitetet turistike si hapësira specifike urbane, hasen me problemin e shfrytëzimit racional të kapaciteteve te përgjithshme komunale, me kapacitetet turistike për arsye të shkaqeve te përmendura. Lidhur me këto probleme shfaqen procese negative ne furnizimin e lokaliteteve turistike me pajisje ose mallra, sepse problemi I sezonalitetit te turizmit është imanent për te gjitha vendet turistike dhe ky tangon një sferë te gjere shoqërore dhe politike te vendeve ne fjale. Shfrytëzimi i kapaciteteve turistike paraqet problem me veçanti ne lokalitetet turistike ku puna intensive e qarkullimeve turistike (fizike dhe ekonomike) kryhet brenda zezonës turistike, kurse koha parasezonale dhe passezonale është mjaft e plotësuar ne shfrytëzimin racional te kapaciteteve turistike. Ne shume studime dhe punime te autoreve te njohur nga teoria

dhe praktika turistike shihet qe këto procese negative shkaktojnë kontradikta te mëdha shoqërore e ekonomike dhe disproporcione ne mes te kërkesave te popullsisë se vendit dhe atyre turistike, te lidhura me kohen e sezonës turistike. Zgjerimi i bazës ekonomike te shume shtresave sociale ne bote, te cilat, ne te vërtetë, marrin pjese ne qarkullimet turistike, ka shkaktuar ndryshimin e shumë vendeve në aspektin e zhvillimit ekonomik. Shërbimet me të mëdha turistive vendor dhe atyre ndërkombëtar u ofrohen në atraktivitete turistike. Ne zonat turistike, aty ku ushtrohen funksionet turistik, kapacitetet turistike paraqesin segmentet kryesore bartëse me anën e te cilave kryhen shërbimet e vendosjes, ushqimit, te pijeve, të argëtimit te turistive te ardhur. Për këtë, hapësirat funksionale ne lokalitetet dhe rajonet turistike duhet te jene në përpjesëtim me funksionin e shërbimeve te turizmit gjate sezonës turistike (për banoret e përhershëm te lokalitetit ose të rajonit turistik).

Në literature vendet turistike mund të definoohen në kuptimin e gjerë dhe në kuptimin e ngushtë. Siç e kemi theksuar edhe me parë vendet turistike në kuptimin gjerë mund të definoohen ato të cilat për turistet janë tërheqëse, të cilat vizitohen gjatë ter vitit, në përgjithësi por edhe në sezonet, te cilat më vlerat e tyre atraktive ju ofrojnë turistive gjatë qëndrimit të cilët shpenzojnë një pjesë të ardhurave të konsiderueshme të tyre. Përveç kësaj zonat turistike mund të paraqiten edhe nga definicioni i ngushtë. Sipas të cilave vendet turistike janë të gjitha ato vende pavarësisht madhësisë, apo prej sezonës të cilat janë në funksion të turistive, te cilat ndërkohë përbëjnë pjesë të popullsisë të cilët janë të interesuar për ekonominë turistike dhe sigurojnë ekzistencën e tyre po nga turizmi. Nga këto është i varur zhvillimi ekonomik i shumë vendeve. Ne to paraqitet zhvillimi i shërbimit turistik e cila është e ndërlidhur me faktorët receptiv. Ne faktorët receptiv duhet te kemi parasysh objektet materiale dhe punën personale, përkatësisht

rendësin e tyre ne zhvillimin e vendeve turistike. Ndarja e faktorëve receptiv ndikon ne mënyre direktet ne shërbimet turistike dhe paraqet baze ne zhvillimin për turizmin dhe ekonomin e atij vendi, duke përfshire edhe ata te cilët ndikojnë ne mënyre indirekte te cilët janë të lidhur me faktorët direkt. Kapacitetet turistike receptive janë :

- Objektet e vendosjes për turistet , hoteleria,
- Punëtorit hoteliere, te cilët turistëve ju ofrojnë ushqim, pije dhe argëtim,
- Objektet tregtare,
- Shërbimet komunale te komunikacionit,
- Punëtorit zejtare dhe shërbimet,
- Objektet ne shërbim te kulturës, argëtimit , sportit dhe rekreacionit,
- Veprimtarit dhe shërbimet speciale turistike.

Në faktorët indirekt receptiv bëjnë pjesë:

- Parqet, shëtitoret, rrugët bregdetare etj,
- Objektet dekorative (kërcimoret, fontanat , skulpturat etj,
- Rrugët , parkingjet publike etj,
- Ujësjellësit dhe përshtypjet te cilat do te mbesin si kujtim i vizitorit etj,
- Rrjeti i kanalizimit etj.

Kjo ndarje e faktorëve receptiv mund te pranohet nga popullsia dhe kapacitetet indirekte receptive prej te cilëve janë shume veprimtari komunale te cilët shërbejnë për popullsinë dhe zhvillimin e turizmit. Veprimtarit e ndërlidhura ne mes te faktorëve direkt dhe indirekt nuk janë te lidhura me njëra tjetrën por te gjitha ndikojnë ne zhvillimin e gjithëmbarshtëm ekonomik. Në baze te kësaj numri i madh i kapaciteteve receptive ne mënyre direkte dhe indirekte marrin pjese ne nevojat e turistëve vendor dhe atyre te jashtëm, të cilët se bashku përfshihen ne tere aktivitetin dhe shërbimet e ofertës

turistike. Te gjitha vendet turistike janë te ojrentuara qe ne mënyre sa ma cilësore të ofrojnë ofertën turistike. Ndikimi i këtyre faktorëve duke i kënaq nevojat e turisteve i plotëson edhe nevojat e popullsisë vendore .

4.5.1 Kapacitetet e drejtpërdrejta turistike dhe vetit e tyre

Kapacitetet e vendosjes dhe te ushqimit marrin pjese me se shumti në qarkullimin turistik ne vendet turistike. Vëmendje te veçanet duhet tu kushtohet objekteve te vendosjes dhe te ushqimit. Veprimtaria e cila merret më ofrimin e shërbimeve te vendosjes dhe te ushqimit quhet hoteleri. Kjo është veprimtari turistike e cila shpesh ne literaturë identifikohet edhe me turizmin. Kjo veprimtari ka rolin e saj te rëndësishëm për zhvillimin e turizmit. Megjithatë hoteleria është vetëm një veprimtari e ekonomisë turistike. Gjithë ashtu duhet te dimë se hoteleria është veprimtari e cila ofron shërbimin vendosjes, te ushqimit , te pijeve. Këto shërbime janë ne funksion te turisteve nga kjo veprimtari. Objektet hoteliere ne te cilat zhvillohen veprimtarit turistike zhvillojnë edhe aktivitete tjera me qellim te argëtimit te mysafireve, dhënien e informatave te ndryshme dhe shërbimeve te ndryshme, duke u mundësuar këmbimin valutor , shitjen e gjësendeve te ndryshme , shërbime postare , larje, hekurosje, pastrim te veshmbathjeve për mysafiret , transport të mysafireve, shërbim te parkingut dhe mirëmbajtjes se automjeteve etj. Në kohe te fundit numri i objekteve hoteliere është ne rritje e sipër te cilat gjithnjë e me shume janë ne shërbim te turizmit. Ndarja e objekteve për vendosje është e paraqitur ne mënyre te ndryshme dhe me kriteret e ndryshme . Para se gjithash mund te jete se objektet hoteliere te cilat ofrojnë shërbime te vendosjes kualifikohen si hoteleri ndërsa ato te cilat ofrojnë vetëm ushqim janë te quajtur restorante. Këto terme

kane te bëjnë me pjesën e objekteve me te rëndësishme për ushqim dhe vendosje siç janë hotelet dhe restorantet. Mandej grupimi I objekteve për vendosje mund te definohet për nga popullsia sipas periudhës kohore ne te cilën zhvillojnë aktivitetet e tyre ne mënyre te përhershme dhe ato me karakter sezonal. Rendësi me te madhe ka karakteri sezonal ne te cilën kapacitetet shfrytëzohen 4- 5 muaj ne vit. Prandaj ne shume vende bëhen përpjekje qe te zgjatet sezona turistike me qellim te shfrytëzimit të kapaciteteve për vendosje, te cilat ndikojnë ne ngritjen ekonomike te vendeve te ndryshme. Ndarja e hotelerisë mund te shikohet edhe nga aspekti komercial te cilat zhvillojnë veprimtari te ndryshme ne to. Ne këtë ndarje me e rëndësishme është ku behet fjalë për pushimoret, te cilat ne baze paraqesin objekte jo komerciale te vendosjes , te cilat janë te dedikuara për nevoja rekreative te ndërmarrjeve te ndryshme. Këto objekte mund te ofrojnë shërbime sezonale edhe grupeve te ndryshme te vizitoreve , përkatësisht turisteve vendor dhe atyre te jashtëm. Këto grupe kane një karakter me te gjere ne aspektin shoqëror dhe ekonomik, si dhe funksionin shoqëror dhe shëndetësore. Këto kane rendësi te madhe ne zhvillimin e turizmit vendore (F. Reçica & B.Millaku,2011;fq.144) .

Turizmi si aktivitet ekonomik heterogjen

Turizmi si veprimtari ekonomike është i karakterit heterogjen i cili në bazë të grupimit të autoreve të ndryshëm mund të definohet si kombinim I marrëdhënieve dhe shërbimeve të cilat i shfrytëzon turisti. Në bazë të tyre mund të rishikojmë se ai përbehet prej elementeve të ndryshme dhe fushave të veprimtarive dhe nën veprimtarive të llojllojshëm. Në vete përfshin një mori të veprimtarive ekonomike dhe jo ekonomike të cilat janë në shërbim të tij, siç janë:

Shërbimet e transportit të cilat janë: transporti automobilistik, hekurudhor, ajror, dhe ujqor. Objektet e vendosjes në të cilat bëjnë pjesë: hotelet, motelet, pansionet, komplekset turistike, ekonomitë shtëpiake etj.

Tersin tjetër e përbëjnë agjencitë turistike mandej janë edhe *ciceronet* turistik, por përfshihen edhe objektet tjera të cilat ofrojnë ushqime.

Objektet të cilat ofrojnë shitje të artikujve specifik siç janë suvenirët etj. të ngjashme .

Përfshihen prodhuesit e artikujve specifik te suvenirëve madje aktivitetet e folklorit dhe shfaqjeve.

Format e ndryshme të manifestimeve dhe organizimeve me karakter argëtues. Përfshihen një seri aktivitetesh të cilat ndahen edhe në nëntersi tjera të cilat së bashku ndërlidhen me aktivitetet ekonomike dhe karakterin e tij heterogjen për të funksionuar si një tersi e vetme. Këtu qëndron shkak dhe arsyeja se turizmi është aktivitet ekonomik i cili përbëhet prej veprimtarive si hoteleria , komunikacioni, agjencitë turistike dhe të udhëtimit, tregtia më pakicë zejet dhe veprimtarit e ndryshme vendore. Turizmi përbehet edhe nga veprimtarit jo ekonomike siç janë ato kulturore dhe artistike, aktivitetet sportive dhe rekreative, nga puna e organizatave turistike, regjionale, nacionale dhe ndërkombëtare të cilat ndikojnë në plan i cili ka ndikim direk dhe indirekt në formimin e ofertës turistike. Veprimtarit të cilat përbejnë ekonomin turistike sigurojnë nevojat të mjaftueshme për turistët vendor dhe ndërkombëtar në tersi. Turizmi nuk paraqitet si veprimtari e vetme ekonomike homogjene siç është rasti me disa degë si industria, tregtia, komunikacion, bujqësia, zëjtaria etj. Në mënyrë se nuk mund ta definojmë turizmin si veprimtari të vetme por ajo është veprimtari heterogjene. Të gjitha veçorit duhet t'i kemi parasysh gjatë zhvillimit të politikave turistike, planifikimit

të zhvillimit dhe investimeve në këtë veprimtari ekonomike me orientim që ky të jetë i zhvilluar drejt me synim të zhvillimit ekonomik të vendeve dhe regjioneve dhe me punësimin e popullsisë dhe ngritjen e standardit dhe të ardhurave nacionale në vende dhe regjione të ndryshme të botës.

Rëndësia e turizmit në punësim

Turizmi si veprimtari ekonomike përbehet prej aktiviteteve ekonomike dhe jo e ekonomike të cilat janë në shërbim të turistëve. Kjo veprimtari është e rëndësishme për popullsinë e secilit vend nga e cila paraqitet edhe angazhimi i saj në këtë sektor të cilët inkuadrohen në mënyrë të drejtpërdrejt në plotësimin e nevojave të turistëve në shërbimet siç janë hoteleria, transporti, tregtia, agjencitë turistike dhe në veprimtarit dhe aktivitetet vendore. Turizmi është veprimtari shërbyese në të cilin mund të punësohen një numër i madhe i popullsisë. Ky sektor sot në botë po merr përmasa gjithnjë më të mëdha dhe shkalla e nivelit të punësimit gjithnjë po behet një tregues i rëndësishëm i fuqisë ekonomike dhe zhvillimit të vendeve të ndryshme. Zhvillimi turizmit gjithnjë po e merr rolin dhe funksionin e tij ku si pjesë e sektorit shërbyes po shndërrohet në përmasa të një industrie më perspektiv. Sektori i turizmit është i varur nga prezenca e njeriut në të cilin është me rëndësi mikpritja e cila sot ofron pjesën të ashtuquajtur të ofertës së mirëfilltë turistike. Për më qenë cilësore është e domosdoshme pjesa e ofertës turistike e cila është në shërbim të konsumatorit ku secili ofrues duhet të ketë parasysh angazhimin dhe përgatitjen e faktorit njeri. Popullata vendore manifeston qëndrim pozitiv ndaj turistëve atëherë kjo do të jetë pozitive nga se turisti i sotëm është mjaft kureshtar dhe i interesuar për të komunikuar edhe më popullatën vendore e cila do

të pasqyrohet te këta, këtu është fjala për turist dhe mandej do të reflektohet edhe me gjerë. Është më rëndësi që popullata të ketë qëndrim pozitiv ndaj turizmit e cila dëshmon në shkallën shoqëror dhe kulturor të popullsisë për një hapësirë e cila synon zhvillimin e turizmit në mënyre që si efekt pozitiv ka edhe punësimin. Turizmi si veprimtari është më rëndësi sepse kërkon gjithnjë fuqi punëtore. Fuqia punëtore është me e pranishme në vendet të cilat janë më pak të zhvilluara ekonomikisht. Këto vende posedojnë numër më të madh të fuqisë punëtore ndërsa në realitet më pak i kanë të zhvilluara veprimtaritë turistike. Në këtë mënyrë lirisht mund të thuhet shumë vende të cilat kanë ofertën turistike të zhvilluar, mungesa e fuqisë punëtore është faktori themelor i zhvillimit të turizmit. Në vendet turistike gjithnjë paraqitet problematike mungesa e fuqisë punëtore. Në raste të tilla sot ato vende dhe zona turistike janë të orientuara në importimin e fuqisë 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 i subjektsh si pjesë e ofertës duke filluar nga shërbimet hoteliere të qarkullimit dhe tregtisë duke përfshi edhe prodhuesit e suvenireve dhe gjësendeve të ndryshme me vlerë të cilat janë të destinuara për tregun turistik. I tërë ky kompleks

veprimtarish dhe aktiviteteve hynë në shërbim të turistëve konsumator nga kuadrot e turizmit edhe popullsia vendore. Në turizëm me konkretisht duhet të qasemi tek kuadrot në hoteleri dhe në agjenci të udhëtarëve. Sipas saj në radhë të parë turizmi është i orientuar në veprimtarit hoteliere dhe në agjencitë turistike. Për zhvillimin e mirëfillte të turizmit nevojiten fuqi e mjaftueshme punëtoare. Sipas konstatimeve vijmë në dukje se vetë turizmi duhet të ketë një numër më të madh të punëtoareve në krahasim me veprimtarit tjera ekonomike (F. Reçica & B. Millaku, 2011; fq. 97).

4.6 Faktorët determinues kryesor në zhvillimin e Turizmit në Kosovë

Zhvillimi i turizmit në Kosovë është i lidhur ngushtë me faktorët determinues, të cilët ndikojnë qarkullimin turistik. Faktorët determinues kryesor përmbajnë në vetë këto elemente:

- a) Pozita Gjeografike - e Kosovës është e lidhur ngushtë me vendet fqinje sidomos me Maqedoninë dhe Malin e Zi me të cilat lidhet me rivierën e detit Egje dhe detit Adriatik. Pozita qendrore e Kosovës në gadishullin Ballkanik, paraqet përparësi dhe ndërlidhje më vendete e regjionit ne të cilat ndërtimi i rrugëve është në evoluim.
- b) Për zhvillimin e turizmit malor me te gjitha specifikat Kosova disponon me potenciale te mëdha, të cilat vetëm duhet të shfrytëzuar. Si dhe më burime të shumta termominerale.
- c) Disponon me begatit e shumta kulturore dhe historike.
- d) Është e domosdoshme shfrytëzimi i kapaciteteve receptive dhe përmirësimi i kushteve sipas standardeve turistike dhe vënia e tyre në funksion të ofertës

turistike,

e) Ne bazë të analizave dhe hulumtimeve të bëra, mundësitë, struktura në ofertën turistike dhe karakteristikat e qarkullimit turistik të Kosovës përkushtohen në zhvillimin e këtyre llojeve të turizmit:

- Turizmi Afarist,
- Turizmi Transit,
- Turizmi Dimëror,
- Turizmi Vikendit,
- Turizmi i Gjuetisë dhe Peshkimit dhe
- Turizmi shëndetësor (Balnear).

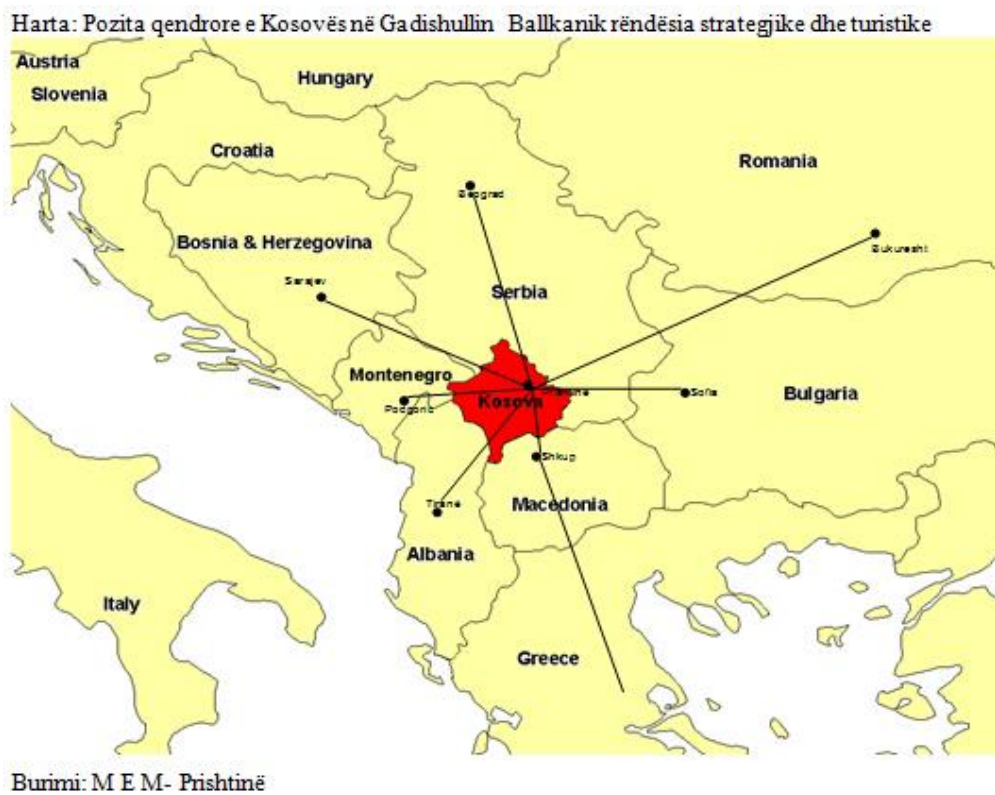
Turizmi Afarist

Është turizmi më i zhvilluar te ne. Zhvillimi i qendrave urbane: Prishtinë, Peja, Prizreni, Mitrovica, Gjakova, Gjilani, Ferizaj. Pjesa më e madhe e vizitave u bëhet këtyre qendrave të cilat janë të lidhura më mbi 70 % të vizitave të bëra nga vendasit. Turizmit të tillë duhet kushtuar kujdes të veçantë sepse shprehë vlerat e tij në kapacitete e restoranteve, të cilat për nga numri janë me të theksuara. Pjesa më e madhe e tyre janë në shërbim të ofertës turistike të cilat kanë nevojë të përmirësohen. Në perspektive me investime të theksuar do të shërbej zhvillimit të turizmit sipas standardeve turistike me vendet e regjionit.

Turizmi Transit

Ka potencialet më të rëndësishme për zhvillimin e turizmit në republikën e Kosovës, për momentin dhe zhvillimin ekonomik. Lidhshmëria e regjionit paraqet vlerë të

rëndësishme. Pozita e Kosovës ndaj qarkullimeve turistike kryesisht ato të cilat lidhin detin Adriatik, detin Egje. Drejtimi turistik i cili kalon në magjistralen e Ibrit nëpërmjet Mitrovicës dhe Prishtinës për në qytetin e Shkupit. Ku pjesa më e madhe e turistëve nuk e kanë qëllim të destinacionit Kosovën, por kalojnë për të kaluar më shpejtë në rrugët të cilat kalojnë për në Greqi dhe Turqi. Drejtimi nga Podgorica-Ivangradi- Rozhaja-Peja-Prizreni paraqet lidhje komplementare turistike të republikës së Kosovës, kryesisht me Dukagjinin verior, deri sa nuk ishte ndërtuar rruga Pejë –Rozhajë me gjatësi 36 km.



Drejtimi turistik përmes bjeshkëve të cilat e lidhin pjesën e Dukagjinit me Malin e Zi, ku nëpërmjet këtij drejtimi Mali i Zi është në lidhje me të shkurtra më Dukagjinin, deri sa të ndërtohet rruga Plavë-Deçan dhe mos eksplotimi i territorit të Dukagjinit dhe shfrytëzimi i tyre për turizmin transit. Turizmi transit në Republikën e Kosovës do të kompletohet me hapjen e rrugëve me Shqipërinë e sidomos ndërtimi i autostradës Mendare-Durrës. Atëherë do të hapen dy drejtime turistike të cilat do të lidhin rivierën e

Adriatikut dhe të Egjeut. Drejtimi Tivar-Shkodër-Tiranë- Manastire-Selanik I cili ka aktivitete të shumta i cili kalon nëpër rivierën e Adriatikut nëpërmjet Shqipërisë, liqenit të Ohrit dhe të Prespës si dhe shumë motive atraktive hidrografike të Maqedonisë e cila rrezikon qarkullimin transit të Republikës së Kosovës. Për kalim më të shpejtë për në detin Mesdhe i cili është me rëndësi të pjesshme i cili e lidhë Beogradin me Shkupin dhe Selanikun i cili ndërlidhetme lindjen e Kosovës si Mitrovicën, Prishtinën dhe Ferizajn(M.Kerni &M.Gashi,1971)

Turizmi Dimëror

Kosova disponon me potenciale të mëdha dhe mundësi për zhvillimin e këtij lloji të turizmit në pjesën e maleve të Sharrit dhe Alpeve Shqiptare. Këto pjesë disponojnë me mundësi të mëdha të terreneve për skijim. Janë formuar qendrat e rëndësishme për skijim si në Brezovicë, e cila është njëra prej qendrave me të njohura dimërore dhe sportive në malet e Sharrit, e cila që nga viti 1975 kishte në funksion 1500 shtretër. Në Brezovicë më mundësitë e zhvillimit të turizmit lejojnë që të ngritën kapacitetet për 3000 shtretër. Kështu Brezovica tani disponon me rrugën e cila e plotëson infrastrukturën e nevojshme, që do të pasojë me ngritjen e numrit të kapaciteteve dhe në këtë mënyrë, potencialet turistike do të bënin Brezovicën qendër me rëndësi sportive e dimërore të Republikës së Kosovës por edhe më gjerë në regjion. Sipas analizave të bëra në planin regjional të Kosovës ishte parashikuar që tregu turistik i Brezovicës kryesisht të bazohet në klientelën vendore, e sidomos në kategoritë e rinisë dhe të mysafireve tjerë.

Tabela 3. Pjese nga Alpet Shiptare

Qendrat kryesore të maleve	Nr. Skiatorëve	Kap. tërësishëm i qendrave
Maja e Rusolisë	19.250	40.000
Maja e Kurvalës	11.250	22.000
Bjeshkët e Belegut	7.550	15.000
Koprivniku	6.620	11.000
Rrasa Zogut	5.150	10.000
Starzc	4.150	8.000
Maja e Strellcit	3.855	7.000
Hala	3.780	7.000
Maja e Leqinatit	2.760	5.000
Maja e Moknës	2.030	4.000
Gjithsej	65.393	129.000

Burimi: Studimet e bëra nga OECD-ea

Në pjesët e Alpeve Shqiptare siç u theksua edhe me parë, potencialet e terreneve të skijimit janë të mëdha, e cila do të hapëte kapacitetin e ndërtimit të infrastrukturës me kapacitet deri 10.000 shtretër. Terrenet e skijimit kanë mundësitë me të mëdha për sportet dimërore, e cila do tu korrespondonte kushteve ofertuese për turizmin e madhe Evropianë. Bjeshkët e Deçanit dhe të Pejës që nga Gjakova në jug e deri të Maja e Rusolisë në veri , për nga kushtet natyrore, mundësojnë ndërtim më të madh të kapaciteteve turistik për sportet dimërore në vend (IBT. Trebovlje, 1970).

Tabela 4. Pjesa nga malet e Sharrit

Qendrat kryesore të maleve	Numri i skiatorëve	Kapaciteti I tërësishëm I qendrave
Bistrica-Prevallë	13.780	27.000
Brezovica	7.575	15.000
Brodi	7.100	14.000
Radeshi	5.150	10.000
Lubinja	4.750	9.000
Brodosavci	4.720	9.000
Restelica	4.620	9.000
Shtërpca	3.920	8.000
Oshlaku	3.190	6.000
Kara Nikolla	3.180	6.000
Gjithsejt	57.985	113.000

Burimi: Studimet e bëra nga OECD-ea

Studimet e bëra nga OECD-ea (ACAU- Atelier Cooperativ d'Arahitecture et d'Urbanizme,Gjenevë) mbi kushtet natyrore për mundësitë e zhvillimit të turizmit kanë treguar se në Kosovë mund të ndërtohen 20 qendra të turizmit dimëror-sportiv. Zhvillimi i të gjitha llojeve të turizmit është i kushtëzuar nga pozita transite e Kosovës, pozitë në mes Adriatikut jugor, detit Egje dhe regjioneve emetive të Evropës dhe ish-Jugosllavisë. Rëndësia e këtij turizmi është mjaft e madhe për Kosovën, ku nevojitet zhvillimi i infrastrukturës turistike, që do të jetë në shërbim të ofertës turistike. Perspektiva e zhvillimit është e madhe(B.Millaku,2008).

Zhvillimi i të gjitha llojeve të turizmit është i kushtëzuar nga pozita transite e Kosovës, pozitë në mes Adriatikut jugor, detit Egje dhe regjioneve emetive të Evropës dhe ish Jugosllavisë. Rëndësia e këtij turizmi është mjaftë e madhe për Kosovën, ku vetëm nevojitet zhvillimi i infrastrukturës turistike ku ajo do të jetë në shërbim të ofertës turistike. Perspektiva zhvillimit te tije është e madhe.

Turizmi Vikendit

Hynë në radhën e turizmit dytësor, i cili është në lidhje të drejtpërdrejtë me zhvillimin ekonomik të Kosovës, standardin jetësor të popullsisë në kontekst me shkallën e urbanizmit te vendit. Ky lloj turizmi për momentin është i kufizuar në klientelën vendore të republikës së Kosovës. Republika e Kosovës disponon me potencial të konsiderueshme për zhvillimin e turizmit vikendit duke i përfshirë potencialet në disponim si; vendet balneare, Deçanin, malet e Sharrit, Gërminë, Liqenin e Bakllavës, Shalën e Bajgores, Burimin e Drinit të Bardhë, Liqenin Gazivodës etj. Të gjitha

potencialet e lartpërmendura në perspektivë paraqesin qëndron e turizmit shëndetësorë për popullsinë e qyteteve të Kosovës, të cilët kanë nevojë për çlodhje dhe rekreacion.

Turizmi i Gjuetisë dhe i Peshkimit

Republika Kosovës disponon më kushte ideale për zhvillimin e këtij lloj turizmi. Rezervatet e gjuetisë përbëjnë 107,300 ha në të cilat jetojnë lloje të ndryshme të kafshëve dhe të shpezëve të egra. Turizmi i gjuetisë për nga efekti është mjaft rentabël për përfitime në efektet devizore, ku çmimi për gjuajtjen e kafshëve të egra është mjaftë fitimprurës.

Turizmi shëndetësor

Është në lidhshmëri me vendet klimatike si dhe më ujërat termominerale. Në malet e larta e sidomos në Sharr e Brezovicë, po ashtu edhe në Deçan, në lartësinë mbidetare 600-1200 metra, ekzistojnë kushte ideale medicinale të lartësisë, të cilat janë të përshtatshme për zhvillimin e turizmit, ndërtimin e objekteve turistike, që janë të nevojshme për zhvillimin e turizmit stacionar. Ndërtimi i këtyre objekteve do të ndikojë në zgjatjen e sezonit turistik në Malet e Sharrit. Nevojat e popullsisë vendore për pushim, rekreacion dhe qëndrim në ajër të pastër janë bërë të domosdoshme. Largimi nga qendrat urbane dhe nevojat për pushim tani janë domosdoshmëri. Kështu ky lloj turizmi dita e ditës po i merr përmasat e duhura të zhvillimit.

Vendet balneare

Në territorin e Kosovës përbëjnë pjesën më të rëndësishme të resurseve turistike. Banjat më të njohura janë: Banja e Pejës-Ilixhja, Banja e Kllokotit dhe Banja afër Mitrovicës. Turizmi balnear në Kosovë ende nuk është i zhvilluar sa duhet. Kosova ka në disponim 55 burime termominerale, të cilat ende nuk shfrytëzohen në mënyrë racionale dhe shfrytëzimi i tyre do të ndikonte në përfitimet ekonomike për popullsinë vendore . Banjat më shumë në Kosovë shfrytëzohen për kurim, që më tepër e kanë efektin e qendrave shëndetësore dhe sociale (fatkeqësisht kjo është e kufizuar vetëm në efektet shëndetësore dhe terapeutikë). Këtu duhet të ekzistojë edhe plotësimi i ofertës turistike, në mënyrë që banjat të jenë edhe qendra atraktive si: për rekreacion, pushim dhe aktivitete tjera turistike të rëndësishme, siç janë banjat e vendeve të regjionit dhe vendeve evropiane, të cilat kanë të zhvilluar standardet turistike. Potencialet për zhvillimin e turizmit balnear janë të rëndësishme për zhvillimin e turizmit regjional, por vizitorët nga vendet fqinje dhe viset etnike shqiptare duhet të vijnë në banjat e Kosovës. Turizmi balnear sipas trendeve të zhvillimit duhet të arrijë vlerën e 30 për qind të vlerës së përgjithshme të konsumit turistik të Kosovës. Turizmi balnear me infrastrukturën e tij paraqet vlerë të rëndësishme për zhvillimin ekonomik të Kosovës në perspective (B.Millaku,2008)

4.7 Potencialet Turistike në Republikën e Kosovës si faktor të ofertës

Fizionomia e elementeve tërheqës të Kosovës udhëzon qartë në rajonet malore, drejtimit 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 pranimit, 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
 - Hapësinor i zhvillimit të qarkullimit dinamik (qendrat kryesore: Prishtina, Prizreni dhe Peja).
2. **Niveli i dytë** – oferta turistike Kosovare me rëndësi dhe një rreth I ngusht 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), Klllokoti (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 pranimit 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 . Vet 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 se 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 biogjeografike 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 tërsinë 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 Bisticës 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, dhe
- Të turizmit stacionar , sidomos në sezonin primar (veror dhe sezonin sekondare 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 ekskursione 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 pritet 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).

4.8 Aspektet Ekologjike

Uji është kusht elementar jetësor për çdo lokalitet, regjion dhe shtet. Prej tij varët bimësia, jeta e shtazëve dhe jeta e njerëzve. Kosova ka rrjetë relativisht të pasur

lumore, në veçanti në pjesët periferike malore. Lumenjtë malor sidomos në Malet e Sharrit kanë sasi të mjaftueshme të ujit gjatë gjithë vitit, po ashtu kanë edhe rënie të madhe. Në këto kushte duhet orientuar shfrytëzimin e tyre në prodhimin e hidroenergjisë. Me ndërtimin e hidrocentraleve në Kosovë kishte me u arritur efekti i shumëfishtë: kishte me u ulur kostoja e prodhimit të energjisë nga një potencial që ripërtërihet nga natyra, kishte me u ulur shkalla e ndotjeve të vazhdueshme nga termoelektranat e Kosovës, d.m.th. kishte me u ruajtur ambienti e në veçanti i lokaliteteve rreth termoelektraneve dhe kishte me u zbutë konsumimi i rezervave të qymyrit.

Në bazë të parametrave natyror hidrik , resurset ujore të Kosovës janë relativisht të mira, ende janë në gjendje të mirë fizike dhe ekologjike, qasja në shfrytëzimin e tyre ende ka qëndrueshmëri mjedisore. Në deceniet e fundit , në veçanti në regjionin e basenit të Kosovës është paraqitur problemi i ndotjes së ujërave. Në decenien e fundit për shkaqet e njohura politike ka stagnuar industria e cila është reflektuar pozitivisht në përmirësimin e cilësisë së rrjedhjeve lumore.

Pjesa dërmuese e masës ujore nëpër lumenjtë e Kosovës rrjedh gjatë periudhës së ftoftë të vitit, kur nevojat janë më të vogla, fenomen që ka për rrjedhojë, kufizimin e shfrytëzimit racional të resurseve ujore. Rreth barazimit të regjimit të pavolitshëm hidrik vjetor është bërë një zbutje e lehtë, me ngritjen e disa digave mbi të cilat janë krijuar liqenet artificialë me kapacitet akumulues rreth 550 milionë m³ ujë. Rreth shfrytëzimit të ujërave në Kosovë ende mungon sistemi informativ i GIS- it, prandaj do t'u referohemi të dhënave të Hidroekonomisë së Kosovës të vitit 1978. Sipas tyre, konsumi i përgjithshëm I ujit nga ujësjellësit publik në vitin 1985 ka qenë 75,5 milionë m³ apo 2,39 m³/ s. Konsumi i ujit për pije po këtë vit ka qenë 50 – 100 litër/

banorë/ditë. Industria ka shpenzuar rreth 149,9 milionë m³ ose 4,75 m³ /s. Hargjues më të mëdhenj të ujit janë KEK- u dhe Trepça, njëherë këta janë edhe ndotësit më të mëdhenj jo vetëm të ujit, por edhe të ajrit dhe të tokës. Bujqësia vazhdon të jetë shfrytëzuesi më i madh i ujit, në veçanti në fushat e Dukagjinit ku ujitja e tokave është traditë e lashtë. Ujitja e tokës deri vonë është bërë thjesht më këtharje të ujit (me rënie të lirë). Nga viti 1954 në Kosovë kanë filluar të ngritën sistemet bashkëkohore ujitëse. Aktualisht nën këto sisteme janë rreth 80 000 ha të tokave bujqësore, që janë larg nevojave sepse potenciali i tokave që mund të hyjnë në sisteme ujitëse është rreth 285 485 ha. Për ujitjen e një hektari të tokës, me norma mesatare ujitëse, nevojitet rreth 4370 m³ ujë, prandaj potenciali i tërësishëm i tokave të Kosovës do të kërkonte rreth 1 173 300 000 m³ apo 30 % të resurseve ujore Kosovare.

Në bazë të trendëve zhvillimore , vlerësohet se deri në vitin 2015, afro gjysma e popullsisë botërore (mbi 3 miliardë banorë) do të jetojnë në vendet me “water stressed”, vende që do të kanë më pak se 1 700 m³ ujë/ banorë/vit. Aktualisht Kosova ka rreth 1800 m³ ujë/banorë/vit dhe gjendet në kufirin e vendeve potenciale me mungesë të ujit, prandaj qysh tani ka filluar të trokas në dyert e kategorive të vendeve “water stressed”, ku resurset ujore nuk do mjaftojnë për një furnizim të përgjithshëm normal me ujë. Në vazhdim disa shembuj nga vendet fqinjë: Shqipëria në këtë drejtim qëndron shumë më mirë, ajo ka rreth 5663 m³ ujë/banorë/vit, që kjo vlerë është për 3 herë më e lartë se sa në Kosovë. Përafërsisht sikur Kosova qëndrojnë edhe Bullgaria me 2 032 dhe Greqia me 2075 litër/banorë/vit. Në gjendje të mirë janë Maqedonia me 3548 dhe Italia me 3242 litër/banorë/vit. Hungaria është vendi më i kërcënuar më rreth 560 litër/banorë/vit. (burimi: Economic, Commission for Europe Committee on Water Problems).

Problem më i madh dhe më i vështirë për tu eliminuar është ai i ndotjes së vazhdueshme të ujërave në Kosovë. Ndotja u kanoset ujërave sipërfaqësore të Kosovës, përveç atyre malor. Deri sa në botën e zhvilluar merren masa të nevojshme për ta parandaluar ndotjen e ujit dhe të ambientit në përgjithësi, realiteti kosovar është krejt tjetër. Në asnjë objekt industrial apo vendbanim urban kosovar nuk ka stabilimente për pastrimin e ujërave të ndotur. Edhe rregullimi i kanalizimeve që bartin ujerat e ndotur nga vendbanimet nuk është i përkryer, sepse shumica e tyre drejtpërsëdrejti pa u pastruar derdhen në rrjedhjet lumore më të afërta. Rasti më drastik, ku shkalla e ndotjes ka kaluar çdo limit është të lumi Sitnica, e cila renditet në shkallën e katërt të ndotjes. Ujërat e Sitnicës jo që nuk janë të përdorshëm por janë edhe të rrezikshëm. Në Sitnicë derdhen ujërat e Fabrikës së Vajit dhe Fabrikës së Tubave të Ferizajt, të fabrikës së Coca Collës së Lypjanit, të Minierës së Magnezitit të Goleshit, të fermës së derrave të Radevës, të termoelektranave të Obiliqit, të vendbanimeve të Prishtinës, Fushëkosovës, Kastriotit e Vushtrrisë dhe të industrisë kimike në Mitrovicë. Problem tjetër është edhe shfrytëzimi joracional dhe i pa planifikuar i rërës dhe zhavorrit në shtratin e lumenjve, i cili po ndikon edhe në ndryshimin e shtratit të tyre dhe në ndryshimin e regjimit të ujërave nëntokësore (Meleqi, H.2008).

4.8.1 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 5. 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

4.9 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 6. Zona dhe objektet e mbrojtura në territorin e Parkut

Zona/objekti	Sipërfaqja në ha	Viti i vënies në 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 heildreichii)	Rezervat bimor
Gubavci	38	1959	Rëndësi botanike, jeton lloji endemorelikt boshtra (Forsythia europeae)	Rezervat bimor
Gryka e Rugovës	4301	1988	Rëndësi gjologjike, 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 kishtare 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 shenjtorëve, 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".



Foto 1. Patriarkana e Pejës

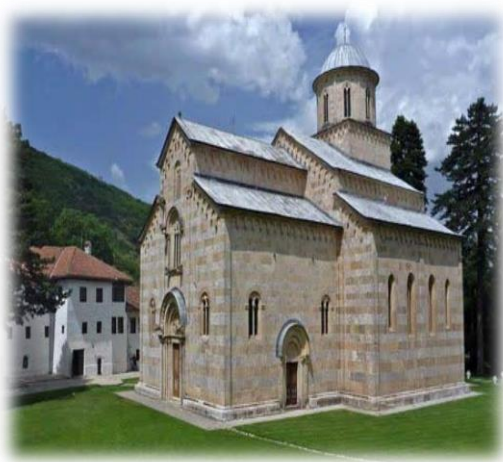


Foto 2. Manastiri i Deçanit

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.



Foto 3. Kulla e Mazrekajve, Dranoc



Foto 4. 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 karakteristike te veshjet e meshkujve, ndërsa tek gjinia femërore dominon edhe ngjyra e kuqe.



Foto 5. 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 mjalit"; 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.



Foto 6. 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 geomorfologjike 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.

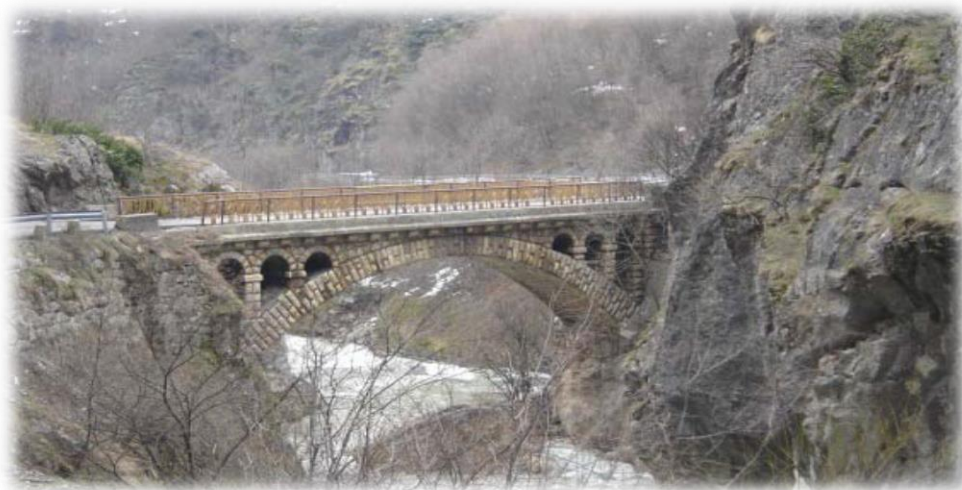


Foto 7. Gryka e Rugoves

4.9.1 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 Strelcit, Hajla, Maja e Liqenatit, Maja e Moknes.

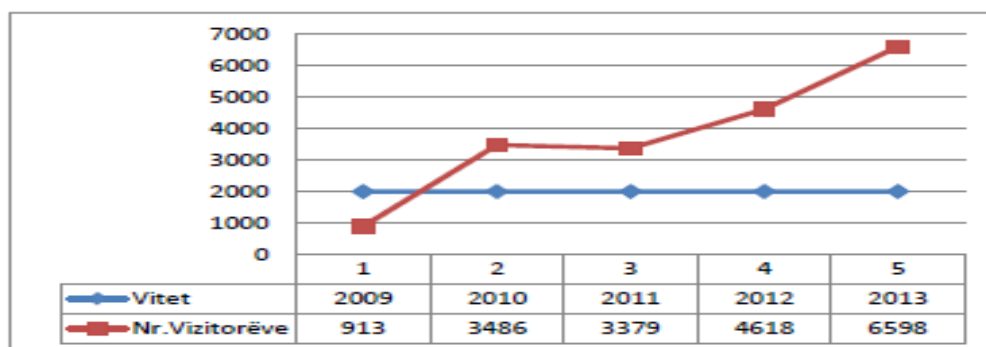
Alpinizmi – Alpinizmi zhvillohet në masivin shkëmbor, në regjionin e dytë të Bjeshkëve të Nemuna, maja e Gjeravicës, Boriq, Maja e Ropsit, Maja e Rusolisë,

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 arrin 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).

Grafiku 1. Numri i turistëve të informuar në zyrën për turizëm

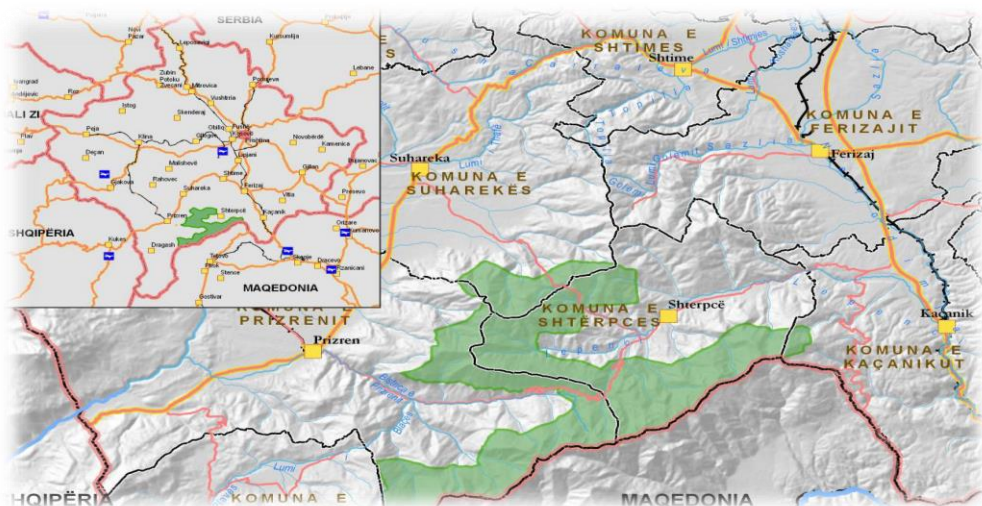


Burimi: Zyra e informimit në Pejë

4.10 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.

Hartë 2. Pozita e parkut SHARR

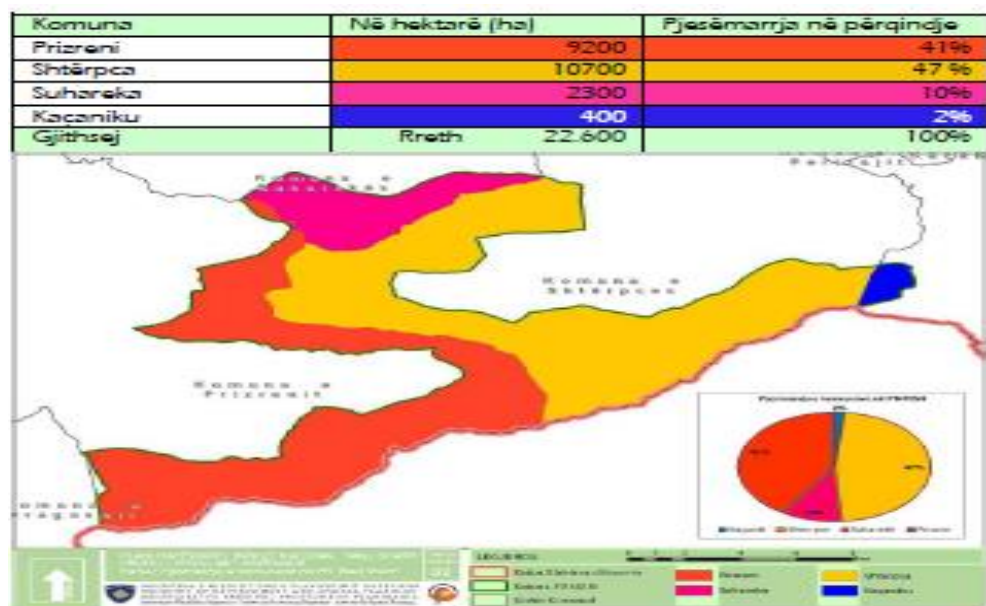


Burimi: MMPH/AMMK – Instituti për Planifikim Hapësinor

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) Shtërpçës me 47 % (ose rreth 10700 ha), 3) Suharekës me 10 % (ose 2300 ha) dhe 4) Kaçanikut me 2 % (ose 400 ha).

Harta 3. 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 shkrepa 1.4 %.

4.10.1 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, Ferizaj, 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 Shtërpçës. 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.

Hartë 4. Shtirja e shtigjeve në Qendrën e skijimit në Brezovicë

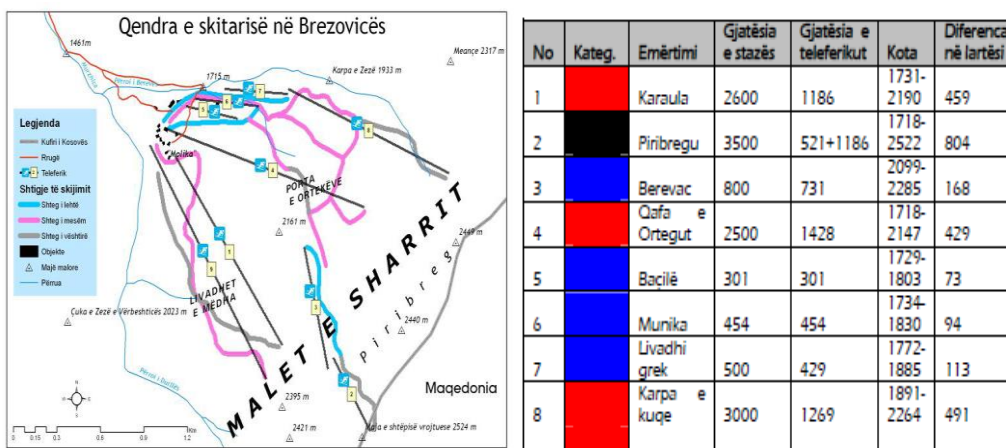


Tabela 7. Shtigjet e skijimit në Brezovicë

Bukuritë natyrore, vejetacioni 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).



Foto 8. Brezovica në dimër

4.11 Ecuria dhe karakteristikat e ndërmarrjeve në Kosovë

Rëndësia e zhvillimit të ndërmarrjeve për akomodim dhe aktivitete të shërbimeve më 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.

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 8. Numri i ndërmarrjeve të reja dhe të reregjistruara sipas tremujorëve dhe sektorëve të aktiviteteve ekonomike

		Seksionet e aktiviteteve ekonomike																		
		Bujqësi, pylltari dhe peshkataria	Xehetari dhe gurëthyes	Prodhim	Furnizim me energji elektrike, gaz avull dhe ajër të kondicionuar	Furnizim me ujë, kanalizim, menaxhim mbeturinash dhe aktivitete revitalizimi të ndërtimeve	Tregti me shumicë dhe pakicë, riparim i mjeteve motorike, motoçikleta ve	Transport dhe ruajtje	Akomodim dhe aktivitete të shërbimeve me ushqim	Informacion dhe komunikim	Aktivitete financiare dhe sigurimit	Aktivitete të patundshmërisë	Aktivitete profesionale, shkencore dhe teknike	Aktivitete administrative dhe mbështetëse	Administratë publike dhe mbrojtje: sigurim social i detyrueshëm	Arsim	Shëndësi njerszore dhe aktivitete të punës sociale	Art, zbavitje dhe rekreacion	Aktivitete 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 më 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 9. 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	Ortakëria e përgjithshme	Ortakëri e kufizuar	Shoqëri me përgjegjësi të kufizuar	Shoqëri aksionare	Kompani e huaj	Ndërmarrje shoqërore	Ndërmarrje publike	Kooperativa Bujqësore	Ndërmarrje tjera nën juridiksion të AKM
Gjithsej	9.405	7.169	83	1	2054	25	67	1	1	4	-
A Bujqësi, pylltari dhe peshkatari	674	581	5	-	85	1	-	-	-	2	-
B Xehetari dhe gurëthyes	32	7	-	-	24	-	1	-	-	-	-
C Prodhim	978	748	6	1	216	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, motoçikletave	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 Aktivitete financiare dhe sigurimit	42	12	-	-	17	9	4	-	-	-	-
L Aktivitete të patundshmërisë	59	32	1	-	25	-	-	-	1	-	-
M Aktivitete profesionale, shkencore dhe teknike	571	314	8	-	237	4	8	-	-	-	-
N Aktivitete administrative dhe mbështetëse	254	154	6	-	89	1	3	-	-	1	-
O Administratë publike dhe mbrojtje	42	13	-	-	26	-	3	-	-	-	-
P Arsimit	90	67	-	-	22	-	1	-	-	-	-
Q Shëndetësi njerëzore dhe aktivitete të punës sociale	172	141	2	-	25	-	4	-	-	-	-
R Art, zbavitje dhe rekreacion	253	229	3	-	20	1	-	-	-	-	-
S Aktivitete 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. 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 aktivitetet të shërbimeve më ushqim kjo do të thotë se do të kemi një ndikim direkt të turizmit në punësimin popullatës, shihet se në këtë rast ekonomia turistike absorbon numër relativisht të madh të popullatës së papunë.

Tabela 10. *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	Aktivitete 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 më 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.

4.11.1 Qarkullimet turistike në Kosovë

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 nxit zhvillimin e transportit, hotelerisë, 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,M. 1986).

Tabela 11. 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 nje 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 regional

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 regional 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 ,N.2008).

Tabela 12. Numri i vizitorëve dhe netët e qëndrimit të tyre në nivel regional 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 Gjilan	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 , sai pëket numrit të vizitorëve dhe netëve të qëndrimit të tyre në nivel regional ku përfshihen shtatë regjione, po vërejet 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 13. *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	Slovenia	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 shohim 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 vërejt një ecuri të ritjes së numrit të tyre . Gjatë periudhës nga viti 2008-2010, shohim se më shumë numër kemi pasur vizitor nga Shqipëria në vitin 2008 ishin 3.213 vizitor dhe numri i netëve të qëndrimit të tyre ishte 3.311, më tej nga SHBA-të ishin 2.450 vizitor dhe numri i netëve të qëndrimit të tyre ishte 5.593, më tej 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 ,më tej Gjermania, Italia 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: Procesi i hulumtimit

Metodat e përdorura në hulumtim kualitativ janë të orientuara drejt eksplorimit dhe zbulimit. Nëpërmjet përdorimit të metodave kualitative, 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 sasiore. Një pasqyrë me e qartë është ndërtuar nga perceptimet e palëve të interesuara dhe çështjet që e rrethojnë zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm siq janë; Vlerat e lidhura me turizmin e Kosovës, niveli dhe mjetet e komunikimit të palëve të interesuara me njëri -tjetrin. Kjo pasqyrë e krijuar mundëson hulumtimin, objektivat kërkimore që duhet të plotësohen. Në këtë mënyrë metodat e përdorura në hulumtim kualitativ janë të orientuara drejt eksplorimit dhe zbulimit. (Patton, 1990).

Pjesa në vijim diskuton metodat e përdorura në hulumtim që 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 te synuar

Procedurat e mostrimit të punuara në këtë hulumtim i përfshirë marrjen e mostrave të qëllimshëm, një proces që është në përputhje me modelin interpretues. Marrjen e qëllimshme e mostrave sipas Patton , lejon marrje të informacioneve të pasura për të zgjedhur nga të cilat hulumtime mund të mësojm në lidhje me çështjen qëndrore 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 aketuarit 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 aktivitet turistike, ose të kanë ndikimin e mundshëm në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë.

1.Specifikimi i subjekteve të kërkimit

Pesë 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, restorantet , bujtinat etj.
- *Agjensitë qeveritare* që kanë juridiksion mbi menaxhimin e aktiviteteve të lidhura direkt me panifikimi e turizmit në Kosovë. Këtu përfshihen agjencitë qeveritare si ministritë e ndryshme, drejtorate lokale dhe shtetërore etj.

- *Agjensitë joqeveritare* që kanë interesa me ekologjinë, trashëgiminë kulturore dhe me aspekteve tjera të jetës sociale në Kosovë.
- *Komunitetit lokal* të cilët në të shumten e rasteve janë banor resident 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 se strategjisë së turizmit të qëndrueshëm në Kosovë.

2.Mjetet

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 strategjije 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 pyetësori 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 në studim,

të tillë si:

- **Pyetësor për operatorët ekonomik të turizmit**
- **Pyetësor për agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale**
- **Pyetësor për komunitetit local**
- **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, në jemi drejtuar nga argumentet teorike dhe praktikat me të mira, në çështje të tilla si: gjatësia e pyetesorit, përshtatshmëria e pyetjeve individuale për të analizuar çështjet përkatëse ne zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Kosovë, dhe elemente të tjerë teknike mbi pyetësorin. Pyetësor janë të strukturuar, zgjedhja e pyetjeve, për t'iu drejtuar të intervistuarit, ka një rregull të mirëpërcaktuar dhe të paracaktuar që në fillim. Në këtë tip interviste, shkalla e lirisë e intervistuesit 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 intervistës, dhe duhet të shmangë çdo lloj ndërlikimi. Pytesorët 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 intervistuarit 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 formuluar keq në pyetësor, mund të çojnë në përgjigje të gabuara ose në mungesë përgjigjesh.

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 caktuar 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 per popullatën e vrojtuar:

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

- Turistët

Përsa i përket Operatorëve ekonomik të turizmit kampioni do të formohej prej një numri të arsyetuar dhe konkretisht 160 biznese të anketuara.

Përsa i përket Agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale ,kampioni do të formohej prej një numri të arsyetuar dhe konkretisht 35 gjithesejtë, ku 20 pyetësor janë shpëndare nëpër komuna të Kosovës,5 pyetësor janë shpëndarë në ministri dhe 10 pyetësor janë shpërndarë në organizata joqeveritare .

Përsa i përket Banorëve lokal, kampioni do të formohej prej një numri të arsyetuar dhe konkretisht 382 banorë të anketuara .

Përsa i përket Turistët ,kampioni do të formohej prej një numri të arsyetuar dhe konkretisht 378 turistë.

Plani i zbatimit dhe rezultati i vlerësimit

U përdorën të gjithë pyetësorët e formuluar për të mbledhur të dhënat nga intervistuesit.

Të dhënat pas grumbullimit u përpunuan në programin SPSS. Ku është përdorur analiza e regresionit linear dhe krostabulime si dhe teste të tjera si (testi **t** , testi statistikor **F**, analiza e variacionit ANOVA dhe regresioni i shumëfishtë) për testimin e hipotezat dhe pyetjet kërkimore për të përgatitur tërësinë e informacionit.

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 .Përpilimin 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.

Analizimi i të dhënave dhe prezantimi i gjetjeve

Në këtë kapitull jemi përpjekur të ofrojm 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 pyetësorve 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.

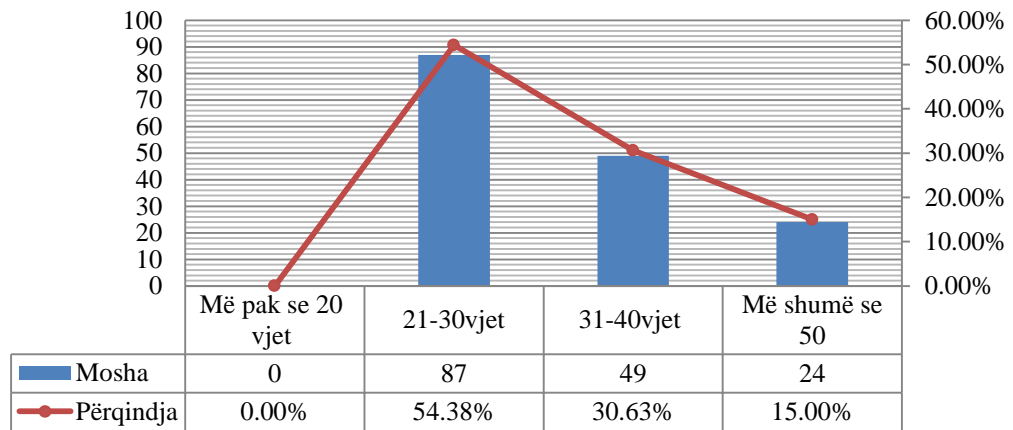
Këta pyetsor të strukturuar janë zhvilluar me një numër të caktuar të akterëve dhe te palëve të interesit duke përfshirë operatorët e turizmit, të personelit të agjensive dhe organeve qeveritare si ato qëndrore ashtu edhe lokale, organizatat jo-qeveritare, akterëve dhe grupeve te komunitetit, e po ashtu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

Analizimi i të dhënave prej Operatorëve ekonomik / Ofruesit e shërbimeve turistike

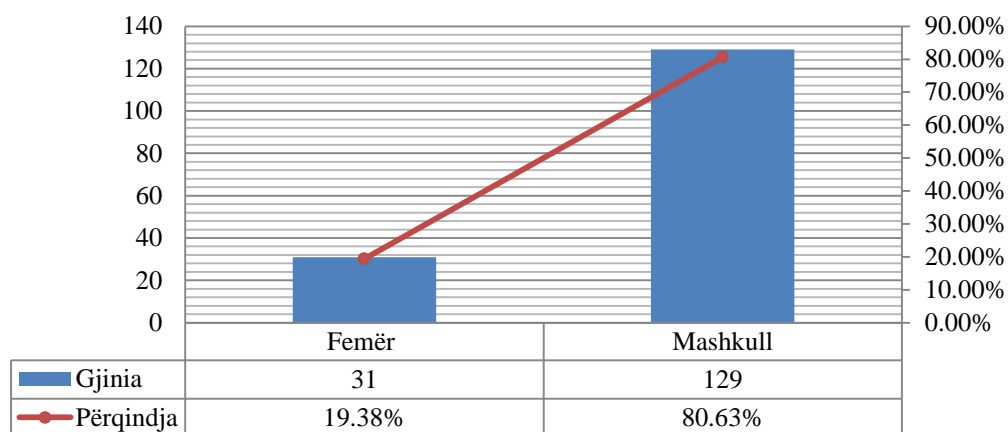
Nga aktorët të turizmit respektivisht ofruesit e produkteve turistike janë përzgjedhur 160 biznese për shkak të lidhjes së tyre të drejtpërdrejtë apo të tërthortë në vendin e zgjedhur kërkimor respektivisht në tërë Kosovën dhe posaqërisht në zonat me rëndësi të veçantë për zhvillimin e turizmit siq janë: zona a 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 vendosura 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 turistikë 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 turistikë. 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 .

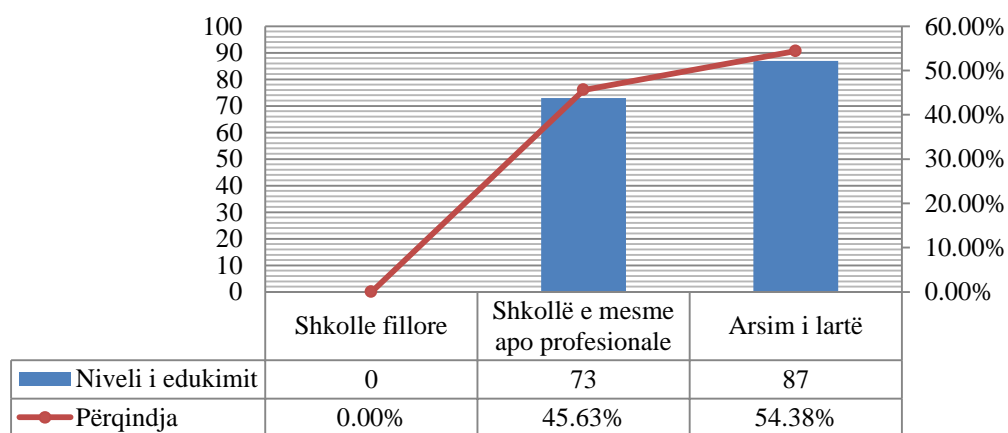
Prezantimi i gjetjeve prej intervistave të operatorëve ekonomik / ofruesit e shërbimeve turistike



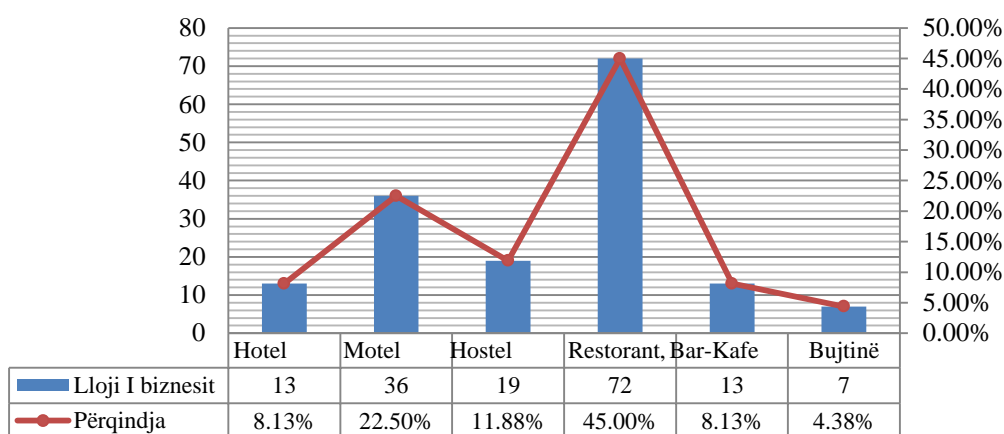
Moshë e ofruesve të shërbimeve turistike të bizneseve hoteliere është element i rëndësishëm për të analizuar zhvillimin e bizneseve hoteliere. Në grafikun nr.1 paraqiten të dhënat për moshën e të anketuarve të cilët drejtojnë me biznese hoteliere .Ku nga gjithsejtë 160 biznese të anketuara nxjerrim një 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.



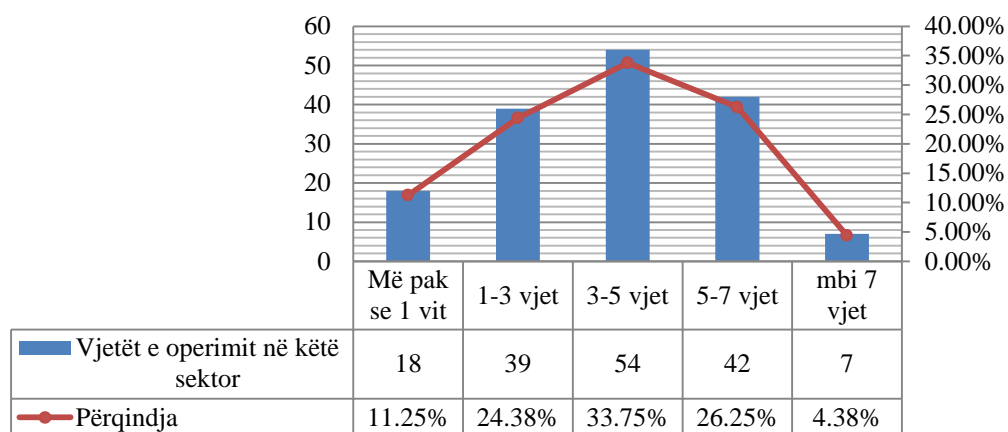
Struktura gjinore e drejtuesve të bizneseve hoteliere është element i rëndësishëm në analizën dhe përcjelljen e aktiviteteve të bizneseve. Edhe pse në vendin tonë pjesëmarrja e femrave në menaxhimin apo drejtim të bizneseve hoteliere është e vogël, mirëpo viteve të fundit shihet një ngritje e pjesëmarrjes së femrave në procesin e menaxhimit. Në grafikun nr. 2 paraqiten të dhënat për gjinin e ofruesve të shërbimeve turistike të anketuar të cilët drejtojnë me biznese hoteliere . Ku nga gjithsejtë 160 biznese të anketuara nxjerrim një analizë të gjinis 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.



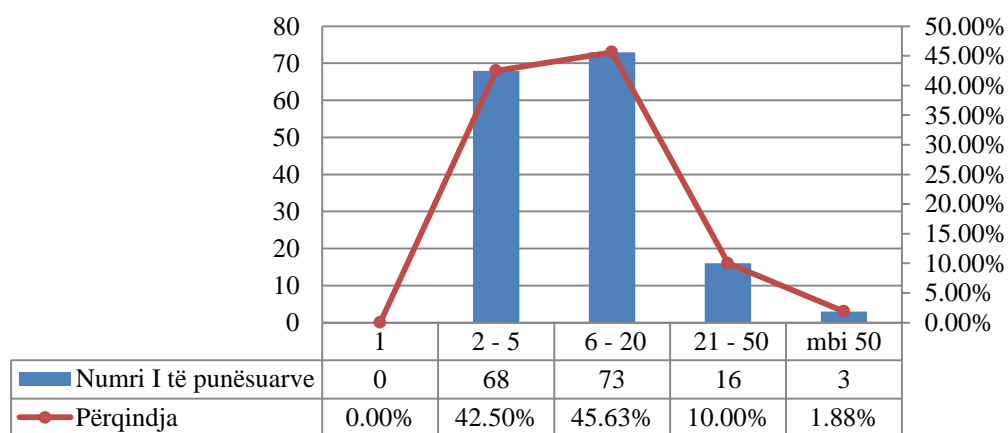
Niveli i edukimit të drejtuesve, mund të jetë një përcaktues i rëndësishëm i rritjes dhe zhvillimit të bizneseve hoteliere. Niveli i edukimit jo-adekuate mund të ndikojë në zhvillimin e pa qëndrueshëm të këtyre bizneseve. Në grafikun nr.3 paraqiten të dhënat për nivelin e shkollimit e të anketuarve të cilët drejtojnë me biznese hoteliere . Ku nga gjithsejtë 160 bisnese të anketuara nxjerrim një analizë të nivelit të edukimit të cilët i menaxhojnë këto biznese . Nga bizneset e anketuara del se asnjë nga ofruesit të 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 arsim të lartë.



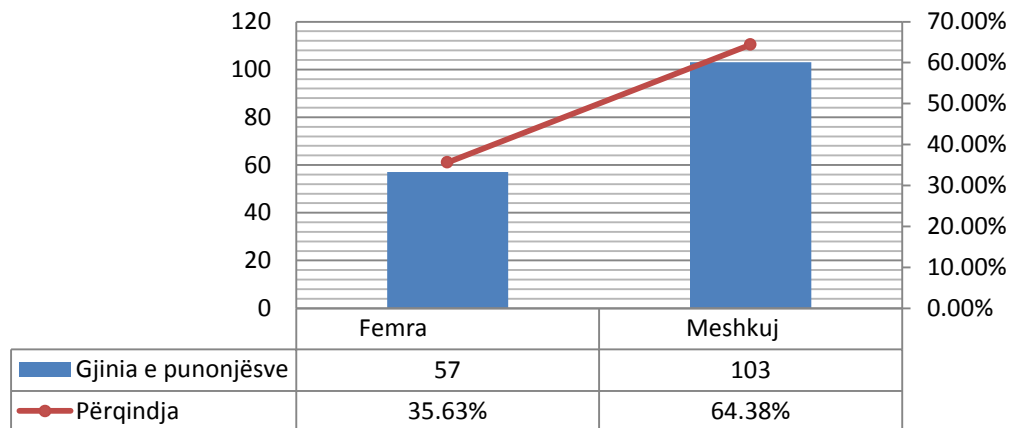
Lloji i bizneseve dhe madhësia e tyre, ka ndikim edhe në formën e menaxhimit. Në grafikun nr. 4 paraqiten rezultatet nga anketa ku dëshmohet se janë të anketuara 13 Hotele ose 8.13% nga totali i bizneseve të anketuara ,ndërsa 36 ose 22,50% janë Motele , 19 ose 11.88 % janë Hostele ,72 ose 45% janë Restorane,13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



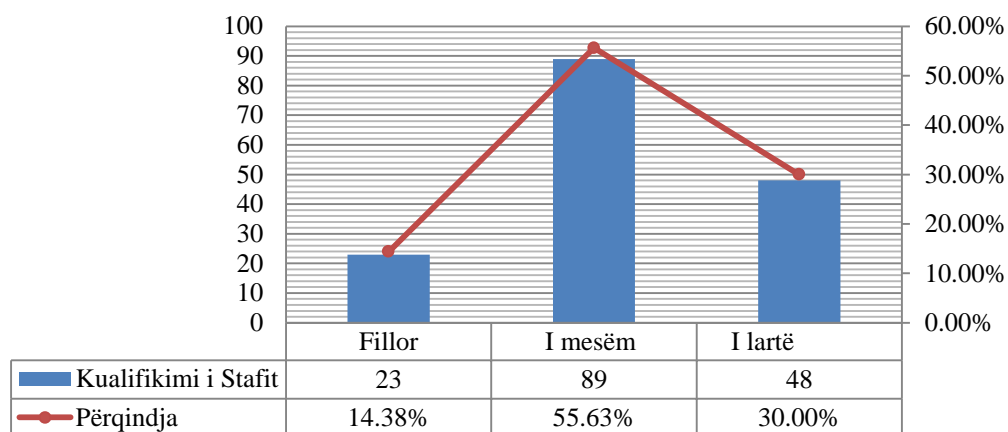
Në grafikun nr. 5 paraqiten të dhënat për vjetët e operimit në sektorin e hotelieris .Konkurrenca në treg , mungesa përvojës, janë faktorë të rëndësishëm për të ardhur deri tek vendimet e pronarëve për themelimin dhe drejtimin e biznesit në sektorin e hotelieris. Dihet se eksperiencia e kaluar dhe vjetët 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 intervistës. Më pak se 1 vit janë 18 ose 11.25% e të anketuarve kanë experienc 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 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.



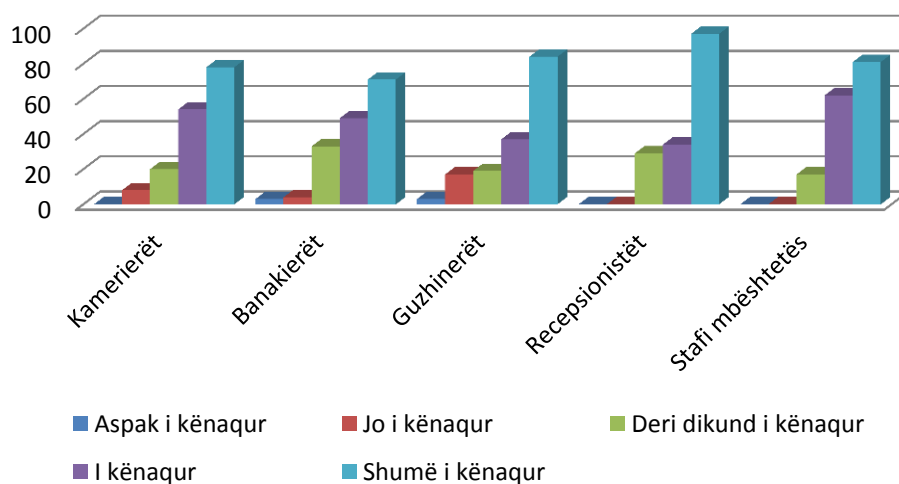
Në grafikun nr. 6 paraqiten të dhënat për numrin e të punësuarve në bizneset hoteliere të anketuara . Ku nga bizneset e anketuara nxjerrim një analizë ku 2-5 të punësuar kanë 68 ose 42.50% e bizneseve ,6-20 të punësuar kanë 73 ose 45.63% ,21-50 të punësuar kanë 16 ose 10% e bizneseve dhe mbi 50 të punësuar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



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 gjinis femrore 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 nr. 7 paraqiten të dhënat për gjinin e punonjësve në bizneset hoteliere . Nga bizneset e anketuara del se 57 ose 35.63% janë punonjësve të gjinis femrore ,ndërsa 103 ose 64.38% janë punonjës të gjinisë mashkullore.

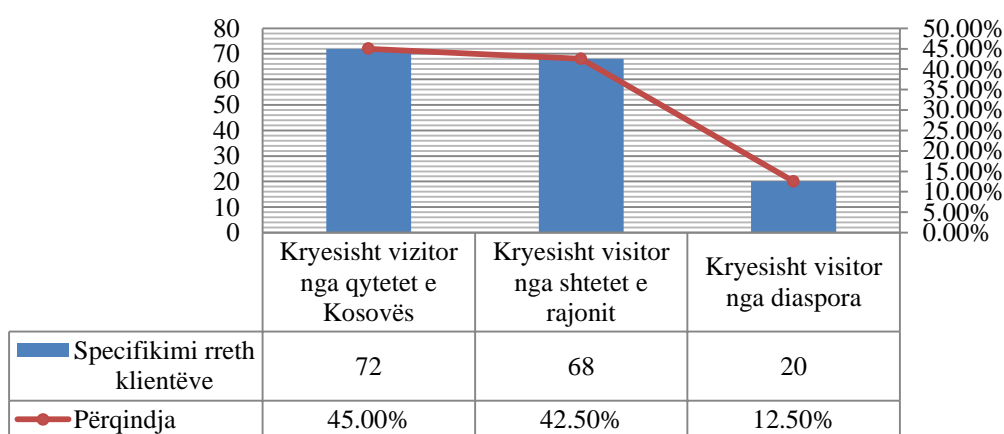


Niveli i kualifikimit të stafit , ka rëndësi të madhe e sidomos në kualifikim profesional i cili është mëse i domosdoshëm në sektorin e hoteleris. Niveli i edukimit jo-adekuatë mund të ndikojë në zhvillimin e pa qëndrueshëm të këtyre bizneseve. Në grafikun nr.8 paraqiten të dhënat për nivelin e kualifikimit 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.



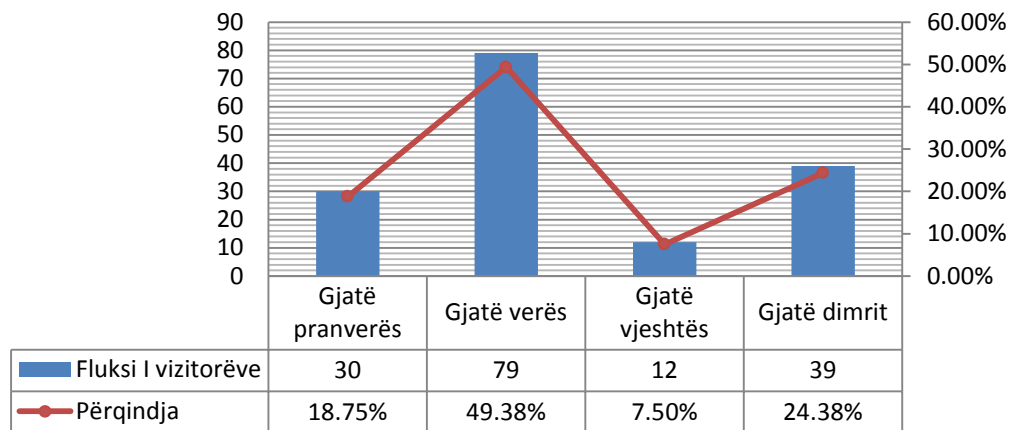
Knaqshmëria më punën e stafit	Aspak i kënaqur	Jo i kënaqur	Deri dikund i kënaqur	I kënaqur	Shumë i kënaqur
Kamerierët	0.00%	5.00%	12.50%	33.75%	48.75%
Banakierët	1.88%	2.50%	20.63%	30.63%	44.38%
Guzhinerët	1.88%	10.63%	11.88%	23.13%	52.50%
Receptionistët	0.00%	0.00%	18.13%	21.25%	60.63%
Stafi mbështetës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

Në grafikun nr. 9 dhe tabelën nr.1 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 më stafin e tyre ku përfshihen kategorit e ndryshme si : Kamerierët, Banakierët, Guzhinerët, Receptionistët, Stafi mbështetës.

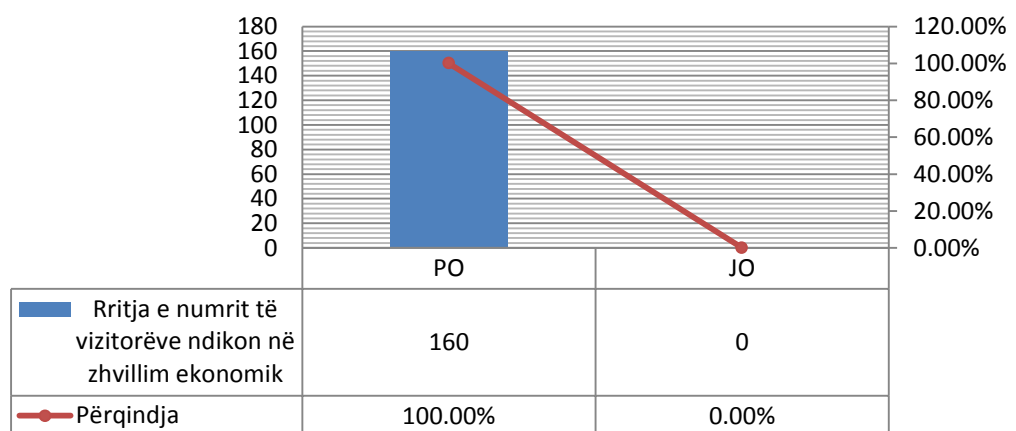


Lloji i vizitorëve , mund të jetë një përcaktues i rëndësishëm i rritjes dhe zhvillimit të bizneseve hoteliere,ku ky zhvillim ndikon në mënyrë pozitive në zhvillim ekonomik të vendit tonë. Në grafikun nr.10 paraqiten të dhënat për llojin e

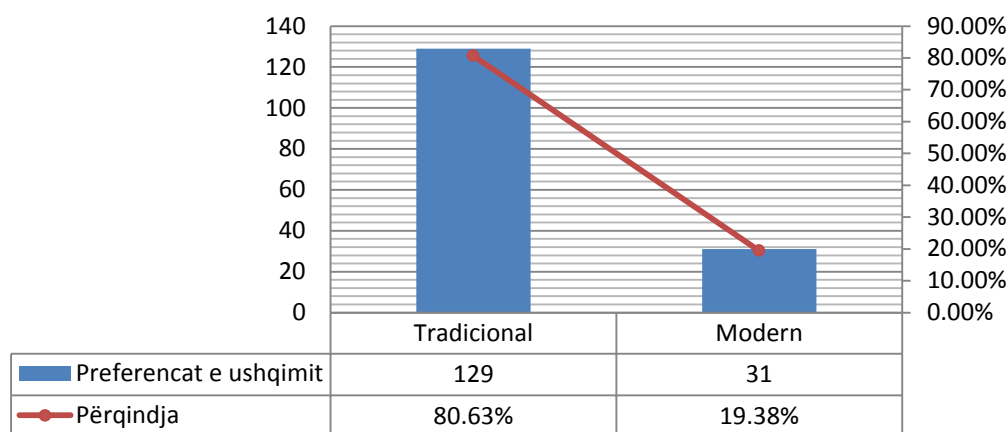
vizitorëve apo klienteve si dhe prejardhjen e tyre. Bizneset hoteliere në numër më të madh 72 ose 45% kishin kryesisht vizitor nga qytetet e Kosovës ,ndërsa 68 ose 42.50% kryesisht visitor nga shtetet e rajonit dhe 20 ose 12.50 % e tyre kryesisht visitor nga diaspora.



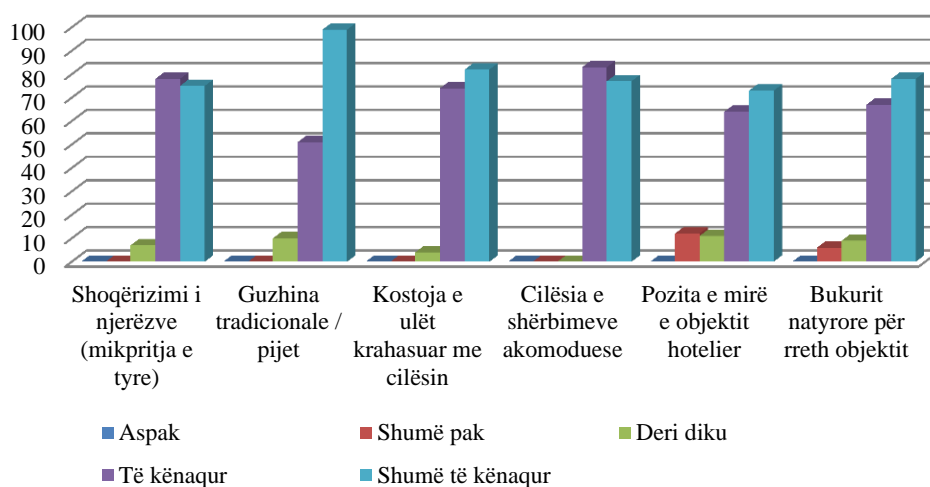
Në grafikun nr. 11 paraqiten të dhënat të cilat tregojnë fluksin më të madh të vizitorëve gjatë katër stinëve të vitit .Nga analiza e përgjigjeve të 160 bizneseve hoteliere të cilat janë marë në anketë 30 ose 18.75 % nga ata kanë visitor gjatë stinës së pranverës .Gjatë stinës së verës shihet se është 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 ritje të fluksit të vizitorëve 39 ose 24.38%.



Në grafikun nr. 12 paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se nëse kemi ritje 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 shofim se ata në përgjithësi janë përgjigjur pozitivisht më 100% .

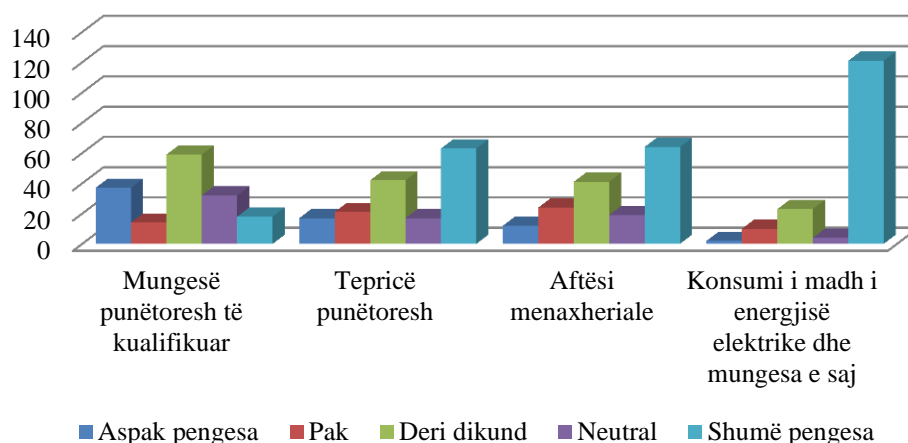


Ushqimi ka një rëndësi e cila domosdoshmërisht futet në kulturën tradicionale ku ajo duhet begatuar dhe të gërshetohej më kulturën moderne ku di t'i japin vendit tonë një lloj vlere turistike apo edhe vlerë ekonomike me produktet tona.Nga analiza e përgjigjeve të ofruesve të shërbimeve turistike në grafikonin 13 shofim 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.



Knaqshmëria e vizitorëve	Aspak	Shumë pak	Deri diku	Të kënaqur	Shumë të kënaqur
Shoqërizimi 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 14 dhe tabelën 2 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 më bukurit natyrore.



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 nr. 15 dhe tabelën 3 paraqiten të dhënat për identifikim e pengesave të cilat ballafaqohen këto biznese. Nga bizneset e anketuara del se 23.13% nuk kanë aspak pengesa më punëtor të kualifikuar,ndërsa 36.88% kanë dhënë përgjigje deri dikund ,20% e tyre kishin përgjigje neutrale ndërsa 11.25% kishin shumë pengesa më mungesë të stafit të kualifikuar.Sa i përket numrit të madh të puntorëve u identifikua më 39.38%. Ndërsa më 40% u identifikua si pengesë më e madhe tek aftësit menaxheriale dhe 75.63% ishin përgjigjet e menaxhereve të identifikuar si pengesa të mëdha konsumi i madh i energjisë elektrike dhe mungesa e sajë.

Gjetjet prej intervistave të operatorëve ekonomik / ofruesit e shërbimeve turistike

Në përgjithësi, qëndrimet e të gjithë të anketuarve të operatorëve të turizmit kishin një vullnet për të shprehur mendimin e tyre. Siq është cekur më lartë në intervistë janë marë 160 operator të bizneseve turistike nga të cilët moshë 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 87 ose 54.38% e tyre kishin arsim të lartë, ndërsa pjesa tjetër nivele tjera të shkollimit. Lloji i vizitorëve me numër më të madh 72 ose 45% ishin 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. 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, Receptonistët, Stafi mbështetës, ndërsa si penges 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.

Ofruesit e shërbimeve turistike respektivisht subjektet afariste që ofrojnë shërbime kanë qënë 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 rëndësin 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.

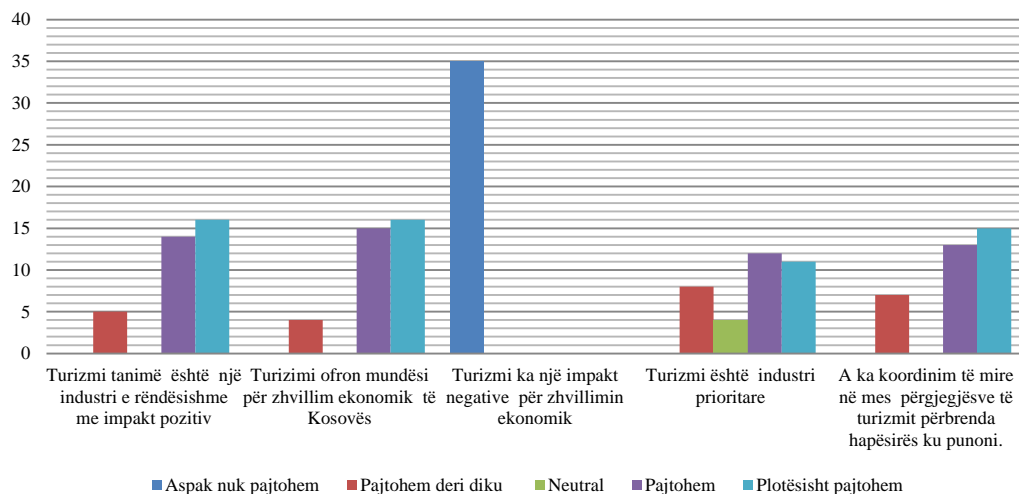
Prezantimi i gjetjeve prej intervistave nga agjencioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale

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 shtetërorë 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 qënë 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 kërkimin 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 lokal janë përgjegjëse për zhvillim dhe promovim të turizmit .Organizatrat 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 intervistuar, kishin interesa të forta mjedisore, interesa për turizm, si dhe për trashëgiminë kulturore dhe interesat e banorëve apo komunitetit që jeton në ato zona. Të gjithë të anketuarve 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.

Pytjes 1. Ne jemi te interesuar ne atë se si e perceptoni turizmin. Ju lutem shënoni

në qfarë mase do të pajtoheni me deklaratat në vijim:



	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%
Turizimi 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 nr.1 dhe tabelën 1 paraqiten përgjigjet e të anketuarve-inervistuarve ,ku pytjet 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-inervistuarve 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, 7.14% pajtohem deri diku, 8.57% neutral, 41.43% pajtohem, 42.86% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të anketuarve shohim se ata në një masë më të madhe pajtohen që turizmi është një industri e rëndësishme me impakt pozitiv.

Tek pytja e dytë: Turizmi ofron mundësi për zhvillim ekonomik të Kosovës janë përgjigjur me: 4.29% aspak nuk pajtohem, 15.71% pajtohem deri diku, 11.43% neutral, 37.14% pajtohem, 31.43% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të anketuarve shohim se ata në një masë më të madhe pajtohen që turizmi ofron mundësi për zhvillim ekonomik të Kosovës .

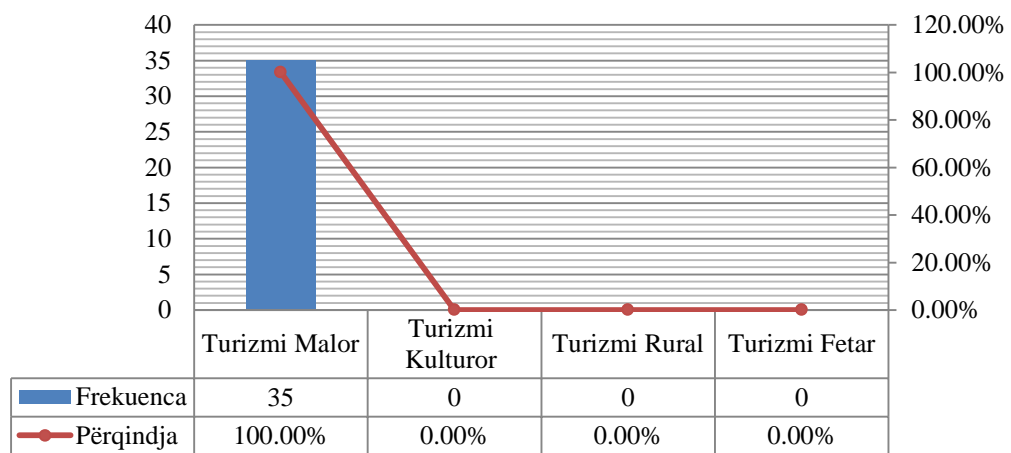
Tek pytja e tretë: Turizmi ka një impakt negative për zhvillimin ekonomik. Janë përgjigjur me: 84.29% aspak nuk pajtohem, 2.86% pajtohem deri diku, 12.86% neutral, 0.00% pajtohem, 0.00% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të të anketuarve shohim se me një përqindje shumë të madhe : 84.29% ata nuk ishin dakort më pytjen se turizmi ka një impakt negative 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: 12.86% aspak nuk pajtohem, 35.71% pajtohem deri diku, , 4.29% neutral , 22.86% pajtohem, 24.29% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të anketuarve vërejmë se kemi përgjigje me përqindje të ndryshme ,mirpo përgjigjet me përqindje më të madhe 35.71%

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, 27.14% pajtohem deri diku, 20.00% neutral , 25.71% pajtohem, 27.14% pajtohem plotësisht. Nga analiza e përgjigjeve të të anketuarve vrehmë se kemi përgjigje deri dikund të ndryshme sa i përket koordinimit të mirë në mes përgjegjësve.

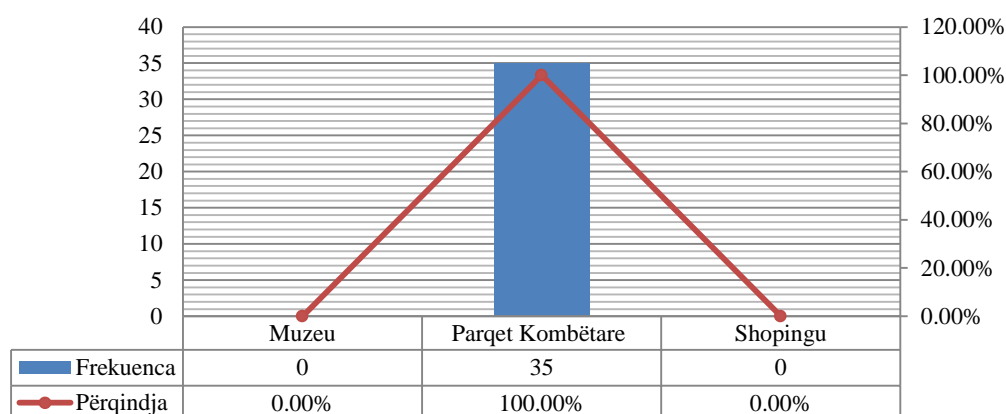
2.Temat kyqe për turizëm



Në grafikun nr.2 .Pyetja” Çka mendoni cilat do të jenë temat kyqe të turizmit përbrenda kësaj hapësire” -Turizmi Malor,Turizmi Kulturor ,Turizmi Rural,Turizmi Fetar

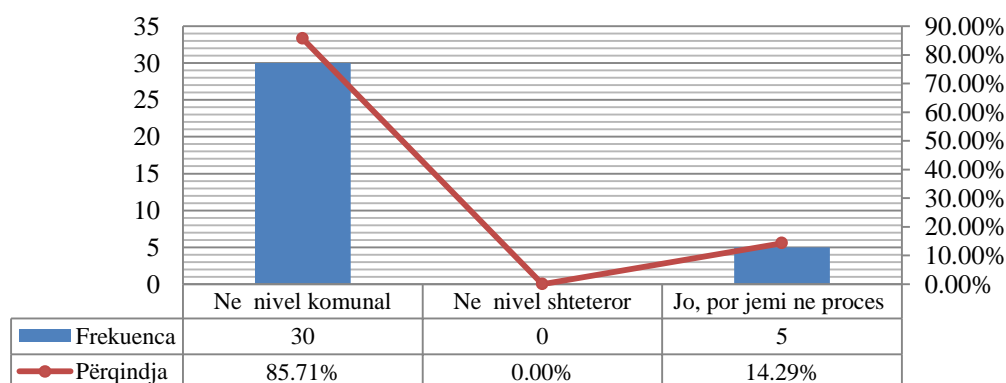
Pjesa me e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose(100%) që turizmi malor do të jetë teme kyqe e diskutimeve , dhe në pjesët tjera nuk kanë pasur përgjigje. Kjo mbështet faktin që agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, prioritet i japin zhvillimit të turizmit malor,gjë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

3. Atribute kyqe të turizmit ?



Në grafikun nr.3 .Pyetja” **Çka konsideroni si atribute kyqe të turizmit** “Pjesa me e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose(100%) që Parqet Kombëtare i konsiderojnë si atribute kyqe të turizmit , dhe në pjesët tjera si muzeumet dhe shopingu nuk kanë pasur përgjigje. Kjo mbështet faktin që agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, konsiderojne si atribute kyqe të turizmit në Kosove janë Parqet Kombëtare .

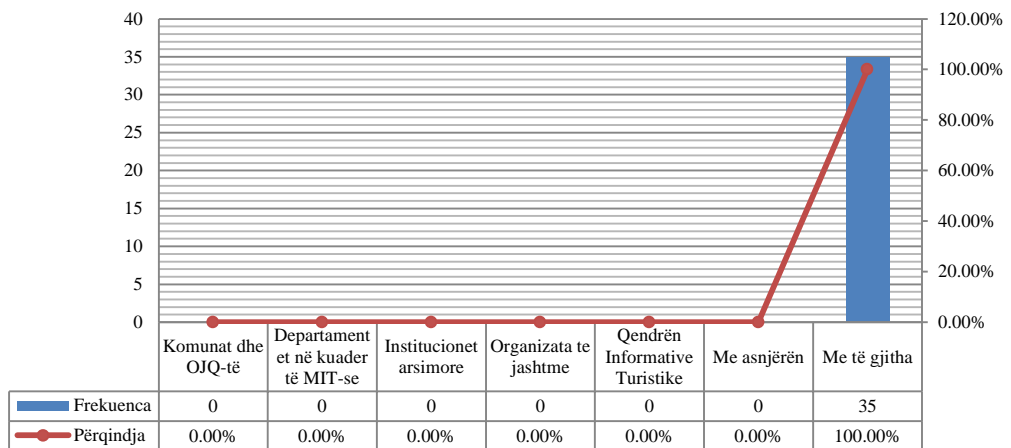
4. A jeni duke bërë pregaditje të planit strategjik për zhvillimin e turizmit Kosovar?



Në grafikun nr.4 .Pyetja” **A jeni duke bërë pregaditje të planit strategjik për zhvillimin e turizmit Kosovar?** “Pjesa e të intervistuarve 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

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

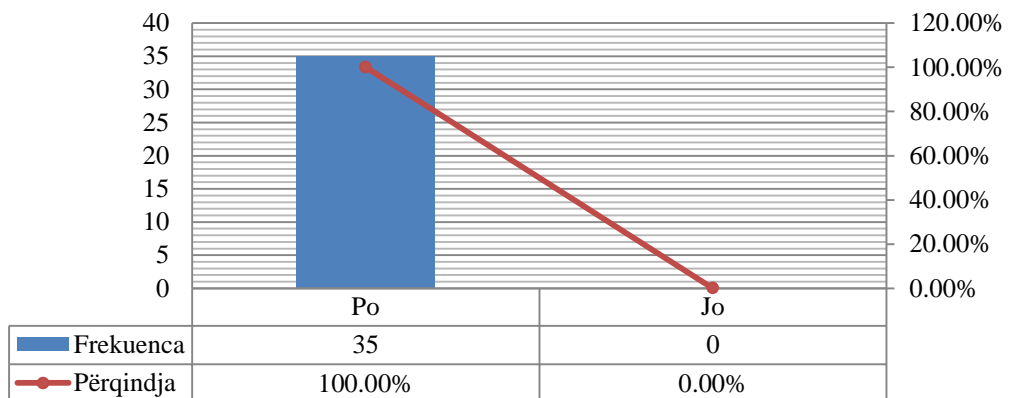
5. Me cilat organizata keni zhvilluar bashkëpunim.



Në grafikun nr.5.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 kuader të MIT-se,Institucionet arsimore,Organizata te jashtme,Qendra Informative Turistike të gjitha të latëpermendurat kanë bashkëpunim në mes vete.

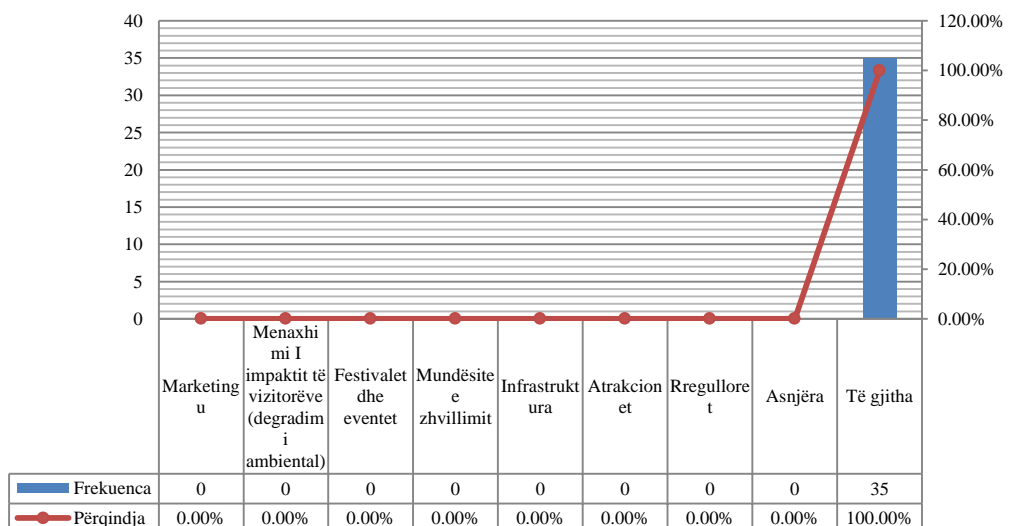
Kjo mbështet faktin që agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, te gjitha kanë një interesim për bashkëpunim të mirëfillt në mes vete, gjë që ky bashkëpunim do të ndikon në zhvillimin e turizmit në Kosovë.

6. A keni mekanizma për monitorimin, vlerësimin e përfomances lidhur me caqet/qëllimet në planet relevante? (p.sh, takimet e regullta, raportet tremujore apo vjetore)



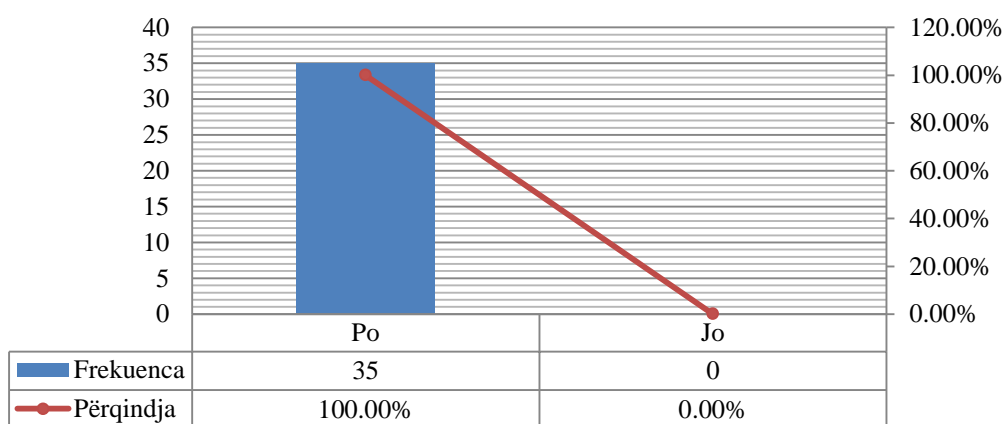
Në grafikun nr.6.Pyetja” A keni mekanizma për monitorimin, vlerësimin e përfomances lidhur me caqet/qëllimet në planet relevante? (p.sh, takimet e regullta, raportet tremujore apo vjetore) “Pjesa me e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose (100%) .Kjo mbështet faktin që agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, të gjitha kanë mekanizma për monitorimin, vlerësimin e performances lidhur me caqet/qëllimet në planet relevante .

7. Cilat aspekte të turizmit mbulohe në planin e juaj?



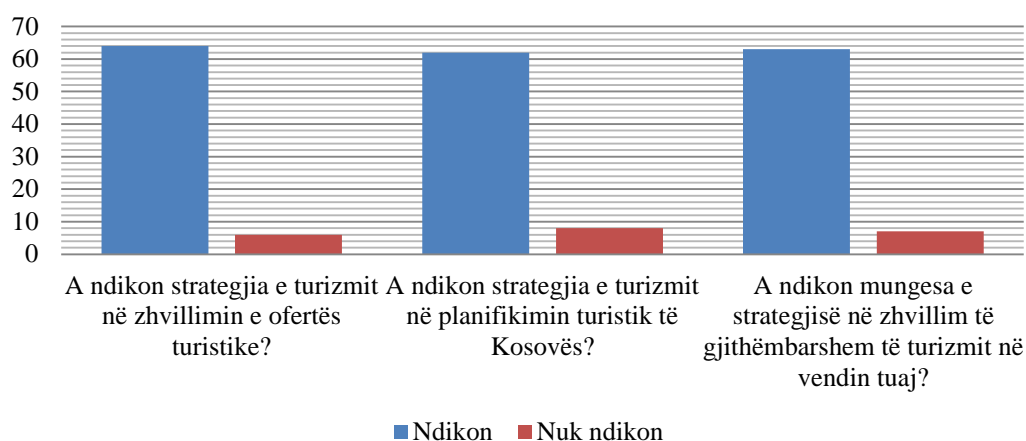
Në grafikun nr.7 .Pyetja” **Cilat aspekte të turizmit mbulohe në planin e juaj** “Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose (100%) që Marketingu, Menaxhimi i impaktit të vizitorëve (degradimi ambiental), Festalet dhe eventet, Mundësite e zhvillimit, Infrastruktura, Atraksionet, Rregulloret. Kjo mbështet faktin që agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, mbulojnë këto aspekte të lartpërmendura të turizmit në planet e tyre.

8.A mendoni që Kosova ka nevojë për strategji në nivel shtetëror të zhvillimit te turizmit të qëndrueshëm?



Në grafikun nr.8 .Pyetja” **A mendoni që Kosova ka nevojë për strategji në nivel shtetëror të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm?** “Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 35 ose (100%) .Kjo mbështet faktin që agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, mendonjë që Kosova ka nevojë për strategji në nivel shtetëror të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm.

9. Ndikimet e strategjisë së turizmit të qëndrueshëm.



	Ndikon	Nuk ndikon
A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike?	91.4%	8.6%
A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës?	88.6%	11.4%
A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshëm të turizmit në vendin tuaj?	90%	10%

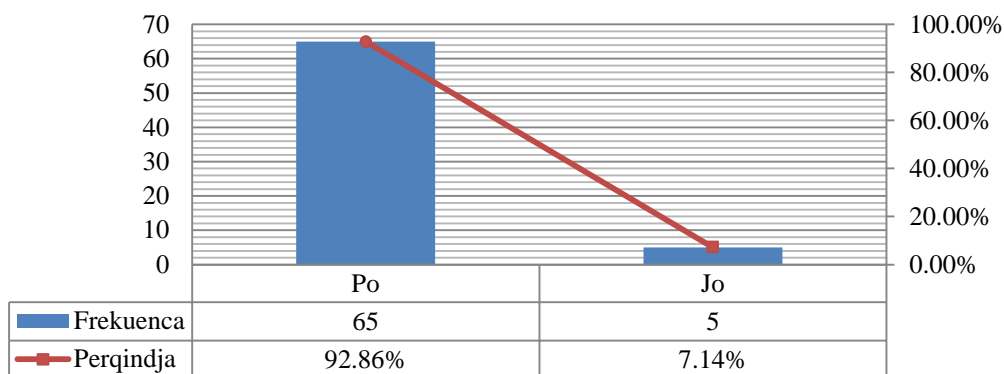
Në grafikun nr.9 .Pyetja e parë:” A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike”. Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 91.4% me opcionin “Ndikon”,ndërsa 8.6% me opcionin “Nuk ndikon”.

Pyetja e dytë:” A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës”. Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 88.6% % me opcionin “Ndikon”, ndërsa 11.4% me opcionin “Nuk ndikon”.

Pyetja e tretë:” A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshëm të turizmit në vendin tuaj” Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 90% me opcionin “Ndikon”, ndërsa 10% me opcionin “Nuk ndikon”.

Nga përgjigjet e të intervistuarve shohim se strategjia për zhvillimin e turizmit Kosovare ka një ndikim shumë të madhë dhe roli i saj është i rëndësishëm si në zhvillim ekonomik ashtu edhe në atë turistikë.

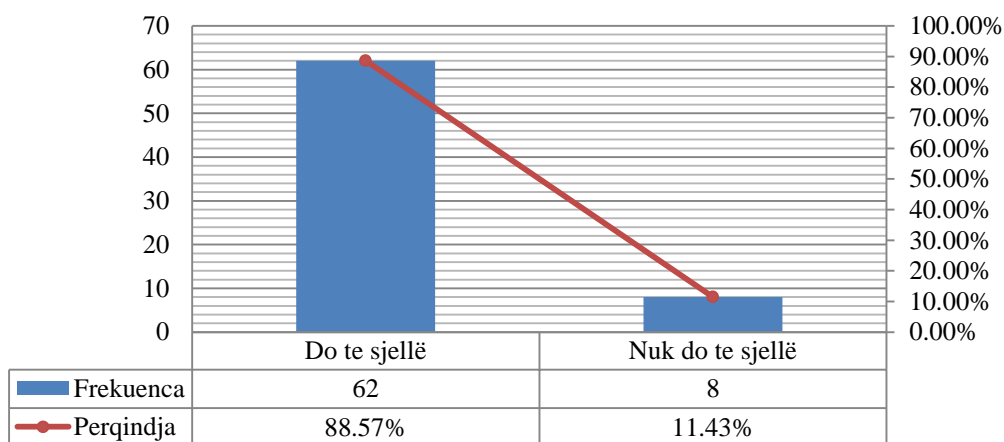
10. A përfitoni ju nga zhvillimi i ofertës dhe planifikimit turistik?



Në grafikun nr.10. Pyetja:” **A përfitoni ju nga zhvillimi i ofertës dhe planifikimit turistik?**

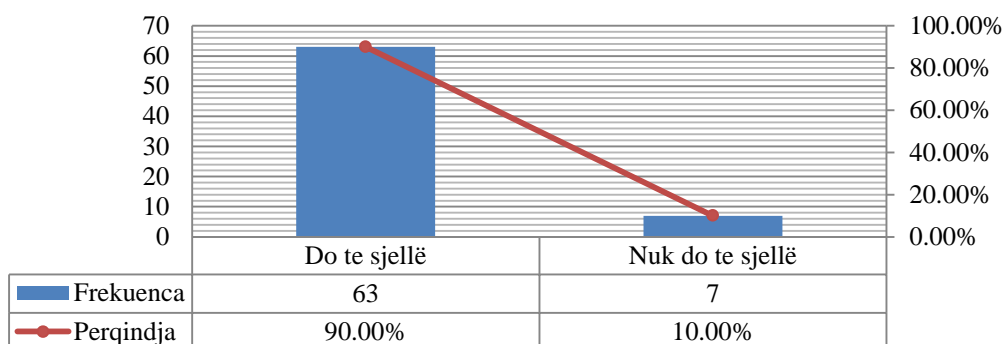
Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 92.86% me “PO” dhe 7.14% janë përgjigjur negativisht me “JO”. Nga përgjigjet e të intervistuarve shohim se ata janë të vetëdëshëm se do të kenë përfitime nga zhvillimi i ofertës dhe planifikimit turistik në Kosovë.

11. A do të sjell zhvillimi I strategjise, zhvillim efikas të turizmi në Kosovë?



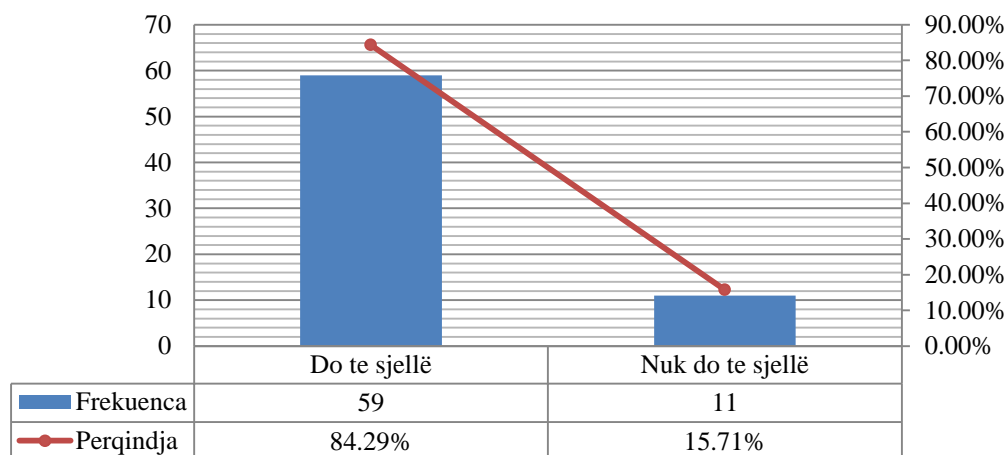
Në grafikun nr.11: Pyetja” **A do të sjell zhvillimi i strategjisë, zhvillim efikas të turizmi në Kosovë**”. Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur me 88.57% me “Do të sjellë ” dhe 11.43% janë përgjigjur me “Nuk do te sjellë”. Nga përgjigjet e të intervistuarve shofim se ata mendojnë se zhvillimi i strategjisë do të sjellë zhvillim efikas të turizmi në Kosovë.

12. A do të sjell zhvillimi i strategjisë ,shfrytëzim efektiv të resurseve natyrore?



Në grafikun nr.12 : Pyetja” **A do të sjell zhvillimi i strategjisë ,shfrytëzim efektiv të resurseve natyrore**”. Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur me 90% me “Do të sjellë ” dhe 10% janë përgjigjur me “Nuk do te sjellë”. Nga përgjigjet e të intervistuarve shofim se ata mendojnë se zhvillimi i strategjisë do të sjellë shfrytëzim efektiv të resurseve natyrore në Kosovë.

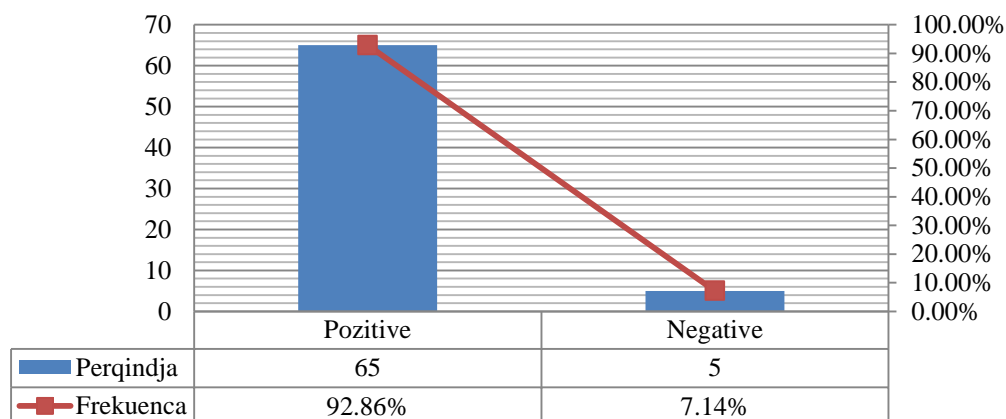
13. A do të sjell strategjia e turizmit një pjesëmarrje të gjithmbarshme të grupeve të interesit?



Në grafikun nr.13 Pyetja:” **A do të sjellë strategjia e turizmit një pjesëmarrje të gjithmbarshme të grupeve të interesit?**

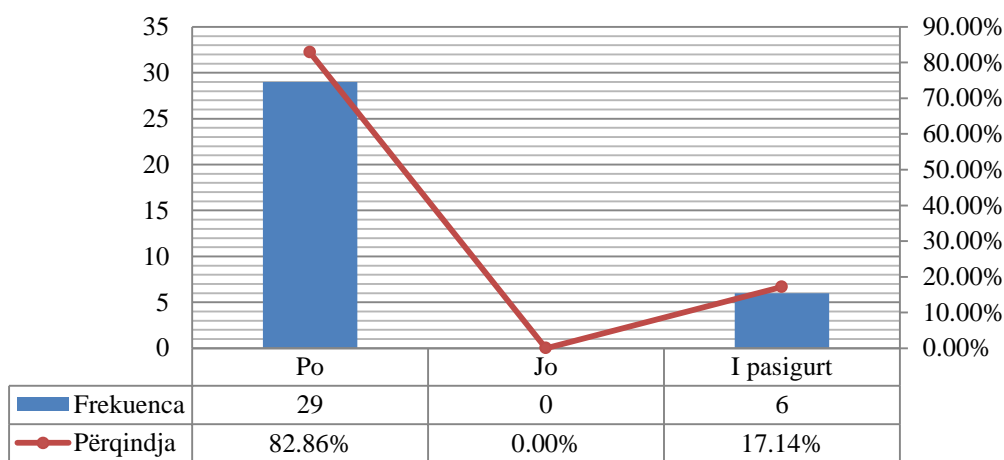
”. Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur me 84.29% me “Do të sjellë ” dhe 15.71% janë përgjigjur me “Nuk do te sjellë”. Nga përgjigjet e të intervistuarve shofim se ata mendojnë se strategjia e turizmit do të sjellë një pjesëmarrje të gjithmbarshme të grupeve të interesit gje që është shumë më rëndësi kontributi i të gjitha palëve.

14. Çfarë përfitime sjellë për ju zhvillimi i strategjisë së turizmit të qëndrueshëm.



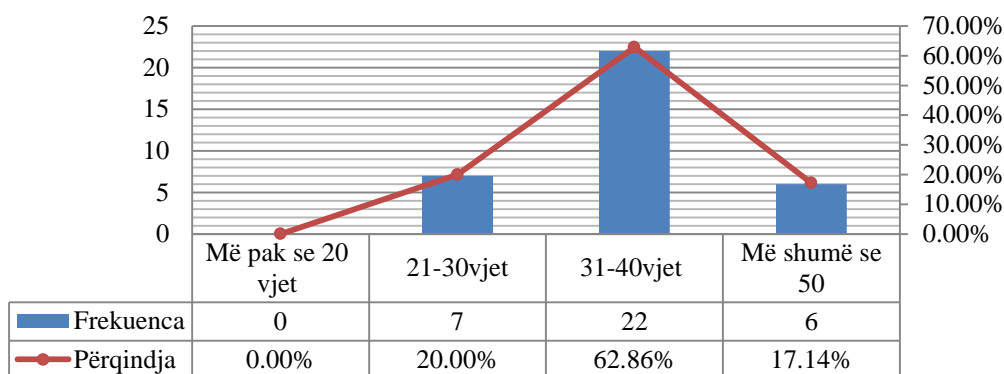
Në grafikun nr.14 Pyetja:” **Çfarë përfitime sjellë për ju zhvillimi i strategjisë së turizmit të qëndrueshëm**”. Pjesa më e madhe e të intervistuarve janë përgjigjur pozitivisht me 92.86 % dhe 7.14% janë përgjigjur negativisht.Nga përgjigjet e të intervistuarve shohim se pjesa me e madhe e të intervistuarve mendojnë se zhvillimi i strategjisë së turizmit të qëndrueshëm do të sjellë përfitime pozitive në Kosovë .

15.Besoj që organet kompetente mund të luajne një rol me tepër mbështetës në turizëm



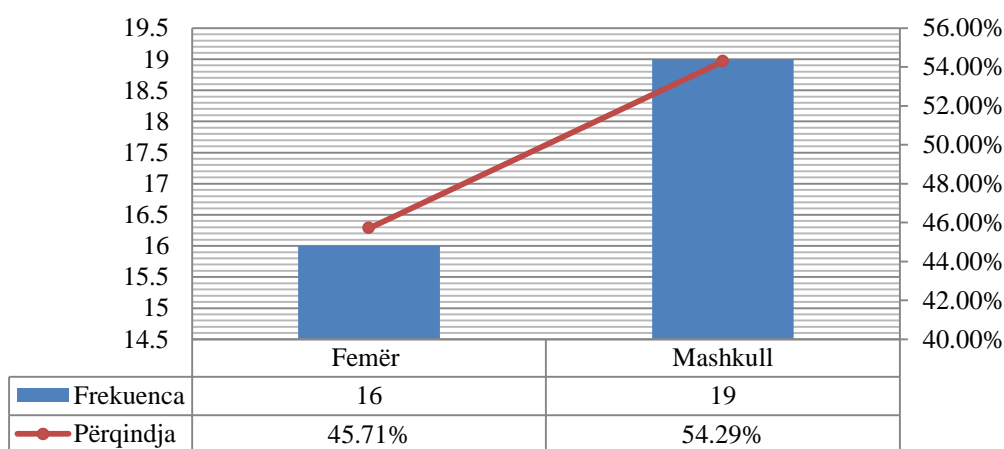
Në grafikun nr.15 Pyetja:” **Besoj që organet kompetente mund të luajnë një rol më tepër mbështetës në turizëm** “. Pjesa më e madhe e të intervistuarve i është përgjigjur pozitivisht me 29 ose (82.86%),negativisht nuk kemi përgjigje ndërsa 6 ose (17.14%) e të intervistuarve kanë qenë të pasigurt.Kjo mbështet faktin që organet kompetente siç janë: agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale mund të luajnë një rol më tepër mbështetës në turizëm.

16. Kategoria e moshës



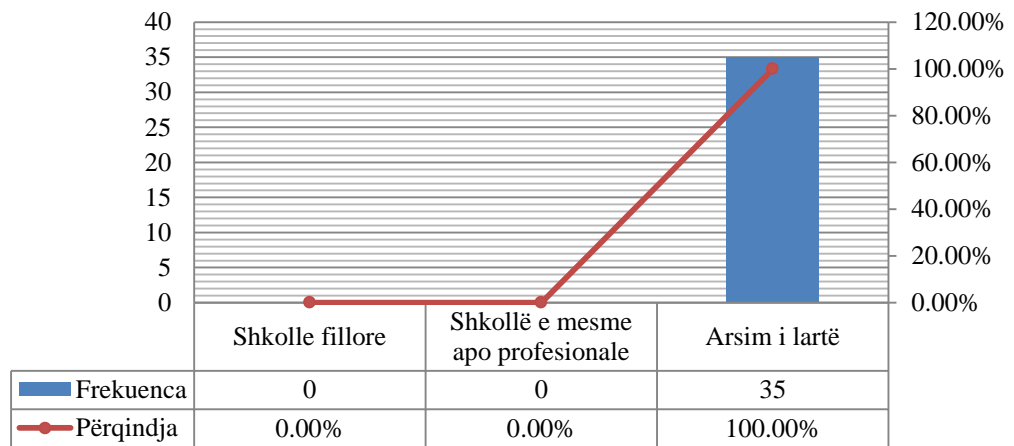
Në grafikun nr.16 .Pyetja:” **Në çfarë kategori moshe jeni** “.Pjesa më e madhe e të intervistuarve 22 ose (62.86%) ishin nga mosha 31-40 vjet. Nga mosha 21-30 vjet në këtë kategori ishin 7 të intervistuar ose (20%) e tyre ,ndërsa në kategorin më shumë se 50 vjet ishin 6 të intervistuar ose (17.14%) e tyre.

17. Gjinia:



Në grafikun nr.17 . Vërejmë numrin e gjinisë të cilët kanë marrë pjesë në intervistë. Nga gjithsejtë 35 të intervistuar 16 ose 45.71% janë të gjinisë femërore dhe 19 ose (54.29%) e të intervistuarve janë të gjinisë mashkullore.

18. Cili është niveli juaj i edukimit?



Në grafikun nr.18 . Pyetja” **Cili është niveli juaj i edukimit** “.Nga gjithsejtë 35 ose (100%) e të intervistuarve kishin të përfunduar arsimin e lartë.

Gjetjet prej intervistave nga agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale

Grupet e interesit duke filluar nga agjensioneve 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 kane 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 kyçe 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 kyçe të turizmit, ku pjesa më e madhe Parqet Kombëtare i konsiderojnë si attribute kyçe të turizmit.

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

Edhe pse në nivel qëndror 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 ,ku më zhvillimin e kësaj strategjie do të kenë përfitime nga zhvillimi i ofertës dhe planifikimit turistik në Kosovë.

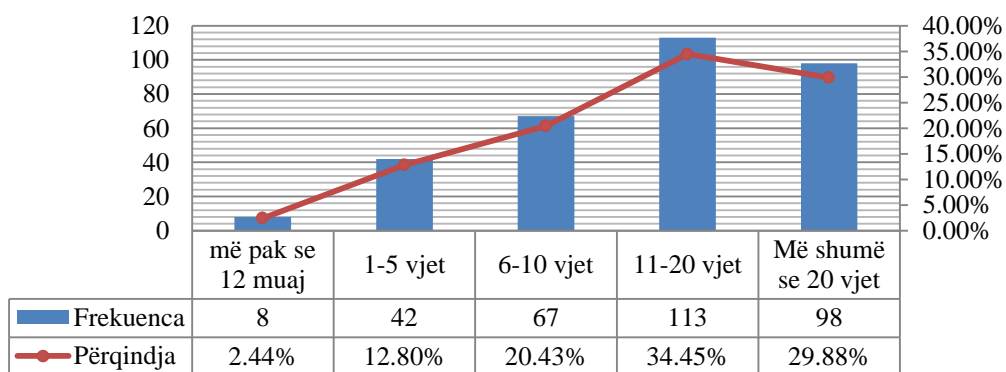
Nëse vetëm organet qeveritare janë të gatshëm në përpilimin e strategjis të turizmit të qëndrueshëm , ai do tju sjellte zhvillim efikas të turizmi në Kosovë, shfrytëzim efektiv të resurseve natyrore, pjesëmarrje të gjithmbarshme të grupeve të interesit si dhe do të sjellë përfitime pozitive në Kosovë .

Prezantimi i gjetjeve prej intervistave nga banorët lokal - Komuniteti

Aktorët e komunitetit, janë identifikuar përmes aktivitetit të tyre të veçantë, i cili përfshinë sikurse banorët resident 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 kanë hezitur 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 pjesëmarrjen e tyre në vendimarrje turistike dhe zhvillimin e turizmit në përgjithësi.

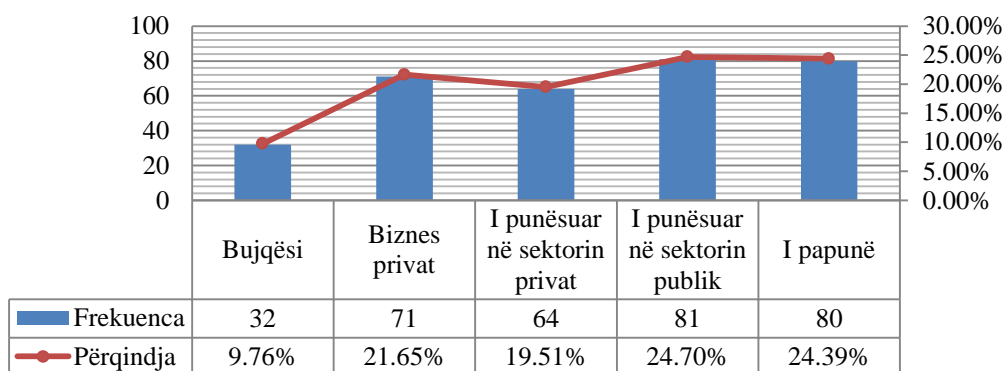
I – Profili i banorëve

1. Periudha e qëndrimit në venbanim



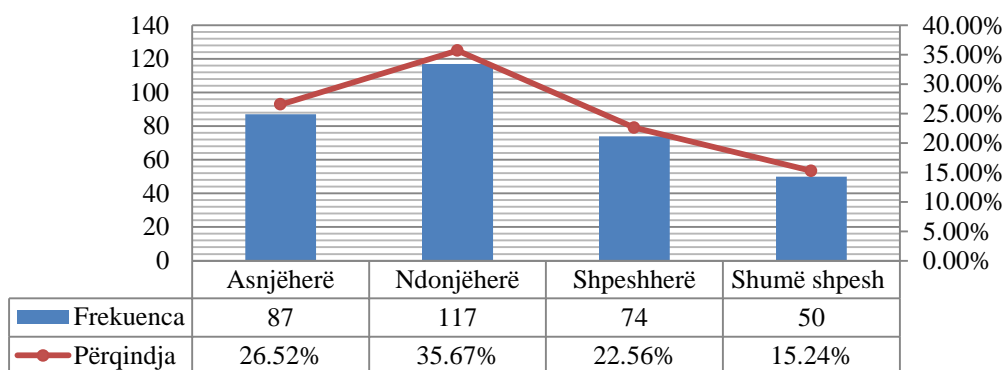
Periudha e qëndrimit në vendbanimet e Kosovës është element i rëndësishëm për të analizuar përgjigjet e banorëve. Pytësorët janë shpërndarë në disa komuna të Kosovës ato janë: Pejë, Deçan, Klinë, Gjakovë, Prizren, Prishtinë, Gjilan dhe Ferizaj. Në grafikun nr.1 paraqiten të dhënat për periudhat e qëndrimit. Ku nga gjithsejtë 382 banorë të anketuara nxjerrim një analizë të periudhave të qëndrimit të tyre nëpër komunat e Kosovës . Nga banorët e anketuar del se 8 ose 2.44% kanë jetuar më pak se 12 muaj njëjërën nga këto komuna ,42 ose 12.80% kanë jetuar 1-5 vite, 67 ose 20.43 kanë jetuar 6-10 vjet ,113 ose 34.45% kanë jetuar 11-20 vjet dhe 98 ose 29.88% kanë jetuar më shume se 20 vjet.

2.Lloji i punës



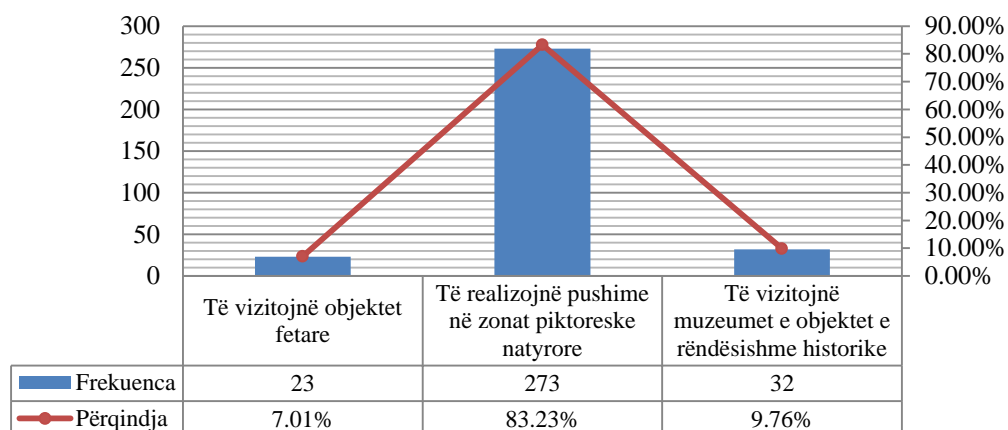
Në grafikun nr. 2 paraqiten të dhënat për llojin e punës që e bëjnë banorët e komunave të anketura. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim se 32 ose 9.76% janë marë më bujqësi, 71 ose 21.65% më biznes privat, 64 ose 19.51% të punësuar në sektorin publik dhe 80 ose 24.39% nga banorët e anketuar ishin të pa punësuar.

3. 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 26.52% asnjëherë nuk kanë kontakte me turistët, 117 ose 35.67% kanë kontakte ndonjëherë, 74 ose 22.56% kanë kontakte shpeshherë dhe 50 ose 15.24% kanë kontakte shumë shpesh me turistët.

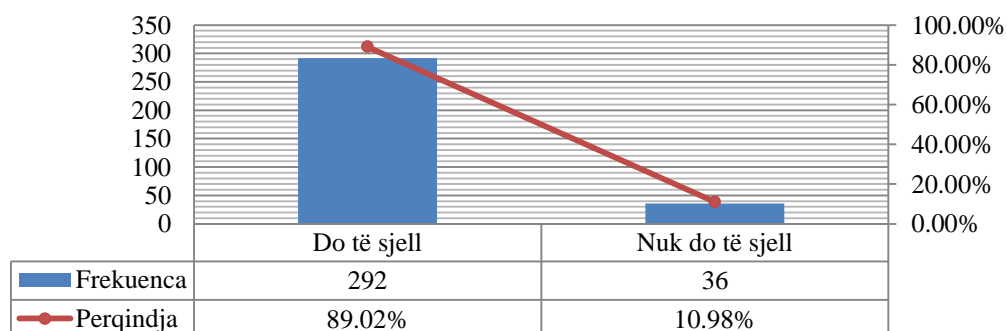
4. Preferencat e turistëve lidhur me vendin tonë



Në grafikun nr. 4 paraqiten të dhënat për preferencat e turistëve rreth atraksioneve të vendit tonë nga këndvështrimi i banorëve. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim: Ku 23 ose 7.01% e turistëve preferojnë ti vizitojnë objektet fetare, 273 ose 83.23 e turistëve preferojnë të realizojnë pushime në zonat piktoreske natyrore dhe 32 ose 9.76% turistëve preferojnë të vizitojnë muzeumet e objektet e rëndësishme historike .

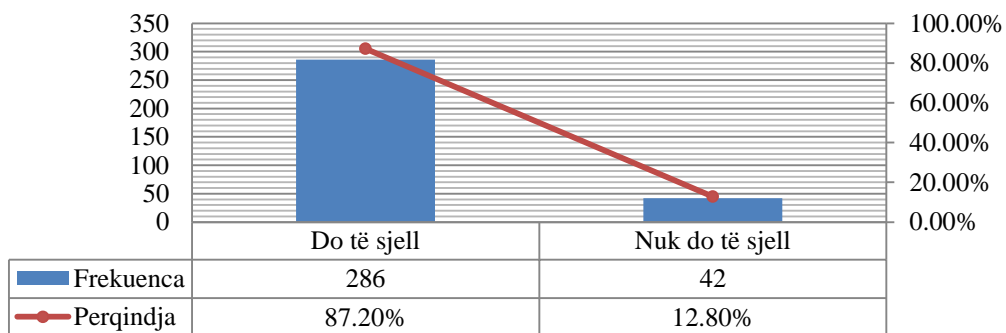
II - Opinionet e banorëve në lidhje me ndikimin e turizmit në zhvillimin e vendit.

1. A do të sjellë zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm zhvillim ekonomik të vendit ?



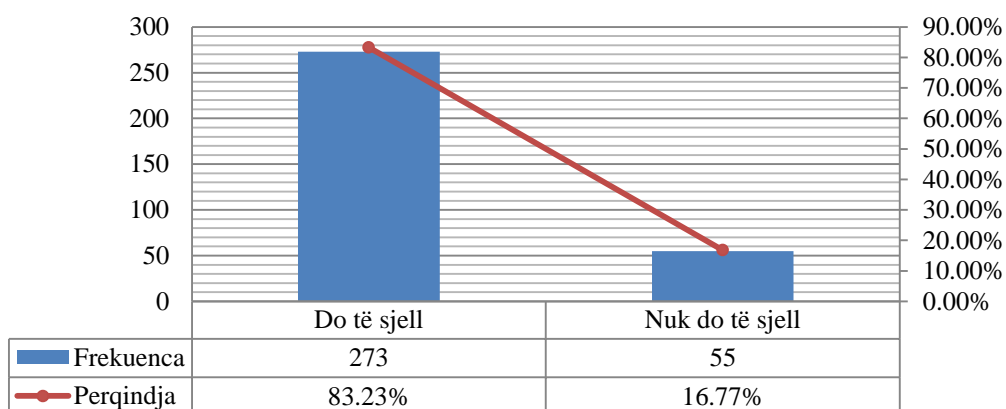
Në grafikun nr. 5 paraqiten të dhënat për opinionet e banorëve se a do të sjellë zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm zhvillim ekonomik në vendin tonë. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim se ata kanë dhënë përgjigje me numër më të madh me 292 ose 89.02% ku janë përgjigjur që zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm do sjellë zhvillim ekonomik të vendit dhe 10.98% janë përgjigjur që nuk do sjellë zhvillim ekonomik të vendit.

2. Ado të sjellë zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm ngritjen e shkallës së mbrojtjes së ambientit?



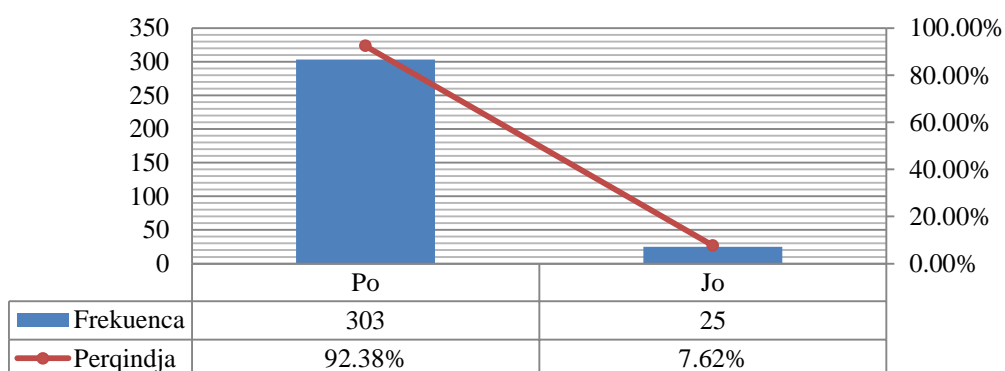
Në grafikun nr. 6 paraqiten të dhënat për opinionet e banorëve se a do të sjellë zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm ngritjen e shkallës së mbrojtjes së ambientit në vendin tonë. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim se ata kanë dhënë përgjigje me numër më të madh me 286 ose 87.20% ku janë përgjigjur që zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm do të sjellë ngritjen e shkallës së mbrojtjes së ambientit në vendin tonë dhe 42 ose 12.80% e tyre janë përgjigjur që nuk do sjellë ngritjen e shkallës së mbrojtjes së ambientit në vendin tonë.

3. A do të sjell zhvillimi turizmit ngritjen e vetë dijës në aspektin e qëndrueshmërisë



Në grafikun nr. 6 paraqiten të dhënat për opinionet e banorëve se a do të sjellë zhvillimi turizmit ngritjen e vetë dijës në aspektin e qëndrueshmërisë. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim se ata kanë dhënë përgjigje me numër më të madh me 273 ose 83.23 % ku janë përgjigjur që zhvillimi i turizmit do sjellë ngritjen e vetë dijës në aspektin e qëndrueshmërisë dhe 55 ose 16.77% janë përgjigjur që nuk do sjellë ngritjen e vetë dijës në aspektin e qëndrueshmërisë.

4. A përfiton ju nga zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm.

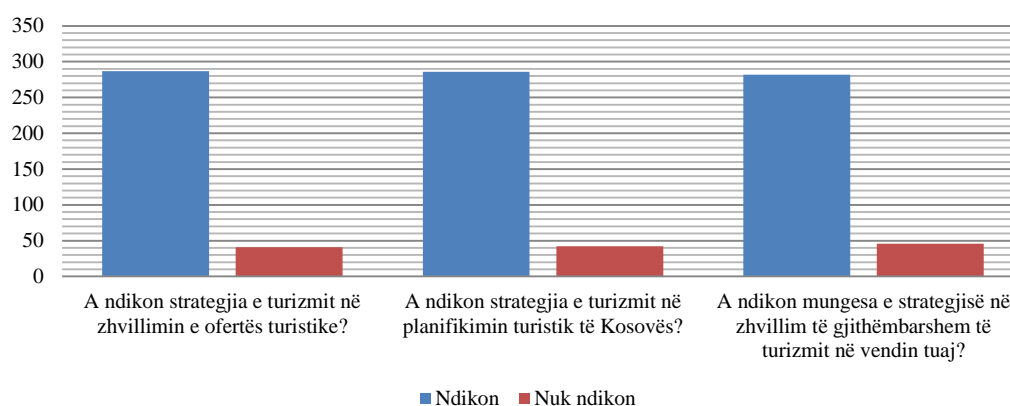


Në grafikun nr. 7 paraqiten të dhënat për opinionet e banorëve se a do të përfitonjë ata si banor vendas nga zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim se ata kanë dhënë përgjigje pozitive me 273 ose 83.23 % e tyre dhe

25 ose 7.62% e tyre janë përgjigjur me JO,pra do të thotë që ata nuk përfitojnë nga zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm.

III. Pjesmarrja e banorëve në procesin e përpilimit të një strategjie dhe ndikimi i kësaj strategjije për zhvillimin e turizmit Kosovarë.

1. Ndikimet e strategjisë së turizmit të qëndrueshëm.



	Ndikon	Nuk ndikon
A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike?	87.5%	12.5%
A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës?	87.2%	12.8%
A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshem të turizmit në vendin tuaj?	86%	14%

Në grafikun nr. 7 paraqiten të dhënat për opinionet e banorëve në lidhje me **Pjesmarrjen e tyre** në procesin e përpilimit të një strategjie dhe ndikimi i kësaj strategjije për zhvillimin e turizmit Kosovarë. Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shohim se ata kanë dhënë përgjigje në pyetjen e parë: “A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike”

Me numër më të madh me 87.5% janë përgjigjur ne opcionin "Ndikon" strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike dhe me 12.5% janë përgjigjur ne opcionin "Nuk ndikon" strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike .

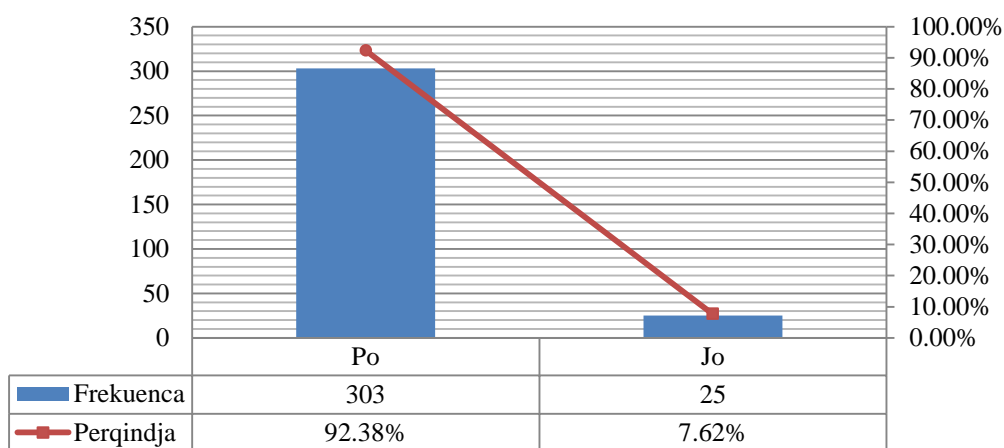
Në pytjen e dytë: "A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës"

Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shofim se ata kanë dhënë përgjigje me numër më të madh me 87.2% janë përgjigjur ne opcionin "Ndikon" dhe me 12.8% janë përgjigjur në opcionin "Nuk ndikon".

Në pytjen e tretë: "A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshëm të turizmit në vendin tuaj"

Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shofim se ata kanë dhënë përgjigje me numër më të madh me 86% janë përgjigjur ne opcionin "Ndikon" dhe me 14% janë përgjigjur në opcionin "Nuk ndikon".

2. A përfitoni ju nga zhvillimi I ofertës dhe planifikimit turistik?

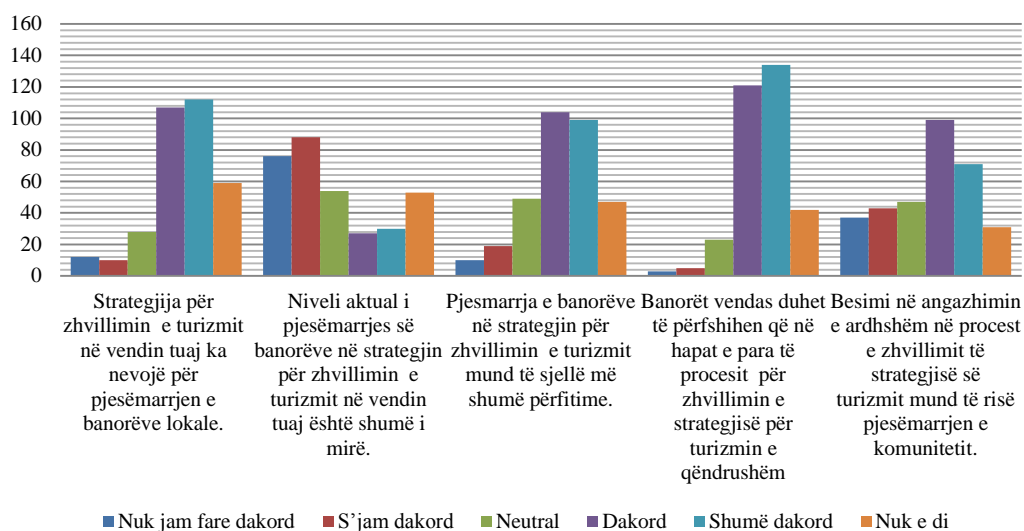


Në grafikun nr. 9 paraqiten të dhënat për opinionet e banorëve se a do të përfitojnë ata si banor vendas nga zhvillimi I ofertës dhe planifikimit turistik.

Nga analiza e përgjigjeve të banorëve shofim se ata kanë dhënë përgjigje pozitive ,ku 303 banorë ose 92.38% e numrit të gjithmbarshëm të tyre dhe ata mendojnë se do të

përfitonjë nga zhvillimi i ofertës dhe planifikimit turistik ,ndërsa janë përgjigjur me JO ,25 ose në përqindje 7.62 e banorëve të cilët mendojnë që ata nuk përfitonjë nga zhvillimi i ofertës dhe planifikimit turistik.

3. Opinonet 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.	3.66%	3.05%	8.54%	32.62%	34.15%	17.99%
Niveli aktual i pjesëmarrjes së banorëve në strategjin për zhvillimin e turizmit në vendin tuaj është shumë i mirë.	23.17%	26.83%	16.46%	8.23%	9.15%	16.16%
Pjesmarrja e banorëve në strategjin për zhvillimin e turizmit mund të sjellë më shumë përfitime.	3.05%	5.79%	14.94%	31.71%	30.18%	14.33%
Banorët vendas duhet të përfshihen që në hapat e para të procesit për zhvillimin e strategjisë për turizmin e qëndrueshëm	0.91%	1.52%	7.01%	36.89%	40.85%	12.80%
Besimi në angazhimin e ardhshëm në proceset e zhvillimit të strategjisë së turizmit mund të risë pjesëmarrjen e komunitetit.	11.28%	13.11%	14.33%	30.18%	21.65%	9.45%

Në grafikun nr. 5 dhe tabelën 1 paraqiten të dhënat për opinionet e banorëve dhe sa janë ata dakord më pjesmarrjen 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 lokale kemi përgjigje : 3.66% nuk jam fare dakord . 3.05% S'jam dakord, 8.54% neutral, 32.62% dakord, 34.15% shumë dakord, 17.99% kanë dhënë përgjigje nuk e di. Nga analiza e përgjigjeve në pytjen e parë të shofim se banorët e anketuar më një përqindje më të madhe 34.15% kanë qenë shumë dakord dhe 32.62% dakord, të jenë pjesmarrës 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: 23.17% nuk jam fare dakord, 26.83% S'jam dakord, 16.46% neutral, 8.23% dakord, 9.15% shumë dakord, 16.16% 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 , 23.17% nuk jam fare dakord dhe 26.83% S'jam dakord , nuk janë të kënaqur më prezencën dhe pjesmarrjen e tyre në takime nga zyrtarët komunal.

Tek pyetja e tretë: Pjesmarrja e banorëve në strategjin për zhvillimin e turizmit mund të sjellë më shumë përfitime. Kemi përgjigje: 3.05% nuk jam fare dakord, 5.79% S'jam dakord, 14.94% neutral, 31.71% dakord, 30.18% shumë dakord, 14.33% 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 31.71% dakord dhe 30.18% shumë dakord ,se pjesmarrja e tyre

në përpilimin e strategjisë për zhvillimin e turizmit mund të sjellë më shumë përfitime edhe banorëve të komunave të Kosovës.

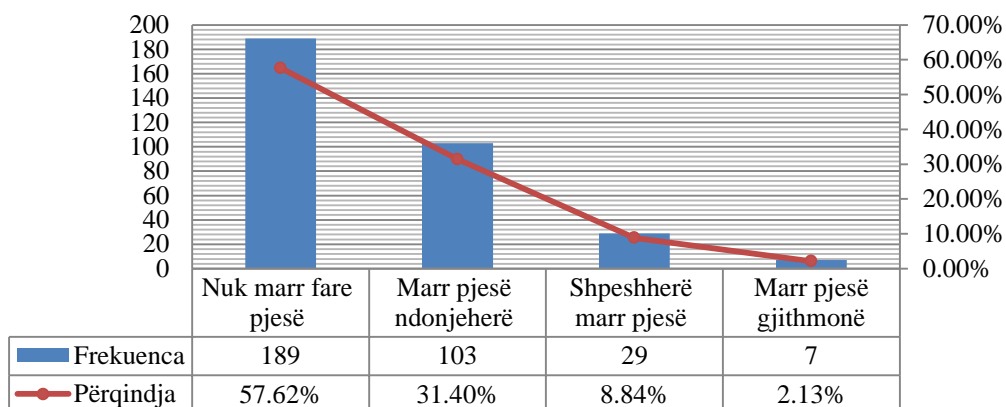
Tek pyetja e katërt : Banorët vendas duhet të përfshihen që në hapat e para të procesit për zhvillimin e strategjisë për turizmin e qëndrueshëm kemi përgjigje: 0.91% nuk janë fare dakord, 1.52% S'jan dakord, 7.01% neutral, 36.89% dakord, 40.85% shumë dakord, 12.80% kanë dhënë përgjigje nuk e di.

- Nga analiza e përgjigjeve në pyetjen e katërt shohim se banorët e anketuar më një përqindje më të madhe 36.89% dakord dhe 40.85% janë shumë dakord, të përfshihen që 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: 11.28% nuk jam fare dakord, 13.11% S'jam dakord, 14.33% neutral, 30.18% dakord, 21.65% shumë dakord, 9.45% kanë dhënë përgjigje nuk e di.

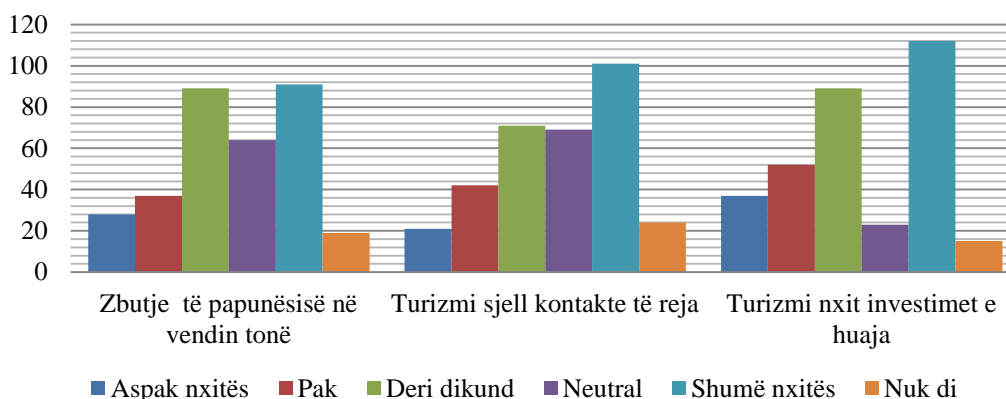
- Nga analiza e përgjigjeve në pyetjen e pestë shohim se banorët e anketuar janë të hamendur për në angazhimin e tyre në proceset e ardhshme vendimmarrëse për zhvillimin e strategjisë së turizmit nga organet kompetente.

4. Niveli i pjesmarrjes në procesin e përpilimit të një strategjie për zhvillimin e turizmit Kosovarë.



Në grafikun nr 6. 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 përpilimit të një strategjie për zhvillimin e turizmit Kosovarë. Ku 189 ose 57.62% e banorëve nuk marrin fare pjesë në procesin e përpilimit, 103 ose 31.40% e banorëve marrin pjesë ndonjëherë, 29 ose 8.84% e banorëve shpeshherë marrin pjesë, dhe 7 ose 2.13% e banorëve marrin pjesë gjithmonë në proces. Nga analiza e përgjigjeve vërejmë se një përqindje shumë e madhe 57.62% e banorëve nuk janë të kyqur fare në proceset vendimmarrëse.

5. Faktorët nxitës që ndikojnë në rritjen e pjesmarrjes së banorëve.



	Aspak nxitës	Pak	Deri dikund	Neutral	Shumë nxitës	Nuk di
Zbutje të papunësisë në vendin tonë	8.54%	11.28%	27.13%	19.51%	27.74%	5.79%
Turizmi sjell kontakte të reja	6.40%	12.80%	21.65%	21.04%	30.79%	7.32%
Turizmi nxit investimet e huaja	11.28%	15.85%	27.13%	7.01%	34.15%	4.57%

Faktorët nxitës që ndikojnë në rritjen e pjesëmarrjes së banorëve në proceset vendimmarrëse janë shumë të rëndësishme dhe numri i tyre është mjaftë i madh, mirpo neve në studim i kemi disa nga ata faktor. Në grafikun nr. 7 paraqiten të dhënat nga pytjet:

Tek pyetja e parë: Turizmi sjell zbutje të papunësisë në vendin tonë :8.54% e banorëve të anketuar janë përgjigjur më aspak nxitës, 11.28% pak nxitës, 27.13% deri dikund nxitës, Neutral 19.51%, Shumë nxitës më 27.74% dhe më nuk e di janë përgjigjur 5.79% banorëve të anketuar.

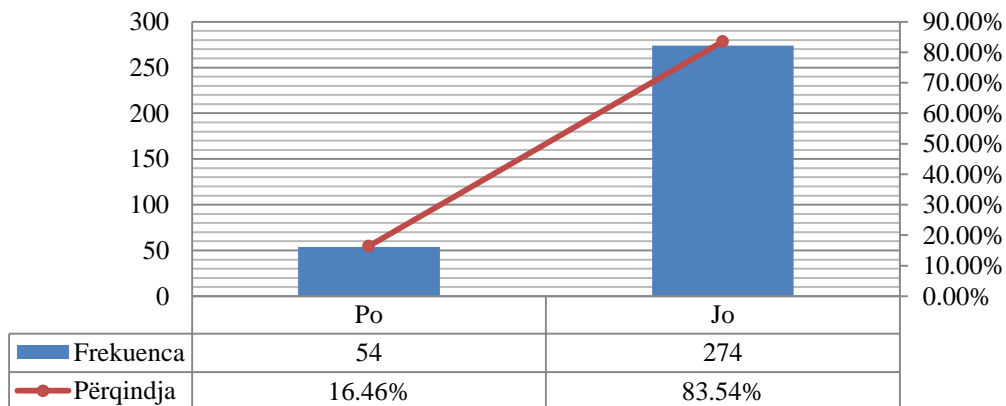
Nga analiza e përgjigjeve shohim se opinionet e banorëve janë deri dikund pozitive në lidhje me turizmin i cili do të sjell zbutje të papunësisë në vendin tonë

Tek pyetja e dytë: Turizmi sjell kontakte të reja: 6.40% më aspak nxitës, 12.80% pak, 21.65% deri dikund, 21.04% kemi përgjigje neutrale, 30.79% shumë nxitës dhe më nuk e di janë përgjigjur 7.32% e banorëve. Nga analiza e përgjigjeve shohim se opinionet e banorëve janë positive në lidhje me turizmin që sjell kontakte të reja në vendin e tyre.

Tek pyetja e tretë: Turizmi nxit investimet e huaja: 11.28% e banorëve të anketuar janë përgjigjur më aspak nxitës, 15.85% më pak, 27.13% deri dikund, 7.01% neutral, 34.15% shumë nxitës dhe më nuk e di janë përgjigjur 4.57% banorë të anketuar. Nga analiza e përgjigjeve shohim se opinionet e banorëve janë pozitive në lidhje me turizmin që nxit investimet e huaja në vendin e tonë.

IV.Perspektivat e ardhshme

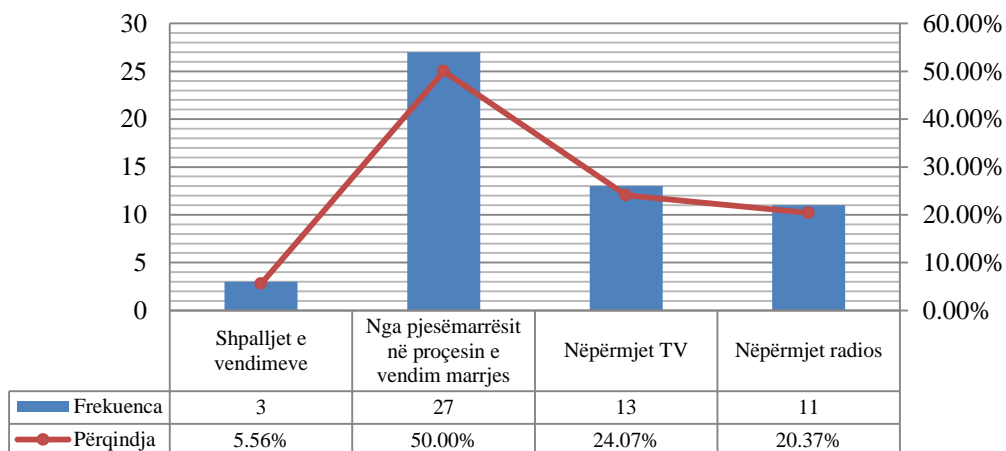
1. Njohja e planeve dhe vendimet e marra për strategjin e zhvillimit të turizmit



Kjo pjesë e pyetjeve në grafikun 8 ka të bëjë me perspektivat e ardhshme ku banorët e komunave të Kosovës a i njohin planet dhe vendimet e marra për strategjin e zhvillimit të turizmit nga organet qeveritare dhe lokale . Nga analiza e përgjigjeve vrejme se 54 ose 16.46 % e banorëve të komunave të Kosovës janë përgjigjur më PO dhe 274 ose 83.54% janë përgjigjur më JO.

Nga përgjigjet e banorëve me një numër mjaftë të madh 83.54% shofim se ata nuk kanë njohuri me vendimet që i marri organet qeveritare dhe nuk i njohin ato vendime.

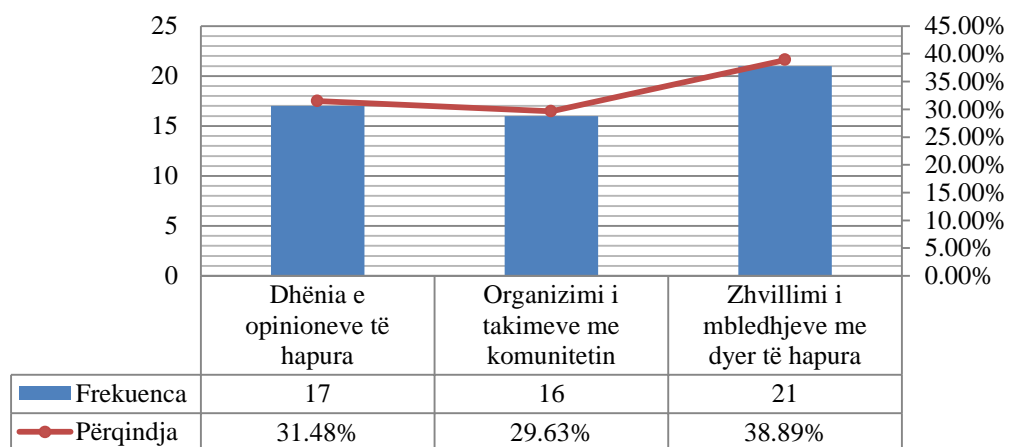
2. Nëse PO si jeni njohur me vendimet e marra nga agjensionet qeveritare.



Nga analiza e përgjigjeve të banorëve nga grafiku i mësipërm nr.8 vërehet se 54 ose 16.46 % e banorëve kanë dhënë përgjigje lidhur me njohjen e planeve dhe vendimeve të marra për strategjin e zhvillimit të turizmit ,atëherë shtrohet pyetja nëse 54 ose 16.46 % janë përgjigjur më PO si ka qenë mënyra apo qasja e këtyre banorëve me njohjen e këtyre vendimeve të marra nga agjensionet qeveritare.

Gjithsejtë nga 54 banorë të prezentuar në grafikun 9 ose 16.46 % nga numri total i të anketuarve që është 328 janë përgjigjur më PO ,atëherë 3 ose 5.56% e banorëve janë njoftuar më shpalljet e vendimeve nëpërmes gazetave ,27 ose 50% e banorëve janë njoftuar nga pjesëmarrësit në procesin e vendim marrjes ,13 ose 24.07% e banorëve janë njoftuar nëpërmjet TV-së dhe 11 ose 20.37% e banorëve janë njoftuar nëpërmjet radios.

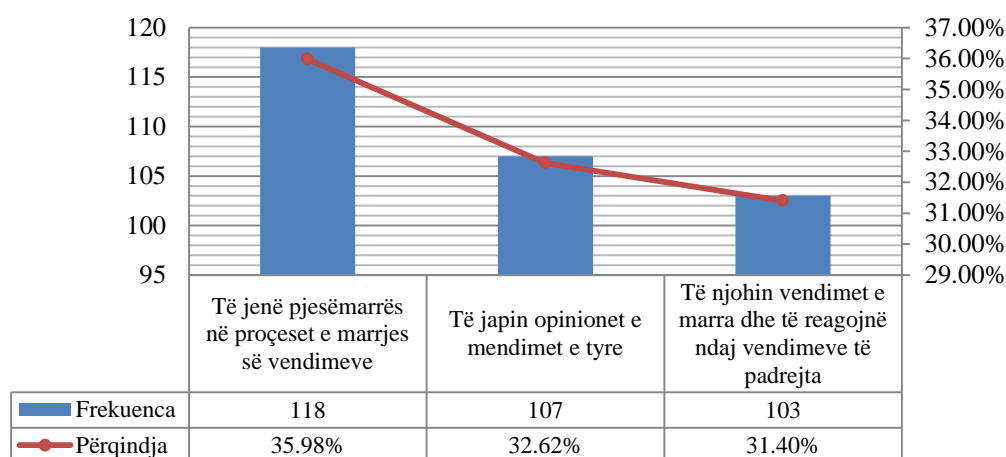
3. Aktivitetet për pjesëmarrjen e publikut.



Nga analiza e përgjigjeve të banorëve në të dyja grafikët e mësipërme 8 dhe 9 dhe në bazë të deklaratave të tyre do ta bëjmë një analizë në grafikun nr.10 ku kemi 54 ose 16.46 % e banorëve të cilët janë përgjigjur më PO, pra ata të cilët janë deklaruar lidhur me njohjen e planeve dhe vendimeve të marra për strategjin e zhvillimit të turizmit ,atëherë do të shohim se çfarë aktivitete janë kryer për pjesëmarrjen e këtyre banorëve

në procesin e vendimarrjes. Nga gjithsejtë 54 banorë :17 ose 31.48% e tyre është përgjigje për opinionet e hapura, 16 ose 29.63% rganizimi i takimeve me komunitetin dhe 21 ose 38.89% zhvillimi i mbledhjeve me dyer të hapura.

4. Mënyra e angazhimit të banorëve në formulimin e strategjisë për zhvillim të turizmit



Në grafikun nr. 11 paraqiten të dhënat për të cilat tregojne menyren se si duhen të angazhohen banorët në procesin e marrjes se vendimeve në formulimin e strategjisë për zhvillim të turizmit.Nga analiza e pyetësorëve shofim :

Tek pyetja e parë: Banorët të jenë pjesëmarrës në proceset e marrjes së vendimeve kemi përgjigje 118 ose 35.98% .

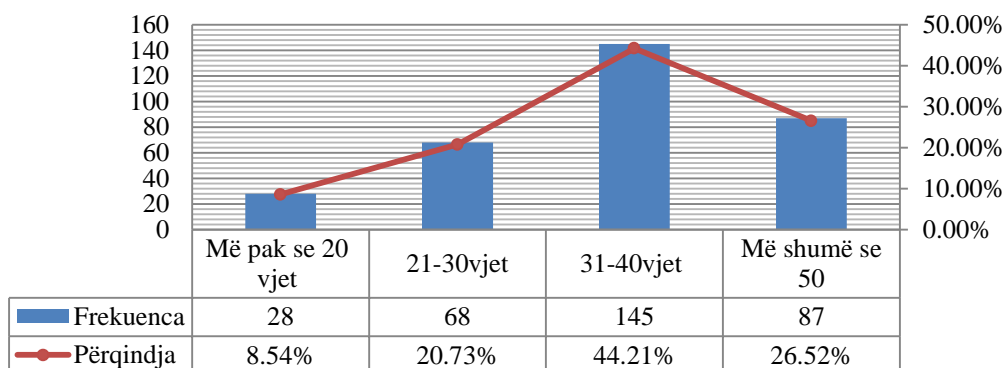
Tek pyetja e dyte: Të japin banorët opinionet e tyre kemi përgjigje 107 ose 32.62%.

Tek pyetja e tretë: Të njohin vendimet e marra dhe të reagojnë ndaj vendimeve të padrejta kemi përgjigje 103 ose 31.40% e banorëve të anketuar.

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

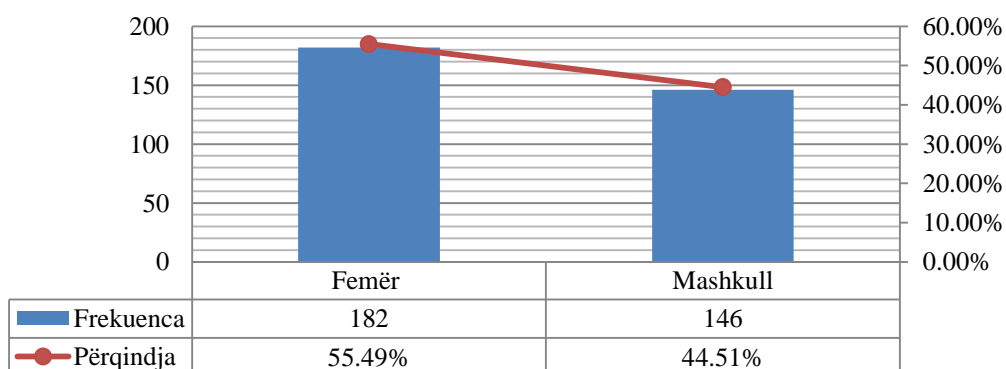
V. Informacioni demografik

1. Kategoria e moshës



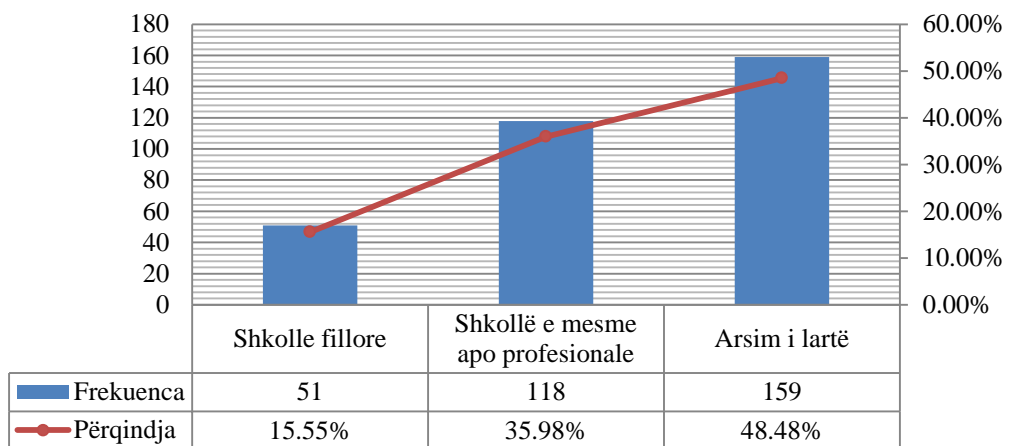
Kategoria e moshës tek banorët e komunave të Kosovës është element i rëndësishëm për të analizuar opinionet e tyre në lidhje me zhvillimin e ngjarjeve të cilat po ndodhin kohët e fundit në këto komuna, si dhe angazhimi i tyre në proceset vendimare për zhvillim e një strategjie për turizëm të qëndrueshëm si në nivelë lokalë ashtu edhe në atë qendror. Në grafikun nr.12 paraqiten të dhënat për moshën e banorëve të anketuar. Ku 28 ose 8.54% e banorëve ishin më pak se 20 vjet . 68 ose 20.73% e banorëve ishin nga mosha 21-30 vjet ,145 ose 44.21% e banorëve ishin prej moshës 31-40 vjet dhe 87 ose 26.52% e banorëve të anketuar kishin më shumë se 50 vjet.

2. Gjinia:



Në grafikun nr.13 paraqiten të dhënat për moshën e banorëve të anketuar:Ku 182 ose 55.49% janë të gjinisë femërore ,ndërsa 146 ose 44.51% janë të gjinisë mashkullore. Nga analiza e të anketuarëve shofim se numri më i madh i korespondentëve është i gjinisë femërore sepse ato kanë qenë më të gatshme të përgjigjen në pyetësor sesa gjinia mashkullore.

3.Niveli i edukimit



Niveli i edukimit ,mund të jetë një përcaktues i rëndësishëm i përgjigjeve të mara nga banorët e anketuar. Në grafikun nr.14 paraqiten të dhënat për nivelin e shkollimit të banorëve të anketuar: Ku 51 ose 15.55% e banorëve kishin të përfunduar shkollën fillore,118 ose 35.98% e banorëve kishin të përfunduar shkollë të mesme apo profesionale dhe 159 ose 48.48% kishin të përfunduar arsim të lartë

A përfitoni ju nga zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm * A do të sjellë zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm zhvillim ekonomik të vendit

Gjetjet prej intervistave nga banorët lokal - 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.

Banorët janë të vetëdijshëm që zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm do të sjellë zhvillim ekonomik në vend, do të ndikojë në ngritjen e shkallës së mbrojtjes së ambientit në vend, do të sjellë ngritjen e vetëdijës në aspektin e qëndrueshmërisë. Ata si banorë vendas do të përfitojnë nga zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm.

Zhvillimet e strategjise të 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 strategjin 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 marrin 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.

Duke pasur parasysh faktorët që i nxisin banorët janë: Zbutja e papunësisë, kontakte të reja, nxitjen e investimeve të huaja .Që të gjitha këta faktorë do të ndikojnë në rritjen e pjesëmarrjes së banorëve në proceset vendimmarrëse dhe janë shumë të rëndësishme për banorët vendas .

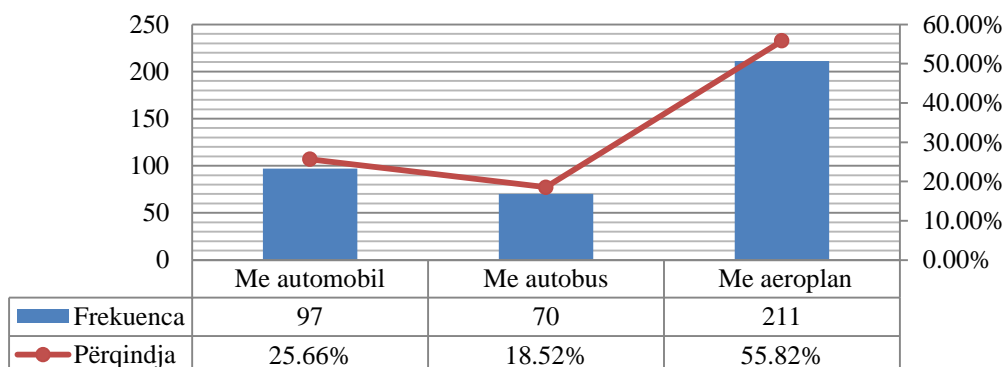
Prezantimi i gjetjeve prej intervistave nga vizitorët turistik

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 zhvillit të turizmit të qëndrueshëm dhe kanë qenë të përfshirë në anketë i cili përbëhej nga një pyetësori. Brenda pyetësorit, për veq pyetjeve të shkurtëra ka edhe pyetje më shkallë të Likertit , siç tregohet në tabelën më poshtë të cilat janë shfrytëzuar për të përcaktuar nivelin e rëndësie të vendosur mbi çështjet të cilat i referohen përshtypjeve dhe imazhit të përgjithshëm të vendit tonë nga ana e turistëve ,ku kjo do na ndimonte në zhvillimin e strategjie të mirëfillt. 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.

Pjesa në vijim paraqet gjetjet në lidhje me perceptimet e turistëve dhe të gjeturat e përgjithshme për secilin nga pohimet është paraqitur në tabelat dhe grafikët e mëposhtme.

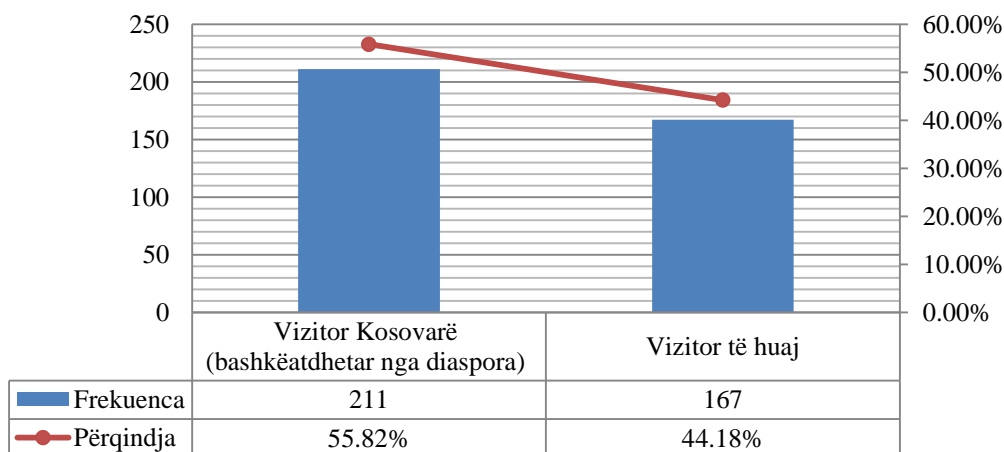
PYËTSOR PËR VIZITOR TURISTIK

1. Mënyra e arritjes në Kosovë



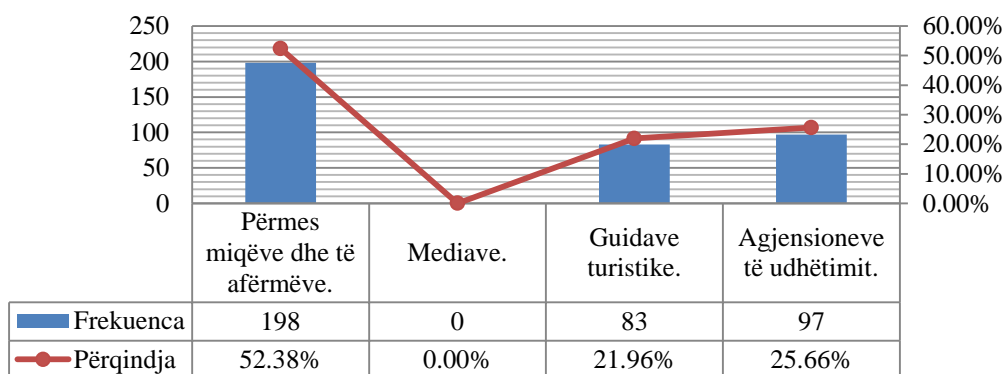
Nga gjithsejtë 400 pyëtësor drejtuar turistëve ,në anketë kanë marrë pjesë 378 turistë ndërsa 22 turistë kanë hezitur të përgjigjen . Nga përgjigjet e vizitorëve apo turistëve në pytjen e parë rreth mënyrës se si kanë arritur ata në Kosovë ,shofin në grafikun 1 se 97 (25.66%) vizitor kanë ardhur në Kosovë me automobilë . Ndërsa 70 (18.52%) më autobus dhe 211 (55.82%) më aeroplan.

2. Raporti në mes të turistëve vendor dhe të huaj



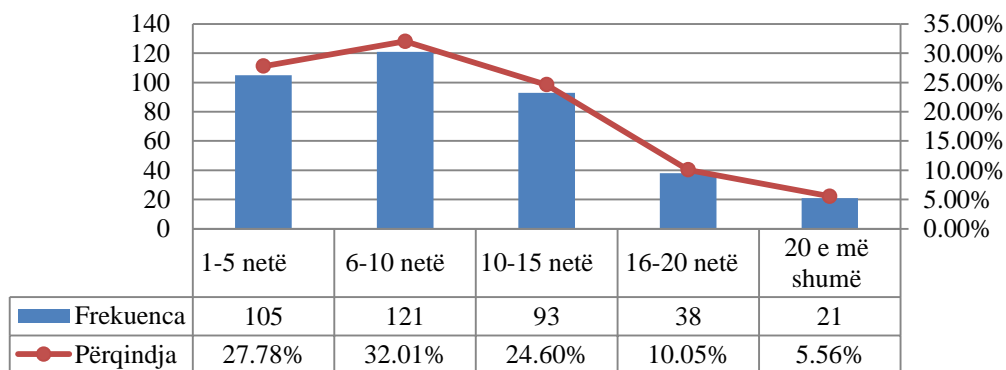
Në grafikun nr.2 paraqiten të dhënat për vizitorët e anketuar , prejadhjen e tyre si dhe a janë turistë nga Kosova apo nga ndonjë vend tjetër jashtë Kosovës. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve të anketuar vrejme se 211 (55.82%) janë vizitor Kosovarë (bashkëatdhetar nga diaspora) ,ndërsa 167 (44.18%) janë vizitor të huaj.

3. Mënyrat e njohjeve të destinacionit



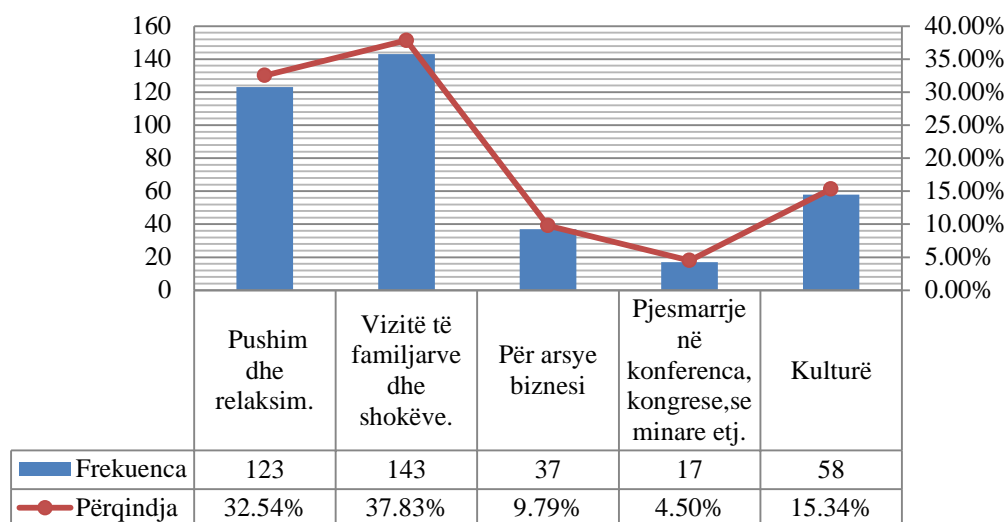
Në grafikun nr.3 paraqiten të dhënat për vizitorët e anketuar për mënyrën se si janë të informuar për Kosovën. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve të anketuar vrehet se 198(52.38%) kanë marrë Informata përmes miqëve dhe të afërmëve.Ndërsa nëpërmes mediave nuk kemi përgjigje. 83 (21.96%) përmes guidave turistike si dhe 97 (25.66%) turistëve nga agjensionet e udhëtimit.

4.Gjatësia e qëndrimit në Kosovë



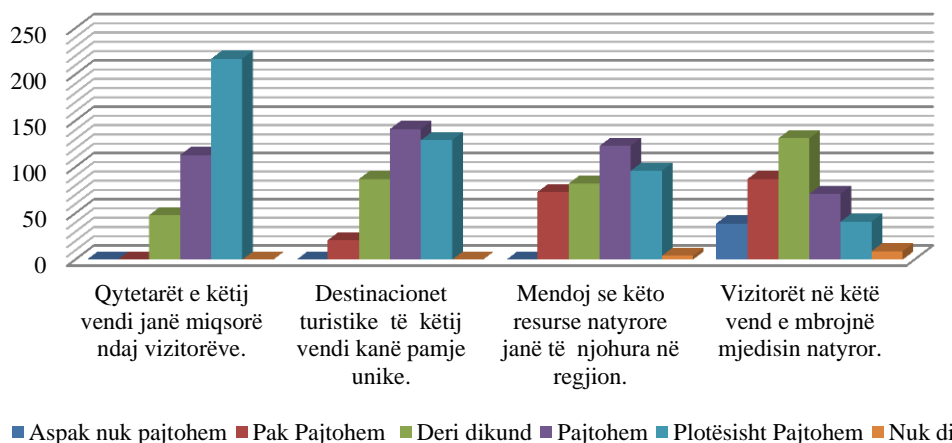
Në grafikun nr.4 paraqiten të dhënat për vizitorët e anketuar, se sa netë kanë planifikuar të qëndronjë turistët në vendin tonë .Përgjigjet e mara nga të anketuarit ishin: 1 -5 netë kanë planifikuar të rinë 105 (27.78%) të turistëve , 6-10 netë kanë planifikuar të rinë 121(32.01%) të turistëve , 10-15 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 .

5. Arsyeja e vizitës



Në grafikun nr.5 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 vrejme 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.

6. Më pas janë të renditura fjalit të cilat i referohen imazhit të përgjithshëm të vendit tonë turistik.

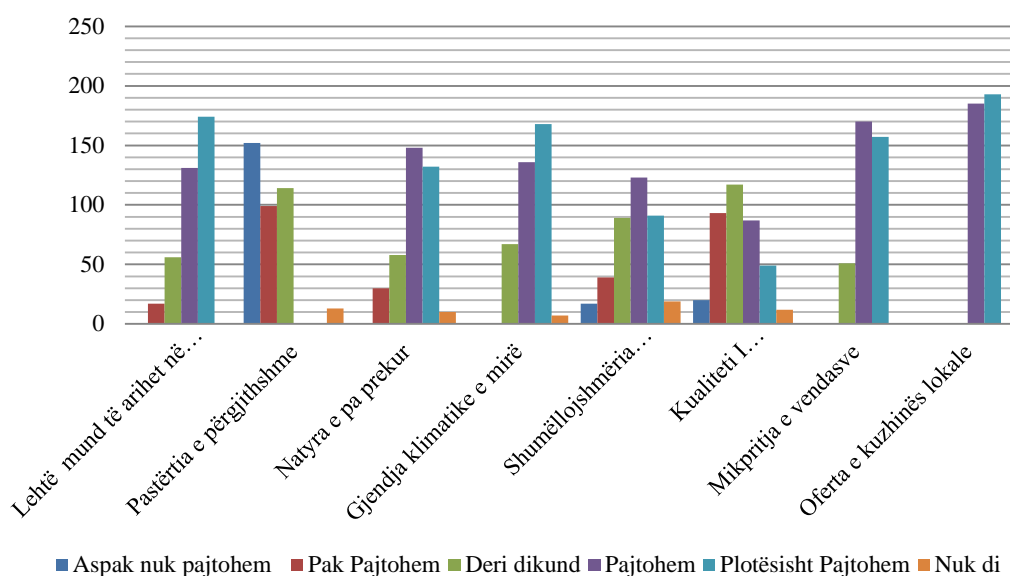


Të anketuarit N=378	1-Aspak nuk pajtohem	2- Pak pajtohem	3-Deri dikund	4-Pajtohem	5-Plotësisht Pajtohem	Nuk di
Qytetarët e këtij vendi janë miqsorë ndaj vizitorëve.	0.00%	0.00%	12.70%	29.89%	57.41%	0.00%
Destinacionet turistike të këtij vendi kanë pamje unike.	0.00%	5.56%	23.02%	37.30%	34.13%	0.00%
Mendoj se këto resurse natyrore janë të njohura në regjion.	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 nr. 6 dhe tabelën nr.1 paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se sa pajtohen turistët me imazhin e përgjithshëm të vendit tonë .Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shofim se ata në përgjithësi janë shumë të kënaqur me imazhin e vendit tonë .Sai përketë pytjes se a janë qytetarët e vendit tonë miqësor më 57.41% janë përgjigjur më plotësisht pajtohem,29.89% janë përgjigjur më pajtohem ndërsa 12.70% janë përgjigjur deri dikund.Tek pytja e dytë destinacionet turistike të Kosovës a kanë pamje unike ,turistët janë përgjigjur :Aspak nuk pajtohem nuk kemi pasur përgjigje ,5.56% pak pajtohem,deri dikund më 23.02%,pajtohem më 37.30% , plotësisht pajtohem më

34.13%. Tek pyetja e tretë se resurset natyrore të Kosovës janë të njohura në regjion, 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 më: Aspak nuk pajtohem 10.32%, Pak pajtohem 23.02% , Deri dikund 34.66%, Pajtohem 18.78%, Plotësisht Pajtohem 10.85%, Nuk di 2.38%.

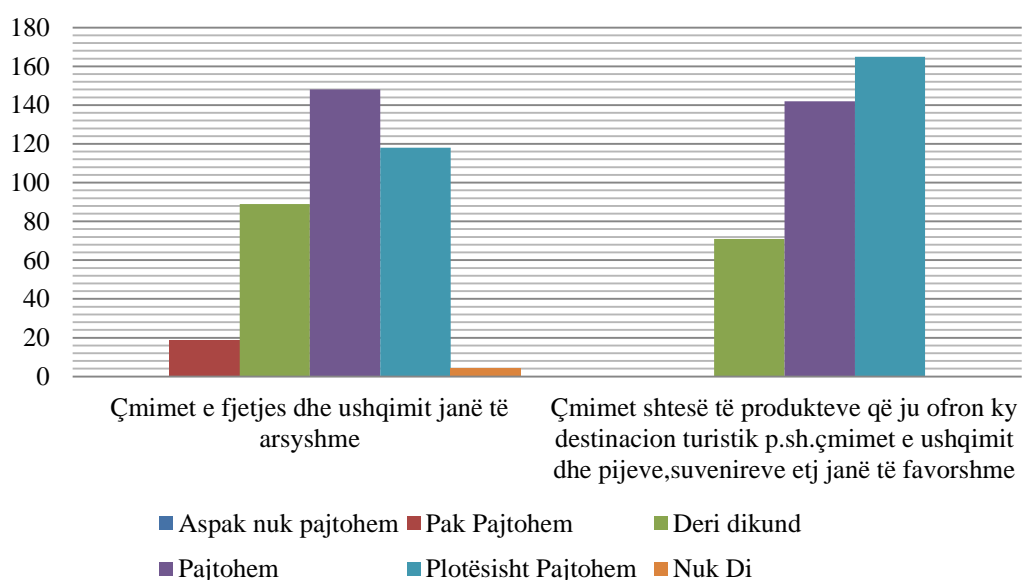
7. Më poshtë janë të renditura disa elemente të cilat mund ti konsideroni si shtytje për zgjedhjen e vendit tonë për ta vizituar.



	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 nr. 7 dhe tabelën nr.2 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 keto përgjigje: Pak Pajtohem 4.50%, Deri dikund 14.81%, Pajtohem 34.66%, Plotësisht Pajtohem 46.03%, .Tek Pyetja e dytë: Si e konsiderojn 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 keto 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 Kosove ,kemi keto 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 marë 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%.

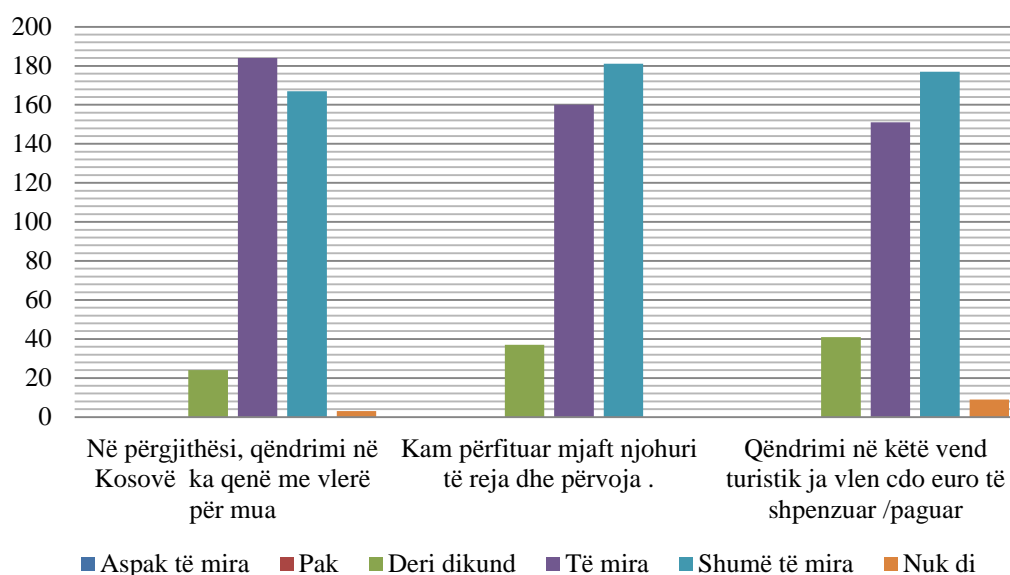
8.Pjesa tjetër e pyetjeve i referohet shpenzimeve lidhur me qëndrimin e juaj në vendin tonë.



	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 nr. 8 dhe tabelën nr.3 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 me 39.15% dhe plotësisht pajtohen me 31.22% me çmimet e fjetjes dhe të ushqimit ,ndërsa deri dikund me 23.54%, pak pajtohen me 2.50% dhe nuk di me 1.06%. Ndërsa tek pytja e dytë që lidhet me çmimet shtesë të produkteve kemi përgjigje : Plotësisht pajtohen me 43.65%, pajtohen me 37.57% dhe deri dikund me 18.78%.

9.Cilat janë përshtypjet tuaja gjatë të qëndrimit në destinacionet turistike Kosovare.

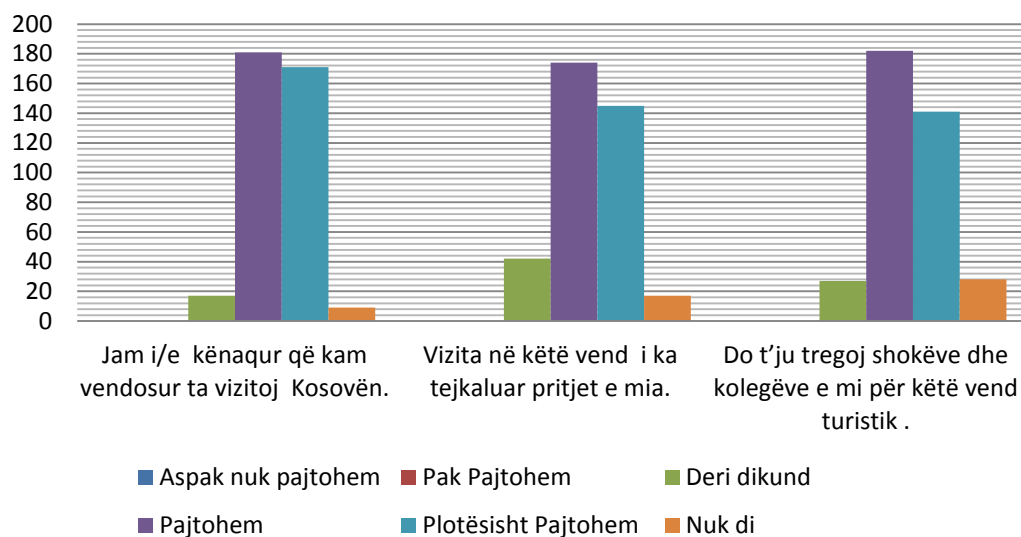


	Aspak të mira	Pak	Deri dikund	Të mira	Shumë të mira	Nuk di
Në përgjithësi, qëndrimi në Kosovë ka qenë me vlerë për mua	0.00%	0.00%	6.35%	48.68%	44.18%	0.79%
Kam përfituar mjaft njohuri të reja dhe përvoja .	0.00%	0.00%	9.79%	42.33%	47.88%	0.00%
Qëndrimi në këtë vend turistik ja vlen cdo euro të shpenzuar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

Në grafikun nr. 9 dhe tabelën nr.4 paraqiten të dhënat të cilat tregojnë për përshtypjet e turistëve gjatë qëndrimit në destinacionet turistike Kosovare. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim 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 pytja 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 pytja 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.

10. Tani dëshirojmë t'ju pyesim , se deri në çfarë shkalle ju pajtoheni me deklaratat në vijim.

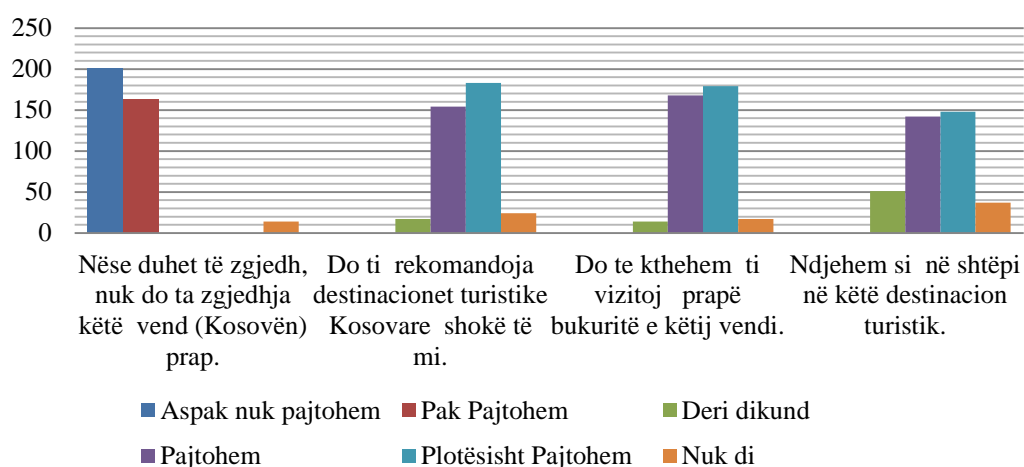


	Aspak nuk pajtohem	Pak Pajtohem	Deri dikund	Pajtohem	Plotësisht Pajtohem	Nuk di
Jam i/e kënaqur që kam vendosur ta vizitoj Kosovën.	0.00%	0.00%	4.50%	47.88%	45.24%	2.38%
Vizita në këtë vend i ka tejkalluar pritjet e mia.	0.00%	0.00%	11.11%	46.03%	38.36%	4.50%
Do t'ju tregoj shokëve dhe kolegëve e mi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

Në grafikun nr.10 dhe tabelën nr.5 paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se deri në çfarë shkalle turistët pajtoheni me pyetjet në vijim. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim 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% jane përgjigjur nuk di. Tek pyetja e dytë : Vizita në këtë vend i ka tejkalluar 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%.

11. Tani do te pyesim nëse pajtoheni apo jo me deklaratat në vijim dhe deri në çfarë shkalle.

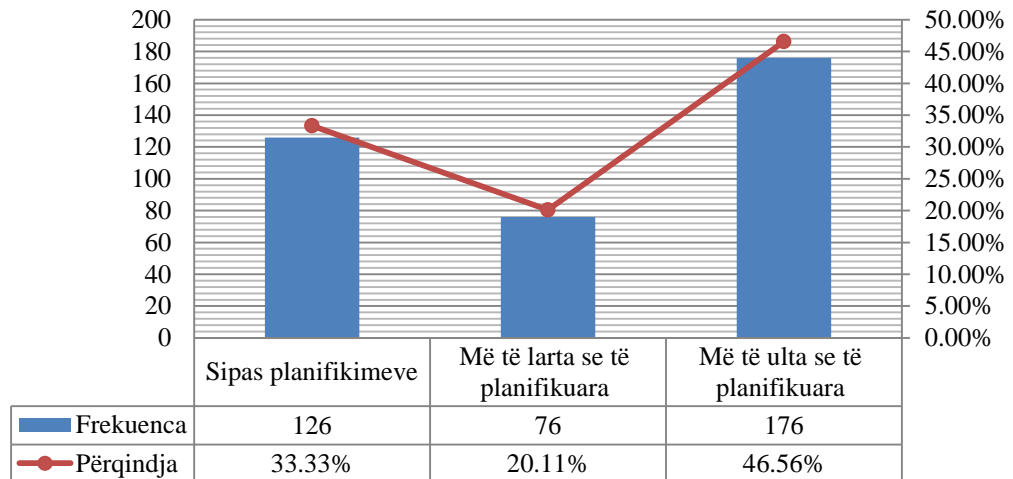


	Aspak nuk pajtohem	Pak Pajtohem	Deri dikund	Pajtohem	Plotësisht Pajtohem	Nuk di
Nëse duhet të zgjedh, nuk do ta zgjedhja këtë vend (Kosovën) prap.	53.17%	43.12%	0.00%	0.00%	0.00%	3.70%
Do ti rekomandoja destinacionet turistike Kosovare shokë të mi.	0.00%	0.00%	4.50%	40.74%	48.41%	6.35%
Do të kthehem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

Në grafikun nr.11 dhe tabelën nr.6 paraqiten të dhënat të cilat tregojnë se deri në çfarë shkalle turistët pajtoheni më pytjet në vijim. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shofim se ata kanë japur përgjigje pozitive për vizitën e tyre si dhe në përgjithësi janë të kënaqur më qëndrimin e tyre në Kosovë .Turistët prap dëshirojnë ta vizitojnë vendin

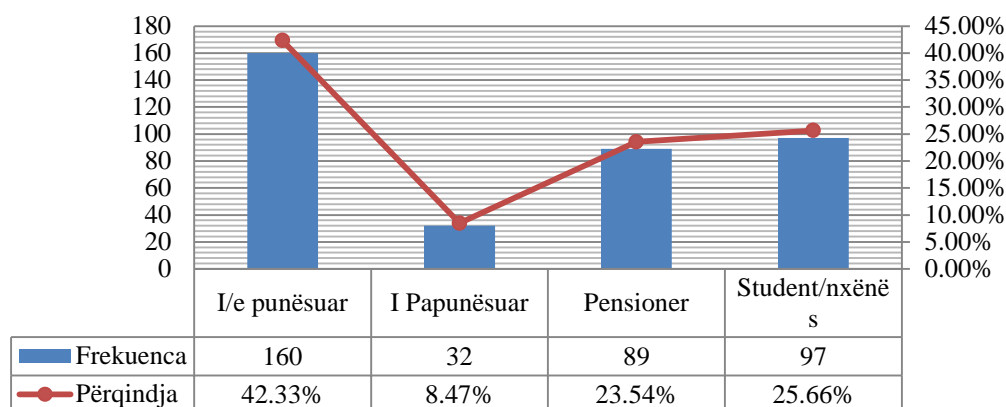
tonë ku shihet nga përgjigjet e tyre ku më 47.35% plotësisht pajtohen, pastaj më 44.44% pajtohen dhe deri dikund më 3.70%. Tek pyetja e fundit sa i përket ambientimit të tyre në vendin tonë përgjigjet e turistëve janë : 39.15% më plotësisht pajtohem, 37.57% më pajtohem, 13.49 %, deri dikund, 13.49%, dhe nuk di më 9.79%.

12. Planifikimi rreth shpenzimeve



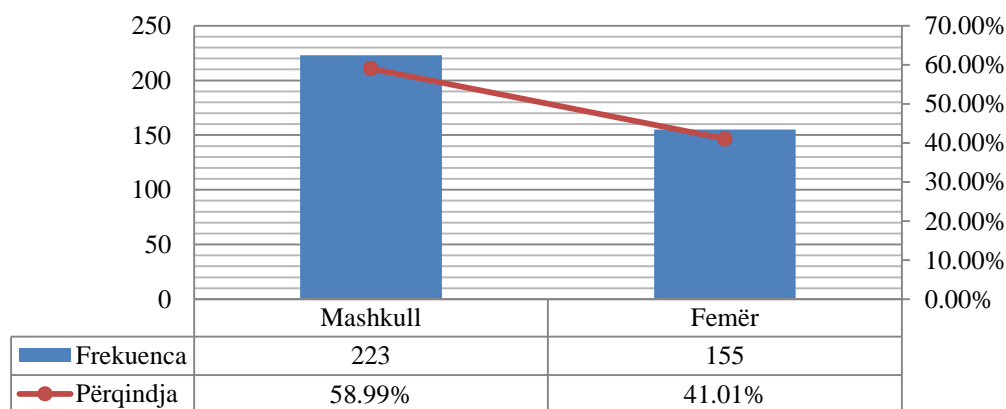
Në grafikun nr. 12 paraqiten të dhënat se si i kanë planifikuar shpenzimet turistët .Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata janë përgjigjur : 126 (33.33%) të vizitorëve kanë shpenzuar sipas planifikimit që e kanë bërë,ndërsa 76 (20.11%) kanë shpenzuar më shumë se sa kanë planifikuar ,ndërsa 176 (46.56%) të turistëve kanë shpenzuar më pak se sa kanë planifikuar të shpenzojnë.

13. Statusi i punësimit të vizitorëve



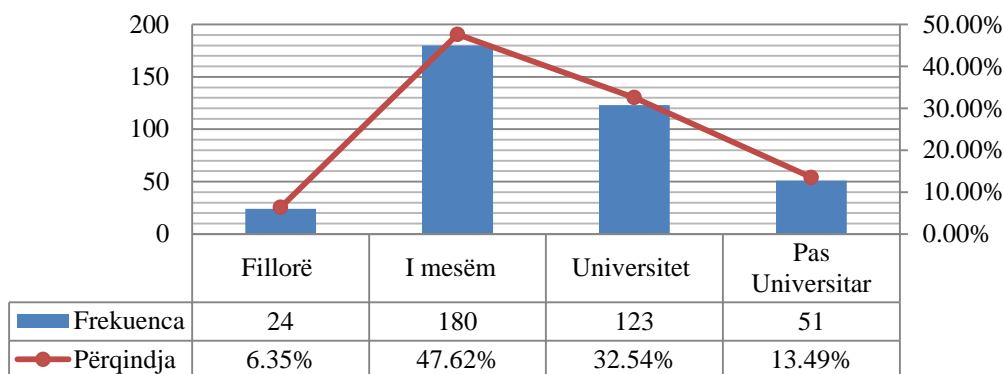
Në grafikun nr. 13 paraqiten të dhënat të cilat tregojnë rreth statusit të punësimit të turistëve. Nga analiza e përgjigjeve të turistëve shohim se ata janë përgjigjur më 160 (42.33%) e turistëve ishin të punësuar. Të papunë ishin 32 (8.47%) pensioner ishin 89 (23.54%) si dhe student 97 (25.66%).

14. Gjinia



Në grafikun nr. 14 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.

15.Niveli i shkollimit



Në grafikun nr. 15 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 prej intervistave 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 të cilat përbëhen 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 vizitor 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 të 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 . Ku është përdorur analiza e regresionit linear dhe metoda të tjera (testi t i njëanshëm, testi statistikor F/ ANOVA dhe regresioni i thjeshtë) .

Analiza e një regresioni të shumëfishtë është një analizë më eksplicite sepse të lejon që të shpërndash efektet e një variabli të vetëm në shumë variabla të tjerë të pavarura. Analiza e regresionit përdoret për të parashikur vlerën e variables së varur të bazuar në më së paku në një variable të pavarur, shpjegon efektet e ndryshimit të variables së pavarur në variablen e varur. Me variabël të varur kuptojmë variabla që ne dëshirojmë të parashikojmë ose ta shpjegojmë –sqarojmë, ndërsa variabla e pavarur është variabla e përdorur për të shpjeguar variablën e varur. Në këto lloj regresionesh kemi një numër më të madh variablash shpjegues se çdo të kishim në rast të një regresioni të thjeshtë që do të thotë se kemi një përpjekje më të madhe për të shpjeguar variancën e y -it. Një avantazh tjetër i regresioneve me shumë variabla është edhe mundësia për të gjetur lidhje apo funksione të ndryshme midis variablit të varur dhe atyre të pavarura, ndryshe nga një regresion i thjeshtë që paraqet vetëm një tip lidhje . Pra një regresion i shumëfishtë paraqet një shkallë më të lartë fleksibiliteti. Në mënyrë të përgjithshme ne mund të konkludojmë në një model me tre variabla të pavarura, duke marrë parasysh edhe konstantën, do të kishim:

$$Y = B_0 + B_1 x_1 + B_2 x_2 + B_3 x_3 + u$$

Ku B_0 është konstantja

B_1 është një parametër që mat efektin e variablit të pavarur **1** mbi variablin e varur në qoftëse mbahen konstant faktorët e tjerë.

B_2 është një parametër që mat efektin e variablit të pavarur **2** mbi variablin e varur në qoftëse mbahen konstant faktorët e tjerë.

B_3 është një parametër që mat efektin e variablit të pavarur **3** mbi variablin e varur në qoftëse mbahen konstant faktorët e tjerë.

Gjithashtu nënvizohet fakti që përveq këtyre tre variablave që sipërpërmendem normalisht ka edhe faktorë të tjerë që përfshihen në variablin u.

Gjithashtu në analizën e regresionit përfshihet testi ANOVA. ANOVA është një metodë statistikore që ka për qëllim analizën e variancës në mes të grupeve. Ky test së pari është përdorur nga Ronald Fisher në vitin 1918. Si pjesë e analizës së variacionit (ANOVA) ,është edhe **F-test** i cili tregon nëse një grup i variablave janë bashkarisht signifikante.

Analiza e korrelacionit

Analiza e korrelacionit është grup i teknikave statistikore që përdoren për të matur fortësinë e raporteve (korrelacionit) në mes të dy variablave. Koeficienti i korrelacionit (r) është tregues i raporteve në mes të variablave, ai merr vlerat prej **-1.00** deri në **1.00** . Vlerat afër **0.0** tregojnë korrelacion të dobët,ndërsa vlerat negative tregojnë një raport inverz kurse vlerat positive tregojnë një raport direkt. Koeficienti i deteminacionit (r^2) paraqet proporcionin e variancave totale në variablën e varur **Y** që mund të shpjegohen

përmes variacioneve në variablen e varur **X**. Koeficienti i determinacionit është katrori i koeficientit të korrelacionit dhe merr vlerat prej **0** deri në **1**.

Testi Chi-Square apo Kryqëzmi i tabelave

Kryqëzimi i tabelave na mundëson të sigurojmë informacione të shumta për ndërlidhshmërinë e variablave. Ky test tregon se si dy çështje të ndryshme janë të ndërlidhura me njëra-tjetrën. Me anë të këtij testi duke përdorur të dhënat, ne gjejmë shkallën e lirisë, frekuencat e pritura, p-value etj.

A përfitoni ju nga zhvillimi I ofertës dhe planifikimit turistik * A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike

Crosstab

Count

		A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike		Total
		Ndikon	Nuk ndikon	
A përfitoni ju nga zhvillimi I ofertës dhe planifikimit turistik	Po	64	1	65
	Jo	0	5	5
Total		64	6	70

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	57.436 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	45.559	1	.000		
Likelihood Ratio	30.618	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	56.615	1	.000		
N of Valid Cases	70				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .43.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.906	.089	17.631	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.906	.089	17.631	.000 ^c
N of Valid Cases		70			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

A përfitoni ju nga zhvillimi I ofertës dhe planifikimit turistik * A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës

Crosstab

Count

		A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës		Total
		Ndikon	Nuk ndikon	
A përfitoni ju nga zhvillimi I ofertës dhe planifikimit turistik	Po	62	3	65
	Jo	0	5	5
Total		62	8	70

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	41.731 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	32.840	1	.000		
Likelihood Ratio	25.440	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	41.135	1	.000		
N of Valid Cases	70				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .57.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.772	.114	10.019	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.772	.114	10.019	.000 ^c
N of Valid Cases	70			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

A përfitoni ju nga zhvillimi I ofertës dhe planifikimit turistik * A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshem të turizmit në vendin tuaj.

Crosstab

Count

		A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshem të turizmit në vendin tuaj		Total
		Ndikon	Nuk ndikon	
A përfitoni ju nga zhvillimi I ofertës dhe planifikimit turistik	Po	63	2	65
	Jo	0	5	5
Total		63	7	70

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	48.462 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	38.291	1	.000		
Likelihood Ratio	27.649	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	47.769	1	.000		
N of Valid Cases	70				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .50.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.832	.107	12.369	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.832	.107	12.369	.000 ^c
N of Valid Cases	70			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Çfarë përfitime sjellë për ju zhvillimi i strategjisë së turizmit të qëndrueshëm. * A do të sjellë zhvillimi i strategjisë, zhvillim efikas të turizmi në Kosovë?

Crosstab

Count

		A do të sjell zhvillimi I strategjise, zhvillim efikas të turizmi në Kosove?		Total
		Do te sjellë	Nuk do te sjellë	
Cfare perfitime sjelle për ju zhvillimi I strategjise se turizmit të qendrushem.	Pozitive	62	3	65
	Negative	0	5	5
Total		62	8	70

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	41.731 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	32.840	1	.000		
Likelihood Ratio	25.440	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	41.135	1	.000		
N of Valid Cases	70				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .57.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.772	.114	10.019	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.772	.114	10.019	.000 ^c
N of Valid Cases	70			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Çfarë përfitime sjellë për ju zhvillimi i strategjisë së turizmit të qëndrueshëm. * A do të sjellë zhvillimi i strategjisë ,shfrytëzim efektiv të resurseve natyrore

Crosstab

Count

		A do të sjell zhvillimi I strategjise ,shfrytezim efektiv të resurseve natyrore		Total
		Do te sjellë	Nuk do te sjellë	
Cfare perfitime sjelle për ju zhvillimi I strategjise se turizmit të qendrueshem.	Pozitive	63	2	65
	Negative	0	5	5
Total		63	7	70

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	48.462 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	38.291	1	.000		
Likelihood Ratio	27.649	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	47.769	1	.000		
N of Valid Cases	70				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .50.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.832	.107	12.369	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.832	.107	12.369	.000 ^c
N of Valid Cases	70			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Çfarë përfitime sjellë për ju zhvillimi i strategjisë së turizmit të qëndrueshëm. * A do të sjellë strategjia e turizmit një pjesëmarrje të gjithëmbarshme të grupeve të interesit?

Crosstab

Count

		A do të sjell strategjia e turizmit një pjesëmarrje të gjithëmbarshme të grupeve të interesit?		Total
		Do te sjellë	Nuk do te sjellë	
Cfare perfitime sjelle për ju zhvillimi I strategjise se turizmit të qendrushem.	Pozitive	59	6	65
	Negative	0	5	5
Total		59	11	70

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	28.881 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	22.435	1	.000		
Likelihood Ratio	20.866	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	28.469	1	.000		
N of Valid Cases	70				

a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .79.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.642	.115	6.911	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.642	.115	6.911	.000 ^c
N of Valid Cases	70			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Crosstab

Count

		A do të sjellë zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm zhvillim ekonomik të vendit		Total
		Do të sjellë	Nuk do të sjellë	
A përfitoni ju nga zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm	Po	292	11	303
	Jo	0	25	25
Total		292	36	328

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	219.509 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	209.757	1	.000		
Likelihood Ratio	132.435	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	218.839	1	.000		
N of Valid Cases	328				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.74.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.818	.049	25.682	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.818	.049	25.682	.000 ^c
N of Valid Cases	328			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

A përfitoni ju nga zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm * Ado të sjell zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm ngritjen e shkallës së mbrojtjes së mbientit

Crosstab

Count

		Ado të sjell zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm ngritjen e shkallës së mbrojtjes së mbientit		Total
		Do të sjellë	Nuk do të sjellë	
A përfitoni ju nga zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm	Po	286	17	303
	Jo	0	25	25
Total		286	42	328

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	184.284 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	175.927	1	.000		
Likelihood Ratio	120.060	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	183.722	1	.000		
N of Valid Cases	328				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.20.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.750	.052	20.446	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.750	.052	20.446	.000 ^c
N of Valid Cases	328			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

A përfitoni ju nga zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm * A do të sjell zhvillimi turizmit ngritjen e vetë dijës në aspektin e qëndrueshmërisë

Crosstab

Count

		A do të sjell zhvillimi turizmit ngritjen e vetë dijës në aspektin e qëndrueshmërisë		Total
		Do te sjellë	Nuk do te sjellë	
A përfitoni ju nga zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm	Po	273	30	303
	Jo	0	25	25
Total		273	55	328

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	134.329 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	127.951	1	.000		
Likelihood Ratio	100.960	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	133.920	1	.000		
N of Valid Cases	328				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.19.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.640	.051	15.037	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.640	.051	15.037	.000 ^c
N of Valid Cases		328			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

A perfitoni ju nga zhvillimi I ofertes dhe planifikimit turistik. * A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike?

Crosstab

Count

		A ndikon strategjia e turizmit në zhvillimin e ofertës turistike?		Total
		Ndikon	Nuk ndikon	
A perfitoni ju nga zhvillimi I ofertes dhe planifikimit turistik.	Po	287	16	303
	Jo	0	25	25
Total		287	41	328

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	189.439 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	180.878	1	.000		
Likelihood Ratio	121.905	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	188.861	1	.000		
N of Valid Cases	328				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.13.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.760	.052	21.112	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.760	.052	21.112	.000 ^c
N of Valid Cases	328			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

A perfitoni ju nga zhvillimi I ofertes dhe planifikimit turistik. * A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës?

Crosstab

Count

		A ndikon strategjia e turizmit në planifikimin turistik të Kosovës?		Total
		Ndikon	Nuk ndikon	
A perfitoni ju nga zhvillimi I ofertes dhe planifikimit turistik.	Po	286	17	303
	Jo	0	25	25
Total		286	42	328

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	184.284 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	175.927	1	.000		
Likelihood Ratio	120.060	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	183.722	1	.000		
N of Valid Cases	328				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.20.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.750	.052	20.446	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.750	.052	20.446	.000 ^c
N of Valid Cases		328			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

A perfitoni ju nga zhvillimi I ofertes dhe planifikimit turistik. * A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshem të turizmit në vendin tuaj?

Crosstab

Count

		A ndikon mungesa e strategjisë në zhvillim të gjithëmbarshem të turizmit në vendin tuaj?		Total
		Ndikon	Nuk ndikon	
A perfitoni ju nga zhvillimi I ofertes dhe planifikimit turistik.	Po	282	21	303
	Jo	0	25	25
Total		282	46	328

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	165.906 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	158.277	1	.000		
Likelihood Ratio	113.330	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	165.400	1	.000		
N of Valid Cases	328				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.51.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.711	.052	18.267	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.711	.052	18.267	.000 ^c
N of Valid Cases	328			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891 ^a	.794	.792	.12127

a. Predictors: (Constant), Aspekti i qëndrueshmërisë, mbrojtja e ambientit, zhvillim i ekonomik

Kjo tabele paraqet vlerat R dhe R^2 . Vlera R paraqet korelacionin e thjeshte dhe është .891 që tregon nje shkalle të larte të korelacionit. R^2 (R Square) Kjo është përqindja e variancës në variablin e varur, në kete rast është 79.2% e cila perqindje është shume e larte.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	18.329	3	6.110	415.421	.000 ^b
Residual	4.765	324	.015		
Total	23.095	327			

a. Dependent Variable: Zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm

b. Predictors: (Constant), Aspekti i qëndrueshmërisë, mbrojtja e ambientit, zhvillim i ekonomik

Për të pare efektin e regresionit do të perdorim testin ANOVA, nga analiza e mund të konstatohet se ka rendesi statistikore pasi që $F(328) = 415.421$ dhe $p=.000$

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.131	.028		4.728	.000
Zhvillim ekonomik të vendit	.410	.030	.483	13.876	.000
1 Ngritjen e shkalles se mbrojtjes se ambientit	.277	.026	.349	10.609	.000
Ngritjen e vetëdijës në aspektin e qëndrueshmërisë	.152	.022	.214	6.975	.000

a. Dependent Variable: Zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm

Në tabelen e mesiperme janë dhënë rezultatet e një regresioni më të cilin deshirojme të vlersojme ndikimin që ka zhvillimi I turizmit të qëndrueshëm në zhvillimin ekonomik të vendit , ngritjen e shkalles se mbrojtjes se ambientit dhe ngritjen e vetedijes në aspektin e qëndrueshmërisë. Sipas të dhënave në table testi t tregon koeficient significant. Ekuacioni I regresionit do të jete $Y=0.131 + 0.410X_1+0.277X_2+0.152X_3$

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.742	.740	.13556

a. Predictors: (Constant), Zhvillimi i gjithëmbarshem, Planifikimi turistik , Oferta turistike

Kjo tabele paraqet vlerat R dhe R^2 . Vlera R paraqet korelacionin e thjeshte dhe është .862 që tregon nje shkalle të larte të korelacionit. R^2 (R Square) Kjo është përqindja e variancës në variablin e varur, në kete rast është 74% e cila perqindje është shume e larte.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.141	3	5.714	310.924	.000 ^b
Residual	5.954	324	.018		
Total	23.095	327			

a. Dependent Variable: Zhvillimi l ofertes dhe planifikimit turistik.

b. Predictors: (Constant), Zhvillimi i gjithëmbarshem, Planifikimi turistik , Oferta turistike

Për të pare efektin e regresionit do të perdorim testin ANOVA, nga analiza e mund të konstatohet se ka rendesi statistikore pasi që $F(328) = 310.924$ dhe $p=.000$

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.189	.030		
1 Oferta turistike	.397	.027	.494	14.653	.000
Planifikimi turistik	.375	.027	.472	13.992	.000
Zhvillimi i gjithëmbarshem	.015	.006	.068	2.399	.017

a. Dependent Variable: Zhvillimi I ofertes dhe planifikimit turistik.

Në tabelen e mesiperme janë dhënë rezultatet e një regresioni më të cilin dëshirojmë të vlersojmë ndikimin që ka zhvillimi I turizmit të qendrueshëm në zhvillimin ekonomik të vendit , ngritjen e shkallës së mbrojtjes së ambientit dhe ngritjen e vetedijes në aspektin e qendrueshmerise. Sipas të dhënave në table testi t tregon koeficient significant. Ekuacioni I regresionit do të jete $Y=0.189 + 0.397X_1+0.375X_2+0.15X_3$

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.741	.729	.13495

a. Predictors: (Constant), Grupet e interesit, zhvillimi I turizmit ,resurset natyrore

Kjo tabele paraqet vlerat R dhe R^2 . Vlera R paraqet korelacionin e thjeshte dhe është .861 që tregon nje shkalle të larte të korelacionit. R^2 (R Square) Kjo është përqindja e variancës në variablin e varur, në kete rast është 72.9% e cila perqindje është shume e larte.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3.441	3	1.147	62.976	.000 ^b
1 Residual	1.202	66	.018		
Total	4.643	69			

a. Dependent Variable: Zhvillimi I strategjise

b. Predictors: (Constant), Grupet e interesit, Zhvillimi I turizmit , Resurset natyrore

Për të pare efektin e regresionit do të perdorim testin ANOVA, nga analiza e mund të konstatohet se ka rendesi statistikore pasi që $F(70) = 62.976$ dhe $p=.000$

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.208	.066		3.166	.002
1 Zhvillimi I turizmit	.238	.082	.294	2.913	.005
Resurset natyrore	.459	.090	.534	5.082	.000
Grupet e interesit	.196	.051	.120	1.553	.001

a. Dependent Variable: Cfare perfitime sjelle për ju zhvillimi I strategjise se turizmit të qendrushem.

Në tabelen e mesiperme jane dhene rezultatet e nje regresioni më të cilin deshirojme të vlersojme ndikimin që ka zhvillimi I turizmit të qendrushem në zhvillimin ekonomik të vendit , ngritjen e shkalles se mbrojtjes se ambientit dhe ngritjen e vetedijes në aspektin e qendrushmerise. Sipas të dhenave në table testi t tregon koeficient significant. Ekuacioni I regresionit do të jete $Y=0.208 + 0.238X_1+0.459X_2+0.196X_3$

Vertetimi I hipotezave:

1. Kosova është një vend i cili ka resurse të mjaftueshme natyrore dhe potencial të mjaftueshëm turistik për një zhvillim të turizmit, i cili do të kontribuoj në zhvillimi e gjithëmbarëshëm ekonomik të vendit.	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Turizmi si veprimtari multidimensionale nuk mund të zhvillohet pa një strategji të vetë të zhvillimit.	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Krijimi i një strategjie të mirëfilit dhe të shëndosh të turizmit është faktor kyq për të gjithë pjesëmarrësit e ofertës turistike sepse mungesa e kësaj strategjie nuk lejon zhvillim të turizmit në një ambient afarist i cili është duke përjetuar ndryshime të mëdha si në aspektin global ashtu edhe lokal.	<input checked="" type="checkbox"/>

Konkluzione

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

1. Një nga përfshirjet më të rëndësishme nga gjetjet në hulumtimin është nevoja që të identifikohet një vizion i përbashkët i akterëve për zhvillimin e turizmit në Kosovë. Pas vlerësimit të rezultateve të hulumtit 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 zhvillimit të turizmit. Pra është e nevojshme që të ketë një proces në të cilin do të marrin pjesë përpos agjensioneve qeveritare, lokale dhe organizatat joqeveritare të këtyre palëve të gjitha palët e interesuara dhe komuniteti për të identifikuar vlerat e të përbashkëta për destinacionet turistike. Palët e interesuara duhet të vendosin dhe e shprehin qartë se çka 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 begatohet më ide, dhe atëherë do të identifikohet një vizion i përbashkët, që të fillojë 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 për të arritur rezultate të qëndrueshme në zhvillimin e turizmit.

Autoritetet e ndryshme qeveritare të cilat aktualisht kanë ndikim mbi këto procese duhet të përfshijnë vlerat e identifikuar 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 lokal të regjioneve, të organizatave joqeveritare, qeveritare dhe të operatoreve turistik dhe të turistëve. Secili prej këtyre grupeve ka potencialin për të ndikuar në zhvillimin e turizmit në këto regjione të Kosovës dhe prandaj këto potenciale do të ndikojnë në rezultatet e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm. Marrja në konsiderat 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 stabile .

3. Zonat me rëndësi të veçantë turistike të Kosovës siq janë parku kombëtar” Sharr” dhe “Bjeshkët e Nemuna” janë burime natyrore të cilat burime në mënyre të drejtpërdrejt shfrytëzohen apo kanë ndikim nga komuniteti, turistët për aktivitete turistike të cilët edhe ndikojnë në ndryshimet të llojeve të ndryshme që po ndodhin në ato regjione. Për zhvillimin e sukseshëm të turizmit të qëndrueshëm në këto destinacione është e domosdoshme një qasje e mirëfillt e menaxhimit të proceseve të planifikimit . Aktualisht ekzistojnë hamendje në mesin e palëve të interesuara se kush është përgjegjës për menaxhimin e destinacioneve. Aktorët qeveritar janë të pajtimit se kanë bashkëveprim me agjensionet lokale dhe komunitetin për menaxhimin të 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 rëndësishme se veçantë që të identifikohen aktorët kryesor dhe të vërtetohet nëse ata me të vërtetë përfaqësojnë interesat e secilit grup.

4. Aktualisht agjensionet qeveritare nuk janë përgjegjëse dhe nuk veprojnë në drejtim të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në këto regjione 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 .

Atëher mund të ketë konflikte midis agjensioneve qeveritare, jo qeveritare, lokale dhe komunitetit ose palët tjera te interes të cilat përpiqen të ndërmjetësojë në këto raste. 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 agjensioni turistik qeveritar, apo ndonjë agjension tjetër, pyetja është nëse zhvillimi i gjithmbarshëm i turizmit të qëndrueshëm në fakt a është i mundur.

5. Strukturat qeverisëse duhet të marrin vendim se në cilin drejtim do të shkon 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

Objektivat e këtij hulumtimi kishin për qëllim studimin e praktikave aktuale për krijimin e strategjisë për një turizëm të qëndrueshëm në Kosovë .Duke përcaktuar shkallën në të cilën zbatohen planet dhe strategjitë për zhvillimit e qëndrueshëm të turizmit në Kosovë si dhe shkallën e bashkëpunimit të palëve të interesuara si operatorët e turizmit ,turistët ,agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale si dhe banorët në këtë proces dhe sa janë të integruara këto palë në procesin e planifikimit të strategjisë në destinacionet turistike në Kosovë .

- Duhet të ngritet niveli i kualifikimit të stafit , ku ka rëndësi të madhe e sidomos në kualifikim profesional i cili është mëse i domosdoshëm në sektorin e hotelieris dhe turizmit.
- Duhet të ketë koordinim të mirë në mes përgjegjësve të turizmit përbrenda hapësirës ku punojnë .
- Agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, prioritet i japin zhvillimit të turizmit malor,gjë që Kosova përpos që disponon me këto prioritete,duhet të zhvilloj plane dhe startegji për zhvillimin e formave tjera të turizmit.
- Përpos Parqeve Kombëtare që i konsiderojnë si attribute kyqe të turizmit ,duhet të ju kushtohet vëmendje edhe trashëgimisë kulturore .
- 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.
- Agjensioneve qeveritare, jo qeveritare dhe lokale, të gjitha kanë një interesim për bashkëpunim të mirëfillt në mes vete, gjë që ky bashkëpunim do të ndikon

në zhvillimin e turizmit në Kosovë, mirëpo ky bashkëpunim duhet të jete më i madh deri në realizimin e një strategjie për zhvillimin e turizmit në nivel shtetëror.

- Mungesa e strategjisë për zhvillimin e turizmit do të ndikojë negativisht dhe nuk do të ketë zhvillim efikas në zhvillimin e gjithëmbarshëm të turizmit në Kosovë .
- Krijimi i një strategjie për zhvillimin e turizmit në nivel shtetëror do të sjellë një pjesëmarrje të gjithmbarshme të grupeve të interesit gjë që është shumë më rëndësi kontributi i të gjitha palëve.
- Organet kompetente si agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale duhet të luajnë një rol më tepër mbështetës për turizmin Kosovar, ata janë të vetëdijshëm që turizmi ka impakte pozitive dhe se turizmi do të sjell zhvillim ekonomik, mirëpo duhet të punohet më shumë në këtë fushë.
- Duhet të rritet niveli i pjesëmarrjes së banorëve në ndërtimin strategjive, planeve, programeve të zhvillimit të turizmit.
- Banorët të jenë pjesëmarrës në proceset e marrjes së vendimeve , të japin banorët opinionet e tyre , të njohin vendimet e marra dhe të reagojnë ndaj vendimeve të padrejta.
- Duhet të rritja e vetëdijes tek përfaqësuesit e pushtetit lokal për bashkëpunim rreth formave, mënyrave dhe teknikave që duhet të përdoren për të siguruar një pjesëmarrje të gjerë të komunitetit në proceset e zhvillimit lokal.
- Duhet të iniciohet realizimi i bashkëpunimeve të suksesshme ndërmjet pushtetit lokal, komuniteteve dhe operatorëve privatë në ndërtimin, realizimin e strategjive, planeve dhe programeve për zhvillimin e turizmit.

- Duhet urgjentisht të punohet dhe përmirësohen gabimet që egzistojnë në rregullat dhe ligjet dhe t'u jepet zgjidhje problemeve mbi pronësinë e tokave të banorëve .
- Të inicohen bashkëpunimet e agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale dhe të punohet më shumë në rritjen e investimeve të jashtme në infrastrukturë në zonat turistike .
- Të inicohen bashkëpunimet e agjensionet qeveritare, jo qeveritare dhe lokale tju kushtohet rëndësi më të madhe në zbatimin e ligjeve për mbrojtjen e mjedisit, dhe të eliminohen ndërtimet pa leje në zonat turistike
- Agjensionet qeveritare, jo qeveritare , lokale dhe komuniteti tju kushtojnë rëndësi në ruajtjen dhe të investojnë në monumentet natyrore ,kulturore,arkeologjike.
- Të apelohe në ruajtjen e pyjeve dhe të eliminohet shaktërimi dhe degradimi i mjedisit,si dhe të kushtohet vëmendje në rigjenerimin e tyre.

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.
- B. Millaku .“Universiteti i Shkencave Organizative ,Pjetër Budi” Instituti për Studime – Prishtinë ,Logos,2008.
- B. Millaku: Tema e Magjistraturës: Shqyrtimi teorik-operativ dhe analitik i turizmit.
- 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.
- Bertalanffy, L.V. (1968). General system theory-a critical review. *General Systems*, 7(1), 1-20.
- Bouguessa, 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.
- 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 IG. 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.

- 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.
- 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: Pegamon.
- 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, 12-1 8.
- 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
- Eber, S. 1992, *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism*, World Wildlife 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., Usyal, M. (2004), Resident Attitudes A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 1, pp. 79–105.
- Fetah Reçica & Bedri Millaku," *Ekonomia e Turizmit*". Prishtinë, 2011.
- Foster, D. (1985). *Travel and Tourism Management*. London, Mac Millan.
- Freeman, R. E. 1984, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston.
- Friges, J.D. (1996). *Dimension of Tourism*. New York, Educational Institute of the Hotel and Motel Association.
- 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.

- Gibb , A.A., Scott , M., Strategic Awareness, Personal Commitment and the Process of Palling in the Small Business, Journal of Management Studies, Vol.22, No.6, 1985, 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.
- Gunn, C. A. (1988). Tourism Planning (2nd ed.). New York: 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. Washington: 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.
- H. Meleqi – Dispencë ‘‘ Gjeografia e Kosovës’’ Prishtinë 2008.
- Hall, C. M. (1995). Introduction to tourism in Australia (2nd ed.). Melbourne, Australia: Longman.
- 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., Effective Small Business Management, Dryden, Fort Worth, TX, 2001.
- 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.
- IBT Trebovlje: Studija Razvoj Turizma Kosova, Posebno Shara i Prokletja, Ljubljana, Str.5, viti 1970.
- Inkeep, E. (1991). Tourism planning: An integrated and sustainable development approach. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Instituti për Planifikim Hapësinor- Plani Hapësinor Parku Kombëtar ‘‘Bjeshkët e Nemuna’’ Prishtinë Shkurt ,2015.
- IUCN United Nations List of National Parks and Protected Areas. 1990
- 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.
- Jakupi ‘‘Metologjia e Punës Shkencore Kërkimore’’.Prishtinë ,2005.

- 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.
- Kapsar, C., & Laesser, C. (1994). System approach. In Witt, S.F. & Moutinho, L. (Eds), *Tourism Marketing and Management Handbook* (2nd ed.) (pp. 170-177). Hertfordshire: Prentice Hall.
- 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.
- 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.
- 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), 459-475.
- 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.
- M. Gashi "Bazat e Turizmit", Prishtinë 1986

- M.Kerni i M.Gashi: “Turizam I Lovni Turizam, “ Regionalni prostorni Plan SAPK, STR.52. Prishtina, 1971.
- Madrigal, R. 1995, ‘Residents’ perceptions and the role of government’, *Annals of Tourism Research*, vol. 22, no. 1, pp. 86-102.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York, Longman.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. New York: Longman Scientific & Technical.
- 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.
- 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.
- Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor, Prishtinë .Qershor 2004.
- Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor. Instituti i kosovës për mbrojtjen e natyrës prishtinë ,2005.
- Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor. Parku Kombëtar“Bjeshkët e Nemuna” Plani hapësinor. Prishtinë, Shkurt 2015.
- Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor.Prishtinë,2004
- 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 – Instituti për Planifikim Hapësinor. Parku Kombëtar “Sharri”. Prishtinë, Shkurt, 2013.
- MMPH-DPH, Raport 2002, Prishtinë, fq.8.
- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). *Tourism and sustainability. New tourism in the third world*. London & New York: 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. Oxfurd: Butterworth-Heinemann
- Musa Gashi.”Bazat e Turizmit”, Enti i Teksteve dhe Mjeteve Mësimore i KSA të Kosovës, Prishtinë, 1986.
- N. Muhaxheri. *Ekonomika dhe Menaxhmenti në turizëm*. fq. 231. Prishtinë 2005.
- Naume Marinovski.” Regjionet ndërkombëtare turistike”. Ohër, 2008.

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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, 17-26.
- S. I Z. Marković: "Ekonomika Turizma" fq. 131. Zagreb 1976
- 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.

segmentin balnear të banjave: Banja e Pejës, Kllokotit dhe ujërat termominerale të Kosovës. Fq. 158. Prishtinë 2008.

- 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.
- 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. *Strategic Planning: What Every Manager Must Know*. New York: Free Press, 1979
- 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 , et. al. The Impact of Performance Measurement in Strategic Planning, *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol.54, No.5/6, 2005, pp.370-384.
- The Global Development Research Centre. (2005, 29 April 2005). Urban Governance. Retrieved 5/05, 2005, from <http://www.gdrc.org/u-gov/index.html>
- 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.
- Tourism Council of Australia, & CRC Tourism. (1998). *Being green keeps you out of the red*. Woolloomooloo, 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, Raporti i zhvillimit njerëzor, Kosova 2002, Prishtinë, fq.15
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze* (2nd ed.). London: Sage.
- Vesenjajk, 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.
- 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.