



PROMOTING
PRIVATE SECTOR
EMPLOYMENT

Turizmi në Kosovën Perëndimore *Raporti mbi Strategjinë e Tregut*

Shkurt, 2015

Përmbajtja

Rreth PPSE	3
Përshkrim i shkurtër i sektorit të turizmit në destinacionin e Kosovës perëndimore	6
Dinamika e tregut	7
Analiza e problemit dhe mjeti për Analizën së kornizës logjike	8
Zinxhiri i vlerës së turizmit	9
Vizioni i propozuar i ndryshimit	10
Intervenimet	11
Arritjet e deritanishme	12
Pozita e grave në sektorin e Turizmit të Kosovës Perëndimore	14
Qeverisja në sektorin e turizmit	15
Minoritetet	15



Rreth PPSE

Projekti Promovimi i punësimit në sektorin privat (**PPSE**) në Kosovë i cili financohet nga Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim në Kosovë (SDC), dhe implementohet nga **Swisscontact** (si partner udhëheqës), **Instituti Riinvest** dhe **PEM Consult** ka për qëllim të ndihmoj ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (në tekstin vijues NVM-të) të cilat operojnë në sektorë ekonomik konkurrues, ku politikat publike më mirë i përgjigjen nevojave të sektorit privat, dhe të siguroj punësim të rritur dhe qëndrueshëm për gratë dhe burrat. Partnerët kryesor nacional

janë Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (**MTI**) dhe Oda Ekonomike e Kosovës.

PPSE përdor qasjen për Zhvillimin e sistemit të tregut (MSD), (më herët e njohur si Tregjet për të varfrit apo qasja M4P), që në mënyrë specifike fokusohet në facilitimin e tregut përmes modeleve të reja të biznesit për të siguruar ndryshim të shkallës së gjerë dhe të qëndrueshëm.

Rezultatet/objektivat e programit janë:

1) rritja e produktivitetit, të ardhura shtesë



dhe gjenerimi i punësimit; 2) Ndikimi i mirë-krijuar dhe organizuar i politikës sektoriale të NVM; 3) Reduktimi i barrierave për gratë për të pasur qasje në punësim të qëndrueshëm përdërisa fuqia e tyre vendim-marrëse është rritur.

Në sektorët e përzgjedhur, NVM-të rrisin produktivitetin e tyre dhe krijojnë të ardhura shtesë dhe punësimin, duke i mundësuar ofruesve të shërbimeve dhe furnizuesve që të zhvillojnë produkte të avancuara dhe të qëndrueshme (mallra dhe shërbime) dhe praktika prodhimi. Për më tepër, PPSE do të i mundësojë ofruesve të shërbimeve dhe furnizuesve që të ofrojnë procese të sistemit të tregut në zinxhirët e veçantë të vlerave.

Sa i përket qeverisjes së zhvillimit të sektorit privat, PPSE do të dizajnojë intervenime specifike me të cilat do të përkrah organizimin e brendshëm të NVM-ve dhe organizimin e sektorit në sektorët e përzgjedhur të projektit. Transparenca, llogaridhënia dhe efikasiteti janë parimet themelore të qeverisjes së mirë që fillimisht do të trajtohen për të synuar iniciativa advokuese dhe ndryshime të politikave.

Në nivelin e ndikimit ekziston një boshllëk i konsiderueshëm në punësim midis grave dhe burrave. Gratë në Kosovë paraqesin një burim të pashfrytëzuar, janë të nën-punësuar

dhe të nën-përfaqësuar si pronare biznesi apo menaxhere. Për të zvogëluar pabarazinë gjinore dhe për të ofruar përfitim të barabartë për të dy gjinitë, rezultati nga Fuqizimi Ekonomik i Grave dhe strategjia paraqesin gur themelin e qasjes. Si rezultat, qasja e avancuar në punësim dhe vendim marrje për gratë është çelësi i punësimit fitimprurës dhe të qëndrueshëm.

Në bazë të rezultateve të pritura, shtatëqind e pesëdhjetë NVM nga sektorët e zgjedhur rrisin produktivitetin e tyre dhe krijojnë të ardhura shtesë dhe punësimin. Prandaj programi ka për qëllim:

- Rritjen e të ardhurave neto prej **CHF 1.900.000** nëpër sektorët e zgjedhur
- Krijimin e **800** vendeve të punës me orare të plotë, **30%** për gratë.

Fillimisht programi fokusohet në dy sektorë kryesorë: **sektorin e përpunimit të ushqimit** (konkretisht përpunimin e pemëve dhe primeve dhe nën sektorët e produkteve pyjore jo nga druri) **sektorin e turizmit** (të përqendruar në Kosovën perëndimore), **sektorin e prodhimit** (të përzgjedhur gjatë fazës së implementimit). Të gjithë sektorët ofrojnë potencial të madh për përmirësime për punësim dhe shfrytëzim të aseteve përmes largimit të pengesave të zbuluara përmes analizës sonë të alfa deri të omega të sektorëve.

Projekti PPSE ka iniciuar fazën fillestare në tetor 2013. Faza e implementimit ka filluar në nëntor të vitit 2014 dhe do të vazhdojë deri në nëntor 2017. Pilot intervenime janë implementuar për sektorin e turizmit dhe përpunimit të ushqimit. Veç kësaj, projekti ka themeluar **fondin e mundësive** - i cili shërben si instrument shtesë për të arritur rritje dhe krijuar punësim për ndërmarrësit e Kosovës. PPSE përdor kornizë të fortë të Monitorimit dhe Menaxhimit të Rezultateve (MRM) për të vendosur të dhëna bazë, siguruar cilësi të rezultateve, definuar indikatorët, vlerësuar ndikimin, dhe të siguruar të dhëna raportimit për çdo intervenim.

Projekt PPSE është programi **i parë** në Kosovë që përdor **DCED (Komitetin e Donatorëve për Zhvillimin e Ndërmarrjeve)** standardin për sigurimin e cilësisë. Integrimi i grave, qeverisja, dhe minoritetet si çështje të ndërlidhura janë kryesore në të gjitha intervenimet. Projekti do të ndajë shënimet sipas gjinisë dhe etnive, dhe një përpjekje e veçantë do të bëhet për të përfshirë NVM-të Serbe.



Përshkrim i shkurtër i sektorit të turizmit në destinacionin e Kosovës perëndimore

Kosova perëndimore ose regjioni i Pejës është shtëpi për vargun e Bjeshkëve të Nemuna. Komuna e Pejës është qyteti më i madh i zonës, i pozicionuar në hyrje të luginës së Rugovës. Gjeravica, në lartësi prej 2,656 m është maja më lartë në Kosovë, ideale për të zhvilluar produkte turizmi të verës dhe dimrit dhe aventurë. Që nga viti 2002, grupet lokale malore entuziaste filluan të eksplorojnë aktivitete në natyrë dhe aktivitete aventuriste: ecje, ngjitje malore, ngjitje në shkëmbinj dhe eksplorim i shpellave, veçanërisht në zonën e luginës së Rugovës. Me mbështetjen e donatorëve de OJQ-ve, infrastruktura e turizmit – shtigjet për ecje rekreative, shtigjet për ecje rekreative shumëditore, rrugët për ngjitje në shkëmbinj, Via Ferrata dhe rrugët për biçiklizëm malor—janë zhvilluar dhe promovuar së bashku me familjet rurale të cilat janë mbështetur që të bëhen ofrues të akomodimit shtëpiak për turist. Shërbime informacioni për vizitorë janë vendosur dhe material promovues i shtypur është vënë në dispozicion. Shumica e produkteve janë aktivitete malore verore por të cilët tërheqin vizitorë më pak, të mbështetura me një numër hotelesh, guesthouses, qëndrim shtëpiak/shtrat me mëngjes, kasolle malore, vende kampingu, dhe restorante, të gjitha të arritshme me makinë. Një ski ashensor në fshatin Bogë përkujdeset për entuziastët e skijimit.

Lugina e Rugovës është shtëpi për përafërsisht pesëdhjetë fshatra të vogla apo vendbanime të kullotave alpine. Para luftës, rreth 400 familje jetonin në mënyrë të përhershme në luginë. Gjatë luftës, banorët braktisën luginën. Shumë familje kthehen në luginën e Rugovës, të paktën gjatë kohës së verës. Intervistat për

vlerësimin e sektorit të bëra nga ekipi PPSE dhe konsulenti ekspert i turizmit tregojnë se vetëm 10 shtëpi janë të banuara në mënyrë të përhershme.

Në dhjetor të vitit 2012, Parku i ri Kombëtar” u themelua. Parku Kombëtar “Bjeshkët e Nemuna” - përfshinë sipërfaqen prej 62.488 ha. dhe shtrihet në territorin e komunave: Gjakovë, Junik, Deçan, Pejë dhe Istog. Themelimi i planit të menaxhimit të parkut është në zhvillim e sipër. Pjesë të mëdha të Parkut Kombëtar, veçanërisht jugu i luginës së Rugovës, janë në pritje të zhvillimit të produkteve për turizëm në natyrë dhe infrastrukturës elementare. Turizmi veror është duke lulëzuar në Luginën e Rugovës dhe zgjatë gjashtë muaj (maj – tetor) me kulmin e sezonit i cili arrihet në korrik dhe gusht. Sezona me bore zgjatë katër muaj (dhjetor – mars) por për shkak të mungesës së aktiviteteve nuk tërhiqet numër i konsiderueshëm i vizitorëve. Si një destinacion në rritje, Kosova perëndimore ka potencial për të tërhequr më shumë vizitorë nga segmentet. Një gamë e gjerë e produkteve turistike, objektet më të mira dhe shërbimet e kombinuara me promovim kanë potencial për të rritur numrin dhe shpenzimet e vizitorëve. Turizmi malor dhe ai në natyrë ende nuk janë zhvilluar, në veçanti në komunën e Deçanit, e cila është prapa fqinjëve të saj në këtë aspekt. Historitë komplekse dhe të pasura i shtojnë atraktivitetin Kosovës perëndimore si destinacion udhëtimi. Peja, Deçani dhe Juniku ofrojnë një gamë të atraksioneve turistike kulturore dhe paraqesin vendet fillestare për të eksploruar, me atraksione të dukshme kulturore – siç që janë Patriarkana e Pejës dhe Manastiri i Deçanit – mrekulli të vërteta të arkitekturës mesjetare ortodokse.



Dinamika e tregut

Anketa fillestare e turizmit të Kosovës perëndimore tregon se vizitorët vendor përbëjnë 42% të kërkesës, përderisa turistët nga diaspora 20%, kurse turistët ndërkombëtar 38%. Bukuria natyrore e kësaj zone, mungesa e zhvillimit në industrinë e turizmit paraqesin mjedis potencial të lartë për ndikim të projektit PPSE.

Përpjekjet për marketing të ndërmarrjeve siç që janë hotelet, bujtinat, shtëpitë e pushimit dhe shërbimet tjera të akomodimit nuk janë të efektshme. Vetëm tre hotele janë të përfaqësuar në platforma të rezervimit (Booking.com). Kjo tregon se shumicës së ofruesve të shërbimeve të akomodimit iu mungojnë kanalet efektive të marketingut, me rezervime që më së shumti ndodhin nëpërmjet thirrjeve telefonike. Shumica e ofruesve të shërbimeve të akomodimit nuk janë të lidhur me çmimet e pakos për operatorë turistik për vizitor të huaj. Shumica e NMVM turistike janë në pronësi dhe menaxhohen nga familja, dhe pak njerëz janë profesionist për turizëm. Marketingu mbetet "fjalë e gojës".

Intervistat e realizuara nga ekipi PPSE me ofruesit e shërbimeve turistike, tregojnë se rezervimet janë duke u rritur ngadalë në dy vitet e fundit, kurse MSME turistike besojnë se ky trend do të vazhdojë. Zyra turistike e Pejës vlerëson përafërsisht 30,000 turist

(mysafir me qëndrim nate) dhe 15,00 vizitor ditor për 2013.

Shpenzimet mesatare ditore për turistë janë vlerësuar të jenë 108,83 €/person/ditë për turistët dhe 154 €/person/ditë për vizitorët ditor.

Komuna e Pejës ka përruar shtegun Via ferrata si atraksion në nëntor të 2013, që me tej e ka mbështetur përmes OJQ-së Marimangat dhe ka përmirësuar në vitin 2014 nga ana e PPSE, 100 turistë u ngjiten në Via ferrata në tetor 2014 në krahasim me 14 turistë në tetor 2013. Iniciativa e mbështetur nga donatorët nga Eksperienca e Rugovës, në bashkëpunim me Slow Food International për gastronomi lokale, "Il Sentiero del Gusto," është në fazën e zhvillimit. Produktet e turizmit të zhvilluar nga OJQ-të lokale kurrë nuk janë komercializuar si duhet.

Asnjë operatorë lokal për turist të huaj nuk lidh portofolin në rritje të atraksioneve dhe aktivitetet me kërkesën. Qendrat e informacionit në Pejë dhe Junik veprojnë si ndërmjetëse midis klientëve (hyrës) dhe produkteve turistike. OJQ-të, të cilat janë involvuar në zhvillimin e produkteve të turizmit janë përpjekur të veprojnë si operator turistik, shpesh duke rezultuar në shërbime me mbiçmim dhe shërbime joprofesionale të turnesë.

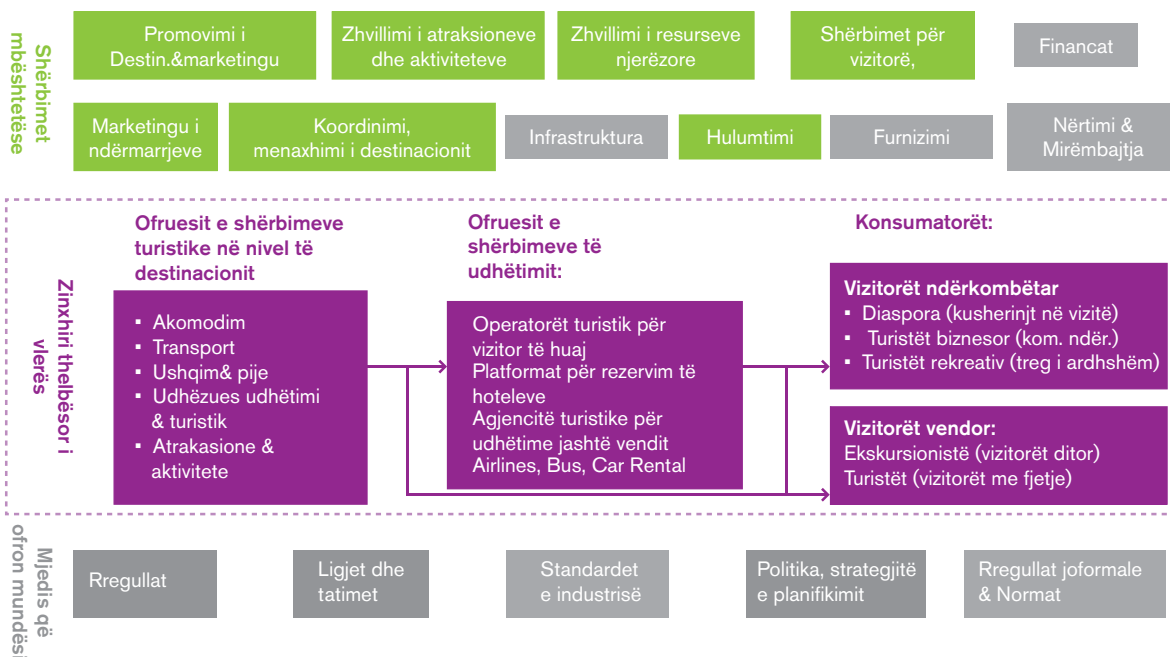
Analiza e problemit dhe mjeti për Analizën së kornizës logjike (MSD, ish M4P)

(1) Problemi /Simpioni	(2) Shkaqet kryesore	(3) Shërbimet/ (4) Mjedis që ofron mundësi	(5) Dobësitë e shërbimeve	(6) Intervenimet	Aktorët kryesor
Mungesa e veprimit të koordinuar në Zhvillimin e destinacionit	Burimet e kufizuara financiare dhe njerëzore për zhvillimin e turizmit Zyrate komunale të turizmit i mungojnë aftësitë dhe përvoja në menaxhim të destinacionit Aktorët përballen me probleme të veprimit kolektiv në zhvillimin e produktit dhe marketingun e destinacionit	Ofrimi i shërbimeve të informacionit për MNVM-të turistike Ofrimit të hulumtimit dhe informacioneve për zbulimin e tregut Themelimi i koordinimit dhe shërbimeve të menaxhimit të destinacionit	No funding scheme for municipality tourism development Lack of tourism sector data; lack of research services Lack of a coordinating and managing body leads to: Insufficient inter-municipality and private sector actor coordination Lack of strategic planning and development action	# Promovimi i një organizate funksionale të MD # Infrastruktura e mirë publike dhe sistem i zhvillimit të produkteve # Promovim efektiv i destinacionit dhe bredimi # Promovimi ndërkombëtarë i paketave turistike	Zyrat komunale të turizmit OJQ-të, shoqatat, grupet entuziaste MNVMtë turistike Ofruesit e shërbimeve të hulumtimit të tregut Drejtoria e parkut nacional "Bjeshkët e Nemuna"
Mungesa e marketingut të MNVM-ve turistike	Ndërmarrjet nuk e shohin nevojën dhe përfitimet Ndërmarrjet nuk e dinë se ku të bëjnë treg Ndërmarrjet nuk kanë informacione mbi kanalet e marketingut me kosto të ulët	Ofrimi i shërbimeve mbështetëse ndërmarrjeve përmes e-marketingut Sigurimi i shërbimeve të hulumtimit dhe informacioneve për tregun Sigurimi i informacioneve mbi koston efektive të e-marketing	Mungesa e shërbimit mbështetës të e – marketingut të ndërmarrjeve Mungesa e hulumtimit & informacioneve për tregun	# Shërbime efektive marketingu të ndërmarrjeve turistike # Promovimi i organizatës funksionale të MD	Grupet e MD Shoqatat/OJQ-të Universiteti "Haxhi Zeka" nga Peja Ofruesit e shërbimit të e-marketingut PR Solution Platforma për rezervim të hoteleve: Booking.com; Google Maps, Open Street Map etj.
Mungesa e komercializimit të atraksioneve dhe aktiviteteve	Kandidatët e mundshëm ende nuk shohin mundësi të tregut; Kandidatëve u mungojnë aftësitë dhe përvoja Kandidatët nuk ndërmarrin rreziqe OJQtë pretendojnë pronësinë e produkteve të zhvilluara të të mirave publike por dështojnë për ti shitur ato	Sigurimi i informacionit dhe mënyrës "di se si" në zhvillimin e produkteve të turizmit Sigurimi i shërbimeve të hulumtimit dhe informacioneve për tregun	Mungesa e operatorëve turistik profesional dhe lokal të sektorit privat për mysafir të huaj Mungesa e të dhënave për sektorin e turizmit Mungesa e hulumtimit & informacioneve për tregun	# Promovimi i operatorëve lokal për mysafir të huaj # Promovimi i organizatës funksionale të MD	Ofruesit e shërbimeve të trajnimit për operator turistik (Gears Up; TDB Consulting..) Ofruesit e shërbimeve për start – up biznese Promovimi i ofruesve të shërbimeve Outdoor Kosovo, Catun, Rugova Experience Trekk, Shoqatat/OJQtë;

(1) Problemi /Simpioni	(2) Shkaqet kryesore	(3) Shërbimet / (4) Mjedis që ofron mundësi	(5) Dobësitë e shërbimeve	(6) Intervenimet	Aktorët e tregut/turizmit MNVMtë me flukse të veçanta strategjike të vizitorëve .
Zhvillimi i produkteve të turizmit	Sektori privat nuk ndërmerr rreziqe MNVM Turistike kanë të hyra të limituara dhe mungesë të kapitalit	Informacione Organizimi i udhëtimeve studimore për të parë produkte të reja Ndërtimi i kapaciteteve të produkteve të reja Shërbimet financiare, duke përfshirë Fondin e mundësive të PPSE	Nuk ekziston shoqatë anëtarësimi, nuk organizohen udhëtime studimore; game e limituar e produkteve në dispozicion në Kosovë, veçanërisht sa i përket aktiviteteve të dimrit	# 1 Promovimi i organizatës funksionale të MD	Operator turistik për mysafir të huaj të ardhshëm Ofrues të shërbimeve teknologjike
MNVT e zonave malore turistike Mungesë e të hyrave jashtë sezonit të verës	Vizitorët vendor nuk e shohin Kosovën Perëndimore si destinacion atraktiv gjatë tërës vitit Mungesë e produkteve tërheqësve për vizitorët vendor psh. festivale, promovim ushqimi, aktivitete për fëmijë. Përveç një fshati me ski lift gati ka mungesë të plotë të atraksioneve dhe aktiviteteve dimërore	Themelimi i shërbimeve të koordinimit dhe menaxhimit të destinacionit Shërbimet e marketingut të destinacionit Sigurimi i shërbimeve mbështetëse të marketingut të ndërmarrjeve Organizimi i ekspozitave/ udhëtimeve studimore për të parë produkte potenciale të reja Shërbimet financiare, duke përfshirë Fondin e mundësive të PPSE	Mungesa e një trupi koordinues Mungesa e hulumtimit & informacioneve për tregun Mungesa e planifikimit strategjik dhe veprimit për zhvillim Përpjekje të dobëta promovuese	Të gjitha intervenimet	MD Kosova Perëndimore OJQtë, Shoqatat, krye shefat e sistemit të turizmit dhe MNVMtë turistike

(1) Problemi /Simptomi	(2) Shkaqet kryesore	(3) Shërbimet/ (4) Mjedis që ofron mundësi	(5) Dobësitë e shërbimeve	(6) Intervenimet	Aktorët kryesor
Përpjekje të pa paqëndrueshme për infrastrukturë të të mirave publike të turizmit dhe zhvillim të produkteve	Mungesa e iniciativave të financuara nga donatorët Mungesa e menaxhimit të destinacionit, planifikimit & koordinimit të veprimit Shumë iniciativa të pavarura të implementuara nga OJQ-të	Mjedis i cili ofron mundësi Themelimi i skemës së financimit Vendosja e shërbimeve të menaxhimit të destinacionit duke përfshirë edhe planifikimin strategjik të destinacionit	Nuk ekzistojnë iniciativa përveç projekteve të financuara nga donatorët. Nuk ka sistem për zhvillimin e produkteve nga të mirat publike	# Zhvillimi i produkteve dhe promovimi # Promovimi I organizatës funksionale të MD #Promovimi i tour operatorëve të brendshëm lokal #Infrastruktura e të mirave publike, dhe sistemi i zhvillimit të produkteve	DM Krye shefat e sistemit të turizmit OJQ-të, shoqatat Kompanitë regjionale (birra e Pejës, Uji Rugova, Restorantet, Hotelet në male etj.) Drejtoria e parkut kombëtar "Bjeshkët e Nemunatije"
Mungesa e menaxhimit efektiv të destinacionit	Nuk ekzistojnë të dhëna për vizitorë dhe aktorët anësor të furnizimit Nuk ekzistojnë analiza të vizitorëve dhe tregjeve burimore Mungesë e koordinimit të marketingut në mes të OJQ-ve, zyrës së turizmit, dhe grupeve entuziaste Mungesë e bazës së të dhënave me material marketing me fotografi dhe përshkrime. Nuk ekziston plan marketingut të destinacionit Buxhet i limituar marketingu Mungesë e aftësive të marketingut	Ofrimi shërbimeve të hulumtimit & informacioneve të tregut Themelimi i shërbimeve të koordinimit dhe menaxhimit të destinacionit Mjedis që ofron mundësi Lobimi për vendosje të rregullores për taksë turizmi për vizitorë & ndërmarrje turistike Sigurimi i shërbimeve për zhvillim të aftësive të marketingut Sigurimi i shërbimeve të promovimit të destinacionit & marketingut	No one provides market intelligence information Lack of a coordinating body Insufficient funding scheme for municipalities for destination marketing Existing marketing companies have little experience in tourism. Marketing material conform to ToRs (Terms of References) from NGOs. There is a lack of focus on key visitor markets, as well as on target audiences. English language, picture and print quality are not very professional. Lack of cost effective marketing tools.	# Promovimi I organizatës funksionale të MD # Promovim efektiv i destinacionit dhe brendimi	DM Krye shefat e sistemit të turizmit OJQ-të, shoqatat PR Solutions, kompanitë e promovimit, marketingut dhe brendimi
Mungesë e sektorit të ri privat	Sektori privat nuk sheh potencialin e tregut	Sigurimi i produktit dhe tregut	Mungesa e produkteve & informacioneve për tregun për MNVM-të	# Promovimi i tour operatorëve të brendshëm lokal #Infrastruktura e të mirave publike, dhe sistemi i zhvillimit të produkteve	MD e Kosovës Perëndimore

Zinxhiri i vlerës së turizmit



Vizioni i propozuar i ndryshimit

Krijimi i destinacionit turistik konkurrues me atraksione dhe aktivitete të promovuara në mënyrë efektive. Për këtë qëllim, do të stimulojmë rritjen e numrit të ndërmarrjeve turistike të cilat ofrojnë game të gjerë të shërbimeve dhe objekteve. Rritja e numrit të vizitorëve do të tërheq investime nga ana e aktorëve të rinj dhe atyre ekzistues. Të hyrat e rritura nga tatimi do të i mundësojnë komunave që të adresojnë pengesat në infrastrukturë dhe shërbime publike. Sektori i turizmit i cili është në rritje e sipër dhe i cili ofron punë intensive do të absorbojë numër të rritur grave dhe burrave të papunësuar. Si ndikim i madh i drejtpërdrejtë, të hyrat nga industria e ushqimit dhe pijeve dhe nga ndërtimi i ndërtesave që

do të shkaktohen nga investimet shtesë, do të stimulojnë kërkesën për punësim në bujqësi dhe sektorët e ndërtimit.

Komponentë kyçe në realizimin e këtij vizioni është funksionimi i organizatës për Menaxhimin e Destinacionit e cila përbëhet nga partneriteti privat-publik me programe për zhvillimin e turizmit të koordinuar mirë, e cila do të avokoj për krijimin e infrastrukturës të mirave publike dhe për marketing efektiv. Aktorët e sektorit privat përbushin funksionet e zinxhirit thelbësor të vlerës të operatorëve turistik për vizitor të nga jashtë, dhe sigurojnë mbështetje efektive për marketing të turizmit.



Intervenimet e PPSE

Në bazë të analizës intervenimet në vijim janë planifikuar:

1. Themelimi i një organizate funksionale për menaxhimin e destinacioni
2. Shërbimet e marketingut për ndërmarrjet turistike
3. Promovimi i tour operatorëve të brendshëm lokal
4. Infrastruktura e të mirave publike, dhe sistemi i zhvillimit të produkteve
5. Promovimi ndërkombëtarë i paketave turistike
6. Promovimi dhe brendimi efektiv i destinacionit

Themelimi i organizatës funksionale të MD vendos themelin e bashkëpunimit dhe lobimit të të gjithë palëve të interesuar për zhvillim dhe promovim të produkteve, duke i mundësuar NVMve që të rrisin menynë e tyre të ofertës dhe kështu të arrijnë tek turistët drejtpërdrejtë. Në të njëjtën kohë, operatorët turistik për vizitor të huajë do të ofrojnë produkte turizmi nga pakot e krijuara përmes koordinimit të MD turistëve

lokal dhe ndërkombëtar. Këto intervenime drejtpërdrejtë kontribuojnë në rritje të numrit të turistëve që vijnë në destinacion, që ata të harxhojnë më shumë dhe të qëndrojnë me gjatë. Si rezultat i kësaj, të hyrat e NVM-ve turistike rriten dhe në këtë mënyrë dhe punësimi në regjion. Nëse ky koncept i ri i menaxhimit të destinacionit do të jetë i suksesshëm në Kosovën perëndimore, ai do të përsëritet në regjione tjera të vendit.

Arritjet e deritanishme

Intervenimi 1:

Promovimi i organizatës funksionale të MD

Promovimi i organizatës funksionale për MD ka për qëllim të bëjë një zhvendosje drejtë menaxhimit më efektiv të destinacionit të Kosovës perëndimore. Duke facilituar veprimin e koordinuar, fushëveprimi i shërbimeve të MD pritet që të adresoj dobësitë në vijim:

- Mungesën e koordinimit dhe lobimit të palëve të interesuara
- Mungesën e të dhënave dhe statistikave për sektorin (mungesë e përgjithshme e informacioneve të tregut mbi vizitorët, ofruesit e shërbimeve turistike, mundësit e biznesit, ndikimin ekonomi, punësimin, tregjet burimore dhe trendët)
- Mungesën e analizës dhe planifikimit për zhvillim të fluksit ekzistues dhe atij të ardhshëm të vizitorëve (SVFs)
- Mungesën e koordinimit dhe zhvillim i fushës strategjike të biznesit, planifikimit dhe veprimit
- Mungesë e zhvillimi të produktit të ët mirave publike dhe sistemeve për mirëmbajtjen e produkteve
- Mungesën e informacioneve gjithëpërfshirëse online për vizitorët dhe industrinë turistike dhe industrinë e udhëtimit
- Mungesën e promovimit efektiv të funksioneve të destinacionit me kanale të duhura për të adresuar tregjet e vizitorëve qëllimore, duke përfshirë mungesën e udhëtimeve të familjarizimit dhe mbështetjen e njohësve të udhëtimit.

Zhvillimi i flukseve strategjike të identifikuar të vizitorëve kombinuar me marketing efektiv kontribuon drejtë menysë më të gjerë të atraksioneve dhe aktiviteteve e cila do të plotësoj nevojat e vizitorëve ekzistues dhe do të tërheq edhe më shumë vizitorë.

Në 2014, PPSE ka ndihmuar krijimin e taskforcës, përbërë nga zyrtarët komunal, përfaqësuesit e bizneseve dhe shoqëria civile që do të punojnë drejt themelimit të organizatës funksionale për MD. Është bërë një vlerësim ligjor për të përcaktuar mënyrat e themelimit të MD si organizatë si dhe mënyrën e financimit. Ky vlerësim ka zbuluar se korniza ligjore e Kosovës lejon që MD duhet të jetë organizatë jo-qeveritare, e cila financiarisht duhet mbështetur nga tri komunat (Pejë, Deçan dhe Junik). PPSE ka facilituar punëtorin lidhur me Modelin e Destinacionit Saint Gallen (SGDM) e cila është realizuar nga kompania PWC. SGDM do të jetë pilot qasja e MDO, e cila ka për qëllim zhvillimin e destinacionit sipas kërkesës. Gjatë 2014, MDO e Shqiprisë ka ndihmuar taskforcën me zhvillimin e planit të marketingut, me afat kohor katër vjeçar të zbatimit.

Intervenimi 2:

Shërbimet e marketingut të ndërmarrjeve turistike

Intervenimet afat-shkurtra i ndihmojnë MNVM-ve turistike që të përdorin mjetet online me kosto të ulët, sidomos Google maps, Open Street maps dhe Trip Advisor. Ky është një intervenim që sjell dobi të menjëhershme, dhe adreson dobësitë e shërbimeve të tregut në vijim:

- Mungesa e promovimit të turizmit në nivel të ndërmarrjes dhe shërbimeve të marketingut
- Mungesa e resurseve njerëzore të kualifikuara

Përpjekjet e përmirësuar për marketing të ndërmarrjeve pritet të rrisin numrin e konsumatorëve në MNVM turistike. PPSE ka futur në përdorim promovimin në nivel të ndërmarrjeve dhe intervenimin e shërbimeve të marketingut duke bërë partneritet me PR Solutions. PR Solutions me seli në Prishtinë, është e vetmja kompani në Kosovë e specializuar në marrëdhënie publike, media, reklama, organizmin të ndodhive dhe të tjera, dhe me pak përvojë në turizëm. Kompania ka fituar çmimin botëror për fushatën më të mirë kombëtare "Kosova-Evropianët e Rinj". PR Solutions ka një gamë të gjerë të partnerëve vendorë dhe ndërkombëtarë. Kompania ka qenë e interesuar në futjen e shërbimeve të marketingut për ndërmarrjet e turizmit. Duke ndjekur qasjen MSD, PR Solutions ka regjistruar rreth 70 ndërmarrje turistike dhe 10 atraksione në portalet Google Street map dhe Open Street. Katër ndërmarrje janë regjistruar në booking.com, ndërsa ndërmarrjet tjera nuk i ka plotësuar kriteret e portaleve (booking.com, hotels.com, agoda.com dhe trip advisor). PR Solutions është duke planifikuar platformën e vet të rezervimeve online në Kosovë për të adresuar nevojën, që do të jetë biznes i parë në vend që do të ofrojë një shërbim të tillë.

Intervenimi 3:

Infrastruktura e të mirave publike, dhe sistemi i zhvillimit të produkteve

Për të adresuar numrin e limituar të produkteve turistike në regjion, PPSE ka mbështetur OJQ-në lokale "Marimangat" si partner lokal për të përmirësuar dhe zgjeruar shtegun Via Ferrata në luginën e Rugovës në Pejë. Kjo OJQ dhe komuna e Pejës kanë treguar angazhim me ndarjen e fondeve dhe resurseve për përmirësimin e këtij atraksioni turistik i cili pritet të tërheq më shumë turist në regjion. Marrëveshja në mes të OJQ Marimangat dhe NVM-ve turistike për të ofruar shërbimin Via Ferrata për tarifë e cila do të përdoret për mirëmbajtje dhe për të ndërtuar produkte tjera turistike siguron motivim dhe pronësinë për aktorët lokal. Interesi i ndërmarrjeve turistike është që të rritet përfitimi me anë të shitjes së aktiviteteve vizitorëve/turistëve ndërkombëtarë. Në anën tjetër vizitorët/turistët do të përjetojnë një eksperiencë të këndshme nga regjioni. Ky kontribut i veçantë është vetëm një pjesë e intervenimit të përgjithshëm të zhvillimit të produkteve turistike. Në bazë të të dhënave preliminare numri i vizitorëve të Via Ferrata është rritur, po ashtu falë marketingut dhe reklamimit të duhur. Nga 14 vizitorë në vitin 2013, rreth 100 vizitorë e kanë bërë Via Ferrata në tetor të vitit 2014.



Pozita e grave në sektorin e Turizmit të Kosovës Perëndimore



Blerina Sallaj - Koordinatore e Qendres Rajonale te Turizmit në Dukagjin:

"Projektin PPSE dhe krijimin e DMO-së e shoh si mundësi të harmonizimit të ofertave turistike rajonale, si rregullator që do të ndikojë në përmirësimin e performancave të të gjithë akterëve në sektorin e turizmit dhe si krijues të ofertave të reja atraktive që deri më tani kanë mbetur vetëm si ide në pamundësi realizimi."

Në tri komunat Pejë, Deçan dhe Junik, ka pak zyrtarë për Zhvillim Ekonomik të turizmit (në të gjitha rastet, bëhet fjalë për punonjës meshkuj). Nuk ekzistojnë politika në nivelin e komunës për të inkurajuar sektorin e turizmit për të përfshirë më shumë gra.

Në zonën qëllimore për zhvillim të turizmit ekzistojnë rreth tridhjetë OJQ aktive, kryesisht të shtyra nga donatorët, të cilat fokusohen në zhvillim të turizmit. Momentalisht, vetëm shtatë gra janë në pozita menaxheriale. Duke marrë parasysh perceptimet e komuniteti lidhur me ndarjen e roleve sipas gjinisë, turizmi malor shihet si province e meshkujve. Kohëve të fundit tek Via Ferrata tri udhëzuese turistike femra janë angazhuar (krahasuar me asnjë para intervenimit), pasi është kuptuar potenciali për gjenerim të të ardhurave.

Grupet entuziaste kryesisht janë të përbëra nga të rinj dhe të moshës mesatare, me të ardhura të mesme dhe të larta, që vijnë kryesisht nga zonat urbane. Shumica e grupeve entuziaste janë meshkuj, por vërehet prirja e femrave për tu bërë entuziaste malore (në raste të rralla, gratë që marrin pjesë në grupet entuziaste kanë ndryshuar rolet e tyre dhe tani punojnë si udhëzuese lokale për turistë). Për MNVM-të, roli i grave kryesisht ka të bëjë me funksione biznesi të shkathtësive të ulëta. Anketimi fillestar tregon se 31% e grave në turizëm që punojnë kanë role në kuzhinë, 28% në punë mirëmbajtjeje, dhe vetëm 5% në funksione të menaxhimit. Pavarësisht pagës minimale të paraparë me Ligjin e punës në Kosovë prej 220 Eur, paga e mesatare mujore e grave është prej 100 Eur deri 150 Eur, kryesisht në punësim joformal. Në mënyrë tipike, gratë e përfshira në sektorin e turizmit kanë nivel të edukimit, iu mungojnë informacione dhe përvojë e mëparshme, dhe mungesë të kontrollit të financave në familje.

Biznese të tilla drejtohen nga familjet, prandaj roli i grave është kryesisht joformal dhe i dedikuar sipas nevojave të familjes. Këto gra kanë varësi të forte financiare nga burrat e tyre. Sipas këtyre analizave, projekti PPSE sugjeron disa mundësi:

- Turistët bashkëkohor tregojnë më shumë interesim për iniciativa të komunitetit: MD mund të ndihmojë në krijimin e iniciativave që të krijohet një treg komplementar i përbashkët. MD në bashkëpunim me OJQ-të dhe qeverinë lokale mund të zhvillojë strategji të thjeshta për të përmirësuar qasjen në tregje. (Krijimin e programeve të promovimit për të rritur numrin e turistëve të cilët blejnë produkte lokale, siç janë punimet e dorës, ushqimi, veshja etj. dhe të përdoren shërbimet lokale, siç që janë udhëzuesit lokal).

- Themelimi i programeve të edukimit dhe trajnimit për gra. Trajnimi dhe edukimi duhet të kenë për qëllim të inkurajojnë gratë të kalojnë në profesione jo tradicionale të cilat kërkojnë më shumë shkathtësi me pagesë më të mire. Përmirësimi i statusit të tyre të punës është qëllim afat gjatë.

Krijimi i aktiviteteve të zhvillimit për fëmijë. Programe speciale për fëmijë dhe kujdes duke përfshirë lojëra, rrëfim të tregime etj., mund të jenë të dobishme për turistët dhe banorët lokal. Ndiha e grave lokale që të rrisin kapacitetet në regjion ofron shërbime për familjet e komunitetit.

- Mbështetja e ndërmarrësisë së grave (bizneseve ekzistuese dhe të reja). Eksplorimi i traditës lokale dhe shprehive në përpunimin

e ushqimit (përpunimi i pemëve dhe perimeve në reçel, lëngje, dhe pemë dhe perime të thara etj.). Këto mund të jenë produkte lokale të brenduara dhe mund të përfshihen në atraksionet lokale.

- Përfaqësim i mirë i shoqatave të grave dhe bizneseve në pronësi të grave në OMD. Kodi i mirësjelljes mund të zhvillohet duke kërkuar veprime për barazi gjinore dhe angazhim të të gjithë anëtarëve.

Qeverisja në sektorin e turizmit

PPSE do të adresojë parimet kryesore të Qeverisjes së Mirë (përgjegjësitë; transparencës; mosdiskriminimit; pjesëmarrje; dhe efikasiteti) në nivele të ndryshme të sektorit privat, si në firmë dhe në nivelin e sektorit, duke synuar për të përmirësuar organizimin e brendshëm të fortë dhe organizimit të sektorit.

Konsideratë e veçantë do t'i kushtohet përfshirjes dhe mosdiskriminimit e minoriteteve në ndërhyrjet sektoriale. Kontaktet do të themelohen për ndërhyrjen me aktorët relevantë të sektorit privat përgjatë zinxhirit të vlerave duke përfshirë grupimeve të tjera të aktorëve në Veri dhe Jug të Kosovës për të promovuar gjithëpërfshirjen e të gjitha komuniteteve që jetojnë në Kosovë. Do të promovohen modele të biznesit që ofrojnë mundësi të vetë-motivimit për aktorët për të rritur pjesëmarrjen dhe për të shmangur çdo diskriminim

etnik dhe gjinor. Megjithatë, nëse kufizimet e tilla janë të identifikuar, konsideratë e veçantë do t'i kushtohet aktiviteteve dhe ndërhyrjeve që trajtojnë ato. Sektori i përgjithshëm pikat e forta dhe dobësitë e qeverisjes janë paraqitur në Tabelën e mëposhtme.

	Karakteristikat kyçe	Përparësitë kyçe/ Mundësitë	Dobësitë kyçe/rreziqet	Trendët kryesor
Konteksti përtej sektorit	-Efekti disiplinues i subjektit të garës që rrjedh nga qëndrueshmëria e sektorit të lartë specifik	- Potenciali për rritje - Potenciali për bashkëpunim ndër-kufitar	- Mungesa e standardeve industriale-Mungesa e politikës, strategjisë dhe planifikimit të aksionit -Kornizë e dobët legislative dhe regullative - Infrastruktura e dobët	- Mundësia për rritje, duke marrë parasysh potencialin e jo eksploruar
Aktorët, interesat dhe stimujt	- Aktorë të ndryshëm me pushtet të ndryshëm dhe struktura stimujsh	-Disa shtresa të aktorëve përveç institucioneve politike dhe publike - Subjekt i kontrollit të ndryshëm dhe balancit dhe marrëdhënieve disiplinore - Shumë drejtues të ndryshimit	- Rezistenca për ndryshim në mesin e aktorëve kyç - interesat e mundshme divergjente /konfliktuale mes palëve të interesuara	-Mundësia për reformë për shkak të kombinimit premtues të aktorëve
Qeverisja/ marrëdhëniet e logaridhënies	- Përveç marrëdhënieve zyrtare hierarkike aktorët e sektorit të karakterizohen me marrëdhënie tjera joformale (të përcaktuara lirshëm).	- Kombinim i mirë i aktorëve.	- kontrole të dobëta dhe balanc i organizatave -Mungesë e para shikueshmërisë sa i përket angazhimit të ardhshëm të qeverisë - Informacione asimetrike në mesin e aktorëve të tregut	- Sinjale pozitive por jo të definuar në mënyrë të duhur (strategjia e sektorit ende nuk është bërë publike).

Minoritetet

Turizmi ofron potencial të mirë për të përfshirë minoritetet serbe në intervenime. Operatorët turistik për turist të huaj do të inkurajohen që të përfshijnë rrugët e verës në Rahovec, Berzovicë dhe Zubin Potok, zonat me industri turizmi tashmë të zhvilluar dhe meny të atraksioneve dhe aktiviteteve. Dy monumente kryesore religjioze në regjionin perëndimor—

Manastiri i Deçanit, dhe Patriarkana e Pejës – janë të kyçur në ofertat turistike por bashkëpunimi do të zgjerohet. Po ashtu, kontaktet janë vendosur me Outdoor in, operator turistik në Zubin Potok i cili tashmë ka disa produkte turizmi malor në Veri të Kosovës.

PPSE është punësues i barabartë. PPSE është kundër diskriminimit dhe racizmit. Punëtorët e PPSE obligohen të mbajnë profil jo-politik në aferat zyrtare dhe publike.



Kontakt Personi:

Edona Kurtolli

Adresa:

Rr. Major Mehmet Bushi LI 12 nr.1
10 000 Prishtina, Kosovo

Tel: +381 (0) 38 520403

www.ppse-kosovo.org

www.facebook.com/ppse.kosovo

Projekti PPSE financohet nga:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

**Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC**

Projekti PPSE implementohet nga:



swisscontact

