

Universiteti “Haxhi Zeka” Pejë
Fakulteti i Menaxhimit në Turizëm Hoteleri dhe Mjedis



**PRESPEKTIVA E ZHVILLIMIT TË TURIZMIT NË
KOMUNË TË GJAKOVËS**

Punim Diplome

Mentori:

Prof. Ass. Dr. Bekë Kuqi

Student:

Mendim Nimonaj

Pejë, 2024

Universiteti “Haxhi Zeka” Pejë
Fakulteti i Menaxhimit në Turizëm Hoteleri dhe Mjedis

Punim Diplome

Lënda: Menaxhimi në turizëm dhe hoteleri

Tema: Prespektiva e zhvillimit të turizmit në komunë të Gjakovës

Emri dhe Mbiemri:

Mendim Nimonaj

Statusi:

I rregullt

Numri amëz:

310892017

Drjetimi:

MTHM

Shkalla e studimit:

Bachelor në MTHM

Mentori:

Prof. Ass. Dr. Bekë Kuqi

Pejë, Shkurt 2024

Falendërime dhe Mirënjohje

Falënderoj familjen për inkurajimin dhe mbështetjen gjatë studimeve të mia në fakultet. Ndërsa e falënderoj personelin akademik të fakultetit për përgaditjen time profesionale, e në veçanti, mentorin e këtij punimi, profesorim Dr. Bekë Kuqin në ndihëm e ofruar në përfundimin e këtij punimi të diplomës dhe për kohën e përkushtuar.

Mendim Nimonaj

PËRMBAJTJA

Mentori:	2
Falendërime dhe Mirënjohje.....	3
Abstrakt	6
Hyrje	7
Qëllimi i punimit	8
Metodologjia e punimit.....	8
Rëndësia e punimit.....	8
1. Rishqyrtimi i literaturës	9
1.1 Definicione të ndryshme të turizmit	11
1.2 Produktet turistike.....	13
1.3 Themelet konceptuale të turizmit.....	14
1.4 Ndarjet dhe tregu turistik	16
1.5 Turizmi dhe trashëgimia kulturore	17
1.6 Turizmi kreativ	19
1.7 Ekoturizmi.....	20
1.8 Turizëm eventesh (ngjarjesh).....	20
2. Rëndësia ekonomike e turizmit dhe vlerat e tij ekonomike	21
2.1 Faktorët përcaktues të zhvillimit të turizmit	23
2.2 Turizmi masiv dhe atraksionet e tij turistike.....	25
2.3 Zhvillimi i turizmit rural.....	26
2.4 Turizmi i qëndrueshëm.....	28
2.5 Statistika mbi turizmi ndërkombëtar	29
2.6 Ndikimi i turizmit në destinacionet turistike.....	30
3. Perspektiva e zhvillimit të turizmit në komunë të Gjakovës.....	31
3.1 Veprimtaritë e turizmit në Kosovë	31
3.2 Qëllimet e qëndrueshmërisë së zhvillimit turizmit lokal	32
3.3 Turizmi i eventeve (ngjarjeve) në Gjakovë.....	33
3.4 Ofertat turistike me perspektive që duhet të zhvillohen në nivel lokal.....	35
3.4.1 Mundësitë e zhvillimit të turizmit rural në Gjakovë	35
3.5 Diskutimet e hulumtimit për perspektiven e zhvillimit të turizmit	37
Literatura.....	41

Lista e tabelave, grafikonëve dhe figurave	43
---	-----------

Abstrakt

Turizmi gërsheton në veti dukuri dhe raporte që krijohen gjatë kohës së udhëtimit e që realizojnë përfitime qoftë në aspektin ekonomik, ekologjik, social, kulturor, edukativ etj përmes bukurive natyrore, kulturës së lashtë antike të një populli (monumenteve të ndryshme) apo atraksioneve tjera natyrore apo të ndërtuara që zgjojnë kureshtjen e vizitorëve qoftë vendor apo të huaj.

Qëllimi i këtij studimi është që të studiohet zhvillimi i turizmit në Kosovë dhe konkretisht, nëpërmjet tij synohet të jepet një kontribut modest në zgjidhjen e modeleve më të mira të turizmit në Gjakovë dhe zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në përgjithësi. Qëllimi i këtij punimi është të përcaktojë mundësitë që komuniteti lokal brenda komunës së Gjakovës të zhvillojë turizmit, dhe në veçanti turizmin kulturor dhe turizmin rural.

Fjalët kyçe:

Turizëm, turist, zhvillim ekonomik, trashëgimi kulturore, faktor, Gjakova.

Hyrje

Turizmi posedon potencialin për të kontribuar në ekonominë kombëtare dhe për të krijuar një imazh të mirë të kombit. Ajo ka bazën e mundshme ekonomike që mund të përmirësojë jetën e njerëzve duke ofruar punë, kohë të lirë në natyrë, atraksione kulturore, të ardhura nga taksat dhe diversifikim ekonomik sipas Organizatës Botërore të Turizmit.

Industritë e turizmit krijojnë vende pune, gjenerojnë të ardhura për komunitetet lokale, inkurajojnë shkëmbimin kulturor dhe përmirësojnë infrastrukturën, megjithatë rritja e industrisë së turizmit ka një sërë pasojash negative sociale, kulturore, mjedisore dhe ekonomike duke prishur komunitetet, por pasojat negative mund të zbuten duke ndjekur zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit.

Për zhvillim të suksesshëm në turizëm, qeveria duhet të jetë në përputhje me nevojat dhe aspiratat lokale, të ruajë vlerën kulturore të vendit, ruajtjen e mjedisit dhe kërkesën për fuqi punëtore të aftë (Devkota et al., 2021a).

Sistemi i transportit, infrastrukturës dhe komunikimit (Kotler., 2022) i kësaj epoke moderne ka ngushtuar botën. Kurioziteti për tokën dhe kulturën e largët, shijimi i kohës së lirë dhe luksit në vende të ndryshme, eksplorimi dhe shijimi i bukurive natyrore, pelegrinazhet, arsimimi, udhëtimet e biznesit, ekskursionet dhe seminarët janë motivet kryesore për të udhëtuar nga një vend në tjetrin.

Turizmi përfaqëson dukuri të ndërlikuar, dinamike, sociale dhe ekonomike në botën moderne. Në studimin e tij përfshihen një numër i madh i disiplinave shkencore dhe fusha si dhe të njëjtin e shpjegojnë nga aspekte të ndryshme.

Zhvillimi i turizmit u jep përgjigje pyetjeve të shumta që lidhen me turizmin, shihet si përmes prizmit të studimit të tyre. Zhvillimi i turizmit dhe kontributet e shumta dhe ndikimet saj krijuan nevojën për analizat e saj në aspekt të shkencave ekonomike. Ekonomia e turizmit si disiplinë shkencore nga grupi i shkencave ekonomike e studion turizmin dhe efektet e saj ekonomike dhe ndikime.

Përveç kësaj, kjo shkencë i përdor dituritë nga disiplinat e tjera shkencore të cilat e studiojnë turizmin si fenomen social dinamik dhe të ndërlikuar. Në këtë term përfshihen të gjithë ata që udhëtojnë për: dëfrim, pushim dhe çlodhje; për të vizituar miq dhe të afërm; për motive pune dhe profesionale, për motive shëndeti, besimi/pelegrinazhi dhe tjetër.

Qëllimi i punimit

Qëllimi i këtij punimi është theksimi i disa aspekteve të cilat identifikojnë mundësitë dhe rëndësinë që ofron zhvillimi i turizmit, pastaj hulumtime për perspektiven e zhvillimit, si dhe ndikimi në rritjen ekonomike dhe përparimin e shoqërisë.

Gjithashtu qëllimi i këtij punimi është të përcaktojë mundësitë që komuniteti lokal brenda komunës së Gjakovës të zhvillojë turizmit, dhe në veçanti turizmin kulturor dhe turizmin rural.

Metodologjia e punimit

Metodologjia e përdorur është në funksion të qëllimeve të vëna në fillim të studimit.

Metodologjia e punës në këtë punim do të jetë e mbështetur në të dhëna, hulumtime dhe literaturë nga autorë të ndryshëm, që kanë trajtuar temën e turizmit, zhvillimin dhe perspektiven e turizmit nga kënde të ndryshme. Për hartimin e punimit janë përdorur edhe burimet e të dhënave nga insitucionet kosovare si ASK, MTI, komuna e Gjakovës dhe raporte nga organizata lokale të shoqërisë civile dhe organazata ndërkombëtare, me qëllim të përpunimit të të dhënave statistikore, analizave, kërkimeve, etj.

Rëndësia e punimit

Rëndësia e punimit qëndron në përfaqësimin e komunitetit lokal në planifikimin e zhvillimit konceptual të turizmit në zonat rurale. Nëse komuniteti lokal merr pjesë aktive në përfitimin e turizmit rural, ai do të shërbejë si bazë për rritjen e punësimit dhe fitimeve të popullsisë vendase.

1. Rishqyrtimi i literaturës

Turizmi është një grup aktiviteteve biznesi që gjenerojnë në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë mallra dhe shërbime që mbështesin biznesin, kohën e lirë, kënaqësinë, profesionin dhe aktivitete të tjera të ngjashme me njerëz jashtë vendbanimit të tyre të zakonshëm.

Përkufizimi i parë i fjalës turizëm u propozua nga profesorët Hunziker dhe Krapf në 1942, ajo tregoi se turizmi ishte një grup aktiviteteve dhe fenomenesh që buronin nga zhvendosja dhe qëndrueshmëria e njerëzve jashtë zonës së tyre të zakonshme, për sa kohë që zhvendosjet dhe qëndrimet e tyre nuk përdoren për një aktivitet fitimprurës kryesor, të përhershëm ose të përkohshëm.

Organizata Botërore e Turizmit, në 1991, vendosi që turizmi ishte grup veprimtarish të kryera nga njerëzit gjatë udhëtimit, në ambiente të vendosura jashtë vendbanimit të tyre të zakonshëm, për një periudhë rresht jo më shumë se një vit për kohën e lirë, të biznesit dhe arsye të tjera. Sidoqoftë, lindja e turizmit në Greqinë e Lashtë mund të dëshmojë ndërsa Grekët bënë udhëtime për të marrë pjesë, për të marrë pjesë dhe për të shijuar shfaqje kulturore, kurse, lojëra, etj. Po kështu, Romakët ishin të parët që ndërtuan premisa për qëllime terapeutike, fetare dhe sportive. Pastaj, në shekujt XV dhe XVI pati një rritje të konsiderueshme të udhëtimeve private me qëllim grumbullimin e njohurive, kulturave, aventurave, u jetua koha e zbulimeve.

Turizmi është udhëtim për kënaqësi, dhe veprimtari tregtare e ofrimit dhe mbështetjes së një udhëtimi të tillë. Organizata Botërore e Turizmit e përkufizon turizmin në përgjithësi, në terma që shkojnë "përtej perceptimit të përbashkët të turizmit si i kufizuar vetëm në aktivitetin e pushimeve", pasi njerëzit "udhëtojnë dhe qëndrojnë në vende jashtë mjedisit të tyre të zakonshëm për jo më shumë se një vit radhazi për kohë të lirë dhe jo më pak se 24 orë, biznes dhe qëllime të tjera". Turizmi mund të jetë vendas (brenda vendit të udhëtarit) ose ndërkombëtar, dhe turizmi ndërkombëtar ka implikime hyrëse dhe dalëse në bilancin e pagesave të një vendi.

Turistët udhëtojnë drejt destinacioneve që janë të arritshme për ta. Ata kërkojnë akomodim nëse vizitojnë një vend për më shumë se 24 orë. Udhëtarët e kohës së lirë dhe të biznesit mund të vizitojnë gjithashtu atraksione dhe të angazhohen në aktivitete rekreative. Prandaj, destinacionet turistike duhet të kenë lehtësitë dhe lehtësitë e duhura. Në këtë këndvështrim, ky kapitull sqaron

se si destinacionet mund të ofrojnë produkte të ndryshme për të kënaqur një grup të gjerë turistësh.

Produktet turistike mund të përfshijnë; turizëm urban (ose qytet), turizëm bregdetar, turizëm rural, ekoturizëm, turizëm i verës, turizëm kulinar, turizëm shëndetësor, turizëm mjekësor, turizëm fetar, turizëm kulturor (ose i trashëgimisë), turizëm sportiv, turizëm arsimor, turizëm biznesi (përfshirë takime, stimuj , konferenca dhe ngjarje), ndër të tjera.

Numri i turizmit ra si rezultat i një ngadalësimi të fortë ekonomik (recesioni i fundit i viteve 2000) midis gjysmës së dytë të 2008 dhe fundit të 2009, dhe si pasojë e shpërthimit të virusit të gripit H1N1 të vitit 2009,, por u rikuperua ngadalë derisa pandemia COVID-19 i dha fund të papritur rritjes. Organizata Botërore e Turizmit e Kombeve të Bashkuara vlerësoi se ardhjet globale të turistëve ndërkombëtarë mund të ulen me 58% në 78% në vitin 2020, duke çuar në një humbje të mundshme prej 0,9-1,2 trilion dollarë në të ardhurat ndërkombëtare të turizmit.

Në nivel global, të ardhurat nga turizmi ndërkombëtar (zëri i udhëtimit në bilancin e pagesave) u rritën në 1.03 trilion dollarë (740 miliardë euro) në 2005, që korrespondon me një rritje në terma realë prej 3.8% nga viti 2010. Arritjet ndërkombëtare të turistëve tejkaluan 1 miliard turistë globalisht për herë të parë në vitin 2012. Tregjet burimore në zhvillim si Kina, Rusia dhe Brazili i kishin rritur ndjeshëm shpenzimet e tyre gjatë dekadës së mëparshme.

Turizmi global llogaritet për 8% e emetimeve globale të gazrave serrë. Emetimet si dhe ndikimet e tjera të rëndësishme mjedisore dhe sociale nuk janë gjithmonë të dobishme për komunitetet lokale dhe ekonomitë e tyre. Për këtë arsye, shumë organizata të zhvillimit turistik kanë filluar të fokusohen në turizmin e qëndrueshëm për të zbutur efektet negative të shkaktuara nga ndikimi në rritje i turizmit. Organizata Botërore e Turizmit të Kombeve të Bashkuara theksoi këto praktika duke promovuar turizmin si pjesë e Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm, përmes programeve si Viti Ndërkombëtar për Turizmin e Qëndrueshëm për Zhvillim në 2017, dhe programeve si Turizmi për SDGs duke u fokusuar në mënyrën se si SDG 8, SDG 12 dhe SDG 14 implikojnë turizmin në krijimin e një ekonomie të qëndrueshme.

Ka shumë lloje të turizmit. Nga këto lloje, ekzistojnë forma të shumta të turizmit të orientuar drejt natyrës. Turizmi i jashtëm në përgjithësi kategorizohet në turizëm natyror, eko dhe aventurë (NEAT). Këto kategori ndajnë shumë ngjashmëri, por gjithashtu kanë karakteristika specifike unike. Turizmi natyror në përgjithësi përfshin aktivitetet turistike që do të zhvilloheshin jashtë.

Turizmi i natyrës tërheq një audiencë të madhe turistësh dhe shumë mund të mos e dinë se po marrin pjesë në këtë formë turizmi. Ky lloj turizmi ka një pengesë të ulët për hyrjen dhe është i aksesueshëm për një popullsi të madhe. Ekoturizmi fokusohet në arsim, duke mbajtur një përgjegjësi sociale për komunitetin dhe mjedisin, si dhe duke përqendruar rritjen ekonomike rreth ekonomisë lokale. Është e përshkruan ekoturizmin si turizëm të qëndrueshëm të bazuar në natyrë. Ekoturizmi është më specifik se turizmi i natyrës dhe punon drejt arritjes së një qëllimi specifik përmes natyrës. Më në fund kemi turizmin aventurë.

Turizmi i aventurës është kategoria më ekstreme dhe përfshin pjesëmarrjen në aktivitete dhe sporte që kërkojnë një nivel aftësie ose eksperience, rrezik dhe përpjekje fizike. Turizmi i aventurës shpesh tërheq më pak publikun e gjerë sesa natyra dhe ekoturizmi dhe tenton të tërheqë individë që marrin pjesë në aktivitete të tilla me marketing të kufizuar.

***Fotografia 1.** Turistët në Tempullin Apollo, Greqi 2018*



***Burimi:** Wikipedia, 2018*

1.1 Definicione të ndryshme të turizmit

Në vitin 1936, Lidhja e Kombeve përcaktoi një turist të huaj si "dikush që udhëton jashtë vendit për të paktën njëzet e katër orë". Pasardhësi i saj, Kombet e Bashkuara, e ndryshoi këtë përkufizim në vitin 1945, duke përfshirë një qëndrim maksimal prej gjashtë muajsh.

Në vitin 1941, Hunziker dhe Kraft e përkufizuan turizmin si "shuma e fenomeneve dhe marrëdhënieve që lindin nga udhëtimi dhe qëndrimi i jorezidentëve, për aq sa ato nuk çojnë në

qëndrim të përhershëm dhe nuk janë të lidhura me ndonjë aktivitet fitues". Në vitin 1976, përkufizimi i Shoqërisë së Turizmit të Anglisë ishte: "Turizmi është lëvizja e përkohshme, afatshkurtër e njerëzve drejt destinacioneve jashtë vendeve ku ata jetojnë dhe punojnë normalisht dhe aktivitetet e tyre gjatë qëndrimit në çdo destinacion. Ai përfshin lëvizjet për të gjitha qëllimet." Në vitin 1981, Shoqata Ndërkombëtare e Ekspertëve Shkencor në Turizëm përcaktoi turizmin në terma të aktiviteve të veçanta të zgjedhura dhe të ndërmarra jashtë shtëpisë.

Në vitin 1994, Kombet e Bashkuara identifikuan tre forma të turizmit në Rekomandimet e saj mbi Statistikat e Turizmit:

- ✓ Turizmi i brendshëm, që përfshin banorët e vendit të caktuar që udhëtojnë vetëm brenda këtij vendi
- ✓ Turizmi hyrës, që përfshin jorezidentë që udhëtojnë në vendin e caktuar
- ✓ Turizmi i jashtëm, që përfshin banorët që udhëtojnë në një vend tjetër

Grupime të tjera që rrjedhin nga grupimi i mësipërm:

- Turizmi kombëtar, një kombinim i turizmit të brendshëm dhe atij të jashtëm
- Turizmi rajonal, një kombinim i turizmit vendas dhe atij hyrës
- Turizmi ndërkombëtar, një kombinim i turizmit përbrenda dhe jashtë

Termat turizëm dhe udhëtim ndonjëherë përdoren në mënyrë të ndërsjellë. Në këtë kontekst, udhëtimi ka një përkufizim të ngjashëm me turizmin, por nënkupton një udhëtim më të qëllimshëm. Termat turizëm dhe turizëm përdoren ndonjëherë në mënyrë poshtëruese, për të nënkuptuar një interes të cekët për kulturat ose vendndodhjet e vizituara. Në të kundërt, udhëtari përdoret shpesh si një shenjë dallimi. Sociologjia e turizmit ka studiuar vlerat kulturore që mbështesin këto dallime dhe implikimet e tyre në marrëdhëniet klasore.

Turizmi është bërë kohët e fundit një aktivitet global popullor për shumë qëllime të ndryshme. Ajo është zhvendosur ndjeshëm nga qëllime argëtuese-arsimore-mjedisore për qëllime argëtuese-arsimore-mjedisore në varësi të preferencave të turistëve.¹

¹ Koja V & Gorica K., "Bazat e turizmit" Tiranë 2004

Në mënyrë të përgjithshme turizmi mund të përkufizohet si lëvizje e përkohshme e njerëzve drejt destinacioneve larg vendit të tyre të zakonshëm ose habitatit normal, aktiviteteve hyrë gjatë qëndrimit të tyre në ato destinacion dhe lehtësirat e zhvilluara për të ofrojnë kërkesat/nevojat e tyre.

Studimi i turizmit përfshin motivimin dhe përvoja e turistëve nga njëra anë, pritshmëritë dhe përshtatja e bërënga banorët lokalë të zonës përkatëse, dhe rolin e luajtur nga se ndërmjetësimi i agjencive të lëvizjes, strehimit, ushqimit dhe argëtimit të njerëzve ndërsa shkojnë nga një vend i habitatit të tyre në një tjetër për biznes dhe ose kënaqësi. Industria kryesisht përfshin pesë grupe aktivitetsesh, d.m.th., transport, akomodim, shërbime ushqimore/shitje me pakicë, rekreacion dhe shërbime të lidhura me udhëtimet.

Çdo person në këtë botë ka pëlqimet dhe mospëlqimet e veta. Mendimi njerëzor ndryshon nga personi në person. Mendimi i njeriut është i larmishëm, dëshirat, dëshirat njerëzore janë të ndryshme. Njerëzit në botë kanë arsye për të udhëtuar. Disa udhëtojnë për qëllime biznesi, disa për qëllime mjekësore për të marrë një strukturë të mirë mjekësore, disa udhëtojnë për të vizituar a vend i shenjtë ndërsa disa udhëtojnë për të parë diversitetin natyror. Qëllimi kryesor i udhëtimit përcakton formën e udhëtimit dhe turizmit.²

1.2 Produktet turistike

Sipas Organizatës Botërore të Turizmit, një produkt turistik është:

"Një kombinim i elementeve të prekshme dhe të paprekshme, të tilla si burimet natyrore, kulturore dhe të krijuara nga njeriu, atraksionet, objektet, shërbimet dhe aktivitetet rreth një qendre specifike interesi që përfaqëson thelbin e përzierjes së marketingut të destinacionit dhe krijojnë një përvojë të përgjithshme të vizitorëve duke përfshirë aspektet emocionale për klientët potencial. Një produkt turistik vlerësohet dhe shitet përmes kanaleve të shpërndarjes dhe ka një cikël jetësor".

² Pruthi, K.R. (2004): International Tourism: Potential Measurement and Prospects, Rajat Publications, Neë Delhi, p.3

Produkti turistik mbulon një gamë të gjerë shërbimesh duke përfshirë:

- Shërbimet e akomodimit nga shtëpitë me kosto të ulët në hotele me pesë yje
- Shërbimet e mikpritjes duke përfshirë qendrat e shërbimit të ushqimit dhe pijeve
- Shërbimet e kujdesit shëndetësor si masazhi
- Të gjitha mënyrat e transportit, rezervimi dhe marrja me qira e tij
- Agjenci turistike, ture me guida dhe guida turistike
- Shërbime kulturore si monumente fetare, muzeume dhe vende historike
- Pazar

1.3 Themelet konceptuale të turizmit

Ky studim shfrytëzon teori të ndryshme si diskutim për të matur perspektivat e turizmit në Parkun Kombëtar Khaptad. Ato kryesore janë teoria e sjelljes së planifikuar Kan et al., (2020), Teoria e zhvillimit të turizmit (Yoon et al., 2001), teoria e rrjetit të aktorëve (Jørgensen, 2017), teoria sociologjike (Dann & Cohen, 2018) dhe Teoria e vendit (Kianicka et al., 2006). Teoria e sjelljes së planifikuar ndikon në faktorët njohës si qëndrimet, normat sociale dhe synimet në sjelljet e personit Kan et al., (2020).

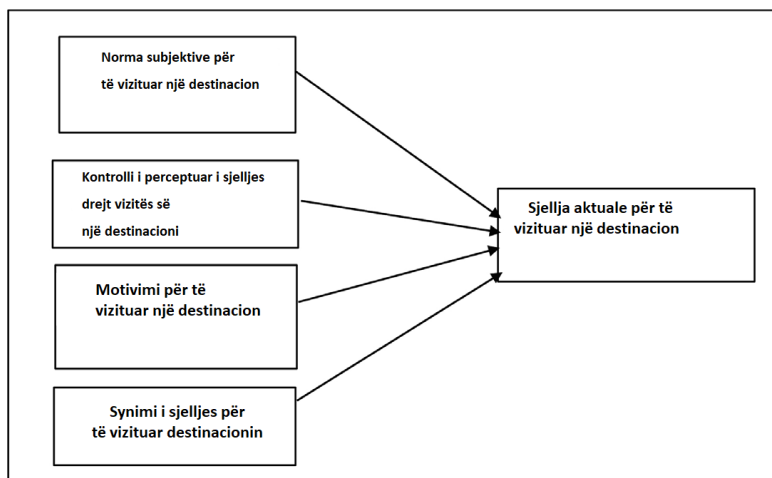
Teoritë e zhvillimit të turizmit, modifikimi në tregun e turizmit po ndodh tani jo për arsye ekonomike, sociale apo trupore, por për shkak të faktit të ndryshimit të natyrës së tregut turistik dhe ndryshimit të motivimit të pushuesve (Yoon et al., 2001). Teoria sociologjike nga Dann dhe Cohen (2018) në masë të madhe mund të shkruhet në termat e një alternimi midis dy theksimeve të kundërta. Natyra e turizmit, marrëdhënia e tij me shoqërinë, si dhe teknikat sociologjike për vlerësimin dhe interpretimin e tij, pësuan një transformim të madh (Cohen & Cohen, 2012). Një teori nga Jørgensen (2017), teoria e idesë së rrjetit të aktorit (ANT) kap mendimin se që çdo aktor të veprojë, duhet të veprojnë edhe shumë të tjerë. Teoria e vendit

konsideroni se për vizitorët, ndjesia e vendndodhjes ndikohet kryesisht nëpërmjet estetikës dhe karakteristikave të rajonit ku ata shkojnë në formën e aktiviteteve rekreative (Kianicka et al., 2006). Prandaj, edhe aktivitetet rekreative kontribuojnë në aktivitetet turistike.

Për destinacionin turistik, tregtarët duhet të përpiqen të ofrojnë lloje të ndryshme të aktiviteteve krijuese në komunikimin e marketingut që sugjeron vizita të shpeshta (Devkota et al., 2023).

Atraksionet krijuese turistike janë nën kontrollin e dikujt që është e lehtë të marrësh pjesë në seminare krijuese dhe që zhvillon potencialin krijues (Hsu & Huang, 2012).

Figura 1. Themelet konceptuale të turizmit



Burimi: Hsu and Huang (2012)

Shumë studiues kanë eksploruar motivimin e turistëve nga pikëpamjet sociale, psikologjike dhe kulturore. Modelet e motivimit të turizmit konceptojnë studimin e motivimit në lidhje me pritshmërinë dhe qëndrimin për studimin. Katër faktorë motivues të identifikuar në studim përfshinin njohuritë, relaksim, risinë dhe blerjet.

Norma subjektive dhe qëllimi i sjelljes: Norma subjektive është perceptimi i një individi për referencat sociale, ose besimet përkatëse të të tjerëve se ai ose ajo duhet ose nuk duhet të kryejë një sjellje të tillë. Njerëzit gjithmonë u drejtohen grupeve të veçanta për standardet e tyre të gjykitimit, çdo person(a) që shërben si grup referimi mund të ketë një ndikim kyç në besimet, qëndrimet dhe zgjedhjet e individëve (Hsu & Huang, 2012).

Motivimi dhe synimi i sjelljes: Një numër në rritje i ngjarjeve ndërhyrëse mund të ndryshojë bindjet e sjelljes, normative ose kontrolluese të njerëzve, të modifikojë qëndrimet, normat subjektive ose perceptimet e kontrollit, duke gjeneruar kështu qëllime të rishikuara (Ajzen, 2011).

Kontrolli i perceptuar i sjelljes dhe qëllimi i sjelljes: Kontrolli i perceptuar i sjelljes është perceptimi i njerëzve për lehtësinë ose vështirësinë e kryerjes së sjelljes me interes. Kontrolli i perceptuar i sjelljes mund të ndikojë në sjelljen aktuale mund të ndikojë në qëllimet. Prandaj,

kontrolli i perceptuar i sjelljes duhet të ndikojë në qëllimin e pavarur nga qëndrimi ndaj sjelljes dhe normave subjektive (Kan et al., 2020).

Synimi i sjelljes dhe sjellja aktuale: Hsu dhe Huang (2012) zbuluan se norma subjektive dhe kontrolli i perceptuar i sjelljes ishin të lidhura me qëllimin e sjelljes në zgjedhjen e vendeve si destinacion. Në studimin e tyre, megjithatë, rruga midis qëllimit të qëndrimit dhe sjelljes ishte e parëndësishme. Megjithëse qëllimi i sjelljes ishte të parashikonte sjelljen aktuale, ajo është sjellja aktuale. Implikimet pozitive dhe negative të motivimit të blerjeve shërbejnë si një parashikues relativisht i fortë i qëllimit të sjelljes.

Studimi ka përdorur 4 konstruktet për të matur sjelljen aktuale të vizitës së destinacionit. Kontrolli i perceptuar i sjelljes përdor 4 artikuj, ndërsa normat subjektive përdor (5 artikuj), motivimin (3 artikuj), synimin e sjelljes (4 artikuj), synimin aktual (3 artikuj) dhe të gjithë artikujt përdoren nga Hsu dhe Huang (2012) e cila është paraqitur në figurën 1.

1.4 Ndarjet dhe tregu turistik

Turizmi i ngrohtë i referohet formave të shumta të specialitetit të turizmit që janë shfaqur gjatë viteve, secila me mbiemrin e vet. Shumë prej këtyre termave kanë hyrë në përdorim të përbashkët nga industria e turizmit dhe akademikët. Të tjerët janë koncepte në zhvillim që mund ose nuk mund të fitojnë përdorim popullor. Shembuj të tregjeve më të zakonshme të turizmit të veçantë janë:

- ✓ Turizmi i plazhit
- ✓ Agroturizmi
- ✓ Turizmi i lindjes
- ✓ Turizmi ishullor bregdetar
- ✓ Turizmi kulinar
- ✓ Turizmi kulturor
- ✓ Turizmi i errët (i quajtur edhe "turizëm i zi" ose "turizëm i pikëllimit")
- ✓ Ekoturizëm
- ✓ Turizëm ekstrem
- ✓ Turizmi filmik

- ✓ Gjeotourizmi
- ✓ Turizmi i kafshëve të egra
- ✓ Turizmi i trashëgimisë
- ✓ Turizmi mjekësor
- ✓ Turizmi detar
- ✓ Turizmi pop-kulturor
- ✓ Turizmi fetar
- ✓ Turizmi seksual (shtëpi publike)
- ✓ Turizmi i lagjeve të varfëra
- ✓ Turizmi sportiv
- ✓ Turizmi i ndërtesave më të larta
- ✓ Turizmi i trenave (p.sh., hekurudhat me avull dhe model)
- ✓ Turizmi virtual
- ✓ Turizmi i luftës
- ✓ Turizmi LGBT-ës.

Terma të tjerë të përdorur për format e udhëtimit të veçantë ose të specializuar përfshijnë termin "destinacion" në përshkrime, të tilla si dasmat e destinacionit dhe terma të tillë si pushimet në vendndodhje.

Këto janë disa nga termet kryesore të turizmit, që pak a shumë në ndarje tjera mund të bashkohen në përkufizime, apo mund të ndahen, varësisht nga vendet apo shtetet.

1.5 Turizmi dhe trashëgimia kulturore

Trashëgimia kulturore dhe natyrore janë në shumë raste baza absolute për turizmin mbarëbotëror. Turizmi kulturor është një nga megatrendet që reflektohet në një numër masive të natës dhe shitjeve. Ndërsa UNESCO po vëzhgon gjithnjë e më shumë, trashëgimia kulturore është e nevojshme për turizmin, por edhe e rrezikuar prej tij. "ICOMOS - Karta Ndërkombëtare e Turizmit Kulturor" e vitit 1999 tashmë po merret me të gjitha këto probleme.

Si rezultat i rrezikut turistik, për shembull, shpella Lascaux u rindërtua për turistët. Overturizmi është një fjalë e rëndësishme në këtë fushë. Për më tepër, fokusi i UNESCO-s në zonat e luftës është të sigurojë mbrojtjen e trashëgimisë kulturore në mënyrë që të ruajë këtë bazë të rëndësishme ekonomike në të ardhmen për popullsinë vendase. Dhe ka bashkëpunim intensiv midis UNESCO-s, Kombeve të Bashkuara, paqeruajtësve të Kombeve të Bashkuara dhe Mburojës Blu International.



***Fotografia 2.** Pamje nga Kulla e Abdullah Pashë Drenit, Gjakovë
Burmi: Fotografuar nga Autori*

Ekzistojnë konsiderata, studime dhe programe të gjera ndërkombëtare dhe kombëtare për të mbrojtur pasuritë kulturore nga efektet e turizmit dhe ato nga lufta. Në veçanti, bëhet fjalë edhe për trajnimin e personelit civil dhe ushtarak. Por përfshirja e vendasve është veçanërisht e rëndësishme.

Presidenti themelues i Blue Shield International Karl von Habsburg e përmbloodhi atë me fjalët: "Pa komunitetin lokal dhe pa pjesëmarrësit lokalë, kjo do të ishte krejtësisht e pamundur".

1.6 Turizmi kreativ

Turizmi kreativ ka ekzistuar si një formë e turizmit kulturor, që në fillimet e hershme të vetë turizmit. Rrënjët e tij evropiane datojnë që nga koha e Grand Tour, ku bijtë e familjeve aristokrate udhëtonin me qëllim të përvojave kryesisht interaktive, arsimore. Kohët e fundit, turizmit kreativ i është dhënë emri i vet nga Crispin Raymond dhe Greg Richards, të cilët si anëtarë të Shoqatës për Edukimin e Turizmit dhe Kohës së Lirë (ATLAS), kanë drejtuar një sërë projektesh për Komisionin Evropian, duke përfshirë kulturore dhe turizmi artizanale, i njohur si turizëm i qëndrueshëm. Ata e kanë përcaktuar "turizmin krijues" si turizëm që lidhet me pjesëmarrjen aktive të udhëtarëve në kulturën e komunitetit pritës, nëpërmjet seminareve interaktive dhe përvojave të të mësuarit joformal.

Ndërkohë, koncepti i turizmit krijues është marrë nga organizata të profilit të lartë si UNESCO, të cilat përmes Rrjetit të Qyteteve Krijuese, kanë miratuar turizmin krijues si një përvojë e angazhuar, autentike që promovon një kuptim aktiv të veçorive specifike kulturore të një vendi. . UNESCO shkruante në një nga dokumentet e saj: "Turizmi kreativ" përfshin më shumë ndërveprim, në të cilin vizitori ka një ndërveprim edukativ, emocional, social dhe pjesëmarrës me vendin, kulturën e tij të jetesës dhe njerëzit që jetojnë atje."

Duke thënë kështu, turisti do të ketë mundësinë të marrë pjesë në punëtori, orë mësimi dhe aktivitete që lidhen me kulturën e destinacionit.

Kohët e fundit, turizmi krijues ka fituar popullaritet si një formë e turizmit kulturor, duke u mbështetur në pjesëmarrjen aktive të udhëtarëve në kulturën e komuniteteve pritëse që ata vizitojnë. Disa vende ofrojnë shembuj të këtij lloji të zhvillimit të turizmit, duke përfshirë Mbretërinë e Bashkuar, Austrinë, Francën, Bahamas, Xhamajka, Spanjën, Italinë, Zelandën e Re dhe Korenë e Jugut.

Interesi në rritje i turistëve në këtë mënyrë të re për të zbuluar një kulturë ka të bëjë veçanërisht me operatorët dhe menaxherët e markës, të vëmendshëm ndaj mundësisë për të tërhequr një turizëm cilësor, duke theksuar trashëgiminë jomateriale (punishte artizanale, klasa gatimi, etj.) dhe optimizimin përdorimi i infrastrukturës ekzistuese (për shembull, nëpërmjet dhënies me qira të sallave dhe auditorëve).

1.7 Ekoturizmi

Ekoturizmi, i njohur gjithashtu si turizëm ekologjik, është udhëtim i përgjegjshëm në zona të brishta, të pacenuara dhe zakonisht të mbrojtura që përpiqet të jetë me ndikim të ulët dhe (shpesh) në shkallë të vogël. Ndiemon në edukimin e udhëtarit; siguron fonde për konservim; përfiton drejtpërdrejt zhvillimin ekonomik dhe fuqizimin politik të komuniteteve lokale, dhe nxit respektin për kulturat e ndryshme dhe për të drejtat e njeriut. Merrni vetëm kujtime dhe lini vetëm gjurmë është një slogan shumë i zakonshëm në zonat e mbrojtura. Destinacionet turistike po kalojnë drejt emetimeve të ulëta të karbonit duke ndjekur trendin e vizitorëve më të fokusuar në të qenit përgjegjës ndaj mjedisit duke adoptuar një sjellje të qëndrueshme.

1.8 Turizëm eventesh (ngjarjesh)

Ky lloj turizmi fokusohet te turistët që vijnë në një rajon ose për të marrë pjesë në një ngjarje ose për të parë një ngjarje të organizuar të organizuar nga qyteti/rajoni. Ky lloj turizmi gjithashtu mund të përfshihet në turizëm të qëndrueshëm dhe kompanitë që krijojnë një ngjarje të qëndrueshme për të marrë pjesë, i hapin një shans jo vetëm konsumatorit, por edhe punonjësve të tyre për të mësuar dhe zhvilluar nga përvoja. Krijimi i një atmosfere të qëndrueshme krijon një shans për të informuar dhe inkurajuar praktikën e qëndrueshme. Një shembull i turizmit të ngjarjeve do të ishte festivali muzikor South by Southëest që organizohet në Austin, Teksas çdo vit.

Çdo vit njerëz nga e gjithë bota dynden në qytet për një javë për t'u ulur në bisedime teknologjike dhe për të parë bandat duke performuar. Njerëzit tërhiqen këtu për të përjetuar diçka që nuk janë në gjendje ta përjetojnë në qytetin e tyre, gjë që përcakton turizmin e ngjarjeve.

Fotografia 3. Logo e manifestimit “Komedia fest” në Gjakovë, Gjakovë



Burimi: Komuna e Gjakovës

2. Rëndësia ekonomike e turizmit dhe vlerat e tij ekonomike

Rëndësia e turizmit buron nga përfitimet dhe avantazhet e shumta që i sjell çdo vendi pritës. Por rëndësia e vërtetë e turizmit vjen nga natyra e tij dhe mënyra se si përcaktohet dhe strukturohet. Turizmi kontribuon drejt rritjes dhe zhvillimit të plotë të një vendi: një, duke sjellë vlera të shumta ekonomike & përfitime; dhe, së dyti, duke ndihmuar në ndërtimin e vlerës, imazhit dhe identitetit të markës së vendit. Industria e turizmit tejkalon destinacionet tërheqëse, për të qenë një kontribues i rëndësishëm i rritjes ekonomike.³

Turizmi bëhet një aktivitet i cili ndërton bazën për konsumin në shkallë të gjerë duke sjellë përfitime të mëdha. Turizmi fiton rëndësi si një aktivitet i cili ka shumë ndikime pozitive në industri, ekonomi, shoqëri.

³ Prof.Asoc.Dr.Fetah Reçica & Dr.sc. Bedri Millaku “Ekonomia e turizmit” Prishtinë 2011

Përkufizimi i turizmit krijon gjithashtu themelin dhe kontekstin e gjerë të industrisë së turizmit përmes së cilës shumica e përparësive dhe përfitimeve merren nga vendi në tërësi.

Industria e turizmit, si pjesë e sektorit të shërbimeve, është bërë një burim i rëndësishëm të ardhurash për shumë rajone dhe madje edhe për vende të tëra. Deklarata e Manilës mbi Turizmin Botëror të vitit 1980 pranoi rëndësinë e saj si "një aktivitet thelbësor për jetën e kombeve për shkak të efekteve të drejtpërdrejta në sektorët shoqërorë, kulturorë, arsimorë dhe ekonomikë të shoqërive kombëtare dhe në marrëdhëniet e tyre ndërkombëtare".

Turizmi sjell shuma të mëdha të ardhurash në ekonominë lokale në formën e pagesës për mallrat dhe shërbimet e nevojshme për turistët, duke llogaritur që nga viti 2011 për 30% të tregtisë botërore të shërbimeve dhe, si një eksport i padukshëm, për 6% të eksporteve të përgjithshme të mallrave dhe shërbimeve. Gjithashtu krijon mundësi punësimi në sektorin e shërbimeve të ekonomisë që lidhet me turizmin. Gjithashtu pretendohet se udhëtimi zgjeron mendjen.

Industritë e mikpritjes që përfitojnë nga turizmi përfshijnë shërbimet e transportit (të tilla si linjat ajrore, anijet turistike, tranzitet, trenat dhe taksitë); akomodimi (përfshirë hotelet, bujtinat, shtëpitë, resortet dhe dhënien me qira të dhomave); dhe vende argëtimi (të tilla si parqet argëtuese, restorantet, kazinotë, festivalet, qendrat tregtare, vendet muzikore dhe teatrot). Kjo është përveç mallrave të blera nga turistët, duke përfshirë suvenire.

Nga ana tjetër, turizmi mund të degradojë njerëzit dhe të prishë marrëdhëniet midis mikpritësit dhe mysafirit. Turizmi shpesh bën presion shtesë mbi mjedisin lokal.

Bazat ekonomike të turizmit janë në thelb asetet kulturore, pasuria kulturore dhe natyra e vendndodhjes së udhëtimit. Vendet e Trashëgimisë Botërore janë veçanërisht me vlerë të përmenden sot, sepse ato janë magnetë të vërteta turistike. Por edhe forma e tanishme apo e mëparshme e qeverisjes së një vendi mund të jetë vendimtare për turizmin. Për shembull, magjepsja e familjes mbretërore britanike sjell miliona turistë në Britaninë e Madhe çdo vit dhe kështu ekonominë rreth 550 milionë funte në vit. Familja Habsburg mund të përmendet në Evropën Qendrore. Sipas vlerësimeve, marka Habsburg duhet të gjenerojë shitje turistike prej 60 milionë euro në vit vetëm për Vjenën. Zbatohet parimi turistik "Habsburgu shet".

Turizmi njihet si një transformim kryesor ekonomik në vendet në zhvillim, megjithatë turizmi nuk është zhvilluar aq shumë për të zgjidhur problemin e varfërisë (Devkota et al., 2021).

Qeveria ende duhet të eksplorojë dhe identifikojë potencialet e reja turistike dhe t'i zhvillojë, reklamojë dhe promovojë ato për të tërhequr turistë të rinj. Nevoja aktuale është destinacione shtesë turistike të vendit që duhen njohur, reklamuar; dhe përveç kësaj, duhet të kryhen aktivitete të kujdesshme të planifikimit dhe promovimit nga agjencitë qeveritare dhe palët e tjera të interesit.

Qeveria duhet ende të eksplorojë dhe identifikojë potencialet e reja turistike dhe t'i zhvillojë, reklamojë dhe promovojë ato. Nevoja aktuale janë destinacione shtesë turistike të vendit që duhen njohur, reklamuar; dhe përveç kësaj, duhet të kryhen aktivitete të kujdesshme të planifikimit dhe promovimit nga agjencitë qeveritare dhe palët e tjera të interesit. Ka shumë perspektiva në sektorin e turizmit, ky studim synon të gjejë perceptimin e vendasve për zhvillimin e Gjakovës si një destinacion turistik, sfidat me të cilat përballlet zhvillimi i komunës si destinacion turistik dhe më në fund zgjidhjet menaxheriale.

2.1 Faktorët përcaktues të zhvillimit të turizmit

Për faktorët e zhvillimit të turizmit, Vjollca Bakiu, thotë: “Burimet e disponueshme të një vendi për zhvillimin e turizmit, apo ato që quhen ndryshe potenciale turistike të një vendi, përbëjnë faktorët përcaktues për sigurimin e ”prodhimit” të bashkësisë së produkteve dhe shërbimeve turistike, apo ato që mundë t’i japin emrin disa vendeve apo zonave të ndryshme si destinacione turistike. Këta faktorë janë:

- Burimet natyrore
- Pasuritë historike, artistike dhe kulturore,
- Burimet njerëzore
- Burimet në kapitale dhe në infrastrukturë.

Varësisht nga përdorimi dhe menaxhimi i mirë i këtyre burimeve të një vendi, mund të shpjegohet pozicionimi që zë vend në tregun global të turizmit, në përputhje me modelet më të mira të zhvillimit dhe menaxhimit të tyre.⁴

Lindja dhe zhvillimi i turizmit është rezultat i ekzistimit dhe kombinimit të faktorëve të caktuar, të cilët nxisin dhe e mundësojnë këtë zhvillim. Rrethanat që ndikojnë në lindjen dhe zhvillimin e turizmit njihen si faktore të turizmit dhe janë të përbërë prej natyrave të ndryshme dhe secili nga ta ka ndikimet e veta në zhvillimin e turizmit. Derisa një grup i këtyre faktorëve ka ndikim në flukset turistike, grupet tjera kontribuojnë në formimin e tipeve të reja të lëvizjes turistike, ndërsa grupi i tretë ka ndikim në rritjen e vëllimit të qarkullimeve turistike.

Potencialet turistike janë kushte themelore për zhvillimin e turizmit. Si pjesë fillestare vetë definimi i faktorëve të ndryshëm paraqesin kushte për zhvillimin e kësaj veprimtarie ekonomike. Faktorët e ndryshëm zhvillojnë ndikim në krijimin e kërkesave turistike në zona dhe vende të ndryshme turistike. Faktorët për zhvillimin e turizmit janë të karakterit objektiv dhe sit ë tillë mund të kualifikohen si procese të caktuara turistike, që krijohen në hapësirë dhe kohë. Këta kanë attribute të vlerave racionale dhe për këtë arsye quhen faktorë racionalë. Në turizëm faktorët e shumtë janë edhe me origjinë nga vetë subjekti, është fjala për rata faktorë, të cilët kanë të bëjnë me elemente psikologjike dhe shoqërore të shtresave dhe grupeve të ndryshme shoqërore, të cilët janë pjesëmarrës në procesin e turizmit.⁵

Nga kjo shihet se faktorët përcaktues për zhvillimin e turizmit të një vendi mund të grupohen në tri grupe kryesore:

- Faktorët nxitës, respektivisht faktorët e kërkesës turistike. Në këtë grup faktorësh bëjnë pjesë të gjithë ata faktorë të cilët nxisin krijimin e kushteve për lindjen e nevojave turistike.
- Faktorët ndërmjetësues turistikë. Janë grup faktorësh që me veprimet e veta kanë ndikime në grupin e faktorëve nxitës dhe të atyre pritës dhe njëkohësisht i lidhin faktorët e kërkesës dhe të ofertës turistike për arsye se roli i tyre është ndërmjetësues.

⁴ Vjollca Bakiu, “Ekonomia e turizmit”, Tiranë 2011, f.19.

⁵ Fetah Reçica, Bedri Millaku “Hyrje në turizëm” 2014, faqe 73

- Faktorët pritës apo faktorët e ofertës turistike. Me këta faktorë nënkuptohet ekzistimi i të mirave dhe shërbimeve me një nivel cilësor të një vendi, që mund ti plotësojnë kërkesat e turistëve.⁶

2.2 Turizmi masiv dhe atraksionet e tij turistike

Turizmi masiv dhe atraksionet e tij turistike janë shfaqur si ndër demonstrimet më ikonike të shoqërive konsumatore perëndimore. Akademikët e kanë përcaktuar turizmin masiv si udhëtim nga grupe në turne të planifikuara paraprakisht, zakonisht nën organizimin e profesionistëve të turizmit. Kjo formë e turizmit u zhvillua gjatë gjysmës së dytë të shekullit të 19-të në Mbretërinë e Bashkuar dhe u krijua nga Thomas Cook. Cook përfitoi nga rrjeti hekurudhor i Evropës që po zgjerohej me shpejtësi dhe krijoi një kompani që ofronte ekskursione ditore të përballueshme për masat, përveç pushimeve më të gjata në Evropën Kontinentale, Indi, Azi dhe Hemisferën Perëndimore, të cilat tërhoqën klientë më të pasur. Deri në vitet 1890 mbi 20,000 turistë në vit përdornin Thomas Cook & Son.

Marrëdhënia midis kompanive turistike, operatorëve të transportit dhe hoteleve është një tipar qendror i turizmit masiv. Cook ishte në gjendje të ofronte çmime që ishin nën çmimin e shpallur publikisht, sepse kompania e tij bleu një numër të madh biletash nga hekurudhat. Një formë bashkëkohore e turizmit masiv, turizmi i paketave, ende përfshin partneritetin midis këtyre tre grupeve.

Udhëtimi u zhvillua në fillim të shekullit të 20-të dhe u lehtësua nga zhvillimi i automobilave dhe më vonë nga aeroplanët. Përmirësimet në transport lejuan shumë njerëz të udhëtonin shpejt në vendet me interes për kohën e lirë, në mënyrë që më shumë njerëz të mund të fillonin të shijonin përfitimet e kohës së lirë.

Në Evropën Kontinentale, vendpushimet e hershme bregdetare përfshinin: Heiligendamm, i themeluar në 1793 në Detin Baltik, duke qenë vendpushimi i parë bregdetar; Ostend, i popullarizuar nga njerëzit e Brukselit; Boulogne-sur-Mer dhe Deauville për parisienët;

⁶ Vjollca Bakiu, Reneta . Dema, Vita Koja, “Turizmi” 1997 Tiranë, faqe 52

Taormina në Siçili. Në Shtetet e Bashkuara, vendpushimet e para bregdetare në stilin evropian ishin në Atlantic City, Neë Jersey dhe Long Island, Nju Jork.

Nga mesi i shekullit të 20-të, Bregu i Mesdheut u bë destinacioni kryesor i turizmit masiv. Vitet 1960 dhe 1970 panë që turizmi masiv të luante një rol të madh në "mrekullinë" ekonomike spanjolle.

Në vitet 1960 dhe 1970, shkencëtarët diskutuan ndikimet negative socio-kulturore të turizmit në komunitetet pritëse. Që nga vitet 1980 nisën të njiheshin edhe aspektet pozitive të turizmit.

2.3 Zhvillimi i turizmit rural

Praktika botërore e zhvillimit të turizmit rural dëshmon fizibilitetin ekonomik të zhvillimit të turizmit vendas në zonat rurale. Sipas *UNËTO* turizmi rural renditet i dyti në popullaritet pas turizmit të plazhit. Sipas vlerësimeve të ekspertëve, treguesi mesatar i potencialit të zhvillimit të turizmit rural në vitin 2019 në Federatën Ruse është 55,8%, që është më i lartë se në vendet e huaja. Për shembull, për Republikën e Turqisë ky tregues është 38,4%, për Greqinë - 35%, për Italinë - 49%, për Francën, Spanjën dhe Gjermaninë - më shumë se 50%.

Sipas Organizatës së Bashkuar Botërore të Turizmit (UNËTO), Rusia renditet e pesta në botë për nga potenciali i turizmit natyror dhe kulturor. Por për sa i përket konkurrueshmërisë është në fund të listës.⁷

Shkencëtarët dhe hulumtuesit fillimisht filluan të trajtojnë çështjen e organizimit dhe zhvillimit të turizmit rural në mesin e viteve 1970. Në këtë kohë u hodhën themelet e organizimit territorial të shoqërisë. U zhvilluan pozicionet e nënsistemit rekreativ në sferën e veprimtarisë njerëzore. Punimet e Trukhachev iu kushtuan zhvillimit të konsiderueshëm të zonave rurale me anë të turizmit.

Në hulumtimet e tyre autorë të ndryshëm prezantuan qasjen e projektit për zhvillimin rajonal të turizmit rural. Të tjerë ia kushtuan veprat e tyre agroturizmit në komunitetin rural.

⁷ World Tourism Organization 2020 *UNËTO Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development*

Megjithatë, aspektet e aplikimit të praktikave turistike në nivel lokal brenda organizatave komunale mbeten të paeksploruara. Kjo për faktin se shumica e studiuesve ose citojnë përvojën private të zhvillimit të produkteve turistike në zonat rurale ose bëjnë një listë të të gjitha praktikave rajonale.

Ndryshimet aktuale në praktikat rregullatore si dhe mbështetja financiare për industrinë përcaktojnë rëndësinë e zbatimit të një projekti të turizmit rural midis komuniteteve lokale. Kërkimet mbi komunitetet lokale dhe rolin e tyre në zhvillimin e turizmit rural kanë marrë shumë vëmendje në mbarë botën.

Për shembull, OBBT argumentojnë se punësimi i njerëzve vendas në turizëm u ka sjellë atyre fitime shtesë. Për më tepër, me paraqitjen e ekoturizmit, disa aspekte të kulturës së vendasve kanë zgjuar interesimin e turistëve të cilët janë bërë më të vëmendshëm ndaj traditave vendase. Sipas disa studiuesve indian “Ekoturizmi u bë edhe më i rëndësishëm organizata dhe komunitete të vogla rurale dhe të largëta, të cilave shpesh u mungon vëmendja dhe ndihma e qeverisë.”

Roziqin, A dhe Syarafina, Z morën si shembull një fshat në Indi dhe cituan studime nga kolegët e tyre, duke shpjeguar se çdo model i ri i aktivitetit turistik apo ndonjë inovacion turistik nuk do të jetë kurrë i qëndrueshëm pa mbështetjen e komuniteteve lokale.

Autorët e përmendur më lart citojnë Harrill-in dhe vërejnë se “mbështetja e komuniteteve lokale është një nga faktorët kryesorë të suksesit në turizëm.”

Autorë rumunë e bullgarë arrijnë në përfundimin se “zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit rural, në pjesën më të madhe, mund të çojë në zhvillimin e destinacioneve rurale dhe të japë një kontribut të rëndësishëm në zhvillimin e qëndrueshëm të industrisë turistike rumune në përgjithësi, dhe ekonomia rurale në veçanti.”

Kështu, shkenca ka të paktën dy këndvështrime mbi rolin e komuniteteve lokale në turizmin rural:

- 1) turizmi rural shihet si një mënyrë efektive për zhvillimin e zonave rurale. Kjo mënyrë duhet të çojë në përmirësimin e cilësisë dhe standardit të jetesës së popullatës lokale. Ana negative e kësaj qasjeje është se punësimi dhe paga e banorëve vendas bëhen qëllimi përfundimtar ndërkohë që janë rezultat i përfitimeve të turizmit rural. Sipas mendimit

tonë, do të ishte metodologjikisht e saktë të theksoheshin përfitimet dhe fitimet që turizmi rural mund t'u sigurojë komuniteteve lokale;

- 2) qasja e dytë fokusohet në komunitetet lokale. Këto komunitete aplikojnë mekanizma transformues të ekonomisë rurale dhe vlerësojnë efikasitetin e tyre. Sipas mendimit tonë, kjo qasje eksploron dobët rolin e institucioneve të tjera që kontribuojnë në zhvillimin e turizmit rural.

2.4 Turizmi i qëndrueshëm

Turizmi i qëndrueshëm është një koncept që mbulon përvojën e plotë të turizmit, duke përfshirë shqetësimin për çështjet ekonomike, sociale dhe mjedisore, si dhe vëmendjen për përmirësimin e përvojave të turistëve dhe adresimin e nevojave të komuniteteve pritëse. Turizmi i qëndrueshëm duhet të përfshijë shqetësimet për mbrojtjen e mjedisit, barazinë sociale dhe cilësinë e jetës, diversitetin kulturor dhe një ekonomi dinamike e të qëndrueshme që ofron vende pune dhe prosperitet për të gjithë. Ai i ka rrënjët në zhvillimin e qëndrueshëm dhe mund të ketë një farë konfuzioni se çfarë do të thotë "turizëm i qëndrueshëm". Tani ekziston një konsensus i gjerë që turizmi duhet të jetë i qëndrueshëm. Në fakt, të gjitha format e turizmit kanë potencialin për të qenë të qëndrueshme nëse planifikohen, zhvillohen dhe menaxhohen siç duhet. Organizatat e zhvillimit turistik po promovojnë praktika të qëndrueshme turistike në mënyrë që të zbusin efektet negative të shkaktuara nga ndikimi në rritje i turizmit, për shembull ndikimet e tij mjedisore.

Organizata Botërore e Turizmit e Kombeve të Bashkuara theksoi këto praktika duke promovuar turizmin e qëndrueshëm si pjesë e Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm, përmes programeve si Viti Ndërkombëtar për Turizmin e Qëndrueshëm për Zhvillim në 2017. Ekziston një lidhje e drejtpërdrejtë midis turizmit të qëndrueshëm dhe disa prej 17 Objektivave të

Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ prodhimi") dhe SDG 14 ("jeta nën ujë") implikojnë turizmin në krijimin e një ekonomie të qëndrueshme. Sipas Eorld Travel & Tourism Travel, turizmi përbënte "10.3 për qind të produktit të brendshëm bruto global, me ardhjet ndërkombëtare të turistëve që arritën 1.5 miliardë marka (një rritje prej 3.5 për qind) në 2019" dhe gjeneruan 1.7 trilion dollarë të ardhura nga eksporti ende, priten përmirësime të përfitohet nga aspekte të

përshtatshme të menaxhimit dhe duke përfshirë turizmin e qëndrueshëm si pjesë e një strategjie më të gjerë të zhvillimit të qëndrueshëm.

2.5 Statistika mbi turizmi ndërkombëtar

Turizmi ndërkombëtar është turizëm që kalon kufijtë kombëtarë. Globalizimi e ka bërë turizmin një aktivitet popullor global të kohës së lirë. Organizata Botërore e Turizmit i përkufizon turistët si njerëz që "udhëtojnë dhe qëndrojnë në vende jashtë mjedisit të tyre të zakonshëm për jo më shumë se një vit radhazi për qëllime pushimi, biznesi dhe qëllime të tjera". Organizata Botërore e Shëndetësisë (OBSH) vlerëson se deri në 500,000 njerëz janë në fluturim në çdo kohë.

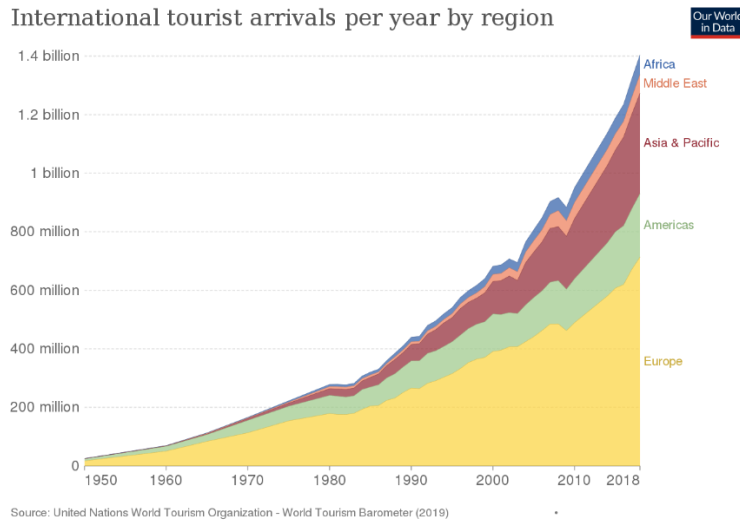
Për referencë, destinacionet turistike botërore tregojnë se Praga dhe Vjena marrin 4.9 miliardë turistë në vit, ndërsa vetëm Vankuveri pret vetëm 3.4 miliardë në vit.

Në vitin 2010, turizmi ndërkombëtar arriti në 919 miliardë dollarë amerikanë, duke u rritur me 6.5% gjatë vitit 2009, që korrespondon me një rritje reale prej 4.7%. Në vitin 2010, kishte mbi 940 milionë ardhje turistike ndërkombëtare në mbarë botën. Deri në vitin 2016, ky numër ishte rritur në 1,235 milionë, duke prodhuar 1,220 miliardë dollarë në shpenzimet e destinacionit.

Kriza e COVID-19 pati efekte të rëndësishme negative në turizmin ndërkombëtar duke ngadalësuar ndjeshëm trendin e përgjithshëm të rritjes.

Turizmi ndërkombëtar ka ndikime të rëndësishme në mjedis, të përkeqësuar pjesërisht nga problemet e krijuara nga udhëtimi ajror, por edhe nga çështje të tjera, duke përfshirë turistët e pasur që sjellin stile jetese që theksojnë infrastrukturën lokale, sistemet e ujit dhe plehrave ndër të tjera.

Grafikoni 1. Ardhjet e turistëve ndërkombëtarë në vit sipas rajonit



Burimi: United Nations World Tourism Organization

2.6 Ndikimi i turizmit në destinacionet turistike

Turizmi ndikon në destinacionet turistike në mënyra pozitive dhe negative, duke përfshirë dimensionet ekonomike, politike, socio-kulturore, mjedisore dhe psikologjike. Efektet ekonomike të turizmit përfshijnë përmirësimin e të ardhurave nga taksat, rritjen e të ardhurave personale, rritjen e standardeve të jetesës dhe krijimin e mundësive shtesë për punësim. Ndikimet sociokulturore janë të lidhura me ndërveprimet midis njerëzve me prejardhje kulturore, qëndrime dhe sjellje të ndryshme, dhe marrëdhënie me të mirat materiale. Turizmi gjithashtu mund të ketë ndikime të rëndësishme politike duke ndikuar në politikat e qeverisë dhe duke promovuar marrëdhëniet diplomatike ndërmjet vendeve.

Ndikimet mjedisore mund të kategorizohen si efekte të drejtpërdrejta duke përfshirë dëmtimin mjedisor, shkatërrimin e kafshëve të egra, shpyllëzimin, ndotjen e ujit dhe efektet indirekte, të tilla si rritja e grumbullimit të burimeve natyrore për furnizimin me ushqim, ndotja indirekte e ajrit dhe ujit (përfshirë fluturimet, transportin dhe prodhimin e ushqime dhe suvenire për turistët).

Turizmi gjithashtu ka rezultate pozitive dhe negative shëndetësore për banorët vendas. Ndikimet negative afatshkurtëra të turizmit në shëndetin e banorëve janë të lidhura me dendësinë e ardhjeve të turistëve, rrezikun e transmetimit të sëmundjeve, aksidentet rrugore, nivelet më të larta të krimit, si dhe bllokimin e trafikut, grumbullimin e njerëzve dhe faktorë të tjerë stresues.

Përveç kësaj, banorët mund të përjetojnë ankth dhe depresion në lidhje me perceptimet e tyre të rrezikut për shkallën e vdekshmërisë, pasigurinë ushqimore, kontaktin me turistët e infektuar, etj., të cilat mund të rezultojnë në rezultate negative të shëndetit mendor. Në të njëjtën kohë, ka ndikime pozitive afatgjata të turizmit në mjedis.

3. Perspektiva e zhvillimit të turizmit në komunë të Gjakovës

3.1 Veprimtaritë e turizmit në Kosovë

Turizmi në Kosovë radhitet ndër degët e ekonomisë me zhvillim të hovshëm në dhjetëvjeçarin e fundit. Në analizat strukturore dhe projeksionet afatgjata, turizmi vlerësohet si një shfaqje tejet dinamike me rëndësi për zhvillim dhe promovimin e zonave të mbrojtura të natyrës veçanërisht parqeve kombëtare dhe vlerave të trashëgimisë natyrore. Mundësitë që ka Kosova për një produkt të qëndrueshëm dhe konkurrent turistik, problemet dhe vështirësitë që e shoqërojnë zhvillimin e turizmit, do të trajtohen në këtë pjesë të temës.

Kosova është paraqitur vonë në tregun turistik për shkak të pozitës koloniale dhe pushtuese, që ka pasur dhe izolimit të plotë në rrjetin e komunikacionit. Vetëm pas ndërtimit të magjistrales së Adriatikut dhe të Ibrit, më 1971, Kosova filloi të afirmohet si treg potencial turistik. Në periudhën deri në vitin 1970, nga aspekti turistik, Kosova ka qenë mjaft e pazhvilluar. Koncepti themelor atëherë ka qenë zhvillimi i turizmit lokal. Prapambetja e gjithmbarshme e bazës së turizmit ka ndikuar në kahet e zgjidhjes së atyre problemeve, që kanë qenë më akute e që shpesh edhe nuk kanë shkuar drejtpërdrejt në dobi të qarkullimit të vërtetë turistik. Këtu, në radhë të parë, kemi parasysh sigurimin e qyteteve me kapacitete bujtinave, që janë ndërtuar për nevojat e ekonomisë (udhëtime biznesi), por edhe për nevojat e përhershme të popullatës vendore për kapacitete hoteliere.

Veprimtaritë në vijim konsiderohen si pjesë e industrisë: hotele dhe motele me restorante, hotele dhe motele pa restorante, hostele për të rinj dhe pushim malor, vendet për kamping duke përfshirë vendet për karvanë, objektet për qëndrim të shkurtër, restorante, bare, kantina dhe kuzhina, dhe agjenci turistike.

Aktualisht, turizmi është një nga sektorët ekonomikë me rritje më të shpejtë në botë. Më shumë se një miliard udhëtime u bënë në vitin 2022 në botë. Gjatë viteve të fundit, industria e udhëtimit në Republikën e Kosovës tregoi ritme të larta rritjeje të vazhdueshme në infrastrukturën turistike dhe trafikun turistik.

Falë përpjekjeve të ndërsjella të ministrisë, agjencive dhe komunës për të kontribuar në krijimin e kushteve të favorshme për sektorin e turizmit dhe lehtësimin e promovimit të rajonit në tregun ndërkombëtar dhe vendas, si dhe për efektin e eventeve dhe ngjarjeve kulturore të mbajtur Gjakovën në nivel më të lartë të zhvillimit të turizmit në Kosovë. Dinamika e saj e fluksit turistik në vitin 2014 ka lënë shumë prapa ecurinë mesatare të pesë viteve të fundit.

Për shkak të problemeve botërore me kovidin, peridha e pandemisë ka qenë një vit i vështirë për turizmin në Gjakovë, një numër i operatorëve turistikë u shuan. Megjithatë, sot duhen nënvlerësuar aspektet pozitive të zhvillimit të turizmit, ato kanë të bëjnë me tregun e turizmit vendas dhe atij hyrës. Në funksion të rritjes së vazhdueshme të çmimeve për turizmin e jashtëm, do të parashikohet një rritje e dukshme e trafikut turistik vendas në vitin 2023. Për më tepër, udhëtimet drejt Gjakovës dhe Kosovës, tani për tani janë më tërheqëse për të huajt pasi janë bërë shumë më të lira. Oferta gjithashtu është e larmishme me objektet kulturore, resurset natyrore, gastronomia dhe shumë karakteristika tjera.

3.2 Qëllimet e qëndrueshmërisë së zhvillimit turizmit lokal

ËCED thotë qëndrueshmëria është arritur përmes strategjive të zhvillimit të qëndrueshëm, është një koncept që mori kuptim real në sajë të Raportit të Brundtlandit. Koncepti i zhvillimit të qëndrueshëm lindi nga besimi që rritja ekonomike, megjithëse është e rëndësishme për komunitet, ka kufizime. Por, sipas raportit të Brundtlandit, koncepti i zhvillimit të qëndrueshëm nuk lë të kuptohet për kufizime absolute, por kufizime të imponuara nga gjendja e tanishme e teknologjisë dhe organizimit social për burimet mjedisore dhe nga aftësia e biosferës për të absorbuar efektet e aktiviteteve njerëzore.⁸ Parimi kryesor i zhvillimit të qëndrueshëm është inkurajimi i zhvillimit, që i përmbush kërkesat e së tashmes pa i rrezikuar gjeneratat e ardhshme

⁸ WCED, Our common future, Oxford 1987, Oxford University Press

që edhe ato t'i përmbushin kërkesat e tyre. Zhvillimi I qëndrueshëm pranon ndërvarësinë mes sistemeve amientale, shoqërore, dhe ekonomike, si dhe promovon barazi dhe drejtësi përmes fuqizimit të opinionit dhe të ndjenjës së qytetërimit global.⁹

Në thelb, zhvillimi i qëndrueshëm përkrah përdorimin e zgjuar dhe ruajtjen e burimeve për të mbajtur mbijetesën afatgjate të tyre. Kjo sepse, siç pohon Unioni Konservues Botëror, zhvillimi i qëndrueshëm është një proces i cili kërkon që zhvillimi të ndodh pa degraduar ose harxhuar burimet të cilat e bëjnë të mundur zhvillimin.¹⁰

UNËTO-UNEP (2005) thekson se turizmi i qëndrueshëm duhet të përfshijë:

- Efikasitet të burimeve
- Pastërti mjedisore
- Qëndrueshmëri ekonomike
- Prosperitet lokal
- Cilësi punësimi
- Barazi sociale
- Përmbushje të nevojave të vizitorëve
- Kontroll lokal
- Mirëqenie e komunitetit
- Pasuri kulturore
- Intergritet fizik
- Diversitet biologjik

3.3 Turizmi i eventeve (ngjarjeve) në Gjakovë

Çdo vit njerëz nga e Kosova, Shqipëria, Mali i Zi dynden në qytet për një javë për t'u ulur në bisedime teknologjike dhe për të parë bandat duke performuar. Njerëzit tërhiqen këtu për të

⁹ Klodiana Gorica “Menaxhimi i turizmit të qëndrueshëm” 2015, faqe 12-13

¹⁰ Eber, S. “Beyond the Green Horizon, A Discussion Paper of Principles for Sustainable Tourism” 1992
Tourism Concern & World Wildlife Fund.

përjetuar diçka që nuk janë në gjendje ta përjetojnë në qytetin e tyre, gjë që përcakton turizmin e ngjarjeve.

Bazuar në hulumtimet tona ngjarjet kulturore më të njohur në Gjakovë janë:

- ✓ 100 Thousand Poets For Change;
- ✓ Accapello;
- ✓ BarCamp Gjakova;
- ✓ Building Europe at Home;
- ✓ DigiGjakova;
- ✓ Croëdsourcing Ëeek Summit Festival;
- ✓ Gjakova Film Festival;
- ✓ Komedia Fest;
- ✓ Radio Fest;
- ✓ Lyra Fest;
- ✓ International Poetry Meeting.

Fotografia 4. Ftesa e manifestimit “Gjakova Film Festival” në Gjakovë, Gjakovë



Burimi: Komuna e Gjakovës

3.4 Ofertat turistike me perspektive që duhet të zhvillohen në nivel lokal

Në ditët e sotme, komuna e Gjakovës më së shpeshti u ofron mysafirëve një produkt turistik rutinë që ka të bëjë me turizmin kulturor, turizëm eventesh dhe turizëm malor.

Sot është e nevojshme të zhvillohen forma të turizmit si:

1. Turizmi rural. Praktika botërore tregon se turizmi aktualisht është i zhvilluar jo vetëm në qytetet e mëdha por edhe në zonat rurale. Në këtë kohë urbanizimi masiv, gjithnjë e më shumë njerëz duan të njohin familjen dhe mënyrën e jetesës në fshat. Arritja e kësaj detyre është e mundur nëpërmjet formimit të bizniseve të turizmit rural.

2. Turizmi arsimor. Gjakova ka një numër të madh të institucioneve të arsimit të lartë, prandaj është e nevojshme të promovohet si një rajon për marrjen e arsimit. Me zgjidhjen e këtij problemi nënkuptojmë krijimin e tureve speciale të orientimit në karrierë në Republikë për njohjen e të rinjve me institucionet e arsimit të lartë dhe programet e tyre kryesore akademike. Pasi siç dimë që prej kohësh është Shkolla e Lartë Pedagogjike, që kanë nxjerrë kuadra pedagogesh, që për shumë vite kanë brymosur me dije të rinjët me dije dhe edukatë.

3.4.1 Mundësitë e zhvillimit të turizmit rural në Gjakovë

Turizmi rural në Kosovë tani është i përfaqësuar në një masë më të madhe ose më të vogël në të gjitha komunat. Të gjitha funksionojnë në të njëjtën bazë ligjore, por ndryshojnë në bazë të Rregulloreve të vendosura nga niveli lokal, por ka edhe dallime rajonale që janë për shkak të burimeve natyrore, historike, kulturore, etnike, dhe veçorive të tjera.

Territori i komunës së Gjakovës ka kapacitet dhe është vend me perspektivë dhe premtues për zhvillimin e turizmit. Lokacionet rreth Ligjenit të Radoniqit, pastaj nëpër fshtatra të ndryshme ka objekte bazë që ruajnë dhe transmetojnë përvojën etno-kulturore të popullsisë vendase. Objektet e tilla janë: muzeu, disa vende rajonale, qendrat e artizanatit popullor, ansamblet e komunitetit

dhe amatore dhe biblioteka). Afërsia me qytetet kryesore e bën zonën tërheqëse për zhvillimin e turizmit rural.

Fotografia 5. Liqeni i Radoniqit, Gjakovë



Burimi: Autori

Praktikat e mikpritjes në familje, traditat e mikëpritjes së popullsië autoktone shqiptare, mund t'u ofrojnë turistëve përfitimet e zonës dhe një ndjenjë të ngjyrës lokale. Kjo mundësi e organizimit të turizmit rural me ndihmën e bujtinave për turistët konsiderohet e pranueshme nga shumë autorë.

Bota rurale është shpesh në një gjendje mjaft të mbyllur dhe të pandryshueshme. Popullsia vendase i përshtatet sfidave të jashtme, duke qenë më e relaksuar, për shembull, për ndryshimet pandemike dhe strukturore në ekonominë rurale.

Hulumtuesit sugjerojnë se një nga mënyrat për të diversifikuar ekonominë lokale mund të jetë zhvillimi i turizmit rural. Nën kontrollin e shtetit, në këtë proces duhet marr pjesë aktive komuna, sipërmarrësit, organizatat joqeveritare dhe popullsia.

Risia e punës është në përcaktimin e rolit të komuniteteve lokale në formësimin e vizionit konceptual të zhvillimit të turizmit rural në nivel komunal. Rëndësia e studimit qëndron në përfaqësimin e komunitetit lokal në planifikimin e zhvillimit konceptual të turizmit në zonat rurale. Nëse komuniteti lokal merr pjesë aktive në përfitimin e turizmit rural, ai do të shërbejë si bazë për rritjen e punësimit dhe fitimeve të popullsisë vendase.

Zhvillimi i turizmit dhe kapaciteteve turistike, grumbullimi i një numri të madh të njerëzve në zonat e mbrojtura të natyrës shpesh i kërcënon ekosistemet e ndjeshme dhe vendbanimet e

vlefshme natyrore e me këtë bimët dhe shtazët. Për këtë arsye duhet të bëhet një analizë detale lidhur me ndikimet e turizmit në këto zona si dhe në llojet konkrete të bimëve dhe shtazëve. Rritja e numrit të vizitorëve do të ketë ndikim të dëmshëm në biodiversitetin e këtyre zonave.¹¹

Një zgjidhje e duhur dhe e qëndrueshme mbështetet në zhvillimin dhe promovimin e turizmit vendor, bazuar në burimet lokale, me njerëz lokalë të përfshirë në procesin e vendimmarrjes dhe që përfitojnë direkt nga rezultatet/fitimet.

3.5 Diskutimet e hulumtimit për perspektiven e zhvillimit të turizmit

Transformimi i ekonomisë rurale është më i mprehtë në nivel lokal në mesin e popullsisë vendase. Për të arritur qëllimin e perparimit dhe prosperitetin e vendit, autoritet duhet të përcaktojnë mundësitë për pjesëmarrjen e komunitetit lokal në zhvillimin e turizmit rural.

Me rastin e aplikimit të qasjes pjesëmarrëse, mund të nxirren përfundimet e mëposhtme: 1) kur komunitetet lokale nuk janë të përfshira në mënyrë aktive në zhvillimin e zonave rurale dhe turizmit brenda kufijve lokalë, është pothuajse e pamundur të flitet për ndonjë promovim; 2) turizmi rural është tërheqës për komunitetin lokal, por aftësia e tij për të marrë pjesë aktive në zhvillimin e tij është e kufizuar nga arsye objektive dhe subjektive; 3) theksi mbi përfitimet e turizmit rural për konsumatorët dhe prodhuesit mund të çojë në rritjen e punësimit dhe fitimeve për komunitetin lokal. Vlerësimi i kapacitetit të komunitetit lokal për të zhvilluar turizmin rural është një pikë vendimtare në promovimin e tij. Kjo nga ana tjetër çon në kërkime të mëtejshme mbi përvojën e integritit të turizmit rural në komunitetet lokale.

Rezultatet e artikullit mund të ndihmojnë në zhvillimin e koncept dokumenteve mbi zhvillimin e turizmit rural dhe mund të jenë të dobishëm në disa projekte turistike.

Popullsia, duke mos njohur praktikën e suksesshme të turizmit rural dhe duke mos marrë sinjale tregu për potencialin e saj, tregon një qëndrim të barabartë ndaj zhvillimit të tij. Për shkak të

¹¹http://www.kryeministri-ks.net/repository/docs/Strategjia_dhe_Plani_i_Veprimit_per_Biodiversitet.pdf

mungesës së përvojës dhe njohurive për teknologjitë e turizmit rural, ky qëndrim i jep qeverisë prerogativën për të trajtuar në mënyrë aktive këtë çështje.

Në të njëjtën kohë, popullsia sheh drejtimet për përmbajtjen e turizmit rural, por pothuajse nuk janë bërë përpjekje reale për të organizuar projekte turistike.

Një sjellje e tillë shpjegohet edhe me kushtet objektive të zhvillimit të infrastrukturës së turizmit rural në zonat lokale. Pengesat për zhvillimin e turizmit rural janë: infrastruktura dhe rrugë jo cilësore, mungesa e objekteve akomoduese, objektet e denjë për ushqim.

Rezultatet e konfirmojnë se ngritja dhe zhvillimi i turizmit rural në nivel të ekonomisë lokale është një problem kompleks. Nuk dominohet nga faktorë të jashtëm. Një rol më të madh në zonat rurale luan një dinamikë e brendshme, e cila varet nga përkthimi i përvojës në ndërveprimin social të komunitetit lokal. Në përputhje me të, lindin detyrat e organizimit efektiv të turizmit rural brenda bashkisë: së pari, rritja e programeve për mbështetjen e nismave social-kulturore dhe qytetare që synojnë përfshirjen e banorëve vendas dhe zhvillimin e komunitetit; së dyti, zhvillimi i programeve arsimore që rrisin nivelin e kompanisë së projektit në nivel lokal, rajonal dhe federal, si dhe ofrimi i shërbimeve këshillimore për komunitetet lokale për çështje ligjore dhe këshillim ekonomik; së treti, stimulimi financiar.

Përfundimi

Nga përvoja e vogël në turizëm, dhe duke shfletuar literaturë të ndryshme mbi turizmin, duke e parë turizmin si industri, si degë të rëndësishme të ekonomisë, si faktor të rëndësishëm të afirmimit të shtetit mendohet se është shumë e rëndësishme që të zhvillohet turizmi i mirëfilltë në Republikën e Kosovës.

Këtu kemi parasysh edhe zhvillimin e sektorëve të cekur me lartë që mund t'i quajmë “furnizues të turizmit” dhe kemi parasysh potencialin njerëzor, bukurinë dhe pasurinë natyrore që ka vendi ynë, e sidomos komuna e Gjakovës me rrethinë.

Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit rural si një strategji transformuese për ekonominë lokale pa përfshirjen aktive të komunitetit lokal nuk do të kontribuojë në qëndrueshmërinë afatgjatë të zonave rurale. Në përpjekje për të zbatuar projekte turistike, komuniteti lokal nuk merr masa reale për shkak të burimeve të pamjaftueshme dhe mungesës së pjekurisë. Ky proces mund të rregullohet nga institucionet përkatëse me ndihmën e masave mbështetëse shtetërore për rigjallërimin e ekonomisë lokale, rritjen e punësimit dhe të ardhurave të popullsisë, si dhe rritjen e kapitalit social dhe etno-kulturor.

Përshtatja e komunitetit lokal me strukturën e ekonomisë lokale dhe mënyrat e menaxhimit ekonomik manifestohen në një vlerësim të lartë të potencialit të zhvillimit të turizmit rural. Kjo sugjeron se popullsia po përjeton transformimin e ekonomisë lokale nga bujqësore në jobujqësore. Ky tranzicion është rezultat jo vetëm i ndikimit të jashtëm, por edhe i dinamikës së brendshme të hapësirës rurale, në të cilën qëndrimet dhe marrëdhëniet e komunitetit lokal luajnë një rol të madh. Gjatë organizimit dhe zbatimit të turizmit rural është i nevojshëm fokusimi në përfitimet që mund të përfitojnë konsumatorët e këtij shërbimi. Kjo nga ana tjetër do të ofrojë mundësi për rritje të punësimit dhe të ardhurave për popullsinë vendase.

Mendojme se interesante është edhe gjuha, trashëgimia kulturore, tradita, folklori, artizanatet që do të bënin prezentimin më të mirë të mundshëm të një shteti të ri. Vendi ynë do të ishte shumë atraktiv për turistët pasi që historikisht turistët nga vendet e zhvilluara shohin si atraksion turistik vendet në zhvillim ose edhe më pak të zhvilluara që për vite të tëra ishin të mbyllura.

Duke u bazuar në faktin që sfida e parë për zhvillimin e sektorit të turizmit është mungesa e të dhënave dhe statistikave zyrtare të cilat e bëjnë të mundur që të dihen të dhëna të sakta se sa është zhvilluar turizmi në komunën e Gjakovës.

Turizmi qeveriset nga një ligj i nivelit qendror, por të cilit i mungon strategjia për zhvillim. Shpresoj që mungesa e fondeve të mos jetë problem edhe në vitet e ardhshme dhe turizmi në Kosovë të mos mbijetojë vetëm nga sektori privat dhe fondet ndërkombëtare të sigururara nga donator të ndryshëm që kanë mbështetur një varg projektsh të zhvillimit të turizmit, por Kosova ka mungesë të menaxherëve të turizmit dhe profesionistëve të nivelit të mesëm të hoteleve dhe restoranteve.

Literatura

- [1]. Bedri Millaku & Fetah Reçica “Hyrje në Turizëm” Prishtinë (2014) fq. 18.
- [2]. Bedri Millaku & Fetah Reçica “Marketingu i Udhëtimeve turistike” Prishtinë (2012) fq. 37
- [3]. Bramëll B. & Lane, B. (1993): “Sustainable Tourism, an evolving global approach.” Jurnal of Sustainable Tourism.
- [4]. Briassoulis, H. Sustainable Tourism and the Question of the Commons (2002), Annals of the Tourism Research.
- [5]. Eber, S. “Beyond the Green Horizon, A Discussion Paper of Principles for Sustainable Tourism” 1992 Tourism Concern & Eord Wildlife Fund.
- [6]. Fetah Reçica, Bedri Millaku “Hyrje në turizëm” 2014, faqe 73
- [7]. http://www.kryeministri-ks.net/repository/docs/Strategjia_dhe_Plani_i_Veprimit_per_Biodiversitet.pdf
- [8]. Klodiana Gorica “Menaxhimi i turizmit të qëndrueshëm” 2015, faqe 12-13
- [9]. Koja V & Gorica K., “Bazat e turizmit” Tiranë 2004
- [10]. Mark Camilleri. “The Tourism Industry: An overview” Malta 2017.
- [11]. MTI, RAPORT SEKTORIAL – TURIZMI.
- [12]. Prof. Asoc. Dr. Fetah Reçica & Dr. sc. Bedri Millaku „HYRJE NË TURIZEM“ Prishtinë 2014.

- [13]. Prof.Asoc.Dr.Fetah Reçica & Dr.sc. Bedri Millaku “Ekonomia e turizmit” Prishtinë 2011
- [14]. Pruthi, K.R.(2004): International Tourism: Potential Measurement and Prospects, Rajat Publications, New Delhi, p.3
- [15]. Revista shkencore Administrim Biznesi, Pejë 2010
- [16]. Sëarbrooke J. (2002): Sustainable Tourism Management. London CABI Publishing
- [17]. Tourism Management, Fifth edition-D. Weaver&L.Laqrton. Australia,2014
- [18]. Vita Kojë, Klodina Gorica, (2007): “Marketing i turizmit”. Tiranë. Faqe 7.
- [19]. Vjollca Bakiu (2011): “Ekonomia e Turizmit”. Tiranë.
- [20]. Vjollca Bakiu, “Ekonomia e turizmit”, Tiranë 2011,f.19.
- [21]. Vjollca Bakiu, Reneta . Dema, Vita Kojë, “Turizmi” 1997 Tiranë, faqe 52
- [22]. WCED, Our common future, Oxford 1987, Oxford University Press

Lista e tabelave, grafikonëve dhe figurave

Fotografia	Faqe
Fotografia 1. <i>Turistët në Tempullin Apollo, Greqi 2018</i>	<i>10</i>
Fotografia 2. <i>Pamje nga Kulla e Abdullah Pashë Drenit, Gjakovë</i>	<i>17</i>
Fotografia 3. <i>Logo e manifestimit “Komedia fest” në Gjakovë, Gjakovë</i>	<i>19</i>
Fotografia 4. <i>Ftesa e manifestimit “Gjakova Film Festival” në Gjakovë, Gjakovë</i>	<i>33</i>
Fotografia 5. <i>Liqeni i Radoniqit, Gjakovë</i>	<i>34</i>

Figura	Faqe
Figura 1. <i>Themelet konceptuale të turizmit</i>	<i>14</i>

Grafikonët	Faqe
Grafikoni 1. <i>Ardhjet e turistëve ndërkombëtarë në vit sipas rajonit</i>	<i>27</i>

Grafikonët	Faqe
Tabela 1. <i>Të punësuarit në turizëm në Britani të Madhe</i>	<i>29</i>