



Soft tourism in Kosovo with special focus on Deçan / Decani area

**Soft tourism - tourism that
promotes the preservation
of nature and its biodiversity**

**The soft tourism concept follows
the concept and principles of the
EU Green Deal and the Green
Agenda for the Western Balkans**

Pristina June 2021

Research Paper

Soft tourism in Kosovo with special focus on Deçan/Decani area

Prepared by: Prof. Zekë Çeku

Pristina June 2021

Disclaimer

"This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of Zekë Çeku and can in no way be taken to reflect the views of the European Union."

Research Paper Content

ABSTRACT

1. Introduction

1.1. A brief overview on Kosovo tourism development and actual situation on soft tourism development

2. Analyses

2.1. Tourism resources in Kosovo, specifically in Decani area

2.2. The approach to opportunities of the Soft tourism development in Kosovo and Decani area

2.3. Community based tourism development

3. Conclusion

4. Recommendations

ANNEX I: Actual unfavourable situation of Tourism Businesses in Kosovo

ANNEX II: Dimensions of Tourism in Kosovo

ANNEX III: Recommendations for local stakeholders

ANNEX IV: Framework of the Combined Tourism Product Development

ANNEX V: Establishing Destination Management Organization DMO in Decani area

ANNEX VI: Definition and organization of protected tourism zoning

ANNEX VII: Framework Plan for Training of Local Communities on tourism opportunities

ANNEX VIII: Recommendation of needed policies and strategies to be applied by the institution

5. Identification of obstructions that may be present for development of soft tourism in Kosovo and the Decani area

Abstract

SOFT TOURISM - New trends in the tourism market

There is a growing demand for travel that engages the senses, stimulates the mind, incorporates unique activities, and relates personally to travellers, on an emotional, physical, spiritual, or intellectual level.

Tourism development represents a complex interaction, among many actors with shared responsibilities, regarding the environmental, economic, and social sustainability of the Tourism Industry. This includes, for example, the tourism industry to promote sustainable products, the consumer to develop sustainable consumption modalities, as well as public authorities to create a suitable climate and framework for the use of resources and to create a favourable commercial level scope, among many actors.

The strategic resource of Kosovar tourism is a space with multiple values, relatively preserved so far, that in the long run, will be more and more important, not only in economic terms but also in the ecological, economic, social, and cultural life.

The geographical position, mild continental climate, mountains, gorges, flora, and fauna, natural and cultural heritage, are key elements of the product, which make Kosovo a popular tourist destination for tourists from the country, the Balkan region, as well as international - foreign visitors, including the Kosovo Diaspora from different countries, comprise the largest number of guests staying in Kosovo.

EU Green Deal and the Green Agenda for the Western Balkans

The soft tourism concept follows the concept and principles of the EU Green Deal and the Green Agenda for the Western Balkans. The Western Balkan region, on its path to join the European Union was fairly quick to subscribe to the European principles and standards, but continuously fails to implement them. Many challenges are ahead, but at the same time, the new policy under development – the Green Agenda for the Western Balkans – offers much more opportunities to overcome these challenges. Following its previous logic of Cohesion Policy and Instrument for Pre-Accession (IPA) policy, the European

Commission has put forward the EU Green Deal focused on EU member states, and additionally proposed a Green Agenda policy for the Western Balkans countries.

Soft tourism in Kosovo and Decani area, a chance for the domestic tourism

Kosovo tourism industry suffered from the COVID 19 Pandemic more than any other sector, at first place the Incoming travel agencies, due to the cancellation of all groups and individual bookings for the 2020 and the first semester of 2021. Following by hospitality, gastronomy, tourism transport, community tourism and tourism shopping. However, more domestic tourism movement within Kosovo, happened in some periods, according to the pandemic situation, specifically at the mountainous regions all over the Country. This trend is going on, with the prediction of more internal visits of domestic tourists, in the favorable ease of the pandemic and the more efficacy on vaccination of the citizens. More visits and stays are expected during the summer vacation period, jointly by diaspora and their families living in Kosovo. Mountaineering associations, clubs and NGO, are organizing the group visits throughout the Country. More families are frequenting their Stanet/chalets and mountain villas, expected to continue during the summer vacation. It is quite sure that this trend will follow in coming years, providing the citizens of Kosovo, international visitors, diaspora and regional tourists, with all kinds of experiences that soft tourism forms provide.

Introduction

Methodology

The Assessment was conducted over a three-week period by the contracted Tourism Expert, with expertise in Tourism Planning and Development, Tourism Product Development, and Project Cycle Management. In conducting the Assessment, the Expert began by conducting a literature review to identify sources of documentation relevant to Kosovo Tourism Development, specifically the Soft Tourism experiences and opportunities, both at the Kosovo level and Decani area, with the focus on biodiversity conservation and environmental protection in Kosovo and Decani area. The Expert, organized several visits with related stakeholders, with the aim to meet with representatives of 4 Kosovo Government Ministries. He also visited the Mayor of Decani Municipality and his staff, related to the Economic and Tourism sector, tourism and heritage NGOs, as well as various regional biodiversity and environmental specialists. He paid visits to tourism and hospitality business representatives, the Handicraft Association 'Jeta', and members of the Local Action Group. The Expert continued in Prishtina, meetings with a diverse range of people from government agencies, donors, and civil society, in order to gather and review relevant documents. As part of the Visit to Decani, the Expert takes half-day visit at the Decani Gorge and Bjeshket e Nemuna/Prokletije National Park, visiting several locations with the aim to discuss the Municipality plans for tourism development, according to the Draft Municipality Development Plan, which should be in conformity with protected zones. During the field assessment, the special interest and talks were focused on the necessity of the Tourism Zoning and Regulative Planning. The Expert, during his fieldwork, has collected and consulted drafted development projects, both at the Kosovo and Decani institutional level, related to Tourism Development and Biodiversity Protection.

The Research Paper is focused on the timing and normal flow of the post-war period, actual situation and the future, related to the economic and tourism development, between 2000 and 2020, with the exception of the abnormal Pandemic COVID 19 the year 2020, hoping that this unfortunate situation will come to an end at the close of this year. As an exceptional period, will be remembered for its huge negative impacts in all economic sectors, with exceptional impact in the whole tourism industry, including hospitality, gastronomy, tourism transport, and the community tourism sector.

1.1.A brief overview on Kosovo tourism development and actual situation on soft tourism development

1.1.1. A brief overview on Kosovo tourism development

Kosovo as a tourist destination is still not sufficiently researched. Hundreds of kilometers of mountain ranges, mountains and endless mountain trails, rushing rivers and lakes, hundreds of picturesque villages, countless customs and traditions, attractive traditional arts and handicrafts, with Traditional Gastronomy, based on antiquity and pure natural products, donated by fertile land, represents wealthy of tourism potentials and resources. Kosovo, with its unique hospitality, warmly welcomes individual visitors, small groups and organized groups of tourists. Here, nature, culture and tradition, are unparalleled and unique, yet relatively unspoiled.

Tourism development and hospitality in Kosovo, based on time and historical circumstances, can be considered in three periods of cyclical and highly controversial movements: with degradation and destruction in the second period, as well as dramatic, positive changes in the third period.

- a. **Significant development period of the 70s**, within the former Yugoslavia, when significant capacities of tourist structures were built, the professional-managerial and operational staff were educated, on a relatively good level, in Kosovo and in the most popular centers in the republics, then within the Federation, and Kosovo was supported to breakthrough towards the domestic and international tourism market.
- b. **The degrading and destructive period of the 90s**, after the abrogation of the Autonomy of Kosovo, the breakup of the Federal state and the economic system, with devastating consequences for Kosovo and all its economic sectors, the industrial and road infrastructure, the militarization of Pristina Airport, the drastic decline of the travel of international tourists to the Country.
- c. **The period after the Kosovo War and Liberation**, from mid-1999 onwards, when Kosovo initially faced the period of infrastructure reconstruction, the reopening of Pristina International Airport, changes in the economic system, and the process of Privatization of socially owned enterprises, often unsuccessful, but continuously, with the strengthening of the privately-owned economy and the free market, with quite dynamic positive consequences for the growth of the privately-owned sector.

In the absence of strategic plans and proper development orientations, at all levels, the tourism sector, in the post-war period, has marked the beginning of development, relatively unplanned and unoriented, with a concentration of the largest number of accommodation capacities, out of the attractions and urban centers.

However, in this post-war period, significant capacities of accommodation, gastronomy, and tour operators have been built and operated, as initial preconditions for greater employment and better opportunities, while providing services to local, regional and international visitors, including visitors from Diaspora. This contribution and gratitude go to private businesses, international governmental supportive agencies (GTZ - GIZ, USAID, UNDP, Swiss Contact, European Commission, Council of Europe, ADA, etc.), and a small number of municipalities.

After the end of the Reconstruction period and the beginning of operation of new hotels and other accommodation capacities, all over Kosovo, the first Incoming Tourist Agencies started operation, partnering with well-known international Tour Operators in Europe, USA, Canada, Japan, Taiwan, as well as in Balkan region. Since 2008, different classic and more tailored tours were organized, both in pre, high and postseason, organizing multiple tasks and multiple day visits in Kosovo and neighboring countries (Regional Tours), including daily excursions to the mountain areas of Sharr and Accursed Mountains. Specialized diverse science research groups, visited Kosovo in multiple-day visits, like 11 day visit of science team from Copenhagen, interested in Endemic Flora in all mountain areas in Kosovo. Since the 2009 and ongoing, many small groups, couples, interest groups and individual tourists, with an increasing trend, visited Kosovo in so called 'City Break Tours', many of them visiting local communities in mountain and rural areas, around Kosovo. In the same period, was established the first Tourism Consulting company, supporting both local agencies and hotels/Resorts on Business Planning and Development, Product

Development and Destination Management. Thanks to the support of the international partners, primarily the Italian NGO ‘Trentino con il Kosovo’, in 2005 started the first Outdoor activities, establishing two very important tourism related NGO; ‘Rugova Experience’ for soft forms of tourism and ‘Merimangat’, for Hard Adventure like Rock climbing and speleology. In the same period started the activism of mountaineering and their associations at the regional level in many city centers, and the first female mountaineering champions like Uta Ibrahim, taking part at the world stage of high rank mountaineers. The first business community NGO and Associations were organized and operated, enriching the stakeholders experience and professional expertise.

All large hotels, emerging from the flourishing 70s as ‘social owned’ properties, during the 90s, suffered degradation and destruction, due to the lack of business, investments, even basic maintenance, among them the emblematic Grand Hotel ‘Prishtina’, once in Ex-Yu considered among the best 5* hotels. In the post-war period, all hotels were supposed to pass the ownership transformation through the Privatization Process. In fact, due to the unsuccessful process, many of them, like Grand Hotel ‘Prishtina’, remain in a terrible situation, subject to the various processes of justice. A few good examples of successful transformations are Hotel Dukagjini in Peja/Pec and Swiss Diamond Hotel in Pristina, Fish Farm and Resort ‘Trofta’ in Istog, as well as the Kllokot Spa Center, in Kllokot.

Relatively good results in the tourism and hospitality industry introduced private businesses, thanks to their private business initiatives, passing through multiple challenges, they remain cut-off, without understanding and support by central institutions. Even in the education sector, there were more attempts and experiments to improving the situation on professional education, initially at the pre-university level, and higher education. Finally, the new Curricula, prepared and based on best practices at the European and regional level, are ready to start in the new school year 2021/2022, giving priority to professional and soft skills, on organization, coordination, and operation of business processes.

At the central institutional level, Tourism and Hospitality, since the beginning, were added to the Ministry of Trade and Industry, at the beginning at the level of a Department for Tourism, declining it later, at the Division level, with low scale interest, budget, and professional human resources. At the beginning of 2006, German Government Agency GTZ offered their support in several directions and projects, focusing initially on the preparation of the Draft Strategy of Tourism, as well as the professional education, training of Tour Guides, initiating the Project of the Cross border cooperation between Kosovo, Albania and Montenegro (actually ‘Peaks of the Balkans’). During 2007, the 7 intensive months’ work with all related stakeholders on the project ‘Tourism Development of Bjeshket e Nemuna’ (Accursed Mountains), continuing the next year 2008 on the similar project, ‘Tourism Region of Sharr Mountains’. Unfortunately, both the abovementioned projects, as well as the Draft Strategy of Tourism in Kosovo, were never passed by the Government and Assembly of Kosovo, obviously, due to the lack of political will, ignoring and neglecting the interest of Kosovo, the business community and its citizens.

In similar supportive activities and projects, were engaged all mentioned donors and international government agencies, with great impact on tourism businesses, and some initial successes with government bodies. When the whole world, both developed and developing countries are prioritizing the tourism sector at the top level, it is about the time for Kosovo Government, International supporting agencies and all related stakeholders, to take the similar approach and give the chance to faster, well planned and coordinated Tourism Development of Kosovo, focused, for good reason, on Soft Tourism Development.

Besides the Ministry of Industry, Entrepreneurship and Trade, responsible for tourism development, there are at least 4 other ministries, somehow linked and with some effects in tourism development, namely the Ministry of Culture, Youth and Sports; Ministry of Environment, Spatial Planning and Infrastructure; Ministry of Agriculture, Forestry and Rural Development and the Ministry of Education, Science, Technology and Innovation. Having the authorization, financial resources, and responsibility to work closely with the responsible ministry and their organization bodies, due to the lack of political will, knowledge, and awareness, there is now adequate inter-ministerial cooperation, so much needed in joint

development programs in tourism, specifically in soft tourism, including the community-based tourism (ECO, AGRO and Rural Tourism).

The international community, diplomatic offices, and other supporting agencies insisted many times, calling on joint action of all related ministries, towards an improved organization and activities on the Sustainable tourism development, targeting on Environment protection, positive impacts on climate change and community development, expressing their will and readiness to support such necessary actions.

1.1.1.1. The Importance of the tourism development in Kosovo

Kosovo Tourism Development must be one of top Government priorities
<ul style="list-style-type: none">• Utilization and economic use of rich natural resources• Use of natural and cultural resources in a recoverable way (enjoying landscapes, natural beauties, mountain running rivers and lakes, flora and fauna, sightseeing city tours, etc.)• Domestic and International promotion of rich cultural heritage• Promotion of foreign and domestic direct investments in the field of Tourism and recreation• Significant employment growth, in general, and especially of women and youth• Stimulating private, individual, and family economic initiative, through Community based Tourism and family initiative, as an effective tool for poverty alleviation, and accelerated family economy development• Strengthening the export sector and significantly improving the trade balance with foreign countries• More balanced regional development at the national level.

Besides all challenges and the lack of institutional understanding and support, we should state and promote widely, the economic impacts of the Tourism industry in Kosovo, jointly with the social and environmental impacts. Every year in Kosovo, the following beneficiaries profit from tourism and hospitality:

Beneficiaries from Tourism and Hospitality in Kosovo	
• A large number of employees, as well as their families,	
• All other economic sectors:	
• Trade-in consumer goods,	• Transport,
• Trade-in food items and beverages,	• Construction sector,
• Agriculture, livestock, beekeeping, fisheries,	• Traditional Arts & Handicrafts
• Food and beverage industry,	• Crafts,
• Trade-in fuels,	• Local community and their families,
• The food industry,	• Cultural community,
• Kosovo budget and municipal tax funds, etc.	• Religious community, etc.

Unfortunately, both at the central level of the country and the local level of the Capital City, it appears there is little understanding of tourism, not just about leisure and fun, but as a complex sector comprising a whole set of scientific and experience issues that need to be adequately understood, recognized, learned, and applied.

1.1.1.2. Some basic statistical data on Kosovo Tourism

Besides some recent improvements, revealed by touristic statistics, there are still gaps and doubts on the real and based data, related to the accommodation capacities, arrivals, and “who” are real international tourists, which are not adequately based on UNWTO Definition and Statistics. There is a gap, specifically in the number of international tourists, based on border entry points and hotel arrivals. Obviously, inadequate statistics are excluding Kosovo Diaspora from the group of international tourists, considering

them wrongly as usual Kosovar citizens, no matter that their permanent domicile is in various European and overseas countries.

As a matter of fact, Diaspora visitors are excluded in other statistics as well, as overnight accommodation, Tourist expenditure, in hotels/motels, restaurants, tourism transport, shopping, internal transport, high expenditure for family events and wedding parties, etc. According to some professional analyses and estimations, the inclusion of the Kosovo Diaspora and their direct contribution to the group of International Tourists/visitors, other than remittances, will change the whole approach and real evaluation of the International Tourist Arrivals and Expenditure. Taking into account over 450 thousand Diaspora arrivals in Kosovo, throughout the year, estimating every arrival with around 7 days stay, and the average daily expenditure of 70 euro on direct payments on various services, we could estimate a supplement income at the state level (uncounted actually) of over 220 million Euro.

Tourist accommodation capacities in Kosovo according to the type of accommodation *)

Based on data from the Statistics Agency, Kosovo has over 11,101 beds for guest accommodation, with 7077 rooms which are spread over 466 accommodation units. The largest number of accommodation units belongs to hotels, with 214 units and motels with 177 units.

Accommodation types	Units	Rooms	Beds
Hotels	214	4457	7195
Motels	177	2132	2836
Guesthouses	10	46	99
Hostels	9	43	171
Apartments	15	25	32
Bungalows	41	374	768
Total	466	7077	11101

*) Hotel statistics ASK 2019

- Prishtina is the region that has the largest number of units, beds, and rooms available for tourist accommodation. After Prishtina, follows Prizren and Peja, with the capacities available for the accommodation of tourists. According to estimates, Kosovo has about 1 bed per 1km2, and 0.006 beds per capita.
- According to the estimations, in Kosovo, are
 - Over 550 accommodation units for tourists, of which some 22% are larger hotels with restaurants.
 - According to the ASK statistics in Kosovo are over 11,680 rooms.
 - In larger hotels over 50.6% of guests are international tourists, some 22.7% are from the Diaspora and 11.8% are local visitors.
- The economic impact of tourism on accommodation units and restaurants, has been calculated as follows: €153 million in 2017 and over €202 million in 2018.
 - Alternative accommodations via the Airbnb platform represent a fast-growing trend; Currently in Kosovo are over 450 properties hosting visitors from all over the world through Airbnb.

In addition to the dimension expressed in numbers, the tourism development in Kosovo incorporates other dimensions that are just as important. Tourists have varied interests: the culture of the country, its architecture, gastronomy, history, spiritual heritage or cultural events. As a complex sector, the successful management of a tourism destination is closely linked with the collaboration of different stakeholders at the regional and municipality level.

Although there have been some initial positive developments, especially with some municipalities, the tourism and hospitality industry continues to be among the most overlooked sectors, without adequate consideration and support. Despite the insufficient level of awareness regarding the importance of tourism, especially at the national institutional level, the existence of rich natural, civil and cultural resources, in

particular the engagement of human ones, has influenced the continuous increase of visits, arrivals and tourist accommodation, in all regions of Kosovo, in particular in Prishtina, Prizren, and some other urban centers, as well as at the very attractive mountain areas of mountain massifs of Bjeshket e Nemuna/Prokletije (Accursed Mountains), Sharr Mountains, and Kopaonik Mountains.

Taking into consideration the concentration of the largest number of tourists in 3 largest urban centers in Kosovo, namely Prishtina, Prizren and Peja, one could readily conclude that the majority of tourists are focused on a small number of tourism forms and types, as Urban Tourism, Cultural and Religious Tourism, Business Tourism, Visits of the families and friends.

Analyses

1.2. Tourism resources in Kosovo, specifically in Decani area

The term tourist resource means attractive natural and cultural resources and goods, ie elements of the spatial system, which have a stimulating effect on tourist movements, to satisfy a wide range of tourist needs and create the desired tourist product.

Attractive properties of a tourist resource, are the properties of resources that make it possible to satisfy tourist needs, which are called attractive properties, and they can be:

- Recreational,
- Curious,
- Sights,
- Aesthetic

Kosovo has a good potential for tourism development. It has abundant natural resources, within convenient geographical layout. Some of the special tourist resources relied on distinctive morphological, hydrographic, climatic features, and other attractive elements, which make Kosovo one of the most attractive tourist spaces in the region.

Although Kosovo does not possess some popular resources, such as the sea, it has outstanding natural potential and other opportunities for the development of almost all forms of tourism, in the range of first, Outdoor, winter-sports tourism, mountain, health, cultural and urban, transit, education and business tourism, etc.

Studies have shown that in Kosovo there are opportunities for the construction of 20 winter tourism centers, which can provide very good conditions for the development of winter-sports tourism, according to international standards.

1.2.1. Natural Resources in Kosovo

- **Gorges, canyons, and caves** are attractive relief forms with tourist motifs. The aesthetics and curiosity of the gorges make these extremely attractive for tourism. The Bjeshket e Nemuna/Prokletije (Accursed Mountains), Sharr massif, are the richest regions with gorges, caves, and canyons. The most popular in Kosovo are:
 - **Rugova Gorge**, Kaçanik Gorge, Carraleva Gorge, Ibar, etc. Rugova Gorge with its natural beauties is the most famous gorge in the region and beyond.
 - In Kosovo, the most famous canyon is **Mirusha Canyon**, which has a system of 13 waterfalls and 16 large and small lakes, with magnificent beauty.
 - **Caves** represent relief geomorphological forms, which have a special role in tourist activities. In Kosovo, in addition to the Marble Cave of Gadime, there are other caves, which are not yet sufficiently prepared to be visited by tourists such as the cave of Radavc, Panorc, Petreshtica, Bresalc, and the Great Cave in Rugova Gorge, etc.

- **Hydrographic Resources** are a very important element of a country's natural heritage. Through surface and groundwater can be shown the natural complex of geological composition, relief, climate, flora, and fauna as well as human activity for the adaptation and use of hydrographic elements, to meet various needs. The geographical position of Kosovo, with an average height (811m), the closure of its space with medium and high mountains in the peripheral parts, created conditions for the formation of the hydrographic node in Kosovo. Kosovo waters in Suka e Dermanit on Mount Nerodimja are divided and discharged into three basins: the Adriatic Sea, the Aegean Sea, and the Black Sea.
 - **Rivers and natural activity that rivers have** in their valleys, also serve for the development of tourism.
 - ✓ The tourist importance of rivers, in addition to the focus on their use for bathing, the development of sports, such as swimming, fishing, canoeing etc., those with canyons, gorges, and waterfalls that they have, present attractive attributes for tourism development.
 - ✓ Kosovo Rivers are known for their attractiveness and natural aesthetics, which can be used for tourism development such as Mirusha, Drini River Springs, Nerodimja, etc. with their stunning natural attractiveness, they are quite interesting attractions for tourists.
 - **Lakes**, there are in almost all geographical areas and at different altitudes, which are important for tourism development, especially in continental countries, which have no sea. By type, lakes are divided into:
 - ✓ Glacial lakes,
 - ✓ **Relict (Artificial) lakes.**
 - Glacial lakes are the most beautiful of all kinds because they are found in mountainous areas and are an integral part of the attractions of mountain massifs. Kosovo is rich in these two types of lakes. Glacial lakes in Kosovo are mostly found in the Bjeshket e Nemuna (Accursed Mountains) and the Sharr Mountains.
 - ✓ In the Bjeshket e Nemuna (accursed Mountains), the following lakes are popular:
 - In the mountains of Gjeravica are Big Lake, Small Lake,
 - In Rugova: Leqinat Lake.
 - ✓ In the Sharr Mountains there are 16 lakes, the most famous:
 - Meadow Lake
 - Lake Bogovinje
 - Black Lake
 - Lake Jazhica
 - Upper Lake etc.
 - **Thermal waters**, Kosovo has important thermal water resources, which are used for medical and recreational purposes. These resources are not used rationally and have not been sufficiently researched. Officially there are only three healing baths, of the classic type, mainly healing:
 - ✓ Peja Spa,
 - ✓ Kllokot Spa and
 - ✓ Banjska (north of Mitrovica)
 - ✓ However, there are other springs, which are not used and have not been researched, the most popular are Water sources in Malisheva, Uglar, Poklek, Dobërqan, Lluzhan, and Decani, etc.

1.2.2. Anthropogenic Resources and Values in Kosovo

The Republic of Kosovo is located at the center of the South-Eastern Europe, stretching among northern hemisphere parallels 42° and 44°, occupying the central area of Balkans Peninsula, representing an important link-up between the Middle Europe and the South one, Adriatic Sea and Black Sea. It has an area of 10 908 km². Kosovo is a propane state and neutral in confession religious matters.

Kosovo represents a wealthy treasure of ethno-cultural, material and spiritual heritage of various historical periods, with high diversification of nationalities, languages, traditions, religions, all based in an extraordinary hospitality.

Kosovo's heritage represents a mosaic of cultures of various historic periods, conditioned under historic, social, economic and religious circumstances. The entire artistic value as a heritage belongs to various styles and characters, where autochthon inhabitants were the bearers, so Albanians and other who lived in this area. Most important among Cultural heritage: Prizren – Museum City, with its archaeological Fortress, Old Orthodox Monastery and Serbian churches, Old Catholic Church, Ottoman style heritage like mosques, Old Hamam, old houses and bridges; Prishtina/Pristina Capital City – National Museum and Ethnological Museum, National Library, recently built Catholic Cathedral as Bishop Center; Gjakova – Old Bazar, Ethnological Museum, as well as rich Ottoman style mosques and Tekkes, Catholic Church; Peja/Pec with its Old Bazar, Serbian Orthodox Patriarchy, Ethnological Museum, old mosques, old Urban Kullas and houses; Decani with its famous Decani Serbian Orthodox Monastery, Dukagjini authentic built Heritage Kullas and old houses; Gracanica with its famous Serbian Orthodox Monastery Gracanica and Ulpiana archaeological site; Novoberda, old bridges, and specifically very rich handicrafts and artisan products

Anthropogenic tourist resources are anthropogenic elements of the spatial system, whose properties can be valorized for the needs of tourism. They arose and are emerging, as a result of the material and spiritual culture of the society in space and time. Anthropogenic tourist resources are divided into:

- Ethnographic
- Artistic
- Ambient and landscape
- Events
- Specially built (recreational and entertainment) attractions

➤ **Ethnographic resources** that can be valorized for tourism purposes in Kosovo - Due to historical circumstances, there are various ethnographic tourist resources in Kosovo, of different ethnic groups, denominations, languages , and spiritual specific characteristics. The cultural heritage is extremely rich because there are few regions in Europe, with so many dynamic historical and social changes.

➤ **Tourist valorization of spiritual culture**

- ✓ Customs are so diversified, given the multicultural population, different national communities, and customs of a regional character, within the same national communities,
- ✓ Religious customs of communities of Islamic, Catholic, and Orthodox faiths,
- ✓ Religious holidays - Christian holidays, Catholic and Orthodox Christmas, Easter, Ramadan, and Eid, etc.
- ✓ Festivals - patrons and fairs within the church, village, etc.
- ✓ Traditional ways of doing agrarian work and food and beverage production - harvesting blessings, mowing, harvesting grapes, grinding flour in a water mill, cutting the poster (cattle or pigs), roasting brandy, etc.
- ✓ Traditional handicrafts - tailoring crafts (Kosovar embroidery, sweaters, plisat, shajkaqet), jewelry or filigree, ceramics, blacksmiths, and others.
- ✓ Traditional meetings to work together, to provide mutual help and support - moba, poselo, prelo, etc.
- ✓ Traditional national music and games - dances (Kolo), in different regions and national communities, national games, mainly during the summer, during the arrival of the diaspora in Kosovo.
- ✓ Rural and urban folk costumes, such as props during presentations to tourists, at various festivals and events.

➤ **Artistic tourist resources** are the most complex and diverse among anthropogenic resources and include heritage and contemporary fine arts, musical, theatrical, architectural, and applied arts.

Immovable cultural property or Built Heritage in Kosovo: 4 Monasteries on the UNESCO World Heritage List: Gracanica Monastery, Visoki Decani Monastery, Pec/Peja Patriarchy etc, Old Stone Kullas (Towers), Old Mosques and Tekkes, Old Stone Bridges, Old Urban Houses, etc.

➤ **Ambiental tourism resources** can be individual cities and rural settlements, old towns, or especially attractive urban and rural units, which represent a relatively homogeneous and recognizable urban and architectural, whole with aesthetic, curiosity and landmark properties and with a concentration of activities that are interesting for tourists, like Prizren Old City.

➤ **Manastir Visoki Decani** - The Visoki Dečani Monastery (Serbian: Manastir Visoki Dečani, Albanian: Manastiri i Deçanit) is a medieval Serbian Orthodox monastery, located near Decani, Kosovo, where live and serve a Brotherhood of about 30 Monks (Serbian: Bratstvo monaha). It was founded in the first half of the 14th century by Stefan Dečanski, King of Serbia. The Visoki Dečani monastery is located by the Decani Lumbardhi river gorge at the foot of the Accursed Mountains, about 2 kilometers from the town of Dečan. The monastery is managed by the Serbian Orthodox Eparchy of Raška and Prizren. The monastery is part of the World Heritage site named "Medieval Monuments in Kosovo", one of most visited sites, by local, regional and international tourists, enjoying support of experienced guides and specific memorable hospitality.

1.3. The approach to opportunities of the Soft tourism development in Kosovo and Decani area

Soft tourism - Besides nature preservation, a common trait for all tourism that aims at environmental compatibility, as well as human health protection, this type of tourism has other purposes: on one hand, **social purposes** (respect for customs, traditions, social and family structures of the local population), and on the other hand, **economic purposes** (equitable revenue distribution, tourism offer diversification). Soft tourism sets itself away from the artificial and impersonal forms of the mass tourism.

In Kosovo, we have an increasing number of soft tourism experiences, like Outdoor Activities, mostly soft forms of adventure (soft forms of hiking, trekking, mount biking, horse riding, fast river canoeing), as well as 'harder' adventure forms (rock climbing, via ferrata, cave expeditions, paragliding), either within Kosovo, at the regional level or welcoming international tourists via international Outdoor Projects, like 'Peaks of the Balkans', its extension at Sharr Mountains, and recently incorporation in 'Via Dinarica' Outdoor Project.

There are several experiences of soft tourism, realized in several basic forms of outdoor and other activities at the mountain areas and urban centers in Kosovo.

Several successful soft tourism experiences at mountain areas and urban centers in Kosovo
<ul style="list-style-type: none">• Early bird of pioneering outdoor tourism in Peja/Pec region, by first tourism-related NGO 'Rugova Experience' supported by the Italian partners 'Trentino con il Kosovo', cooperating with the Peja/Pec Municipality and other stakeholders, contributed so much on Outdoor Tourism Development and first experiences of rural tourism in 'Reka Allages' village at Rugova Mountains;• Organized daily and weekend tours, for groups and individuals of Kosovars and internationals working and living in Kosovo, by Mountain clubs and association of all regions of Kosovo; According to the Agency of Statistics of Kosovo, the number of local visitors who visited in 2018 various destinations within the country, was 108,043;• Daily visits at the mountain and ambiental areas of international tourists, during their multiple task and days in Kosovo, easy to medium hiking and trekking, landscape experiences, community based visits, enjoying their way of life, farming, local cuisine and storytelling experiences;• Accommodation, traditional food and outdoor experiences in Community based tourism Boarding Houses and accommodation in traditional Stanet (mountain Chalets);• Wild animals and Bird Watching experiences in Prizren and Dragash mountains;

- Bear Watching at Bear Sanctuary, near Prishtina, with hiking and trekking experiences in internal and external walking and trekking trails, of different longitude;
- Wild animals Watching at the Sanctuary in ‘Blinaje’, near Lipjani;
- Day sightseeing visits in rural and urban areas, experiencing both cultural and natural heritage attractions and activities;
- Multiple days visits of scientists from European and overseas countries, exploring very rich and diverse biodiversity, specifically endemic flora and fauna of Kosovo;
- Regular multiple days and tasks, Education/Learning tours of international students, from various universities and DIS Institute, since 2009, in Spring and Autumn tours, experiencing learning visits, besides the meetings with Kosovo and international institutions, very fruitful visits with local communities, all nationalities, at the most remote mountain villages.

1.3.1. Actual situation and opportunities on soft tourism development in Decani area

Decani area, including extraordinary mountains in Highland and marvelous fertile Dukagjini Valley, according to the national and international institutions, represent the best opportunities to develop Mountain Tourism – Hard forms of Tourism (Winter sports, Mountaineering, Rock Climbing, Speleological exploring, Paragliding, etc.). Decani area can initiate and start using great opportunities of Soft Tourism – Outdoor activities, Community based tourism (ECO, Agro and Rural Tourism), contributing to the municipality and local community development and wellbeing, being aware of biodiversity protection and cultural heritage respect and preservation.

Decani area is well-known for its cultural and historic heritage, both built and spiritual, belonging namely, Extraordinary and best preserved ‘Visoki Decani Monastery’, a UNESCO Listed World Heritage Site, which is the most attractive, specific Orthodox Monastery in Western Balkans. The Monastery is a hot spot in all organized groups` Itineraries, as well as small groups and individual visitors, from the Balkan region and international visitors, visiting and staying in Kosovo.

Built heritage in Decani and West Dukagjini Valley, are also well-known for the so-called ‘Stone Culture’ in traditional construction of Dukagjini unique Kullas (Stone Towers), Old traditional houses in urban and rural areas, stone bridges, water mills, and Hambars (Crops` warehouses). Traditional folklore (songs and dances, national plays...), unique traditional costumes, traditional arts, and handicrafts, including traditional festivals, represent a good base for soft tourism development, either as sole attractions and activities or combined and integrated with other elements of tourism product and experiences.

The lack of investments in road construction, electricity, and other necessary infrastructure has slowed and stopped the interest of Diaspora and international investors, to invest in Mountain and other forms of serious Tourism Development projects, in this area. Besides the serious studies of the Potentials and Resources, as well as Concept Ideas, both in Former YU and in the postwar period, unfortunately, due to the lack of adequate institutional policies and practices, Decani area is too far to start with serious investments and serious development projects in Mass Tourism (Winter Ski projects). Even the international projects of the Outdoor Tourism, due to the low interest and awareness, probably the lack of experience and budget, left Decani area out of the regional project ‘Peaks of the Balkans’ and actually very important incorporation of extraordinary natural resources to the Regional project ‘Via Dinarica’. The huge problem is the lack of accommodation capacities in this area.

In former Yugoslavia, in Decani town and surroundings, existed one old hotel at the center of the small town, and another medium capacity, low standards hotel in the tourist location ‘Podi Geshtenjave’, near ‘Decani Monastery’, which are either deconstructed ore in ruins. During the mid and late 80-ties, started construction of a new larger hotel, pretending higher standards and capacities, which because of wrongly investment policy and practices during the 80-ties, as well as an interruption by Serbian regime during the 90-ties, was never accomplished and finished, actually half in ruins.

1.3.1.1. Two very important touristic locations for education and social tourism development

In Former YU, Decani was a center of two very important tourism projects, which functioned for decades, namely, the ‘Pushimorja e Fëmijëve’ (Children’s and Youth Vacation Camp) and Workers Vacation Camp ‘Napredaku’.

The former worker's vacation camp, which in that time of its operation, served as an example of Social Tourism, needs to be activated again, normally operating with the approach and needs of Soft Tourism guests and visitors. The location is ownership of Decani Municipality and could be in soonest terms prepared the Feasibility study, offering it at the level of International Tendering, according to the Kosovo Law on Strategic Investments. Besides the social component, the Resort can support and offer their services to different organized groups and individual tourist, mountaineering tourists, visiting mountains of Decani and Junik, as well as visitors of the Decani Monastery, offering valuable soft tourism activities, with popular and favorable prices.

The abovementioned approach will stop some wrong initiatives and actions of the Municipality authorities, which started recently, funding the construction of some inappropriate concrete and brick structures, without previous studies and necessary planning, which does not fit at all in a beautiful wooded area. Both the Central and Local institutions need to act according to their role and design function, primarily on the support with appropriate policies, infrastructure, and their active role in a Destination Management Organization, which is more than necessary in the Decani area.

1.3.1.2. Tourism in Kullas - The special forms of Traditional Hospitality

Traditional accommodation structures, Old and unique stone Kullas, located in Decani and several villages around, were constructed in the western part of Dukagjini Valley, in some cases, centuries ago, with the Guest Room or ODA at the top floor. In the case of several villages, near Decani, in Isniq, Dranoc, and Junik, in the village of Nivokaz near Gjakova, as well as in some villages near Istog, there are some Kullas, which are inhabited, some of them ready to welcome guests in a specific and unique way, enjoying some sequences of the life in the past, experiencing full package of their specific products and services, followed by legends and storytelling. This is a unique way of tourism experiences, which needs support on several points, small-scale investment, initial supplies and specific training.

1.3.1.3. The special form of Family Tourism

Almost all over Kosovo, specifically at the mountain ranges of Bjeshket e Nemuna/Prokletije and Sharr Mountains, a significant number of families, spend the summer season, with their cattle and sheep, on diverse mountain areas, within specifically designed mountain accommodation types ‘Stanet’ (mountain chalets), authentically and traditionally built by stones and timber, covered with wooden boards.

Unfortunately, the largest number of Stanet at the highest mountains as well as wooden traditional houses at lower mountain villages were burned and destroyed during the war in Kosovo. In the post-war period, all previous chalets were reconstructed and enlarged, improving their accommodation capacities and other services.

In all the extraordinary locations of Rugova, Decani, Junik, and other mountains, thousands of mountain chalets (Stanet), have been reconstructed, according to the ideas of owners, pretending to save the first authenticity, but somehow with a more modern approach. Unfortunately, there are many cases of illegal construction, in a wrong and damaging way, ignoring the proper adjustment of the reconstruction/construction to the environment, with the strong negative impact on the environment, biodiversity, and natural landscaping protection.

The greatest number of the reconstructed mountain huts or chalet can be used as an alternative form of accommodation, during the hiking season, and as a form of community based accommodation, for domestic

and regional visitors, for Kosovo Diaspora during summer vacations, with half board or even full board services.

1.4. Community Tourism development in Kosovo and Decani area

Community tourism is focused on involving local populations in a tourism development localized and developed to their benefit: they build and manage the accommodation structures, as well as the local services offered to tourists. Local populations have complete control over tourism generated revenue, a great part of the revenue being destined to improve life conditions of the community, giving special attention to the respect for nature and local population traditions. This tourism development form is often combined with production activities development, such as agricultural products transformation or handcraft workshops, whose products are primarily sold to tourists.

1.4.1. Elements of Community Tourism - Local Population

- Accommodation and joint meals in the homes of rural families;
- Benefits from traditional cuisine, traditional arts and handicrafts;
- Special experiences from the traditional Albanian, Bosnian, Serbian, Turkish and Gorani gastronomy of the region;
- Benefits from traditional hospitality experiences;
- Active participation in the daily work of the villagers;
- Accommodation and stay in individual country houses, in B&B services (Bed and breakfast);
- Possibilities of accommodation in empty houses, throughout the region;
- Accommodation in hostels and small hotels/motels in the villages of the region;
- Accommodation in old houses renovated in rural areas;
- Individual, family, and group experiences, in eco and agro-tourism organized by individual service providers and travel organizers;
- Activities of a certain type, during the stay in the villages: cycling, fishing, horseback riding, running, walking;
- Research Tours in exploring rural lifestyles and rural farms.

Besides potentials and resources, Community Tourism is relatively underdeveloped in Kosovo, probably on its pioneering steps, with some very successful cases and success stories, in a very limited number of cases, mostly in the mountain areas.

- The first-ever experience of Community Based Tourism area of Novoberda, including support on destination planning and management, multiple task training of communities' representatives, interested on the development process. The Project, supported by 'CARE International', based in Prishtina, implemented by Consulting Company 'TPD Consulting' from Pristina, was successfully implemented with good initial results on the ground.
- If we could say, the second case was the starting of the Community based NGO 'Shqiponja' at Rugova Mountains village Drelaj, within a family with cattle farm and Bees. The first ideas and initiatives were supported by the German Agency GTZ – GIZ and USAID, as well as Peja Municipality, supported by Consulting Company TPD Consulting. Actually, the Boardinghouse 'Shqiponja' is one of the hottest spots, offering hospitality services, memorable highlander families' hospitality for the regional outdoor Project 'Peaks of the Balkans'.
- Similar cases of the Community based tourism spots were developed and organized in other areas of Peja/Pec, Brezovica, Zymi Village near Prizren, Brod Mountains in Dragash, Junik Gorge and Mountains, Gracanica, Northern Mitrovica area, etc.

Similar Community tourism experiences and multiple activities can be organized in mountainous seasonally inhabited areas, all over Kosovo.

1.4.1.1. Transnational Project 'Peaks of the Balkans'

In order to create income for the local population, stop abandonment of the mountain region of Kosovo, Montenegro and Albania and to bring these parts of the region closer together, the national and local tourism organization and hiking clubs joined forces with the German Development Cooperation GTZ to develop ‘The Peaks of the Balkans’ regions as one destination for outdoor mountain tourism. With the development of a transnational hiking trail, one of only few in the world, a common base for further development was set up.

The transnational project ‘Peaks of the Balkans’ leads through one of the remote and wild mountainous region of Western Balkans. By using shepherd paths and footways, the trail winds through high alpine mountains up to 2300 meters above the sea level and leads through mountains scenery, with a diversity of breathtaking landscapes, varying from green valley to crystal-clear mountain lakes, waterfalls, river, and remote picturesque mountains village, in which time seems to have stopped. All in all a “hidden treasure” for nature lovers and hikers. Until twenty years ago, the region had been almost inaccessible for visitors, which make it an authentic cultural experience and adventure to hike across the three mountains Albania, Kosovo and Montenegro.

One of the challenges to be addressed is why the Decani mountains area is not included in the hiking trails of “Peaks of the Balkans”? One can guess, probably the lack of the interest and engagement of Decani authorities, or the intention of neighboring Peja, which was interested to use as much as possible its mountain territory? Decani municipality authorities together with all stakeholders and Project Coordinators, should take all necessary steps to include and enlarge with marvelous Decani Mountains, taking in consideration numerous accommodation capacities at the mountains, as well as new Road Decani – Plav.

1.4.1.2. Via Dinarica in Kosovo: Accursed Mountains/Bjeshket e Nemuna

The ‘Via Dinarica’ is an international mega walking trail stretching from Albania to Slovenia. The main part of the trail slices diagonally from south-east to the northwest, naturally following the ‘Dinaric Alps’ main ridge, running parallel to the Adriatic coast.

Recently Kosovo Itinerary joint the ‘Via Dinarica’ trails, with extraordinary experiences, offering the opportunity to explore deeper into Kosovo’s hidden natural beauty with hikes in Rugova Gorge (part of Kosovo’s Bjeshket e Nemuna’/’Prokletije’ National Park) and over mountain crests to the border of Kosovo and Montenegro.

Conclusions

1.5. Thinking about Tourism Product Development

The existence of tourism potentials and resources does not primarily mean the level of development of the tourism industry or of a developed tourist destination. This fact is one of the basic preconditions for the development of the tourist product and the tourist destination.

In order to achieve a necessary level of destination development in a locality, region, municipality, or country, it is of primary importance that the central and local government move towards thinking about Product development, incorporating all relevant stakeholders, setting an example of how others are acting on new Product development initiatives.

Regarding the development of tourism products and services, hotel and professional development, in accordance with the requirements of the regional and international tourism market, at the level of the mentioned municipalities, especially in Peja, Prizren, Gracanica, Vushtrri, some efforts have been made and some projects implemented, in accordance with financial possibilities but also with the support of donors. But in the absence of favorable policies of the sector at the national level, even these municipalities

have remained halfway, where instead of adequate solutions, improvisations are made with limited success, as is the case with the inadequate treatment of tourism, as a prioritized, for its powerful value-added production and export. This wrong approach results in the loss of comparative advantages, compared to the competition in the regional market, such as Northern Macedonia, Serbia, Greece, and even Albania, where the tourism sector is supported with all the possibilities, such as subsidies, lower and reasonable VAT taxes, preferential measures in expansion projects and development of new capacities, incentive measures to attract visitors from the international market, etc. In recent years, the interest of international investors, especially those from the Kosovar Diaspora, for direct investments in the tourism sector has increased, with some concrete examples of investments, but insufficient favorable policies have left local investors without support, demotivating direct investments from external sources, in particular from the Kosovo Diaspora.

The main problems, which demotivate local investors, are banking policies and expensive loans, lack of adequate urban planning, lack of tourist zoning and regulatory plans, and in particular, the extremely demotivating bureaucracy of central and municipal institutions.

With the aim of starting the adequate tourism planning, development and management in Kosovo, specifically in Decani area, there is a need of a coordination of all relevant entities and actors, such as: Tourist service providers, professional associations and civil society, local community, communities of faith and heritage preservation and cultivation, etc.

ANNEX I: Actual unfavorable situation of Tourism Businesses in Kosovo

The unfavorable situation of tourism and hospitality businesses in Kosovo

- Significant very expensive investments in hotel infrastructure and gastronomy,
- Extreme lack of professional planning and coordination,
- Extreme lack of professional management,
- Significant lack of professional education and training,
- Wrong and suffocating approach of institutions at all levels,
- Unfavorable tourism policies at all levels,
- Ignoring of business requests and concerns by institutions,
- Significant lack of support with infrastructure investments,
- Sometimes, wrong and inconsistent orientations of donor support, because of non-professional coordination of their activities, by institutions of Kosovo,
- Unfavorable policies and difficult access to favorable loans,
- Lack of foreign investment, due to complicated procedures, heavy bureaucracy and intimidation of potential and interested investors.

ANNEX II: Dimensions of the Tourism in Kosovo

All tourism activities in Kosovo, are related to one or more of the following **dimensions of tourism**.

- a. **Attractions:** Are the primary motivation for traveling. They may be a **primary destination** such as Prizren Old City or **secondary destination** which are interesting places to visit on the way to your primary destination, such as Sharr National Park. Most tourist coming in Kosovo from regional countries, like Albania, Serbia or Northern Macedonia, traveling to Pristina Capital City, or to Prizren, will stopover at Brezovica, Lumbardhi Valley or Prevalla, for a lunch or coffee break,

experiencing traditional cuisine or excellent view. Attractions usually focus on natural resources, culture, ethnicity or entertainment.

- **Natural Resources:** Natural resources are the combination of physical features (Rugova Gorge and Valley, Decani Mountains, Marble Cave Gadime, Drini Springs and Waterfalls), the climate (Prevalla Passage, Brod Mountains), and the natural beauty of the area (Gërmia Regional Park, Decani Gorge and Valley, Kopaonik Old Mountains). The challenge to managing natural resources based tourism is to preserve the natural resource from the impact of the tourist's.
 - **Cultural resources and values:** Culture - a way of life which is observed through a people's religion, history, government and traditions (Ulpiana Archaeological site, Decani Monastery, Sinan Pasha Mosque, Old Traditional Dukagjini Kullas (Stone Towers).
 - **Ethnicity:** Visiting the family and friends (Numerous visits of Diaspora, on Vacation and various Holidays in Kosovo).
 - **Entertainment:** Tourism developments of all sizes throughout Kosovo (Dokufest in Prizren, Prishtina Night life, Sunny Hill Festival in Prishtina, Rugova Autochthones Festival of Songs and dances, Gracanica Festival – Svetkovine i slave, Decani Folklore Festival).
 - **X-treme Tourism:** Tourism based on high adventure activities (Rock Climbing, Paragliding and “Via Ferrata” outdoor activities at Rugova Gorge, and Speleological activities at Peja Mountains).
- b. **Facilities to provide services:** Services provided to tourists on destination, or when tourists arrive at attractions.
- **Accommodation/Lodging:** Represent a variety of services at hotels/motels, Resorts, mountain resorts, SPA centers and campgrounds.
 - **Food & Beverage:** One of most important factor in the overall tourism experience, providing traditional and international food and wine/drink experiences.
 - **Support Services:** Usually are represented by small retail businesses providing souvenirs and personal services. Shopping is an integral part of the travel experience. Tourists seek unique and novel items which represent the area and cultures they visit (Silver handicrafts in Prizren, Peja/Pec and Gjakova).
 - **Infrastructure:** The basic services on which all tourism depends. These systems include water and sewer systems, communication networks, medical facilities, electricity, police and fire protection and roads.
- c. **Transportation**
- **Time and Money concern:** This is the critical component to tourism, the ability to get tourists from their point of departure to the destination and back. The variables of **Time**, how long it takes to get to a specific destination, and **Money**, how much it costs to get to your destination. Tourism developments are dependent on the ease of access and types of transportation available.
- d. **Traditional Hospitality**
- **Traditional Hospitality:** The community's attitude permeates every tourism location that makes the tourists feel welcomed and safe. It is the result of the interaction between the tourist and the local population. Kosovo traditional hospitality, no matter of which communities, is well-known and one of the decisive factors and motivators of visits and memorable stays at various destinations throughout Kosovo.

ANNEX III: Recommendations for local stakeholders

Recommendations

1.6.Recommendation for local stakeholders (government, civil society organisations, citizens of Kosovo, especially of Deçan/Decani area) on the potential, and the strategies for development of Soft Tourism.

Recommendation for local government

- Public authorities to create a suitable climate and adequate framework for the use of resources and to create a favourable commercial level of scope, stopping the misuse of the municipality land for inadequate construction by municipality itself,
- To prepare and work on Strategic Plan for Soft Tourism Development, including all related stakeholders and potential private owners and investors,
- To take urgent and appropriate steps, against the criminal acts on misuse, misshape and degradation of the nature, buildings of touristic value, in the mountains and in the area in general, caused by the illegal constructions and other illegal activities. This should be done by working closely with all responsible authorities, at local and at the State level,
- To take the urgent appropriate steps, on immediate actions against the criminal acts of illegal woodcutting and other damages on water resources and overall biodiversity of its mountain areas,
- Feasibility study on Integrated Tourism Product Development of the Sustainable forms of Soft Tourism (ECO. Community, Rural and Agro Tourism), including all related stakeholders and professional expertise,
- Promote and support Private – Public partnerships,
- Establishment of the Destination Management Organization at the municipality level, including all related stakeholders and professional expertise,
- The municipality directorates and business community, including the DMO, based on Kosovo legislation, to work together on the investment promotion, at the national and international level, with the focus on Kosovo Diaspora,
- Responsible authorities, responsible directorates and agencies of Decani, Peja/Pec and Juniku, working closely with all stakeholders, to enlarge and include hiking trails of Decani and Juniku mountains on the project map of “Peaks of the Balkans”, aiming the enlargement and inclusion on the trails of “Via Dinarika”.
- To support the business activities of the women and youth, specifically to support and work closely with the Women NGO “Jeta”.

Recommendation for civil society organizations

- Women NGO “Jeta”, from Decani, using their long and successful experience and potentials, and its wider networking, to focus their activities on further enlargement of their existing activities, with soft tourism activities and development initiatives,
- Existing and new NGO-s, to work closely, within the DMO, with legal owners of the Mountain huts and chalets, in order to promote soft tourism experiences at all inhabited mountains, offering their alternative accommodation capacities to the local and international tourism market, specifically to the Kosovo Diaspora,
- Organizations of the civil society, NGO focused on the Resources and Biodiversity protection, which are very active in Decani, needs more understanding and support from citizens and authorities, in order to be active and strong members of the DMO.

Recommendation for citizens of Kosovo

- Owners of the available accommodation capacities, to work closer with DMO, travel agencies and Reservation platforms (Arnbnb, etc), offering their capacities as alternative accommodations, both in the villages and mountain inhabited areas in huts/chalet,
- The greatest number of the reconstructed mountain huts or chalets can be used as an alternative form of accommodation, during the hiking season, and as a form of community based accommodation, for domestic and regional visitors, for Kosovo Diaspora during summer vacations, with half board or even full board services,
- Owners of traditional Kullas and old houses, can offer the alternative capacities, either accommodation B&B or their tailored specific products and services, followed by legends and storytelling.
- This initiated unique way of tourism experiences, needs support on several points, small-scale investment, initial supplies and specific training,
- Both citizens and civil society, should engage with more focused pressure on authorities, local and at the national level, to stop the criminal actions of damaging and destruction of biodiversity and resources, specifically at mountain areas, such as pollution and misuse of water sources and streams, flora and forest resources, illegal hunting and fishing, etc.,
- Citizens, living and staying in Kosovo, should change the over consuming misuse of the remittances from their family members living abroad, asking their support on their planning and oriented investment initiatives, on sustainable soft forms of tourism,
- Citizens interested to invest in soft tourism forms, needs to be assisted and supported with planning and orientations on their interest and the interest of the sector and overall economic development.

ANNEX IV: Framework of the Combined Tourism Product Development

1.7. Recommendation Framework of a Combined Tourism Product development

Tourism Product Development in Decani area

Decani as a tourist destination, local and regional tourist values

1. The purpose of coordinating all phases of Tourism Product Development:

- Identification of determinants of the Product
- Identification of Product Elements
- Inventory of Product Elements
- Design of Packages
 - ✓ Combining different Elements in one package and one price
 - ✓ Package Design,
 - ✓ Offering and Promoting Packages,
 - ✓ Tourism product development.

2. Integral purpose of product Development engagement

- Influence and orientation in the most elevated and integrated thinking, on the importance of proactive development of the tourism product,
- Significant increase of consideration towards the Bjeshket e Nemuna/Prokletije and Decani area,
- Promoting awareness of future inventive and development initiatives and actions.

3. Thinking about the current development of tourism means:

- **Traditional approach** to Tourism development
 - ✓ We define the product, this is our product,

- ✓ The Market is targeted, the business engagement focuses on whom and how we will sell the product?
- **Strategic approach** to tourism development
 - ✓ Identify our focused client
 - ✓ According to the type of customers, we choose what kind a product we need for it

4. Tourism in the Economy of Experience, a new era of economics

- In the world tourism market, several years, there is an increased demand for travel, which:
 - ✓ Engage feelings
 - ✓ Stimulate the mind
 - ✓ Incorporate unique activities, and
 - ✓ Hence, relate personally to travelers, in an emotional, physical, spiritual or intellectual level.
- Instead of luxury and relatively static rest:
 - ✓ Interest in experiences at all stages of travel increases,
 - ✓ Experiences are based on strong emotions, experiences, the active role and involvement of the visitor, throughout the trip,
 - ✓ All individual service providers should orchestrate events to be remembered, for their customers, in order to engage each of them, completely personally, individually.

5. Distribution Channels: Current Practices and Potential Opportunities

- Distribution Channels in the absence of the DMO Destination Management Organization:
 - ✓ Tour operators and Travel Agencies
 - ✓ Guides and other promotional material
 - ✓ Print and electronic media
 - ✓ Fairs and exhibitions for consumers
 - ✓ Retail sales via the Internet
 - ✓ Consumer organizations

6. The main elements of the Tourist Product

- 5 Essential Elements of the tourist product:
 - ✓ **Program or Attractions**, as a Primary and most important element of the Product, such as: powerful attractions from Natural and Cultural Heritage;
 - ✓ **The second element** of the product in terms of importance, is **the transport**, with the network infrastructure and relevant means;
 - ✓ **The third element** is, **accommodation and relevant infrastructure**;
 - ✓ **The Fourth Element** is **food and beverages**, and
 - ✓ **The Fifth Element**, according to importance, is **rest and relaxation**.

7. The content of the tourist product is characterized by the following factors:

- **Decisive factors** - Travel motive or Destination with values of primary importance, which cause the visitors experiences of the highest intensity;
- **Auxiliary factors** - communication routes, means of transport from the place of departure to the destination, and
- **Accompanying factors** - accommodation, gastronomy and entertainment facilities and other services, in order to support the experiences, from the arrival of the visitor to the destination to his departure from there.

8. Groups of Attraction elements

- Outdoor Recreation and Ecological Protection
- Cultural heritage - historical and cultural events
- Attractions of Special Interest
- Community Tourism (experiences from local hospitality and traditional Kosovar cuisine)
- Conference Tourism in the salons of hotels / motels in Decani and the Decani Mountains
 - ✓ Mountain - Winter Tourism

- ✓ Mountain - Summer Tourism
- ✓ Other forms of attraction
- ✓ Transit tourism;
- ✓ Alpine tourism;
- ✓ Youth tourism - excursions;
- ✓ Educational tourism.

9. SWOT ANALYSES

10. PEST ANALYSES

Types of Visitor Experiences in Demand

- **Reaching into the Community**
 - ✓ Meeting local people
 - ✓ Kitchen parties, home visits, and farm visits
 - ✓ **Community experiences** provide another popular way to discover and understand people and cultures.
- **Participatory, Hands-On, and Interactive Activities**
- **Special Access, Behind-the-Scenes and Exclusivity**
- **Learning and Discovery**
- **Shared Experiences**
 - ✓ **The social dynamic associated with travel**, getting to know people, creating new and strengthening old friendships or spending time with family is important. This study reinforced this factor as a demand generator.

Pine and Gilmore identify four experiential realms:

- ✓ **Entertaining experiences** are primarily passive yet can be highly absorbing such as watching how the chef chops up vegetables, cracks eggs, flips dough in the air, then giving it a try;
- ✓ **Educational experiences** are informative, increase knowledge, skill, and engage the mind. They can be passive, such as reading interpretive panels at an historic site, or involve active participation such as cooking with a chef, or becoming an archaeologist for a day;
- ✓ **Aesthetic experiences** are passive but have the ability to totally immerse people in an experience. For example, walking the grounds of a castle resort, smelling the fresh flowers, listening to a waterfall, and feeling the breeze; and
- ✓ **Escape experiences** involve active participation and immerse people in an activity such as a spa weekend or visiting a variety of homes on a private garden tour and meeting the owners.

Individually, each of these experiences offers a type of value to the buyer. Companies who consciously integrate all four realms optimize the experiential dynamic.

Essential Ingredients in Memorable Travel Packages

- Based on the findings of a study, there are six essential ingredients that should be incorporated into the ‘experiential recipe’ for success:
 - ✓ Build theme-based itineraries that permit you to layer experiences, sequence events, select the right suppliers, and market to target audiences.
 - ✓ Invest in, train, and retain excellent tour guides and tour directors. They are your front line representative and the person that they will associate with your company.
 - ✓ Pay or suitably reward the specialists, local resource people or experts that provide the interpretation, tell the story, and share their knowledge, culture and insights with your travelers. Budget well enough so that you cover your costs of them join the group for a meal and have time for casual visiting with your travelers.
 - ✓ Ensure free time in the itinerary for self-discovery and optimizing the element of surprise.

- ✓ Use cues and memorabilia to build a connection and emotional attachment with your travelers.
- ✓ Sell dreams and deliver experiences.

What do travelers perceive as ‘value added? What will travelers pay a premium for?

Travelers pay a premium for perceived as ‘value added’ elements of the product	
• Special touches	• Flexibility in the itinerary
• Outstanding, personalized service	• Security, creature comforts
• Personal contact – before and after	• Something new and different every time we travel with you (your organization)
• Small groups	• Authenticity, originality, maintained in the original state, heritage intact
• Special access to facilities	• Fulfilling dreams
• Attention to detail – what detail?	• Sense of pride / giving back
• Unique opportunities, not typically available to the general travelers	• Fantastic interpretation
• Quality guides, escorts	
• Certain standard of accommodation	

ANNEX V: Establishing Destination Management Organization DMO in Decani area

1.8. Establishing Destination Management Organization in Decani Area

Taking into consideration huge and diverse number of natural and cultural resources, in one side and the lack of all kinds of factors and expertise, for their evaluation, Decani needs an urgent intervention with a master management plan and destination marketing strategy, establishing a Destination Management Organization DMO. Oriented on Soft Tourism Development, it is necessary to establishing an implementation body, which will integrate all stakeholders, aiming an adequate and effective Tourism Planning and Development, through the coordination of all individual and engaged residents, business community and organizations, on adequate destination management. The local society, specifically the local authorities around Kosovo, are quite politicized, sometimes taking the development actions, based on political decisions, without prior analyses and planning, without prior consultations with sectorial experts, other stakeholders, away of public opinion. That's why, it is necessary the establishment of regional and local Destination Management Organizations, as apolitical bodies all over Kosovo, specifically in the Decani area.

The Destination Management Organization DMO is an implementation body for the tourism strategy, offering apolitical continuity and integrity to the destination development process and serving the interests of the entire value chain. DMOs are formal structures that build on cluster efforts to manage and market the destination. DMOs develop effectively tourism through building extensive private-public partnerships, developing marketing strategies, and creating visitor information centers for inbound tourists. DMOs market the destination and coordinate individual businesses and organizations. DMOs operate at the national, regional, and local levels.

A primary DMO function is to create a master management plan and destination marketing strategy. Typically, local-level DMOs operate tourism information office, frequently with a retail shop. Some forms of regional-level DMOs are heavily involved in regional promotion and destination management.

DMOs work closely with the tourism businesses and organizations interested in the destination, including hotels, attractions, parks, travel agencies, tour operators and guides, restaurants, retail outlets, and conference venues.

The Role of DMO

DMOs should meet the needs of destinations, whether marketing, coordinating stakeholders, influencing business climate, or assisting human resources development. The DMO should heavily influence the destination's final export — the visitor experience.

Common characteristics of a DMO include:

Registered as an independent, non-profit organization.

A membership-based organization comprised of a mixture of public, private, non-profit, and academic tourism stakeholders from the region:

- Governed by a board of directors or executive committee reflective of the membership and the composition of the destination
- Comprehensive and detailed set of regulations and by-laws published and available to any interested party
- Diverse set of revenue streams: membership dues, hotel taxes, retail opportunities, online booking commissions, advertising in publications and websites
- Services mostly provided free to end users.

Tourism Statistics and Monitoring

High-quality statistics allow a DMO to make strategic changes to programming and maximize resources. Often, government agencies collect baseline tourism statistics about arrivals and revenues as part of immigration and tax collection systems. A DMO can gather data from a variety of sources to provide a better understanding of tourism supply and demand at the destination and beyond.

Industry Indicators

DMOs can use tourism statistics to inventory destination products, assess capacity, monitor changes, and better ensure market positioning by ensuring that rates and availability are commensurate with the competition. The most common means to collect industry data is through a survey, either online or in person.

Data should be collected regularly. Many businesses only contribute their internal data with strict confidentiality. Any analysis that relies on data shared by businesses should be shared with those who contributed.

Common industry indicators include:

- ✓ Hotels
- ✓ Available rooms
- ✓ Occupancy rate: Number of room-nights booked x Number of rooms x Number of days in a month x 100
- ✓ Average Daily Rate (ADR): Total revenue earned by the provider number of rooms sold that day
- ✓ Revenue per available room (RevPAR): Revenue from rooms/total number of rooms available
- ✓ Number of tour operators
- ✓ Personal trips: number of excursions led x number of people in attendance
- ✓ Average daily excursion rate: cost of one excursion/days on the excursions.

Traveler Indicators

Understanding visitor profiles helps to identify target markets, craft meaningful messages, and develop products and resources in such a way that they meet particular demands. Surveys also reach travelers and

can be given while visitors wait in line for an attraction, during a transfer from one location to another, or left at the accommodation to be filled out. Some DMOs reward those that fill out surveys with a small token of appreciation. A disclaimer of strict confidentiality should also be given to the survey taker. Common questions for the traveler include:

- ✓ Age, gender, race
- ✓ Travel party size
- ✓ Point of origin
- ✓ Length of stay at the destination
- ✓ Average daily expenditure
- ✓ Types of activities planned and completed
- ✓ Type of traveler (independent, group, tour)
- ✓ Methodology for booking travel arrangements
- ✓ Level of satisfaction

Above all, indicators should abide by five key elements outlined by UNWTO (2007):

- ✓ Relevance to the selected issue
- ✓ Feasibility of obtaining and analyzing needed information
- ✓ Credibility of information and reliability for users of the data
- ✓ Clarity and understandability
- ✓ Comparability over time and across jurisdictions and regions.

Industry Advocacy

As a membership organization, the DMO communicates regularly with stakeholders to learn their concerns and ideas and reach a destination-wide consensus on issue that stands out from other issues. In turn, the DMO can represent stakeholder interests before the tourism related Ministry (MTNI) and other national government agencies.

The DMO advocates on behalf of the industry to national and regional governments, investors, nonprofit organizations, citizens groups, and indigenous populations. By the DMO's facilitating regular conversations among its members, main issues can be addressed and consensus reached that can be shared with affected parties at the destination. The DMO can also strengthen understandings about efforts and challenges via informational meetings, seminars, and other thematic events focused on cultural heritage management, environmental stewardship, or transportation.

Asset Advocacy

The tourism industry has a vested interest in the well-being of the environment, quality of life of the people, and the preservation of cultural elements that create the basis for visitation. The DMO works with local partners such as non-profit organizations and educational institutions to identify potential threats and improvements for the destination's assets. The DMO organizes working groups and task forces to minimize impacts on at-risk assets such as water, solid waste, and sacred sites.

Industry Support, Growth, and Training

DMOs can also provide training to members to improve destination management, business practices, and community interaction. The training program will target destination managers and marketers, hotel developers, tour operators, business owners, government officials, and others concerned with the long-term sustainability and competitiveness of tourism destinations.

Engaging Residents

Destination residents have a large stake in the tourism industry. In order to maintain a positive relationship between the tourism industry and local residents, the DMO can:

- Invite residents and community leaders to participate in the DMO's executive council or board of directors
- Regularly solicit resident feedback on a website or at strategic locations such as civic centers and government buildings
- Hold regular forums to discuss most important topics.

Local residents that own businesses can also:

- Create a space within the DMO's offices and to place marketing material
- Advertise within DMO publications and on the website
- Develop cooperative advertising agreements
- Create a "friends of" program that allows residents and businesses to express their commitment to tourism
- Create online affinity contests that ask residents to tell travelers about sites in the destination
- Hold regular conversations about the tourism value chain and how local businesses can better communicate and cooperate in order to provide local goods and services to the tourism industry
- Make use of social media to gather input and share stories.

Membership Benefits

- Full-page promotional description on the Decani Municipality website;
- Right to distribute sales brochures of their tourism facilities at the tourism information center
- Business linkages with local and international tour operators to promote sustainable tourism activities in the Decani area
- Access to hotel and activities booking service through the tourism information center and a online reservation system
- Special distinction as a tourism business supporting sustainable tourism initiatives in Decani area
- Opportunity to be featured in press/FAM trips
- Access to valuable market research findings
- Discounts on additional online advertising to travelers

Summary

- The DMO is an independent organization that fills an important gap by advocating for the comprehensive needs of the tourism industry as well as local residents
- DMOs can be organized at any geographical or political level
- DMOs have a number of business models, but generally are non-profit, membership-based with public sector support
- Traditionally, DMOs focus mostly on marketing activities related to promotion of the entire destination
- DMOs can also provide other services that raise the profile and competitiveness of the destination, such as:
 - ✓ Tourism master planning
 - ✓ Tourism statistics and monitoring
 - ✓ Asset advocacy
 - ✓ Industry support, growth, and training
 - ✓ Resident engagement.

Marketing Activities of a DMO

Marketing is often most successful when part of a comprehensive strategy. A marketing plan helps the DMO to prioritize a destination's assets with respect to competitors, identify preferred audiences, and develop an action plan on how to reach those audiences. Many of these activities may extend previous exercises completed in the visioning and overall strategy of DMO development.

Note that marketing and sales, although closely related, are two different activities. Marketing increases customer awareness and delivers a message; sales are the direct action taken to solicit and procure customer orders. Thus, marketing includes activities such as advertising, creating brochures and collateral materials, and public relations; sales encompasses telemarketing, calls, and direct-mail solicitations.

Marketing generates understanding of audiences, necessary to mount any kind of promotion. It clarifies what are current travel trends and perceptions visitors have of the destination compared to other places, among many other kinds of data. The research component of marketing draws on many different sources. Consider the following list.

- Desk research of secondary sources
- Sales, bookings, and reservation records
- Visitor information records, e.g., guest registration cards, booking form data, call center or website data
- Government publications
- Trade association data
- Intergovernmental organizations reports (UNWTO, WTTC)
- Commercial analysis available from subscriptions
- Press clippings about competitor activities
- Qualitative or exploratory research
- Focus group discussions to identify perceptions
- Attendance at trade shows
- Observation of visitor behavior at or around a site
- Trends in the external operating environment of travelers
- Quantitative research
- Traveler behavior pattern studies
- Surveys of visitor perceptions
- Customer satisfaction surveys
- Industry surveys of perceptions and challenges.

ANNEX VI: Definition and organization of protected tourism zoning

1.9. Recommendation - definition and organization of protected tourism zoning

A tourism zone is an area consisting of tourism sites that are closely linked in terms of nature, history, and culture or otherwise. A tourism zone is designed to enable longer-stay travel of more than 2 nights and 3 days through cooperation among its tourism sites, with the larger goal of enhancing the attractiveness of these sites.

Tourism Protected zoning in Decani*

Protecting specifically defined Tourism Zones in Decani area, is a necessary process, and should have happened decades before. It is a fact that Decani area, has very rich and diversified natural resources,

which so far, due to the inadequate political will and law disrespect, is suffering multiple damages up to degradation of the environment and its biodiversity.

In order to stop the damages and degradation of natural and cultural resources, both national and local authorities should take urgent steps of:

- Identification of Tourism Zones and tourism Localities,
- Definition of Decani Tourism Zones and Localities, in compliance with the Spatial Plan and the Strategy of Bjeshket e Nemuna National Park,
- Including all stakeholders and interest groups in its pre-approval public discussion,
- Approve at the Municipality, with the consent of national authorities, the Tourism Zones and Localities,
- Working on the Feasibility study, regarding the framework of probable Tourism Development projects,
- Working on urban and detailed planes of tourism zones, in accordance with Spatial Plan of Bjeshket e Nemuna
- Promotion of the Tourism Zones and localities, with urban and detailed plans, as well as Proposal of Tourism Development Projects, at the national and international level.

*) The approach is based on the project “Product Development of Bjeshket e Nemuna Region” in 2007, Ministry of Trade and Industry, Tourism Expert Group, consisted of Inter-ministerial team, tourism related NGO and municipality directorates, supported by German GTZ – GIZ. The written materials of that very good project, could serve as a base for the proposed new process of Tourism Zoning in Decani area.

Proposal of identification of Protected Tourism Zones and Localities of Deçan/Decani

1. Tourism Zone of Decani with surroundings:

- Locality of Lumbardhi Valley,
- Radoniqi Lake locality,
- Locality of Podi Geshtenjave (Chestnut Plateau)

2. Tourism Zone of Decani and its Mountains:

- Pine trees locality of Decani,
- Locality of Bellea and Pleqes,
- Locality of Kozhnjer,
- Lumbardhi Valley locality,
- Locality Bjeshket (Mountains of Belegu, Prelepi, Roshkodoli, Milishevci, Zllonopoja, Baballoq,
- Locality Bjeshket (Mountains) Zalli i Rupës, Carrabregu, Deçan, Placica e Vokshit, Stanishta e Zogut, Qershizat, Kurvalla.

3. Tourism Zone of Strellci Mountain

- Locality of Strellci Mountain

Proposal of necessary projects related to the Protected Tourism Zones and Localities of Deçan/Decani

Proposed Projects at the municipal level of Decani:

1. Drafting urban and detailed plans of tourism localities:

- Tourism locality Lumbardhi Valley,
- Tourism locality of Radoniqi,
- Podi Geshtenjave Tourism Locality
- Pine Tree Tourism Locality of Decani,
- Tourism locality of Bellea and Pleqa,

- Tourism locality of Kozhnjer,
 - Tourism locality of Lumbardhi Valley,
 - Tourism Localities (Bjeshka e Belegut, Prelepit, Roshkodolit, Milishevci, Zllonopoja, Baballoqit).
 - Tourism locality (Bjeshka: Zalli i Rupës, Carrabregu, Decani, Pllacica e Vokshit, Stanishta e Zugut, Qershizat, Junik, Dobroshit, Kurvalla).
 - Tourism locality of Bjeshka e Strellcit.
- 2. Organizational and institutional scope of the tourism sector;**
 - 3. Completion of the legal tourism infrastructure, in the competence of the local government;**
 - 4. Opportunities and challenges of the Soft Tourism Development in Decani area**
 - 5. Stimulating the development, protection of traditional art and handicraft activities;**
 - 6. Support in the cultivation of traditional gastronomy;**
 - 7. Support for the development of tourism marketing and promotion at the municipal level;**
 - 8. Identification and promotion of marked days, manifestations at the municipal level;**
 - 9. Development of tourist signaling project;**
 - 10. Supporting the development of human resources in the tourism sector;**
 - 11. Promotional activities at the municipal level;**
 - 12. Creating favorable policies for investment in tourism.**

ANNEX VII: Framework Plan for Training of Local Communities on tourism opportunities

1.10. Proposal of a Framework Plan for Training of Local Communities on tourism opportunities

Training of Local Communities on tourism opportunities	
2 days Informative Training Program	
• The opportunities and preconditions of developing community Tourism in Kosovo and Decani	
• Which forms of Community Tourism Activities in Decani	
• Basic Information on Probable Destination – Decani and the wider region	
• The role and interactive impact of tourists within the local community of Decani	
3 days Basic Practical Instructions	
• Information on the offering the Reception and accommodation services	
✓ Practical presentation within the Kullas B@B, Home stays and at the Hotel	
• Information on the Preparation of the Food and beverage products, the Menu and food diversification,	
✓ Practical presentation within the Kullas B@B, Home stays and at the Hotel	
• Basic information on Product and Service Providing I	
✓ Basic instructions on Service Providing; breakfast, lunch, dinner, lunch box, pick nick,	
✓ Practical presentation within the Kullas B@B, Home stays and at the Hotel	
• Basic information on Product and Service Providing II	
✓ Basic instructions on, traditional forms of Service Providing: breakfast, lunch, dinner, lunch box, pick nick,; drinking coffee and tea party	
✓ Practical presentation within the Kullas B@B, Home stays and at the Hotel	
• Joint Resume – Brainstorming on Lesson learned.	

ANNEX VIII: Recommendation of needed policies and strategies to be applied by the institutions

1.11. Identification of obstructions that may be present for development of soft tourism in Kosovo and the Decani area

Better understanding, adequate evaluation and reward of Tourism Sector in Kosovo
<ul style="list-style-type: none">• To change the wrong perception and better understand the importance of the Tourism Industry and Hospitality,• To learn more and offer more constructive political will, to acknowledge and accept the role of Tourism Development on the Economic and Overall Development of Kosovo,• To intensify the preparations and finalize the drafting of the new improved Law on Tourism and Hospitality, including experienced local and international experts, targeting early final stage• To intensify the preparations and definitely finalize the Strategy on Tourism and Hospitality Development, including experienced local and international experts, targeting early final stage• Defining and advancing the position of the Tourism and Hospitality Industry, within the priorities, together with other sectors;• To acknowledge and evaluate properly the overall impacts of the Tourism and Hospitality sector• To acknowledge, evaluate properly and regulate tourism statistics, according to the Regulations of UNWTO and EU practices,• To register and follow strictly the Tourist Expenditure and Income, including from Diaspora tourists,• To acknowledge, accept, regulate the Tourism Income from international tourists, including Diaspora, as ‘Internal Export’, and implement legal benefits, like in other sectors, for all business beneficiaries, who welcome and serve international tourists in Kosovo, contributing to the trade balance of Kosovo,• To contribute to the improvement of the economic situation of tourism businesses, promoting more effective Sector Development, attraction of Foreign Direct Investments, with more affirmative tax policies, bringing the Value Added Taxes VAT, to the average of 6-8% (6% on accommodation, Incoming travel agencies and Tour Operators, and income on food and sale of domestic drinks; 8% on income of Outbound travel agencies and Tour Operators, as well as the income from the sale of imported alcoholic drinks),• Adequately reward with subsidies Incoming travel agencies/Tour operators and accommodation, for their contribution of bringing and welcoming international tourists for more than 3 days stay, taking the good examples of Northern Macedonia and Serbia, the direct competitors,• Adequately reward with subsidies private owners and families, which invest on the sustainable forms of soft tourism (Community tourism, Agro Tourism, ECO Tourism) as well as joint venture investments with Diaspora and FDI investors,• Adequately promoting and rewarding the Professional Education in Tourism Sector, supporting specifically the young women,• To stimulate and support the use of professional standards, in all business activities, in all phases of Business Planning, Development and Management.

Research Paper prepared by:

Prof. Zekë Çeku, Senior Tourism Expert - Contractor

Prishtina/Pristina 21/6/2021



Turizmi i butë në Kosovë me fokus të veçantë në rajonin e Deçanit

**Turizmi butë - turizëm që
promovon ruajtjen e natyrës
dhe biodiversitetit të saj**

**Koncepti turizmit të butë ndjek
konceptin dhe parimet e Marrëveshjes
së Gjelbër të BE-së dhe Agjendës së
Gjelbër për Ballkanin Perëndimor**

Prishtinë Qershor 2021

Dokument Hulumtues

Turizmi i butë në Kosovë me fokus të veçantë në rajonin e Deçanit

Përgatitur nga: Prof. Zekë Çeku

Prishtinë Qershori 2021

Përgjegjësia

"Ky publikim është botuar me asistencë të Bashkimit Evropian. Përmbajta e këtij publikimi është përgjegjësi e vetme e Zekë Çeku dhe në asnjë mënyrë nuk mund të paraqes pikëpamjet e Bashkimit Evropian."

Përbajtja e punimit kërkimor

ABSTRAKT

1. Hyrje

1.1. Një pasqyrë e shkurtër mbi zhvillimin e turizmit në Kosovë dhe situatën aktuale në zhvillimin e turizmit të butë

2. Analizat

2.1 Resurset e turizmit në Kosovë, posaçërisht në rajonin e Deçanit

2.2. Qasja ndaj mundësive të zhvillimit të turizmit të butë në Kosovë dhe në rajonin e Deçanit

2.3. Zhvillimi i turizmit në bazë të komunitetit

3. Përfundimi

4. Rekomandimet

ANEKS I: Situata aktuale e pafavorshme e bizneseve turistike në Kosovë

ANEKS II: Dimensionet e Turizmit në Kosovë

ANEKS III: Rekomandimet për palët e interesuara lokale

ANEKS IV: Korniza e Zhvillimit të Produkteve të Kombinuara të Turizmit

ANEKS V: Krijimi i Organizatave të Menaxhimit të Destinacionit në rajonin e Deçanit

ANEKS VI: Përkufizimi dhe organizimi i zonave të mbrojtura turistike

ANEKS VII: Plani Kornizë për Trajnimin e Komunitetit Lokal mbi mundësitë e turizmit

ANEKS VIII: Rekomandimi i politikave dhe strategjive të nevojshme për t'u zbatuar nga institucionet

5. Identifikimi i pengesave që mund të jenë të pranishme për zhvillimin e turizmit të butë në Kosovë dhe rajonin e Deçanit

Abstrakti

TURIZMI I BUTË - Trendët e reja në tregun turistik

Ekziston kërkesë në rritje, për udhëtime që përfshijnë shqisat, stimulojnë mendjen, përfshijnë aktivitete unike dhe lidhen personalisht me udhëtarët, në një nivel emocional, fizik, shpirtëror ose intelektual.

Zhvillimi i turizmit përfshin një ndërveprim kompleks, midis shumë aktorëve me përgjegjësi të përbashkëta, në lidhje me qëndrueshmërinë mjedisore, ekonomike dhe sociale të industrisë së turizmit. Kjo përfshin, për shembull, **industrinë e turizmit** për të promovuar produkte të qëndrueshme, **konsumatorin** për të zhvilluar modalitete të qëndrueshme të konsumit, si dhe **autoritetet publike** për të krijuar një klimë dhe kornizë të përshtatshme për përdorimin e resurseve dhe për të krijuar një fushë të favorshme të nivelit komersial, midis shumë aktorëve.

Resursi strategjik i turizmit kosovar është një hapësirë me vlera të shumëfishta, e ruajtur relativisht deri më tani, që në planin afatgjatë, do të jetë gjithnjë e më e rëndësishme, jo vetëm në aspektin ekonomik, por edhe në jetën ekologjike, ekonomike, sociale dhe kulturore.

Pozita gjeografike, klima e butë kontinentale, malet, grykat, flora dhe fauna, trashëgimia natyrore dhe kulturore, janë elementet kryesore të produktit, të cilat e bëjnë Kosovën një destinacion të njohur turistik për turistët nga vendi, rajoni i Ballkanit, si dhe vizitorët ndërkombëtarë, përfshirë Diasporën e Kosovës nga vende të ndryshme, duke marrë pjesë në numrin më të madh të arritjeve dhe qëndrimit në Kosovë.

Marrëveshja e Gjelbër e BE-së dhe Axhenda e Gjelbër për Ballkanin Perëndimor

Koncepti i turizmit të butë ndjek konceptin dhe parimet e Marrëveshjes së Gjelbër të BE-së dhe Agjendës së Gjelbër për Ballkanin Perëndimor. Rajoni i Ballkanit Perëndimor, në rrugën e tij për t'u anëtarësuar në Bashkimin Evropian ishte mjaft i shpejtë për t'u pajtuar me parimet dhe standarde Evropiane, por

vazhdimesht nuk arrin t'i zbatojë ato. Shumë sfida janë përpara, por në të njëjtën kohë, politika e re në zhvillim - Axhenda e Gjelbër për Ballkanit Perëndimor - ofron shumë më shumë mundësi për të kapërcyer këto sfida. Duke ndjekur logjikën e saj të mëparshme të politikës së Kohezionit dhe politikës së Instrumentit të Para-Anëtarësimit (IPA), Komisioni Evropian ka paraqitur Marrëveshjen e Gjelbër të BE-së, të përqendruar në vendet anëtare të BE-së dhe gjithashtu ka propozuar një politikë të Agjendës së Gjelbër për vendet e Ballkanit Perëndimor.

Turizmi i butë në Kosovë dhe në rajonin e Deçanit, një shans për turizmin vendor

Industria e turizmit në Kosovë, vuajti nga Pandemia COVID 19 më shumë se çdo sektor tjetër, në radhë të parë agjencitë hyrëse të udhëtimit, për shkak të anulimit të gjitha grupeve dhe rezervimeve individuale për vitin 2020 dhe semestrin e parë të vitit 2021. Pasuar nga mikpritja hoteliere, gastronomia, transporti turistik, turizmi në komunitet dhe Shopingu turistik. Sidoqoftë, më shumë lëvizje të brendshme të turizmit brenda Kosovës, ndodhën në disa periudha, sipas situatës pandemike, posaçërisht në rajonet malore në të gjithë vendin. Kjo tendencë po vazhdon, me parashikimin e më shumë vizitave të brendshme të turistëve vendas, krahas lehtësimit më të favorshëm të pandemisë dhe efikasitetin më të madh në vaksinimin e qytetarëve. Më shumë vizita dhe qëndrime, priten gjatë periudhës së pushimeve verore, së bashku nga diaspora dhe familjet e tyre që jetojnë në Kosovë. Shoqatat e alpinizmit, klubet dhe OJQ-të, po organizojnë vizitat në grupe në të gjithë vendin. Më shumë familje po frekuentojnë Stanet / shtëpitë e tyre dhe vilat malore, që pritet të vazhdojnë gjatë pushimeve verore. Është më së e sigurt, se kjo tendencë do të ndjekë në vitet e ardhshme, duke u siguruar qytetarëve të Kosovës, diasporës dhe turistëve rajonalë, të gjitha llojet e eksperiencave që ofrojnë format e turizmit të butë.

Hyrje

Metodologjia

Vlerësimi u krye gjatë një periudhe tre javore nga eksperti i kontraktuar i Turizmit, me ekspertizë në Planifikimin dhe Zhvillimin e Turizmit, Zhvillimin e Produkteve Turistike dhe Menaxhimin e Ciklit të Projekteve. Gjatë kryerjes së Vlerësimit, Eksperti filloi duke kryer një rishikim të literaturës për të identifikuar burimet e dokumentacionit, që lidhen me Zhvillimin e Turizmit të Kosovës, veçanërisht përvojat dhe mundësitet e Turizmit të butë, si në nivelin e Kosovës ashtu edhe në rajonin e Deçanit, me fokus në ruajtjen e biodiversitetit dhe mbrojtjen e mjedisit në Kosovë dhe rajonin e Deçanit. Eksperti, organizoi disa vizita me palët e interesuara të relevancës turistike, me qëllim që të takohet me përfaqësuesit e 4 Ministritë të Qeverisë së Kosovës. Ai gjithashtu vizitoi Kryetarin e Komunës së Deçanit dhe stafin e tij, lidhur me sektorin Ekonomik dhe të Turizmit, OJQ-të e turizmit dhe trashëgimisë, si dhe u takua me specialistë të ndryshëm rajonalë të biodiversitetit dhe mjedisit. Ai kreu vizita tek përfaqësuesit e biznesit të turizmit dhe mikpritjes, ke Shoqata e Artizanatit ‘Jeta’ dhe anëtarët e Grupit Lokal të Veprimit. Eksperti vazhdoi në Prishtinë, takime me një gamë të larmishme njerëzish nga agjencitë qeveritare, donatorët dhe shoqëria civile, në mënyrë që të mbledhte dhe shqyrtonte dokumentet përkatëse. Si pjesë e Vizitës në Deçan, Eksperti bën një vizitë gjysmë ditore në Grykën e Deçanit dhe Parkun Kombëtar Bjeshket e Nemuna, duke vizituar disa vende me qëllim për të diskutuar planet e Komunës për zhvillimin e turizmit, sipas Draft Planit të Zhvillimit të Komunës, e cilat duhet të janë në përputhje me zonat e mbrojtura. Gjatë vlerësimit në terren, interes i veçantë dhe bisedat u përqendruan në domosdoshmërinë e Zonimit të Turizmit dhe Planeve Rregulluese. Eksperti, gjatë punës së tij në terren, ka mbledhur dhe konsultuar draft projekte zhvillimore, si në nivelin institucional të Kosovës dhe Deçanit, në lidhje me zhvillimin e turizmit dhe mbrojtjen e biodiversitetit.

Punimi kërkimor është përqendruar në kohën dhe rrjedhën normale të periudhës së pasluftës, situatën aktuale dhe të ardhmen, në lidhje me zhvillimin ekonomik dhe të turizmit, midis 2000 dhe 2020, me përashtim të Pandemisë Anormale COVID 19 të vitit 2020, duke shpresuar se kjo situatë fatkeqe do të zhduket me fundin e vitit aktual. Si një periudhë e jashtëzakonshme, do të mbahet mend për ndikimet e saj

të mëdha negative në të gjithë sektorët ekonomikë, me ndikim të jashtëzakonshëm në të gjithë industrinë e turizmit, duke përfshirë mikpritjen hoteliere, gastronominë, transportin e turistik dhe mikpritjen turistike në komunitetin lokal.

1.1. Një pasqyrë e shkurtër mbi zhvillimin e turizmit në Kosovë dhe situatën aktuale në zhvillimin e turizmit të butë

1.1.1. Një përbledhje e shkurtër e zhvillimit të turizmit në Kosovë

Kosova, si destinacion turistik, ende nuk është hulumtuar sa duhet. Qindra kilometra vargmale, male dhe shtigje malore të pafundme, lumenj të vrullshëm dhe liqene të qetë, qindra fshatra piktoresk, zakone dhe tradita të panumërt, arte dhe artizanate têrheqëse tradicionale, me Gastronomi Tradicionale, bazuar në antikitet dhe produkte të pastra natyrore, të dhuruara nga toka pjellore e Kosovës, me mikpritjen e saj unike, mirëpret ngrohtësisht vizitorë individualë, grupe të vogla dhe grupe të organizuara turistësh. Këtu, natyra, kultura dhe tradita, janë të pashebullta dhe unike, por relativisht të paprashura.

Zhvillimi i turizmit dhe mikpritja hoteliere në Kosovë, bazuar në kohën dhe rrethanat historike, mund të konsiderohet në tre periudha të lëvizjeve ciklike dhe shumë kontradiktore: me degradim dhe shkatërrim në periudhën e dytë, si dhe ndryshime dramatike, pozitive në periudhën e tretë.

- a. **Periudha e rëndësishme e zhvillimit të viteve 70-ta**, brenda ish-Jugosllavisë, kur u ndërtuan kapacitete të konsiderueshme të strukturave turistike, stafi profesional-menaxherial dhe operacional u arsimua, në një nivel relativisht të mirë, në Kosovë dhe në qendrat më të njohura në republiku, atëherë brenda Federatës, dhe Kosova u përkrah për përparim drejt tregut të brendshëm dhe ndërkombëtar të turizmit.
- b. **Periudha degaduese dhe shkatërruese e viteve 90-ta, pas shfuqizimit të Autonomisë së Kosovës**, shpërbërjes së shtetit Federal dhe sistemit ekonomik, me pasoja shkatërruese për Kosovën dhe të gjithë sektorët e saj ekonomikë, infrastrukturën industriale dhe rrugore, militarizimin e Aeroportit të Prishtinës, rënia drastike e udhëtimit të turistëve ndërkombëtarë në Kosovë.
- c. **Periudha pas Luftës dhe Çlirimtës së Kosovës**, nga mesi i vitit 1999 e këtej, kur Kosova fillimisht u përball me periudhën e rindërtimit të infrastrukturës, rihapjen e Aeroportit Ndërkombëtar të Prishtinës, ndryshimet në sistemin ekonomik dhe procesin e Privatizimit të ‘ndërmarrjeve shoqërore’, shpesh të pasuksesshme, por në vazhdimësi me forcimin e ekonomisë private dhe tregut të lirë, me pasoja mjaft dinamike pozitive për rritjen e sektorit në pronësi private.

Në mungesë të planeve strategjike dhe orientimeve të duhura zhvillimore, në të gjitha nivelet, sektori i turizmit, në periudhën e pasluftës, ka shënuar fillimin e zhvillimit, relativisht i paplanifikuar dhe i pa orientuar, me një përqendrim të numrit më të madh të kapaciteteve akomoduese, jashtë atraksioneve dhe qendrave urbane.

Sidoqoftë, në këtë periudhë të pasluftës, janë ndërtuar dhe operacionizuar kapacitete të konsiderueshme të akomodimit, gastronomisë dhe operatorëve turistikë, si parakushte fillestare për punësim më të madh dhe mundësi më të mira, ndërsa ofrojnë shërbime për vizitorët vendas, rajonalë dhe ndërkombëtarë, përfshirë vizitorët nga Diaspora. Ky kontribut dhe mirënjojje u takon bizneseve private, agjencive ndërkombëtare mbështetëse qeveritare (GTZ - GIZ, USAID, UNDP, Swiss Contact, Komisionit Evropian, Këshillit të Evropës, ADA, etj.), si dhe një numri të vogël të komunave.

Pas përfundimit të periudhës së Rindërtimit dhe fillimit të funksionimit të hoteleve të reja dhe kapaciteteve të tjera akomoduese, në të gjithë Kosovën, Agjencitë e para Turistike Incoming filluan punën, duke bërë partneritet me Operatorët Turistikë të njohur ndërkombëtarë në Evropë, SHBA, Kanada, Japoni, Tajvan, si dhe në rajonin e Ballkanit. Që nga viti 2008, u organizuan ture të ndryshme klasike dhe enkas të disejnuara, si në para sezoni, sezoni turistik dhe pas sezont, duke organizuar vizita të shumta gjithëpërfshirëse dhe shumë ditore në Kosovë dhe vendet fqinje (Ture Rajonale), përfshirë vizitat ditore në zonat malore të Sharrit

dhe Bjeshkëve të Nemuna. Grupet e specializuara të ndryshme të kërkimit shkencor, vizituan Kosovën në vizita shumë ditore, si vizita 11 ditore e ekipit shkencor nga Kopenhaga, të interesuar në Florën Endemike në të gjitha zonat malore në Kosovë. Që nga viti 2009 dhe në vazhdim, shumë grupe të vogla, çifte, grupe interesi dhe turistë individualë, me një trend në rritje, vizituan Kosovën në të ashtuquajturat ‘City Break Tours’, shumë prej tyre vizituan komunitetet lokale në zonat malore dhe rurale, rrëth Kosovës. Në të njëjtën periudhë, u krijua kompania e parë e Konsulencës Turistike, duke mbështetur si agjencitë lokale ashtu edhe hotelet / Resortët për Planifikimin dhe Zhvillimin e Biznesit, Zhvillimin e Produkteve dhe Menaxhimin e Destinacionit. Falë mbështetjes së partnerëve ndërkombëtarë, kryesisht OJQ-së italiane ‘Trentino con il Kosova’, në 2005 filluan aktivitetet e para në natyrë, duke krijuar dy OJQ shumë të rëndësishme në Pejë, të lidhura me turizmin; ‘Rugova Experience’ për forma të buta të turizmit dhe ‘Merimangat’, për turizmin e Aventurës, si ngjitje në shkëmb dhe speleologji. Në të njëjtën periudhë fillooi aktivizimi i alpinizmit dhe shoqatave të tyre në nivel rajonal në shumë qendra të qyteteve, dhe kampionet e para të alpinizmit si Uta Ibrahim, duke marrë pjesë në skenën botërore të alpinistëve të rangut të lartë. Asociacionet dhe Shoqatat e para të komunitetit të biznesit u organizuan dhe operuan, duke pasuruar përvojën e aktorëve dhe ekspertizën profesionale.

Të gjithë hotelet e mëdhenj, të ndërtuar në periudhën e lulëzimit në vitet '70-ta si prona 'në pronësi shoqërore', gjatë viteve '90-ta, pësuan degradim dhe shkatërrim, për shkak të mungesës së biznesit dhe investimeve, madje edhe mirëmbajtjes themelore, mes tyre edhe objekti emblematik Grand Hotel ‘Prishtina’, dikur, i konsideruar si njëri ndër hotelet më të mira me 5* në Ish-Yu. Në periudhën e pasluftës, të gjithë hotelet duhej të kalonin transformimin e pronësisë, përmes Procesit të Privatizimit. Në fakt, për shkak të procesit të pasuksesshëm, shumë prej tyre, si Grand Hotel ‘Prishtina’, mbeten në një situatë të rëndë, subjekt i proceseve të ndryshme të drejtësisë. Disa shembuj të mirë të transformimeve të sukseshme janë Hotel ‘Dukagjini’ në Pejë dhe Swiss Diamond Hotel në Prishtinë, Ferma e Peshkut dhe Resorti ‘Trofta’ në Istog, si dhe Qendra Banjeare ‘Kllokot’, në Kllokot.

Rezultate relativisht të mira në industrinë e turizmit dhe mikpritjes hoteliere, arritën bizneset private, falë nismave të tyre private të biznesit, duke kaluar nëpër sfida të shumta, ata qëndruan vetëm, pa mirëkuptim dhe të pa mbështetur nga institucionet qendrore. Edhe në sektorin e arsimit, kishte më shumë përpjekje dhe eksperimente për të përmirësuar situatën në arsimin profesional, fillimisht në nivelin Parauniversitar, si dhe atë universitar. Më në fund, Kurrikulat e reja, të përgatitura dhe të bazuara në përvojat më të mira në nivelin Evropian dhe rajonal, janë gati të fillojnë në vitin e ri shkollor 2021/2022, duke i dhënë përparësi shkathtësive profesionale dhe atyre të buta, mbi organizimin, koordinimin dhe funksionimin e proceseve të biznesit.

Në nivelin qendror institucional, Turizmi dhe Mikpritja, që nga fillimi, iu shtuan Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, në fillim në nivelin e një Departamenti për Turizmin, duke e ulur atë më vonë, në nivelin e Divisionit, me interes në shkallë të ulët të buxhetit dhe burimeve njerëzore profesionale. Në fillim të vitit 2006, Agjencia Qeveritare Gjermane GTZ ofroi mbështetjen e tyre në disa drejtime dhe projekte, të përqendruara fillimisht në përgatitjen e Draft Strategjisë së Turizmit, si dhe arsimimin profesional, trajnimin e Guidave Turistike, inicimin e Projektit Ndërkufitar të bashkëpunimit ndërmjet Kosovës, Shqipërisë dhe Malit të Zi (aktualisht projekt ‘Majat e Ballkanit’). Gjatë vitit 2007, më së 7 muaj në mënyrë intensive, u punua së bashku me të gjithë aktorët relevant, në Projektin ‘Zhvillimi i Turizmit të Bjeshkëve të Nemuna’, duke vazhduar vitin e ardhshëm 2008 në projektin e ngjashëm, në Rajonin Turistik të ‘Bjeshkëve të Sharrit’. Fatkeqësisht, si projektet e lartpërmendura, ashtu edhe Draft Strategja e Turizmit në Kosovë, nuk u votuan kurër nga Qeveria dhe Kuvendi i Kosovës, padyshim, për shkak të mungesës së vullnetit politik, duke injoruar dhe neglizhuar interesin e Kosovës, të biznesit turistik, komunitetit dhe qytetarëve të tij.

Në aktivitete dhe projekte të ngjashme mbështetëse, u angazhuan të gjithë donatorët e përmendur dhe agjencitë qeveritare ndërkombëtare, me ndikim të madh në bizneset e turizmit, dhe disa suksese fillestare me organet qeveritare. Kur e gjithë bota, si vendet e zhvilluara ashtu edhe vendet në zhvillim, po i japin përparësi sektorit të turizmit në nivelin më të lartë, është koha që Qeveria e Kosovës, agjencitë ndërkombëtare mbështetëse dhe të gjithë aktorët e lidhur me to, të marrin një qasje të ngjashme dhe t'i japin

shansin zhvillimit të planifikuar dhe të koordinuar të Turizmit në Kosovë, i fokusuar, për një arsyet e mirë, në Zhvillimin e Turizmit të butë.

Përveç Ministrisë së Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, përgjegjëse për zhvillimin e turizmit, janë të paktën 4 ministri të tjera, disi të lidhura dhe me disa efekte në zhvillimin e turizmit, përkatësisht Ministria e Kulturës, Rinisë dhe Sporteve; Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës; Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural dhe Ministria e Arsimit, Shkencës, Teknologjisë dhe Inovacionit. Duke pasur autorizimin, burimet financiare dhe përgjegjësinë për të punuar ngushtë me ministrinë përgjegjëse dhe organet e tyre organizative, për shkak të mungesës së vullnetit politik, njohurive dhe ndërgjegjësimit, tani nuk ekziston një bashkëpunim adekuat ndër-ministror, aq shumë i nevojshëm në programet e përbashkëta të zhvillimit në turizëm, posaçërisht në turizmin e butë, përfshirë turizmin me bazë në komunitet (ECO, AGRO dhe Turizmi Rural).

Komuniteti ndërkombetarë, zyrat diplomatike dhe agjencitë e tjera mbështetëse, këmbëngulën shumë herë, duke bërë thirrje për veprim të përbashkët të gjitha ministritë të ndërlidhura, drejt një organizimi dhe aktivitetesh shumë më të mira në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit, duke synuar ndikim më të mirë në mbrojtjen e mjedisit, ndikime pozitive në ndryshimin e klimës dhe zhvillimin e komunitetit, duke shprehur vullnetin dhe gatishmërinë për të mbështetur aktivitete të tilla të nevojshme.

1.1.1. Rëndësia e zhvillimit të turizmit në Kosovë

Zhvillimi i Turizmit në Kosovë duhet të jetë në kreun e prioriteteve Qeveritare
<ul style="list-style-type: none"> • Shfrytëzimi dhe përdorimi ekonomik i resurseve të pasura natyrore • Përdorimi i resurseve natyrore dhe kulturore, në mënyrë të ripërritishme (shijimi i peizazheve, bukurive natyrore, lumenjve malorë dhe liqeneve të qetë, florës dhe faunës, turët nëpër qytet, etj.) • Promovimi vendor dhe ndërkombetar i trashëgimisë së pasur kulturore • Promovimi i investimeve të huaja dhe të brendshme direkte në fushën e Turizmit dhe rekreacionit • Rritje e konsiderueshme e punësimit, në përgjithësi, dhe veçanërisht e grave dhe të rinjve • Stimulimi i iniciativës ekonomike private, individuale dhe familjare, përmes Turizmit me bazë në Komunitet dhe iniciativës familjare, si një mjet efektiv për zbutjen e varfërisë dhe zhvillimin e përshtypuar të ekonomisë familjare • Forcimi i sektorit të eksportit dhe përmirësimi i ndjeshëm i bilancit tregtar me vendet e huaja • Zhvillimi rajonal më i ekuilibruar në nivel kombëtar.

Përveç të gjitha sfidave dhe mungesës së mirëkuptimit dhe mbështetjes institucionale, ne duhet të deklarojmë dhe promovojmë gjerësisht, ndikimet ekonomike të industriisë së Turizmit në Kosovë, së bashku me ndikimet sociale dhe mjedisore. Çdo vit në Kosovë, përfituesit e mëposhtëm përfitojnë nga sektori i turizmit:

Përfituesit nga Turizmi dhe Mikpritja Hoteliere në Kosovë	
• Një numër i madh i të punësuarve, si dhe familjet e tyre	
• Të gjithë sektorët e tjerë ekonomikë:	
• Tregtimi i mallrave të konsumit	• Sektori i ndërtimit
• Tregtimi i artikujve ushqimore dhe pijeve	• Transporti
• Bujqësia, blegtoria, bletaria, peshkataria, etj.	• Arti dhe Zejtaritë Tradicionale
• Industria e ushqimit dhe pijeve	• Zanatet
• Tregtimi i Karburanteve	• Komuniteti lokal dhe familjet e tyre
• Industria ushqimore	• Komuniteti kulturor
• Buxheti i Kosovës, taksat komunale, etj.	• Komuniteti fetar, etj.

Fatkeqësish, si në nivelin qendror të vendit ashtu edhe në atë lokal të Kryeqytetit, duket se ka pak mirëkuptim lidhur me turizmin, jo vetëm për kohën e lirë dhe argëtimin, por si një sektor kompleks që përfshin një tërësi të çështjeve shkencore dhe të përvojës, që duhet të kuptohet, njihet, mësohet dhe zbatohet në mënyrë adekuate.

1.1.1.2. Disa të dhëna bazë të statistikave lidhur me Turizmin në Kosovë

Përkundër disa përmirësimeve të fundit, në lidhje me statistikat turistike, ka ende boshllëqe dhe dyshime mbi të dhënat reale dhe të bazuara, në lidhje me kapacitetet akomoduese, arritjet e turistëve dhe "kush" janë turistë të vërtetë ndërkombëtarë, të cilat nuk bazohen në mënyrë adekuate në Përkufizimin dhe Statistikat e Organizatës Botërore të Turizmit UNWTO. Ekziston një hendek, posaçërisht në numrin e turistëve ndërkombëtarë, bazuar në pikat e hyrjes në kufi dhe mbërritjet në hotele. Natyrisht, statistikat joadekuante po e përjashtojnë Diasporën e Kosovës nga grupi i turistëve ndërkombëtarë, duke i konsideruar ata gabimisht si qytetarë të zakonshëm kosovarë, pa marrë parasysh se vendbanimi i tyre i përhershëm është në vende të ndryshme evropiane dhe tej oqeanike.

Në fakt, vizitorët e Diasporës janë të përjashtuar edhe në statistika të tjera, si Fjetjet, Shpenzimet Turistike, në hotele / motele, restorante, transport turistik, shopingu turistik, transportin e brendshëm, shpenzime të mëdha për ngjarje familjare dhe ahengje dasmash, etj. Sipas disa analizave dhe vlerësimeve profesionale, përfshirja e Diasporës së Kosovës dhe kontributi i tyre i drejtpërdrejtë në grupin e turistëve / vizitorëve ndërkombëtarë, përveç remitencave, do të ndryshojë të gjithë qasjen dhe vlerësimin real të Arritjeve dhe Shpenzimeve Turistike Ndërkombëtare. Duke marrë parasysh mbi 450 mijë arritje të Diasporës në Kosovë, gjatë gjithë vitit, duke vlerësuar çdo arritje me rrëth 7 ditë qëndrim dhe shpenzimin mesatar ditor prej 70 euro për pagesa direkte për shërbime të ndryshme, ne mund të vlerësojmë një të ardhur shtesë në nivelin shtetëror (i pa numëruar në fakt) prej mbi 220 milion Euro gjatë një viti.

Kapacitetet akomoduese turistike në Kosovë sipas llojit të akomodimit *)

Bazuar në të dhënat nga Agjencia e Statistikave, Kosova ka mbi 11,101 shtretër për akomodim të mysafirëve, me 7077 dhoma, të cilat janë shpërndarë në 466 njësi akomoduese. Numri më i madh i njësive akomoduese u takon hotelevit, me 214 njësi dhe motele me 177 njësi.

Llojet e akomodimit	Njësité	Dhomat	Shtretërit
Hotelet	214	4457	7195
Motelet	177	2132	2836
Bujtinat	10	46	99
Hotelet	9	43	171
Apartamentet	15	25	32
Bungalovat	41	374	768
Gjithsej	466	7077	11101

*) Statistikat e hotelevit ASK 2019

- Prishtina është rajoni që ka numrin më të madh të njësive, shtretërve dhe dhomave në dispozicion për akomodim turistik. Pas Prishtinës, ndjek Prizreni dhe Peja, me kapacitetet e disponueshme për akomodimin e turistëve. Sipas vlerësimeve, Kosova ka rrëth 1 shtrat për 1 km², dhe 0.006 shtretër për frysë.
- Sipas vlerësimeve, në Kosovë, janë
 - Mbi 550 njësi akomodimi për turistët, nga të cilat, rrëth 22% janë hotele më të mëdha me restorante.
 - Sipas statistikave të ASK-së në Kosovë janë mbi 11,680 dhoma.
 - Në hotelet më të mëdha, mbi 50.6% të mysafirëve janë turistë ndërkombëtarë, rrëth 22.7% janë nga diaspora dhe 11.8% janë vizitorë vendas.

- Ndjimi ekonomik i turizmit në njësitë akomoduese dhe restorantet, është llogaritur si më poshtë: 153 milion € në 2017 dhe mbi 202 milion € në 2018.
- Akomodimi alternativ, përmes platformës Airbnb, përfaqëson një trend me rritje të shpejtë; Aktualisht në Kosovë janë mbi 450 prona që presin vizitorë nga e gjithë bota, përmes Airbnb.

Përveç dimensionit të shprehur në numra, zhvillimi i turizmit në Kosovë përfshin dimensione të tjera që janë po aq të rëndësishme. Turistët që vizitojnë Kosovën si destinacion, kanë interesa të ndryshëm: për kulturën e vendit, arkitekturën e tij, gastronominë, historinë, trashëgiminë shpirtërore ose ngjarjet kulturore. Si një sektor kompleks, menaxhimi i suksesshëm i një destinacioni turistik, është i lidhur ngushtë me bashkëpunimin e aktorëve të ndryshëm në nivel rajonal dhe komunal.

Megjithëse ka pasur disa zhvillime fillestare pozitive, veçanërisht në nivelin e disa komunave, industria e turizmit dhe mikpritjes hoteliere, vazhdon të jetë ndër sektorët më të neglizhuar, pa mirëkuptim dhe mbështetjen e duhur. Pavarësisht nivelit të pamjaftueshëm të ndërgjegjësimit, në lidhje me rëndësinë e turizmit, veçanërisht në nivelin institucional qendror, ekzistencë e resurseve të pasura natyrore, humane dhe kulturore, në veçanti angazhimi i atyre njerëzore, ka ndikuar në rritjen e vazhdueshme të vizitave, arritjeve dhe akomodimit turistik, në të gjitha rajonet e Kosovës, veçanërisht në qendrat urbane Prishtinë, Prizren dhe disa qendra të tjera urbane, si dhe në zonat shumë tërheqëse malore, të masiveve malore të Bjeshkëve të Nemuna, Bjeshkëve të Sharrit dhe atyre të Kopaonikut.

Duke marrë në konsideratë përqendrimin e numrit më të madh të turistëve në 3 qendrat më të mëdha urbane në Kosovë, përkatësisht në Prishtinë, Prizren dhe Pejë, mund të nxitohet në konkludimin se shumica e turistëve janë përqendruar në një numër të vogël të formave dhe llojeve të turizmit, si Turizmi Urban, Turizmi Kulturore dhe Fetar, Turizmi i Biznesit, Vizitat e familjeve dhe miqve.

Analizat

1.2. Resurset Turistike në Kosovë, me theks të veçantë në rajonin e Deçanit

Nacioni resurs turistik, nënkupton resurset atraktive natyrore dhe kulturore dhe mallrat, pra elementët e sistemit hapësinor, të cilat kanë efekt stimulues në lëvizjet turistike, për të përbushur një gamë të gjerë të nevojave turistike dhe për të krijuar produktin e dëshiruar turistik.

Karakteristikat tërheqëse të një resursi turistik, janë vetitë e resurseve, që bëjnë të mundur plotësimin e nevojave turistike, të cilat quhen veti tërheqëse dhe ato mund të janë:

- Rekreative,
- Kurioze,
- Monumentet,
- Estetike

Kosova ka mundësi të mira për zhvillimin e turizmit. Ka resurse të bollshme natyrore, brenda hapësirave të përshtatshme gjeografike. Disa nga resurset e veçanta turistike, mbështeten në tipare dalluese morfologjike, hidrografike, klimatike dhe elementë të tjera tërheqës, të cilët e bëjnë Kosovën një nga hapësirat turistike më tërheqëse në rajon.

Megjithëse Kosova nuk posedon disa faktorë, të cilët kanë një ndikim tërheqës, në pjesën më të madhe të kërkuesës turistike, siç është deti, ajo ka një potencial të jashtëzakonshëm natyror dhe mundësi të tjera për zhvillimin e pothuajse të gjitha formave të turizmit, në radhë të parë, Turizmin në Natyrë, sportiv dimëror, malor, shëndetësor, transit, turizmin e biznesit, etj.

Studimet kanë treguar, se në Kosovë ka mundësi për ndërtimin e 20 qendrave të turizmit dimëror, të cilat mund të sigurojnë kushte shumë të mira për zhvillimin e turizmit sportiv dimëror, sipas standardeve ndërkombëtare.

1.2.1. Resurset Natyrore në Kosovë

- **Grykat, kanjonet dhe shpellat** janë forma atraktive relieveore me motive turistike. Bukuritë dhe kurioziteti i grykave i bëjnë këto jashtëzakonisht tërheqëse për turizmin. Bjeshkët e Nemuna dhe masivi i Sharrit janë rajonet më të pasura me gryka, shpella dhe kanjone. Më të njohurat në Kosovë janë:
 - ✓ **Gryka e Rugovës**, Gryka e Kaçanikut, Gryka e Carralevës, Gryka e Ibrit, etj. Gryka e Rugovës me bukuritë e saj natyrore, është gryka më e famshme në rajon dhe më gjërë.
 - ✓ Në Kosovë, **kanjoni më i famshëm është Kanjoni i Mirushës**, i cili ka një sistem me 13 ujëvara dhe 16 liqene të mëdha dhe të vogla, me një bukuri madhështore.
 - ✓ **Shpellat përfaqësojnë forma gjemorologjike të reliefit**, të cilat kanë një rol të veçantë në aktivitetet turistike. Në Kosovë, përveç Shpellës së Mermertë të Gadimes, ka edhe shpella të tjera, të cilat ende nuk janë përgatitur mjaftueshëm për tu vizituar nga turistët, siç janë shpella e Radavcit, Panorcit, Petreshticës, Bresalcit dhe Shpella e Madhe në Grykën e Rugovës, etj.
- **Resurset hidrografike** janë një element shumë i rëndësishëm i trashëgimisë natyrore të një vendi. Përmes ujërave sipërfaqësorë dhe nëntokësorë, mund të tregohet kompleksi natyror i përbërjes gjemologjike, relieveit, klimës, florës dhe faunës si dhe aktiviteti njerëzor për adaptimin dhe përdorimin e elementeve hidrografikë, për të përbushur nevoja të ndryshme. Pozicioni gjografik i Kosovës, me një lartësi mesatare (811m), mbyllja e hapësirës së saj me male mesatare dhe të larta në pjesët periferike, krijuan kushte për formimin e nyjës hidrografike në Kosovë. Ujërat e Kosovës në Sukën e Dermanit në malin Nerodimja, janë të ndarë dhe shkarkohen në tre pellje: Deti Adriatik, Deti Egje dhe Deti i Zi.
- **Lumenjtë dhe aktivitetet e tyre natyrore që kanë në luginat e tyre**, shërbejnë gjithashtu për zhvillimin e turizmit.
 - Rëndësia turistike e lumenjve, përveç përqendrimit në përdorimin e tyre për larje, zhvillimin e sporteve, të tillë si noti, peshkimi, etj., ato me kanjone, gryka dhe ujëvara që kanë, paraqesin atribute atraktive për zhvillimin e turizmit.
 - **Lumenjtë e Kosovës**, njihen për atraktivitetin dhe estetikën e tyre natyrore, të cilat mund të përdoren për zhvillimin e turizmit si Mirusha, Burimet dhe Lumi Drini, Lumbardhi Prizrenit, Pejës dhe Deçanit, Nerodimja, Ibri, etj. me atraktivitetin e tyre mahnitës natyror, janë atraksione mjaft interesante për turistët.
 - **Liqene**, ka pothuajse në të gjitha hapësirat gjografike dhe në lartësi të ndryshme, të cilat janë të rëndësishme për zhvillimin e turizmit, veçanërisht në vendet kontinentale, të cilat nuk kanë det. Sipas llojit, liqenet ndahen në:
 - ✓ Liqenet akullnajore,
 - ✓ Relikt (Liqene artificiale) liqene.
 - ✓ Liqenet akullnajore janë më të bukurat nga të gjitha llojet, sepse gjenden në zonat malore dhe janë pjesë përbërëse e atraksioneve të masiveve malore. Kosova është e pasur me këto lloje liqenesh. Liqenet akullnajore në Kosovë gjenden kryesisht në Bjeshket e Nemuna dhe Bjeshkët e Sharrit.
 - Në Bjeshket e Nemuna, janë të njohura liqenet e mëposhtëm:
 - Në Bjeshkët e Gjeravicës janë Liqeni i Madh, Liqeni i Vogël,
 - Në Rugovë: Liqeni i Leqinatit.
 - ✓ Në Bjeshkët e Sharrit ka 16 liqene, më të njohurit:
 - Liqeni i Livadheve
 - Liqeni i Bogovinës
 - Liqeni i Zi
 - Liqeni Jazhica
 - Liqeni i Epërm etj.
 - **Ujërat termale**, Kosova ka resurse të rëndësishme ujore termike, të cilat përdoren për qëllime mjekësore dhe rekreative. Këto resurse nuk përdoren në mënyrë racionale dhe nuk janë hulumtuar sa

duhet. Zyrtarisht ekzistojnë vetëm tre banja shëruese, të tipit klasik, kryesisht shërues:

- ✓ Banja e Pejës,
- ✓ Banja e Kllokotit dhe
- ✓ Banska (në veri të Mitrovicës).
- ✓ Sidoqoftë, ka burime të tjera, të cilat nuk përdoren dhe nuk janë hulumtuar, më të njohurat janë burimet e ujit në Malishevë, Uglar, Poklek, Dobërkan, Lluzhan, dhe Deçan, etj.

1.2.2. Resurset dhe vlerat antropogjenë në Kosovë

Republika e Kosovës është e vendosur në qendër të Evropës Jug-Lindore, që shtrihet midis paraleleve të hemisferës veriore 42° dhe 44° , e vendosur në zonën qendrore të Gadishullit të Ballkanit. Kosova përfaqëson një lidhje të rëndësishme midis Evropës së Mesme dhe të Jugut, Detit Adriatik dhe Detit të Zi. Kosova ka një sipërfaqe prej 10 908 km². Kosova është një shtet propan dhe neutral në çështjet e besimit religioz.

Kosova përfaqëson një thesar të pasur të trashëgimisë etno-kulturore, materiale dhe shpirtërore, të periudhave të ndryshme historike, me shumëllojshmëri të lartë të kombësive, gjuhëve, traditave, besimeve, të gjitha të bazuara në një mikpritje të jashtëzakonshme.

Trashëgimia e Kosovës përfaqëson një mozaik të kulturave të periudhave të ndryshme historike, të kushtëzuara në rrëthana historike, sociale, ekonomike dhe fetare. E gjithë vlera artistike si trashëgimi, i përket stileve dhe karaktereve të ndryshme, ku bartës ishin banorët autokton, pra shqiptarët dhe të tjerët që jetonin në këtë zonë. Më të rëndësishmet në mesin e trashëgimisë kulturore: Prizreni - Qyteti Muze, me Kalanë Arkeologjike, Manastirin e Vjetër Ortodoks dhe kishat Serbe, Kisha e Vjetër Katolike, trashëgimia e stilit Osman si xhamitë, Hamami i Vjetër, shtëpitë dhe urat e vjetra; Kryeqyteti i Prishtinës, Muzeu Kombëtar dhe Muzeu Etnologjik, Biblioteka Kombëtare, së fundmi e ndërtuar Katedralja Katolike si Qendra e Peshkopëve; Gjakova me Pazarin e Vjetër, Muzeun Etnologjik, si dhe xhamitë dhe Teqetë e pasura të stilit Osman, Kisha Katolike; Peja me Pazarin e Vjetër, Patriarkanën Ortodokse Serbe, Muzeun Etnologjik, xhamitë e vjetra, Kullat dhe shtëpitë e vjetra Urbane; Deçani me Manastirin e famshëm të Deçanit, Kullat autentike të Dukagjinit dhe shtëpitë e vjetra; Graçanica me Manastirin Ortodoks Serb Graçanica dhe lokalitetin arkeologjik Ulipiana; Novoberda, urat e vjetra, zejet dhe prodhimet artizanale shumë të pasura.

Resurset turistike antropogjenë janë elemente antropogjene të sistemit hapësinor, vetitë e të cilave të mund të valorizohen për nevojat e turizmit. Ato u ngritën dhe po shfaqen, si rezultat i kulturës materiale dhe shpirtërore të shoqërisë, në hapësirë dhe kohë. Resurset turistike antropogjene ndahen në:

- Etnografike
- Artistike
- Ambienti dhe peizazhi
- Ngjarjet
- Atraksione të ndërtuara posaçërisht (rekreative dhe argëtuese)
- **Resurset etnografike**, që mund të vlerësohen për qëllime turistike në Kosovë - për shkak të rrëthanave historike, ekzistojnë resurse të ndryshme turistike etnografike në Kosovë, të grupeve të ndryshme etnike, emërtimeve, gjuhëve dhe karakteristikave specifike shpirtërore. Trashëgimia kulturore është jashtëzakonisht e pasur, ngase ka pak rajone në Evropë, me kaq shumë ndryshime dinamike historike dhe shoqërore.
- **Valorizimi turistik i kulturës shpirtërore:**
 - ✓ Doket janë kaq të larmishme, duke pasur parasysh popullsinë multikulturore, bashkësi të ndryshme nacionale dhe zakone me karakter rajonal, brenda të njëjtave bashkësi kombëtare.
 - ✓ Zakonet fetare të bashkësive të besimeve islame, katolike dhe ortodokse,

- ✓ Festa fetare - Festa të krishtera, Krishtlindje Katolike dhe Ortodokse, Pashkët, Ramazani dhe Bajrami, etj.
- ✓ Festivale - festime dhe panaire brenda kishës, fshatit, etj.
- ✓ Mënyra tradicionale për të bërë punë agrare dhe prodhim të ushqimit dhe pijeve – bekimi i korrijeve, kositja, vjelja e rrushit, bluarja e miellit në një mulli uji, prerja e pastermave (bagëti ose derra), pjekja e rakisë, etj.
- ✓ Punimet artizanale tradicionale - zanate rrobaqepësish (qëndisje kosovare, triko, plisat, shajkaqet), argjendari ose filigran, qeramika, farkëtar dhe të tjera.
- ✓ Takime tradicionale për të punuar së bashku, për të siguruar ndihmë dhe mbështetje të ndërsjellë – moba, 'poselo', 'prelo', etj.
- ✓ Muzikë dhe lojëra tradicionale kombëtare - vallëzime (Kolo), në rajone të ndryshme dhe bashkësi kombëtare, lojëra kombëtare, kryesish gjatë verës, gjatë mbërritjes së mërgatës në Kosovë.
- ✓ Kostumet popullore rurale dhe urbane, të tilla si rekuizita gjatë prezantimeve para turistëve, në festivale dhe ngjarje të ndryshme.
- **Resurset turistike artistike** janë më komplekse dhe të larmishme midis resurseve antropogenjë dhe përfshijnë trashëgimi dhe arte figurative bashkëkohore, artet muzikore, teatrale, arkitekturore dhe të aplikuara. Pasuri e paluajtshme kulturore ose Trashëgimi e Ndërtuar në Kosovë: 4 Manastire në Listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s: Manastiri i Graçanices, Manastiri i Deçanit, Patrikana e Pejës, Shën e Premta (Bogorodica Levishka) e Prizrenit, etj., Kulla të Vjetra prej Guri, Xhami dhe Teqe të Vjetra, Ura të Vjetra prej Guri, Shtëpi të Vjetra Urbane, etj.
- **Resurset e turizmit ambiental** mund të janë qytete individuale dhe vendbanime rurale, qytete të vjetra, ose veçanërisht njësi atraktive urbane dhe rurale, të cilat përfaqësojnë një tërësi relativisht homogjene dhe të njojur urbane dhe arkitektonike, të gjitha me veti estetike, veti kurioziteti, dhe asete historike me një përqendrim të aktiviteteve që janë interesante për turistët, si Prizreni Vjetër.
- **Manastiri i Deçanit** (serbisht: Manastir Visoki Dečani) është një manastir ortodoks serb mesjetar, i vendosur afér Deçanit, ku jetoninë dhe i shërbijnë një Vëllazëri prej rreth 30 Murgjish (Serbisht: Bratstvo monaha). Ai u themelua në gjysmën e parë të shekullit të 14-të nga Stefan Decanski, Mbreti i Serbisë. Manastiri Deçanit ndodhet buzë grykës së lumit Lumbardhi, rrëzë Bjeshkëve të Nemuna, rreth 2 kilometra nga qyteti i Deçanit. Manastiri menaxhohet nga Eparhia Ortodokse Serbe e Rashkës dhe Prizrenit. Manastiri është pjesë e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s, me emrin "Monumentet Mesjetare në Kosovë", një nga vendet më të vizituara, nga turistët vendas, rajonalë dhe ndërkombëtarë, të mbështetur nga Guidat me përvojë dhe mikpritjen specifike të paharrueshme.

1.3. Qasja ndaj mundësive të zhvillimit të turizmit të butë në Kosovë dhe në rajonin e Deçanit

Turizmi i butë - përveç fushës së ruajtjes së natyrës, e cila është një tipar i përbashkët për të gjithë turizmin që synon pajtueshmërinë e mjedisit, si dhe mbrojtjen e shëndetit të njeriut, ky lloj turizmi ka qëllime të tjera: nga njëra anë, **qëllime shoqërore** (respektimi i zakoneve, traditave, strukturat shoqërore dhe familjare të popullsisë lokale), dhe nga ana tjetër, **qëllimet ekonomike** (shpërndarja e drejtë e të ardhurave, diversifikimi i ofertës së turizmit). Turizmi i butë veçohet nga format artificiale dhe jo personale të turizmit masiv.

Në Kosovë, ne kemi një numër në rritje të përvojave të turizmit të butë, si Aktivitete në Natyrë, forma kryesish të buta adventureske (shëtitje, trekking, çiklizëm malor, kalërim, kanue të shpejtë në lumë), si dhe forma adventureske 'më të vështira' alpinizmi, ekspeditat në shpella, paragliding), në pritje brenda Kosovës, në nivelin rajonal ose duke mirëpritur turistët ndërkombëtarë përmes Projekteve ndërkombëtare të Aktiviteteve në Natyrë, si 'Majat e Ballkanit', zgjerimi i tij në Bjeshkët e Sharrit, dhe kohët e fundit, përfshirja në Projektin e Aktiviteteve në Natyrë 'Via Dinarica'.

Ekzistojnë disa përvoja të turizmit të butë, të realizuara në disa forma themelore të aktiviteteve në natyrë dhe të tjera në zonat malore dhe qendrat urbane në Kosovë.

Disa përvoja të suksesshme të turizmit të butë në zonat malore dhe qendrat urbane në Kosovë

- Përvoja e hershme e turizmit pionier në natyrë në rajonin e Pejës, nga OJQ-ja e parë e lidhur me turizmin 'Rugova Eksperiencë', e mbështetur nga partnerët italianë, 'Trentino con il Kosovo' duke bashkëpunuar me Komunën e Pejës dhe aktorët tjerë të interesuar, kontribuan aq shumë në zhvillimin e turizmit në natyrë dhe përvojat e para të turizmi rural në fshatin 'Reka Allagës' në Bjeshkët e Rugovës;
- Ture të organizuara ditore dhe fundjave, për grupe dhe individë të kosovarëve dhe ndërkombëtarëve që punojnë dhe jetojnë në Kosovë, nga klubet malore dhe shoqata e të gjitha rajoneve të Kosovës; Sipas Agjencisë së Statistikave të Kosovës, numri i vizitorëve lokalë që vizituan në vitin 2018 destinacione të ndryshme brenda vendit, ishte 108,043 veta.
- Vizita ditore në bjeshkë dhe zonat ambientale, nga turistët ndërkombëtarë, gjatë programit të tyre të shumëfishtë dhe ditëve në Kosovë, shëtitje dhe ecje e lehtë deri në mesatare, përvoja të peizazhit, vizita komunitetit lokal, duke shijuar mënyrën e tyre të jetës, bujqësinë, kuzhinën lokale dhe përvojat e rrëfimeve;
- Akomodimi, ushqimi tradicional dhe përvojat në natyrë, në bujtinat e komunitetit lokal dhe akomodimi në Stanet (Shtëpitë malore) tradicionale;
- Përvojat e vrojtimit të kafshëve të egra dhe shpendëve në bjeshkët e Prizrenit dhe Dragashit;
- Vrojtimi i arinjve në Strehimoren 'Pylli Arinjve', afër Prishtinës, me eksperiencia shëtitjeje dhe ecje në shtigje të brendshme dhe të jashtme, me gjatësi të ndryshme;
- Vrojtimi i kafshëve të Egra në Strehimoren 'Blinaja', afër Lipjanit;
- Vizita ditore në zonat rurale dhe urbane, duke përjetuar atraksione dhe aktivitete të trashëgimisë kulturore dhe natyrore;
- Vizita shumë ditore të shkencëtarëve nga vendet evropiane dhe përtej detit, duke eksploruar biodiversitetin shumë të pasur dhe të larmishëm, posaçërisht florën dhe faunën endemike të Kosovës;
- Ture të irregullta me përbajtje të shumëfishtë dhe më shumë ditore, Udhëtime Edukative / Mësimore të studentëve, nga universitete të ndryshme dhe Instituti DIS, që nga viti 2009, në ture në Pranverë dhe Vjeshtë, duke përjetuar vizita mësimore, përvëç takimeve me institucionet kosovare dhe ndërkombëtare, vizita shumë të frytshme me komunitetet lokale, të gjitha kombësítë, në fshatrat më të largëta malore.

1.3.1. Situata aktuale dhe mundësítë për zhvillimin e turizmit të butë në rajonin e Deçanit

Rajoni i Deçanit, përfshirë bjeshkët e jashtëzakonshme në Malësi dhe Luginën e mrekullueshme pjellore të Dukagjinit, sipas institucioneve kombëtare dhe ndërkombëtare, përfaqësojnë mundësítë më të mira për të zhvilluar Turizmin Malor - Turizmin e Vështirë (Sportet dimërore, Alpinizmi, Ngjitja në Shkëmb, Eksplorimi Shpellave, Paragliding, etj.). Rajoni Deçanit mund të fillojë me shfrytëzimin e mundësive të mëdha të Turizmit të Butë - Aktivitete në Natyrë, Turizmin e Komunitetit (ECO, AGRO dhe Turizmin Rural), duke kontribuar në zhvillimin dhe mirëqenien e komunës dhe komunitetit lokal, të vetëdijshëm për mbrojtjen e biodiversitetit, respektimin dhe ruajtjen e trashëgimisë kulturore.

Rajoni i Deçanit është i mirënjohur për trashëgiminë e tij kulturore dhe historike, si ajo e ndërtuar ashtu edhe shpirtërore, ku përfshihet 'Manastiri i Deçanit' i jashtëzakonshëm, i Listuar nga UNESCO si Trashëgimi Botërore, si Manastir specifik Ortodoks serb, më atraktivi dhe më i ruajturi në Ballkanin Perëndimor. Manastiri i Deçanit është një pikë e nxehëtë në të gjitha itineraret e grupeve të organizuara, si dhe grupe të vogla dhe vizitorëve individualë, nga rajoni i Ballkanit dhe vizitorë ndërkombëtarë, që vizitojnë dhe qëndrojnë në Kosovë.

Trashëgimia e ndërtuar në Deçan dhe Luginën Perëndimore të Dukagjinit, janë gjithashtu të mirënjohura për të ashtuquajturën 'Kultura e Gurit' në ndërtimin tradicional të Kullave të Gurit, unlike të Dukagjinit,

shtëpitë e vjetra tradicionale në zonat urbane dhe rurale, urat prej guri, mullinjtë e ujit, dhe Hambarët. Folklori tradicional (këngë dhe valle, lojëra kombëtare), veshje tradicionale unike, arte tradicionale dhe artizanate, përfshirë festivalet tradicionale, përfaqësojnë një bazë të mirë për zhvillimin e turizmit të butë, qoftë si atraksione dhe aktivitete të vetme ose të kombinuara dhe të integruara me elementë të tjera të produktit turistik dhe eksperiencave.

Mungesa e investimeve në rrugë, energji elektrike dhe infrastrukturë tjetër të nevojshme (së voni fillimi i ndërtimit të rrugës Deçan - Plavë), ka ngadalësuar dhe ndaluar interesin e diasporës dhe investitorëve ndërkombetarë, për të investuar në Turizmin Malor dhe forma të tjera të projekteve serioze të Zhvillimit të Turizmit, në këtë fushë. Përveç studimeve serioze të Potencialevë dhe Resurseve, si dhe Ideve Konceptuale, si në ish-YU, ashtu edhe në periudhën e pasluftës, për fat të keq, për shkak të mungesës së politikave dhe praktikave adekuate institucionale, rajoni i Deçanit është larg për të filluar me investime serioze dhe projekte serioze zhvillimore në Turizmin Masiv (projekte të sporteve dimërore). Edhe projektet ndërkombetarë të Turizmit të Aktivitetave në Natyrë, për shkak të interesit dhe vetëdijes së ulët, ndoshta mungesës së përvojës dhe buxhetit, e la zonën e Deçanit jashtë projektit rajonal 'Majat e Ballkanit' dhe përfshirjen në të vërtetë shumë të rëndësishme të resurseve të jashtëzakonshme natyrore në Projektin rajonal 'Via Dinarica'. Problem madhor është edhe mungesa e kapaciteteve akomoduese në këtë rajon.

Në ish-Jugosllavi, në qytetin dhe rrethinat e Deçanit, ekzistonte një hotel i vjetër në qendër të qytetit të vogël, dhe një tjetër hotel me kapacitet të mesëm, me standarde të ulëta në vendndodhjen turistike 'Podi Geshtenjave', afér 'Manastirit të Deçanit', të cilat ose janë rrënuar tërsisht ose në rrënoja. Në periudhën në mes dhe në fund të viteve të 80-ta, filloj ndërtimi i një hoteli të ri më të madh, duke pretenduar standarde dhe kapacitete më të larta, i cili për shkak të politikave dhe praktikave të gabuara të investimeve gjatë viteve të 80-ta, si dhe një ndërprerje nga regjimi serb gjatë viteve të 90-ta, asnjëherë nuk u realizua dhe nuk u përfundua, aktualisht, gjysmë i shkatërruar.

1.3.1.1. Dy lokalitete shumë të rëndësishme turistike për zhvillimin e turizmit edukativ dhe social

Në Ish-YU, Deçani ishte një qendër e dy projekteve shumë të rëndësishme turistike, të cilat funksionuan për dekada, përkatësisht, 'Pushimorja e Fëmijëve' (Kampi i Pushimeve për Fëmijë dhe Rini) dhe Pushimorja e Punëtorëve 'Napredaku'.

Lokacioni ku gjendet ish Pushimorja e Punëtorëve, i cili në atë kohë të funksionimit të tij, shërbue si një shembull i Turizmit Social, duhet të aktivizohet përsëri, normalisht duke funksionuar me qasjen konform nevojave të mysafirëve dhe vizitorëve të Turizmit të Butë. Lokacioni është në pronësi të Komunës së Deçanit dhe mund të përgatitet në kohën më të shpejtë studimi i Fizibilitetit, duke e ofruar atë në nivelin e Tenderimit Ndërkombetar, në përputhje me Ligjin e Kosovës për Investimet Strategjike. Përveç komponentës sociale, Resorti mund të mbështesë dhe ofrojë shërbimet e tyre për grupe të ndryshme të organizuara dhe turistë individualë, turistë të bjeshkatarisë, nga vizitat bjeshkëve të Deçanit dhe Junikut, si dhe për vizitorët e Manastirit të Deçanit, duke ofruar për të gjithë, veprimtari të vlefshme të turizmit të butë, me çmime të popullarizuara dhe të favorshme.

Qasja e sipërpërmendur do të ndalojë disa iniciativa dhe veprime të gabuara të autoriteteve të Komunës, të cilat filluan kohët e fundit, duke financuar ndërtimin e disa strukturave të papërshtatshme prej betoni dhe tullash, pa studime paraprake pa planifikim të nevojshëm, i cili nuk përshtatet aspak në një lokalitet të bukur me pyje. Të dy institucionet qendrore dhe lokale, duhet të veprojnë në përputhje me rolin dhe funksionin e tyre të përcaktuar, kryesisht mbi mbështetjen me politikat e duhura, infrastrukturën dhe rolin e tyre aktiv në një Organizatë të Menaxhimit të Destinacionit, e cila është më se e domosdoshme në rajonin e Deçanit.

1.3.1.2. Turizmi në Kulla – format e veçanta të Mikpritjes Tradicionale

Strukturat akomoduese tradicionale, Kullat e Vjetra dhe unike prej gurit, të ngritura në Deçan dhe disa fshatra përreth, u ndërtuan në pjesën perëndimore të Luginës së Dukagjinit, në disa raste, shekuj më parë, me ODA për mysafir në katin e fundit. Në rastin e disa fshatrave, afér Deçanit, në Isniq, Dranoc dhe Junik, në fshatin Nivokaz afér Gjakovës, si dhe në disa fshatra afér Istogut, ka disa Kulla, të cilat janë të banuara,

disa prej tyre janë të gatshme për të mirëpritur mysafir, në një mënyrë specifike dhe unike, duke shijuar sekuencia të jetës në të kaluarën, me mundësi të shfrytëzimit të pakove të plota të produkteve dhe shërbimeve të tyre specifike, të përcjellura me legjenda dhe rrëfime. Kjo është një mënyrë unike e eksperiençave turistike, e cila ka nevojë për mbështetje në disa pika, investime në shkallë të vogël, furnizime fillestare dhe trajnime specifike për pronarët dhe ofruesit e shërbimeve.

1.3.1.3. Formë e veçantë e Turizmit Familjar

Pothuajse në të gjithë Kosovën, posaçërisht në vargjet malore të Bjeshkëve të Nemuna dhe Bjeshkët e Sharrit, një numër i konsiderueshëm i familjeve, kalojnë sezoni e verës, me bagëtinë e tyre, në zona të ndryshme malore, brenda llojeve të akomodimit malor të specifikuara si Stane, të ndërtuara në mënyrë autentike dhe tradicionale nga gurë dhe lëndë drusore, të mbuluara me dërrasa druri.

Fatkeqësisht, numri më i madh i Staneve në bjeshkët më të larta dhe shtëpitë tradicionale prej druri në fshatrat e bjeshkëve të poshtme, u dogjën dhe shkatërruan gjatë luftës në Kosovë, nga forcat serbe. Në periudhën e pasluftës, të gjitha shtëpitë e mëparshme u rindërtuan dhe zgjeruan, duke përmirësuar kapacitetet dhe standartet e tyre akomoduese dhe shërbimet e tjera.

Në të gjitha vendndodhjet e jashtëzakonshme të Rugovës, Deçanit, Junikut dhe bjeshkëve tjera, mijëra stane malore, janë rindërtuar, sipas ideve të pronarëve, duke pretenduar të ruajnë autenticitetin burimor, por disi me një qasje më moderne. Fatkeqësisht, ka shumë raste të ndërtimëve të paligjshme, në një mënyrë të gabuar dhe të dëmshme, duke injoruar rregullimin e duhur të rindërtimit / ndërtimit në pajtim me ambientin përreth, me ndikim të fortë negativ në mjedis, në biodiversitetin dhe me dëme në peizazhin natyror.

Numri më i madh i staneve ose shtëpizave të rindërtuara malore, mund të përdoren si një formë alternative e akomodimit, gjatë sezonit të Hikingut, dhe si një formë e akomodimit të bazuar në komunitet, përvizitorët vendas dhe rajonalë, përdiasporën e Kosovës gjatë pushimeve verore, me shërbimet gjysmë pensioni ose pensioni të plotë.

1.4. Zhvillimi i Turizmit të Komunitetit në Kosovë dhe rajonin e Deçanit

Turizmi i Komunitetit është i fokusuar në përfshirjen e popullatës lokale, në një zhvillim të turizmit, të lokalizuar dhe të zhvilluar për të mirën e tyre: ata ndërtojnë dhe menaxhojnë strukturat e akomodimit, si dhe shërbimet lokale të ofruara për turistët. Popullata lokale kanë kontroll të plotë mbi të ardhurat e krijuara nga turizmi, një pjesë e madhe e të ardhurave destinohet për përmirësimin e kushteve të jetesës së komunitetit, duke i kushtuar vëmendje të veçantë respektimit të natyrës dhe traditave të popullsisë lokale. Kjo formë e zhvillimit të turizmit, shpesh është e kombinuar me zhvillimin e aktiviteteve të prodhimit, të tilla si transformimi i produkteve bujqësore ose punëtorive të artizanatit, prodhimet e të cilave kryesisht u shiten turistëve.

1.4.1. Elementet e Turizmit të Komunitetit

- Akomodimi dhe shujtat e përbashkëta në shtëpitë e familjeve rurale;
- Përfitimet nga kuzhina tradicionale, artet dhe artizanatet tradicionale;
- Përvoja të veçanta nga gastronomia tradicionale shqiptare, boshnjake, serbe, turke, dhe gorane e rajonit;
- Përfitimet nga përvojat e mikpritjes tradicionale;
- Pjesëmarrje aktive në punët e përditshme të fshatarëve;
- Akomodimi dhe qëndrimi në shtëpi individuale të vendit, me shërbimet B&B (Shtrat dhe mëngjes);
- Mundësitet e akomodimit në shtëpi të zbrazëta, në të gjithë rajonin;
- Akomodimi në bujtina dhe hotelle / motele të vegjël në fshatrat e rajonit;
- Akomodimi në shtëpitë e vjetra të rinovuara në zonat rurale;

- Përvojat individuale, familjare dhe grupore, në ECO dhe agroturizëm, të organizuara nga ofruesit e shërbimeve individuale dhe organizatorët e udhëtimeve;
- Aktivitete të një lloji të caktuar, gjatë qëndrimit në fshatra: çiklizëm, peshkim, kalërim, vrapim, ecje;
- Udhëtime kërkimore në eksplorimin e stileve të jetesës rurale dhe fermave rurale.

Përveç potencialeve dhe resurseve, Turizmi i Komunitetit është relativisht i pazhvilluar në Kosovë, ndoshta në hapat e tij pionierë, me disa raste shumë të suksesshme dhe histori suksesi, në një numër shumë të kufizuar të rasteve, kryesisht në zonat malore.

- Përvoja e parë ndonjëherë e Turizmit të Komunitetit, është realizuar në zonën turistike të Novobërdës, duke përfshirë mbështetjen për planifikimin dhe menaxhimin gjithëpërfshirës të destinacionit, trajnimin gjithëpërfshirës të përfaqësuesve të komuniteteve, të interesuar për procesin e zhvillimit. Projekti, i mbështetur nga ‘CARE International’, me seli në Prishtinë, i implementuar nga Kompania e Konsulencës ‘TPD Consulting’ nga Prishtina, është implementuar me sukses me rezultate të mira fillestare në terren.
- Nëse mund të themi, rasti i dytë ishte fillimi i OJQ-së me bazë në Komunitet ‘Shqiponja’ në fshatin Drelaj të Bjeshkëve të Rugovës, brenda një familje me fermë bagëtish dhe Bletë. Idetë dhe iniciativat e para u mbështetën nga Agjencia Gjermane GTZ - GIZ dhe USAID, si dhe Komuna e Pejës, mbështetur nga Kompania e Konsulencës TPD Consulting. Në të vërtetë, Bujtina ‘Shqiponja’ aktualisht, është një nga pikat më të nxehta, duke ofruar shërbime mikpritjeje të paharrueshme të familjeve malësore për Projektin rajonal ‘Majat e Ballkanit’.
- Raste të ngjashme të vendeve turistike, të bazuara në Komunitet, u zhvilluan dhe organizuan në zona tjera të Pejës, Brezovicës, Fshati Zymi afér Prizrenit, Bjeshkët e Brodit në Dragash, Gryka dhe Bjeshkët e Junikut, Graçanica, zona e Mitrovicës Veriore, etj.

Eksperiencia të ngjashme të Turizmit të Komunitetit dhe aktivitete të shumta, mund të organizohen në zonat malore të banuara sezonalisht, në të gjithë Kosovën.

1.4.1.1. Projekti Trans nacional ‘Majat e Ballkanit’

Për të krijuar të ardhura për popullatën lokale, për të ndaluar braktisjen e rajoneve malore të Kosovës, Malit të Zi dhe Shqipërisë dhe për t'i sjellë këto pjesë të rajonit më afér së bashku, organizata kombëtare dhe lokale e turizmit dhe klubet e hiking-ut bashkuan forcat me Organizatën Zhvillimore Gjermane GTZ, për të zhvilluar në aspekt rajonal ‘Majat e Ballkanit’ si një destinacion për turizmin malor të aktiviteteve në natyrë. Me zhvillimin e një shtegu trans nacional për hiking, një nga të paktët në botë, u krijuua një bazë e përbashkët për zhvillimin e mëtejshëm.

Projekti ndërkombëtar ‘Majat e Ballkanit’ çon përmes një prej rajoneve malore të larta dhe të egra të Ballkanit Perëndimor. Duke përdorur shtigjet e barinjve dhe shtigjet e ecjes, shtegu gjarpëron nëpër male të larta alpine deri në 2300 metra mbi nivelin e detit dhe të çon përmes peizazheve të bjeshkëve, me një larmi peizazhesh që të lënë pa frysë, duke ndryshuar nga lugina e gjelbër në liqenet malore të kristalta, ujëvarat, lumi dhe fshati i largët piktoresk i bjeshkëve, në të cilin koha duket se ka ndaluar. Gjithësesi, një "thesar i fshehur" për adhuruesit e natyrës dhe dashamirët e Hikingut. Deri njëzet vjet më parë, rajoni kishte qenë pothuajse i paarritshëm për vizitorët, gjë që e bën atë një eksperiencë dhe aventurë autentike kulturore, duke kaluar nëpër tri bjeshkët e Shqipërisë, Kosovës dhe Malit të Zi.

Një nga sfidat për t'u adresuar është, pse zona e bjeshkëve të Deçanit, nuk është përfshirë në shtigjet e bjeshkatarisë së "Majave të Ballkanit"? Mund të merret me mend, ndoshta mungesa e interesit dhe angazhimit të autoritetet e Deçanit, apo qëllimi i Pejës fqinje, e cila ishte e interesuar të përfshinte sa më shumë territorin e saj malor? Autoritetet e komunës së Deçanit së bashku me të gjithë aktorët e interesuar dhe Koordinatorët e Projektit, duhet të ndërmarrin të gjitha hapat e nevojshëm për të përfshirë dhe zgjeruar me bjeshkët e jashtëzakonshme të Deçanit, duke marrë parasysh kapacitetet e shumta akomoduese në bjeshkë, si dhe Rrugën e re Deçan - Plavë.

1.4.1.2. ‘Via Dinarica’ në Kosovë, në Bjeshkët e Nemuna

‘Via Dinarica’ është një mega shteg ndërkombëtar për hiking, që shtrihet nga Shqipëria në Slloveni. Pjesa kryesore e shtegut pritet në mënyrë diagonale nga jug-lindja në veriperëndim, duke ndjekur natyrshëm kreshtën kryesore të ‘Alpeve Dinarike’, paralelisht me brigjet e Adriatikut.

Kohët e fundit Itinerari i Kosovës ju bashkua shtigjeve të ‘Via Dinarica’, me eksperiencia të jashtëzakonshme, duke ofruar mundësinë për të eksploruar më thellë në bukurinë e fshehur natyrore të Kosovës me hiking në Grykën e Rugovës (pjesë e Parkut Kombëtar Bjeshket e Nemuna të Kosovës) dhe mbi kreshtat e maleve, deri në kufirin e Kosovës dhe Malit të Zi.

Konkluzionet

1.5. Të menduarit për zhvillimin e produktave turistike

Ekzistenza e potencialeve dhe resurseve turistike, nuk nënkupton domosdo nivelin e zhvillimit të industrisë së turizmit ose të një destinacioni të zhvilluar turistik. Ky fakt është një nga parakushtet themelore për zhvillimin e produktit turistik dhe destinacionit turistik.

Në mënyrë që të arrihet një nivel i domosdoshëm i zhvillimit të destinacionit në një lokalitet, rajon, komunë ose vend, është e një rëndësie parësore që pushteti qendoror dhe ai lokal, të lëvizin drejt të menduarit për zhvillimin e produktit, duke përfshirë të gjithë aktorët relevantë, dhe duke dhënë një shembull se si të tjerët po veprojnë në iniciativa të reja për zhvillimin e produktave.

Lidhur me zhvillimin e produktave dhe shërbimeve turistike, të hotelerisë dhe zhvillimit profesional, në përputhje me kërkesat e tregut rajonal dhe ndërkombëtar të turizmit, në nivelin e komunave të përmendura, veçanërisht në Pejë, Prizren, Graçanicë dhe Vushtrri, janë bërë disa përpjekje dhe janë realizuar disa projekte, në përputhje me mundësitet financiare, por edhe me mbështetjen e donatorëve. Por, në mungesë të politikave të favorshme të sektorit në nivelin kombëtar, edhe këto komuna kanë mbetur në gjysmë të rrugës, ku në vend të zgjidhjeve adekuate, improvizimet bëhen me sukses të kufizuar, siç është rasti me trajtimin joadekuat të sektorit të turizmit, që duhej të ishte një prioritet, për shkak të tij si vlerë e shtuar e prodhimit dhe eksportit. Kjo qasje e gabuar rezulton në humbjen e përparësive krahasuese, në raport me konkurrencën në tregun rajonal, të tilla si Maqedonia Veriore, Serbia, Greqia, madje edhe Shqipëria, ku sektori i turizmit mbështetet me të gjitha mundësitet, siç janë subvencionet, taksat e arsyeshme të TVSH-së, masat preferenciale në projektet e zgjerimit dhe zhvillimin e kapaciteteve të reja, masat stimuluese për tërheqjen e vizitorëve nga tregu ndërkombëtar, etj. Në vitet e fundit, interesit i investitorëve ndërkombëtarë, veçanërisht atyre nga diaspora kosovare, është rritur për investimet e huaja direkte në sektorin e turizmit, me disa shembuj konkretë të investimeve, por politikat e pa favorshme i kanë lënë investitorët vendorë pa mbështetje, duke demotivuar investimet direkte nga burime të jashtme, në veçanti nga diaspora e Kosovës.

Problemet kryesore, të cilat demotivojnë investitorët lokalë, janë politikat bankare dhe huatë e shtrenjta, mungesa e planifikimit adekuat urban, mungesa e zonimit turistik dhe planeve rregulluese, dhe në veçanti, burokracia mjaftë demotivuese e institucioneve qendrore dhe komunale.

Me qëllim të fillimit të planifikimit, zhvillimit dhe menaxhimit adekuat të turizmit në Kosovë, posaçërisht në zonën e Deçanit, është i nevojshëm koordinimi i të gjitha entiteteve dhe aktorëve relevantë, siç janë: Ofruesit e shërbimeve turistike, shoqatat profesionale dhe shoqëria civile, komunitetet e religioze dhe të mbrojtjes së trashëgimisë, etj.

ANNEX I: Situata aktuale e pafavorshme e Bizneseve të Turizmit në Kosovë

Situata e pafavorshme e bizneseve të turizmit dhe mikpritjes Hoteliere në Kosovë

- Investime të konsiderueshme shumë të shtrenjta në infrastrukturën hoteliere dhe gastronominë,
- Mungesa ekstreme e planifikimit dhe koordinimit profesional,
- Mungesa ekstreme e menaxhimit profesional,
- Mungesë e theksuar e arsimimit dhe aftësimit profesional,
- Qasja e gabuar dhe gulfatëse e institucioneve në të gjitha nivelet,
- Politikat e pafavorshme të turizmit në të gjitha nivelet,
- Injorimi i kërkesave dhe shqetësimeve të biznesit nga institucionet,
- Mungesë e theksuar e mbështetjes me investimet në infrastrukturë,
- Ndonjëherë, orientime të gabuara dhe jo konsistente të mbështetjes së donatorëve, për shkak të koordinimit joprofesional të aktiviteteve të tyre, nga institucionet e Kosovës,
- Politika të pafavorshme dhe qasje e vështirë për hua të favorshme,
- Mungesa e investimeve të huaja, për shkak të procedurave të komplikuara, burokracisë së rëndë dhe rastet e shantazhimit të investitorëve të mundshëm dhe të interesuar.

ANNEX II: Dimensionet e Turizmit në Kosovë

Të gjitha aktivitetet turistike në Kosovë, kanë të bëjnë me një ose më shumë nga **dimensionet vijuese të turizmit**.

a. **Atraksionet:** Janë motivi kryesor për të udhëtuar. Ato mund të janë një destinacion kryesor siç është Qyteti i Vjetër i Prizrenit ose destinacion dytësor që janë vende interesante për t'u vizituar gjatë rrugës për në destinacionin kryesor, siç është Parku Kombëtar i Sharrit. Shumica e turistëve që vijnë në Kosovë nga vendet e rajonit, si Shqipëria, Serbia ose Maqedonia Perëndimore, që udhëtojnë në Kryeqytetin e Prishtinës, ose në Prizren, do të ndalojnë në Brezovicë, Luginën e Lumëbardhit ose Prevallë, për një drekë ose pushim kafeje, duke përjetuar kuzhinë tradicionale ose pamje të shkëlqyeshme. Atraksionet zakonisht përqendrohen në resurset natyrore, kulturën, etninë ose argëtimin.

- **Resurset natyrore:** Resurset natyrore janë ndërthurja e veçorive fizike (Gryka dhe Lugina e Rugovës, Bjeshkët e Deçanit, Shpella e Mermerit Gadime, Burimet e Drinit dhe Ujëvarat), klima (Qafa e Prevallës, Bjeshkët e Brodit), dhe bukuria natyrore e zonës (Parku Rajonal Gërmia, Gryka dhe Lugina e Deçanit, Bjeshkët e Vjetra të Kopaonikut). Sfida për të menaxhuar turizmin e bazuar në burimet natyrore, është ruajtja e burimeve natyrore nga ndikimi i turistëve.
- **Resurset dhe vlerat kulturore:** Kultura - një mënyrë jetese e cila vështrohet përmes fesë, historisë, qeverisë dhe traditave të një populli (Vendi Arkeologjik Ulpiana, Manastiri i Deçanit, Xhamia e Sinan Pashës, Kullat e Vjetra të Gurit të Dukagjinit).
- **Ethniciteti:** Vizitë në familje dhe miqtë (Vizita të shumta të Diasporës, në pushime dhe festa të ndryshme në Kosovë).
- **Argëtimi:** Eksperiencat turistike të gjitha madhësive në të gjithë Kosovën (Dokufest në Prizren, ‘Jeta Natës’ në Prishtinë, Festivali ‘Sunny Hill’ në Prishtinë, Festivali i Këngëve dhe Valleve Autoktone të Rugovës, Festivali i Graçanices – ‘Svetkovine i slave’, Festivali Folklorik i Deçanit).
- **Turizmi X-treme (ekstrem):** Turizmi i bazuar në aktivitete të larta adventureske (Ngjitja në Shkëmbinj, Paragliding dhe aktivitetet në natyrë “Via Ferrata” në Grykën e Rugovës, Aktivitetet Speleologjike në Bjeshkët e Pejës).

b. **Objektet për ofrimin e shërbimeve:** Shërbime të ofruara për turistët në destinacion, ose kur turistët arrijnë në atraksione.

- **Akomodimi / Strehimi:** Përfaqëson një larmi shërbimesh në hotele / motele, resorte, vendpushime malore, qendra banjeare dhe kampe.
- **Ushqim dhe Pije:** Një nga faktorët më të rëndësishëm në përvojën e përgjithshme të turizmit, ofrimi i ushqimeve tradicionale dhe ndërkontaktore dhe përvoja të vërsës / pijeve.
- **Shërbimet mbështetëse:** Zakonisht përfaqësohen nga biznese të vogla me pakicë, që ofrojnë suvenirë dhe shërbime personale. Shopingu ose Blerja është një pjesë integrale e eksperiencave të udhëtimit. Turistët kërkojnë sende unike dhe të reja, që përfaqësojnë zonën dhe kulturat që ata vizitojnë (artizanatet e argjendarisë në Prizren, Pejë / Gjakovë).
- **Infrastruktura:** Shërbimet themelore nga të cilat varet i gjithë turizmi. Këto sisteme përfshijnë sisteme uji dhe kanalizimesh, rrjetet komunikimi, pajisje mjekësore, energji elektrike, polici dhe mbrojtje nga zjarri dhe në rrugë.

c. **Transporti**

- **Shqetësimi për kohën dhe paratë:** Ky është komponenti kritik për turizmin, aftësia për të marrë turistët nga pika e tyre e nisjes në destinacion dhe mbrapa. Variabilitet e **Kohës**, sa kohë duhet për të arritur në një destinacion specifik dhe **Paraja**, sa kushton për të arritur në destinacionin tuaj. Zhvillimet e turizmit varen nga lehtësia e qasjes dhe llojet e transportit në dispozicion.

d. **Mikpritja Tradicionale**

- Mikpritja Tradicionale: Qëndrimi i komunitetit përshkon çdo vend turistik që e bën turistin të ndihet i mirëpritur dhe i sigurt. Është rezultat i ndërveprimit midis turistëve dhe popullatës lokale. Mikpritja tradicionale e Kosovës, pa marrë parasysh se cilat komunitet, është e njojur dhe një nga faktorët vendimtar dhe motivuesit e vizitave dhe qëndrimeve të paharrueshme në destinacione të ndryshme në të gjithë Kosovën.

ANNEX III: Rekomandimet për aktorët lokal

Rekomandimet

1.6. Rekomandimet për palët e interesuara lokale (qeveria, organizatat e shoqërisë civile, qytetarët e Kosovës, veçanërisht të rajonit të Deçanit mbi potencialin dhe strategjitet për zhvillimin e turizmit të butë

Rekomandime për qeverisjen lokale

- Autoritetet publike të krijojnë klimë të përshtatshme dhe kornizë adekuate për përdorimin e resurseve dhe për të krijuar nivel të favorshëm tregtar të fushës, duke ndaluar keqpërdorimin e tokës së komunës për ndërtim joadekuat nga vetë komuna,
- Përgatitja dhe angazhimi për hartimin e Planit Strategjik për Zhvillimin e Turizmit të Butë, duke përfshirë të gjithë aktorët relevant dhe pronarët e mundshëm privatë dhe investitorët,
- Të ndërmarrë hapat e duhur urgjentë, mbi veprimet e menjëherëshme kundër akteve kriminale të keqpërdorimit dhe ndërtimeve pa leje në të gjitha bjeshkët në zonën e saj, duke punuar ngushtë me të gjitha autoritetet përgjegjëse, lokale dhe në nivelin shtetëror,
- Të ndërmarrë hapat e duhur urgjentë, për veprimet e menjëherëshme kundër akteve kriminale të prerjeve të paligjshme të drunjëve dhe dëmtimeve të tjera në burimet ujore dhe biodiversitetin e përgjithshëm të zonave të tij malore,
- Studimi i Fizibilitetit mbi Zhvillimin e Produkteve të Integruese të Turizmit të Formave të Qëndrueshme të Turizmit të Butë (Aktivitetet në natyrë, ECO. Turizmi Komunitetit, Turizmi Rural dhe Agroturizëm), përfshirë të gjithë aktorët e lidhur dhe ekspertizën profesionale,
- Promovimi dhe mbështetja e partneriteteve publiko - private,

- Themelimi i Organizatës për Menaxhimin e Destinacionit DMO në nivelin e komunës, përfshirë të gjithë aktorët e lidhur dhe ekspertizën profesionale,
- Drejtoritë e komunës dhe komuniteti i biznesit, përfshirë DMO, bazuar në legjislacionin e Kosovës, të punojnë së bashku në promovimin e investimeve, në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar, me fokus në Diasporën e Kosovës,
- Autoritetet përgjegjëse, drejtoritë përgjegjëse dhe agjencitë e Deçanit, Pejës dhe Junikut, të punojnë ngushtë me të gjithë aktorët e interesuar, për të zgjeruar dhe përfshirë shtigjet e alpinizmit në bjeskët e Deçanit dhe Junikut në hartën e projektit të "Majave të Ballkanit", duke synuar zgjerimin dhe përfshirjen në shtigjet e "Via Dinarica".
- Të mbështesë aktivitetet e biznesit të grave dhe të rindeve, posaçërisht për të mbështetur dhe punuar ngushtë me OJQ-në e grave "Jeta".

Rekomandim për organizatat e shoqërisë civile

- OJQ e Grave dhe Vajzave "Jeta", nga Deçani, duke përdorur potencialet dhe përvojën e tyre të gjatë dhe të suksesshme, dhe rrjetëzimin e saj më të gjerë, duhet përkrahur zgjerimin e mëtejshëm të aktiviteteve të tyre ekzistuese, me aktivitete të turizmit të butë dhe iniciativave zhvillimore,
- OJQ-të ekzistuese dhe të reja, të punojnë ngushtë, brenda DMO, me pronarë të ligjshëm të staneve dhe shtëpive malore, në mënyrë që të promovojnë përvoja të turizmit të butë në të gjitha bjeskët e banuara, duke ofruar kapacitetet e tyre alternative të akomodimit në tregun vendor dhe ndërkombëtar të turizmit, veçanërisht Diasporën e Kosovës,
- Organizatat e shoqërisë civile, OJQ-të e fokusuara në mbrojtjen e resurseve dhe Biodiversitetit, të cilat janë shumë aktive në Deçan, kanë nevojë për më shumë mirëkuptim dhe mbështetje nga qytetarët dhe autoritetet, në mënyrë që të jenë anëtarë aktivë dhe të fortë të DMO.

Rekomandime për qytetarët e Kosovës

- Pronarët e kapaciteteve të disponueshme të akomodimit, duhet punuar më afër me DMO, agjencitë e udhëtimit dhe platformat e Rezervimit (Arnbnb, etj), duke ofruar kapacitetet e tyre si forma alternative të akomodimit, si në fshatra ashtu edhe në rajonet e banuara në stane,
- Numri më i madh i staneve ose shtëpizave malore të rindërtuara, mund të përdoren si një formë alternative e akomodimit, gjatë sezonit të bjeskatarisë, dhe si një formë e akomodimit në bazë të komunitetit, për vizitorët vendas dhe rajonalë, për Diasporën e Kosovës gjatë pushimeve verore, me shërbime gjysmë pansioni apo edhe pansion të plotë,
- Pronarët e Kullave tradicionale dhe shtëpive të vjetra, mund të ofrojnë kapacitete alternative, qoftë si akomodim B&B (fjetje me mëngjes) ose produkte dhe shërbime specifike të tyre të përshtatura, të përcjellura me rrëfime dhe legjenda,
- Kjo mënyrë unike e përvojave të turizmit të iniciuar, kërkon mbështetje në disa pikë, investime në shkallë të vogël, furnizime fillestare dhe trajnime specifike,
- Si qytetarët, ashtu edhe shoqëria civile, duhet të angazhohen me një presion më të përqendruar ndaj autoriteteve, lokale dhe në nivel kombëtar, për të ndaluar veprimet kriminale të dëmtimit dhe shkatërrimit të biodiversitetit dhe resurseve, veçanërisht në zonat malore, të tillë si ndotja dhe keqpërdorimi i burimeve të ujit dhe përrrenjtë, flora dhe resurset pyjore, gjuetia dhe peshkimi i paligjshëm, etj.
- Qytetarët, që jetojnë dhe qëndrojnë në Kosovë, duhet të ndryshojnë konsumin e pajustifikuar të dërgesave nga familjarët e tyre që jetojnë jashtë, duke kërkuar mbështetjen e tyre për planifikimin dhe iniciativat e tyre të orientuara për investime, në format e turizmit të butë, pra të turizmit të të qëndrueshëm,
- Qytetarët e interesuar për të investuar në forma të turizmit të butë, duhet të ndihmohen dhe mbështeten me planifikim dhe orientime lidhur me interesin e tyre, interesin e sektorit dhe zhvillimin e përgjithshëm ekonomik, sikurse edhe me përkrahje nga fondet zhvillimore të Kosovës.

ANNEX IV: Kornizat e Zhvillimit të Produkteve të Kombinuara Turistike

Zhvillimi i Produktit Turistik në rajonin e Deçanit

Deçani si destinacion turistik, vlerat turistike lokale dhe rjonale

1. Qëllimi i koordinimit të gjitha fazave të zhvillimit të produktit turistik:

- Identifikimi i përcaktuesve të Produktit
- Identifikimi i Elementeve të Produktit
- Inventarizimi i Elementeve të Produktit
- Disejnimi i Produktit – Paketave turistike
 - ✓ Kombinimi i Elementeve të ndryshëm në një paketë dhe një çmim
 - ✓ Dizajni i Paketës,
 - ✓ Ofrimi dhe Promovimi i Paketave,
 - ✓ Zhvillimi i produktit turistik.

2. Qëllimi integral i angazhimit për zhvillimin e produktit

- Ndikimi dhe orientimi në mendimin më të ngritur dhe të integruar, mbi rëndësinë e zhvillimit proaktiv të produktit turistik,
- Ngritje e ndjeshme e konsideratës drejt rajonit të Bjeshkëve të Nemuna dhe Deçanit,
- Promovimi i ndërgjegjësimit për iniciativat dhe veprimet e ardhshme krijuarës dhe zhvillimore.

3. Të menduarit lidhur me zhvillimin aktual të turizmit do të thotë:

- *Qasja tradicionale për zhvillimin e turizmit*
 - ✓ Ne përcaktojmë produktin, ky është produkti ynë,
 - ✓ Tregu është në shënjestë, angazhimi i biznesit përqendrohet te kush dhe si do ta shesim produktin?
- *Qasja strategjike për zhvillimin e produktit*
 - ✓ Identifikojmë klientin tonë të targetuar
 - ✓ Sipas llojit të klientëve, ne zgjedhim llojin e produktit që na nevojitet për të

4. Turizmi në Ekonominë e Eksperiencës, një epokë e re e ekonomisë

- Në tregun ndërkontrollor të turizmit, për disa vite, u rrit kërkesa për udhëtime, të cilat:
 - ✓ Angazhojnë ndjenjat,
 - ✓ Stimulojnë mendjen,
 - ✓ Përfshinë aktivitete unike, dhe
 - ✓ Lidhen personalisht me udhëtarët, në një nivel emocional, fizik, shpirtëror ose intelektual.
- Në vend të pushimit luksoz dhe relativisht statik:
 - ✓ Interesi për eksperiencat në të gjitha fazat e udhëtimit rritet,
 - ✓ Eksperiencat bazohen në emocione të forta, përvoja, rolin aktiv dhe përfshirjen e vizitorit, gjatë gjithë udhëtimit,
 - ✓ Të gjithë ofruesit individualë të shërbimeve duhet të orkestrojnë ngjarje për t'u mbajtur mend, për klientët e tyre, në mënyrë që të angazhojnë secilin prej tyre, plotësisht personalisht, individualisht.

5. Kanalet e shpërndarjes: Praktikat aktuale dhe mundësítë potenciale

- Kanalet e Shpërndarjes në mungesë të Organizatës për Menaxhimin e Destinacionit DMO:
 - ✓ Tour Operatorët, Agjencitë Udhëtimit
 - ✓ Udhëzimet dhe materialet tjera promovuese
 - ✓ Mediat e shtypura dhe elektronike

- ✓ Panairet dhe ekspozitat për konsumatorët
- ✓ Shitjet me pakicë përmes internetit
- ✓ Organizatat e konsumatorëve

6. Elementet kryesore të Produktit Turistik

- 5 elementet thelbësorë të produktit turistik:
 - ✓ **Programi ose Atraksionet, si element kryesor dhe më i rëndësishëm** i produktit, të tilla si: atraksionet e fuqishme nga trashëgimia natyrore dhe kulturore;
 - ✓ **Elementi i dytë** i produktit për nga rëndësia, është transporti, me infrastrukturën e rrjetit dhe mjetet përkatëse;
 - ✓ **Elementi i tretë** është akomodimi dhe infrastruktura përkatëse;
 - ✓ **Elementi i katërt** është ushqimi dhe pijet, dhe
 - ✓ **Elementi i Pestë**, sipas rëndësisë, është pushimi dhe relaksimi.

7. Përbajtja e produktit turistik karakterizohet nga faktorët e mëposhtëm:

- **Faktorët vendimtar** - Motivi i udhëtimit ose Destinacioni me vlera të një rëndësie parësore, të cilat u shkaktojnë vizitorëve eksperiencat e intensitetit më të lartë;
- **Faktorët ndihmës** - rrugët e komunikimit, mjetet e transportit nga vendi i nisjes deri në destinacion, dhe
- **Faktorët shoqërues** - akomodimi, gastronomia, përbajtjet argëtuese dhe shërbime të tjera, në mënyrë që të mbështesin eksperiencat, që nga mbërritja e vizitorit në destinacion deri në largimin e tij prej andej.

8. 1. Grupet e elementeve tërheqëse

- Rekreacioni në natyrë dhe Mbrojtje Ekologjike
- Trashëgimia kulturore - ngjarje historike dhe kulturore
- Atraksione me interes të veçantë
- Turizmi në komunitet (përvoja nga mikpritja lokale dhe kuzhina tradicionale kosovare)
- Turizmi në Konferanca në sallonet e hoteleve / moteleve në Decani dhe Malet e Deçanit
 - ✓ Turizmi malor - dimëror
 - ✓ Turizmi Malor - Veror
 - ✓ Forma të tjera tërheqëse
 - ✓ Turizmi transit
 - ✓ Turizmi alpin
 - ✓ Turizmi rinor – ekskursione
 - ✓ Turizmi edukativ/arsimor.

9. SWOT ANALIZAT

10. PEST ANALIZAT

Llojet e eksperiencave të kërkua nga vizitorët

- **Arritja në Komunitet**
 - ✓ Takimi me njerëzit lokalë
 - ✓ Festat kulinare, vizita në shtëpi dhe vizita në fermë
 - ✓ Eksperiencat e komunitetit ofrojnë një mënyrë tjetër popullore për të zbuluar dhe kuptuar njerëzit dhe kulturat.
- **Aktivitete pjesëmarrëse, praktike dhe ndërvepruese**
- **Qasje speciale, prapa skenave dhe ekskluziviteti**
- **Të mësuarit dhe zbulimi**
- **Përvojat e Ndara**

- ✓ **Dinamika shoqërore e lidhur me udhëtimet**, njohjen me njerëzit, krijimin e miqësive të reja dhe forcimin e miqve të vjetër ose kalimin e kohës me familjen, është e rëndësishme. Ky studim e përforcoi këtë faktor si gjenerues të kërkësës.

Pine dhe Gilmore identifikojnë katër sfera eksperiencash:

- ✓ **Eksperiencat argëtuese** janë kryesisht pasive, por mund të janë shumë absorbuase, siç është vrojtimi se si shefi i kuzhinës copëton perimet, çan vezët, hedh brumin në ajër, pastaj provojeni;
- ✓ **Eksperiencat edukative/arsimore** janë informuese, rrisin njohuritë, aftësitë dhe angazhojnë mendjen. Ato mund të janë pasive, të tilla si leximi i paneleve interpretuese në një vend historik, ose përfshijnë pjesëmarrje aktive, të tilla si gatimi me një kuzhinier, ose të bëheni një arkeolog për një ditë;
- ✓ **Eksperiencat estetike** janë pasive, por kanë aftësinë për të zhytur plotësisht njerëzit në një përvjë. Për shembull, duke ecur në terrenet e një kështjelle, duke nuhatur lule të freskëta, duke dëgjuar një ujëvarë dhe duke ndjerë flladin; dhe
- ✓ **Eksperiencat e dyndjes** përfshijnë pjesëmarrje aktive dhe zhyt njerëzit në një aktivitet të tillë si një fundjavë në Banja ose duke vizituar shtëpi të ndryshme në një vizitë private në kopsht dhe duke takuar pronarët.

Individualisht, secila prej këtyre eksperiencave ofron një lloj vlere për blerësin. Kompanitë që integrojnë me vetëdije të katër fushat e sipërpërmendura, optimizojnë dinamikën e eksperiencës.

Perbërësit thelbësorë në Paketat e Paharrueshme të Udhëtitimit

- Bazuar në gjetjet e një studimi, ekzistojnë gjashtë përbërës thelbësorë që duhet të përfshihen në ‘recetën eksperimentale’ për sukses:
 - ✓ Ndërtoni itinerare të bazuara në tema që ju lejojnë të shtroni eksperiencat, të renditni ngjarjet, të zgjidhni furnizuesit e duhur dhe marketoni drejtë audiencave të targetuara.
 - ✓ Investoni, trajnoni dhe mbani guida të shkëlqyeshme turistike dhe drejtorë turësh. Ata janë përfaqësuesi juaj i vijës së parë dhe persona që do të shoqërohen me kompaninë tuaj.
 - ✓ Paguani ose shpërbleni në mënyrë të përshtatshme specialistët, njerëz lokal burimor ose ekspertët që japid interpretimin, tregonë historinë dhe ndajnë njohuritë, kulturën dhe pikëpamjet e tyre me turistët tuaj. Buxhetoni mjaft mirë, në mënyrë që të mbuloni shpenzimet tuaja, pasi ata të bashkohen në grup për një vakt dhe të kenë kohë për vizita të rastësishme me udhëtarët tuaj.
 - ✓ Siguroni kohën e lirë në itinerar për vetë-zbulimin dhe optimizimin e elementit të befasisë.
 - ✓ Përdorni sugjerime dhe kujtime për të krijuar një lidhje emocionale me udhëtarët tuaj.
 - ✓ Shisni ëndrrat dhe ofroni eksperiencat.

Çfarë perceptojnë vizitorët si ‘vlerë të shtuar? Për çfarë do të paguajnë një premium vizitorët?

Vizitorët paguajnë premium për perceptimin si elemente të ‘vlerës së shtuar’ të produktit	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sjellje ose kontakte të veçanta ✓ Shërbim i jashtëzakonshëm, i personalizuar ✓ Kontakti personal - para dhe pas ✓ Grupet e vogla ✓ Qasje speciale në objekte ✓ Vëmendje në detaje - çfarë detaje? ✓ Mundësi unike, jo zakonisht të disponueshme për udhëtarët e përgjithshëm ✓ Guida dhe shoqëruar cilësor ✓ Standard i caktuar i akomodimit 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fleksibiliteti në itinerar ✓ Siguria, ndjenja e sigurisë ✓ Diçka e re dhe e ndryshme sa herë që udhëtojmë me ju (organizata juaj) ✓ Autenticiteti, origjinaliteti, i ruajtur në gjendjen origjinale, trashëgimia me takt ✓ Përbushja e ëndrrave ✓ Ndjenjë krenarie / reciproke ✓ Interpretim fantastik

ANNEX V: Themelimi i DMO*) në Rajonin e Deçanit

1.7. Themelimi i Organizatës për Menaxhimin e Destinacionit në rajonin e Deçanit

Duke marrë parasysh një numër të madh dhe të larmishëm të resurseve natyrore dhe kulturore, në njëren anë dhe mungesën e të gjitha llojeve të faktorëve dhe ekspertizës, për valorizimin e tyre, Deçani ka nevojë për një ndërhyrje urgjente me një master plan të menaxhimit dhe strategjinë e marketingut të destinacionit, duke krijuar një Organizatë të Menaxhimit të Destinacionit DMO. Orientuar në zhvillimin e turizmit të butë, është e nevojshme të krijohet një organ implementues, i cili do të integrojë të gjithë aktorët e interesuar, duke synuar një planifikim dhe zhvillim adekuat dhe efektiv të turizmit, përmes koordinimit të banorëve individualë të angazhuar, komunitetit të biznesit dhe organizatave, për menaxhimin adekuat të destinacionit. Shoqëria kosovare, posaçërisht autoritetet lokale, janë mjaft të politizuara, ndonjëherë duke marrë veprimet e zhvillimit, bazuar në vendime politike, pa analiza dhe planifikim paraprake, pa konsultime paraprake me ekspertë sektorialë, aktorë të tjerë, larg opinionit publik. Prandaj, është i nevojshëm themelimi i Organizatave Rajonale dhe Lokale të Menaxhimit të Destinacionit, si organe apolitike në të gjithë Kosovën, posaçërisht në zonën e Deçanit.

Organizata e Menaxhimit të Destinacionit DMO është një organ implementues për strategjinë e turizmit, duke ofruar vazhdimësi dhe integritet apolitik në procesin e zhvillimit të destinacionit, duke shërbyer interesave të gjithë zinxhirit të vlerës. DMO-të janë struktura zyrtare, që bazohen në përpjekjet e grupeve për të menaxhuar dhe tregtuar destinacionin. DMO-të zhvillojnë turizmin në mënyrë efektive, përmes ndërtimit të partneriteteve të gjera publiko - private, zhvillimit të strategjive të marketingut dhe krijimit të qendrave të informacionit për vizitorët për incoming turistët. DMO tregtojnë destinacionin dhe koordinojnë bizneset dhe organizatat individuale. DMO-të veprojnë në nivelin kombëtar, rajonal dhe lokal.

Një funksion kryesor i DMO është krijimi i një plani master të menaxhimit dhe strategjisë së marketingut të destinacionit. Në mënyrë tipike, DMO të nivelit lokal, operojnë zyrën e informacionit për turizmin, shpesh me një dyqan me pakicë. Disa forma të DMO-ve në nivel rajonal, janë shumë të përfshira në promovimin rajonal dhe menaxhimin e destinacionit.

DMO-të punojnë ngushtë me bizneset e turizmit dhe organizatat e interesuara në destinacion, duke përfshirë hotele, atraksione, parqe, agjenci udhëtimesh, operatorë turistikë dhe guida turistike, restorante, pika shitje me pakicë dhe vendet e konferencës.

*) Organizata e Menaxhimit të Destinacionit OMD (DMO)

Roli i Organizatës së Menaxhimit të Destinacionit DMO

DMO-të duhet të plotësojnë nevojat e destinacionit, qoftë në marketing, koordinimin e palëve të interesuara, ndikimin në klimën e biznesit, apo asistimin në zhvillimin e resurseve njerëzore. DMO duhet të ndikojë shumë në eksportin përfundimtar të destinacionit - përvojën e vizitorëve.

Karakteristikat e zakonshme të një DMO përfshijnë:

Regjistruar si një organizatë e pavarur, jofitimprurëse, një organizatë e bazuar në anëtarësim e përbërë nga një përzierje e aktorëve të turizmit: publik, privat, jofitimprurës dhe akademik nga rajoni:

- Qeveriset nga një bord drejtoresh ose komiteti ekzekutiv që reflekton anëtarësimin dhe përbërjen e destinacionit
- Një numër gjithëpërfshirës dhe i hollësishëm i rregulloreve dhe akteve nënligjore të publikuara dhe të disponueshme për çdo palë të interesuar
- Grup i larmishëm i flukseve të të ardhurave: tarifat e anëtarësimit, taksat e hoteleve, mundësitet e shitjes me pakicë, komisionet e rezervimit në internet, reklamimi në botime dhe faqe në internet
- Shërbimet kryesish falas për përdoruesit përfundimtarë.

Statistikat Turistike dhe Monitorimi

Statistikat cilësore, mundësojnë që një DMO të bëjë ndryshime strategjike në programim dhe të maksimizojë burimet. Shpesh, agjencitë qeveritare mbledhin statistikat bazë të turizmit për arritjet dhe të ardhurat si pjesë e imigracionit dhe sistemeve të mbledhjes së taksave. Një DMO mund të mbledhë të dhëna nga një larmi burimesh, për të siguruar një kuptim më të mirë të furnizimit dhe kërkesës së turizmit në destinacion dhe më gjërë.

Treguesit e industrisë

DMO-të mund të përdorin statistikat e turizmit për të inventarizuar produktet e destinacionit, për të vlerësuar kapacitetin, për të monitoruar ndryshimet dhe për të siguruar më mirë pozicionimin e tregut duke siguruar që normat dhe disponueshmëria të jenë në pajtim me konkurrencën. Mënyra më e zakonshme për të mbledhur të dhëna të industrisë është përmes një sondazhi, qoftë në internet ose personalisht.

Të dhënat duhet të mblidhen rregullisht. Shumë biznese kontribuojnë vetëm në konfidencialitetin e tyre të të dhënavë të brendshme. Çdo analizë që mbështetet në të dhënat e ofruara nga bizneset, duhet të ndahet me ata që kontribuan.

Treguesit e zakonshëm të industrisë përfshijnë:

- ✓ Objektet e akomodimit, Hotelet, Motelet...
- ✓ Dhoma të disponueshme
- ✓ Shkalla e shfrytëzimit: Numri i dhomave-netëve të rezervuara x Numri i dhomave x Numri i ditëve në një muaj x 100
- ✓ Norma Mesatare Ditore (ADR): Të ardhurat totale të fituara nga numri i dhomave të shitura atë ditë
- ✓ Të ardhurat për dhomën në dispozicion (RevPAR): Të ardhurat nga dhomat / numri i përgjithshëm i dhomave në dispozicion
- ✓ Numri i Tour operatorëve
- ✓ Udhëtimet personale: numri i ekskursioneve të realizuara x numrin e njerëzve të pranishëm
- ✓ Shkalla mesatare e ekskursionit ditor: kostoja e një ekskursioni / ditë në ekskursione.

Treguesit e Udhëtarëve

Kuptimi i profileve të vizitorëve ndihmon në identifikimin e tregjeve të synuara, krijimin e porosive domethënëse dhe zhvillimin e produkteve dhe burimeve në mënyrë të tillë që ato të plotësojnë kërkesa të veçanta. Sondazhet gjithashtu arrijnë tek udhëtarët dhe mund të jepen ndërsa vizitorët presin në radhë për një têrheqje, gjatë një transferimi nga një vend në tjetrin, ose lënë në strehim për t'u plotësuar. Disa DMO shpërblejnë ata që plotësojnë sondazhet me një shenjë të vogël vlerësimi. Një mohim i konfidencialitetit të repte gjithashtu duhet t'i jetet marrësit të sondazhit. Pyetjet e zakonshme për udhëtarin përfshijnë:

- ✓ Mosha, gjinia, raca
- ✓ Gjatësia e udhëtimit
- ✓ Pika e origjinës
- ✓ Kohëzgjatja e qëndrimit në destinacion
- ✓ Shpenzimi mesatar ditor
- ✓ Llojet e aktiviteteve të planifikuara dhe të përfunduara
- ✓ Lloji i udhëtarit (i pavatur, grupor, ture)
- ✓ Metodologjia për rezervimin e aranzhimeve të udhëtimit
- ✓ Niveli i kënaqësisë

Mbi të gjitha, treguesit duhet të respektojnë pesë elementë kryesorë të përshkruar nga UNWTO (2007):

- ✓ Relevanca për çështjen e përzgjedhur
- ✓ Mundësia e marrjes dhe analizimit të informacionit të nevojshëm
- ✓ Besueshmëria e informacionit dhe besueshmëria për përdoruesit e të dhënavë

- ✓ Qartësia dhe kuptueshmëria
- ✓ Krahasimi me kalimin e kohës dhe nëpër juridiksione dhe rajone

Avokimi për Industrinë

Si një organizatë anëtarësie, DMO komunikon rregullisht me palët e interesuara për të mësuar shqetësimet dhe idetë e tyre dhe për të arritur një konsensus të gjërë për destinacionin për çështje të spikatura. Nga ana tjetër, DMO mund të përfaqësojë interesat e palëve të interesuara tek Ministria përgjegjëse për turizmin (MTNI) dhe agjencitë tjera qeveritare kombëtare.

DMO avokon në emër të industrisë për qeveritë kombëtare dhe rajonale, investitorët, organizatat joftimprurëse, grupet e qytetarëve dhe popullatën lokale. Nga bisedat e rregullta të DMO-së ndërmjet anëtarëve të saj, çështjet kryesore mund të adresohen dhe të arrihet konsensusi që mund të ndahet me palët e prekura në destinacion. DMO gjithashtu mund të forcojë kuptimin për përpjekjet dhe sfidat përmes takimeve informuese, seminareve dhe ngjarjeve të tjera tematike, të përqendruara në menaxhimin e trashëgimisë kulturore, administrimin e mjedisit ose transportin.

Avokimi i aseteve

Industria e turizmit ka një interes të fituar për mirëqenien e mjedisit, cilësinë e jetës së njerëzve dhe ruajtjen e elementeve kulturore që krijojnë bazën për vizita. DMO punon me partnerë lokalë, siç janë organizatat joftimprurëse dhe institucionet arsimore, për të identifikuar kërcënimet dhe përmirësimet e mundshme për pasuritë e destinacionit. DMO organizon grupe pune dhe task forca për të minimizuar ndikimet në pasuritë në rrezik, të tilla si uji, mbeturinat e ngurta dhe vendet e shenja.

Mbështetja e industrisë, rritja dhe Trajnimet

DMO-të gjithashtu mund të ofrojnë trajnime për anëtarët, për të përmirësuar menaxhimin e destinacionit, praktikat e biznesit dhe bashkëveprimin me komunitetin. Programi i trajnimit do të synojë menaxherët e destinacionit dhe tregtarët, zhvilluesit e hoteleve, operatorët turistikë, pronarët e bizneseve, zyrtarët qeveritarë dhe të tjerët që merren me qëndrueshmërinë dhe konkurrencën afatgjate të destinacioneve turistike.

Angazhimi i banorëve lokal

Banorët lokal në destinacion, kanë një pjesë të madhe të rolit në industrinë e turizmit. Për të ruajtur një marrëdhënie pozitive midis industrisë së turizmit dhe banorëve lokalë, DMO mund të:

- ✓ Ftojnë banorët dhe drejtuesit e komunitetit, të marrin pjesë në këshillin ekzekutiv të DMO-së ose bordin e drejtoreve
- ✓ Pranojnë rregullisht reagimet nga banorët, në një faqe në internet ose në vende strategjike siç janë qendrat civile dhe ndërtesa qeveritare
- ✓ Mbajnë forume të rregullta për të diskutuar tema të spikatura
- Banorët lokalë që zotërojnë biznese, gjithashtu mund të:
 - ✓ Krijojnë një hapësirë brenda zyrave të DMO, për të vendosur materialet e tyre promutive
 - ✓ Reklamojnë brenda botimeve të DMO dhe në faqen e internetit
 - ✓ Zhvillojnë marrëveshje bashkëpunimi për reklamat
 - ✓ Krijojnë një program “miqësie” që lejon banorët dhe bizneset të shprehin përkushtimin e tyre për turizmin
 - ✓ Krijojnë konkurse afiniteti në internet që u kërkojnë banorëve t'u tregojnë vizitorëve për vendet në destinacion
 - ✓ Organizojnë biseda të rregullta, në lidhje me ‘zinxhirin e vlerës’ së turizmit dhe sesi bizneset lokale mund të komunikojnë dhe bashkëpunojnë më mirë, në mënyrë që të ofrojnë mallra dhe shërbime lokale për industrinë e turizmit
 - ✓ Përdorin mediat sociale për të mbledhur të dhëna dhe për të ndarë storie.

Përfitimet e Anëtarësisë

- ✓ Porosi promovuese në faqen e internetit të DMO dhe Komunës së Deçanit;
- ✓ E drejta për shpërndarjen e broshurave të objekteve të tyre turistike në qendrën e informacionit turistik
- ✓ Lidhjet e biznesit me operatorët turistikë vendas dhe ndërkombëtarë, për të promovuar aktivitetet qëndrueshme të turizmit në rajonin e Deçanit
- ✓ Qasja në hotel dhe shërbimi i rezervimit të aktiviteteve përmes qendrës së informacionit turistik dhe një sistemi të rezervimit në internet
- ✓ Dallimi i veçantë si biznes i turizmit që mbështet nismat e turizmit të qëndrueshëm në rajonin e Deçanit
- ✓ Mundësia për tu paraqitur në udhëtimet familjarizuese FAM Trips
- ✓ Qasja në gjetjet e vlefshme të hulumtimit të tregut
- ✓ Zbritje në reklamat shtesë online për udhëtarët

Përbledhje

- DMO është një organizatë e pavarur që plotëson një boshllék të rëndësishëm, duke avokuar për nevojat gjithëpërfshirëse të industrisë së turizmit si dhe banorëve vendas.
- DMO-të mund të organizohen në çdo nivel gjeografik ose politik
- DMO-të kanë një numër modelesh biznesi, por zakonisht janë jofitimprurëse, të bazuara në anëtarësim me mbështetjen e sektorit publik.
- Tradicionalisht, DMO përqendrohen kryesisht në aktivitetet e marketingut në lidhje me promovimin e të gjithë destinacionit.
- DMO-të gjithashtu mund të ofrojnë shërbime të tjera që rrisin profilin dhe konkurrencën e destinacionit, të tilla si:
 - ✓ Master Planifikimi i turizmit
 - ✓ Statistikat dhe monitorimi i turizmit
 - ✓ Avokimi i aseteve
 - ✓ Mbështetja e industrisë, rritja dhe trajnimi
 - ✓ Angazhimi i banorëve lokal.

Veprimtaritë e marketingut të DMO

Marketingu shpesh është më i suksesshmi kur është pjesë e një strategjie gjithëpërfshirëse. Një plan marketingu, ndihmon DMO të përcaktojë me përparsi pasuritë e një destinacioni në raport me konkurrentët, të identifikojë audiencat e preferuara dhe të zhvillojë një plan veprimi se si t'i arrijmë ato audiencia. Shumë nga këto aktivitete, mund të shtrijnë rezultatet e mëparshme të përfunduara në vizionin dhe strategjinë e përgjithshme të zhvillimit të DMO.

Duhet patur kujdes, se marketingu dhe shitjet, megjithëse janë të lidhura ngushtë, janë dy aktivitete të ndryshme. Marketingu rrit ndërgjegjësimin e klientit dhe jep një mesazh; shitjet janë veprimi i drejtëpërdrejtë i ndërmarrë për të kërkuar dhe përbushur porosi të klientëve. Kështu, marketingu përfshin aktivitetet të tilla si reklamat, krijimin e broshurave dhe materialeve kolaterale, dhe marrëdhëniet me publikun; shitjet përfshijnë telemarketingun, thirrjet dhe kërkuesat me postë direkte.

Marketingu gjeneron kuptim të audiencës, i nevojshëm për të ngritur çdo lloj promovimi. Ai sqaron cilat janë trendët dhe perceptimet aktuale të udhëtimit, që vizitorët kanë për destinacionin në krahasim me vendet tjera, ndër shumë lloje të tjera të të dhënave. Komponenti kërkimor i marketingut, mbështetet në shumë burime të ndryshme, si në vazhdim:

- Hulumtim në tryezë i burimeve dytësore
- Shitjet, rezervimet dhe regjistrimet e rezervimeve

- Regjistrimet e informacionit të vizitorëve, p.sh., kartat e regjistrimit të vizitorëve, të dhënrat e formularit të rezervimit, të dhënrat e qendrës së thirrjeve ose fakes në internet
- Publikimet qeveritare
- Të dhënrat e odave dhe shoqatave të industrisë turistike
- Raportet e organizatave ndërqeveritare (UNWTO, WTTC)
- Analiza tregtare nga botimet e porositura ose të disponueshme
- Regjistrim ose prerje e të dhënave nga aktivitetet e konkurrencës primare
- Hulumtime cilësore ose nga kërkimet
- Diskutimet në fokus grupe për të identifikuar perceptimet
- Pjesëmarrja në shfaqjet tregtare
- Vëzhgimi i sjelljes së vizitorëve në ose përreth një vendi turistik
- Trendët në mjedisin e jashtëm të funksionimit të udhëtarëve
- Kërkime sasiore
- Hulumtime të modelit të sjelljes së udhëtarëve
- Sondazhe të perceptimeve të vizitorëve
- Sondazhet e kënaqësisë së klientit
- Sondazhet e industrisë për perceptimet dhe sfidat.

ANNEX VI: Definimi dhe organizimi i Zonave të Mbrojtura Turistike

1.8. Rekomandim - përcaktimi dhe organizimi i zonave të mbrojtura turistike

Një zonë turistike është një zonë e përbërë nga hapësirat turistike, që janë të lidhura ngushtë për nga natyra, historia dhe kultura ose në ndonjë mënyrë tjeter. Një zonë turistike është krijuar për të mundësuar udhëtime me qëndrim më të gjatë se 2 netë dhe 3 ditë, përmes bashkëpunimit midis vendeve të saj turistike, me qëllimin më të madh për të rritur atraktivitetin e këtyre vendeve.

Përcaktimi i Zonave të Mbrojtura Turistike në Deçan*

Mbrojtja e Zonave turistike, të përcaktuara në mënyrë specifike në zonën e Deçanit, është një proces i domosdoshëm, që duhej të kishte ndodhur dekada më parë. Është fakt, që rajoni Deçanit, ka resurse natyrore shumë të pasura dhe të larmishme, të cilat deri më tanë, për shkak të mungesës së vullnetit politik dhe mosrespektimit të ligjit, po pësojnë dëme të shumta deri në degradimin e mjedisit dhe biodiversitetit të tij.

Në mënyrë që të ndalohen dëmtimet dhe degradimi i resurseve natyrore dhe kulturore, të dy autoritetet kombëtare dhe lokale duhet të ndërmarrin hapa urgjentë për:

- Identifikimi i Zonave Turistike dhe Lokaliteteve turistike,
- Përkufizimi i Zonave dhe Lokaliteteve Turistike të Deçanit, në përputhje me Planin Hapësinor dhe Strategjinë e Parkut Kombëtar Bjeshket e Nemuna,
- Përfshirja e të gjithë aktorëve dhe grupeve të interesit në diskutimin publik para-aprovimit,
- Miratimi në Komunë, me pëlgimin e autoriteteve kombëtare, i Zonave dhe Lokaliteteve turistike,
- Të punohet në studimin e Fizibilitetit, në lidhje me kornizën e projekteve të mundshme të zhvillimit të turizmit,
- Puna në planifikimin urbanë dhe të detajuar të zonave turistike, në përputhje me Planin Hapësinor të Bjeshkëve të Nemuna
- Promovimi i Zonave dhe lokaliteteve turistike, me plane urbanistike dhe të hollësishme, si dhe Propozimi i Projekteve të Zhvillimit të Turizmit, në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar.

*) Qasja bazohet në projektin "Zhvillimi i Produkteve të Rajonit Bjeshket e Nemuna" në 2007, Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Grupi i Ekspertëve të Turizmit, i përbërë nga ekipi ndërministror, OJQ-të e lidhura me turizmin dhe drejtori të bashkive, të mbështetur nga GTZ gjermane. Materialet e shkruara të këtij projekti shumë të mirë, mund të shërbejnë si bazë për procesin e ri të propozuar të Zonimit të Turizmit në zonën e Deçanit.

Propozimi për identifikimin e Zonave të Mbrojtura të Turizmit dhe Lokaliteteve të Deçanit

1. Zona Turistike e Deçanit me rrithinë:

- Lokaliteti i Luginës së Lumëbardhit,
- Lokaliteti i Liqenit Radoniqi,
- Lokaliteti Podi Geshtenjave (Plaja e Gështenjës)

2. Zona Turistike e Deçanit dhe Bjeshkëve të saj:

- Lokaliteti i Pishave të Deçanit,
- Lokaliteti i Bellesë dhe Pleqes,
- Lokaliteti i Kozhnjerit,
- Lokaliteti i Luginës së Lumëbardhit,
- Lokaliteti Bjeshket (Bjeshkët e Belegut, Prelepit, Roshkodolit, Milishevci, Zllonopoja, Baballoqit,
- Lokaliteti Bjeshkët Zallit i Rupës, Carrabregu, Deçanit, Pllacica e Vokshit, Stanishta e Zogut, Qershizat, Kurvalla.

3. Zona Turistike e Bjeshkës së Strelcit

- Lokaliteti i Bjeshkës së Strelcit

Propozimi i projekteve të nevojshme në lidhje me Zonat dhe Lokalitetet e Mbrojtura Turistike të rajonit të Deçanit

Projektet e propozuara në nivelin komunal të Deçanit:

1. Hartimi i planeve urbanistike dhe të detajuara të lokaliteteve turistike:

- Lokaliteti turistik Lugina e Lumëbardhit,
- Lokaliteti turistik Radoniqi,
- Lokaliteti turistik Podi Geshtenjave
- Lokaliteti turistik Pishat e Deçanit,
- Lokaliteti turistik në Bellea dhe Pleqa,
- Lokaliteti turistik në Kozhnjer,
- Lokaliteti turistik në Luginën e Lumëbardhit,
- Lokalitetet turistike (Bjeshka e Belegut, Prelepit, Roshkodolit, Milishevci, Zllonopoja, Baballoqit).
- Lokaliteti turistik (Bjeshka: Zalli i Rupës, Carrabregu, Decani, Pllacica e Vokshit, Stanishta e Zogut, Qershizat, Junik, Dobroshit, Kurvalla).
- Lokaliteti turistik i Bjeshkës së Strelcit.

1. Shtrirja organizative dhe institucionale e sektorit të turizmit;

2. Përfundimi i infrastrukturës ligjore të turizmit, në kompetencën e qeverisjes vendore;

3. Mundësítë dhe sfidat e Zhvillimit të Turizmit të Butë në zonën e Deçanit

4. Stimulimi i zhvillimit, mbrojtjes së artit tradicional dhe veprimtarive artizanale;

5. Mbështetje në kultivimin e gastronomisë tradicionale;

6. Mbështetje për zhvillimin e promovimit dhe marketingut të turizmit në nivelin komunal;

7. Identifikimi dhe promovimi i ditëve të shënuara, manifestimeve në nivelin komunal;

8. Zhvillimi i projektit të sinjalizimit turistik;
9. Mbështetja e zhvillimit të resurseve njerëzore në sektorin e turizmit;
10. Aktivitete promovuese në nivelin komunal;
11. Krijimi i politikave të favorshme për investime në turizëm.

ANNEX VII: Kornizë Plani për Trajnimin e Komunitetit Lokal për mundësitetë e turizmit

1.9. Propozimi i një Plani Kornizë për Trajnimin e Komunitetit Lokal mbi mundësitetë e turizmit

Trajnimi i Komunitetit Lokal mbi mundësitetë e turizmit	
2 ditë Programi i Trajnimit Informativ	
➤ Mundësitetë dhe parakushtet e zhvillimit të turizmit të komunitetit në Kosovë dhe Deçan	
➤ Cilat forma të Aktiviteteve të Turizmit të Komunitetit në Deçan	
➤ Informacionet themelore mbi destinacionin e mundshëm - Deçani dhe rajoni më i gjërë	
➤ Roli dhe ndikimi ndërveprues i turistëve brenda komunitetit lokal të Deçanit	
3 ditë Instrukcionet bazë të praktikës profesionale	
➤ Informacion mbi ofrimin e shërbimeve të pritjes dhe akomodimit	
✓ Prezantim praktik brenda Kullave B @ B, Akomodim shtepiak dhe në Hotel	
➤ Informacioni mbi përgatitjen e produkteve ushqimore dhe pijeve, menu-së dhe diversifikimin e ushqimit,	
✓ Prezantim praktik brenda Kullave B @ B, Akomodim shtepiak dhe në Hotel	
➤ Informacioni bazë për sigurimin e produkteve dhe shërbimeve I	
✓ Udhëzime themelore për sigurimin e shërbimeve; mëngjes, drekë, darkë, lunch paket, piknik,	
✓ Prezantim praktik brenda Kullave B @ B, Akomodim shtepiak dhe në Hotel	
➤ Informacion bazë për sigurimin e produkteve dhe shërbimeve II	
✓ Udhëzime bazë mbi format tradicionale të ofrimit të Shërbimit: mëngjes, drekë, darkë, pako dreke, piknik,; shoqërim në pirjen e kafës dhe çajit	
✓ Prezantim praktik brenda Kullave B @ B, Akomodim shtepiak dhe në Hotel	
➤ Rezume e përbashkët – Brainstorming - Stuhi mendimesh për mësimet e mësuara.	

ANNEX VII: Rekomandimi i politikave dhe strategjive të nevojshme për t'u zbatuar nga institucionet

1.10. Identifikimi i pengesave që mund të jenë të pranishme për zhvillimin e turizmit të butë në Kosovë dhe në rajonin e Deçanit

Mirëkuptimi, vlerësimi adekuat dhe shpërblimi i sektorit të turizmit në Kosovë
• Të ndryshojë perceptimi i gabuar dhe të kuptohet rëndësia e Industrisë së Turizmit dhe Mikpritjes,
• Të mësohet më shumë dhe të ofrohet vullnet më konstruktiv politik, për të njojur dhe pranuar rolin e Zhvillimit të Turizmit në Zhvillimin Ekonomik dhe të Përgjithshëm të Kosovës,
• Të intensifikohen përgatitjet dhe të finalizohet Hartimi i Ligjit të ri të përmirësuar për Turizmin dhe Mikpritjen, duke përfshirë ekspertë me përvojë vendas dhe ndërkombëtarë, duke synuar fazën e hershme përfundimtare
• Të intensifikohen përgatitjet dhe përfundimisht të finalizohet Strategjia për Turizmin dhe Mikpritjen Hoteliere, duke përfshirë ekspertë me përvojë vendas dhe ndërkombëtarë, duke synuar fazën e hershme përfundimtare

- Përcaktimi dhe avancimi i pozicionit të Industrisë së Turizmit dhe Mikpritjes Hoteliere, brenda prioriteteve, së bashku me sektorët e tjera;
- Të njihen dhe vlerësohen si duhet ndikimet ekonomike të sektorit të Turizmit dhe Mikpritjes Hoteliere
- Të njihen, vlerësohen si duhet dhe rregullohen statistikat e turizmit, në përputhje me Rregulloret e UNWTO dhe praktikat e BE,
- Të regjistrohen dhe përcjellën me përpikëri Shpenzimet Turistike dhe të Ardhurat, përfshirë këtu edhe nga turistët e Diasporës,
- Të mirëkuptohen, pranohen, dhe rregullohen të Ardhurat turistike nga turistët ndërkombetarë, përfshirë Diasporën, si 'Eksport i Brendshëm', dhe të zbatohen përfitimet ligjore, si në sektorët e tjera, për të gjithë përfituesit e biznesit, të cilët mirëpresin dhe u shërbejnë turistëve ndërkombetarë në Kosovë, duke kontribuar në bilancin tregtar të Kosovës,
- Të kontribuohet në përmirësimin e situatës ekonomike të bizneseve të turizmit, duke promovuar zhvillimin më efektiv të sektorit, tërheqjen e investimeve të huaja direkte, me politika tatimore më pozitive, duke e zbritur TVSH-në - Tatimet mbi Vlerën e Shtuar, në mesataren prej 6-8% (6% për akomodimin, agencitë e udhëtimit Incoming (hyrës) dhe operatorët turistikë, si dhe të ardhurat nga ushqimi dhe shitja e pijeve vendore; 8% në të ardhurat e agjencive të udhëtimit jashtë dhe operatorëve turistikë, si dhe të ardhurat nga shitja e pijeve alkoolike të importuara),
- Shpërblimi adekuat me subvencione Agjencitë Incoming (hyrëse) të udhëtimit / Operatorët turistikë dhe akomodimi, për kontributin e tyre në sjelljen dhe mirëpritjen e turistëve ndërkombetarë për më shumë se 3 ditë qëndrimi, duke marrë shembuj të mirë të Maqedonisë së Veriut dhe Serbisë, konkurrentët e drejtpërdrejtë,
- Shpërblimi adekuat me subvencione të pronarëve privatë dhe familjeve, të cilët investojnë në forma të qëndrueshme dhe të turizmit të butë (turizmi i komunitetit, agroturizëm, turizëm ECO) si dhe investime të ndërmarrjeve të përbashkëta me diasporë dhe investorë të IHD,
- Promovimi dhe shpërblimi adekuat i arsimit profesional në sektorin e turizmit, duke mbështetur në mënyrë specifike vajzat dhe gratë,
- Të stimulojë dhe mbështesë përdorimin e standardeve profesionale, në të gjitha aktivitetet e biznesit, në të gjitha fazat e Planifikimit, Zhvillimit dhe Menaxhimit të Biznesit.

Dokumenti Hulumtues hartuar nga:
Prof. Zekë Çeku, Ekspert Senior i Turizmit

Prishtina/Pristina 21/6/2021



Mekani turizam na Kosovu sa posebnim fokusom na područje Dečana

Meki turizam - turizam koji
promovira očuvanje prirode
i njene biološke raznolikosti

Koncept mekog turizma prati
koncept i principe Zelenog
sporazuma EU i Zelene
agende za zapadni Balkan

Priština Juni 2021

Istraživački Papir

Mekani turizam na Kosovu sa posebnim fokusom na područje Dečana

Pripremio: Prof. Zekë Çeku

Priština Juni 2021

Odricanje

"Ova publikacija je objavljena uz podršku Evropske unije. Sadržaj ove publikacije je isključiva odgovornost Zekë Çeku i ni na koji način ne predstavlja stavove Evropske unije."

Sadržaj istraživačkog rada

SAŽETAK

1. Uvod

1.1. Kratak pregled razvoja kosovskog turizma i aktualne situacije u razvoju mekog turizma

2. Analize

2.1. Turistički resursi na Kosovu, posebno u području Dečana

2.2. Pristup mogućnostima razvoja mekog turizma na Kosovu i u području Dečana

2.3. Razvoj turizma u zajednici

3. Zaključak

4. Preporuke

PRILOG I: Stvarna nepovoljna situacija turističkih preduzeća na Kosovu

PRILOG II: Dimenzije turizma na Kosovu

PRILOG III: Preporuke za lokalne deonike

PRILOG IV: Okvir razvoja kombiniranog turističkog proizvoda

PRILOG V: Uspostavljanje DMO-a na području Dečana

PRILOG VI: Definicija i organizacija zaštićenih turističkih zona

PRILOG VII: Okvirni plan za obuku lokalnih zajednica o turističkim mogućnostima

PRILOG VIII: Preporuka potrebnih politika i strategija koje će institucije primeniti

5. Utvrđivanje prepreka koje bi mogle biti prisutne za razvoj mekog turizma na Kosovu i u području Dečana

Sažetak

MEKI TURIZAM - Novi trendovi na turističkom tržištu

Sve je veća potražnja za putovanjima koja uključuju osećanja, stimuliraju um, uključuju jedinstvene aktivnosti i odnose se lično na putnike na emocionalnom, fizičkom, duhovnom ili intelektualnom nivou.

Razvoj turizma predstavlja složenu interakciju između mnogih aktera sa zajedničkim odgovornostima u pogledu ekološke, ekonomске i socijalne održivosti turističke industrije. To uključuje, na primer, turističku industriju za promociju održivih proizvoda, potrošača za razvoj održivih modaliteta potrošnje, kao i javne vlasti da stvore pogodnu klimu i okvir za upotrebu resursa i stvore povoljan okvir komercijalnog nivoa, među mnogim akterima.

Strateški resurs kosovskog turizma je prostor sa više vrednosti, relativno očuvanim do sada, koji će dugoročno biti sve važniji, ne samo u ekonomskom smislu već i u ekološkom, ekonomskom, socijalnom i kulturnom životu.

Geografski položaj, blaga kontinentalna klima, planine, klisure, flora i fauna, prirodno i kulturno nasleđe, ključni su elementi proizvoda koji Kosovo čine popularnom turističkom destinacijom za turiste iz zemlje, regiona Balkana, kao i za međunarodne posetioce, uključujući kosovsku dijasporu iz različitih zemalja, učestvujući u najvećem broju dolazaka i boravaka na Kosovu.

Zeleni Sporazum EU i Zelena Agenda za Zapadni Balkan

Koncept mekog turizma prati koncept i principe Zelenog sporazuma EU i Zelene agende za zapadni Balkan. Regija Zapadnog Balkana, na putu da se pridruži Evropskoj Uniji, prilično se brzo priklonila evropskim

principima i standardima, ali ih kontinuirano ne uspeva primeniti. Mnogi izazovi su pred nama, ali istovremeno nova politika u razvoju - Zelena agenda za zapadni Balkan - nudi mnogo više mogućnosti za prevazilaženje ovih izazova. Sledеći svoju prethodnu logiku kohezijske politike i politike Instrumenta za pretpriступну pomoć (IPA), Evropska Komisija je iznela Zeleni Sporazum EU, usredotočen na države članice EU, a dodatno je predložila politiku Zelene Agende za zemlje zapadnog Balkana.

Mekani turizam na Kosovu i u području Dečana, šansa za domaći turizam

Kosovska turistička industrija patila je od pandemije COVID 19 više nego bilo koji drugi sektor, na prvom mestu Incoming dolazeće turističke agencije, zbog otkazivanja svih grupa i pojedinačnih rezervacija za 2020. i prvo polugodište 2021. Pored Ugostiteljstva, mnogo štete su pretrpeli gastronomija, turistički transport, turizam u zajednici i turistička kupovina. Međutim, više pozitivnih pokreta domaćeg turizma na Kosovu dogodilo se u nekim periodima, u skladu sa pandemijskom situacijom, posebno u planinskim regionima širom zemlje. Ovaj trend se nastavlja, uz predviđanje većeg broja internih poseta domaćih turista, u povoljnoj situaciji sa pandemijom i većoj efikasnosti vakcinacije građana. Očekuje se više poseta i boravaka tokom perioda letnjeg odmora, zajedno, gosti iz dijaspore i njihovih porodica koje žive na Kosovu. Planinarska udruženja, klubovi i nevladine organizacije, organiziraju grupne posete širom zemlje. Više porodica posećuje svoje brvnare i planinske vile, za koje se očekuje da će se nastaviti tokom ljetnog odmora. Sasvim je sigurno da će se ovaj trend slediti narednih godina, pružajući građanima Kosova, dijaspori i regionalnim turistima sve vrste iskustava koja pružaju oblici mekog turizma.

Uvod

Metodologija

Procenu je uradio ugovoren stručnjak za turizam tokom tronedenljnog perioda, sa stručnošću u planiranju i razvoju turizma, razvoju turističkih proizvoda i upravljanju projektnim ciklusom. U sprovođenju Procene, stručnjak je započeo pregled literature kako bi se identifikovali izvori dokumentacije, relevantni za razvoj turizma Kosova, posebno iskustva i mogućnosti mekog turizma, kako na nivou Kosova, tako i na području Dečane, sa fokusom na očuvanju biodiverziteta i zaštiti životne sredine, na Kosovu i u području Dečana. Stručnjak je organizovao nekoliko poseta sa relevantnim zainteresovanim stranama, sa ciljem da se sastanu sa predstavnicima 4 ministarstva Vlade Kosova. On je takođe posetio gradonačelnika opštine Dečani i njegovo odgovarajuće osoblje iz ekonomskog i turističkog sektora, predstavnike nedržavnih organizacija iz oblasti turizma i nasljeđa, kao i sa različitim regionalnim stručnjacima za biodiverzitet i zaštitu životne sredine. Posetio je predstavnike turističke i ugostiteljske delatnosti, Udruženje zanatlja 'Jeta' i članove Lokalne akcijske grupe. Stručnjak je nastavio u Prištini, sastanke sa različitim predstavnicima iz vladinih agencija, donatora i civilnog društva, kako bi prikupio i pregledao relevantne dokumente. U okviru posete Dečanima, stručnjak boravi u poludnevnoj poseti Dečanskoj Klisuri i Nacionalnom parku Bjeshket e Nemuna / Prokletije, obilazeći nekoliko lokacija s ciljem razgovora o opštinskim planovima za razvoj turizma, prema Nacrtu plana razvoja opštine, koji bi trebao biti u skladu sa zaštićenim zonama. Tokom terenske procene, posebno interesovanje i razgovori bili su usmereni na neophodnost određivanja turističkih zona i regulatornih planova. Tokom svog terenskog rada, stručnjak je prikupio i konsultovao razvojne projekte u nacrtu, kako na institucionalnom nivou na Kosovu tako i u Dečanima, koji se odnose na razvoj turizma i zaštitu biodiverziteta.

Istraživački rad usredotočen je na vreme i normalan tok posleratnog razdoblja, stvarnu situaciju i budućnost, povezanu s ekonomskim i turističkim razvojem, između 2000. i 2020. godine, sa izuzetkom abnormalne pandemije COVID 19 prošle 2020. godine, nadajući se da će ova nesrećna situacija isteći s krajem tekuće godine. Kao izuzetno razdoblje, ostat će zapamćen po svojim ogromnim negativnim uticajima u svim ekonomskim sektorima, s izuzetnim uticajem na celu turističku industriju, uključujući ugostiteljstvo, gastronomiju, turistički transport i turističko ugostiteljstvo i turizmu zajednice.

1.1.Kratak pregled razvoja kosovskog turizma i stvarne situacije u razvoju mekog turizma

1.1.1. Kratak pregled razvoja kosovskog turizma

Kosovo, kao turistička destinacija, još uvek nije dovoljno istraženo. Stotine kilometara planinskih lanaca, planina i nepreglednih planinarskih staza, navale rijeka i mirnih jezera, stotine slikovitih sela, bezbroj običaja i tradicije, atraktivne tradicionalne umetnosti i rukotvorine, s tradicionalnom gastronomijom, utemeljenom na starini i čistim prirodnim proizvodima, blagodarom plodnog zemljišta. Kosovo sa svojim jedinstvenim gostoprivredstvom, toplo dočekuje pojedinačne posetioce, male grupe i organizovane grupe turista. Ovde su priroda, kultura i tradicija bez premca i jedinstveni, ali relativno netaknuti.

Razvoj turizma i ugostiteljstva na Kosovu, zasnovani na vremenu i istorijskim okolnostima, mogu se razmatrati u tri perioda cikličnih i vrlo kontroverznih kretanja: sa degradacijom i razaranjem u drugom periodu, kao i dramatičnim pozitivnim promenama u trećem periodu.

- a. Značajni razvojni period 70-ih godina, u bivšoj Jugoslaviji, kada su izgrađeni značajni kapaciteti turističkih struktura, profesionalno-menadžersko i operativno osoblje obrazovano je, na relativno dobrom nivou, na Kosovu i u najpopularnijim centrima u republikama, tadašnje Federacije, a Kosovo je podržano za proboj ka domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.
- b. Degradirajući i destruktivni period 90-ih, nakon ukidanja autonomije Kosova, rascepom savezne države i rušenjem ekonomskog sistema, sa razarajućim posledicama po Kosovo i sve njegove ekonomske sektore, industrijsku i putnu infrastrukturu, militarizaciju prištinskog aerodroma, drastičan pad putovanja međunarodnih turista na Kosovo.
- c. Period nakon kosovskog rata i oslobođenja, od sredine 1999. nadalje, kada se Kosovo u početku suočilo sa periodom obnove infrastrukture, ponovnog otvaranja međunarodnog aerodroma u Prištini, promena u ekonomskom sistemu i procesa privatizacije društvenih preduzeća, često neuspešnih, ali kontinuirano, s jačanjem privatne ekonomije i slobodnog tržišta, s prilično dinamičnim pozitivnim posljedicama za rast sektora u privatnom vlasništvu.

U nedostatku strateških planova i ispravnih razvojnih orijentacija, na svim nivoima, sektor turizma je u posleratnom razdoblju označio početak razvoja, relativno neplanirano i neorijentirano, sa koncentracijom najvećeg broja smeštajnih kapaciteta, van atrakcija i urbanih centara.

Međutim, u ovom posleratnom razdoblju izgrađeni su i deluju značajni kapaciteti smeštajnih, gastronomskih i turoperatora, kao početnih preduslova za veće zapošljavanje i bolje mogućnosti, istovremeno pružajući usluge lokalnim, regionalnim i međunarodnim posetiocima, uključujući posetioce iz dijaspore. Ovaj doprinos i zahvalnost idu privatnom biznisu, međunarodnim vladinim agencijama za podršku (GTZ - GIZ, USAID, UNDP, Swiss Contact, Evropskoj komisiji, Veću Evrope, ADA, itd.), te malom broju opština.

Nakon završetka perioda rekonstrukcije i početka rada novih hotela i drugih smeštajnih kapaciteta, širom Kosova, počele su da rade prve turističke agencije koje dolaze u partnerstvo sa poznatim međunarodnim turooperatorima u Evropi, SAD-u, Kanadi, Japanu, Tajvanu, kao i na Balkanu. Od 2008. godine organizovane su različite klasične i prilagođenije ture, kako pre, tako i u sezoni, organizovanje višestrukih sadržaja i višednevnih poseta Kosovu i susednim zemljama (Regionalne ture), uključujući dnevne ekskurzije u planinskim predelima Šara i Prokletija. Specijalizovane raznolike naučnoistraživačke grupe posetile su Kosovo u višednevnim posetama, poput višednevne posete naučnog timu iz Kopenhagena, zainteresovanom za endemsку floru u svim planinskim oblastima na Kosovu. Od 2009. i dalje, mnoge male grupe, parovi, interesne grupe i individualni turisti, sa sve većim trendom, posetili su Kosovo u takozvanim „City Break Tours“, mnogi od njih, posećujući lokalne zajednice u planinskim i ruralnim oblastima, širom Kosova. U istom periodu osnovana je prva kompanija za turističko savetovanje, koja podržava lokalne agencije i hotele / odmarališta, za poslovno planiranje i razvoj, razvoj proizvoda i upravljanje destinacijama. Zahvaljujući podršci međunarodnih partnera, prvenstveno talijanske NVO „Trentino con il Kosovo“, 2005.

godine započele su prve aktivnosti u prirodi, uspostavljajući dve vrlo važne NVO u Peći, povezane sa turizmom; „Rugova Experience“ za meke oblike turizma i „Merimangat“, za tvrdu avanturu poput penjanja i speleologije. U istom periodu pokrenuli su aktivizam planinarenja i njihovih udruženja na regionalnom nivou u mnogim gradskim centrima, i prve ženske planinarske prvakinje poput Ute Ibrahim, učestvujući na svjetskoj pozornici planinara visokog ranga. Organizirane su i delovale prve NVO i udruženja poslovnih zajednica, obogaćujući iskustvo i profesionalnu stručnost deonika.

Svi veliki hoteli, izgrađeni u procvat 70-ih kao preduzeća u „društvenom“ vlasništvu, tokom 90-ih pretrpeli su degradaciju i uništenje, zbog nedostatka posla, investicija, čak i osnovnog održavanja, među njima i amblematični Grand Hotel „Prishtina“, u okviru Ex-Yu smatran među najboljim hotelima sa 5 *. U posleratnom periodu, svi su hoteli trebali proći vlasničku transformaciju kroz proces privatizacije. U stvari, zbog neuspešnog procesa, mnogi od njih, poput Grand Hotela ‘Prishtina’, i dalje su u neizvesnoj situaciji, podložni različitim procesima pravde. Nekoliko dobrih primera uspešnih transformacija su Hotel Dukagjini u Peći i Swiss Diamond Hotel u Prištini, Ribnjak i odmaralište „Trofta“ u Istoku, kao i Banjski centar Klokot u Klokotu.

Relativno dobre rezultate u industriji turizma i ugostiteljstva postigla su privatna preduzeća, zahvaljujući svojim privatnim poslovnim inicijativama, prolazeći kroz višestruke izazove, ostajući sami, bez razumevanja i podrške centralnih institucija. Čak je i u obrazovnom sektoru bilo više pokušaja i eksperimenata da se popravi situacija sa profesionalnim obrazovanjem, u početku na pred-univerzitetskom nivou, kao i na univerzitetskom. Konačno, novi kurikulumi, pripremljeni i zasnovani na najboljim iskustvima na evropskom i regionalnom nivou, spremni su za početak u novoj školskoj godini 2021/2022, dajući prednost profesionalnim i mekim veštinama, organizaciji, koordinaciji i upravljanju poslovnim procesima.

Na centralnom institucionalnom nivou, turizam i ugostiteljstvo od početka su dodani Ministarstvu trgovine i industrije, na početku na nivou Odeljenja za turizam, da bi ga kasnije degradirali na nivou Odseka, sa niskim interesom, budžetom i profesionalnih ljudskih resursa. Početkom 2006. godine, Nemačka Vladina agencija GTZ nudila je podršku u nekoliko pravaca i projekata, fokusiranih u početku na pripremu Nacrtu Strategije Turizma, kao i na stručno obrazovanje, obuku turističkih vodiča, pokretanje Projekta prekogranične saradnje između Kosova, Albanije i Crne Gore (aktualno „Vrhovi Balkana“). Tokom 2007. godine, sedam intenzivnih meseci, radeći sa svim povezanim deonicima na projektu „Razvoj turizma Bjeshet e Nemuna“ (Prokletije), nastavljajući narednu 2008. godinu na sličnom projektu, „Turistička regija Šar-planine“. Nažalost, o gore pomenutim projektima, kao ni o Nacrtu strategije turizma na Kosovu, Vlada i Skupština Kosova nikada nisu ih glasali, očigledno, zbog nedostatka političke volje, ignorisanja i zanemarivanja interesa turističke privrede Kosova, poslovanja zajednice i njenih građana.

U sličnim podržavajućim aktivnostima i projektima, bili su angažirani svi spomenuti donatori i međunarodne vladine agencije, s velikim uticajem na turistička preduzeća i neke početne uspehe u vladinim telima. Kada čitav svet, i razvijene i zemlje u razvoju daju prioritet sektoru turizma na najvišem nivou, došlo je vreme da vlada Kosova, međunarodne agencije za podršku i sve povezane zainteresovane strane, zauzmu sličan pristup i pruže priliku bržem, kvalitetnijem planiranom i koordiniranom razvoju turizma na Kosovu, usredsređenim, s razlogom, na razvoj mekog turizma.

Pored Ministarstva industrije, preduzetništva i trgovine, odgovornog za razvoj turizma, postoje još najmanje 4 ministarstva, koja su nekako povezana i imaju neke učinke u razvoju turizma, a to je Ministarstvo kulture, omladine i sporta; Ministarstvo životne sredine, prostornog planiranja i infrastrukture; Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja i Ministarstvo obrazovanja, nauke, tehnologije i inovacija. Imajući ovlaštenje, finansijska sredstva i odgovornost za blisku saradnju s nadležnim ministarstvom i njihovim organizacionim telima, zbog nedostatka političke volje, znanja i svesti, ne postoji adekvatna međuministarska saradnja, toliko potrebna u zajedničkim razvojnim programima u turizmu, posebno u mekom turizmu, uključujući turizam u zajednici (ECO, AGRO i seoski turizam).

Međunarodna zajednica, diplomatski uredi i druge prateće agencije insistirali su mnogo puta, pozivajući na zajedničku akciju svih povezanih ministarstava, u poboljšavanju organizacije i aktivnostima na održivom razvoju turizma, sa ciljem boljeg uticaja na zaštitu okoliša, pozitivne uticaje na klimatske promene i razvoj zajednice, izražavajući tu volju i spremnost da podrže takve neophodne akcije.

1.1.1.1. Značaj razvoja turizma na Kosovu

Razvoj kosovskog turizma mora biti jedan od glavnih vladinih prioriteta
• Upotreba i ekonomsko ukorišćenje bogatih prirodnih resursa
• Korišćenje prirodnih i kulturnih resursa na način koji se može obnoviti (uživanje u pejzažima, prirodnim lepotama, planinskim rekama i tihim jezerima, flori i fauni, razgledanje grada itd.)
• Domaća i međunarodna promocija bogate kulturne baštine
• Promocija stranih i domaćih direktnih investicija u oblasti turizma i rekreacije
• Značajan rast zaposlenosti, uopšte, a posebno žena i mlađih
• Stimulisanje privatne, individualne i porodične ekonomske inicijative kroz turizam i porodičnu inicijativu u zajednici, kao efikasno sredstvo za ublažavanje siromaštva i ubrzani razvoj porodične ekonomije
• Jačanje izvoznog sektora i značajno poboljšanje trgovinskog bilansa sa inostranstvom
• Ujednačeniji regionalni razvoj na nacionalnom nivou.

Pored svih izazova i nedostatka institucionalnog razumevanja i podrške, trebalo bi da konstatujemo i široko promovišemo ekonomske uticaje turističke industrije na Kosovu, zajedno sa socijalnim i ekološkim uticajima. Svake godine na Kosovu, sledeći korisnici profitiraju od turizma i ugostiteljstva:

Korisnici turizma i ugostiteljstva na Kosovu	
• Veliki broj zaposlenih, kao i njihove porodice,	
• Svi ostali ekonomski sektori:	
• Trgovina širokom potrošnjom,	• Građevinski sektor,
• Trgovina prehrambenim proizvodima i pićima,	• Tradicionalna umetnost i rukotvorine
• Poljoprivreda, stočarstvo, pčelarstvo, ribarstvo	• Zanatstvo,
• Industrija hrane i pića,	• Lokalna zajednica i njihove porodice,
• Trgovina gorivima,	• Kulturne zajednice,
• Prehrambena industrija,	• Verske zajednice itd.
• Transport,	
• Kosovski budžet i opštinski poreski fondovi, itd.	

Nažalost, i na centralnom nivou zemlje i na lokalnom nivou Glavnog grada, čini se da se malo razume u turizmu, ne samo o odmoru i zabavi, već kao složenom sektoru koji obuhvaća čitav niz naučnih i iskustvenih pitanja koja treba ih adekvatno razumeti, prepoznati, naučiti i primeniti.

1.1.1.2. Neki osnovni statistički podaci o kosovskom turizmu

Pored nekih nedavnih poboljšanja koja se odnose na turističku statistiku, još uvek postoje praznine i sumnje u stvarne i temeljene podatke, koji se odnose na smeštajne kapacitete, dolaske i „ko“ su stvari međunarodni turisti, što nije adekvatno bazirano na osnovu UNWTO definicije i statistike. Postoji jaz, posebno u broju međunarodnih turista, na osnovu graničnih ulaznih tačaka i dolazaka u hotele. Očigledno je da neadekvatne statistike isključuju kosovsku dijasporu iz grupe međunarodnih turista, smatrajući ih pogrešno kao i obično građane Kosova, bez obzira što im je stalno prebivalište u raznim evropskim i prekomorskim zemljama.

U stvari, posetnici dijaspore isključeni su i iz drugih statistika, kao što su broj noćenja, turistički troškovi, u hotelima / motelima, restoranima, turistički prevoz, kupovina, unutrašnji prevoz, visoki izdaci za

porodična događanja i svadbene zabave, itd. Prema nekim profesionalnim analizama i procenama, uključivanje kosovske dijaspore i njihov direktni doprinos grupi međunarodnih turista / posetilaca, osim doznaka, promeniće ceo pristup i stvarnu procenu međunarodnih dolazaka i troškova turista. Uzimajući u obzir preko 450 hilada dolazaka dijaspore na Kosovo tokom cele godine, procjenjujući svaki dolazak sa oko 7 dana boravka i prosečne dnevne izdatke od 70 eura na direktna plaćanja za razne usluge, mogli bismo proceniti dodatak na državnom nivou (zapravo nebrojeno) od preko 220 miliona eura.

Kapaciteti turističkog smeštaja na Kosovu prema tipu smeštaja *)

Na osnovu podataka Agencije za statistiku, Kosovo ima preko 11.101 krevet za smeštaj gostiju, sa 7077 soba raspoređenih u 466 smeštajnih jedinica. Najveći broj smeštajnih jedinica pripada hotelima, sa 214 jedinica i motelima sa 177 jedinica.

Vrsta smeštaja	Jedinice	Sobe	Ležaji
Hoteli	214	4457	7195
Moteli	177	2132	2836
Prenočišta	10	46	99
Hosteli	9	43	171
Apartmani	15	25	32
Bungalovi	41	374	768
Svega	466	7077	11101

*) Hotelska statistika ASK 2019

- Priština je regija koja ima najveći broj jedinica, kreveta i soba na raspolaganju za turistički smeštaj. Posle Prištine, slede Prizren i Peć, sa kapacitetima za smeštaj turista. Prema procenama, Kosovo ima oko 1 krevet na 1km2 i 0,006 kreveta po stanovniku.
- Prema procenama, na Kosovu su
 - Preko 550 smeštajnih jedinica za turiste, od čega je oko 22% u većim hotelima i restoranima.
 - Prema statistikama ASK-a na Kosovu ima preko 11.680 soba.
 - U većim hotelima preko 50,6% gostiju su međunarodni turisti, oko 22,7% je iz dijaspore, a 11,8% su lokalni gosti.
- Ekonomski uticaj turizma na smeštajne jedinice i restorane izračunat je na sljedeći način: 153 miliona eura u 2017. godini i preko 202 miliona eura u 2018. godini.
 - Alternativni smještaji putem Airbnb platforme predstavljaju trend brzog rasta; Trenutno je na Kosovu preko 450 objekata koji putem Airbnb-a ugošćuju posetioce iz celog sveta.

Pored brojčano izražene dimenzije, razvoj turizma na Kosovu uključuje i druge dimenzije koje su jednakovražne. Turisti koji posete destinaciju imaju različita interes i zanimanja: o kulturi zemlje, njenoj arhitekturi, gastronomiji, istoriji, duhovnom nasljeđu ili kulturnim događajima. Kao složen sektor, uspešno upravljanje turističkom destinacijom, usko je povezano sa saradnjom različitih deonika na regionalnom i opštinskom nivou.

Iako je došlo do nekih početnih pozitivnih pomaka, posebno na nivou nekih opština, turizam i ugostiteljstvo i dalje su među sektorima koji se najviše previđaju, bez adekvatnog uvažavanja i podrške. Uprkos nedovoljnem nivou svesti o važnosti turizma, posebno na nacionalnoj institucionalnoj razini, postojanje bogatih prirodnih, ljudskih i kulturnih resursa, posebno angažmana ljudskih, uticalo je na kontinuirani porast poseta, dolazaka i turističkog smeštaja, u svim regionima Kosova, posebno u urbanim centrima Priština, Prizren i nekim drugim urbanim centrima, kao i na veoma atraktivnim planinskim područjima planinskih masiva Prokletija, Šar planina i Kopaonika.

Uzimajući u obzir koncentraciju najvećeg broja turista u 3 najveća urbana centra na Kosovu, odnosno Prištini, Prizrenu i Peći, neki bi bili spremni zaključiti, da je većina turista usredsređena na mali broj

turističkih oblika i vrsta, kao što je urbani Turizam, kulturni i verski turizam, poslovni turizam, posete porodicama i prijateljima.

Analize

1.2. Turistički resursi na Kosovu, posebno u području Dečana

Pod pojmom turistički resurs podrazumevaju se atraktivni prirodni i kulturni resursi i dobra, odnosno elementi prostornog sistema, koji deluju stimulativno na turistička kretanja, kako bi se udovoljilo širokom spektru turističkih potreba i stvorilo željeni turistički proizvod.

Atraktivna svojstva turističkog resursa su svojstva resursa koja omogućavaju zadovoljenje turističkih potreba, a koja se nazivaju atraktivnim svojstvima, a mogu biti:

- Rekreativni,
- Radoznali,
- Znamenitosti,
- Estetski

Kosovo ima dobre potenciale za razvoj turizma. Ima obilne prirodne resurse, unutar prikladnih geografskih prostora. Neki od posebnih turističkih resursa oslanjali su se na prepoznatljive morfološke, hidrografske, klimatske karakteristike i druge atraktivne elemente, što Kosovo čini jednim od najatraktivnijih turističkih prostora u regionu.

Iako Kosovo ne poseduje neke faktore koji imaju atraktivan uticaj, u većini turističke potražnje, poput mora, ono ima izvanredan prirodni potencijal i druge mogućnosti za razvoj gotovo svih oblika turizma, u opsegu prvo, aktivnosti u prirodi, zimski sportski turizam, planinski, zdravstveni, tranzitni, poslovni turizam itd.

Studije su pokazale da na Kosovu postoje mogućnosti za izgradnju 20 centara zimskog turizma, koji mogu pružiti vrlo dobre uslove za razvoj zimsko-sportskog turizma, u skladu sa međunarodnim standardima.

1.2.1. Prirodni resursi na Kosovu

- **Klisure, kanjoni i pećine** atraktivni su reljefni oblici s turističkim motivima. Estetika i znatiželja klisura čine ih izuzetno atraktivnim za turizam. Planine i masivi Prokletije i Šari, najbogatija su područja s klisurama, pećinama i kanjonima. Najpopularniji na Kosovu su:
 - Rugovska Klisura, Klisura Kačanik, Kanjon Carraleva, Ibar, itd. Rugovska Klisura je sa svojim prirodnim lepotama, najpoznatija klisura u regionu i šire.
 - Na Kosovu je najpoznatiji kanjon Kanjoni Mirusha, koji ima sistem od 13 vodopada i 16 velikih i malih jezera, veličanstvene lepote.
 - Pećine predstavljaju reljefne geomorfološke oblike, koji imaju posebnu ulogu u turističkim aktivnostima. Na Kosovu, pored Mermerne pećine Gadime, postoje i druge pećine, koje još uvek nisu dovoljno pripremljene za posetu turista, poput pećine Radavc, Panorc, Petreshtica, Bresalc i Velika pećina u Rugovskoj klisuri, itd.
- **Hidrografski resursi** su vrlo važan element prirodnog nasljeđa jedne zemlje. Kroz površinske i podzemne vode, može se prikazati prirodni kompleks geološkog sastava, reljefa, klime, flore i faune, kao i ljudske aktivnosti za adaptaciju i upotrebu hidrografskih elemenata, kako bi se zadovoljile različite potrebe. Geografski položaj Kosova, sa prosečnom visinom (811m), zatvaranje njegovog prostora sa srednjim i visokim planinama u perifernim delovima, stvorio je uslove za formiranje hidrografskog čvora na Kosovu. Vode Kosova u Suka e Dermanit na planini Nerodimja podijeljene su i ispuštaju se u tri sliva: Jadransko more, Egejsko more i Crno more.
 - **Reke i prirodne aktivnosti koje reke imaju** u dolinama, takođe služe za razvoj turizma.
 - ✓ Turistički značaj reka, pored fokusa na njihovu upotrebu za kupanje, razvoj sportova, poput

- plivanja, ribolova itd., Onih s kanjonima, klisurama i vodopadima koje imaju, predstavljaju atraktivne atribute za razvoj turizma.
- ✓ Kosovske reke poznate su po svojoj atraktivnosti i prirodnjoj estetici, koje se mogu koristiti za razvoj turizma kao što su Miruša, Izvori reke Drini, reke Lumbardhi u Peći, Prizrenu i Dečanu, Nerodimja itd. Svojom zadivljujućom prirodnom atraktivnošću predstavljaju prilično zanimljivu atrakciju za turiste.
 - **Jezera** ima u gotovo svim geografskim područjima i na različitim nadmorskim visinama, koja su važna za razvoj turizma, posebno u kontinentalnim zemljama koje nemaju more. Po tipu jezera se dijele na:
 - ✓ Ledenička jezera,
 - ✓ Reliktna (umetna) jezera.
 - Ledenička jezera su najlepša od svih vrsta, jer se nalaze u planinskim predelima i sastavni su deo atrakcija planinskih masiva. Kosovo je bogato sa ovim vrstama jezera. Ledenička jezera na Kosovu uglavnom se nalaze u Bjeshket e Nemuna (Prokletije) i Šar planinama.
 - ✓ U Bjeshket e Nemuna (Prokletije) popularna su sljedeća jezera:
 - U planinama Gjeravica su Veliko jezero, Malo jezero,
 - U Rugovi: jezero Leqinat.
 - ✓ U Šar planinama postoji 16 jezera, najpoznatija:
 - Jezero Livađe
 - Jezero Bogovinje
 - Crno jezero
 - Jezero Jažica
 - Gornje jezero itd.
 - **Termalne vode**, Kosovo ima važne izvore termalne vode, koji se koriste u medicinske i rekreativne svrhe. Ovi se resursi ne koriste racionalno i nisu dovoljno istraženi. Službeno postoje samo tri ljekovite banje, klasičnog tipa, uglavnom ljekovite:
 - ✓ Pećka banja,
 - ✓ Kllokot banja
 - ✓ Banjska (severno od Mitrovice).
 - ✓ Međutim, postoje i drugi izvori koji se ne koriste i nisu istraženi, najpopularniji su izvori vode u Mališevi, Uglaru, Pokleku, Doberqanu, Lluzhanu i Dečanima itd.

1.2.2. Antropogeni resursi i vrednosti na Kosovu

Republika Kosovo se nalazi u središtu jugoistočne Evrope, prostire se među paralelama severne hemisfere 42° i 44° , zauzimajući centralno područje Balkanskog poluostrva. Kosovo predstavlja važnu vezu između Srednje i Južne Evrope, Jadranskog mora i Crnog mora. Kosovo ima površinu od 10 908 km². Kosovo je propanska država i neutralno u ispovedanju verskih pitanja.

Kosovo predstavlja bogato blago etno-kulturnog, materijalnog i duhovnog nasleđa različitih istorijskih perioda, sa velikom raznolikošću nacionalnosti, jezika, tradicija, religija, a sve zasnovano na izuzetnom gostoprимstvu.

Kosovsko nasleđe predstavlja mozaik kultura različitih istorijskih perioda, uslovljenih istorijskim, socijalnim, ekonomskim i verskim okolnostima. Celokupna umetnička vrednost, kao nasljeđe, pripada različitim stilovima i karakterima, gde su nositelji bili autohtoni stanovnici, pa tako i Albanci i drugi koji su živeli na ovom području. Najvažniji među kulturnim nasleđem: Prizren - Grad muzej, pravoslavni manastiri Dečani, Gračanica, Pećka Patrijaršija i Bogorodica Leviška, Kule Dukagjini, Stara čaršija Đakovice, srednjovekovne džamije, Tekije i Turbe, Novoberda, Ulpiana, stari mostovi, a posebno vrlo bogate rukotvorine i zanatski proizvodi.

Antrhopogeni turistički resursi su antropogeni elementi prostornog sistema, čija se svojstva mogu valorizirati za potrebe turizma. Nastali su i nastaju kao rezultat materijalne i duhovne kulture društva u prostoru i vremenu. Antropogeni turistički resursi dijele se na:

- Etnografski
- Umetnički
- Ambijent i pejzaži
- Događaji
- Specijalno izgrađene (rekreacijske i zabavne) atrakcije

➤ **Etnografski resursi** koji se mogu valorizovati u turističke svrhe na Kosovu: Zbog istorijskih okolnosti na Kosovu postoje različiti etnografski turistički resursi, različitih etničkih grupa, konfesija, jezika i duhovnih specifičnosti. Kulturno naslijede izuzetno je bogato, jer u Evropi ima malo regija, s toliko dinamičnih istorijskih i društvenih promena.

➤ **Turistička valorizacija duhovne kulture**

- ✓ Običaji su toliko različiti, s obzirom na multikulturalno stanovništvo, različite nacionalne zajednice i običaje regionalnog karaktera, unutar istih nacionalnih zajednica.
- ✓ Verski običaji zajednica islamske, katoličke i pravoslavne vere,
- ✓ Verski praznici - kršćanski praznici, katolički i pravoslavni Božić, Uskrs, Ramazan i Bajram itd.
- ✓ Festivali - patroni i sajmovi u crkvi, selu itd.
- ✓ Tradicionalni načini obavljanja poljoprivrednih poslova i proizvodnje hrane i pića - blagoslov berbe grožđa, košnja, berba grožđa, mlevenje brašna u vodenici, klanje posterme (goveda ili svinje), pečenje rakije itd.
- ✓ Tradicionalne rukotvorine - krojački zanati (kosovski vezovi, džemperi, plisat, šajkače), nakit ili filigran, keramika, kovači i drugi.
- ✓ Tradicionalni sabor za zajednički rad, pružanje uzajamne pomoći i podrške - moba, poselo, prelo itd.
- ✓ Tradicionalna nacionalna muzika i igre - Kolo, u različitim regionima i nacionalnim zajednicama, nacionalne igre, uglavnom tokom leta, prilikom dolaska dijaspore na Kosovu.
- ✓ Seoske i urbane narodne nošnje, poput rekvizita tokom prezentacija turistima, na raznim festivalima i događajima.

➤ **Umetnički turistički resursi** su najsloženiji i najrazličitiji među antropogenim resursima i uključuju nasleđe i savremenu likovnu umetnost, muzičku, pozorišnu, arhitektonsku i primjenjenu umetnost. Nepokretna kulturna dobra ili izgrađeno nasleđe na Kosovu: 4 manastira na UNESCO-voj listi Svetske baštine: Manastir Gračanica, Manastir Visoki Dečani, Pećka Patrijarhija, Bogorodica Leviška, Stare kamene kule Kullat, Stare džamije i tekije, Stari kameni mostovi, Stare urbane kuće itd.

➤ **Ambijentalni turistički resursi** mogu biti pojedini gradovi i seoska naselja, stari gradovi ili posebno atraktivne urbane i ruralne celine, koje predstavljaju relativno homogenu i prepoznatljivu urbanu i arhitektonsku celinu s estetskim, značajeljnim i znamenitim svojstvima i sa koncentracijom aktivnosti koje su zanimljive za turiste, primer Stari Grad Prizrena.

➤ **Manastir Visoki Dečani** (albanski: Manastiri i Deçanit) je srednjovekovni srpski pravoslavni manastir, smešten u blizini Dečana na Kosovu, gde živi i služi Bratstvo od oko 30 monaha. Osnovao ga je u prvoj polovini 14. veka Stefan Dečanski, kralj Srbije. Manastir Visoki Dečani nalazi se pored klisure reke Dečani Lumbardhi u podnožju planina Prokletija, oko 2 kilometra od grada Dečana. Manastirom upravlja Srpska pravoslavna eparhija raško-prizrenска. Manastir je deo Svetske Baštine pod nazivom „Srednjovekovni spomenici na Kosovu“, jedne od najposećenijih lokacija, od lokalnih, regionalnih i međunarodnih turista, uživajući podršku iskusnih vodiča i specifično nezaboravno gostoprimstvo.

1.3. Pristup mogućnostima razvoja mekog turizma na Kosovu i u području Dečana

Meki turizam - Pored obima zaštite prirode, koji je zajednička osobina celog turizma koji ima za cilj kompatibilnost okoliša, kao i zaštitu zdravlja ljudi, ova vrsta turizma ima i druge svrhe: s jedne strane, **društvene svrhe** (poštovanje običaja, tradicije, socijalne i porodične strukture lokalnog stanovništva), a s druge strane, **ekonomске svrhe** (pravedna raspodela prihoda, diverzifikacija turističke ponude). Meki turizam udaljava se od umetnih i bezličnih oblika masovnog turizma.

Na Kosovu imamo sve veći broj doživljaja mekog turizma, poput aktivnosti u prirodi, uglavnom mekih oblika avanture (planinarenje, trekking, brdski biciklizam, jahanje, brzi kanuing), kao i 'težih' avaturoističkih oblika (penjanje po stenama, pećinske ekspedicije, paraglajding), bilo unutar Kosova, na regionalnom nivou ili putem međunarodnih projekata aktivnosti u prirodi, kao što su „Vrhovi Balkana“, njegovo proširenje na Šar planinama i nedavno uključenje u projekat aktivnosti u prirodi „Via Dinarika“.

Postoji nekoliko iskustava mekog turizma, ostvarenih u nekoliko osnovnih oblika aktivnosti u prirodi i drugih aktivnosti u planinskim predelima i urbanim centrima na Kosovu.

Nekoliko uspešnih iskustava sa mekim turizmom u planinskim predelima i urbanim centrima na Kosovu

- Prvi pionirski slučajevi u turizmu aktivnosti u prirodi u regionu Peć, od strane prve NVO vezane za turizam 'Rugova Experience' podržana od italijanskih partnera „Trentino con il Kosovo“, sarađujući sa opština Peć i drugim deonicima, toliko je doprinela razvoju turizma aktivnosti u prirodi i prvim iskustvima seoskog turizam u selu 'Reka Allages' na planini Rugova;
- Organizovane dnevne i vikend ture za grupe i pojedince sa Kosova i međunarodne zajednice koji rade i žive na Kosovu, od strane planinskih klubova i udruženja svih regiona Kosova; Prema Kosovskoj agenciji za statistiku, broj lokalnih posetilaca koji su u 2018. godini posetili razne destinacije u zemlji bio je 108.043.
- Svakodnevne posete planinskim i ambijentalnim područjima međunarodnih turista, tokom njihovih višestrukih aktivnosti i dana na Kosovu, lagana do srednja pešačenja i planinarenja, pejzažna iskustva, posete u zajednici, uživanje u njihovom načinu života, poljoprivredi, lokalnoj kuhinji i iskustvima pripovedanja;
- Smeštaj, tradicionalna hrana i iskustva na aktivnostima u prirodi u pansionima sa turizmom u zajednici i smeštaj u tradicionalnom Stanet (planinarske brvnare);
- Iskustva posmatranja divljih životinja i ptica u planinama Prizrena i Dragash;
- Promatranje medveda u 'Rezervatu Medveda', u blizini Prištine, sa iskustvima pešačenja i trekinga na unutrašnjim i vanjskim pešačkim i treking stazama, različitih dužina;
- Posmatranje divljih životinja u Rezervatu 'Blinaje', u blizini Lipljana;
- Jednodnevne posete razgledanju ruralnih i urbanih područja, doživljavajući kulturne i prirodne baštine i aktivnosti;
- Višednevne posete naučnika iz evropskih i prekomorskih zemalja, istražujući veoma bogat i raznovrstan biodiverzitet, posebno endemske floru i faunu Kosova;
- Redovni višestruki oblici i dani, Obrazovnih tura studenata sa različitim međunarodnim univerziteta i DIS Instituta, od 2009. godine, u proleće i jesenske ture, doživljavajući posete za učenje, pored sastanaka sa Kosovskim i međunarodnim institucijama, vrlo plodne posete lokalnim zajednicama, svih nacionalnosti, u najudaljenijim planinskim selima.

1.3.1. Stvarno stanje i mogućnosti razvoja mekog turizma na području Dečana

Područje Dečana, uključujući izvanredne planine u planinskom području i čudesnu plodnu dolinu Dukagjini, prema nacionalnim i međunarodnim institucijama, predstavljaju najbolje mogućnosti za razvoj planinskog turizma - tvrdog turizma (zimski sportovi, planinarenje, penjanje, speleološko istraživanje, paraglajding itd.). Područje Dečana može inicirati i početi koristiti velike mogućnosti mekog turizma -

aktivnosti u prirodi, turizam zasnovan na zajednici (EKO, agro i ruralni turizam), doprinoseći razvoju i dobrobiti opštine i lokalne zajednice, svestan zaštite biodiverziteta i poštovanja i očuvanja kulturne baštine.

Područje Dečana dobro je poznato po svom kulturnom i istorijskom nasleđu, kako izgrađenom tako i duhovnom, pripadajući naime, izvanredni Manastir Visoki Dečani, na listi UNESCO Svetske Baštine, koji je najatraktivniji i najbolje očuvani, specifični pravoslavni manastir na zapadnom Balkanu. Manastir Visoki Dečani je u fokusu itinerara svih organizovanih grupa, kao i malih grupa i pojedinačnih posetioca, iz balkanskog regiona i međunarodnih posetioca, koji posećuju i borave na Kosovu.

Izgrađeno naslijede u Dečanima i zapadnoj dolini Dukagjini, također su poznate po takozvanoj 'Kulturi kamena' u tradicionalnoj izgradnji jedinstvenih Kulla Dukagjinit (Kamene kule), starim tradicionalnim kućama u urbanim i ruralnim područjima, kamenim mostovima, vodenicama, i Hambarima (skladišta žitarica). Tradicionalni folklor (pesme i plesovi, nacionalne predstave ...), jedinstvene tradicionalne nošnje, tradicionalne umetnosti i rukotvorine, uključujući tradicionalne festivalne, predstavljaju dobru osnovu za razvoj mekog turizma, bilo kao jedine atrakcije i aktivnosti ili kombinirani i integrirani turistički proizvod s drugim elementima i iskustva.

Nedostatak investicija u putnoj mreži, električnu energiju i ostalu neophodnu infrastrukturu (donedavno početak izgradnje puta Dečani - Plav) usporio je i zaustavio interes dijaspore i međunarodnih investitora za ulaganje u planinu i drugim oblicima ozbiljnih projekata razvoja turizma u ovoj oblasti. Pored ozbiljnih studija potencijala i resursa, kao i konceptualnih ideja, kako u bivšoj Jugoslovenskoj federaciji, tako i u poratnom periodu, nažalost, zbog nedostatka adekvatnih institucionalnih politika i prakse, područje Dečana je predaleko da bi započeli sa ozbiljnim investicijama i ozbiljni razvojni projekti u masovnom turizmu (zimski skijaški projekti). Čak su i međunarodni projekti turizma u prirodi, zbog slabog interesa i svesti, verovatno nedostatka iskustva i budžeta, ostavili područje Dečana izvan regionalnog projekta „Vrhovi Balkana“ i zapravo vrlo važnog uključivanja izvanrednih prirodnih resursa u Regionalni projekat 'Via Dinarica'. Ogroman problem je nedostatak smeštajnih kapaciteta na ovom području.

U bivšoj Jugoslaviji, u gradu Dečanima i okolini, postojao je jedan stari hotel u centru malog grada, a drugi hotel srednjeg kapaciteta, niskog standarda, na turističkoj lokaciji 'Podi Geštenjave', u blizini 'Manastira Dečani', koji su ili dekonstruisane ili u ruševinama. Sredinom i krajem 80-ih započela je gradnja novog većeg hotela, sa pretenzijama da imaju hotel viših standarda i kapaciteta, što zbog pogrešne investicionne politike i prakse tokom 80-ih, kao i zbog prekida od strane srpskog režima tokom 90-ih, Hotel nikada nije završen, aktualno napolna u ruševinama.

Dve vrlo važne turističke lokacije za obrazovanje i razvoj socijalnog turizma

U bivšoj YU, Dečani su bili središte dvaju vrlo važnih turističkih projekata, koji su funkcionirali decenijama u bivšoj YU, naime, „Pushimorja e Fëmijëve“ (Kamp za odmor za decu i mlade) i Kamp za odmor radnika „Napredaku“.

Bivši kamp za odmor radnika, koji je u to vreme svog rada poslužio kao primer socijalnog turizma, trebalo ponovo aktivirati, normalno funkcionirajući prema pristupu i potrebama gostiju i posetioca mekog turizma. Lokacija je u vlasništvu opštine Dečani, koja bi trebala da u najskorije vreme pripremi studiju izvodljivosti, nudeći je na nivou međunarodnog tendera, u skladu sa kosovskim Zakonom o Strateškim Investicijama. Pored socijalne komponente, odmaralište može podržati i ponuditi svoje usluge različitim organizovanim grupama i individualnim turistima, planinarskim turistima, obilazeći planine Dečane i Junik, kao i posetiocima Manastira Visoki Dečani, nudeći dragocene aktivnosti mekog turizma, uz popularne i povoljne cene.

Gore navedeni pristup zaustaviti će neke pogrešne inicijative i akcije opštinskih vlasti, koje su nedavno započele, financirajući izgradnju nekih neprimerenih betonskih i ciglenih konstrukcija, bez prethodnih studija i potrebnog planiranja, što se nikako ne uklapa u prelepnu šumovitom ambientu lokacije. I centralne i lokalne institucije trebaju delovati u skladu sa svojom zacrtanom ulogom i funkcijom, prvenstveno na

podršci sa odgovarajućim politikama, infrastrukturom i njihovoj aktivnoj ulozi u Organizaciji upravljanja destinacijom, što je više nego potrebno na području Dečana.

1.3.1.1. Turizam u Kulama - posebni oblici tradicionalnog ugostiteljstva

Tradicionalne strukture smeštaja, stare i jedinstvene kamene kule, smeštene u Dečanima i nekoliko sela okolo, izgrađene su u zapadnom delu doline Dukagjini, u nekim slučajevima i pre nekoliko stoljeća, sa Gostinjskom sobom ili ODA na gornjem spratu. U slučaju nekoliko sela, u blizini Dečana, u Isniu, Dranovcu i Juniku, u selu Nivokaz blizu Đakovice, kao i u nekim selima u blizini Istoka, postoje Kule, koje su naseljene, od kojih su neka spremna za doček gosti na specifičan i jedinstven način, uživajući u nekim sljedovima života u prošlosti, doživljavajući puni paket njihovih specifičnih proizvoda i usluga, praćeni legendama i pričama. Ovo je jedinstven način turističkih iskustava, kojima je potrebna podrška u nekoliko tačaka, ulaganje malog obima, početne opskrbe zaliha i posebna obuka.

1.3.1.2. Poseban oblik porodičnog turizma

Gotovo na celom Kosovu, posebno na planinskim lancima Bjeshket e Nemuna / Prokletije i Šar-planinama, značajan broj porodica provodi letnju sezonu sa stokom i ovcama na različitim planinskim područjima, u okviru posebno dizajniranih planinskih tipova smeštaja 'Stanet' (planinske brvnare), autentično i tradicionalno građene kamenjem i drvetom, prekrivene drvenim daskama.

Nažalost, najveći broj Staneta (brvnara) na najvišim planinama, kao i drvene tradicionalne kuće u nižim planinskim selima, spaljen je i uništen tokom rata na Kosovu. U poslijeratnom periodu, sve prethodne Stanet su obnovljene i proširene, poboljšavajući smeštajne kapacitete i druge usluge.

Na svim izvanrednim lokacijama Rugove, Dečana, Junika i drugih planina, hiljade planinskih brvnara (Stanet) su rekonstruisane, prema zamislima vlasnika, u nastojanju sačuvanja prve autentičnosti, ali nekako modernijim pristupom. Nažalost, postoje mnogi slučajevi bespravne gradnje, na pogrešan i štetan način, zanemarujući pravilno prilagođavanje rekonstrukcije / gradnje okolišu, sa snažnim negativnim uticajem na okoliš, biološku raznolikost i zaštitu prirodnog krajolika.

Najveći broj rekonstruisanih planinarskih stanova, može se koristiti kao alternativni oblik smeštaja tokom sezone planinarenja i kao oblik smeštaja turizma u zajednici, za domaće i regionalne posetioce, za kosovsku dijasporu tokom letnjih odmora, sa polupansionom ili čak usluge punog pansiona.

1.4. Razvoj turizma u zajednici na Kosovu i u području Dečana

Turizam u zajednici fokusiran je na uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma, lokalizovan i razvijen u njihovu korist: oni grade i upravljaju smeštajnim strukturama, kao i lokalnim uslugama koje se nude turistima. Lokalno stanovništvo ima potpunu kontrolu nad prihodima od turizma, a veliki deo prihoda namenjen je poboljšanju životnih uslova zajednice, poklanjajući posebnu pažnju poštovanju prirode i tradicije lokalnog stanovništva. Ovaj oblik razvoja turizma, često se kombinira s razvojem proizvodnih aktivnosti, poput transformacije poljoprivrednih proizvoda ili zanatskih radionica, čiji se proizvodi prvenstveno prodaju turistima.

1.4.1. Elementi turizma u zajednici - lokalno stanovništvo

- Smeštaj i zajednički obroci u domovima seoskih porodica;
- Blagodati tradicionalne kuhinje, tradicionalne umetnosti i rukotvorina;
- Posebna iskustva iz tradicionalne albanske, bosanske, turske i srpske gastronomije regije;
- Blagodati tradicionalnih ugostiteljskih iskustava;
- Aktivno učešće u svakodnevnom radu seljana;
- Smeštaj i boravak u individualnim seoskim kućama, u uslugama noćenja s doručkom;
- Mogućnosti smeštaja u praznim kućama, širom regije;
- Smeštaj u hostelima i malim hotelima / motelima u selima u regionu;

- Smeštaj u starim kućama obnovljenim u ruralnim područjima;
- Individualna, porodična i grupna iskustva u eko i agro-turizmu u organizaciji pojedinačnih pružalaca usluga i organizatora putovanja;
- Aktivnosti određene vrste tokom boravka u selima: vožnja biciklom, ribolov, jahanje, trčanje, šetnja;
- Istraživačke ture u istraživanju seoskog stila života i seoskih farmi.

Pored potencijala i resursa, turizam zajednice je relativno nerazvijen na Kosovu, verovatno na svojim pionirskim koracima, sa nekoliko vrlo uspešnih slučajeva i uspešnih priča, u vrlo ograničenom broju slučajeva, uglavnom u planinskim oblastima.

- Prvo iskustvo turističkog područja zasnovanog na zajednici Novoberda, uključujući podršku u planiranju i upravljanju destinacijom, obuku višestrukih sadržaja predstavnika zajednica, zainteresovanih za razvojni proces. Projekat, podržan od strane „CARE International“, sa sedištem u Prištini, a sprovodi ga konsultantska kompanija „TPD Consulting“ iz Prištine, uspešno je sproveden sa dobrim početnim rezultatima na terenu.
- Ako bismo mogli reći, drugi slučaj bio je osnivanje NVO sa sedištem u zajednici „Shqiponja“ u selu Drelaj na planini Rugova, u okviru porodice sa farmom stoke i pčelama. Prve ideje i inicijative podržale su njemačka agencija GTZ - GIZ i USAID, kao i opština Peć, uz podršku konsultantske kompanije TPD Consulting. Zapravo, pansion „Shqiponja“ jedno je od najzanimljivijih mesta, nudeći ugostiteljske usluge, nezaboravne gostoljubive porodice za regionalni planinarski projekt turizma u prirodi „Vrhovi Balkana“.
- Slični slučajevi turističkih mesta zasnovanih na zajednici razvijeni su i organizovani u drugim oblastima Peći, Brezovice, sela Zymi kod Prizrena, planina Brod u Dragašu, klisure i planine Junik, Gračanice, području Severne Mitrovice itd.

Slična iskustva turizma u zajednici i višestruke aktivnosti, mogu se organizovati u planinskim sezonski naseljenim oblastima, širom Kosova.

1.4.1.1. Transnacionalni projekat „Vrhovi Balkana“

U cilju stvaranja prihoda za lokalno stanovništvo, zaustavljanja napuštanja planinskog regiona Kosova, Crne Gore i Albanije i približavanja ovih dijelova regiona, nacionalna i lokalna turistička organizacija i planinarski klubovi udružili su snage sa Njemačkom organizacijom GTZ u razvoja regije „Vrhovi Balkana“, kao jedno odredište za planinski turizam aktivnosti u prirodi. Razvojem transnacionalne planinarske staze, jedne od rijetkih u svetu, uspostavljena je zajednička osnova za dalji razvoj.

Transnacionalni projekat „Vrhovi Balkana“ vodi kroz jedno od udaljenih i divljih planinskih područja zapadnog Balkana. Koristeći pastirske i pešačke staze, staza se vije visokim alpskim planinama do 2300 metara nadmorske visine i vodi kroz planinske krajolike, s raznolikošću krajolika od kojih zastaje dah, koji se kreću od zelene doline do kristalno čistih planinskih jezera, vodopada, reka, i zabačeno živopisno planinsko selo, u kojem je vrijeme izgleda stalo. Sve u svemu "skriveno blago" za ljubitelje prirode i planinare. Do pre dvadeset godina, region je bio gotovo nepristupačan za posetioce, što ga čini autentičnim kulturnim iskustvom i avanturom pešačenja preko tri planine Albanije, Kosova i Crne Gore.

Jedan od izazova s kojima se treba pozabaviti je zašto planinsko područje Dečani nije uključeno u planinarske staze „Vrhovi Balkana“? Može se nagadati, verovatno nedostatak interesa i angažovanja vlasti iz Dečana ili namera susedne Peći koja je bila zainteresovana da što više koristi svoje planinsko područje? Opštinske vlasti Dečana, zajedno sa svim zainteresovanim stranama i koordinatorima projekata, treba da preduzmu sve potrebne korake da uključe i povećaju staze izvanredne planine Dečani, uzimajući u obzir brojne smeštajne kapacitete na planinama, kao i novi put Dečani - Plav.

1.4.1.2. „Via Dinarica“ na Kosovu: Bjeshket e Nemuna/Prokletije

„Via Dinarica“ je međunarodna mega pešačka staza koja se proteže od Albanije do Slovenije. Glavni deo staze seče se dijagonalno od jugoistoka prema severozapadu, prirodno prateći glavni greben ‘Dinarske Alpe’, paralelno s jadranskom obalom.

Nedavno su kosovski itinerari spojili staze „Via Dinarica“ sa izvanrednim iskustvima, pružajući priliku da se dublje istraže skrivenе prirodne lepote Kosova, planinarenjima u klisuri Rugova (deo kosovskog Nacionalnog parka Bjeshket e Nemuna) / Prokletije i preko planinskih grebena, do granice sa Kosovom i Crnom Gorom.

Zaključci

1.5. Razmišljanje o razvoju turističkih proizvoda

Postojanje turističkih potencijala i resursa, ne znači prvenstveno nivo razvijenosti turističke industrije ili razvijene turističke destinacije. Ova činjenica jedan je od osnovnih preduslova za razvoj turističkog proizvoda i turističke destinacije.

Da bi se postigao potreban nivo razvoja odredišta u lokalitetu, regiji, opštini ili državi, od primarne je važnosti da se centralna i lokalna vlada usmere ka razmišljanju o razvoju proizvoda, uključujući sve relevantne deonike, dajući primer kako drugi deluju na novim inicijativama za razvoj proizvoda.

Što se tiče razvoja turističkih proizvoda i usluga, hotelijerstva i profesionalnog razvoja, u skladu sa zahtevima regionalnog i međunarodnog turističkog tržišta, na nivou pomenutih opština, posebno u Peći, Prizrenu, Gračanici, Vučitrnu, uloženi su napor i neki projekti koji su implementirani, u skladu sa finansijskim mogućnostima, ali i uz podršku donatora. Ali u nedostatku povoljne politike sektora na nacionalnom nivou, čak su i ove opštine ostale na pola puta, gde se umesto adekvatnih rešenja, improvizacije vrše s ograničenim uspehom, kao što je slučaj s neadekvatnim tretmanom turizma kao prioritetskog, zbog svojeg snažnog efekta dodate vrednosti u proizvodima, uslugama i izvozu. Pogrešan pristup odgovarajućih institucija, rezultira gubitkom komparativnih prednosti u odnosu na konkurenčiju na regionalnom tržištu, poput severne Makedonije, Srbije, Grčke, pa čak i Albanije, gde je sektor turizma podržan svim mogućnostima, poput subvencija, nižih i razumnih poreza na PDV, preferencijalne mere u projektima proširenja i razvoj novih kapaciteta, podsticajne mere za privlačenje posetilaca sa međunarodnog tržišta, itd. Poslednjih godina, interes međunarodnih investitora, posebno onih iz kosovske dijaspore, za direktnе investicije u sektor turizma se povećao, sa nekoliko konkretnih primera investicija, ali nedovoljno povoljne politike ostavile su lokalne investitore bez podrške, demotivišući direktnе investicije iz spoljnih izvora, posebno iz kosovske dijaspore.

Glavni problemi koji demotiviraju lokalne investitore su bankarske politike i skupi zajmovi, nedostatak adekvatnog urbanog planiranja, nedostatak zaštićenih turističkih zona i regulatornih planova, a posebno izuzetno demotivirajuća birokratija centralnih i opštinskih institucija.

Sa ciljem pokretanja adekvatnog turističkog planiranja, razvoja i upravljanja na Kosovu, posebno u području Dečana, neophodna je koordinacija svih relevantnih subjekata i aktera, kao što su: pružaoci turističkih usluga, profesionalna udruženja i civilno društvo, lokalna zajednica, zajednice očuvanje i uzgoj religija i nasljeđa, itd.

ANNEX I: Aktuelna nepovoljna situacija turističkih preduzeća na Kosovu

Nepovoljna situacija turističkih i ugostiteljskih preduzeća na Kosovu

- Značajna vrlo skupa ulaganja u hotelsku infrastrukturu i gastronomiju,
- Krajnji nedostatak profesionalnog planiranja i koordinacije,
- Izuzetni nedostatak profesionalnog upravljanja,
- Značajan nedostatak profesionalnog obrazovanja i obuke,
- Pogrešan i zagušljiv pristup institucija na svim nivoima,
- Nepovoljne turističke politike na svim nivoima,
- Ignorisanje poslovnih zahteva i zabrinutosti od strane institucija,
- Značajan nedostatak podrške ulaganja u infrastrukturu,
- Ponekad, pogrešne i nedosledne orientacije donatorske podrške, zbog neprofesionalne koordinacije njihovih aktivnosti, od strane kosovskih institucija,
- Nepovoljne politike i otežan pristup povoljnim kreditima,
- Nedostatak stranih investicija zbog složenih procedura, teške birokracije i zapostavljanja potencijalnih i zainteresovanih investitora.

ANNEX II: Dimenzije Turizma na Kosovu

Sve turističke aktivnosti na Kosovu povezane su sa jednom ili više sledećih dimenzija turizma.

- a. **Atrakcije:** su primarni motiv za putovanje. Oni mogu biti primarna destinacija poput Starog grada Prizrena ili sekundarna destinacija koja su zanimljiva mesta koja treba posjetiti na putu do vašeg primarnog odredišta, kao što je Nacionalni park Sharr. Većina turista, koji na Kosovo dolaze iz zemalja regionala, poput Albanije, Srbije ili zapadne Makedonije, putujući u glavni grad Prištine ili u Prizren, zaustaviti će se u Brezovici, dolini Lumbardhi ili Prevalcu, radi pauze za ručak ili kafu, iskusiti tradicionalnu kuhinju ili izvrstan pogled. Atrakcije su obično usredotočene na prirodne resurse, kulturu, etničku pripadnost ili zabavu.
 - **Prirodni resursi:** Prirodni resursi su kombinacija fizičkih karakteristika (klisura i dolina Rugova, planine Dečani, Mermerna pećina Gadime, izvori i vodopadi Drini), klime (prolaz Prevalac, planine Brod) i prirodnih lepota područja (Germija Regionalni park, Dečanska klisura i dolina, Kopaonička stara planina). Izazov za upravljanje turizmom zasnovan na prirodnim resursima je očuvanje prirodnih resursa od uticaja turista.
 - **Kulturni resursi i vrednosti:** Kultura - način života koji se promatra kroz ljudsku religiju, istoriju, vladu i tradicije (arheološko nalazište Ulpiana, manastir Dečani, džamija Sinan-paše, stare tradicionalne Dukagjinske kamene Kule).
 - **Etnička pripadnost:** Poseta porodici i prijateljima (brojne posete dijaspore, odmora i raznih praznika na Kosovu).
 - **Zabava:** Turistički razvoj svih veličina širom Kosova (Dokufest u Prizrenu, Noćni život u Prištini, Festival 'Sunny Hill' u Prištini, Festival autohtonih Rugovskih pesama i igara, Festival Gračanica - Svetkovine i slave, Festival folklora u Dečanima).
 - **Ekstremni (X-treme) turizam:** Turizam zasnovan na visokim avanturističkim aktivnostima (penjanje na stene, paraglajding i aktivnosti u prirodi „Via Ferrata“ u Rugovsku Klisu i speleološke aktivnosti na Pećkim Planinama).
- b. **Sadržaji za pružanje usluga:** Usluge koje se pružaju turistima na odredištu ili kada turisti dođu na atrakcije.

- **Smeštaj:** Predstavljaju razne usluge u hotelima / motelima, odmaralištima, planinskim odmaralištima, SPA centrima i kampovima.
 - **Hrana i piće:** Jedan od najvažnijih faktora u ukupnom turističkom iskustvu, pružajući tradicionalna i međunarodna iskustva s hranom i vinom / pićem.
 - **Usluge podrške:** Obično ih predstavljaju mala maloprodajna preduzeća koja nude suvenire i lične usluge. Kupovina je sastavni deo putničkog iskustva. Turisti traže jedinstvene i nove predmete koji predstavljaju područje i kulture koje posećuju (rukotvorine od srebra u Prizrenu, Peći i Đakovici).
 - **Infrastruktura:** Osnovne usluge o kojima ovise sav turizam. Ovi sistemi uključuju vodovod i kanalizaciju, komunikacijske mreže, medicinske ustanove, struju, policiju i zaštitu od požara i putnu mrežu.
- c. Prevoz**
- **Zabrinutost za vreme i novac:** Ovo je ključna komponenta turizma, sposobnost privlačenja turista od polazišta do odredišta i natrag. **Variable vremena**, koliko je potrebno da dođete do određenog odredišta i **variable novca**, koliko košta doći do vašeg odredišta. Turistički razvoj ovisi o lakoći pristupa i dostupnim vrstama prevoza.
- d. Tradicionalno gostoprivrstvo**
- **Tradisionalno gostoprivrstvo:** Stav zajednice prožima svaku turističku lokaciju zbog koje se turist oseća dobrodošlim i sigurnim. Rezultat je interakcije između turista i lokalnog stanovništva. Tradisionalno gostoprivrstvo na Kosovu, bez obzira koje zajednice, je dobro poznato i jedan je od odlučujućih faktora i motivatora poseta i nezaboravnih boravaka na različitim destinacijama širom Kosova.

ANNEX III: Preporuke za lokalne aktere

Preporuke

1.6. Preporuka lokalnim zainteresovanim stranama (vlada, organizacije civilnog društva, građani Kosova, posebno na području Dečana) o potencijalima i strategijama za razvoj mekog turizma

Preporuka za lokalnu samoupravu

- Javne vlasti da stvore odgovarajuću klimu i odgovarajući okvir za upotrebu resursa i stvore povoljan komercijalni nivo obima, zaustavljajući zloupotrebu opštinskog zemljišta zbog neadekvatne gradnje od strane same opštine,
- Pripremiti i raditi na Strateškom planu za razvoj mekog turizma, uključujući sve povezane deonike i potencijalne privatne vlasnike i investitore,
- Preduzeti hitne odgovarajuće korake, na neposrednim radnjama protiv krivičnih dela, zbog zloupotrebe i preoblikovanja divljih građevina na svim planinama u njenom području, usko sarađujući sa svim odgovornim vlastima, lokalnim i na državnom nivou,
- Preduzeti hitne odgovarajuće korake, na neposrednim radnjama protiv krivičnih dela nezakonitih poseka drveća i drugih šteta na vodnim resursima i ukupnom biodiverzitetu njegovih planinskih područja,
- Studija izvodljivosti o integriranom razvoju turističkih proizvoda održivih oblika mekog turizma (EKO. turizam zajednica, ruralni i agro turizam), uključujući sve povezane deonike i profesionalnu stručnost,
- Promovisanje i podrška privatnog - javnog partnerstva,
- Osnivanje Organizacije za Upravljanje Destinacijom DMO na opštinskom nivou, uključujući sve povezane zainteresovane strane i profesionalnu stručnost,

- Opštinske direkcije i poslovna zajednica, uključujući DMO, na osnovu kosovskog zakonodavstva, da rade zajedno na promociji investicija, na nacionalnom i međunarodnom nivou, sa fokusom na kosovsku dijasporu,
- Odgovorne vlasti, odgovorne direkcije i agencije iz Dečana, Peći i Junika, usko sarađujući sa svim zainteresovanim stranama, radi proširenja i uključivanja planinarskih staza na planinama Dečani i Juniku na projektnu mapu „Vrhovi Balkana“, čiji je cilj proširenje i uključenje na stazama „Via Dinarika“.
- Podržati poslovne aktivnosti žena i mladih, posebno za podršku i blisku saradnju sa ženskom NVO „Jeta“.

Preporuke za organizacije civilnog društva

- Ženska nevladina organizacija „Jeta“ iz Dečana, koristeći svoje dugo i uspešno iskustvo i potencijale, te svoje šire umrežavanje, kako bi svoje aktivnosti usmerila na dalje proširenje svojih postojećih aktivnosti, sa aktivnostima mekog turizma i razvojnim inicijativama,
- Postojeća i nova NVO, koja će blisko sarađivati, u okviru DMO-a, sa legalnim vlasnicima planinskih Stanet i kuće za odmor, u cilju promocije iskustva mekog turizma na svim naseljenim planinama, nudeći svoje alternativne smeštajne kapacitete lokalnom i međunarodnom turističkom tržištu, posebno kosovskoj dijaspori,
- Organizacijama civilnog društva NVO, fokusiranim na zaštitu resursa i biodiverziteta, koje su vrlo aktivne u Dečanima, potrebno je više razumevanja i podrške građana i vlasti, kako bi bile aktivne i jake članice DMO-a.

Preporuke za građane Kosova

- Vlasnici raspoloživih smeštajnih kapaciteta, za bliskiju saradnju s DMO-om, turističkim agencijama i rezervacijskim platformama (Arnbnb, itd.), nudeći svoje kapacitete kao alternativni smeštaj, kako u selima tako i u planinskim naseljima u brvnarama,
- Najveći broj obnovljenih planinskih brvnara ili stanet, može se koristiti kao alternativni oblik smeštaja tokom sezone planinarenja i kao oblik smeštaja u zajednici, za domaće i regionalne posetioce, za kosovsku dijasporu tokom letnjih odmora, pružajući usluge polupansiona ili čak punog pansiona,
- Vlasnici tradicionalnih Kula i starih kuća mogu ponuditi alternativne kapacitete, bilo smeštaj u B & B ili njihove specifične proizvode i usluge po narudžbi, praćeni legendama i pričama.
- Ovaj inicirani jedinstveni način turističkih iskustava, treba podršku u nekoliko tačaka, male investicije, početne zalihe roba i specifičnu obuku,
- Građani i civilno društvo treba da se usredsrede na pritiske na vlasti, lokalne i na nacionalnom nivou, kako bi zaustavili kriminalne radnje oštećenja i uništavanja biodiverziteta i resursa, posebno u planinskim područjima, poput zagađenja i zloupotrebe izvora vode reka i potoka, flore i šumskih resursi, ilegalni lov i ribolov itd.,
- Građani, koji žive i borave na Kosovu, trebalo bi da promene prekomernu zloupotrebu doznaka članova porodice koji žive u inostranstvu, tražeći podršku u planiranju i orijentisanim investicionim inicijativama, u održivim mekim oblicima turizma,
- Građanima koji su zainteresovani za ulaganje u oblike mekog turizma, treba pomoći i podržati ih planiranjem i orijentacijama o njihovom interesu, interesu sektora i ukupnog ekonomskog razvoja.

ANNEX IV: Okvir razvoja kombiniranog turističkog proizvoda

1.7. Okvir preporuka za razvoj kombiniranog turističkog proizvoda

Razvoj turističkih proizvoda na području Dečana

Dečani kao turistička destinacija, lokalne i regionalne turističke vrednosti

- 1. Svrha koordinacije svih faza razvoja turističkih proizvoda:**
 - Identifikacija determinanti proizvoda
 - Identifikacija elemenata proizvoda
 - Popis elemenata proizvoda
 - Dizajn paketa
 - ✓ Kombinovanje različitih elemenata u jednom paketu i jednoj ceni
 - ✓ Dizajn paketa,
 - ✓ Ponuda i promocija paketa,
 - ✓ Razvoj turističkih proizvoda.
- 2. Integralna svrha angažmana na razvoju proizvoda**
 - Uticaj i orijentacija u najvišem i celovitom razmišljanju o važnosti proaktivnog razvoja turističkog proizvoda,
 - Značajno povećanje pažnje prema području Bjeshket e Nemuna/Prokletije i Dečanske regije,
 - Promovisanje svesti o budućim inventivnim i razvojnim inicijativama i akcijama.
- 3. Razmišljanje o trenutnom razvoju turizma znači:**
 - **Tradicionalni pristup** razvoju turizma
 - ✓ Mi definiramo proizvod, ovo je naš proizvod,
 - ✓ Tržište je ciljano, poslovni angažman se fokusira na koga i kako ćemo prodati proizvod?
 - **Strateški pristup** razvoju turističkog proizvoda
 - ✓ Identificiramo našeg fokusiranog klijenta
 - ✓ Ovisno o vrsti kupaca, biramo kakav nam proizvod treba za njega
- 4. Turizam u ekonomiji iskustva, nova era ekonomije**
 - Na svetskom turističkom tržištu, u nekoliko godina, povećana je potražnja za putovanjima, koja:
 - ✓ Angažuju osećaje,
 - ✓ Stimulišu um,
 - ✓ Uključuju jedinstvene aktivnosti i
 - ✓ Osobno se odnose na putnike, na emocionalnom, fizičkom, duhovnom ili intelektualnom nivou.
 - Umesto luksuza i relativno statičnog odmora:
 - ✓ Povećava se zanimanje za iskustva u svim fazama putovanja,
 - ✓ Iskustva se zasnivaju na snažnim emocijama, aktivnoj ulozi i uključenosti posetioca tokom čitavog putovanja,
 - ✓ Svi pojedinačni pružaoci usluga trebali bi organizirati događaje koji će se pamtititi za svoje kupce, kako bi se svaki od njih, potpuno lično, angažirao pojedinačno.
- 5. Kanali distribucije: trenutna praksa i potencijalne mogućnosti**
 - Kanali distribucije u odsustvu DMO Organizacije za upravljanje destinacijama:
 - ✓ Turooperatori i turističke agencije
 - ✓ Vodiči i drugi promotivni materijal
 - ✓ Štampani i elektronski mediji
 - ✓ Sajmovi i izložbe za potrošače
 - ✓ Trgovina na malo putem Interneta
 - ✓ Potrošačke organizacije
- 6. Glavni elementi turističkog proizvoda**

- **5 bitnih elemenata turističkog proizvoda:**
 - ✓ **Program ili atrakcije**, kao primarni i najvažniji element proizvoda, kao što su: moćne atrakcije iz prirodne i kulturne baštine;
 - ✓ **Drugi element proizvoda** po važnosti je **transport sa mrežnom i infrastrukturom i odgovarajućim sredstvima**;
 - ✓ **Treći element je smeštaj** i relevantna infrastruktura;
 - ✓ **Četvrti element je hrana i piće**, i
 - ✓ **Peti element, prema važnosti, je odmor i opuštanje.**

7. Sadržaj turističkog proizvoda karakteriziraju sljedeći faktori:

- **Odlučujući faktori** - motiv putovanja ili odredište sa vrijednostima od primarne važnosti, koji posjetiocima donose iskustva najvišeg intenziteta;
- **Pomoći faktori** - komunikacijske rute, prevozna sredstva od mesta polaska do odredišta i
- **Prateći faktori** - smeštaj, gastronomija i zabavni sadržaji i druge usluge, kako bi se podržala iskustva, od dolaska posjetioca na odredište do njegovog odlaska odatle.

8. Grupe elemenata atrakcije

- Rekreacija u prirodi i ekološka zaštita
- Kulturno nasleđe - istorijski i kulturni događaji
- Atrakcije od posebnog interesa
- Turizam u zajednici (iskustva iz lokalnog gostoprимstva i tradicionalne kosovske kuhinje)
- Konferencijski turizam u salonima hotela / motela u Dečanima i Dečanskim planinama
- Planinski - zimski turizam
- Planinski - ljetni turizam
- Ostali oblici privlačenja
- Tranzitni turizam;
- Alpski turizam;
- Omladinski turizam - izleti;
- Obrazovni turizam.

9. SWOT ANALIZE

10. PEST ANALIZE

Vrste iskustva posetilaca u potražnji

- **Dosezanje u zajednicu**
 - ✓ Upoznavanje lokalnog stanovništva
 - ✓ Kuhinjske zabave, kućne posete i posete farmi
 - ✓ Iskustva u zajednici pružaju još jedan popularan način otkrivanja i razumevanja ljudi i kulture.
- **Participativne, praktične i interaktivne aktivnosti**
- **Poseban pristup, iza kulisa i ekskluzivnost**
- **Učenje i otkrivanje**
- **Zajednička iskustva**
 - ✓ **Važna je socijalna dinamika povezana sa putovanjima**, upoznavanjem ljudi, stvaranjem novih i jačanjem starih prijateljstava ili provođenjem vremena s porodicom. Jedna studija je ojačala ovaj faktor kao **generator potražnje**.

Pine i Gilmore identificiraju četiri iskustvene sfere:

- ✓ **Zabavna iskustva** su prvenstveno pasivna, ali mogu biti vrlo upijajuća, poput gledanja kako kuhar sjče povrće, puca jaja, baca tjesto u zrak, a zatim pokušava;
- ✓ **Obrazovna iskustva** su informativna, povećavaju znanje, vještine i uključuju um. Mogu biti pasivni, poput čitanja interpretativnih panela na istoriskom lokalitetu, ili uključuju aktivno sudjelovanje, poput kuhanja s kuvarom, ili postajanje arheologom na jedan dan;

- ✓ **Estetska iskustva** su pasivna, ali imaju sposobnost da ljudi potpuno urone u neko iskustvo. Na primer, šetajući po dvorcu, miris svežega cveća, osluškujući vodopad i osećajući povetarac;
- ✓ **Iskustva s begom** uključuju aktivno sudjelovanje i uranjanje ljudi u aktivnosti kao što su vikend u banji ili poseta raznim domovima u privatnom obilasku vrta i susret s vlasnicima.

Pojedinačno, svako od ovih iskustava nudi vrstu vrednosti za kupca. Kompanije koje svesno integriraju sva četiri područja optimiziraju iskustvenu dinamiku.

Osnovni sastojci nezaboravnih turističkih paketa

- Na osnovu nalaza ove studije, šest je bitnih sastojaka koji bi trebali biti ugrađeni u 'iskustveni recept' za uspeh:
 - ✓ Izgradite tematske itinerere koji vam omogućavaju da slojite iskustva, sekvencirate događaje, odaberete prave dobavljače i tržište za ciljanje publike.
 - ✓ Uložite u, obučite i zadržite izvrsne vodiče i direktore putovanja. Oni su vaš predstavnik na prvoj liniji i osoba koju će povezati s vašom kompanijom.
 - ✓ Platite ili prikladno nagradite stručnjake, ljudi iz lokalnih izvora ili stručnjake koji pružaju tumačenje, pričaju priču i dijele svoje znanje, kulturu i uvide sa svojim putnicima. Dovoljno dobro budžetite tako da podmirujete svoje troškove. Pridružite se grupi za obrok i imate vremena za povremene posete sa svojim putnicima.
 - ✓ Osigurajte slobodno vreme u planu puta za samootkrivanje i optimizaciju elementa iznenadenja.
 - ✓ Koristite znakove i memorabilije za izgradnju veze i emocionalne vezanosti sa svojim putnicima.
 - ✓ Prodajte snove i pružite iskustva.

Što putnici doživljavaju kao 'dodanu vrijednost? Za šta će putnici platiti premiju?

Putnici plaćaju premiju za elemente proizvoda koji se smatraju „dodanom vrijednošću“	
• Posebni dodiri	• Fleksibilnost puta
• Izvanredna, personalizirana usluga	• Sigurnost, udobnost
• Lični kontakt - pre i posle	• Nešto novo i drugačije svaki put kad putujemo s vama (vašom organizacijom)
• Male grupe	• Autentičnost, originalnost, zadržana u izvornom stanju, naslijeđe u taktu
• Poseban pristup objektima	• Ispunjene snova
• Pažnja do detalja - koji detalj?	• Osećaj ponosa / uzvraćanja
• Jedinstvene mogućnosti, koje obično nisu dostupne običnim putnicima	• Fantastična interpretacija
• Kvalitetni vodiči, pratnja	• Određeni standard smeštaja
• Određeni standard smeštaja	•

ANNEX V: Uspostavljanje DMO-a na području Dečana

1.8. Osnivanje Organizacije za Upravljanje Destinacijom DMO u području Dečana

Uzimajući u obzir ogroman i raznolik broj prirodnih i kulturnih resursa, s jedne strane i nedostatak svih vrsta faktora i stručnosti, za njihovu procjenu, Dečanima je potrebna hitna intervencija sa glavnim planom upravljanja i marketinškom strategijom destinacije, uspostavljanjem Organizacije Destinacijskog Menadžmenta DMO. Orientisan na razvoj mekog turizma, neophodno je uspostaviti provedbeno telo, koje će integrirati sve deonike, s ciljem adekvatnog i efikasnog planiranja i razvoja turizma, kroz koordinaciju svih pojedinačnih i angažiranih stanovnika, poslovne zajednice i organizacija, na adekvatnom upravljanju destinacijama. Lokalno društvo, posebno lokalne vlasti širom Kosova, prilično su politizirani, ponekad preuzimaju razvojne akcije, zasnovane na političkim odlukama, bez prethodnih analiza i planiranja, bez

prethodnih konsultacija sa sektorskim stručnjacima, drugim deonicima, daleko od javnog mnjenja. Zbog toga je neophodno uspostavljanje regionalnih i lokalnih organizacija za upravljanje destinacijom, kao apolitičnih tela širom Kosova, posebno na području Dečana.

Organizacija za upravljanje destinacijama DMO je telo za provedbu turističke strategije, nudeći apolitični kontinuitet i integritet procesa razvoja destinacije i služeći interesima celog lanca vrednosti. DMO su formalne strukture koje se nadovezuju na napore klastera za upravljanje i plasiranje destinacije. DMO efikasno razvijaju turizam kroz izgradnju opsežnih privatno-javnih partnerstava, razvoj marketinških strategija i stvaranje informativnih centara za posetioce za dolazne turiste. DMO plasiraju destinaciju i koordiniraju pojedinačna preduzeća i organizacije. DMO deluju na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou.

Primarna DMO funkcija je stvaranje glavnog plana upravljanja i marketinške strategije destinacije. Tipično, DMO na lokalnom nivou vode ured za turističke informacije, često sa maloprodajnom trgovinom. Neki oblici DMO-a na regionalnom nivou u velikoj su meri uključeni u regionalnu promociju i upravljanje destinacijama.

DMO blisko sarađuju s turističkim preduzećima i organizacijama koje su zainteresirane za destinaciju, uključujući hotele, atrakcije, parkove, turističke agencije, turooperatore i vodiče, restorane, maloprodajna mesta i konferencijske prostore.

Uloga DMO

DMO bi trebali zadovoljiti potrebe destinacije, bilo da se radi o marketingu, koordinaciji deonika, uticaju na poslovnu klimu ili pomaganju u razvoju ljudskih resursa. DMO bi trebao snažno uticati na konačni izvoz odredišta - iskustvo posetioca.

Zajedničke karakteristike DMO uključuju:

Registrovana kao nezavisna, neprofitna organizacija:

Organizacija zasnovana na članstvu sastoji se od mešavine javnih, privatnih, neprofitnih i akademskih turističkih deonika iz regije:

- Upravlja upravni odbor ili izvršni odbor koji odražava članstvo i sastav odredišta
- Sveobuhvatan i detaljan skup propisa i podzakonskih akata obavljen i dostupan svim zainteresovanim stranama
- Različiti skup tokova prihoda: članarina, hotelski porezi, maloprodajne mogućnosti, provizije za online rezervaciju, oglašavanje u publikacijama i web lokacijama
- Usluge koje se uglavnom pružaju gratis krajnjim korisnicima.

Turističke Statistike i Monitoring

Kvalitetne statistike omogućavaju DMO-u da izvrši strateške promene u programiranju i maksimizira resurse. Često vladine agencije prikupljaju osnovne statističke podatke o turizmu o dolascima i prihodima kao deo imigracionog sistema i sistema naplate poreza. DMO može prikupiti podatke iz različitih izvora kako bi pružio bolje razumevanje turističke ponude i potražnje na odredištu i šire.

Pokazatelji industrije

DMO mogu koristiti turističku statistiku za inventarisanje destinacije, procenu kapaciteta, praćenje promena i bolje osiguravanje pozicioniranja na tržištu, osiguravajući da su stope i dostupnost proporcionalne konkurenциji. Najčešće sredstvo za prikupljanje podataka iz industrije je putem ankete, bilo putem interneta ili lično.

Podatke treba redovito prikupljati. Mnoga preduzeća samo dostavljaju svoje interne podatke uz strogu povjerljivost. Svaka analiza koja se oslanja na podatke koje dele preduzeća treba podeliti s onima koji su dali svoj doprinos.

Uobičajeni industrijski pokazatelji uključuju:

- Hoteli
- Slobodne sobe
- Rate Stopa popunjenošću: Broj rezerviranih noćenja / Broj soba x Broj dana u mesecu x 100
- Prosečna dnevna stopa (ADR): Ukupan prihod koji je zaradio pružatelj broja prodanih soba tog dana
- Prihod po dostupnoj sobi (RevPAR): Prihod od soba / ukupan broj dostupnih soba
- Broj turooperatora
- Lična putovanja: broj izleta vodio x broj ljudi koji su prisustvovali
- Prosečna dnevna stopa izleta: cena jednog izleta / dana na izletima.

Indikatori putnika

Razumevanje profila posetioca pomaže u prepoznavanju ciljnih tržišta, stvaranju značajnih poruka i razvoju proizvoda i resursa na takav način da zadovoljavaju određene zahteve. Ankete također dopiru do putnika i mogu se provoditi dok posetioci čekaju u redu na atrakciju, tokom transfera s jedne lokacije na drugu ili ostavljene kod smeštaja da se popuni. Neki DMO, one koji ispunjavaju ankete nagrađuju malim znakom zahvalnosti. Izvođaču ankete takođe treba dati odricanje od stroge povjerljivosti. Uobičajena pitanja za putnika uključuju:

- Starost, pol, rasa
- Veličina zabave za putovanja
- Tačka ishodišta
- Dužina boravka na odredištu
- Prosečna dnevna potrošnja
- Vrste planiranih i završenih aktivnosti
- Tip putnika (samostalni, grupni, obilazak)
- Metodologija za rezervaciju putničkih aranžmana
- Nivo zadovoljstva

Iznad svega, pokazatelji bi se trebali pridržavati pet ključnih elemenata koje je opisao UNWTO (2007):

- Relevantnost za izabrano pitanje
- Izvodljivost pribavljanja i analize potrebnih informacija
- Kredibilitet informacija i pouzdanost za korisnike podataka
- Jasnoća i razumljivost
- Uporedivost tokom vremena i između jurisdikcija i regiona

Zastupanje u Industriji

Kao organizacija za članstvo, DMO redovno komunicira sa zainteresiranim stranama kako bi naučio njihove zabrinutosti i ideje i postigao konsenzus o istaknutim pitanjima na celoj destinaciji. Zauzvrat, DMO može zastupati interes zainteresiranih strana pred Ministarstvom vezanim za turizam (MTNI) i drugim nacionalnim vladinim agencijama.

DMO se u ime industrije zalaže za nacionalne i regionalne vlade, investitore, neprofitne organizacije, grupe građana i autohtono stanovništvo. DMO-om omogućavanjem redovnih razgovora među svojim članovima mogu se obratiti glavna pitanja i postići konsenzus koji se može podeliti sa pogodjenim stranama na odredištu. DMO takođe može ojačati razumevanje o naporima i izazovima putem informativnih sastanaka,

seminara i drugih tematskih događaja, usredotočenih na upravljanje kulturnom baštinom, upravljanje okolišem ili transport.

Odgovornost Imovine

Turistička industrija je usmerena na dobrobit okoliša, kvalitet života ljudi i očuvanje kulturnih elemenata koji stvaraju osnovu za posetu. DMO sarađuje s lokalnim partnerima poput neprofitnih organizacija i obrazovnih institucija kako bi identificirao potencijalne pretnje i poboljšanja za imovinu destinacije. DMO organizira radne grupe i radne skupine kako bi se umanjio uticaj na rizična sredstva poput vode, čvrstog otpada i svetih mesta.

Podrška, Rast i Obuka u Industriji

DMO takođe mogu pružiti obuku članovima za poboljšanje upravljanja destinacijama, poslovne prakse i interakcije u zajednici. Program obuke biće usmeren na destinacijske menadžere i marketinške stručnjake, hotelijere, organizatore putovanja, vlasnike preduzeća, vladine službenike i druge koji se bave dugoročnom održivošću i konkurentnošću turističkih destinacija.

Angažovanje Stanovnika

Stanovnici destinacije imaju veliki deo u turističkoj industriji. Kako bi održao pozitivan odnos između turističke industrije i lokalnog stanovništva, DMO može:

- Pozvati stanovnike i lidera zajednica da učestvuju u izvršnom veću ili odboru DMO-a
- Redovno prikupljati povratne informacije stanovnika na web lokaciji ili na strateškim lokacijama kao što su civilni centri i vladine zgrade
- Održavati redovne forume kako bi razgovarali o istaknutim temama

Lokalno stanovništvo koje je vlasnik preduzeća takođe mogu:

- Stvoriti prostor u uredima DMO-a i smjestiti marketinški materijal
- Oglašavati se u DMO publikacijama i na veb lokaciji
- Razviti ugovore o saradničkom oglašavanju
- Stvoriti program „priatelja“ koji omogućava stanovnicima i preduzećima da izraze svoju predanost turizmu
- Kreirati mrežne natječaje za afinitet koji traže od stanovnika da putnicima kažu o mestima na odredištu
- Održavati redovne razgovore o lancu vrednosti turizma i o tome kako lokalna preduzeća mogu bolje komunicirati i sarađivati kako bi pružila lokalnu robu i usluge turističkoj industriji
- Iskoristiti društvene medije za prikupljanje informacija i razmenu priča.

Prednosti za Članstvo

- Promotivni opis na celoj stranici DMO-a i veb stranici opštine Dečani
- Pravo na distribuciju prodajnih brošura njihovih turističkih objekata u turističkom informativnom centru
- Poslovne veze sa lokalnim i međunarodnim turooperatorima za promociju održivih turističkih aktivnosti na području Dečana
- Pristup uslugama rezervacije hotela i aktivnosti putem turističkog informativnog centra i mrežnog sistema rezervacija
- Posebna razlika kao turističko preduzeće koje podržava inicijative održivog turizma na području Dečana
- Prilika za predstavljanje na press / FAM putovanjima
- Pristup vrednim nalazima istraživanja tržišta
- Popusti na dodatno oglašavanje putem interneta za putnike

Sažetak

- DMO je neovisna organizacija koja popunjava važnu prazninu zalažući se za sveobuhvatne potrebe turističke industrije kao i lokalnog stanovništva.
- DMO se mogu organizirati na bilo kojem geografskom ili političkom nivou
- DMO imaju brojne poslovne modele, ali uglavnom su neprofitne i temelje se na članstvu uz podršku javnog sektora.
- Tradicionalno se DMO-i uglavnom fokusiraju na marketinške aktivnosti povezane s promocijom cele destinacije.
- DMO mogu pružiti i druge usluge koje podižu profil i konkurentnost destinacije, kao što su:
 - ✓ Master planiranje turizma
 - ✓ Turistička statistika i praćenje
 - ✓ Zagovaranje imovine
 - ✓ Podrška industriji, rast i obuka
 - ✓ Stalni angažman

Marketinške aktivnosti DMO-a

Marketing je često najuspešniji kada je deo sveobuhvatne strategije. Marketinški plan pomaže DMO-u da da prioritet imovini odredišta u odnosu na konkurente, identificira željenu publiku i razvije akcijski plan kako doći do te publike. Mnoge od ovih aktivnosti mogu proširiti u viziji i ukupnoj strategiji razvoja DMO.

Marketing i prodaja, iako usko povezani, dve su različite aktivnosti. Marketing povećava svest kupaca i donosi poruku; prodaja je izravna radnja preduzeta radi traženja i nabave narudžbi kupaca. Dakle, marketing uključuje aktivnosti poput oglašavanja, izrade brošura i pratećih materijala i odnosa s javnošću; prodaja obuhvaća telemarketing, pozive i traženje direktnе pošte.

Marketing generira razumevanje publike, neophodno za organizovanje bilo koje vrste promocije. Pojašnjava koji su trenutni trendovi putovanja i percepcije posetioca o destinaciji u usporedbi s drugim mestima, između mnogih drugih vrsta podataka. Istraživačka komponenta marketinga temelji se na mnogo različitih izvora. Razmotrite sljedeću listu.

- Stolno istraživanje sekundarnih izvora
- Zapisi o prodaji, rezervacijama i podacima
- Evidencija podataka o posetiocima, npr. Kartice za registraciju gostiju, podaci obrasca za rezervacije, podaci pozivnog centra ili web stranice
- Vladine publikacije
- Podaci o trgovачkim udruženjima
- Izveštaji međuvladinih organizacija (UNWTO, WTTC)
- Komercijalna analiza dostupna iz pretplata
- Preseci o aktivnostima takmičara
- Kvalitativno istraživanje
- Diskusije u fokusnim grupama radi identifikacije percepcija
- Prisustvovanje sajmovima
- Promatranje ponašanja posetioca na mestu ili oko njega
- Trendovi u vanjskom operativnom okruženju putnika
- Kvantitativno istraživanje
- Studije uzorka ponašanja putnika
- Ankete o percepciji posetioca
- Ankete o zadovoljstvu kupaca
- Industrijska ispitivanja percepcija i izazova.

ANNEX VI: Definicija i organizacija zaštićenih turističkih zona

1.9.Preporuka - definicija i organizacija zaštićenih turistickih zona

Turistička zona je područje koje se sastoji od turističkih mesta koja su usko povezana u pogledu prirode, istorije, kulture ili na neki drugi način. Turistička zona osmišljena je tako da omogućava duži boravak od 2 noći i 3 dana kroz saradnju između svojih turističkih lokacija, sa većim ciljem povećanja atraktivnosti ovih lokacija.

Turističko zaštićeno zoniranje u Dečanima*

Zaštita posebno definisanih turističkih zona na području Dečana, je neophodan proces, koji se trebao dogoditi decenijama ranije. Činjenica je da područje Dečana ima vrlo bogate i raznolike prirodne resurse, koje do sada, zbog neadekvatne političke volje i nepoštovanja zakona, trpe višestruku štetu od degradacije životne sredine i njene biološke raznolikosti.

Kako bi se zaustavile štete i degradacija prirodnih i kulturnih resursa, i državne i lokalne vlasti trebale bi preduzeti hitne korake:

- Identifikacija turističkih zona i turističkih lokaliteta,
- Definicija turističkih zona i lokaliteta u Dečanima, u skladu sa Prostornim planom i Strategijom Nacionalnog parka Bjeshket e Nemuna/Prokletija,
- Uključivanje svih deonika i interesnih grupa u javnu raspravu pre odobrenja,
- Odobriti u opštini, uz saglasnost državnih vlasti, turističke zone i lokalitete,
- Rad na studiji izvodljivosti, s obzirom na okvir verovatnih projekata razvoja turizma,
- Rad na urbanim i detaljnim ravninama turističkih zona, u skladu sa Prostornim planom Bjeshket e Nemuna/Prokletija
- Promocija turističkih zona i lokaliteta, urbanističkim i detaljnim planovima, kao i Prijedlogom projekata razvoja turizma, na nacionalnom i međunarodnom nivou.

*) Pristup se zasniva na projektu „Razvoj proizvoda regije Bjeshket e Nemuna“ iz 2007. godine, Ministarstva Trgovine i Industrije, Stručne grupe za turizam, koji se sastojao od međuministarskog tima, nevladinih organizacija povezanih sa turizmom i opštinskim uprava, uz podršku nemačkog GTZ - GIZ. Pisani materijali tog vrlo dobrog projekta mogli bi poslužiti kao osnova za predloženi novi postupak turističkog zoniranja na području Dečana.

Predlog identifikacije zaštićenih turističkih zona i lokaliteta Dečana

1. Turistička zona Dečani sa okolinom:

- Lokalitet doline Lumbardhi,
- Lokalitet jezera Radonići,
- Lokalitet Podi Geštenjave (visoravan kestena)

2. Turistička zona Dečani i njegove planine:

- Lokalitet borova Dečani,
- Lokalitet Bellea i Plečes,
- Lokalitet Kožnjer,
- Lokalitet doline Bistrice/Lumbardhi,
- Lokalitet Planina/Bjeshket (planine Belegu, Prelepi, Roshkodoli, Milishevci, Zllonopoja, Baballoć,

- Lokalitet Planina/Bjeshket Zalli i Rupës, Carrabregu, Dečane, Placica e Vokshit, Stanishta e Zogut, Qershizat, Kurvalla.

3. Turistička zona planine Strelci/Streoc

- Lokalitet planine Strelci/Streoc

Priredlog potrebnih projekata u vezi sa zaštićenim turističkim zonama i lokalitetima Dečana

Predloženi projekti na opštinskom nivou Dečana:

1. Izrada urbanističkih i detaljnih planova turističkih lokaliteta:

- Turističko naselje Dolina Lumbardhi,
- Turistički lokalitet Radoniqi,
- Turističko naselje Podi Geštenjave
- Turističko naselje Borova šuma Dečani,
- Turistički lokaliteti Bellea i Pleqa,
- Turistički lokalitet Kožnjer,
- Turističko područje doline Lumbardhi,
- Turistički lokaliteti (Bjeshka e Belegut, Prelepit, Roshkodolit, Milishevci, Zllonopoja, Baballoqit).
- Turistički lokalitet (Planine: Zalli i Rupës, Carrabregu, Dečani, Plaćica e Vokshit, Stanishta e Zogut, Ćeršizat, Junik, Dobrošit, Kurvalla).
- Turistički lokalitet Bjeshka/Planine Streoc

2. Organizacijski i institucionalni opseg turističkog sektora;

3. Kompletiranje legalne turističke infrastrukture, u nadležnosti lokalne samouprave;

4. Mogućnosti i izazovi razvoja mekog turizma na području Dečana;

5. Stimulisanje razvoja, zaštite tradicionalne umetnosti i zanatskih aktivnosti;

6. Podrška u uzgoju tradicionalne gastronomije;

7. Podrška razvoju promocije i marketinga turizma na opštinskom nivou;

8. Identifikacija i promocija obeleženih dana, manifestacija na opštinskom nivou;

9. Izrada projekta turističke signalizacije;

10. Podrška razvoju ljudskih resursa u turističkom sektoru;

11. Promotivne aktivnosti na opštinskom nivou;

12. Stvaranje povoljnijih politika za ulaganje u turizmu.

ANEKS VII: Okvirni plan za obuku lokalnih zajednica o turističkim mogućnostima

Obuka lokalnih zajednica o turističkim mogućnostima	
2 dana Informativni program obuke	
➤ Mogućnosti i preduslovi za razvoj turizma zajednica na Kosovu i u Dečanima	
➤ Koji oblici turističkih aktivnosti u zajednici u Dečanima	
➤ Osnovne informacije o verovatnoj destinaciji - Dečani i šira regija	
➤ Uloga i interaktivni uticaj turista u lokalnoj zajednici Dečani	
3 dana Osnovne prakticne instrukcije	

➤ Informacije o ponudi usluga recepcije i smeštaja
✓ Praktična prezentacija u okviru Kullas B @ B, smeštaja u domaćinstvu i u hotelu
➤ Informacije o pripremi hrane i pića, jelovniku i diverzifikaciji ishrane,
✓ Praktična prezentacija u okviru boravka Kullas B @ B, smeštaja u domaćinstvu i u hotelu
➤ Osnovne informacije o pružanju proizvoda i usluga I
✓ Osnovne upute o pružanju usluga; doručak, ručak, večera, kutija za ručak, izleti,
✓ Praktična prezentacija u okviru boravka Kullas B @ B, smeštaja u domaćinstvu i u hotelu
➤ Osnovne informacije o pružanju proizvoda i usluga II
✓ Osnovne upute o tradicionalnim oblicima pružanja usluga: doručak, ručak, večera, kutija za ručak, piknik; ispijanje kave i čajanke
✓ Praktična prezentacija u okviru Kullas B @ B, smeštaja u domaćinstvu i u hotelu
➤ Zajednički rezime - Brainstorming na naučenoj lekciji.

ANEKS VIII: Preporuka potrebnih politika i strategija koje će institucije primeniti

1.11. Identifikacija prepreka koje bi mogle biti predstavljene za razvoj mekog turizma na Kosovu i u području Dečana

Bolje razumevanje, adekvatno vrednovanje i nagrada sektora turizma na Kosovu

- Promeniti pogrešnu percepciju i shvatiti važnost turističke industrije i ugostiteljstva,
- Naučiti više i ponuditi konstruktivniju političku volju, priznati i prihvati ulogu razvoja turizma u ekonomskom i ukupnom razvoju Kosova,
- Intenzivirati pripreme i završiti Izradu novog poboljšanog Zakona o turizmu i ugostiteljstvu, uključujući iskusne domaće i međunarodne stručnjake, usmeravajući se na ranu završnu fazu
- Intenzivirati pripreme i definitivno finalizirati Strategiju za razvoj turizma i ugostiteljstva, uključujući iskusne domaće i međunarodne stručnjake, ciljujući ranu završnu fazu
- Definisanje i unapređenje položaja industrije turizma i ugostiteljstva, u okviru prioriteta, zajedno sa ostalim sektorima;
- Prepoznati i pravilno proceniti ekonomske uticaje sektora turizma i ugostiteljstva
- Priznati, pravilno proceniti i regulirati statistiku turizma, u skladu s propisima UNWTO-a i prakse EU,
- Registrirati i strogo pratiti turističke troškove i prihode, uključujući one od turista iz dijaspore,
- Priznati, prihvati, regulirati prihode od turizma od međunarodnih turista, uključujući dijasporu, kao „Unutrašnji izvoz“ i implementirati pravne propise, kao u drugim sektorima, za sve poslovne korisnike koji na Kosovu dočekuju i opslužuju međunarodne turiste, doprinoseći trgovinskom bilansu Kosova,
- Doprineti poboljšanju ekonomske situacije turističkih preduzeća, promovirajući djelotvorniji razvoj sektora, privlačenje stranih direktnih investicija, sa afirmativnijim poreznim politikama, dovodeći PDV - poreza na dodanu vrijednost u prosjeku od 6-8% (6% u smeštaju, Incoming turističkim agencijama i turooperatorima, te prihodu od hrane i prodaji domaćih pića; 8% od prihoda Outgoing (odlaznih) turističkih agencija i turooperatora, kao i prihod od prodaje uvoznih alkoholnih pića),
- Adekvatno nagraditi subvencijama Incoming turističke agencije / Turooperatore i smještaj, za njihov doprinos dovođenju i dočeku međunarodnih turista na duže od 3 dana boravka, uzimajući dobre primere Severne Makedonije i Srbije, direktnih konkurenata,
- Adekvatno nagraditi subvencijama privatne vlasnike i porodice, koji ulažu u održive oblike i meki turizam (turizam u zajednici, agro turizam, eko turizam), kao i zajedničkim ulaganjima sa investitorima iz dijaspore i SDI,

- Adekvatno promoviranje i nagrađivanje profesionalnog obrazovanja u turističkom sektoru, posebno podržavajući učenice i studentice u turističkom obrazovanju,
- Da se stimuliše i podrži upotreba profesionalnih standarda u svim poslovnim aktivnostima, u svim fazama poslovnog planiranja, razvoja i upravljanja.

Istraživački Papir pripremio:

Prof. Zekë Çeku, Seniorski Turistički Ekspert

Prishtina/Priština 21/6/2021