



Republika e Kosovës

Republika Kosova - Republic of Kosovo

Qeveria - Vlada - Government

Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë

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

Strategjia e Turizmit të Kosovës

2024-2030

Përmbajta

1. Përmbledhje ekzekutive.....	3
2. Hyrje	4
3. Metodologjia e përgjithshme.....	5
4. Trendët globale të turizmit	7
5. Sfondi.....	9
6. Analiza SWOT.....	11
7. Analiza e detajuar e gjendjes	12
a. Përzgjedhja e rrjedhave strategjike të vizitorëve	12
b. Analiza bazë e rrjedhave të vizitorëve	15
c. Përmbledhje e problemeve kryesore.....	29
8. Hartëzimi i akterëve dhe funksioneve kryesore	30
d. Akterët parësorë.....	30
e. Institucionet kryesore	33
f. Ligjet dhe rregulloret relevante.....	33
9. Vizioni dhe misioni	35
10. Objektivat dhe veprimet	35
11. Monitorimi dhe raportimi	40
12. Buxheti.....	40

1. Përmbledhje ekzekutive

Turizmi në Kosovë është duke funksionuar në një mjedis relativisht konkurrues. Në shumicën e vendeve fqinje, turizmi konsiderohet si sektor me prioritet dhe janë ndërmarr masa stimuluese për ta zhvilluar atë.

Ndonëse Kosova ka një pozicion të përshtatshëm strategjik-gjeografik në Ballkanin Perëndimor ende nuk i ka shfrytëzuar mjaftueshëm avantazhet nga trendët globale të rritjes së turizmit. Megjithatë, turizmi në Kosovë ka shënuar përmirësime në vitet e fundit, por ende është i organizuar në mënyrë joefikase, pa objektiva strategjike dhe pa politika koherente të turizmit.

Të dhënat e Agjencisë së Statistikave të Kosovës (ASK) dhe ato nga hisedarët e turizmit tregojnë se në periudhën 2017-2019, numri i vizitorëve ishte rritur për 14.2% ndërsa numri i net qëndrimeve ishte rritur për 23.9%.

Edhe numri i të punësuarve si dhe ndikimi i aktiviteteve në hotele dhe restorante në BPV po shënonte rritje graduale, nga 1.8% sa ishte në vitin 2017 në 2.1% gjatë vitit 2019¹. Vitet 2020 dhe 2021 ishin të prekur nga shpërthimi i pandemisë Covid-19 dhe solli një rënie të theksuar në sektorin e turizmit, e cila megjithatë është rikuperuar në vitin 2022, duke arrit nivelin e njëjtë me rezultatet e vitit 2019 me 2.1% të BPV-së. Ndërsa sa i përket numrit të vizitorëve për vitin 2022 ka pasur një rritje për 60% duke krahasuar me periudhën para pandemike të vitit 2019. Gjithashtu numri i net qëndrimeve është rritur për 67 % në krahasim me vitin 2019.

Sa i përket vitit të fundit në 2023 numri i vizitorëve vendor dhe të jashtëm kemi rritje për 35% krahasuar me vitin 2022, kurse numri i net qëndrimeve të vizitorëve vendor dhe të jashtëm është rritur për 86% në krahasim me vitin 2022. Sipas shteteve prej nga vijnë për vitin 2023, dominojnë vizitorët nga Shqipëria me 25%, Gjermania me 16%, Zvicra me 12%, si dhe Turqia me 7% ².

Në këtë kontekst, Qeveria e Republikës së Kosovës, në bashkëpunim me ministritë e linjës, komunitatet dhe me ndihmën e akterëve tjerë të turizmit, janë angazhuar për të hartuar strategjinë shtetërore të turizmit, që përfshinë periudhën 2024-2030, për të mundësuar zhvillimin e turizmit në baza konkurruese, ngritje të zhvillimit ekonomik, rritje të punësimit dhe më gjerë.

Strategjia e Turizmit 2024-2030 dhe Plani i Veprimit 2024-2026 ngërthen në vete 5 objektiva strategjike:

1. Rritja e aktiviteteve promovuese dhe përmirësimi i rrjedhës së informacionit.
2. Krijimi dhe avancimi i infrastrukturës cilësore dhe të qëndrueshme për zhvillim të turizmit.
3. Zgjerimi i ofertës turistike sipas standardeve të qëndrueshmërisë dhe rritja e konkurrueshmërisë.
4. Ngritja e kapaciteteve njerëzore për rritje të kuadrove në treg të punës dhe përmirësim të shërbimeve.
5. Avancimi i kornizës rregullative dhe të politikave të turizmit.

Për të arritur këto objektiva, me qëllim të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm Qeveria e Kosovës do të ndërmarrë masa dhe veprime konkrete duke i përfshirë të gjithë akterët nëpërmjet bashkëpunimit dhe bashkëveprimit më të madh qoftë ndërmjet sektorit publik por edhe atij privat. Parashihet ngritja e promovimit të turizmit të Kosovës, parasë gjithash në tregjet ndërkombëtare dhe grupet e targetuara të vizitorëve, në një nivel më të lartë dhe më të organizuar duke i dhënë rëndësi edhe

¹ ASK. Rishikimi i Llogarive Kombëtare, 2008-2019. Shih: <https://ask.rks-gov.net/sq/agjencia-e-statistikave-te-kosoves/add-news/rishikimi-i-llogarive-kombetare-2008-2019>.

² ASK (2023). Statistikat e Hotelërisë.

ofrimit të informatave të nevojshme për vizitorët. Në anën tjetër do të merren masa për zhvillimin e infrastrukturës fizike dhe turistike të qëndrueshme me qëllim të qasjes më të lehtë në destinacione brenda Kosovës por edhe zhvillimit të produkteve të reja turistike. Marr parasysh potencialin natyror që ka Kosova, përmes kësaj strategjie do të ndërmerren masa dhe veprime me qëllim të ruajtjes së resurseve natyrore dhe kulturore si dhe veprime që janë miqësore me mjedisin. Vëmendje e veçantë i është kushtuar përkrahjes së ofruesve të shërbimeve ku parashihen skema të granateve dhe forma tjera të përkrahjes. Strategjia do të ndikojë në rritjen e punësimit, prandaj parashihen masa dhe veprime që do të adresojnë nevojat e tregut të punës në sektorin e turizmit. Do të rishikohen kurrikulat dhe programet mësimore e profesionale me qëllim të ngritjes së kuadrove të kualifikuar dhe me standarde Evropiane. Krahas të gjitha këtyre veprimeve Qeveria e Kosovës do të avancojë me zhvillimin e politikave turistike dhe kompletimin e kornizës ligjore të përafuar me BE dhe në harmoni dhe standardet evropiane.

2. Hyrje

Turizmi përbën një sektor të rëndësishëm dhe me ndikim në ekonomi, duke krijuar dobi dhe përfitime të shumëfishta. Ky sektor, mes tjerash, krijon të ardhura, prodhon vende të punës, ndikon në krijimin e infrastrukturës shtetërore, si dhe nxit shkëmbime kulturore mes vendeve nikoqire dhe vizitorëve.

Në Kosovë, bazuar në përparësitë dhe mundësitë që ka vendi, ekziston një potencial i madh për zhvillimin e këtij sektori. Duke parë këtë potencial, Qeveria e Republikës së Kosovës, në programet e saja qeverisëse, e trajton zhvillimin e sektorit të turizmit si njërin nga prioritetet e saja. Në Programin e Qeverisë 2021-2025, që konsiderohet si dokument bazë për punën e qeverisë, zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm nënvizohet si njëra nga fushat me prioritet për zhvillim të qëndrueshëm ekonomik. Sipas këtij dokumenti, fokusi kryesor i Qeverisë në këtë kuadër parashihet të jetë zhvillimi i turizmit kulturor dhe turizmit natyror (atij malor dhe rural), përmes zgjerimit të ofertës turistike, përmirësimit të infrastrukturës, digjitalizimit dhe hartimit të planeve ndër-sektoriale. Për t'i konkretizuar këto planifikime qeveritare dhe për të definuar më qartë orientimet strategjike të industrisë së turizmit, është shfaqur nevoja që të ketë një strategji shtetërore të turizmit. Hartimi i kësaj strategjie është paraparë në Planin Kombëtar Zhvillimor të Qeverisë 2023-2025 ndërsa është e harmonizuar po ashtu me Programin për Reforma në Ekonomi 2023-2025 si dhe Programin Kombëtar për Integrim Evropian 2023-2027.

Bazuar në zotimet e mësipërme, Qeveria e Republikës së Kosovës, në bashkëpunim me ministrinë përkatëse të linjës - MKRS, MMPHI, MBPZHR, MASHTI, MPBAP, MPJD, MAPL, komunat dhe me ndihmën e akterëve tjerë të turizmit, është angazhuar për të hartuar strategjinë shtetërore të turizmit, që përfshinë periudhën 2024-2030. Puna për hartimin e kësaj strategjie është udhëhequr nga parimet e "Modelit të St. Gallen për menaxhim të destinacionit" (SGDM). Ky model ofron një qasje alternative dhe inovative për t'i kuptuar sjelljet dhe dinamikat komplekse të turistëve. Fokusi kryesor i kësaj qasjeje janë rrjedhat strategjike të vizitorëve. Analiza në nivel të rrjedhave shpjegon faktorët që ndikojnë në sjellje të caktuara të vizitorëve dhe ndërlidhjet që ata kanë me kërkesën dhe ofertën. Kjo qasje është përzgjedhur për shkak se mundëson që të pasqyrohet interaksioni i vizitorëve strategjik me destinacionin dhe përmes kësaj të kuptohen më qartë problemet dhe nevojat që ata/ato kanë.

Kjo strategji përmban metodologjinë e përgjithshme dhe hapat e ndjekur për hartim të strategjisë; prezanton trendët globale të turizmit; ofron një sfond të përgjithshëm, duke u bazuar në indikatorët kryesorë të sektorit; prezanton analizën SWOT, ku tregohen përparësitë, mangësitë, mundësitë dhe kërcënimet në fushën e turizmit; shpjegon mënyrën e përzgjedhjes së rrjedhave strategjike të vizitorëve dhe trajton secilën prej tyre në nivel të përgjithshëm dhe në kontekst të rrethanave;

pasqyron hartëzimin e akterëve relevantë të turizmit dhe funksioneve të tyre; shpalos vizionin, paraqet objektivat dhe veprimet; tregon shkurtimisht mënyrën e monitorimit dhe raportimit në lidhje me zbatueshmërinë e strategjisë; dhe në fund, prezanton planin e veprimit për tri vitet e para të strategjisë.

Strategjia e Turizmit të Kosovës është hartuar me përkrahjen e asistencës së jashtme teknike nga Zvicra përmes projektit PPSE të zbatuar nga Swisscontact dhe UNDP.

3. Metodologjia e përgjithshme

Puna për hartim të kësaj strategjie është udhëhequr nga parimet e “Modelit të St. Gallen për menaxhim të destinacionit” (SGDM). Ky model ofron një qasje alternative dhe inovative për t’i kuptuar sjelljet dhe dinamikat komplekse të turistëve. Fokusi kryesor i kësaj qasjeje janë rrjedhat strategjike të vizitorëve. Analiza në nivel të rrjedhave shpjegon faktorët që ndikojnë në sjellje të caktuara të vizitorëve dhe ndërlidhjet që ata kanë me kërkesën dhe ofertën. Kjo qasje është përzgjedhur për shkak se mundëson që të pasqyrohet interaksioni i vizitorëve strategjik me destinacionin dhe përmes kësaj të kuptohen më qartë problemet dhe nevojat që ata/ato kanë.

Metodologjia SGDM është zhvilluar duke u bazuar në destinacione të etabluara në Zvicër. E njëjta më pas është transferuar edhe në kontekste të vendeve në zhvillim nga Swisscontact-i së bashku me Universitetin St. Gallen (HSG). Kjo metodologji është ndërtuar duke u bazuar në përvojën praktike të nxjerrë nga mbi 40 destinacione turistike në botë dhe nga zhvillimet e fundit në menaxhim të destinacionit. E njëjta metodologji është përdorur edhe në zhvillimin e strategjisë së turizmit në Komunën e Prishtinës dhe Komunën e Prizrenit.

Gjatë aplikimit të saj, kjo metodologji është adaptuar, fillimisht për t’iu përshtatur kontekstit dhe veçorive të vendit, si dhe për të qenë në harmoni me dokumentet ligjore për hartim të dokumenteve strategjike, përkatësisht me “Udhëzimin administrativ 07/18 për planifikimin dhe hartimin e dokumenteve strategjike dhe planeve të veprimit”, “Manualin për planifikimin, hartimin dhe monitorimin e dokumenteve strategjike dhe planeve të tyre të veprimit” dhe me “Rregulloren (QRK) 05/2016 për standardet minimale për procesin e konsultimit publik.”

Në hartimin e kësaj strategjie janë përfshirë këto institucione:

1. Ministria e Industrisë, Ndërrmarresisë dhe Tregtisë - MINT
2. Zyra e Kryeministrit - ZKM
3. Zyra për Planifikim Strategjik - ZPS
4. Ministria e Financave - MF
5. Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural - MBPZHR
6. Ministria e Kulturës, Rinisë dhe Sportit - MKRS
7. Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës - MMPHI
8. Ministria e Arsimit Shkencës dhe Teknologjisë - MASHT
9. Ministria e Administratës së Pushtetit Lokal - MAPL
10. Federata Alpiniste Bjeshkatare e Kosovës
11. GUIDEKS - Asociacioni i guidave turistike të Kosovës
12. OJQ Marimangat
13. Unioni i Turizmit të Kosovës - UTK
14. UNDP
15. PPSE / Swisscontact

Më poshtë janë përshkruar hapat kryesorë gjatë procesit të hartimit të strategjisë, nga fillimi deri në përfundim.

Tabela 1: Hapat kryesorë gjatë hartimit të strategjisë

<p>Hartëzimi dhe përzgjedhja e rrjedhave strategjike të vizitorëve</p>	<p>Fillimisht, grupi punues, që përbëhet nga përfaqësues të institucioneve të nivelit qendror dhe hisedarë nga organizatat e shoqërisë civile, kanë punuar në përgatitjen e një liste të gjerë të rrjedhave të vizitorëve. Bazuar në vlerësimet sasiorë dhe në diskutimet e natyrës cilësore të zhvilluara nga grupi punues, është bërë priorizimi i rrjedhave të cilat demonstrojnë potencial më të madh ekonomik, si dhe potencial për zhvillim të qëndrueshëm.</p>
<p>Punëtorja dhe fokus grupet</p>	<p>Më pas, është organizuar një punëtori fillestare me pjesëmarrës të ndryshëm nga industria e turizmit (përfaqësues të institucioneve qendrore dhe lokale, përfaqësues të OJQ-ve, tur-operatorë dhe akterë tjerë të sektorit privat) me qëllim të informimit të tyre mbi metodologjinë dhe procesin. Si vazhdim i kësaj punëtorie, janë organizuar fokus grupe tematike për mbledhjen e të dhënave.</p>
<p>Takimet individuale me hisedarë</p>	<p>Pas analizës së të dhënave të mbledhura gjatë fokus grupeve, janë realizuar takime individuale me hisedarë të turizmit, shumica nga sektori privat, për t'i verifikuar dhe plotësuar më tutje të dhënat e mbledhura, si dhe për të diskutuar mbi orientimet strategjike dhe veprimet e nevojshme.</p>
<p>Punëtorja me grupin punues</p>	<p>Më tutje, është organizuar edhe një punëtori me grupin punues, ku bazuar në të dhënat e mbledhura dhe praktikën e mira të vendeve tjera, janë draftuar objektivat dhe veprimet e strategjisë, si dhe janë harmonizuar ato me dokumentet tjera planifikuese. Njëkohësisht, është përpiluar edhe plani i veprimit. Në këtë fazë, është ofruar ndihmë edhe nga ekspertë të huaj nga UNDP dhe projekti PPSE i zbatuar nga Swisscontact.</p>
<p>Konsultimet publike</p>	<p>Draft strategjia është dërguar në konsultim paraprak dhe janë organizuar konsultime publike për të pranuar opinione shtesë dhe për t'u siguruar që strategjia është konform pritjeve të publikut të gjerë. Në fund, draft strategjia është ndarë me të gjitha palët, duke përfshirë edhe konkluzionet kryesore nga procesi i konsultimit ndërministror, komunal dhe akterë të tjerë përkatës për finalizim dhe validim të kësaj strategjie.</p>

4. Trendët globale të turizmit

Turizmi është një nga sektorët më me ndikim në zhvillim ekonomik dhe krijim të vendeve të punës në botë, si dhe luan një rol të rëndësishëm në fuqizimin e grave, të rinjve dhe grupeve tjera shoqërore. Para pandemisë COVID-19, sektori i udhëtimit dhe turizmit kishte një madhësi ekonomike prej USD 9.2 bilionë, që është rreth 10.4% e ekonomisë globale dhe ishte përgjegjës për 334 milionë vende të punës, që përbëjnë 10.6% të punësimit në botë.³ Më shumë se gjysma e të punësuarve janë gra.⁴ Nga vitet 2015-2020, një në pesë vende të reja të punës të krijuara janë nga sektori i udhëtimit dhe turizmit. Rritja e turizmit në 2019-ën ishte rreth 3.5%, më e lartë se norma e gjithmbarshme e rritjes ekonomike në botë, kjo për të nëntin vit me radhë.⁵ Në vitin 2022, sektori i Udhëtimit dhe Turizmit kontribuoi me 7.6% në PBB global; një rritje prej 22% nga viti 2021 dhe vetëm 23% nën nivelet e vitit 2019. Në vitin 2022, pati 22 milionë vende të reja pune, që përfaqëson një rritje prej 7.9% nga viti 2021 dhe vetëm 11.4% më pak se 2019.

Në të njëjtin vit, vendet që ishin vizituar më së shumti nga turistët ishin Franca 48.4 milion vizitor, Meksika me 31.9 milion, Spanja 31.2 milion, Turqia me 29.9 milion si dhe Italia 26.9 milion vizitor.

Që nga viti 2020, turizmi kishte përjetuar një sfidë të paprecedent, duke u bërë njëri nga sektorët më të prekur nga pandemia Covid-19. Sipas vlerësimeve të UNWTO-s, në 2020-ën, ardhjet e vizitorëve të huaj ishin zvogëluar për 73%.⁶ Sektori i udhëtimit dhe turizmit kishte pësuar humbje që arrinin vlerën gati USD 4.5 bilionë, kontributi në Prodhimin e Brendshëm Bruto (PBB) kishte rënë për 49.1% krahasuar me 2019-ën dhe 18.5% e vendeve të punës në sektor ishin humbur.⁷ UNWTO vlerëson se humbjet nga të hyrat e turizmit ndërkombëtar ishin rreth USD 2 trilion për 2020 dhe 2021⁸. Të dhënat e fundit nga UNWTO, tregojnë se në vitin 2021 numri i turistëve në botë ishte 1 miliard më pak se para periudhës pandemike. Kurse në vitin 2022, edhe pse numri i turistëve ndërkombëtar në botë u rrit dukshëm, krahasuar me 2021, ky numër mbetet 54% nën numrin e turistëve të 2019.

Më poshtë, janë të paraqitura trendët kryesore globale në sektorin e turizmit në dekadën e fundit. Definimi i rrjedhave të vizitorëve dhe përcaktimi i orientimeve strategjike, në masë të madhe, është bërë në frymën e këtyre trendëve.

³ WTTC (2020). Raportet e impaktit ekonomik. Shih: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.

⁴ UN Women (2019). Raporti global për gratë në turizëm. Shih: <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2019/11/announcer-second-edition-of-global-report-on-women-in-tourism>.

⁵ WTTC (2020). Udhëtimi dhe turizmi - ndikimi ekonomik global 2020. Shih: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360>.

⁶ UNWTO (2020). Vlerësimi i ndikimit të Covid-19 në turizmin ndërkombëtar. Shih: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>.

⁷ WTTC (2020). Raportet e impaktit ekonomik. Shih: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.

⁸ UNWTO (2022). Vlerësimi i ndikimit të COVID-19 në turizëm ndërkombëtar. Shih: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>.

Tabela 2: Trendët në sektorin e turizmit

<p>Përjetimi/Eksperienca</p>	<p>Turistët janë interesuar gjithnjë e më shumë të përjetojnë destinacione turistike të cilat janë të veçanta dhe autentike. Turistët nuk mjaftohen vetëm me një vizitë si vëzhgues të thjeshtë. Ata janë të interesuar më shumë të mësojnë rreth kulturës dhe historikut të destinacionit, të kenë aventura që mbahen mend gjithë jetën, të krijojnë kontakt të drejtpërdrejtë me komunitetin vendas, si dhe të zhvillojnë aktivitete interaktive që i angazhojnë të gjitha shqisat e tyre, të gjitha këto për ta bërë përvojën e tyre të paharrueshme. Me fjalë të tjera, aspekti i përjetimit është shndërruar në diçka qenësore në turizmin bashkëkohor.</p>
<p>Transformimi digjital</p>	<p>Hulumtimi i destinacionit, inspirimi për pushimet e ardhshme dhe rezervimet në të shumtën e rasteve bëhen përmes platformave elektronike siç janë: booking.com, tripadvisor, trivago, airbnb. I gjithë ky transformim ofron mundësi që e gjithë përvoja turistike të jetë më lehtë e menaxhueshme.</p> <p>Transformimi digjital dhe në veçanti popullarizimi i mediave sociale gjithashtu ka ofruar mundësi që konsumatorët të kenë më të lehtë t'i ndajnë përshtypjet dhe vlerësimet e tyre. Ndonëse kjo e redukton kontrollin e operatorëve turistik në informatat e publikuara rreth shërbimeve të tyre, kjo megjithatë duhet të merret si inkurajim për ta që t'i adresojnë shqetësimet e vizitorëve dhe kësaj t'i përmirësojnë produktet dhe shërbimet e tyre.</p> <p>Inovacioni dhe digjitalizimi gjithashtu kanë transformuar ofrimin e shërbimeve nga bizneset, jo vetëm përmes platformave të rezervimit në internet, por edhe përmes promovimit të teknologjive “pa kontakt” pas mbërritjes në destinacion, duke qenë se konsumatorët tani po kërkojnë përvoja të sigurt dhe pa probleme udhëtimi.</p>
<p>Siguria</p>	<p>Siguria është njëri nga aspektet më vitale në promovim dhe zhvillim të turizmit. Suksesi i një destinacioni turistik varet nga aftësia e vendit për të ofruar ambient të sigurt për vizitorët. Kjo çështje është bërë jashtëzakonisht e rëndësishme në vitet e fundit me përhapjen e akteve terroriste dhe me përhapjen e pandemive, sidomos kësaj të fundit.</p> <p>Duhet theksuar se përveç sigurisë fizike, në ditët e sotme mbrojtja dhe integriteti i të dhënave, siguria në ushqim dhe në shëndet në përgjithësi janë aspekte përcaktuese për t'i bindur turistët që të vizitojnë një vend. Për më tepër, një mjedis i sigurt pritet në të gjitha hapat e përvojës turistike duke përfshirë transportin, akomodimin, shërbime të ushqimit dhe në ture. Prandaj, kërkohet një koordinim i fortë i zinxhirit të vlerës për të garantuar siguri.</p>
<p>Qëndrueshmëria</p>	<p>Koncepti i qëndrueshmërisë është bërë pjesë e agjendës në dekadat e fundit. Përderisa në fillim fokusi ka qenë në shtyllën e mjedisit, më vonë ballafaqimi i disa destinacioneve me situata të mbi-turizmit ka bërë që të ngritët vetëdija edhe për shqetësimet sociale. Këto zhvillime kanë qenë më të theksuara në destinacionet e pa balancuara, ku banorët lokal kanë vuajtur nga ndikimet negative të rritjes së pakontrolluar, sentimentit i krijuar në disa raste ka çuar edhe në protesta.</p> <p>Në lidhje me qëndrueshmërinë mjedisore, në dy vitet e fundit, veçanërisht që nga Marrëveshja e Parisit, ka pasur një intensifikim të angazhimit për adresim të çështjeve klimatike dhe janë shtuar thirrjet për dekarbonizim të sektorit, njëkohësisht janë rritë përpjekjet që zhvillimi i sektorit të jetë</p>

	<p>në harmoni me Synimet e Zhvillimit të Qëndrueshëm (SDG), të cilat prekin të gjitha sferat e qëndrueshmërisë.</p> <p>Si rezultat i këtij frustrimi, gjithnjë e më shumë është duke u punuar që të zhvillohen praktika që promovojnë sjellje të qëndrueshme, të cilat e mbrojnë ambientin dhe banorët lokal, duke mos i sakrifikuar të hyrat nga turizmi. Qëndrueshmëria është relevante sidomos në Kosovë, duke qenë se ka shumë zona të mbrojtura, të cilat në rast të mos zbatimit të intervenimeve të qëndrueshme, rrezikojnë të degradohen.</p>
Tregjet e reja	<p>Tregjet aziatike: ritmi i shpejtë i zhvillimit ekonomik, hapja e tregut dhe lehtësirat e ofruara në udhëtim, kanë bërë që Azia të bëhet ndër burimet më të mëdha të turizmit në botë. Në nivel të shteteve, Kina është burimi kryesor me rritjen më të shpejtë të turistëve të jashtëm, dhe që nga viti 2012 është shpenzuesi më i madh në turizmin ndërkombëtar.</p> <p>Mijëvjeçarët: të nxitur nga udhëtimet të mbushura me përvoja si dhe nga rrjetet sociale, mijëvjeçarët janë shndërruar në një kategori të turistëve që kanë rol të rëndësishëm në formësimin e turizmit në botë.</p> <p>Udhëtarët gra solo: interesimi dhe numri i udhëtareve gra solo është duke u rritur gradualisht, veçanërisht viteve të fundit. Për ilustrim, mesatarja e kërkimeve në google për këtë kategori është rritur dukshëm ndër vite. Shumë tur-operatorë tani po e ushqejnë këtë segment të turizmit, duke fuqizuar shumë gra të destinacioneve që të marrin role udhëheqëse në ofertën e turizmit.</p> <p>Pensionistët (65+): pensionistët janë udhëtarë mjaft intenziv dhe segment qenësor i turizmit në botë. Në mesatare, përbëjnë rreth 20% të turizmit ndërkombëtar. Një nga arsytet pse ata udhëtojnë është koha e lirë që e kanë në dispozicion. Ata synojnë të kuptojnë më shumë mbi historinë e vendeve dhe të kenë mundësi për shoqërim.</p> <p>Nomadët digjital: ky segment përbëhet nga profilet që janë përdorues të teknologjive dhe inovacioneve digjitale, të cilët kohëve të fundit kryesisht punojnë nga shtëpia. Shumë destinacione nëpër botë (përfshirë edhe ishuj të ndryshëm) po e synojnë tërheqjen e këtij segmenti me potencial.</p>
Udhëtimi i ngadalshëm dhe vendas	<p>Pandemia pashmangshëm ka sjell kufizime në udhëtim, duke bërë që pushimet të kalohen brenda vendit për shumë udhëtarë të interesuar për vende të njohura, të parashikueshme dhe të besueshme. Zonat rurale dhe hapësirat jashtë që ofrojnë mundësi për t'u kënaqur me familje, të afërm dhe me shokë, si dhe për ta shijuar gastronominë lokale, janë popullarizuar shumë.</p>

5. Sfondi

Para shpërthimit të pandemisë COVID-19, turizmi në Kosovë kishte qenë duke u rritur me një ritëm të ndjeshëm, duke dhënë shenja që është një sektor me mjaft potencial për vendin. Në periudhën 2017-19, ardhjet e vizitorëve të huaj të regjistruar në të gjitha pikat kufitare të Kosovës kishin shënuar rritje për 10.7%, nga 4.48 milionë sa ishin në 2017-ën në 4.96 milionë në 2019-ën. Qëllimi i vizitës për rreth 76% të rasteve në 2019-ën ishte vizita e miqve dhe të afërmeve. Ardhjet tjera të evidentuara ishin transitore, me qëllim të pushimit ditor dhe për punë. Sipas origjinës, në 2019-ën dominonin ardhjet

nga rajoni, kryesisht nga Serbia (28.2%), Shqipëria (25.6%) dhe Maqedonia Veriore (21.9%), përderisa nga bota dominonin ardhjet nga Gjermania (4.6%) dhe Zvicra (4.2%), vende ku janë të koncentruar diaspora kosovare.⁹

Për më shumë, të dhënat zyrtare të ASK-së me kapacitete akomoduese tregojnë se në Kosovë gjatë periudhës 2017-19, numri i vizitorëve të huaj dhe vendorë me fjetje gjithashtu kishte shënuar një rritje prej 14.2%, njëkohësisht, edhe mesatarja e net-qëndrimeve ishte rritur, nga 1.58 në 1.70 net. Rajonet me më së shumti vizitorë me fjetje ishin Prishtina me 42.7%, Peja me 22.7% dhe Prizreni me 19.2%. Sipas shteteve prej nga vijnë, dominonin vizitorët nga Gjermania me 19.6%, Shqipëria me 10.4%, Turqia me 8.3% dhe Zvicra me 7.9%.¹⁰ Kosova nuk ka një kornizë standarde statistikore për matjen e ndikimit të turizmit në ekonomi dhe si rrjedhojë të dhënat zyrtare në këtë drejtim mungojnë. Një hulumtim i zhvilluar nga Swisscontact-i në Kosovë, i cili, mes tjerash, vlerëson qarkullimin dhe numrin e punëtorëve të ndërlidhur me turizmin në kapacitete akomoduese dhe restorante, si dy kategori kyçe të ofertës së turizmit, jep indikacione të qarta për kontributin e këtij sektori në ekonomi. Thënë konkretisht, qarkullimi i përbashkët i këtyre dy kategorive, sipas hulumtimit në fjalë, në vitin 2019 ka qenë EUR 218.1 milionë, ndërsa numri i të punësuarve rreth 12.1 mijë.¹¹ Për t'i vënë gjërat në perspektivë, këto vlera përbëjnë afërsisht 3% të BPV-së dhe numrit të gjithëmbarshëm të të punësuarve në Kosovë në periudhën e njëjtë. Si sektor në tërësi, bashkë me industrinë përcjellëse, ndikimin në ekonomi e ka edhe më të madh.

Prej fillimit të vitit 2020, ngjashëm si në gjitha vendet e botës, sektori i turizmit në Kosovë u ballafaqua me një krizë të madhe si rezultat i pandemisë Covid-19. Të dhënat nga ASK-ja për vitin 2020, duke i krahasuar ato me vitin 2019, tregojnë se numri i vizitorëve kishte pësuar ulje për 51.95%, kurse net-qëndrimet e vizitorëve të jashtëm janë ulur për 52.50%.

Sa i përket ndikimit ekonomik, hulumtimi me përkrahje nga Swisscontact i përmendur më lartë, gjithashtu vlerëson se në 2020-ën, humbjet e përgjithshme në të ardhurat në akomodime dhe restorante shkojnë midis EUR 98.6 milionë në EUR 110.2 milionë.

Fatmirësisht, sektori i turizmit në Kosovë jo vetëm se ka treguar shenja rikuperimi, por edhe tejkalimi të shifrave të vitit 2019, që sipas hisedarëve të turizmit, njihet si viti me pikun më të lartë të zhvillimit dhe të hyrave për këtë sektor.

Në përgjithësi, përkundër potencialit që ka, turizmi në Kosovë ende nuk është i organizuar në mënyrë efikase, për shkak që nuk kishte deri tani një kornizë të mirë rregullative e po ashtu nuk ishte mirë i priorizuar nga qeveritë. Ndërsa në vitet e fundit zhvillimi i turizmit i atribuohet mbështetjes së qeverisë por edhe iniciativave sipërmarrëse të sektorit privat. Ndonëse ky është një tregues i mirë, turizmi, megjithatë, është një sektor me shumë nënsektorë që gjithashtu kanë nevojë për intervenime, politika dhe veprime publike dhe, mbi të gjitha, një orientim të qartë strategjik. Për dallim nga Kosova, shumica e vendeve fqinje kanë zhvilluar mbështetje të konsiderueshme për sektorin e turizmit në përputhje me politikat e BE-së. Duke pasur parasysh gjithë kontekstin, Kosovës i duhet një qasje strategjike dhe sistematike për të mundësuar zhvillimin e aktiviteteve të turizmit në baza konkurruese, duke e stimuluar cilësinë, mbrojtur të drejtat e konsumatorit dhe duke qenë të hapur për bashkëpunim ndërkombëtar.

⁹ ASK (2020). Statistikat e Hotelarisë.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Swisscontact-PPSE (2020) Anketa e ofertës së turizmit në Kosovë 2019. Shih: https://ppse-kosovo.org/file/repository/Kosovo_Tourism_Supply_Side_Survey_2020_ALB.pdf.

6. Analiza SWOT

Analiza SWOT ofron një pasqyrë të përgjithshme të përparësive dhe dobësive të sektorit të turizmit në Kosovë, dhe njëkohësisht i nxjerr në pah mundësitë përkatësisht kërcënimet kryesore.

Përparësitë	Dobësitë
<ul style="list-style-type: none"> • Destinacioni i popullarizuar në të gjitha gjeneratat e diasporës. • Burimet natyrore (siç janë: malet, lumenjtë, liqenet, ujëvarat etj.) të përshtatshme për aktivitete turistike • Trashëgimia kulturore siç janë: muzetë, xhamitë, kishat, manastiret; • Aktivitetet artizanale; • Festalet e famshme tradicionale dhe moderne të muzikës dhe filmit; • Tradita e theksuar mikpritëse; • Toleranca ndërfetare brenda industrisë dhe në komunitete në përgjithësi; • Zotërimi i gjuhës angleze dhe gjermane nga shumica e akterëve të turizmit; • Çmimet e volitshme në restorante, transport lokal dhe në shërbime tjera të ngjashme; • Kuzhina tradicionale, gastronomia që është pjesë e përditshmërisë; • Pjesëmarrjet e para të suksesshme në panaire ndërkombëtare; <p>Sistemet mbështetëse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infrastruktura rrugore e zhvilluar, (Aeroporti i ri dhe autostradat e reja); • Përhapja e internetit në çdo cep të Kosovës; • Niveli i lartë i sigurisë përgjatë gjithë sektorit. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mungesa e infrastrukturës në qendrat e skijimit; • Menaxhimi i dobët i mbeturinave në zona të mbrojtura; • Oferta e limituar e produkteve turistike për vizitorë që janë të interesuar të angazhohen në aktivitete turistike; • Kostoja e lartë e akomodimeve dhe fluturimeve krahasuar me rajonin; • Mungesa e bujtinave funksionale në zonat malore; • Mungesa e gatishmërisë nga sektori privat për t'i komercializuar produktet turistike; • Numri i limituar i guidave turistike të certifikuara krahasuar me nevojën; • Infrastruktura specifike e pa zhvilluar për destinacionet turistike përfshirë kapacitetet elektrike, shtigjet, akomodimet; • Mungesa e shenjzimit të standardizuar; • Qasja jo adekuate në monumente të trashëgimisë kulturore; • Promovimi i pamjaftueshëm dhe pa synim i ofertës turistike; • Regjimi i pafavorshëm i vizave për vendet aziatike me potencial të vizitorëve; • Keq-menaxhimi i qendrave të vizitorëve në komuna; • Përdorimi i limituar i metodave moderne të komunikimit për qëllime promovuese; • Bashkëpunimi i limituar me tur-operatorë të huaj; <p>Sistemet mbështetëse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mungesa e ligjit dhe rregulloreve të përshtatshme për zhvillim të turizmit; • Fondet e pamjaftueshme për akterë publik që të marrin rol aktiv dhe sistematik në zhvillim të turizmit, si dhe mungesa e stimujve fiskal dhe financiar për zhvillim të sektorit; • Dija dhe përvoja e kufizuar në tërheqje të investimeve strategjike; • Bashkëpunimi i kufizuar në mes të akterëve të turizmit; • Mungesa e vetëdijes nga hisedarët e turizmit për rëndësinë dhe potencialin e sektorit të turizmit.

Mundësitë	Kërcënimet
<ul style="list-style-type: none"> • Pozita e përshtatshme gjeografike në rajon; • Klima e përshtatshme për lloje të ndryshme të turizmit; • Qëndrueshmëria e rrjedhës së diasporës që vazhdojnë ta vizitojnë Kosovën përkundër pandemisë; • Kthimi i interesit të vizitorëve për natyrën dhe hapësirën krijon potencial për krijim të vendeve të punës përmes turizmit rural dhe atij malor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ngecjet në zhvillimin dhe avancimin e turizmit malor dhe të aventurës mund të ndikojnë që Kosova të mos jetë konkurruese në rajon; • Informacionet negative në arenën ndërkombëtare; • Mbrojtja e pamjaftueshme e sajteve të trashëgimisë kulturore; • Mungesa e stabilitetit ekonomik në vend; • Klima e pafavorshme e të bërit biznes në vend; • Koordinimi i limituar ndërinstucional; • Interesimi i kufizuar i donatorëve të huaj për të mbështetur zhvillimin e turizmit në Kosovë dhe zvogëlimi i donacioneve të huaja të dedikuara për turizëm.

7. Analiza e detajuar e gjendjes

Në këtë seksion fillimisht prezantohet lista e gjerë e rrjedhave strategjike të vizitorëve, shpjegohet mënyra e definimit të tyre dhe tregohet metodologjia e përzgjedhjes së atyre të cilat janë me prioritet për periudhën që e mbulon strategjia. Më tej, pasqyrohet gjendja e secilës prej rrjedhave të përzgjedhura në kontekst të përgjithshëm, dhe në fund ofrohet një grupim i përgjithshëm i problemeve të identifikuar.

a. Përzgjedhja e rrjedhave strategjike të vizitorëve

Grupi punues, së bashku me akterët e tjerë të përfshirë në hartim të strategjisë, fillimisht, e kanë përgatitur një listë të gjerë të rrjedhave të vizitorëve në Kosovë. Gjatë këtij procesi, janë zhvilluar diskutime në mes të akterëve për t'u siguruar që rrjedhat e propozuara ekzistojnë në Kosovë, kanë potencial për të ardhmen dhe dallojnë mjaftueshëm njëra nga tjetra. Duke qenë se kjo strategji zhvillohet në nivel vendi, për të shmangur përsëritjet dhe detajet e panevojshme, në raste të caktuara, disa nën-rrjedha që kishin ngjashmëri me njëra tjetrën, janë shkruar në kuadër të një rrjedhe të vetme bazë, gjithnjë duke u siguruar që të mos anashkalohen informatat e rëndësishme për identifikim të problemeve dhe sfidave.

Në mënyrë që objektivat dhe veprimet e propozuara në strategji të jenë sa më konkrete për harkun kohor që mbulon ky dokument, nga lista e gjerë e rrjedhave të vizitorëve, është bërë përzgjedhja e atyre me më së shumti potencial për zhvillimin e turizmit në Kosovë në kontekst afatgjatë. Për të siguruar sa më shumë objektivitet, grupi punues është pajtuar që t'i përcaktojë disa kriteret kryesore, në bazë të të cilave është bërë përzgjedhja. Gjithsej, janë identifikuar shtatë kriteret, të cilat gjithashtu janë peshuar sipas rëndësisë së tyre (shih Tabelën 3). Më pas, është bërë notimi apo vlerësimi i secilës rrjedhë të vizitorëve nga lista e gjerë, përballë kriterëve të përcaktuar me nota nga 1 deri në 5, ku nota 1 tregon mungesë totale të potencialit, kurse nota 5 potencial të plotë. Në fund, vlerësimet individuale janë peshuar dhe, në fund, janë nxjerrë mesataret e përgjithshme.

Tabela 3: Kriteret e vlerësimit të rrjedhave potenciale të vizitorëve

Kriteret e vlerësimit	Peshimi
1. Potenciali për rritje të numrit të vizitorëve	20%
2. Potenciali për të shpenzuar	20%
3. Potenciali për gjenerim të vendeve të punës (për të rinj dhe gra)	20%
4. Potenciali për qëndrueshmëri ekonomike, socio-kulturore dhe ambientale	15%
5. Potenciali për angazhim të akterëve të turizmit	10%
6. Ndërlidhja me synimet strategjike të vendit	10%
7. Potenciali për zhvillim të suksesshëm të intervenimeve	5%

Në linjë me pritjet që turizmi do të kontribuojë në zhvillim ekonomik të vendit, 60% e kriterëve të vlerësimit janë me efekte të drejtpërdrejta ekonomike. Kriteri mbi qëndrueshmërinë është vlerësuar pak më ulët krahas kriterëve ekonomike. Kjo, megjithatë, nuk ka ndikuar që të përzgjidhen rrjedha të cilat nuk përkojnë me zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit. Theks i veçantë gjatë hartimit të objektivave dhe veprimeve i është dhënë qëndrueshmërisë.

Tabela 4 paraqet renditjen e të gjitha rrjedhave të vizitorëve sipas vlerësimeve të bëra. Dhe nga të gjitha rrjedhat potenciale, vetëm 12 të parat (me vlerësim mbi 60%) janë përzgjedhur të trajtohen më tutje në këtë strategji. Duhet përmendur se renditja (radhitja) e 12 rrjedhave të përzgjedhura nuk luan ndonjë rol të veçantë në objektivat dhe aktivitetet e propozuara në këtë strategji, sepse synimi parësor i vlerësimit të bërë ka qenë ndarja e rrjedhave me më shumë prioritet (pra 12 të parave) prej atyre me më pak prioritet (8 të fundit).

Tabela 4: Prioritizimi i rrjedhave të vizitorëve

Nr.	Lista e rrjedhave të vizitorëve	Mesatarja
1	Diaspora: Eksploruesit e rinj	79.8%
2	Grupet aziatike në ture ballkanike	78.7%
3	Vizitorët për skijim alpin dhe sporte tjera të ngjashme të dimrit	75.3%
4	Vizitorët nga Shqipëria gjatë vikendeve	73.7%
5	Vizitorët për turizëm të aventurës	73.2%
6	Diaspora: Nostalgjikët e gjeneratës së parë	71.8%
7	Vizitorët përendimorë të trashëgimisë kulturore	70.0%
8	Vizitorët e festivaleve kulturore	69.8%
9	Udhëtarët për qëllime afariste	68.5%
10	Udhëtarët e lirë dhe të pavarur në eksplorim të Ballkanit	65.5%
11	Vizitorët për aktivitete dimërore	63.5%
12	Vizitorët e jetës së natës nga rajoni	63.2%
13	Turistët dental	59.9%
14	Vizitorët kulturor nga Turqia	59.7%
15	“Backpackers” me buxhet të ulët që eksplorojnë Ballkanin	59.2%
16	Udhëtarët individual në eksplorim të Ballkanit	59.2%
17	Grupet e pensionistëve në ture Ballkanike	56.5%
18	Eksploruesit evropianë me fluturime të buxhetit të ulët	52.5%
19	Grupet e organizuara familjare nga Lindja e Mesme	51.5%
20	Nxënësit dhe studentët në ekskursione	51.5%

b. Analiza bazë e rrjedhave të vizitorëve

Analiza bazë e gjendjes së turizmit në Kosovë është bërë nën thjerrëzën e 12 rrjedhave strategjike të vizitorëve të përzgjedhur. Për shkak të mungesës së të dhënave të gatshme në nivel të rrjedhave, analiza është zhvilluar kryesisht duke i shfrytëzuar inputet nga fokus grupet dhe intervistat përcjellëse me akterë të ndryshëm të turizmit, sidomos me përfaqësues nga sektori privat. Numri i vizitorëve, ku ka qenë e mundur, është vlerësuar bazuar në të dhënat e ofruara nga ASK-ja.

Qasja në nivel të rrjedhave, përveç tjerash, ka mundësuar që pasqyra e vizitorëve në Kosovë, interaksioni i tyre me destinacionin, motivet dhe ndikimi i ardhjes, si dhe në përgjithësi oferta së bashku me përparësitë dhe sfidat e saja, të jenë më të qarta.

Duke u bazuar në këtë qasje, tabelat në nën-seksionin e ardhshëm synojnë të ofrojnë përgjigje mbi pyetjet e parashtruara më poshtë. Vini re se përparësitë dhe sfidat mund të përfshijnë më shumë se një rrjedhë strategjike të vizitorëve. Megjithatë, për t'u mos përsëritur, është tentuar që ato të paraqiten vetëm te rrjedha që është më së shumti relevante për atë përparësi ose sfidë/problem.

- Çfarë origjine kanë vizitorët?
- Çfarë moshe kanë ata/ato?
- Sa është kohëzgjatja e qëndrimit të tyre?
- Cilat janë aktivitetet kryesore të tyre?
- Cili është potenciali i shpenzimeve?
- Çka i motivon ata/ato ta vizitojnë destinacionin?
- Çka ka ndikuar në ardhjen e tyre?
- Çka funksionon? Cilat janë përparësitë kryesore?
- Çka nuk funksionon/mungon?
- Cilat janë sfidat?

RV1: Diaspora: Eksploruesit e rinj	
Profili (vendi i origjinës, moshë, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)	<p>Eksploruesit e rinj nga diaspora (tash e tutje: eksploruesit e rinj) vijnë kryesisht nga vendet e Evropës Perëndimore por edhe nga vendet tjera ku janë të koncentruar komuniteti i diasporës kosovare. Moshë dominante e eksploruesve të rinj është nga 18 deri në 30 vjeç. Numri i eksploruesve të rinj në vit vlerësohet të jetë rreth 250,000. Një pjesë e konsiderueshme e tyre janë student.</p> <p>Këta vizitorë vijnë çdo vit, dhe atë zakonisht në sezonin e verës dhe dimrit. Ndryshe nga nostalgjikët e gjeneratës së parë, kjo rrjedhë kohëzgjatjen e vizitës e kanë më të shkurtër, një deri në dy javë.</p> <p>Eksploruesit e rinj kryesisht qëndrojnë tek të afërmit, mirëpo kohëve të fundit, një pjesë e tyre vizitat i zhvillojnë solo dhe qëndrojnë në bujtina, për shkak se preferojnë të kenë privatësinë e tyre. Përgjithësisht, kanë potencial mesatar për të shpenzuar, sidomos ata të kufirit të epërm të moshës.</p> <p>Me përjashtim të jetës së natës, eksploruesit e rinj nuk zhvillojnë mjaftueshëm aktivitete tjera për përjetim të kulturës. Për shembull, muzetë dhe sajtet tjera kulturore shumë pak vizitohen nga eksploruesit e rinj.</p> <p>Udhëtimin e bëjnë kryesisht me aeroplan; shumica me bileta të lira të planifikuara më herët.</p>
Motivi i vizitës	Vizita e të afërmeve dhe shoqërisë, mbajtja e lidhjeve me vendin e origjinës, gjetja e partnerit/partneres; krijimi i shoqërisë dhe praktikimi i gjuhës; përjetimi i jetës së natës, pjesëmarrja në ahengje familjare (dasma).
Ndikuesi kryesor i vizitës	Prindërit dhe familjarët në Kosovë, vijnë vazhdimisht në Kosovë që nga fëmijëria.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Gatishmëria e të afërmeve për t'i shoqëruar gjatë qëndrimit të tyre ua bën vizitën më atraktive.</p> <p>Ekziston një numër i madh i klubeve të natës, dhe jeta e natës është mjaft e lirë krahasuar me vendet tjera.</p> <p>Çmimet e taksive dhe të veturave me qira janë relativisht të ulëta.</p> <p>Industria e dasmave dhe shërbimeve përcjellëse shumë aktive gjatë kohës së qëndrimit të diasporës në Kosovë.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Kjo rrjedhë e vizitorëve ka mungesë të informatave për organizimin e aktiviteteve turistike dhe ngjarjeve në destinacione turistike.</p> <p>Nuk ka mjaftueshëm suvenire në dispozicion për shitje në afërsi të sajteve kulturore.</p> <p>Nuk ka nxitje të mjaftueshme për promovim të trashëgimisë kombëtare të eksploruesit e rinj.</p> <p>Shoqëria e huaj e eksploruesve të rinj shumë pak targetohet përmes këtyre të fundit.</p>

RV2: Grupet aziatike në ture ballkanike	
Profili (vendi i origjinës, moshë, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)	<p>Nga tregu aziatik para periudhës pandemike dominonin vizitorët nga Japonia. Në vitet e fundit, është parë një fluks më i madh vizitorëve që vijnë nga Malajzia, Indonezia, Singapori dhe Hong Kong-u. Sipas observimeve, kjo rrjedhë do të rikuperohet me vonesë, në krahasim me rrjedhat e tjera. Në vitin 2022 është vërejtur një numër i shtuar i turistëve nga Lindja e Mesme, për shkak të fluturimeve “charter” me Shqipërinë.</p> <p>Shumica dërmuese e aziatikëve vijnë si pjesë e tureve ballkanike dy-tri javore, përmes tur-operatorëve nga rajoni që kanë marrëveshje me tur-operatorë aziatikë. Në Kosovë, aziatikët vijnë kryesisht nga tur-operatorët e Maqedonisë Veriore dhe Shqipërisë. Tur-operatorët nga Shqipëria angazhojnë guida nga Kosova, ndërsa ata nga Maqedonia Veriore jo. Grupet aziatike i kanë përkthyesit e tyre me vete, për të përkthyer nga anglishtja në gjuhët aziatike përkatëse.</p> <p>Grupe aziatike zakonisht vizitojnë Prizrenin (kryesisht gjatë verës) ose Prishtinën/Garancinën brenda ditës. Ka raste që vizitojnë edhe Deçanin. Kryesisht i synojnë monumentet e trashëgimisë kulturore, sidomos ato të mbrojtura nga UNESCO, si dhe sheshet/qendrat e qyteteve që vizitojnë. Kjo rrjedhë, në përgjithësi, e konsideron Kosovën më shumë si transit dhe shumë pak janë me fjetje.</p> <p>Grupet aziatike janë me nga 20-30 veta dhe vijnë me autobusë të tur-operatorëve. Shumica dërmuese janë mbi 50 vjeç, dominojnë pensionistët. Gjithsej gjatë vitit janë rreth 10 mijë vizitorë të kësaj rrjedhe. Fluksi më i madh është në pranverë, në fund të verës dhe fillim të vjeshtës. Grupet aziatike kanë potencial të madh për të shpenzuar, por nuk shpenzojnë shumë në Kosovë.</p>
Motivi i vizitës	Vizita e monumenteve të trashëgimisë kulturore; eksplorimi i vendeve të Ballkanit; eksplorimi i një vendi të ri.
Ndikuesi kryesor i vizitës	Paketat e tureve ballkanike nga tur-operatorët në rajon.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Mikpritja dhe miqësia e njerëzve janë unike, çmimet në restorante janë të arsyeshme.</p> <p>Siguria që ofron vendi është shumë e lartë dhe ndryshe nga paragjykimet e kësaj rrjedhe të vizitorëve.</p> <p>Ekziston një bashkëpunim i guidave turistike me tur-operatorët nga Shqipëria dhe Maqedonia Veriore.</p> <p>Autostrada me Shqipërinë dhe Maqedoninë Veriore dhe qasja e shpejtë për në Kosovë nga këto dy vende e bën vizitën më të lehtë.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Në krahasim me vendet e tjera të rajonit, çmimi i akomodimeve është më i lartë. Kohëzgjatja e qëndrimit është mjaft e shkurtër.</p> <p>Ushqimi tradicional nuk promovohet mjaftueshëm.</p> <p>Një numër i madh i guidave turistike punojnë në informalitet, nuk i shfrytëzojnë platformat ndërkombëtare për promovim, si dhe kanë problem me planifikim preciz të kohës në raport me aziatikët.</p> <p>Vizat që u aplikohen vendeve aziatike ua vështirësojnë atyre hyrjen në Kosovë gjatë tureve.</p>

RV3: Vizitorët për skijim alpin dhe sporte tjera të ngjashme të dimrit	
Profili (vendi i origjinës, mosha, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)	<p>Shumica e vizitorëve për sporte të dimrit, përkatësisht skijim alpin, janë vendor dhe nga Shqipëria. Këta të fundit vijnë deri në tri herë brenda vitit. Ekzistojnë tri vendpushime (qendra) të skijimit në Kosovë që frekuentohen nga kjo kategori e vizitorëve: Brezovica, Boga dhe Brodi. Sezoni zakonisht fillon në dhjetor dhe zgjatë deri në fund të prillit. Shumica e vizitorëve janë skiatorë amatorë që shfrytëzojnë këto qendra për qëllime rekreative.</p> <p>Vizitorët janë kryesisht të rinj deri në moshën 40 vjeçare. Shuma mesatare që shpenzojnë gjatë një dite është rreth 40 EUR. Vizitorët nga Shqipëria i shpenzojnë rreth 120 EUR në një fundjavë. Ata që skijojnë rregullisht janë të klasës së mesme të lartë, në përgjithësi.</p>
Motivi i vizitës	Skijimi dhe sportet e tjera dimërore
Ndikuesi kryesor i vizitës	Kryesisht vizitorë tradicional, tur-operatorët.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Çmimet për të zhvilluar sporte të dimrit në Kosovë janë më të volitshme krahasuar me rajonin, përkatësisht Maqedoninë Veriore, Serbinë dhe Malin e Zi.</p> <p>Shtigjet e skijimit janë të përshtatshme për skiatorë amatorë.</p> <p>Dy qendrat më të mëdha për sporte të dimrit, Brezovica dhe Brodi, janë afër qyteteve të mëdha si Prishtina dhe Prizreni.</p> <p>Viteve të fundit janë ndërtuar vila të drurit me kushte relativisht të mira.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Numri i kufizuar i akomodimeve ka ndikuar në çmimet e larta për fjetje gjatë sezonit në Brezovicë.</p> <p>Në të gjitha destinacionet për sporte dimërore mungon kategorizimi i pistave sipas nivelit të vështirësisë dhe moshës.</p> <p>Mungojnë dritat për të skijuar natën në të gjitha destinacionet për sporte dimërore; Teleferiku dhe ski-liftat në Brezovicë funksionojnë me orar të kufizuar; Mungon infrastruktura fizike në terrene me potencial si ato në Bjeshkët e Nemuna dhe ato të Belegut apo bjeshkët tjera me potencial.</p> <p>Nuk ka hapësira të mjaftueshme të parkingjeve; gjatë periudhës së dimrit, Brezovica dhe Boga kanë probleme me menaxhimin e fluksit të turistëve.</p> <p>Tur-operatorët nuk ofrojnë paketa që ngërthejnë në vete edhe mundësi për të zhvilluar edhe turizëm kulturor në njërën nga ditët e qëndrimit, duke konsideruar afërsinë me qytete historike.</p> <p>Nuk ka festivale ndërkombëtare dimërore që do të ndihmonin në promovimin e Kosovës.</p>

RV4: Vizitorët nga Shqipëria gjatë vikendeve	
Profili (vendi i origjinës, moshë, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)	<p>Këta vizitorë vijnë nga vende të ndryshme të Shqipërisë. Dominojnë ata nga Shqipëria Veriore dhe ajo e Mesme, për shkak të afërsisë (gjeografike) me Kosovën. Vizitorët brenda-ditor, kryesisht e vizitojnë qytetin e Prizrenit, zakonisht për të drekuar dhe bërë shopping. Janë familjarë dhe udhëtojnë me automjetet e tyre private. Fluksi i madh ka gjatë periudhës së festave, sidomos me 28 nëntor, për shkak të Lidhjes së Prizrenit.</p> <p>Vizitorët me bujtje, në anën tjetër, kanë cak kryesisht tri destinacione: Prevallën, Brezovicën dhe Bogën. Vizita nga kjo rrjedhë ka pothuajse gjatë gjithë vitit. Në përgjithësi, moshat janë të ndryshme; gjatë dimrit dominojnë moshat më të reja. Shumica janë vizitorë që vijnë në baza të rregulla dhe në mënyrë vetjake. Një pjesë vijnë edhe përmes tur-operatorëve nga Shqipëria dhe Kosova. Kohëzgjatja e zakonshme e qëndrimit të tyre është dy net në vikend.</p> <p>Janë kryesisht vizitorë me potencial të mesëm ose të madh shpenzimi. Vlerësohet se numri i përgjithshëm i tyre gjatë vitit është rreth 200 mijë, përfshirë brenda-ditorët dhe ata me fjetje.</p>
Motivi i vizitës	Përjetimi i zonave malore; kalimi i një vikendi në një vend të afërt jashtë Shqipërisë; përjetimi i borës gjatë dimrit; trashëgimia kulturore kombëtare për shopping ditor, vizitë qyteteve etj.
Ndikuesi kryesor i vizitës	Referencat nga miqtë kosovarë që vizitojnë Shqipërinë gjatë verës; tur-operatorët nga Shqipëria dhe Kosova; përvojat nga vizitat e mëhershme, në përgjithësi fjala e gojës.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Infrastruktura rrugore që lidh vende të ndryshme të Shqipërisë me Kosovën është e kënaqshme.</p> <p>Komunikimi është më i lehtë, meqë flitet e njëjta gjuhë dhe është e njëjta kulturë.</p> <p>Kuzhina është e ngjashme dhe e përshtatshme për shije të vizitorëve.</p> <p>Bukuritë natyrore të Malit të Sharrit dhe të Bjeshkëve të Rugovës janë përparësi e madhe. Pistat janë relativisht të përshtatshme për skijim amator.</p> <p>Ekziston një prezencë e një numri të tur-operatorëve nga Kosova në Shqipëri.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Nuk ka të dhëna të sakta mbi fluksin e vizitorëve brenda-ditor nga Shqipëria. Mungon bashkëpunimi i duhur në mes të tur-operatorëve dhe akomodimeve, posaçërisht hoteleve.</p> <p>Nuk ka akomodime të mjaftueshme në zona malore që akomodojnë vizitorët e interesuar në produkte specifike; nuk ka definim të qartë të zonave të përshtatshme për ndërtim të hoteleve dhe mungon infrastruktura përcjellëse. Çmimet e akomodimeve janë jo-konkurrense.</p> <p>Nuk ka promovim të mjaftueshëm të veprimtarive artizanale në qytetet që frekuentohen më së shumti nga kjo rrjedhë, përkatësisht në Pejë dhe Prizren.</p> <p>Mungojnë suveniret autentike me motive kombëtare në hapësira kulturore; në Lidhje të Prizrenit, për shembull.</p>

RV5: Vizitorët e huaj për turizëm të aventurës	
Profili (vendi i origjinës, moshë, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)	<p>Njëri nga destinacionet kryesore për vizitorët e aventurës në Kosovë është rajoni i Pejës (Bjeshkët e Rugovës), pastaj vijon rajoni i Prizrenit (malet e Sharrit), Istogu, Bjeshka e Moknes. Nga afërsisht 65,000 vizitorë (me 150,000 fjetje) sa ka kjo rrjedhë në vit, rreth 40% janë të huaj, kryesisht nga Gjermania, Anglia dhe vendet e Evropës Qendrore.</p> <p>Shtegu ndërkufitar “Peaks of the Balkans”, që përfshinë Kosovën (Pejën si portë hyrëse), Shqipërinë dhe Malin e Zi, është gjenerator i turizmit të aventurës, me rreth 5,000 vizitorë të huaj. Vizitorët e huaj kryesisht vijnë përmes aeroportit të Prishtinës dhe atij të Tiranës. Pikënisja në Kosovë është nga Reka e Allagës, për të mbuluar pastaj fshatra si, Pepaj, Drelaj, Kuçishta dhe Milishevc. Qëndrimi në Kosovë është dy-katër net. Fjetja bëhet në bujtina (“guesthouses”). Vizitorët i takojnë klasës së mesme dhe shpenzojnë rreth 200-300 EUR në Kosovë. Përveç këtij shtegu, ka edhe shtigje tjera ndërkufitare si, për shembull, Via Dinarica, por me numër më të vogël të vizitorëve.</p> <p>Ekziston edhe një numër i konsiderueshëm i vizitorëve të aventurës që vijnë nga rajoni, kryesisht nga Shqipëria, përmes agjencive turistike. Ata/ato shfrytëzojnë produkte turistike në Bjeshkët e Rugovës, si Via Ferrata, paragliding dhe produkte të tjera të ngjashme. Shpenzimet e tyre në destinacion janë rreth 30 EUR.</p> <p>Malet e Sharrit në rajonin e Prizrenit janë një destinacion tjetër i rëndësishëm i turizmit të aventurës. Dominojnë vizitorët që bëjnë hiking.</p> <p>Moshë e vizitorëve të huaj për turizëm të aventurës ndryshon nga 20 deri 50 vjet. Turizmi i aventurës fillon në pranverë dhe vazhdon deri në korrik. Ritmi ulet ndjeshëm në gusht, për t’u riaktivizuar sërish nga gjysma e shtatorit deri në fillim të nëntorit.</p>
Motivi i vizitës	Përjetimi i natyrës; pushtimi i majave më të larta malore në Kosovë; zhvillimi i aktiviteteve të aventurës, përjetimi i eksperiencave unike dhe adrenalinës.
Ndikuesi kryesor i vizitës	Tur-operatorët vendorë (rreth 10 gjithsej); agjencitë nga Shqipëria; federatat e huaja të bjeshkatarëve; ueb faqet.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Ekziston një numër i tur-operatorëve vendorë me shërbime relativisht cilësore.</p> <p>Komuniteti lokal ka filluar të jetë më i vetëdijshëm për dobitë e turizmit të aventurës si rrjedhojë e promovimit.</p> <p>Rrafshi i Dukagjinit ka potencial për zhvillimin e produkteve të llojit të “rock-climbing”.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Mungon në masë të madhe definimi dhe standardizimi i shtigjeve. Mungojnë tabelat dhe shenjëzimi. Në shtigjet e ecjes në Male të Sharrit, pikat e ndalesës nuk janë të definuara qartë.</p> <p>Menaxhimi i mbeturinave është një problem shumë i madh.</p> <p>Infrastruktura e akomodimeve në zona të thella malore nuk është adekuate; nuk ka bujtina të mjaftueshme. Mungon klasifikimi i bujtinave ekzistuese.</p> <p>Zonat tjera malore të përshtatshme për turizëm të aventurës, siç është Shala e Bajgores, nuk janë pjesë e itinerareve nga tur-operatorët.</p> <p>Nuk ka bashkëpunim të mjaftueshëm të tur-operatorëve me rrjete ndërkombëtare.</p>

RV6: Diaspora: Nostalgjikët e gjeneratës së parë	
Profili (vendi i origjinës, moshë, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)	<p>Nostalgjikët e gjeneratës së parë të diasporës (nostalgjikët e diasporës) përbëjnë një nga rrjedhat me numrin më të madh të vizitorëve në vend - rreth 200,000. Gjermania dhe Zvicra janë dy vendet ku gjendet koncentrimi më i madh i kësaj kategorie, por edhe i diasporës në përgjithësi. Nostalgjikët zakonisht vijnë dy herë gjatë vitit në Kosovë. Hera e parë është gjatë verës (korrikut ose gushtit), ku qëndrojnë afërsisht dy deri në tri javë. Vlen të theksohet se pas funksionalizimit të Rrugës së Kombit, nostalgjikët gjysmën e kohës e kalojnë në bregdetin e Shqipërisë. Herën e dytë të vizitës e kanë gjatë festave të dimrit (në fund të dhjetorit), ku qëndrojnë më shkurt, zakonisht një javë.</p> <p>Nostalgjikët e diasporës kryesisht udhëtojnë përmes aeroportit të Prishtinës. Për dallim nga gjeneratat e reja që kohëve të fundit po shfrytëzojnë në masë të madhe AirBnB, ata akomodohen në shtëpitë e veta ose te familjarët e tyre. Gjithashtu, vlen të përmendet se gjenerata e vjetër nuk e shfrytëzon verën për pushime në vende tjera përpos Kosovës dhe Shqipërisë. Në përgjithësi, nostalgjikët e diasporës i takojnë klasës së mesme dhe kanë potencial për shpenzim.</p> <p>Gjatë qëndrimit në Kosovë, kohën më të madhe e kalojnë me familjarë. Frekuentojnë shumë restorante. Shpenzojnë shumë në ahengje. Në krahasim me gjeneratën e parë, më pak shpenzojnë në shopping. Një numër i tyre e shfrytëzojnë rastin për të kryer shërbime dentare.</p>
Motivi i vizitës	Vizita e të afërmeve dhe shoqërisë; mundësia për t'i kaluar pushimet në bregdetin Shqiptar; shërbimet dentare; mbajtja e lidhjeve me vendin e origjinës; pjesëmarrja në ahengje.
Ndikuesi kryesor i vizitës	Familjarët në Kosovë; vizitat e tyre janë tradicionale që nga koha e migrimit.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Linjat e shpeshta të fluturimit me vendet ku jeton një numër i madh i këtyre nostalgjikëve.</p> <p>Industria e dasmave dhe ahengjeve në përgjithësi është mjaft e zhvilluar.</p> <p>Çmimet për shërbime dentare janë shumë më të ulëta se në vendet prej nga vjen diaspora.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Ndonëse nostalgjikët e diasporës pëlqejnë agro-turizmin, oferta në Kosovë është e limituar.</p> <p>Gjenerata e parë nuk është e angazhuar mjaftueshëm për të promovuar Kosovën si destinacion turistik në vendet e tyre të origjinës.</p> <p>Çmimet e larta të fluturimeve për në Kosovë gjatë periudhës kur ardhjet e nostalgjikëve e arrijnë pikun.</p> <p>Mungojnë paketa për përjetim të trashëgimisë kulturore me motive kombëtare që i dedikohen kësaj rrjedhe.</p> <p>Radhët e gjata në kufij dhe pagesa e kartonit të gjelbër ndikojnë negativisht tek ata që të vijnë me automjete.</p>

RV7: Eksploruesit perëndimorë të trashëgimisë kulturore

<p>Profili (vendi i origjinës, mosha, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)</p>	<p>Eksploruesit perëndimorë të trashëgimisë kulturore janë kryesisht nga Gjermania, Evropa Qendrore, Skandinavia dhe ShBA-ja. Këta vizitorë vijnë si pjesë e tureve Ballkanike dhe në formë vetjake.</p> <p>Ata që janë pjesë e tureve Ballkanike zakonisht vijnë brenda ditës - pra nuk qëndrojnë asnjë natë në Kosovë. Vlerësohet të jenë rreth 100 grupe me nga rreth 25 vizitorë - gjithsej afërsisht 2,500 vizitorë në vit. Ata të cilët vijnë individualisht zakonisht qëndrojnë 2 deri në 3 net në Kosovë; qëndrimin e bëjnë në hotele.</p> <p>Mosha dominuese është mbi 50 vjeçare. Ata që vijnë si pjesë e tureve, përveç ushqimit, kryesisht nuk shpenzojnë. Të tjerët që vijnë individualisht shpenzojnë 50 EUR gjatë qëndrimit të tyre.</p> <p>Periudha kur vjen më së shumti kjo kategori e turistëve është maj-tetor; periudha e verës është pak më e qetë.</p> <p>Sajtet që vizitohen më së shumti nga kjo rrjedhë janë: Muzeu Kombëtar, Muzeu Etnografik, Ulpiana, Manastiri i Graçanicës, Mauzoleu Sulltan Murati. Manastiri i Deçanit, Patriarkati i Pejës, Kalaja e Prizrenit, Xhamia e Sinan Pashës, Kisha e Shën Premtes, Hamami i Gazi Mehmet Pashës, etj.</p>
<p>Motivi i vizitës</p>	<p>Vizita e monumenteve të trashëgimisë kulturore; vizita e të gjitha vendeve të Ballkanit; eksplorimi i një vendi të ri.</p>
<p>Ndikuesi kryesor i vizitës</p>	<p>Tur-operatorët e huaj; platformat online si psh. Booking.com.</p>
<p>Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?</p>	<p>Hotelet në vendet ku janë sajtet kryesore të trashëgimisë kulturore kanë vlerësime të larta sipas booking.com.</p> <p>Ekzistojnë mbi 1,500 pasuri të trashëgimisë kulturore nën mbrojtje të përkohshme në kategoritë e: arkeologjisë, arkitekturës dhe trashëgimisë shpirtërore.</p> <p>Në qytetet historike të Kosovës ekziston një distancë e afërt në mes të monumenteve të trashëgimisë kulturore.</p>
<p>Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?</p>	<p>Mungojnë mekanizmat e qartë për mbrojtjen dhe ruajtjen e trashëgimisë kulturore në përputhje me standardet ndërkombëtare.</p> <p>Një numër i limituar i sajteve të trashëgimisë kulturore është i përfshirë në harta të ndryshme digjitale (siç janë: google maps, maps.me etj.).</p> <p>Nuk ka sinjalistikë të mjaftueshme për atraksionet e trashëgimisë kulturore.</p> <p>Mungojnë pllakat informuese të standardizuara që tregojnë mbi historinë e trashëgimisë kulturore; promovimi nuk është i mjaftueshëm.</p> <p>Nuk shfrytëzohen potencialet për “turizëm të errët”¹².</p>

¹² Definicioni i Turizmit të errët: “Turizmi që përfshin udhëtime në vende të lidhura historikisht me vdekje dhe tragjedi”.

RV8: Vizitorët e festivaleve kulturore nga rajoni	
Profili (vendi i origjinës, mosha, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)	<p>Vizitorët e festivaleve kulturore janë kryesisht vendorë ose nga diaspora; një përqindje jo shumë e madhe vijnë nga rajoni, vendet e BE-së dhe ShBA-ja. Festalet që dominojnë më së shumti janë ato të muzikës dhe filmit. Më të famshmit, sidomos në arenën ndërkombëtare, janë: festivali i filmit të shkurtër në Prizren, Dokufest; festivali i muzikës ndërkombëtare në Prishtinë, “Sunny Hill Festival”, dhe festivali ndërkombëtar i animacionit në Pejë, Anibar. Dokufest-i vlerësohet t’i ketë afërsisht 60,000 vizitorë, rreth 40% e tyre janë të huaj; Sunny Hill Festival”, në vitin e fundit të organizimit kishte rreth 90,000 vizitorë, afërsisht 15% prej tyre ishin të huaj; Anibari zakonisht ka rreth 15,000 vizitorë, afërsisht 40% janë të huaj.¹³</p> <p>Festalet tjera, si për shembull PriFilm Fest, Beer Fest, Chopin Piano Fest Pristina, janë festivalet më të vogla dhe kryesisht gjenerojnë interes nga vizitorët vendorë. Gjithsej janë mbi 30 festivalet që organizohen tradicionalisht. Numri i vizitorëve të huaj nga rajoni vlerësohet të jetë rreth 40,000. Në tri festalet e mëdha dominojnë vizitorët me moshë më të re, kryesisht deri në 30 vjet.</p> <p>Shumica e festivaleve në Kosovë janë të koncentruar në periudhën e verës. Shumë pak festivalet ka në periudha tjera të vitit. Te huajt janë me fjetje dhe qëndrojnë gjatë 1-3 net në mesatare, varësisht nga festivali. Potenciali i shpenzimit është mesatar.</p>
Motivi i vizitës	Këngëtarët, aktorët, regjisorët dhe në përgjithësi artistët me renome botërore; përjetimi i një festivali në një vend tjetër; aktivitetet përcjellëse që organizohen nga festalet.
Ndikuesi kryesor i vizitës	Promovimi në rrjete sociale; promovimi nga vizitorët e më hershëm; “Line-up” i festivalit; promovimi nga vet artistët; promovimi përmes ueb sajt-it të festivalit; Sesionet informuese/promovuese në rajon.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Stafi organizativ te festalet tradicionale është me përvojë.</p> <p>Të gjitha pikat e interesit (baret, restorante, akomodimet dhe të ngjashmet) janë në një distancë ecejë.</p> <p>Relacionet me artistë me renome botërore.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Nuk ka përkrahje të mjaftueshme për t’i ndihmuar festalet e vogla që të ndërkombëtarizohen.</p> <p>Ekziston një bashkëpunim i limituar me tur-operatorë vendorë dhe të huaj që përmes tyre të promovohen festalet.</p> <p>Nuk ka aktivitete të mjaftueshme gjatë ditës për vizitorët e Dokufest-it dhe festivaleve tjera të mëdha.</p> <p>Festalet janë të koncentruar në një periudhë të caktuar të vitit dhe disa prej tyre interferojnë me njëri-tjetrin.</p> <p>Mungon një kalendar i festivaleve kulturore që promovohet ndërkombëtarisht.</p>
RV9: Udhëtarët për qëllime afariste	

¹³ Swisscontact-PPSE (2020) Anketa e ofertës së turizmit në Kosovë 2019.

<p>Profili (vendi i origjinës, moshë, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)</p>	<p>Udhëtarët afaristë janë kryesisht nga rajoni dhe Turqia, dhe zakonisht janë përgjegjës për përfaqësi/degë biznesi në Kosovë. Një numër i konsiderueshëm, gjithashtu, vijnë në kuadër të projekteve zhvillimore në vend. Gjithsej janë rreth 12,000 ardhje të vizitorëve në vit. Dominojnë ata/ato nga BE-ja dhe SHBA-të. Përjashtojnë aktivitetet që ndërlidhen me punën, shumë pak prej tyre shpenzojnë kohë në konsum të kulturës dhe natyrës së Kosovës.</p> <p>Moshë dominuese e udhëtarëve afaristë është nga 35 deri në 55 vjeç. Në thuaja të gjitha rastet, qëndrojnë në hotele, zakonisht në qendër të qyteteve ku zhvillojnë afarizëm. Janë vizitorë të rregullt me kohë qëndrimi nga një deri në tri net. Gjatë qëndrimit të tyre shpenzojnë rreth 150-300 EUR. Në përgjithësi, kanë potencial të madh shpenzimi.</p> <p>Nuk ka ndonjë periudhë të caktuar të vitit kur rrjedha është më e madhe - ardhja e udhëtarëve afaristë është kryesisht e njëtrajtshme.</p>
<p>Motivi i vizitës</p>	<p>Të bërit biznes në Kosovë; koordinimi me përfaqësitë/degët që operojnë në Kosovë; ofrimi i asistencës teknike në projekte zhvillimore.</p>
<p>Ndikuesi kryesor i vizitës</p>	<p>Bizneset, përfaqësitë e bizneseve të huaja; donatorët; zbatuesit e projekteve zhvillimore.</p>
<p>Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?</p>	<p>Hotelet ku vendosen afaristët e huaj disponojnë salla moderne të takimeve dhe konferencave.</p> <p>Në Prishtinë ku kryesisht graviton kjo rrjedhë, është zhvilluar një traditë kulinarie që çmohet nga afaristët.</p> <p>Shërbimet e taksive në qytete janë cilësore dhe me çmime të arsyeshme.</p> <p>Fuqia e lirë punëtore është një përparësi në të bërit biznes në Kosovë.</p>
<p>Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?</p>	<p>Mungon informacioni i duhur dhe i strukturuar për mundësitë e qëndrimit për një kohë më të gjatë, për të zhvilluar turizëm kulturor ose malor në Kosovë.</p> <p>TVSH-ja në akomodime është standarde dhe jo e reduktuar, siç është në të gjitha vendet fqinje dhe në shumicën dërrmuese të vendeve të BE-së.</p> <p>Mungojnë hapësirat rekreative dhe me gjelbërim në distanca të përshtatshme.</p> <p>Qëndrimi është i shkurtër dhe fokusimi është vetëm në aktivitete që ndërlidhen me punën.</p>

RV10: Udhëtarët e lirë dhe të pavarur në eksplorim të Ballkanit

<p>Profili (<i>vendi i origjinës, mosha, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.</i>)</p>	<p>Udhëtarët e lirë dhe të pavarur janë kryesisht grupe të vogla (maksimum 10 veta) nga Gjermania, Anglia, Italia, vendet Skandinave, ShBA-ja dhe Kanadaja. Itineraret e tyre, ndryshe nga turet tipike Ballkanike, janë më të shkurtra. Së bashku me Kosovën, këta udhëtarë e vizitojnë edhe njërin nga vendet fqinje, Shqipërinë në të shumtën e herëve.</p> <p>Vijnë përmes tur-operatorëve dhe zakonisht e fillojnë turin në Kosovë. Turi në Kosovë zgjatë rreth tri ditë, në mesatare. Fjetjen e bëjnë kryesisht në Prishtinë dhe Prizren, vende ku qëndrojnë pjesën më të madhe të kohës. Kohëve të fundit, edhe Gjakova, përkatësisht Çarshia e Vjetër, ka zgjuar interes tek këta udhëtarë, të cilët po e konsiderojnë edhe për fjetje. Tur-operatorët ofrojnë itinerare fleksibile, varësisht prej preferencave të udhëtarëve. Preferenca tipike të kësaj rrjedhe janë degustimi i verës (“wine tasting”) dhe vizitat e sajteve të UNESCO-s. Së fundmi, kjo rrjedhë ka shfaqur më shumë interes për shopping dhe për blerje të suvenireve me motive tradicionale.</p> <p>Kanë potencial shpenzues mesatar dhe, në fakt, shpenzojnë më shumë se ata që vijnë në grupe më të mëdha. Kërkesat i kanë më specifike: dhomat më të mëdha, transportin më komod.</p> <p>Periudha më e zakonshme e vizitës është në pranverë ose në vjeshtë.</p>
<p>Motivi i vizitës</p>	<p>Kurioziteti për një destinacion të ri; interesimi mbi historinë dhe kulturën e vendit; pamundësia për ta vizituar Kosovën më herët, sepse e njëjta nuk është pjesë e tureve të zakonshme Ballkanike.</p>
<p>Ndikuesi kryesor i vizitës</p>	<p>Tur-operatorët vendorë; shoqëria ose të afërmit që kanë qenë me mision më herët në Kosovë; mediat e huaja.</p>
<p>Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?</p>	<p>Kullat në rrafshin e Dukagjinit janë atraktive dhe do të zgjonin interes tek këta vizitorë.</p> <p>Toleranca ndërfetare dhe mundësia për të vizituar sajte nga tri religjione që janë në të njëjtin qytet.</p> <p>Fleksibiliteti i tur-operatorëve për përshtatje të itinerareve sipas kërkesave të udhëtarëve.</p>
<p>Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?</p>	<p>Mungojnë produkte komerciale për përjetim të veprimtarive në zona rurale.</p> <p>Numri i limituar i guidave turistike që dinë gjuhë tjera përpos anglishtes dhe, deri diku, gjermanishtes.</p> <p>Konkurrenca jolojale, e shkaktuar nga udhërrëfyesit turistik që funksionojnë në informalitet.</p> <p>Ekziston një numër i limituar i muzeve dhe shumë prej tyre nuk funksionojnë në periudha të përshtatshme për vizitorët.</p> <p>Mungon sistemi i biletimit digjital në atraksione turistike me pagesë.</p> <p>Mungojnë storiet/narrativat zyrtare bazë mbi monumentet e trashëgimisë kulturore, sidomos mbi ato që kanë histori më komplekse.</p> <p>Fluturimet për në Kosovë janë më të shtrenjta krahas vendeve tjera fqinje.</p>

RV11: Grupet për aktivitete dimërore	
Profili (<i>vendi i origjinës, mosha, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.</i>)	<p>Kjo rrjedhë përbehet nga grupe të vogla vizitorësh (deri në 8 veta në maksimum), që zhvillojnë aktivitete dimërore, si për shembull, “snow shoeing”, “ski touring” dhe të ngjashme. Këto aktivitete ndryshojnë nga skijimi alpin që hyn në kategorinë e turizmit masiv. Ndonëse si rrjedhë është ende në fazën fillestare të zhvillimit, në vitet e fundit numri i vizitorëve është rritur ndjeshëm (rreth 1,000 vizitorë gjithsej), duke treguar qartë potencialet që ka.</p> <p>Aktualisht, këto grupe kryesisht përbëhen nga gjermanët, francezët, polakët dhe spanjollët. Moshë mesatare e tyre sillet nga 30 deri në 55 vjeç. Dy destinacionet kryesore janë Malet e Sharrit dhe Bjeshkët e Rugovës. Periudha kur vijnë këta vizitorë është nga dhjetori deri në fund të prillit.</p> <p>Një numër i madh i tyre vijnë përmes tur-operatorëve nga Shqipëria dhe Maqedonia Veriore. Disa vijnë edhe përmes tur-operatorëve të Kosovës. Ka interesim edhe nga të huajt me mision në Kosovë. Pothuajse të gjithë janë me pajisje të tyre. Mesatarisht qëndrojnë 6 ditë. Preferojnë zonat më të qeta, me pak tollovi. Pikën fillestare të turit e kanë në zona të larta, dhe për deri atje u nevojitet transporti. Fjetjen e bëjnë në bujtina. Përgjithësisht, kanë potencial mesatar shpenzimi.</p> <p>Viteve të fundit kemi rritje të vazhdueshme të skijatorëve të huaj për aktivitete dimërore si Off- piste, Ski Touring sidomos në Gjeravicë. Këto aktivitete sjellin në Kosovë klientë që qëndrojnë rreth një javë në grupe të vogla gjatë tërë sezonit të dimrit e jo vetëm vizitorë të fundjavës. Edhe masivi i Sharrit është i përshtatshëm për të ofruar këto aktivitete dhe me investime jo të mëdha mund të avancohet.</p> <p>Këta vizitorë janë mbi moshën 40 vjeçare, qëndrojnë në Kosovë tërë javën dhe shpenzojnë në ditë rreth 70 deri 200 euro. Një ditë e guidës dimërore paguhet rreth 120 euro.</p>
Motivi i vizitës	Zhvillimi i disa aktiviteteve dimërore me kosto të ulët sikur është sporti me rrota bore (snowshoeing).
Ndikuesi kryesor i vizitës	Tur-operatorët nga Shqipëria dhe Maqedonia Veriore, tur-operatorët vendorë, revistat ndërkombëtare.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Ekzistojnë terrene magjepsëse për të zhvilluar aktivitete dimërore jashtë pistave të skijimit, sidomos në Gjeravicë dhe Brezovicë.</p> <p>Diversiteti etnik në zona malore përbën një veçanti që e vlerësojnë vizitorët.</p> <p>Korniza rregullative liberale ofron mundësi për aktivitete të ndryshme; në shumë vende të huaja ka kufizime në këtë drejtim.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Infrastruktura rrugore për në zona malore me borë është me mjaft probleme; gjatë muajve të dimrit shpesh ndodh që krijohen kolona dhe krijojnë pritje më orë të tëra; mungojnë rrugët alternative.</p> <p>Nuk ka mjaftueshëm guida turistike vendorë të trajnuar dhe certifikuar për të ofruar shërbime cilësore për këtë rrjedhë.</p> <p>Nuk ka hapësira të parkingut të mjaftueshme. Kjo ka ndikuar që çmimet e parkingut të jenë tejet të larta.</p>

	<p>Nuk ka kapacitete akomoduese të mjaftueshme, sidomos në terrenet e Maleve të Sharrit.</p> <p>Bjeshkët në pjesët e tjera të Kosovës, bie fjala, Bjeshkët e Kabashit, që janë të përshtatshme për këto aktivitete, nuk shfrytëzohen.</p> <p>Komunat nuk janë të pajisura me njësi dhe staf të trajnuar për kërkim-shpëtim në rast të orteikut; nuk ka informacione të mjaftueshme mbi rreziqet potenciale.</p>
RV12: Vizitorët e jetës së natës nga rajoni	
Profili (vendi i origjinës, moshë, niveli ekonomik, ditët/netët e qëndrimit, potenciali shpenzues, periudha e vizitës etj.)	<p>Maqedonia Veriore dhe Shqipëria janë dy vende nga rajoni prej nga vijnë shumica e vizitorëve të jetës së natës në Kosovë. Ndërkaq, vizitorët nga Serbia dhe Mali i Zi janë në numër më të vogël. Udhëtimin për në Kosovë, këta vizitorë e bëjnë kryesisht përmes automjeteve të tyre private.</p> <p>Destinacioni kryesor për këtë rrjedhë është Prishtina, ku zhvillohen shumica e organizimeve të jetës së natës. Fluksi më i madh e këtyre vizitorëve është gjatë verës, periudhë kjo kur ndodhin shumë ndeja nëpër klube nate, si dhe koncerte në ambient të hapur. Ardhjet janë kryesisht gjatë vikendeve dhe zakonisht me një natë fjetje. Duhet theksuar se edhe periudha e festave të dimrit gjithashtu nxitë një rrjedhë më të shtuar të vizitorëve. Shumica dërmuese janë vizitorë tradicional, ndonëse ndër vite është vërejtur një rritje e numrit të vizitorëve të rinj.</p> <p>Moshat që dominojnë janë nga 20 deri në 40 vjet. Potencialin shpenzues e kanë relativisht të madh, sidomos ata që i takojnë kufirit të epërm të moshës dominuese të kësaj rrjedhe.</p>
Motivi i vizitës (atraksioni dhe akterët kryesor)	Ngjarjet e jetës së natës: ndejat me DJ, koncertet, festivalet.
Ndikuesi kryesor i vizitës	Shokët dhe miqtë; promovimi në rrjete sociale, kryesisht në Facebook dhe Instagram; fjala e gojës; agjencitë e marketingut në vende të origjinës.
Çka funksionon? Cilat janë përparësitë?	<p>Diskotekat kanë relacione me DJ të famshëm të krijuara nga koncertet e krijuara në të kaluarën.</p> <p>Ekziston një traditë për organizimin e ndejave të muzikës elektronike në Prishtinë.</p> <p>Me përjashtim të incidenteve të vogla, siguria që ofrohet në klube, diskoteka, kafiteri dhe në qytete në përgjithësi është në nivel të duhur.</p> <p>Jeta e natës është më e lirë krahasuar me vendet e tjera të rajonit; kultura e kafes dhe rakisë është e veçantë.</p> <p>Ekziston një bashkëpunim i kënaqshëm në mes të akterëve të jetës së natës në kuadër të Shoqatës së Gastronomëve të Kosovës.</p>
Çka nuk funksionon/mungon? Cilat janë sfidat?	<p>Mungojnë hapësira me infrastrukturë përcjellëse të dedikuara për koncerte të mëdha.</p> <p>Nuk ofrohet transporti publik në orët e vona të natës. Gjithashtu, në shumë qytete ekziston orari uniform për mbyllje të të gjitha lokaleve.</p> <p>Nuk ka tur-operatorë që ofrojnë ture të jetës së natës, ku vizitorët do të kishin mundësinë të përjetonin një natë daljeje në një qytet të caktuar me të gjitha specifikat e veta.</p> <p>Produktet vendore, si për shembull rakia e shtëpisë, si dhe rrëfimet prapa tyre, nuk promovohen mjaftueshëm te vizitorët e huaj.</p> <p>Mënyra më konservative e organizimit të ndejave.</p>

Tabela 5 paraqet ndërlidhjen e rrjedhave të vizitorëve me segmentet tipike të tregut të turizmit dhe tregon se vizitorët e cilave rrjedha mund të kenë interes për të zgjeruar aktivitetin e tyre në segmente tjera në të ardhmen.

Tabela 5: Segmentet e tregut relevante për rrjedhat ekzistuese të vizitorëve

Rrjedhat e vizitorëve	Niveli i interesit në segmente tipike të interesit √= i ulët; √√= mesatar; √√√= i lartë > = mund të krijohet interes për këtë segment në të ardhmen x = nuk ka interes as tash, as në të ardhmen		
	Natyrë	Aventurë	Kulturë
Diaspora: Eksploruesit e rinj	>	>	√
Grupet aziatike në ture ballkanike	√√	√	√√√
Vizitorët për skijim alpin dhe sporte tjera të ngjashme të dimrit	√√	>	>
Vizitorët nga Shqipëria gjatë vikendeve	√√	>	√√
Vizitorët e huaj për turizëm të aventurës	√√√	√√√	>
Diaspora: Nostalgjikët e gjeneratës së parë	√	x	√√
Eksploruesit perëndimorë të trashëgimisë kulturore	√√	x	√√√
Vizitorët e festivaleve kulturore nga rajoni	>	>	√√√
Udhëtarët për qëllime afariste	√	>	√
Udhëtarët e lirë dhe të pavarur në eksplorim të Ballkanit	√√	√√	√√
Grupet për aktivitete dimërore	√√	√√	>
Vizitorët e jetës së natës nga rajoni	x	>	√

c. Përmbledhje e problemeve kryesore

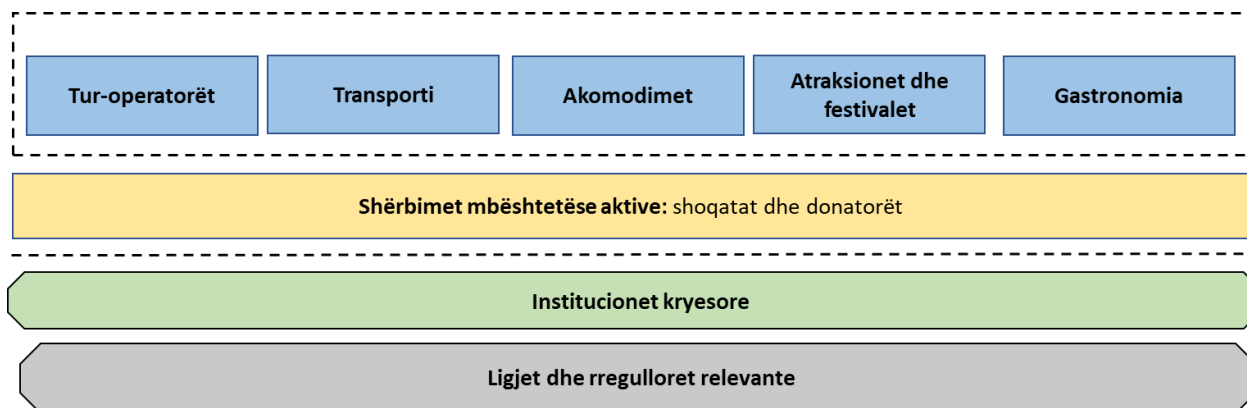
Bazuar në skanimin e gjendjes së turizmit, problemet dhe sfidat në këtë sektor mund të grupohen siç vijon:

- Mungon një qasje promovuese e targetuar e sektorit të turizmit me informacione cilësore dhe bashkëpunim sistematik të akterëve;
- Infrastruktura e përgjithshme dhe specifike në destinacione turistike është në masë të madhe e pazhvilluar;
- Oferta turistike nga sektori privat është e varfër dhe çalon në nivel të konkurueshmërisë;
- Kapacitetet njerëzore për të ofruar shërbime turistike në secilin nivel përgjatë zinxhirit të vlerës janë të limituara;
- Pandemia ka shkaktuar dëme te akterët e turizmit dhe e ka rrezikuar mbijetesën dhe qëndrueshmërinë e tyre.

8. Hartëzimi i akterëve dhe funksioneve kryesore

Ky seksion bën një përshkrim të shkurtër të akterëve dhe funksioneve kryesore në sektorin e turizmit në Kosovë, si dhe njëkohësisht hedh dritë mbi akterët mbështetës aktiv dhe ambientin mundësues/rregullues. Figura 1 paraqet në formë ilustrative fotografinë e përgjithshme.

Figura 1: Akterët dhe funksionet relevante të turizmit



d. Akterët parësorë

Tur-operatorët dhe guidat turistike

Në gjithë Kosovën janë të regjistruar rreth 30 tur-operatorë; numri më i madh i tyre operojnë në Prishtinë dhe Pejë. Përveç itinerareve bazë, të cilët i kanë të promovuar në ueb faqet e tyre, tur-operatorët vendorë, duke qenë relativisht të vegjël, e kanë luksin të jenë fleksibil në përcaktimin e itinerareve sipas interesave dhe kohës që vizitorët kanë në dispozicion. Sa i përket guidave turistike, autoritetet shtetërore nuk posedojnë një regjistër të tyre pasi që certifikimi nuk kryhet nga institucionet por ato ofrohen kryesisht në kuadër të projekteve ndërkombëtare në vend. Numri i guidave turistike të certifikuara vlerësohet të jetë afërsisht tek numri 60. Në 2018, guidat turistike, me qëllim të promovimit turistik të Kosovës përmes guidave profesionale, kanë themeluar organizatën e tyre me anëtarësi, GUIDEKS e cila është edhe përfaqësuese e Kosovës në Federatën Evropiane të Asociacioneve të guidave turistike të Evropës (FEG).

Transporti

Transporti rrugor

Kosova ka një rrjet rrugor që përbëhet nga 630 km rrugë kryesore. Gjithashtu, janë dy autostrada: Prishtinë-Hani i Elezit, që lidh Kosovën me Maqedoninë Veriore; dhe Prishtinë-Morinë, që lidh Kosovën me Shqipërinë. Ekzistojnë linja të autobusëve ndërmjet qyteteve. Në Prishtinë dhe në disa qytete kryesore ka gjithashtu transport urban.

Transporti ajror

“Aeroporti Ndërkombëtar Adem Jashari” është i vetmi aeroport funksional në Kosovë dhe gjendet në një distancë prej 15 kilometrash nga Komuna e Prishtinës. Ky aeroport ofron fluturime në qendrat më të rëndësishme Evropiane dhe përtej. Mirëpo me zhvillimin e autostradave është krijuar mundësia e mirë për qasje edhe në Aeroportin e Shkupit ose Aeroportin e Kukësit.

Transporti hekurudhor

Kosova posedon një sistem hekurudhor prej 330 km. Për shkak të infrastrukturës së dobët dhe problemeve tjera, aktualisht në qarkullim janë vetëm dy linja: linja Prishtinë-Hani i Elezit, që operon një herë në ditë dhe linja Prishtinë-Pejë që qarkullon dy herë në ditë. Të dy linjat janë vetëm për transport të udhëtarëve. Në linjën Prishtinë-Hani i Elezit është duke punuar në rehabilitimin e saj, ndërsa në një të ardhme të afërt pritet të shtohet në funksion edhe linja Fushë Kosovë- Mitrovicë, dhe më vonë edhe linjat Mitrovicë-Leshak si dhe Fushë Kosovë-Podujevë-Mendarë.

Akomodimet

Regjistri i kapaciteteve akomoduese në territorin e Kosovës përmban 490 njësi, të cilat janë funksionale dhe ushtrojnë veprimtari hoteliere në vend. Prej këtyre, 47% janë hotele, 36% motele, ndërsa pjesa tjetër janë njësi tjera akomoduese. Kapaciteti i gjithmbarshëm i këtyre njësive akomoduese është 7,368 dhe 11,572 shtretër. Regjionet që dominojnë me më së shumti njësi akomoduese janë Prishtina (160), Peja (92) dhe Prizreni (84). Norma e shfrytëzueshmërisë në kapacitete akomoduese, sipas AKS-së, sillet rreth 12-15%, përjashto këtu periudhën e fundit ku për shkak të pandemisë kjo normë ka rënë dukshëm. Të dhënat nga anketa vjetore e PPSE-së, në anën tjetër, tregojnë një normë të shfrytëzueshmërisë dukshëm më të lartë, rreth 55-60%, në mesatare. Dallimi në statistika është për shkak se të fundit, me metodologjinë e tyre, marrin për bazë edhe informalitetin. Në 2019-ën, në njësi akomoduese (dhe në shërbime përcjellëse) kanë qenë të punësuar rreth 3,563 punëtorë.

Atraksionet

Atraksionet kulturore-historike

Trashëgimia kulturore është një faktor shumë i rëndësishëm për gati secilën rrjedhë të turizmit në vend. Kosova, duke pasur një histori të bujshme, ka arritur të trashëgojë një numër të madh të aseteve kulturore-historike. Bazuar në të dhëna nga MKRS-ja, në Kosovë aktualisht ekzistojnë 1,567 pasuri të trashëgimisë kulturore nën mbrojtje të përkohshme në arkeologji, arkitekturë dhe trashëgimi shpirtërore. Ndër atraksionet kulturore më të vizituara janë: Muzeu Kombëtar, Muzeu Etnografik, Xhamia e Sinan Pashës, Manastiri i Deçanit, Patriarkati i Pejës, Mauzoleu Sulltan Murati, Kisha e Shën Premtes (Levisha), Katedralja Nëna Terezë, Kisha “Zonja e Madhe”, Kalaja e Prizrenit, Ulpiana, Kalaja e Novobërdës, Hamami i Gazi Mehmet Pashës dhe Kullat e Dukagjinit.

Atraksionet natyrore

Përveç atraksioneve kulturore-historike, Kosova është e pasur edhe me atraksione atraktive natyrore: male lumenj, liqene, ujëvara dhe shpella. Për shkak të potencialit të madh të natyrës, ku malet përbëjnë rreth 63 % 14 të territorit të saj, Kosova sot është e njohur në tregjet ndërkombëtare me atraksionet natyrore dhe me aktivitetet e natyrës. Malet e Sharrit si tërësi pastaj rajoni i Brezovicës në veçanti, Bjeshkët e Nemuna përfshirë rajonin e Rugovës, bjeshkët e Deçanit e Junikut, pastaj Bjeshka e Mognës, përbëjnë disa nga malet e Kosovës që njihen si atraksione turistike. Në kuadër të maleve ekzistojnë disa maja atraktive për ngjitje si: Maja e Gjeravicës, Maja e Lubotenit, Maja e Bistrës, Maja e Oshlakut, Maja Guri i Kuq, Maja Vrtop, etj. Atraksione mjaft të njohura dhe të vizituara janë edhe Drini i Bardhë, Ujëvarat e Mirushës, Liqeni i Kuqishtës, Liqeni i Badovcit, Liqeni i Radoniqit, Liqeni i Batllavës, Bifurkacioni i Nerodimes si dhe shpellat ku kemi Shpellën e Gadimes, Shpella e Radavcit, Shpella e Kusarit - janë disa nga atraksionet më të popullarizuara në vend.

¹⁴ https://sq.wikipedia.org/wiki/Relievi_i_Kosov%C3%ABs.

Atraksionet artificiale

Ekzistojnë edhe disa produkte të reja turistike të cilat janë të krijuara ose të prodhuara nga njeriu qoftë në natyrë ose ambiente të brendshme. Atraksione të tilla të krijuara në natyrë janë: Zip Line, shtigjet Via Ferrata, Urat e metalta - Tibetiane, etj.

Festivalet

Janë gjithsej 30 festivale vendore dhe ndërkombëtare, kryesisht në fushën e muzikës dhe filmit, të cilat organizohen tradicionalisht në Kosovë dhe që tërheqin vizitorë nga gjithë Evropa. Festivalet më të popullarizuara në vend janë: festivali i filmit të shkurtër në Prizren, Dokufest; festivali i muzikës ndërkombëtare në Prishtinë “Sunny Hill Festival”; dhe festivali ndërkombëtar i animacionit në Pejë “Anibar”. Festivalet tjera, si për shembull PriFilm Fest, Beer Fest, Chopin Piano Fest Prishtina, janë festivale më të vogla dhe kryesisht gjenerojnë interes nga vizitorët vendorë.

Lojërat mesdhetare

Kosova për herë të parë në vitin 2030 do të jetë nikoqire e lojërave olimpike mesdhetare ku do të ngritët imazhi i shtetit të Kosovës në arenën ndërkombëtare, përforcohet identiteti shtetëror, prandaj për ta organizuar këtë ngjarje na duhet të investojmë në rritje të kapaciteteve të akomodimit, terreneve sportive, infrastrukturë përcjellëse, digjitalizim, përmirësim të kapaciteteve njerëzore si dhe promovim të potencialit të vendit tonë.

Arritjet sportive dhe artistike

Sportistët me prejardhje nga Kosova ishin në nivelin e duhur të performacës së tyre duke prirë në listat e garave botërore, duke i veçuar sportet si xhudo, boks, karate, futboll, mundje, bodybuilding dhe fitnes, atletik, skijim, hendboll, kickbox, boullingut etj.

Këngëtarët me prejardhje kosovare në kohën e fundit janë të renditur në vendet e para të top listave botërore, si dhe kanë fituar çmime të ndryshme të rëndësishme. Artistët siç janë: Dua Lipa, Rita Ora, Rame Lahaj, etj.

Gastronomia

Sipas ARBK-së, në Kosovë janë rreth 17,053 biznese aktive në fushën e gastronomisë. Nga të gjitha këto biznese, rreth 36 % janë të regjistruara në kategorinë “Restorantet dhe aktivitetet shërbyese lëvizëse të ushqimit” dhe 35 % në “Aktivitete shërbyese të pijeve”. Prishtina me 27 %, shoqëruar nga Prizreni me 11% dhe Ferizaj me 7% janë komunat me më së shumti biznese të gastronomisë të regjistruara. Duhet theksuar se një numër i madh i tyre, ndonëse figurojnë në regjistër, nuk do të thotë që detyrimisht janë aktive. Një % e madhe, përkundër mbylljes dhe shuarjes së veprimtarisë, nuk e njoftojnë ARBK-në për ndryshimin. Në anën tjetër, të dhënat nga TripAdvisor përmbajnë rreth 714 restorante (përfshirë edhe ato në kuadër të akomodimeve). Me interes për shumë lloje të vizitorëve është tradita e kafes, e cila është e rrënjësuar në kulturën kosovare.

Institucionet mbështetëse

Ekziston një numër i institucioneve mbështetëse, përkatësisht shoqatave dhe donatorëve që kontribuojnë në zhvillimin e turizmit në Kosovë. Ndër më të rëndësishmet janë:

- **Unioni i Turizmit në Kosovë** përbëhet nga përfaqësues të hoteleve, tur-operatorëve dhe agjencive turistike. Qëllimi kryesor i këtij unioni është forcimi dhe zhvillimi i sektorit të turizmit, sektorit të hotelerisë dhe veçanërisht forcimi i agjencive turistike.
- **Oda e Hotelierisë dhe Turizmit të Kosovës** është themeluar rishtas nga hisedarë të turizmit me qëllim të përforsimit të bashkëpunimit ndërmjet institucioneve lokale, qendrore dhe rajonale, për identifikimin e mënyrave dhe hapave për krijimin e një mjedisi të favorshëm për përfshirjen sa më të gjerë të bizneseve hoteliere dhe atyre turistike.
- **GUIDEKS** është shoqatë e përbërë nga guidat turistike profesionale. Misioni i kësaj shoqate është promovimi i Kosovës përmes guideve turistike të certifikuara si dhe promovimi dhe mbrojtja e profesionit të guidës turistike.
- **Fondacioni Trashëgimia Kulturore pa Kufij (CHwB)** është organizatë jo-qeveritare suedeze me degë në Prishtinë, e cila promovon trashëgiminë kulturore si një e drejtë në vete, por në të njëjtën kohë edhe si aset.

e. Institucionet kryesore

Në bazë të rregullimit institucional, organi kryesor për hartimin e politikave në fushën e turizmit është Departamenti i Turizmit në kuadër të Ministrisë përgjegjëse për Turizëm. Një institucion tjetër i rëndësishëm, i ngarkuar me promovim të sektorit të turizmit është Agjencia përkatëse për promovimin e turizmit. Përpos Ministrisë përgjegjëse për turizëm, institucione tjera që ndërlidhen me turizmin janë: Ministria përgjegjëse për Kulturë, Rini dhe Sport, Ministria përgjegjëse për Ekonomi, Ministria përgjegjëse për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillimit Rural, Ministria e Administratës dhe Pushtetit Lokal, Ministria përgjegjëse për Arsim, Shkencë dhe Teknologji, Ministria e Financave, Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturë, si dhe drejtoritë përkatëse në nivel komunal.

f. Ligjet dhe rregulloret relevante

Emri i dokumentit ligjor	Përshkrimi
Ligji Nr. 08/L-074 për turizmin	Ky ligj rregullon parimet dhe përgjegjësitë e palëve për organizimin, funksionimin dhe ofrimin e shërbimeve turistike në pajtueshmëri me standardet e shërbimeve në fushën e turizmit.
Aktet nënligjore që dalin nga Ligji për Turizmin: UDHËZIM ADMINISTRATIV (MINT) NR. 05/2023 PËR KUSHTET, KRITERET DHE DETYRIMET E USHTRIMIT TË VEPRIMTARISË SË AGJENCIVE TË UDHËTIMIT	Me këtë U.A. rregullohen: kushtet, kriteret dhe detyrimet për ushtrimin e veprimtarisë së agjencive të udhëtimit, procedurat për pajisje me leje për ushtrimin e veprimtarisë së agjencisë organizatore të udhëtimit, dhe agjencitë ndërmjetësuese të cilat ofrojnë shitje të paketave të udhëtimit agjencive organizatore të jashtme duke përfshirë formën, kriteret, procedurat e aplikimit, taksën administrative, themelimin e komisionit për shqyrtimin e kërkesave dhe të komisionit për ankesa, mbulueshmërinë e sigurimit të përgjegjësisë së agjencive të udhëtimit për shërbimet e tyre.
UDHËZIM ADMINISTRATIV (MINT) Nr. 06/2023 PËR KUSHTET, KRITERET DHE PROCEDURAT E	Me këtë U.A. rregullohen kushtet dhe kriteret për ushtrimin e veprimtarisë së udhërrëfyesit turistik, procedurat e aplikimit dhe regjistrimit të

<p>REGJISTRIMIT DHE USHTRIMIT TË VEPRIMTARISË SË UDHËRRËFYAVE TURISTIK</p>	<p>udhërrëfyesit turistik në regjistrin e turizmit, procedurat e pajisjes me kartelë identifikuese dhe revokimit të saj.</p>
<p>UDHËZIM ADMINISTRATIV (MINT) Nr. 04/2023 PËR REGJISTRIN E TURIZMIT</p>	<p>Me këtë U.A. rregullohet përmbajtja, menaxhimi dhe procesi i regjistrimit të të dhënave në regjistrin e turizmit. Regjistri i turizmit ka karakter informues dhe promovues, përmes ofrimit të informacionit zyrtar për subjektet që ushtrojnë veprimtari në fushën e turizmit si dhe të dhënat për burimet dhe destinacionet turistike në Republikën e Kosovës.</p>
<p>U.A. PËR KATEGORIZIMIN DHE KLASIFIKIMIN E STRUKTURAVE AKOMODUESE</p>	<p>Me këtë U.A. përcaktohen kriteret, kushtet, afatet dhe taksa administrative e klasifikimit të strukturave akomoduese. Secila kategori e strukturave akomoduese klasifikohet me sistem të veçantë, e shoqëruar me shenjat dalluese përkatëse sipas përcaktimit.</p>
<p>U.A. PËR PËRCAKTIMIN E KRITEREVE TË ZONAVE ME PËRPARËSI ZHVILLIMIN E TURIZMIT</p>	<p>Me këtë U.A. përcaktohen kriteret për të përcaktuar një zonë me përparësi për zhvillimin e turizmit. Ku me këtë akt identifikohen burime turistike në Republikën e Kosovës, bëhet përcaktimi i zonave me përparësi për zhvillimin e turizmit, plani i zonave me përparësi për zhvillimin e turizmit etj.</p>
<p>U.A. PËR DETYRAT DHE PËRGJEGJËSITË E KËSHILLIT TË TURIZMIT</p>	<p>Me këtë U.A. përcaktohen përbërja, detyrat dhe përgjegjësitë e këshillit të turizmit, ku roli i këshillit është ngritja e dialogut në mes institucioneve publike dhe operatorëve ekonomikë që ushtrojnë veprimtari në fushën e turizmit përmes këshillëdhënies dhe shkëmbimit të informatave.</p>
<p>U.A. PËR KUSHTET E OFRIMIT TË SHËRBIMEVE NË TURIZMIN RURAL, AGROTURIZMIN, AKUAKULTURËN, PESHKIMIN, PYLLTARINË DHE FUSHA TË NGJASHME</p>	<p>Me këtë Udhëzim Administrativ përcaktohen kushtet e ofrimit të shërbimeve në turizmin rural, agroturizmin, akuakulturën, peshkimin, pylltarinë dhe fusha të ngjashme, ku dispozitat e këtij U.A. janë të aplikueshme për ofruesit e shërbimeve në turizmin rural, agroturizmin, akuakulturën, peshkimin, pylltarinë dhe fusha të ngjashme, si dhe për Ministrinë dhe institucionet që janë përgjegjëse në fushën e turizmit.</p>
<p>U.A. PËR SHËRBIMET E MARRJES ME QIRA TË AUTOMJETEVE</p>	<p>Me këtë U.A. përcaktohen kushtet dhe kriteret për ofruesit e shërbimeve të marrjes me qira të automjeteve. Dispozitat e këtij Udhëzimi Administrativ aplikohen për shoqëritë tregtare që ushtrojnë veprimtarinë e ofrimit të shërbimeve të automjeteve me qira (rent-a-car).</p>

Efekte të drejtpërdrejta ose të tërthorta në turizëm kanë edhe ligjet në vijim:

- Ligji nr. 05/L-130 për shërbimet
- Ligji nr. 04/L-121 për mbrojtjen e konsumatorit
- Ligji Nr. 02/L-88 për trashëgimi kulturore
- Ligji nr. 03/L-181 për Inspektoratin dhe mbikëqyrjen e tregut
- Ligji Nr. 04/L-179 për transportin rrugor
- Ligji Nr. 03/L-051 për Aviacionin Civil
- Ligji Nr. 04/L-060 për mbeturina
- Ligji Nr. 03/L-039 për zonat e veçanta të mbrojtura
- Ligji Nr. 04/L-066 për Qendrën Historike të Prizrenit
- Ligji Nr. 04/L-62 për Fshatin Hoçë e Madhe
- Ligji Nr. 04/L-196 për fshatin Zym
- Ligji Nr. 04/L - 087 për Parkun Kombëtar “Sharri”
- Ligji Nr. 04/L – 086 për Parkun Kombëtar “Bjeshkët e Nemuna”
- Ligjin Nr.08/L.072 për bujqësi dhe zhvillim rural

9. Vizioni dhe misioni

Vizioni

Deri në vitin 2030 Kosova do të shndërrohet në destinacion të qëndrueshëm turistik dhe konkurrent në Ballkanin Perëndimor.

Misioni

Turizmi i qëndrueshëm do të jetë njëri nga parimet kryesore në trajektoren zhvillimore të këtij sektori. Rrjedhat që hyjnë në kuadër të turizmit natyror dhe atij kulturor do të kenë vëmendjen kryesore, pa përjashtuar edhe rrjedhat tjera që zhvillohen si rezultat i dinamikave të brendshme dhe trendëve globale. Gjatë kësaj periudhe, turizmi do të shndërrohet në njërin nga sektorët kyç të zhvillimit ekonomik të qëndrueshëm në vend.

10. Objektivat dhe veprimet

Strategjia e Turizmit ka pesë objektiva strategjike. Secila nga objektivat strategjike përmban dhe objektivat specifike. Objektivat shoqërohen me indikatorët e ndikimit dhe të rezultatit në mënyrë që të matet implementimi i tyre. Në këtë seksion, janë të listuar edhe veprimet, ndonëse ato në mënyrë të detajuar trajtohen në plan të veprimit.

OBJEKTIVI STRATEGJIK 1: Rritja e aktiviteteve promovuese dhe përmirësimi i rrjedhës së informacionit

Ky objektivi do të ndikojë para së gjithash në rritjen e numrit të vizitorëve. Përmes rritjes së numrit të aktiviteteve të promovimit turistik në vend dhe jashtë vendit në tregjet ndërkombëtare të targetuara dhe brendimin e Kosovës si një destinacion turistik, si dhe përmirësimin e qasjes në informata turistike për Kosovën, kjo do të ndikojë në përmirësimin e imazhit të Kosovës ndërkombëtarisht dhe si rrjedhojë pritet të kemi shtimin e numrit të vizitorëve ndërkombëtar dhe shtimin e numrit të bujtjeve. Ky objektivi do të realizohet me ndihmën e tre objektivave specifike të mëposhtme:

- **Objektivi specifik 1.1: Promovimi i imazhit turistik të Kosovës në arenën ndërkombëtare**

Promovimi i imazhit turistik të Kosovës në tregjet e targetuara ndërkombëtare do të realizohet përmes zhvillimit dhe promovimit të brendit të Kosovës si destinacion turistik. Qeveria do të përdorë platformat ndërkombëtare të promovimit të Kosovës.

➤ **Objektivi specifik 1.2: Përdorimi i metodave digjitale në ofrimin e informacionit dhe përmirësimi i cilësisë së informacionit turistik**

Ky objektivi do të arrihet duke aftësuar akterët e turizmit për të shfrytëzuar platformat digjitale ndërkombëtare në funksion të shërbimeve të tyre, duke i përditësuar të dhënat për potencialet turistike dhe kulturore në platforma të hapura në internet, përmes digjitalizimit të atraksioneve, avancimit të ueb portalit të turizmit. Gjithashtu synohet zyrtarizimi i rrëfimeve bazë për atraksionet kryesore.

➤ **Objektivi specifik 1.3: Ngritja e bashkëpunimit në mes të akterëve të turizmit**

Për arritjen e këtij objektivi do të organizohen aktivitete në mes të sektorit publik dhe privat si dhe komunikime mes organizatorëve të udhëtimeve me ofruesit e shërbimeve të akomodimit. Riorganizimi i Këshillit të Turizmit do të luajë rol në koordinimin mes akterëve si dhe ngritjen e dialogut mes sektorit privat dhe publik.

OBJEKTIVI STRATEGJIK 2: Krijimi dhe avancimi i infrastrukturës cilësore dhe të qëndrueshme për zhvillim të turizmit

Infrastruktura përbën komponentin bazë për zhvillimin e turizmit. Infrastruktura turistike përfshin një numër të madh shërbimesh, të cilat janë të nevojshme për të plotësuar nevojat e turistëve dhe për të rritur kënaqësinë gjatë qëndrimit të tyre në destinacion. Qasja e lehtë dhe me informata të nevojshme në destinacione turistike do të ndikojë në tërheqjen e vizitorëve.

Intervenimet në infrastrukturën fizike dhe turistike parashihet të realizohen në harmoni me natyrën me qëllim të një zhvillimi të turizmit të qëndrueshëm duke mos e degraduar natyrën dhe sidomos kur bëhet fjalë për zonat e mbrojtura. Infrastruktura e zhvilluar do t'u shërbejë edhe ofruesve të shërbimeve turistike në të bërit biznes në këtë fushë si dhe komunitetit lokal në rritjen e mirëqenies së tyre dhe mundësisë për t'u marrë me veprimtari të turizmit. Ky objektivi do të realizohet me ndihmën e tetë objektivave specifike të mëposhtme:

➤ **Objektivi specifik 2.1: Revitalizimi i Qendrave ekzistuese turistike**

Do të bëhet studimi i fizibilitetit për të kuptuar opsionet më të leverdishme dhe të implementueshme për revitalizimin e Qendrave ekzistuese turistike. Të gjeturat e këtij studimi do t'i prezantohen Qeverisë për realizimin e tij.

➤ **Objektivi specifik 2.2: Tërheqja e investitorëve për hapjen e Qendrave të reja të turizmit dimëror (skijimit)**

Do të ketë angazhim për tërheqjen e investitorëve për rritjen e kapaciteteve akomoduese dhe rekreative të turizmit dimëror dhe qendrave të skijimit. Indikacioni i qartë për nevojën e rritjes së këtyre kapaciteteve është mbi-popullimi i qendrave ekzistuese të skijimit në Kosovë.

➤ **Objektivi specifik 2.3: Rritja e kapaciteteve akomoduese dhe përmirësimi i infrastrukturës së tyre**

Ky objektivi do të arrihet përmes tërheqjes së investimeve kapitale, sidomos në rritjen e kapaciteteve hoteliere me çmim të përballeshëm "budget hotels". Rritja e këtyre

kapaciteteve akomoduese, do të nxiste rritjen e net qëndrimeve të disa rrjedhave strategjike të vizitorëve në Kosovë. Gjithashtu, Qeveria do të mbështesë bizneset në zonat malore që të zgjerojnë kapacitetet si dhe krijimit të infrastrukturës përcjellëse, në ridestinimin e shtëpive tradicionale dhe kullave që të shërbejnë si struktura akomoduese. Infrastruktura fizike në zonat turistike synohet që të rregullohet përmes ngritjes së bashkëpunimit ndër institucional dhe bashkëveprimit.

➤ **Objektivi specifik 2.4: Përmirësimi i qasjes turistike**

Ky objektivi do të arrihet përmes rehabilitimit të rrugëve për në destinacionet malore dhe qendrat e skijimit si dhe zhvillimin e transportit kabllor aty ku identifikohet si nevojë. Përmirësimi i qasjes do të ndikon në shtimin e numrit të vizitorëve në këto zona.

Përmirësimi i shtigjeve të ecjes dhe të çiklizmit në zonat rurale, urbane dhe ndërrurbane. Po ashtu synohet të përmirësohet transporti publik për qasje në destinacione turistike.

Përmirësimi i qasjes në kujdesin shëndetësor tek zonat turistike.

Qasja do të lehtësohet veçanërisht për personat me nevoja të veçanta.

➤ **Objektivi specifik 2.5: Ngritja e infrastrukturës për mbrojtje të mjedisit**

Aktivitetet që do të zhvillohen do të fokusohen fillimisht në ngritjen e vetëdijesimit të qytetarëve të Kosovës për mos hedhjen e mbeturinave dhe ruajtjen e mjedisit sidomos në zonat turistike, gjithashtu bashkëpunimi me autoritetet përkatëse do të ndikojë në menaxhimin më të mirë të mbeturinave. Synohet përmirësimi i infrastrukturës për trajtimin përfshirë riciklimin e mbeturinave si dhe të ujërave të zeza. Përmes kategorizimit të muzeve do të mundësohet përshtatja me standarde moderne të energjisë efeciente. Po ashtu do të subvencionohen objektet tjera turistike në përdorimin e pajisjeve që gjenerojnë energji nga burimet efeciente dhe miqësore me natyrën.

➤ **Objektivi specifik 2.6: Identifikimi dhe zhvillimi i shtigjeve për turizëm të aventurës dhe skijim alpin**

Ky objektivi do të arrihet përmes investimeve në krijimin e shtigjeve të reja si dhe zgjerimin e shtigjeve ekzistuese, malet dhe bjeshkët e Kosovës. Gjithashtu synohet shenjzimi i pistave ekzistuese të skijimit, si dhe identifikimi i qendrave të reja të skijimit.

➤ **Objektivi specifik 2.7: Menaxhimi i qëndrueshëm i atraksioneve turistike**

Aktivitetet që do të zhvillohen përfshijnë krijimin e hapësirave të standardizuara për operatorët ekonomik në monumente të trashëgimisë kulturore (përfshirë guidën turistike, souvenir shopet etj.), si dhe krijimin e një sistemi për mirëmbajtjen e hapësirave në atraksione.

➤ **Objektivi specifik 2.8: Përmirësimi i infrastrukturës së sigurisë në destinacione turistike**

Përmes ndërtimit të një sistemi të informimit për rreziqet në destinacione turistike duke koordinuar akterët për ofrimin e shërbimeve për siguri në rast të incidenteve apo aksidenteve të ndryshme me operatorët turistik, në të njëjtën kohë përmes ligjit të ri për transportin do të vendosen standardet për sigurinë e teleferikëve.

OBJEKTIVI STRATEGJIK 3: Zgjerimi i ofertës turistike sipas standardeve të qëndrueshmërisë dhe rritja e konkurrueshmërisë

Oferta turistike e pasur me produkte që janë konkurrencte në rajon dhe me produkte të reja do të arrihet duke përkrahur zhvillimin e tyre, duke revitalizuar trashëgiminë kulturore, promovuar dhe zhvilluar kulinarinë në veçanti atë tradicionale, zhvillim të turizmit të errët, si dhe mbështetje dhe promovim të organizimeve siç janë festivalet. Ky objektivi do të realizohet me ndihmën e katër objektivave specifik të mëposhtme:

➤ **Objektivi specifik 3.1: Promovimi i zhvillimit të produkteve komerciale sipas trendëve globale**

Ky objektivi do të arrihet përmes nxitjes së zhvillimit të produkteve në kulturat bujqësore, përkrahjes për zhvillimin e veprimtarive artizanale në qytetet historike, si dhe përkrahjes në zhvillimin e produkteve inovative.

➤ **Objektivi specifik 3.2: Përmirësimi i ofertës së kulinarisë në zona të përshtatshme për turizëm rural**

Oferta e kulinarisë do të arrihet përmes promovimit të produkteve ushqimore tradicionale, ngritjes së vetëdijes të ofruesve të shërbimeve të ushqimit në ushqimin tradicional si dhe komercializimin e tij si dhe përshtatjen e menyreve sipas rrjedhave të vizitorëve.

➤ **Objektivi specifik 3.3: Zhvillimi dhe promovimi i turizmit të errët**

Turizmi i errët ka të bëjë me zhvillimin e ofertës turistike në zonat që lidhen me luftëra dhe tragjedi. Ky objektivi do të arrihet përmes trajnimit të guidave turistike për turizmin e errët dhe mënyrën e qasjes ndaj vizitorëve. Turizmi i errët do të zhvillohet duke identifikuar atraksionet dhe përfshirjen në itinerare të turizmit të errët si dhe përmes themelimit të muzeve të luftës së fundit në Kosovë.

➤ **Objektivi specifik 3.4: Promovimi i jetës së natës dhe përfshirja e festivaleve në ofertë turistike**

Promovimi i jetës së natës do të arrihet përmes krijimit të kushteve të qasjes në qytetet e mëdha duke zgjeruar linjat e rrjetit të transportit urban dhe ndërrurban si dhe zgjatja e orarit për linja të caktuara që të lehtësohet udhëtimi për vizitorët e jetës së natës. Përmes ofrimit të ndihmës financiare për festivalet e vogla që të ndërkombëtarizohen, si dhe sponsorizimi i festivaleve vendore të ndërkombëtarizuara për të siguruar qëndrueshmëri do të ndikojë në përfshirjen e tyre në ofertën turistike.

OBJEKTIVI STRATEGJIK 4: Ngritja e kapaciteteve njerëzore për rritje të kuadrove në treg të punës dhe përmirësim të shërbimeve

Përmes këtij objektivi synohet të përgatiten resurset njerëzore të fushës së turizmit në të gjitha nivelet e arsimit dhe në sektorin privat sipas nevojave në tregun e punës. Fillimisht mendohet të shqyrtohet dhe përmirësohet kurrikula e arsimit duke përfshirë lëndë të studimeve të turizmit duke filluar nga edukimi i hershëm por edhe shtimi i drejtimeve të studimeve të turizmit në edukimin e avancuar. Mandej planifikohet të fuqizohet shkollimi profesional duke mbështetur hapjen e shkollave të reja dhe avancimin e atyre ekzistuese. Ky objektivi do të realizohet me ndihmën e dy objektivave specifikë të mëposhtme:

➤ **Objektivi specifik 4.1: Avancimi i sistemit formal të arsimit në fushën e turizmit**

Përmes hartimit të një analize për të identifikuar nevojat e tregut të punës në turizëm, harmonizimin e kurrikulave në shkolla të mesme dhe institucione të arsimit të lartë që ofrojnë drejtime të lidhura drejtpërdrejt me turizmin dhe hotelerinë do të ndikojnë në avancimin e sistemit formal të arsimit në fushën e turizmit.

➤ **Objektivi strategjik 4.2: Krijimi i programeve për aftësim profesional të dedikuara për sektor të turizmit**

Ky objektivi do të arrihet me anë të përditësimit të materialeve shkollore dhe universitare në fushën e turizmit, si dhe akreditimi i programeve për kurse të shkurta profesionale që kanë të bëjnë me shërbimet në sektorin e turizmit, si dhe ofrimin e trajnimeve sistematike në fushat deficitare të turizmit.

OBJEKTIVI STRATEGJIK 5: Avancimi i kornizës rregullative dhe të politikave të turizmit

Përmes këtij objektivi synohet të përmirësohet më tutje korniza ligjore duke e përafuar me praktikën dhe standardet evropiane si dhe duke krijuar një mjedis më të përshtatshëm për zhvillimin e turizmit për të gjithë aktorët. Gjithashtu synohet të përmirësohet sistemi i të dhënave statistikore në fushën e turizmit me qëllim që të përmirësohet politikbërja duke u bazuar në evidencë. Ky objektivi do të realizohet me ndihmën e dy objektivave specifike të mëposhtme:

➤ **Objektivi specifik 5.1: Përmirësimi i kornizës ligjore dhe i politikave turistike me fokus në qëndrueshmëri**

Ligji i ri për turizmin si dhe aktet nënligjore do të mundësojnë rregullimin e fushëveprimtarisë së ofruesve të shërbimeve të udhëtimit, të udhërrëfyesve turistik, të akomodimit dhe shërbimet tjera turistike. Përmes rishikimit të politikave në regjimin e vizave për Kosovë synohet lehtësimi i qasjes në Kosovë sipas rrjedhave të vizitorëve.

➤ **Objektivi specifik 5.2: Krijimi i një infrastrukture të standardizuar për mbledhje dhe prezantim të të dhënave në fushën e turizmit**

Përmirësimi i statistikave turistike do të arrihet përmes identifikimit të indikatorëve dhe përafrimit me organizatat ndërkombëtare. Ky objektivi synohet të arrihet duke krijuar një kornizë standarde statistikore për matjen e ndikimit të turizmit në ekonomi.

11. Monitorimi dhe raportimi

Institucioni udhëheqës për koordinimin e zbatimit të strategjisë është Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë (MINT), përkatësisht Departamenti i Turizmit. Në baza vjetore, departamenti në fjalë do të përgatisë raportin e progresit për arritjen e objektivave të strategjisë dhe zbatimin e planit të veprimit. Ky raport do të japë informacione mbi nivelin e zbatueshmërisë së strategjisë kundrejt objektivave dhe indikatorëve të tyre. Vëmendje do t'i kushtohet analizës së pengesave, sfidave dhe rreziqeve në lidhje me zbatimin e strategjisë.

Institucionet pjesëmarrëse do të jenë të obliguara t'i ofrojnë inputet e tyre gjatë përpilimit të raportit. Pjesë e rëndësishme e këtij raporti do të jetë analiza e pengesave, sfidave dhe rreziqeve.

Strategjia do t'i nënshtrohet vlerësimit të përkohshëm në vitin 2024 për të vlerësuar efektivitetin dhe efikasitetin e zbatimit, ndërsa vlerësimi përfundimtar do të bëhet në vitin 2026. Të dyja vlerësimet do të jenë të pavarura dhe MINT do të kërkojë mbështetje të jashtme për përgatitjen e tyre.

12. Buxheti

Në këtë pjesë paraqiten të dhënat që kanë të bëjnë me zbatimin e Strategjisë së Turizmit për periudhën e mbuluar nga Plan i Veprimit 2024-2026. Rishikimi i ndërmjetëm i Strategjisë së Turizmit 2030 duhet të përfshijë koston e veprimeve për periudhën në fjalë.

Vlerësimi i përgjithshëm

Vlerësimi i ndikimit buxhetor (VNB) i Strategjisë së Turizmit bazohet në përlllogaritjen e kostos së zbatimit të Planit të Veprimit 2024-2026 të Strategjisë së Turizmit 2030.

Për kostimin e strategjisë është përdorur qasja «poshtë-lartë» dhe produktet e definuara në plan të veprimit kanë pasur rëndësi të veçantë për të përlllogaritur koston e zbatimit.

Objektivat Strategjike të Strategjisë së Turizmit:

Kostoja 2024-2026:

- Objektivi Strategjik 1 - Rritja e aktiviteteve promovuese dhe përmirësimi i rrjedhës së informacionit - 2,020,100.
- Objektivi Strategjik 2 - Krijimi dhe avancimi i infrastrukturës cilësore dhe të qëndrueshme për zhvillim të turizmit - 194,045,076.
- Objektivi Strategjik 3 - Zgjerimi i ofertës turistike sipas standardeve të qëndrueshmërisë dhe rritja e konkurrueshmërisë - 11,507,000.
- Objektivi Strategjik 4 - Ngritja e kapaciteteve njerëzore për rritje të kuadrove në treg të punës dhe përmirësim të shërbimeve - 430,000.
- Objektivi Strategjik 5 - Avancimi i kornizës rregullative dhe të politikave të turizmit - 159,400.

Të dhënat më lartë tregojnë se **“Krijimi dhe avancimi i infrastrukturës cilësore dhe të qëndrueshme për zhvillim të turizmit”** është objektivi strategjik me koston më të lartë, ose shprehur ndryshe 93% të koston totale, që pason nga objektivi strategjik **«Zgjerimi i ofertës turistike sipas standardeve të qëndrueshmërisë dhe rritja e konkurrueshmërisë»** me 5.5%.

Objektivat strategjike janë zbërthyer në 19 objektiva specifike si në vijim:

1	Promovimi i imazhit turistik të Kosovës në arenën ndërkombëtare.	1,149,400
2	Përdorimi i metodave digjitale në ofrimin e informacionit të turizmit dhe përmirësimi i cilësisë së informacionit turistik.	718,700
3	Ngritja e bashkëpunimit në mes të akterëve të turizmit.	152,000
4	Relativizimi i Qendrave Turistike ekzistuese.	100,150,000
5	Tërheqja e investitorëve për hapjen e qendrave të reja të turizmit dimëror (skijimit).	110,000
6	Rritja e kapaciteteve akomoduese dhe përmirësimi i infrastrukturës së tyre.	5,803,356
7	Përmirësimi i qasjes turistike.	82,461,836
8	Ngritja e infrastrukturës për mbrojtje të mjedisit.	266,000
9	Identifikimi dhe zhvillimi i shtigjeve për turizëm të aventurës dhe skijim alpin.	1,216,600
10	Menaxhimi i qëndrueshëm i atraksioneve turistike.	3,734,500
11	Përmirësimi i infrastrukturës së sigurisë në destinacione turistike	302,784
12	Promovimi i zhvillimit të produkteve komerciale sipas trendëve globale.	2,946,000
13	Përmirësimi i ofertës së kulinarisë në zona të përshtatshme për turizëm rural.	6,475,000
14	Zhvillimi dhe promovimi i turizmit të errët.	1,022,000
15	Promovimi i jetës së natës dhe përfshirja e festivaleve në ofertë turistike.	1,064,000
16	Avancimi i sistemit formal të arsimit në fushën e turizmit.	100,000
17	Krijimi i programeve për arsim dhe aftësim profesional të dedikuara për sektorin e turizmit.	330,000

18	Përmirësimi i kornizës ligjore dhe i politikave turistike me fokus në qëndrueshmëri.	82,500
19	Krijimi i një infrastrukture të standardizuar për mbledhje dhe prezantim të të dhënave në fushën e turizmit.	76,900
	Total	208,161,576

Objektivi specifik “**Relativizimi i Qendrave Turistike ekzistuese**” përmban koston më të lartë të buxhetit me 100,150,000€ ose 48% të buxhetit të përgjithshëm, pasuar nga objektivi specifik “**Përmirësimi i qasjes turistike**” me 82,461,836 € ose 39% të buxhetit të përgjithshëm, “**Përmirësimi i ofertës së kulinarisë në zona të përshtatshme për turizëm rural**” me 6,475,000€ ose 3%, dhe objektivat tjera specifike me përqindje më të ulët.