



RAPORT HULUMTIMI

TURIZMI MALOR NË KOMUNËN
E PEJËS DHE ISTOGUT



Ky botim është realizuar me përkrahjen e Bashkimit Evropian përmes IPA II programi i bashkëpunimit ndërkufitar Mali i Zi – Kosovë 2014-2020.

Përmbajtja e këtij botimi është përgjegjësi e
Iniciativës për Zhvillimin e Bujqësisë së Kosovës –
IADK-së dhe në asnjë mënyrë nuk mund të konsiderohet si qëndrim i
Bashkimit Evropian, apo programit IPA II.



Falënderime

Përpilimi i këtij hulumtimi do të kishte qenë pothuajse i pamundur pa përkrahjen dhe ndihmën e çmueshme të zyrtarëve të departamenteve të turizmit nga komunat Istog dhe Pejë, z. Genc Ademaj dhe z. Virtyt Morina, zyrtarit të GLV Agroturizmi z. Floren Zymberi, si dhe z. Masar Kabashi nga Klubi Alpin Podguri. Të cilit ishin të gatshëm ta ndajnë kohën e tyre për vizita në fshatra të ndryshme, që të identifikojmë sa më shumë stane të Bjeshkëve të Istogut dhe Pejës.

Falenderojmë veçantarisht të anketuarit e dy komunave për bujarinë, mikëpritjen dhe gatishmerinë për bashkëpunim.



Abstrakt

Qëllimi i këtij hulumtimi është të studiojë potencialin që ka komuna e Pejës dhe ajo e Istogut për zhvillim të turizmit malor, si dhe potencialin që kanë fermerët në stane në zona malore për ofrimin e shërbimeve të turizmit.

Duke përdorur literaturën e gjerë, të dhënat e disponueshme sekondare dhe primare të mbledhura nga fermerët në stane të zonat malore, ky punim është hulumtimi i staneve që përfaqësojnë praktikën transhumante si një traditë unike dhe të vlefshme dhe që japin një vlerë të shtuar sektorit të turizmit malor, si një sektor shumë i rëndësishëm për zhvillimin e Kosovës.

Prandaj, ky dokument përfshin një përshkrim të shkurtër të situatës aktuale të këtij sektori dhe rëndësinë e trashëgimisë dhe vlefshmërinë kulturore, bujqësore dhe natyrore të përfaqësuar në transhumancë. Përmes këtij dokumenti do të njihemi me popullatën që janë të përfshira në sektorin e turizmit malor dhe ato që nuk janë mirëpo kanë potencial për të ofruar shërbime në sektorin e turizmit malor, do të njihemi me atraksionet kryesore turistike në ato zona, dhe traditat specifike që realizohen në stane.

Ky hulumtim do të tregojë sfidat me të cilat përballlet ky sektor dhe pronarët e staneve në zona malore. Kështu, duke përfshirë përmirësimet më të nevojshme të atraksioneve në këto zona. Përveç kësaj, ai shpjegon mundësitë për zhvillim të mëtejshëm.

Ky raport hulumtimi është përgatitur nga stafi profesional i Iniciativës për Zhvillim e Bujqësisë së Kosovës – IADK në kuadër të projektit “Transhumanca - ofertë e re turistike e Kosovës dhe Malit të Zi”, objektivi i projektit është përmirësimi i cilësisë së turizmit në lidhje me zhvillimin e trashëgimisë dhe vlerave kulturore dhe natyrore, si dhe përfshirja e transhumancës në ofertën e turizmit të Kosovës dhe Malit të Zi.

Përmbajtja

Falënderime	02
Abstrakt	03
Përmbajtja	04
Lista e figurave	05
Lista e shkurtesave	06
1. Hyrje	07
2. Qëllimi dhe objektivat e hulumtimit	09
3. Metodologjia	10
3.1 Kufizimet	11
4. Rezultatet e pyetësorit	12
5. Diskutimet	26
6. Përfundimet	28
7. Sugjerimet	29
Shtojca A: Pyetësor për turizëm malor	30

Lista e figurave

Figura 4. 1 Shtrirja e mostrës sipas komunave.	12
Figura 4. 2 Niveli i shkollimit të anketuarve.....	12
Figura 4. 3 Të ardhurat kryesore.	13
Figura 4. 4 Traditat specifike që realizohen tek stanet	14
Figura 4. 5 Aktivitetet turistike që realizohen.	14
Figura 4. 6 Kapacitetet akomoduese.	15
Figura 4. 7 Numri i vizitoreve vendor në stane për vit.....	15
Figura 4. 8 Numri i vizitoreve të huaj në stane për vit.....	16
Figura 4. 9 Produktet që (mund) prodhohen dhe shiten tek stanet	17
Figura 4. 10 Vendi nga sigurohen produktet që i shërbejnë turistët	17
Figura 4. 11 Mbledhja e BMA dhe PPJD në zonën malore.....	18
Figura 4. 12 Atraksionet kryesore.....	18
Figura 4. 13 Shtigjet që kalojnë afër staneve.....	19
Figura 4. 14 Opinionet se a ka potencial për zhvillim të turizmit malor	19
Figura 4. 15 Opinionet se a ka promovim të majtueshëm të turizmit malor.....	19
Figura 4. 16 Sfidat kryesore të stanarëve për zhvillimin e turizmit rural	20
Figura 4. 17 Opinionet se a do të ketë interesim të turistëve vendor dhe të jashtëm nëse fillohet me investim në zhvillimin turizmit rural	20
Figura 4. 18 Arsyet se përse do të rritet interesimi i turistëve.....	21
Figura 4. 19 Përgjigjet mbi pyetjen se a keni pasur mbështetje financiare.	21
Figura 4. 20 Mbështetja financiare për zhvillimin e turizmit rural	22
Figura 4. 21 Përgjigjet se a kanë kryer trajnime në sektorin e turizmit	22
Figura 4. 22 Trajnimet e kryera në lidhje me turizëm.....	23
Figura 4. 23 Përmirësimet e nevojshme për të fuqizuar turizmin rural	23
Figura 4. 24 Opinionet se a ka nevojë të përmirësohen atraksionet	24
Figura 4. 25 Përmirësimet më të nevojshme të atraksioneve.....	24
Figura 4. 26 Metoda më e mirë e promovimit të turizmit malor	24
Figura 4. 27 Ndikimi i ndryshimeve nga aspekti ekonomik, ambiental, personal dhe social-kulturor.....	25
Figura 4. 28 Avantazhet e turizmit malor	25



Lista e shkurtesave

ASK – Agjencia e Statistikave të Kosovës
BE – Bashkimi Evropian
BMA – Bimë Mjekësore Aromatike
BPV – Bruto Produkti Vendor
BNK – Bashkëpunimi Ndërkufitar
GLV – Grupi Lokal i Veprimit
IADK – Iniciativa për Zhvillimin e Bujqësisë së Kosovës
IPA – Instrumenti i ndihmës së para anëtarësimit
MBPZHR – Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural
PPJD – Produkte pyjore jo drusore
WTTC – Këshilli Botëror i Udhëtimeve dhe Turizmit

1. Hyrje

Turizmi njihet si një mekanizëm i rëndësishëm për fuqizimin e ekonomisë së një vendi dhe në të njejtën kohë i krijimit të një imazhi të mirë për atë vend. Sipas Këshillit Botëror të Udhëtimeve dhe Turizmit, turizmi kontribuon me 8.9 trilionë dollarë në BPV globale, apo 10.3% e BPV-së globale, duke krijuar rreth 330 milion vende pune, që do të thotë 1 në 10 vende pune në të gjithë botën i përkasin sektorit të turizmit [1]. Kosova ka potencial të lartë të zhvillimit të turizmit falë pozitës gjeografike që ajo posedon e rrethuar me male dhe në qendër të gadishullit Ballkanik.

Sipas Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, Divizionit të Turizmit, aktualisht shtyllat kryesore të ofertës turistike janë: turizmi kulturor, turizmi malor dhe alpin, turizmi rural, eko-turizmi dhe turizmi alternativ, vizitat ndër-kufitare dhe regionale, takime dhe konferenca [2].

Bazuar nga të dhënat sekondare, oferta turistike e Kosovës mund të ndahet në tri nivele të ndryshme. Oferta e nivelit të parë që përfshinë rrethin më të gjerë të kërkesës lokale, rajonale, kombëtare dhe ndërkombëtare (Bjeshkët e Nemuna, Lartësitë malore që arrijnë mbi 2600m, Prishtina, Prizreni dhe Peja). Oferta e nivelit të dytë përfshinë rajonet kufitare me Shqipërinë, Serbinë, Malin e Zi dhe Maqedoninë (Masivet malore të Kopaonikut dhe Mokra Gorës, Qendrat termale, atraksionet natyrore si Ujvara e Mirushës, pasuria, shumëllojshmëria etnike dhe kulturore). Së fundi, oferta e nivelit të tretë përfshinë ekskursioneve ditore dhe të fundjavës pranë qendrave urbane, me qëllim rekreacioni dhe pushimi.

Në Kosovë, veçanërisht në zonat malore, banorët ende praktikojnë traditat e lashta të shtegtitimit apo transhumancës – ku njerëzit së bashku me bagëtitë e tyre bëjnë migrimin sezonal duke i dërguar kafshët e tyre në kullotat më të mira të zonave malore. Kjo praktikë jo vetëm që ndikon në mënyrë pozitive tek të ushqyerit e bagëtisë, ajo gjithashtu ndikon në mënyrë pozitive në ambient pasi që kështu shmanget shfrytëzimin i tepërt i burimeve natyrore të zonës.

Transhumanca bën që këto familje që migrojnë të kenë njohuri mbi karakteristikat e vendeve të ndryshme, nevojat e bagëtisë së tyre, dhe menaxhimin e tokës dhe burimeve tjera natyrore sikurse ujit. Nga përparësitë e transhumancës përmendim bollëkun e mjeteve bujqësore, parandalimin e zjarreve në pyje, krijimin e korridoreve ekologjike duke formuar peizazhe, rritjen e të ardhurave etj. Si e tillë, transhumanca është një pjesë e rëndësishme e trashëgimisë dhe identitetit tonë dhe ajo kontribuon në mirëqenien e shoqërisë.

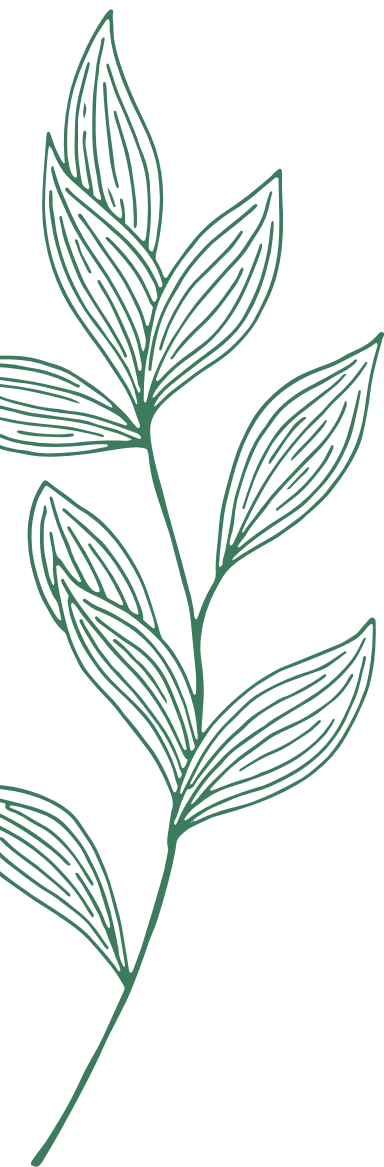
Transhumanca si trashëgimi e ngritë potencialin që ka Kosova të zhvillojë sektorin e turizmit malor. Si e tillë, ajo ka një vlerë të lartë dhe të rëndësishme ekonomike në nivelin qendror dhe atë komunal, si për bizneset e vogla, si një atraksion për turistët, dhe pse jo për investitorët vendor dhe të huaj.

[1] Këshilli Botëror i Udhëtimeve dhe Turizmit - Raporte të Ndikimit Ekonomik, 2019. (<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>)

[2] Ministria e Tregtisë dhe Industrisë - Divizioni i Turizmit, 2020. (<https://mti.rks-gov.net/page.aspx?id=1,38>)

Gjatë hulumtimit të të dhënave sekondare të turizmit (veçanërisht malor) vërejmë një mungesë të theksuar të statistikave dhe të dhënave zyrtare për këtë sektor. Të dhënat e disponueshme nga Agjencia e Statistikës së Kosovës, tregojnë se numri i vizitorëve (vendor dhe të jashtëm) në vitin 2019 në të gjithë territorin e Kosovës ishte gjithsej 287.083 vizitor, ku netëqëndrimet ishin 490.401 vizitor/netë. Sa i përket regjionit të Pejës, numri i vizitorve (vendor dhe të jashtëm) ishte 65.099 vizitor dhe kishte netëqëndrime me 149.803 vizitor/netë. Ndërsa për regjion të Istogut, të dhënat e vizitorëve dhe netëqëndrimeve mungojnë (Republika e Kosovës, ASK, Statistika të hotelerisë, 2019).

Prandaj, për ta fituar një pasqyrë të përgjithshme të kësaj industrie, të dhënat janë nxjerrë nga një pyetësor për turizëm malor (Shtojca A) që është zhvilluar për të hulumtuar rreth popullatës që ushtrojnë veprimtari në sektorin e bujqësisë dhe kanë potencial për të ofruar shërbime në sektorin e turizmit malor.



2. Qëllimi dhe objektivat e hulumtimit

Qëllimi kryesor i këtij hulumtimi është analizimi i situatës aktuale të turizmit malor në komunën e Pejës dhe atë të Istogut, analizimi i potencialit për zhvillim të turizmit malor, si dhe analizimi i potencialit të fermerëve në stane për të ofruar shërbime të turizmit.

Objektivat specifike të këtij hulumtimi janë si në vijim:

- Identifikimi i familjeve, staneve, dhe transhumantëve si dhe analizimi i aktiviteteve turistike që zhvillohen në komunën e Pejës dhe atë të Istogut;
- Identifikimi i kapacitetit të akomodimit dhe numrit të vizitorëve për vit në stanet e komunës së Pejës dhe atë të Istogut;
- Identifikimi i traditave specifike, atraksioneve kryesore dhe shtigjeve të këtyre zonave;
- Analizimi i potencialit për zhvillim dhe promovim të turizmit malor;
- Identifikimi i sfidave kryesore dhe përmirësimeve të nevojshme për të fuqizuar turizmin rural.

Rezultatet e këtij hulumtimi do të krijojnë një pasqyrë më të qartë sa i përket situatës aktuale të turizmit, si dhe familjeve që jetojnë dhe ofrojnë shërbime turistike në zonat rurale në komunat ku ka pasur shtrirje ky hulumtim.

Ky hulumtim dhe vetë projekti “Transhumanca ofertë e re turistike e Kosovës dhe Malit të Zi” do të ndikojnë në zhvillimin dhe promovimin e turizmit malor si dhe do të kontribuojnë në objektivat e paraqitura në Programin e Qeverisë së Republikës së Kosovës 2017-2021. Ndër objektivat që do të kontribuoj përmendim: përmirësimin e turizmit rural, mundësitë për vende të reja pune duke e përkrahur diversifikimin e aktiviteteve bujqësore, përmirësimin e aktiviteteve turistike në ekonomitë rurale, reduktimin e emigrimit dhe të varfërisë në zonat rurale, krijimin e vendeve të reja të punës dhe ruajtjen e atyre ekzistuese në zonat rurale dhe malore.

3. Metodologjia

Në këtë dokument janë përdorur disa burime të ndryshme informacioni për të përmbushur qëllimin dhe objektivat e hulumtimit. Të dhënat primare dhe sekondare janë përdorur për të mbledhur të dhënat. Hapi i parë ishte grumbullimi dhe leximi i të dhënave sekondare për të analizuar potencialin që ka Kosova, sidomos Komuna e Pejës dhe Istogut për zhvillimin e turizmit malor.

Hulumtimi primar është kryer përmes pyetësorit që përmbajnë pyetje të hapura dhe të mbyllura. Qëllimi i tij ishte mbledhja e të dhënave nga fermerët dhe pronarët e staneve që përveç se punojnë në sektorin e bujqësisë dhe blegtorisë zhvillojnë aktivitete turistike, si dhe krijimi i një baze që shërben si pikënisje sa i përket të dhënave rreth turizmit malor në këto dy komuna ku shtrihet projekti.

Personat e anketuar në këtë hulumtim janë pronarë të staneve si dhe të shtëpive akomoduese që ofrojnë shërbime turistike apo kanë potencial për të ofruar ato, duke vepruar në të njëjtën kohë në sektorin bujqësisë dhe blegtorisë (që i bën të gatshëm për të mbuluar kërkesat e turistëve me prodhime dhe ushqime tradicionale). Metoda e shpërndarjes së pyetësorit ishte përmes vizitave në terren në bjeshkët e Istogut dhe Pejës duke anketuar gjithsej 55 persona që merren me këto veprimtari. Megjithatë nuk kishim në dispozicion lista me persona që kishin stane dhe praktikojnë transhumancën, zyrtarët e Komunave Pejë dhe Istog, zyrtarët e turizmit, zyrtarë nga GLV "Agroturizmi", si dhe nga Klubi Alpin Podguri, na ndihmuan me përzgjedhjen e personave adekuat për zhvillimin e pyetësorit malor.





3.1 Kufizimet

Gjatë realizimit të këtij hulumtimi kemi hasur në disa kufizime të cilat ndikojnë në mënyrë direkte në rezultatet e këtij hulumtimi. Kufizimet kohore është një nga këto kufizime, e cila lidhet me situatën e krijuar nga pandemia SARS-CoV-2. Rrjedhimisht, koha e papërshtatshme për gjetjen e personave të targetuar nga projekti në stane, pasi që gjatë muajve Tetor dhe Nëntor kushtet klimatike nuk janë të favorshme për të qëndruar në bjeshkë këto familje me bagëtinë e tyre. Mungesa e studimeve të mëparshme në fushën e hulumtimit paraqet po ashtu një kufizim. Si rezultat i këtij kufizimi, nuk kishim ndonjë listë të pronarëve të staneve të këtyre zonave.

4. Rezultatet e pyetësorit

Pyetësori është zhvilluar dhe dizajnuar në mënyrë që t'i përmbush objektivat e hulumtimit të turizmit malor në komunat Pejë dhe Istog. Ai është i përbërë nga pjesa e të dhënave të përgjithshme të personit të anketuar, pastaj pjesën e aktiviteteve turistike që realizohen, kapacitetit të akomodimit, numrit të vizitorëve për vit, atraksioneve dhe shtigjeve kryesore dhe pjesën e fundit të përmirësimeve të nevojshme për fuqizimin e turizmit rural. Anketa përbëhet nga 27 pyetje, ku disa pyetje janë të hapura dhe disa pyetje janë të mbyllura me 3-5 përgjigje alternative.

Në total 55 persona janë anketuar, ku nga komuna e Pejës janë anketuar 34 persona, ndërsa nga komuna e Istogut 21 persona. Kjo vjen si rezultat i zhvillimit të madh të turizmit komercial në komunën e Pejës ku një numër më i vogël i familjeve praktikojnë transhumancën dhe kryesisht merren me menaxhimin e villave, bujtinave dhe shtëpive akomoduese. Në anën tjetër, në komunën e Istogut kjo traditë është ende e praktikuar gjerësisht.

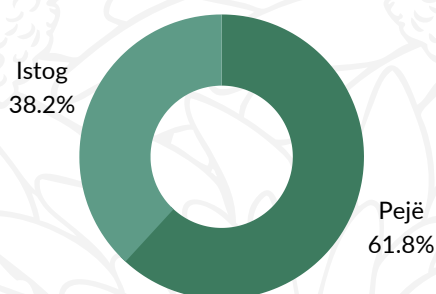


Figura 4. 1 Shtrirja e mostrës sipas komunave

Nga pjesa e të dhënave të përgjithshme të personit të anketuar ishte një pyetje që i përkiste nivelit të arsimit. Sipas rezultateve, shumica prej tyre më saktësisht 35 persona kanë të përfunduar shkollën e mesme, 12 persona kanë baçellor në drejtime të ndryshme nga të cilët 3 kanë drejtimin Hoteleri apo Turizëm, 6 persona kanë të përfunduar apo janë në përfundim e sipër të nivelit master, ndërsa 1 person ka të përfunduar shkollën e fillore, 1 person ka shkollim superior.

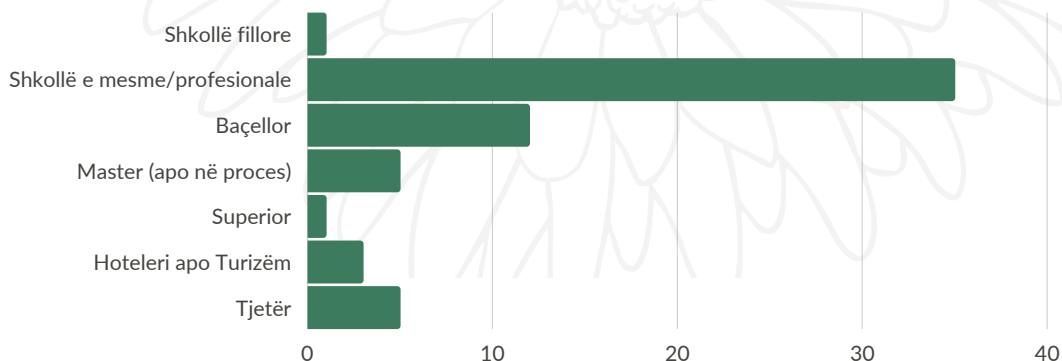


Figura 4. 2 Niveli i shkollimit të anketuarve

Pjesë e të dhënave të përgjithshme ishte dhe pyetja rreth sigurimit të ardhurave kryesore të familjes. Çfarë duhet të kemi parasysh është fakti se shumica e të anketuarve merreshin me veprimtari të ndryshme në të njëjtën kohë. Shumica dërmuese e të anketuarve, 41 persona, merreshin me bujqësi dhe blegtori. Shumë nga të anketuarit veçse merreshin me turizëm malor ku kemi një numër prej 37 persona. Në sektorin privat ishin 12 persona të punësuar, ndërsa në sektorin publik ishin 8 persona. Nga të anketuarit ishin dhe 3 persona të cilit kishin arritur moshën për të dalë në pension, mirëpo ende merreshin me aktivitete bujqësore dhe turizëm malor. Së fundi, 4 persona merreshin me klube të ndryshme sportive, organizata të ndryshme joqeveritare sikurse organizatë për mbrojtjen e mjedisit.

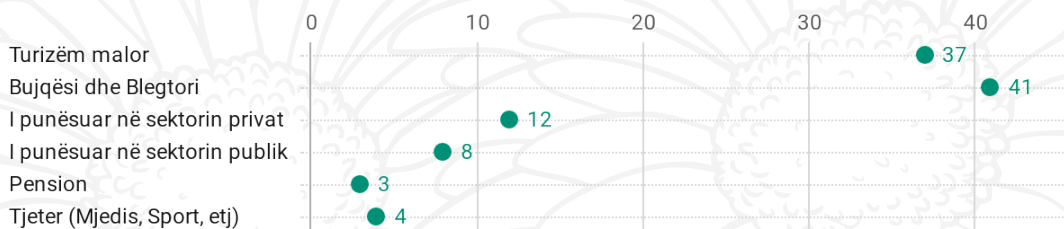


Figura 4. 3 Të ardhurat kryesore

Gjatë hulumtimit mësuam rreth traditave specifike që realizohen në stane. Fatkeqësisht shumë nga të anketuarit, 17 persona, nuk kishin ndonjë traditë specifike. Mirëpo, kishte dhe të tjerë, 16 persona, që merreshin me qethjen e delës, ku si traditë kishin organizimin e një gostie ku përgatiten ushqime tradicionale dhe nën përcjelljen e muzikës me instrumente tradicionale bënin qethjen e deleve. Në komunën e Pejës, në baza vjetore, organizohen lojërat tradicionale të Rugovës në të cilat përfshihen deri në 7 disiplina sportive, asamble me këngë dhe valle, rapsodë nga trevat shqiptare, ku marrin pjesë me qindra garues dhe pjesëmarrës të ndryshëm. Nga të anketuarit, 15 persona, përmendën këto lojëra si traditë të staneve apo shtëpive të tyre akomoduese. Mikpritjen tradicionale me produkte të freskëta dhe lokale e kanë 7 persona. Një traditë tjetër e cila praktikohet nga 2 persona është Darka e Lamës, e cila njihet dhe me emërtimet si Darka e Fushës apo Darka e Bereqetit. Kjo është një lloj festë e moçme që prej kohëve të Dardanëve Ilirë, ajo shënon mbarimin e verës e fillimin e dimrit, kur mblidhen të drithërat, frutat e bereqeti. Me fjalë të tjera është dita e falënderimeve, dhe siç e dimë e dhënia e bukës dhe ndihma me fuqi punëtorë ka qenë aspekt kyq i marrëdhënieve sociale mes fshatarëve. Dita e gështenjes është një traditë tjetër që realizohet nga 1 person nga të anketuarit. Nga të anketuarit 6 persona përmendën organizimin e kampeve verore për fëmijë, si dhe organizimin e sporteve të ndryshme si shigjetari dhe skiim si traditë që realizohet tek stanet e tyre. Çfarë duhet të kemi parasysh është fakti se shumica e të anketuarve kishin mundësinë të deklaronin se realizonin më shumë se një nga aktivitetet e lartë shënuara.

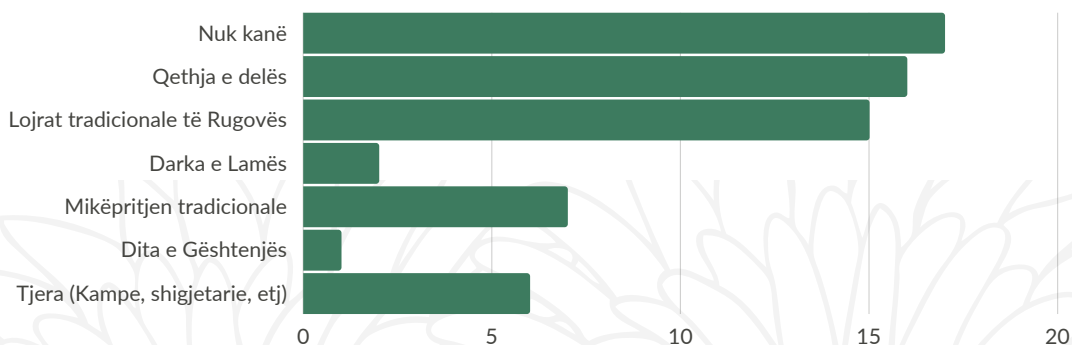


Figura 4. 4 Traditat specifike që realizohen tek stanet

Aktivitetet turistike që ofrohen nga të anketuarit ishin të larmishme, dhe shumica pohonin se janë të gatshëm të realizojnë disa aktivitete të ndryshme në të njëjtën kohë. Nga të anketuarit 50 persona janë në gjendje të akomodojnë turistë, 44 persona deklaruan se shërbejnë ushqime tradicionale apo mund të shërbejnë bazë kërkesës, dhe 30 persona mbajnë apo janë të gatshëm të mbajnë udhëzime turistëve (guida). Kishte dhe disa të tjerë (2 persona) të cilët përmendën se ofrojnë motoçikletë të malit për ngasje, si dhe (1 person) ofron ngasjen e sajës me motorr si pjesë e ofertës së tyre turistike. Kishte dhe 2 persona që për momentin nuk realizojnë ndonjë aktivitet mirëpo janë të motivuar për punë në këtë drejtim.

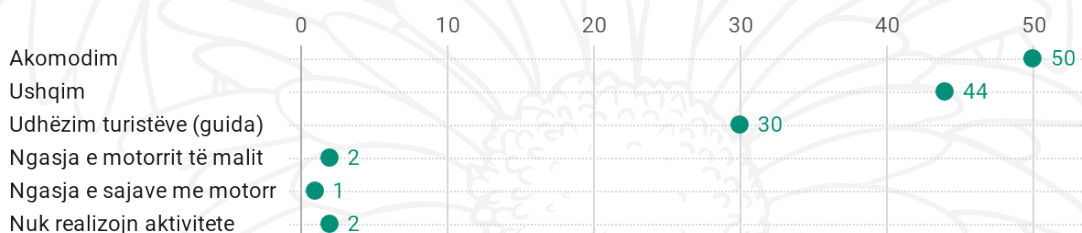


Figura 4. 5 Aktivitetet turistike që realizohen

Sa i përket kapacitetit të akomodimit të staneve, 18 të anketuar deklaruan se stanet e tyre mund të akomodojnë 10-15 persona, 13 të anketuar thanë se mund të akomodojnë 1-9 persona. 7 të anketuar dëftuan se mund të akomodojnë 16-20 persona, 6 të anketuar mund të akomodojnë 21-30 persona, dhe 1 anketuar mund të akomodojnë 31-40 persona. Kishte dhe nga ata që kishin kapacitet për të akomoduuar shumë persona, ku 5 të anketuar janë në gjendje të akomodojnë deri në 50 persona, 2 të anketuar të tjerë mund të akomodojnë deri në 60 persona, dhe 2 të tjerë deri në 80 persona. Megjithatë, kishte dhe të anketuar të pranishëm që nuk mundën të akomodojnë asnjë person, mirëpo kanë vullnet për të punuar në këtë drejtim në sajë të kërkesës së turistëve dhe të zhvillojnë aktivitete turistike akomoduese.

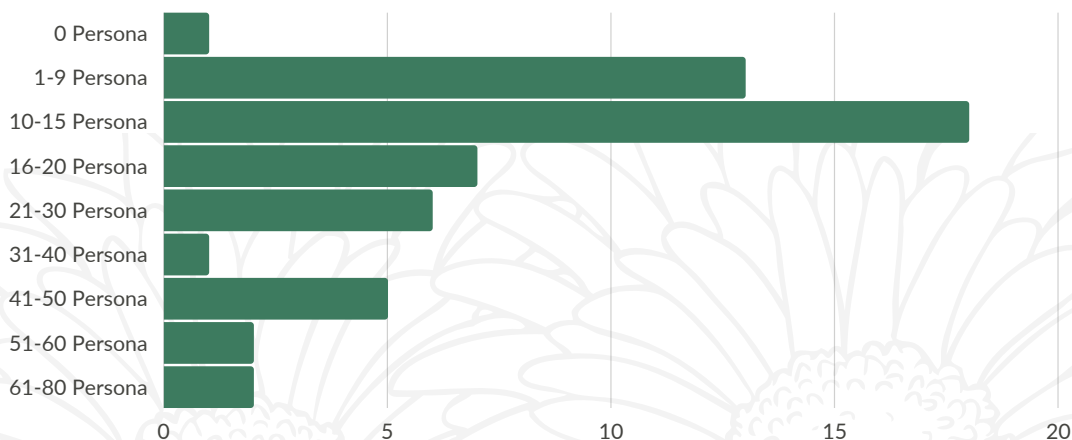


Figura 4. 6 Kapacitetet akomoduese

Bazë të hulumtimit, shohim se stanet në komunat Pejë dhe Istog nuk gëzojnë turistë të shumtë vendor në baza vjetore. 4 të anketuar kanë deklaruar se kanë pranuar 51-70 persona për vit, 5 të anketuar kanë pasur 31-50 persona, dhe 5 të anketuar kishin nga 1-15 persona për vit. Kishte dhe 7 të anketuar të cilët nuk e kanë veprimtari primare turizmin malor dhe në vit nuk kanë pranuar asnjë person. Mirëpo, nga të anketuarin kishim nga ata që pranojnë me qindra turistë vendor, 6 të anketuar deklaruan se kanë më shumë se 1000 persona në baza vjetore, 4 të anketuar kishin 500-1000 persona në vit, 5 të anketuar kishin deri në 400 persona, dhe pjesa më e madhe, 9 të anketuar, deklaruan se në vit pranojnë 101-200 persona. Në baza vjetore, 8 të anketuar kanë 91-100, dhe 1 i anketuar ka 71-90.

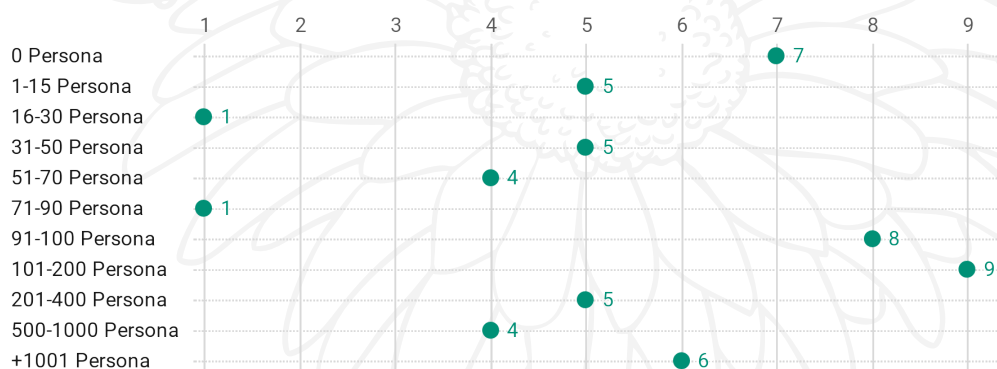


Figura 4. 7 Numri i vizitoreve vendor në stane për vit

Këto stane përveç vizitorëve vendor shpesh kanë dhe vizitor të huaj. Mirëpo, pjesa dërmuese e të anketuarve (25 të anketuar) nuk kanë pasur vizitor të huaj që mund të themi se vjen si shkak i kushteve të krijuara nga pandemia SARS-COV-2 dhe ndalesave të udhëtimeve. Në baza vjetore, 12 të anketuar dëftuan se kishin mbi 100 vizitorë të huaj, dhe 1 i anketuar tregon se kishte deri në 100 vizitor të huaj. Për më tepër, 3 të anketuar thanë se kishin 51-70 vizitor të huaj, 6 të anketuar kishin 31-50 vizitor të huaj, dhe 4 të anketuar kishin 16-30 vizitor të huaj. Disa të anketuar kishin një numër relativisht të vogël të vizitorëve të huaj, ku 2 të anketuar kishin deri në 15 vizitor të huaj, dhe 2 të anketuar të tjerë kishin deri në 9 vizitorë të huaj në vit.

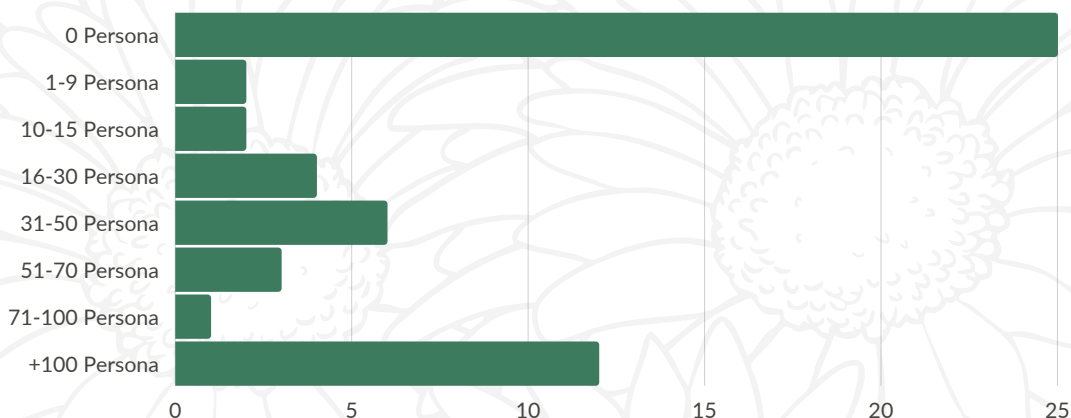


Figura 4. 8 Numri i vizitoreve të huaj në stane për vit

Sipas hulumtimit, shohim një laramani të ofertës sa i përket ushqimeve që prodhohen dhe shiten tek stanet, të anketuarit deklaruan se në të njejtën kohë ofrojnë produkte të ndryshme jo vetëm nga kuzhina po dhe nga produktet artizanale, verë dhe alkool, etj. Pjesa më e madhe e të anketuarve, 59 persona, në sajë të ofertës turistike janë në gjendje të prodhojnë qumësht dhe nënprodukte të tij sikurse djathi, kos apo mazë të zier. Produkte të ndryshme tradicionale sikurse fli, leqenik, pogaqe, pite të ndryshme, 48 persona deklaruan se mund t'i prodhojnë pa ndonjë vështirësi. Një produkt tjetër që është në veçanti traditë e këtyre dy zonave është bukë specialiteti, ku 40 persona treguan se janë të gatshëm ta prodhojnë dhe shesin. 15 persona pohuan se mund të ofrojnë për turistë prodhime të ndryshme bujqësore dhe turrshi, 13 persona ofrojnë konserva të ndryshme, 7 persona prodhojnë verëra të ndryshme dhe alkool tek stanet e tyre, dhe 6 persona janë të gatshëm të prodhojnë produkte artizanale për turistë. Nga të anketuarit kishte dhe persona që prodhonin mjaltë (3 persona) dhe ata që shesin dhe produkte të mishit (3 persona). Gjithashtu, kishte dhe 5 persona të cilët nuk kanë për momentin mundësi të prodhojnë ushqime për turistë.

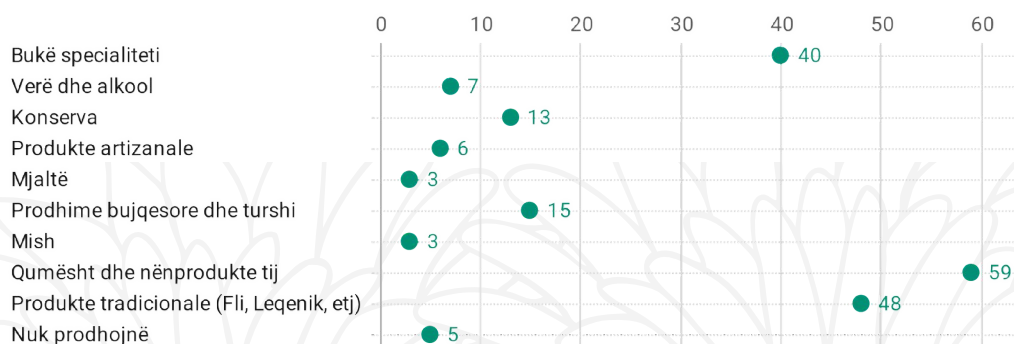


Figura 4. 9 Produktet që (mund) prodhohen dhe shiten tek stanet

Shumica e të anketuarve, 44 persona, produktet që i shërbejnë turistët i prodhojnë vetë, disa nga të cilat në të njëjtën kohë i sigurojnë nga fshatrat përreth. Në zonën e fshatit përreth i sigurojnë 21 persona, 9 persona i sigurojnë produktet të cilat i ofrojnë nga shitoret apo vetëshërbimet. Nga këta persona, shumica që prodhojnë vet po ashtu blejnë në zonën përreth apo në treg sipas nevojës. Së fundi, 4 persona nuk shërbejnë fare ushqim turistët.

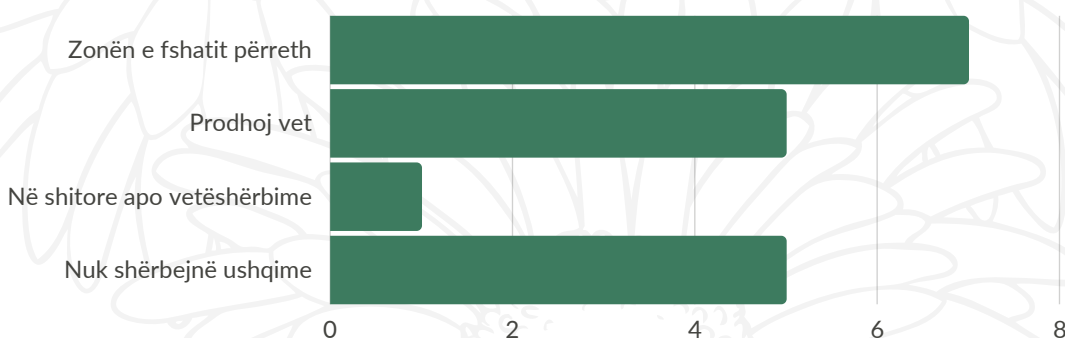


Figura 4. 10 Vendi nga sigurohen produktet që i shërbejnë turistët

Në këtë hulumtim kemi parashtruar dhe pyetjen se a mblidhen ndonjë BMA dhe PPJD në këto zona malore, në cilën kohë të vitit dhe sa e zakonshme është ky aktivitet. Bazë hulumtimit, mësuam se kjo praktikë është e zakonshme për shumicën e të anketuarve. Nga të anketuarit, vetëm 7 persona treguan se nuk merren me këtë aktivitet. Shumica e të anketuarve, 45 persona, përmendën se ndër të tjerash mbledhin boronica të cilat mblidhen gjatë sezonës, dhe i përdorin për nevoja vetanake, restorante e tyre apo i shesin në tregun lokal. Mjedra dhe mana mbledhin 19 persona, të cilat mblidhen po ashtu gjatë muajit Gusht dhe disa i shesin tek pikat grumbulluese. 14 persona treguan se merren me mbledhjen e çajit të bjeshkës apo malit, dhe 14 persona mbledhin kërpudha. BMA dhe PPJD mbledhin 12 persona, kaça mbledhin 12 persona dhe 10 persona mbledhin molla të egra dhe dredhëza. Murriz dhe thana mbledhin 6 persona, dhe 2 persona treguan se mbledhin të ashtuquajturat lulet e gjakut apo/dhe lulet e çajit.

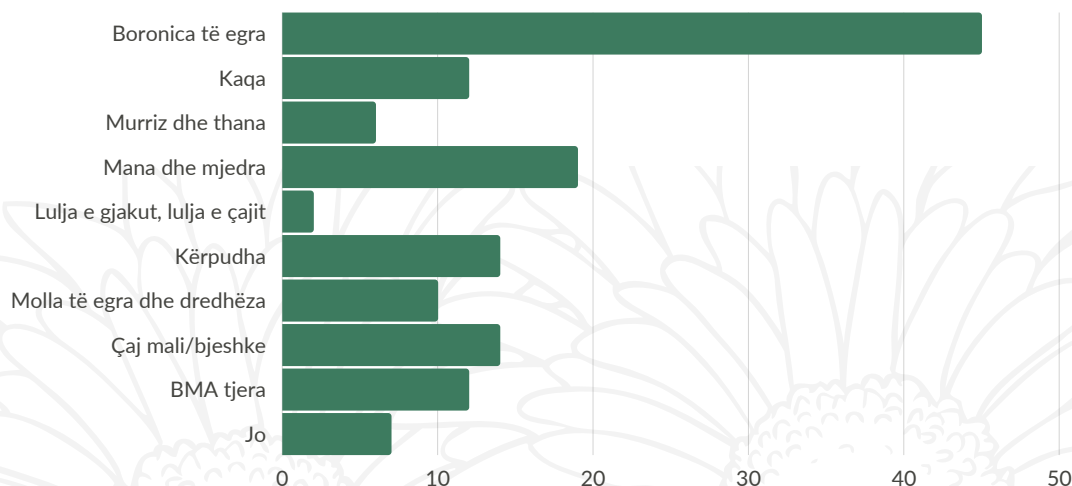


Figura 4. 11 Mbledhja e BMA dhe PPJD në zonën malore

Gjatë bisedimeve me të anketuarit vërejtëm se këto zona kanë atraksione të shumta, më poshtë kemi paraqitur atraksionet më të përmendura. Ndër to kemi: Hajlën, Maja e zezë, bima me veti shëruese e ashtuquajtur Kleku, Korda e Dynës, Kërrshi i Blerimit, Shtedimja, vendi i përshtatshëm zhvillim të aktiviteteve si skijim, vizita ujëvarave dhe shpellave. Atraksione tjera kishte shumë si për shembull Qafa e Qyqës, Qafa dhe Maja e Belegut, Maja e Vojdullit, dhe shumë maja dhe monumete të vjetra sikurse kisha të vjetra që i japin një vlerë të shtuar këtyre zonave.

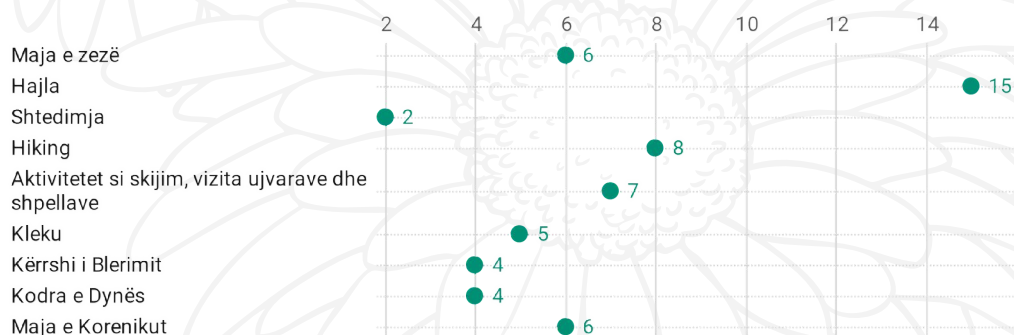


Figura 4. 12 Atraksionet kryesore

E njëjta vlen po ashtu për shtigje, ku të anketuarit përmendën shumë shtigje të ndryshme të cilat kalojnë pranë staneve të tyre. Ndër më kryesoret përmendim: Via Dinarike, shtegu malor Majat e Ballkanit, shtegu për Hajle, shteg për motoçikleta, shtegu Alpinistat Podguri, shteg që qon tek Lugu i butë, shteg për Qafën e Broqit, etj.

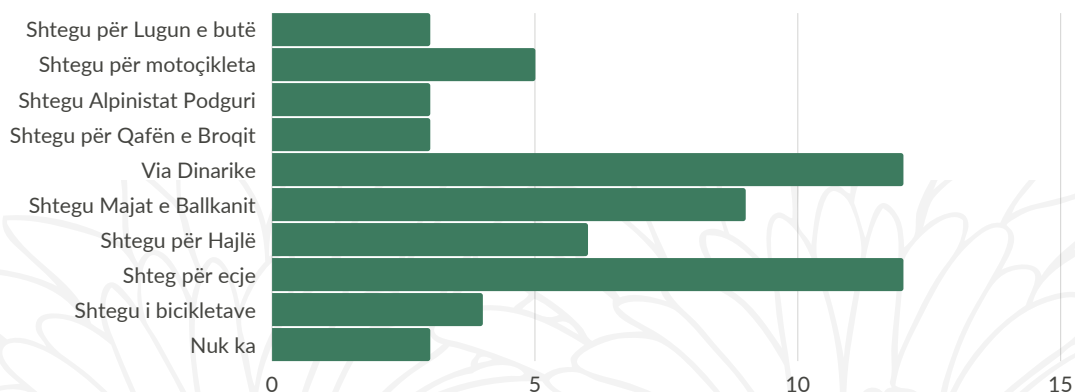


Figura 4. 13 Shtigjet që kalojnë afër staneve

Të gjithë të anketuarit me përjashtim të një anketuari, mendonin që ka potencial për zhvillim të turizmit malor në zonën e tyre.



Figura 4. 14 Opinionet se a ka potencial për zhvillim të turizmit malor

Pjesa më e madhe e të anketuarve, mendonin që ka nuk ka promovim të mjaftueshëm turizmi malor në zonën e tyre. 7 persona mendonin se ka mjaftueshëm promovim të turizmit, ndërsa 1 person nuk pranoi të jap mendimin e tij.

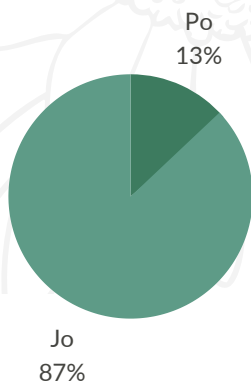


Figura 4. 15 Opinionet se a ka promovim të mjaftueshëm të turizmit malor

Sa i përket sfidave kryesore me të cilat ballafaqohen të anketuarit, ishin të shumta dhe shumë nga ta përmendën një apo më shumë sfida që kishin njëkohësisht. Nga sfidat më të theksuara ishin mungesa e infrastrukturës adekuate, mungesë e investimeve dhe energjisë elektrike, promovimit të turizmit malor, rrugëve adekuate, furnizimin me ujë, migrimi i popullatës në zona urbane, ndotja e ambientit nga mbeturinat si dhe nevoja për panele solare për prodhim të energjisë elektrike.

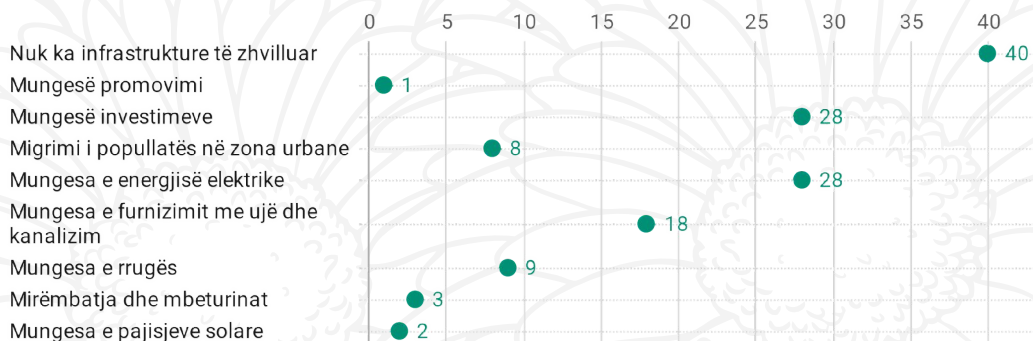


Figura 4. 16 Sfidat kryesore të stanarëve për zhvillimin e turizmit rural

Sipas shumicës e të anketuarve, interesimi i turistëve vendor dhe të jashtëm për turizmin malor do të rritet dukshëm nëse fillohet me investim në zhvillimin turizmit rural, ku 50 persona ishin të këtij mendimi. 2 persona nuk mendonin se investimet do ta rrisnin interesin e turistëve pasi që do të ketë mbi ngarkesë, dhe 3 persona nuk pranuan të japin mendimin e tyre.

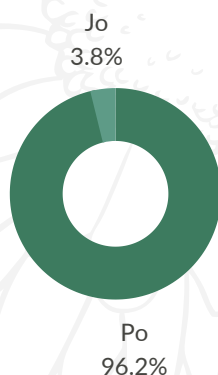


Figura 4. 17 Opinionet se a do të ketë interesim të turistëve vendor dhe të jashtëm nëse fillohet me investim në zhvillimin turizmit rural

Arsyet se përse këta 50 persona mendojnë se interesimi do të rritet ishin të ndryshme. Shumë nga ta (24 persona) thanë se zona ku ata kanë stanet janë pjesë atraktive, kanë qetësi dhe privatësi, klimë të mirë, dhe bukuri natyrore të zonës. Shërbimet e mira turistike është një tjetër arsyeje se pse do të ketë interesim të turistëve sipas 12 personave. Atraksionet e ndryshme të vendit sikurse Hajla apo Maja e Korenikut ishin një tjetër arsye sipas 12 personave. Sipas 6 personave, prodhimet vendore tradicionale dhe produktet natyrore të zonës paraqesin një tjetër arsyeje të rritjes së interesimit, po ashtu vendi tradicional dhe stanet me bagëti (sipas 5 personave). Vetëm turizmi atraktiv malor dhe aktivitetet e ndryshme sikurse ecja apo ngjitja në shkëmbinj do të tërheqin më shumë turistë sipas 5 personave të anketuar. Ndërsa 3 persona, përmendën mundësinë për kamping, skijim, përdorimin e teleferikut si arsye të rritjes së interesimit të turistëve.

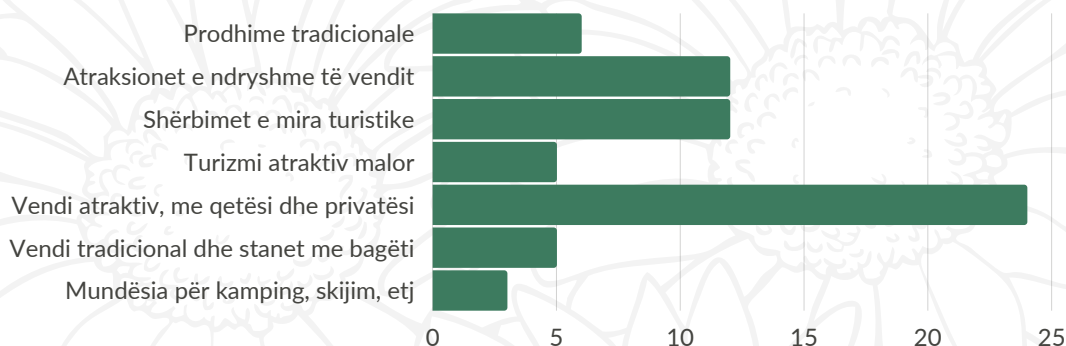


Figura 4. 18 Arsyet se përse do të rritet interesimi i turistëve

Çfarë është e rëndësishme është dhe fakti se a kanë pasur ndonjëherë të anketuarit ndonjë lloj mbështetje financiare për zhvillimin e turizmit rural (donacione ndërkombëtare, kredi, ose mbështetje nga komuna). Nga hulumtimi mësojmë se një numër i lartë, 47 persona, nuk kanë pasur asnjëherë ndonjë mbështetje, dhe vetëm 8 persona kishim pranuar mbështetje.

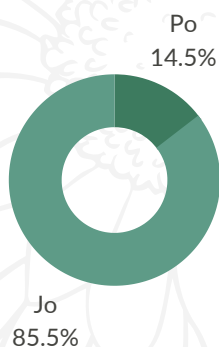


Figura 4. 19 Përgjigjet mbi pyetjen se a keni pasur mbështetje financiare

Nga këta 8 persona të cilët kanë pasur mbështetje financiare për zhvillimin e turizmit rural, shumica treguan se ajo mbështetje vinte nga organizata të ndryshme vendore dhe të huaja, mirëpo kishe raste dhe nga Komuna përkatëse dhe Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural (MBPZHR).

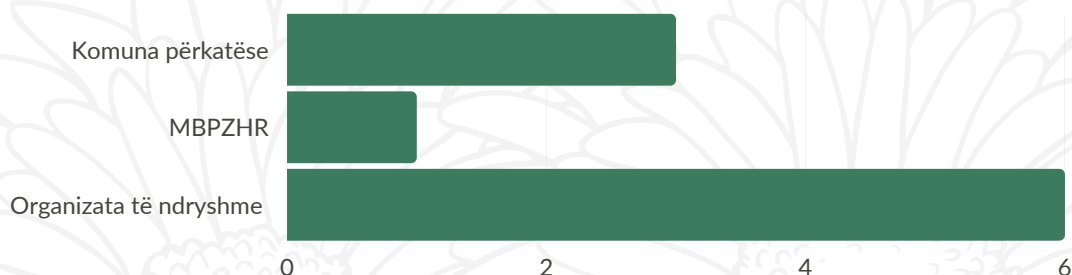


Figura 4. 20 Mbështetja financiare për zhvillimin e turizmit rural

Një qështje tjetër që është me rëndësi është se a kishin kryer trajnime të anketuarit në sektorin e turizmit. Sipas rezultateve gjetëm se, 41 persona nuk kishin kryer ndonjë trajnim në sektorin e turizmit, ndërsa 14 persona kishin kryer. Nga këta 14 persona, mësuam se trajnimet e përfunduara ishin të ndryshme, ku kishte trajnime nga organizata të ndryshme vendore dhe të huaja, trajnime për kërkim shpëtim në terrene malore, trajnime nga Asociacioni Kombëtar Pyjet e Kosovës, disa treguan se ishin administrator të sporteve malore, Ligjërues në Aftësitë Bjeshkatore, dhe Udhërrëfyes i shtigjeve malore. Dhe disa kishin të kryer shkollën e lartë të turizmit apo kishim diplomë universitare për turizëm.

Të anketuarit janë pyetur po ashtu se a janë të gatshëm për të marrë pjesë në trajnime që do të organizohen nga IADK, ku shumica dërrmuese u përgjigjën pozitivisht.

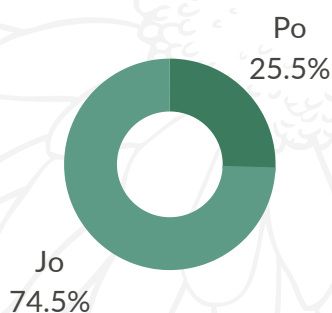


Figura 4. 21 Përgjigjet se a kanë kryer trajnime në sektorin e turizmit

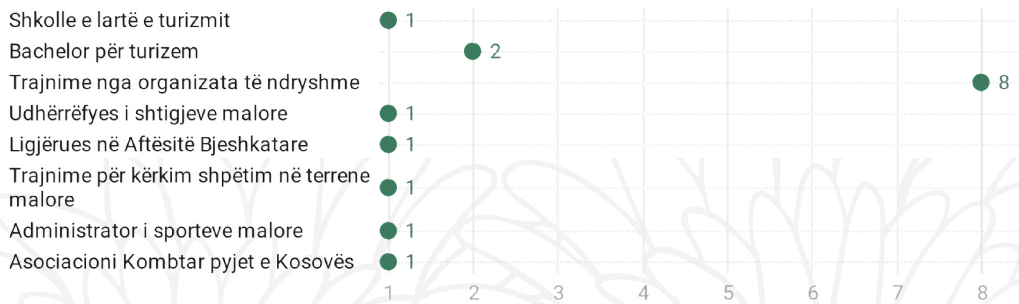


Figura 4. 22 Trajnimet e kryera në lidhje me turizëm

Pjesa e fundit e hulumtimit kishte për qëllim identifikimin e përmirësimeve të nevojshme për të fuqizuar turizmin rural. Ndër përmirësimet më primare bënë pjesë përmirësimi i rrjetit elektrik, ujit dhe kanalizimit, vendosja e shenjave dhe tabelave informuese, hapja e rrugës dhe mirëmbajtja e rrugëve dhe shtigjeve. Përmirësime tjera të nevojshme ishin dhe përmirësimi i infrastrukturës, ndërtimi i pushimoreve gjatë shtigjeve, rritja e kapacitetit akomodues, promovimi i turizmit malor dhe digjitalizimi i të dhënave, rrethimi i hapësirave për kamping, ndërtimi apo rregullimi i shtigjeve, dhe mbështetja e stanarëve dhe bujqit në ofrimin e shërbimeve turistike.

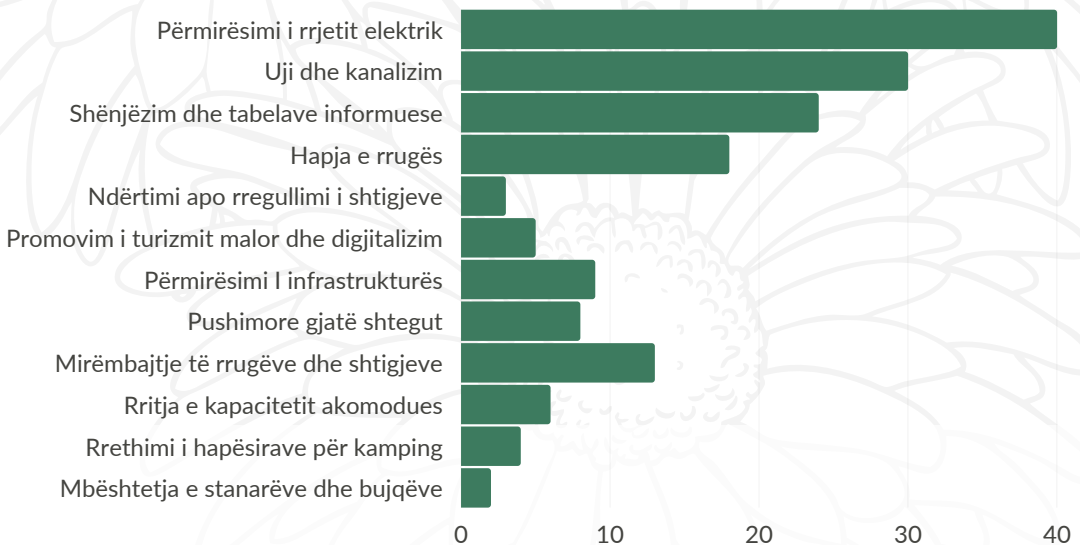


Figura 4. 23 Përmirësimet e nevojshme për të fuqizuar turizmin rural

Një qështje tjetër ishte se a duhet të përmirësohen atraksionet në komunitetin e të anketuarve, dhe 47 persona ishin të mendimit se ka nevojë për përmirësime. Ndër përmirësimet më të nevojshme ishin shënjëzimi dhe tabela informuese të standardizuara, rregullimi i pushimoreve me çati, përmirësimi i shtigjeve, dhe mirëmbajtje. Kishte dhe të pranishëm që mendonin se ka nevojë të rregullohen vendet për kamping, rregullohen rrugët, rregullim të stanve tradicionale, krijim të shtigjeve të reja, ruajtja e trashëgimisë së kulturave të bjeshkëve, si dhe nevoja për një teleferik dhe pistë për skijim.

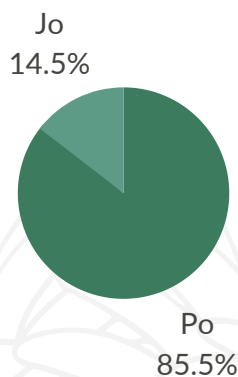


Figura 4. 24 Opinionet se a ka nevojë të përmirësohen atraksionet

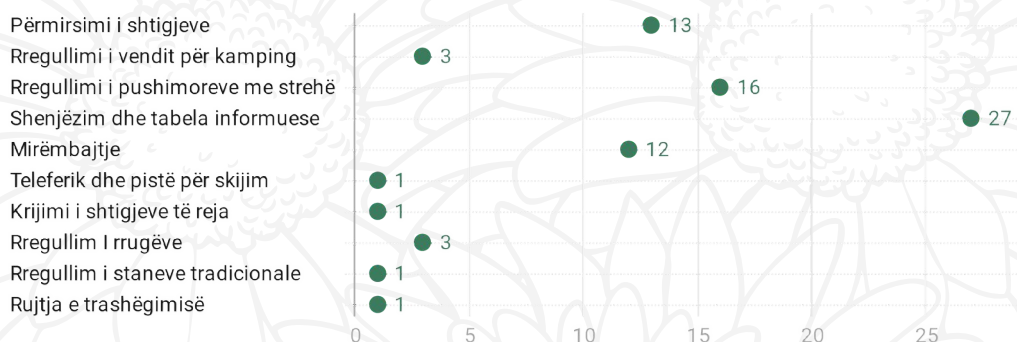


Figura 4. 25 Përmirësimet më të nevojshme të atraksioneve

Sipas të dhënave, shohim se një kombinim i mediave të shkruara, televizione dhe rrjeteve sociale është metoda më e mirë për promovimin e turizmit malor. Nga këto metoda, mënyra më premtuese dhe e lirë është promovimi përmes mediave sociale. Ndër metodat e suksesshme për promovim u përmendën dhe agjencitë e udhëtimeve online për rezervime sikurse Booking si dhe promovimi nga përhapja e fjalëve mes njerëzve.

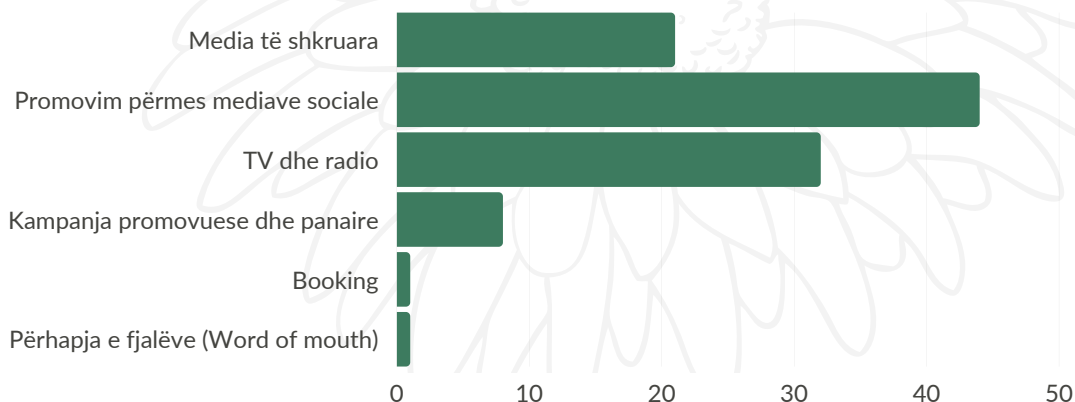


Figura 4. 26 Metoda më e mirë e promovimit të turizmit malor

Të anketuarit kur u pyetën se çfarë ndryshime mendonin se do të sjellë zhvillimi i turizmit malor në komunitet nga aspekti ekonomik, personal dhe social-kulturor, të gjithë ishin të mendimit se do të sjellë ndikime pozitive. Ndërsa sa i përket ndryshimeve që do t'i sjellë zhvillimi i turizmit malor në komunitet nga aspekti mjedisor, 10 persona menduan se do të ketë ndikime negative ku do të dëmtohet flora dhe fauna, dhe 2 persona sugjeruan të ketë kujdes të shtuar dhe turizmi të ushtrohet sipas standardeve evropiane, dhe të gjendet një lloj bilanci.

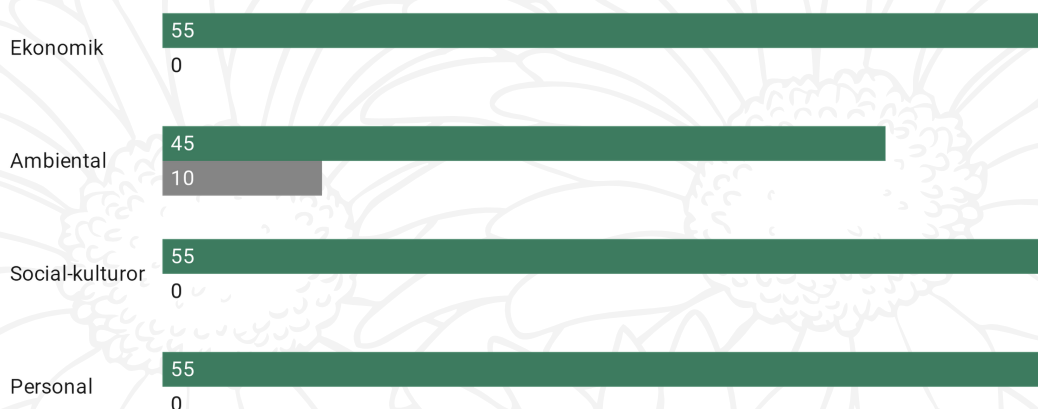


Figura 4. 27 Ndikimi i ndryshimeve nga aspekti ekonomik, ambiental, personal dhe social-kulturor

Sipas të anketuarve avantazhet e turizmit malor janë një kombinim i disa ndryshimeve pozitive të cilat vijnë së bashku me zhvillim të turizmit malor. Ndër këto avantazhe përmendim mundësinë e përfshirjes në aktivitetet rurale duke lejuar fermerët të ofrojnë shërbime ose akomodim për turistët, ndërsa kujdesen për bujqësinë, në të njëjtën kohë. Fitimi shtesë i fituar përmes aktiviteteve turistike mund të përdoret për të përmirësuar furnizimin me energji elektrike, pajisjet e komunikimit dhe azhurnimin e gjendjes së rrugëve. Prodhimi i ushqimit dhe artizanatit lokal ndihmon gjithashtu për të kapitalizuar trashëgiminë kulturore të komunitetit. Si dhe disa ishin të mendimit se do të rritet numri i të punësuarve dhe aktivizohen më shumë të rinjtë në turizëm malor.

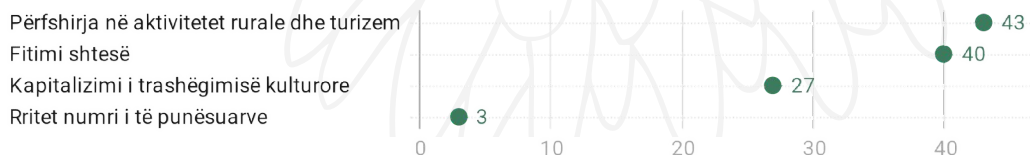


Figura 4. 28 Avantazhet e turizmit malor

5. Diskutimet

Bazë rezultateve të hulumtimit, mund të themi se në komunën e Istogut fermerët dhe pronarët e staneve ende praktikojnë traditën e shtegtimt me bagëtinë e tyre apo transhumancën. Pjesa dërmuese e të anketuarve nga komuna e Istogut mbajnë me qindra bagëti, nga këto përmendën dele, lopë apo dhi. Shumë mbanin lloje dhe kategori të ndryshme të kafshëve në të njëjtën kohë, disa mbanin pula të cilat i merrnin tek stanet e tyre në zonat e thella malore, për më tepër disa mbanin dhe kuaj si atraksion për turistë. Në të njëjtën kohë, këta fermerë mbjellin perime të ndryshme tek stanet, ku përmendën se mbjellin ndër të tjerat patate, qepë, hudhra, dhe specia. Pra, ata kanë produkte të freskëta lokale kështu që ata nuk kanë nevojë të sigurojnë ushqimet prej tregut, vetëm në rast se kanë kërkesë të lartë nga turistët. Në zonën e Istogut, infrastruktura rrugore mungonte si dhe shumë stane nuk kishin qasje në telefon apo internet. Po ashtu stanet ishin më tradicionale në krahasim me ato të Pejës.

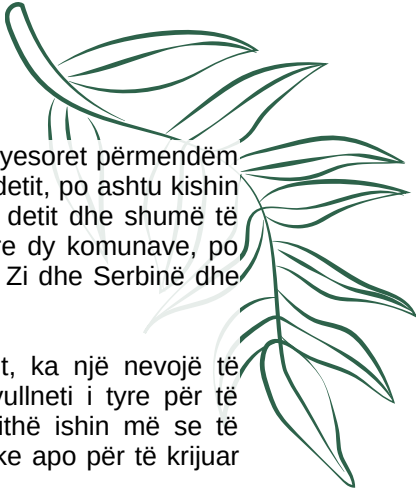
Në anën tjetër, turizmi në komunën e Pejës veçse është shumë më i zhvilluar në krahasim me atë të Istogut. Shumica e të anketuarve nga komuna e Pejës nuk zhvillonin aktivitete bujqësore dhe nuk mbanin bagëti. Për t'i përmbushur kërkesat e klientëve me ushqime tradicionale ata i siguronin lëndën e parë (psh. Qumështin) nga zona përreth. Në këtë komunë zhvilloheshin shpejt e mirë hotelet, villat, dhe shtëpitë akomoduese. Po ashtu në aspektin e infrastrukturës kjo komunë kishte investuar më shumë, kishin një infrastrukturë rrugore të zhvilluar relativisht mirë, po ashtu kishin qasje në rrymë, telefon apo internet dhe zonat e thella malore.

Sipas rezultateve, shohim se që të dy komunat shërbejnë ushqime tradicionale, të anketuarit e komunës së Istogut po ashtu prodhonin shumë lloje të djathërave, ndërsa shumë nga të anketuarit e Pejës prodhonin dhe verë dhe alkool. Mirëpo, sipas rezultateve të hulumtimit prodhimi i produkteve artizanale është duke u shuar ngadalë.

Praktika e mbledhjes së BMA dhe PPJD nuk është shumë e zakonshme për këto zona, duke marrë parasysh faktin se sa të pasura janë këto zona në këto produkte.

Sa i përket traditave sikurse lojërave tradicionale të Rugovës, Darka e Lamës, qethja e deles, shohim se nuk janë dhe aq të zakonshme dhe të popullarizuara sa duhet të jenë, 17 persona treguan se nuk kanë asnjë traditë specifike që e mbajnë tek stanet e tyre. Prandaj është e rëndësishme që këto vlera të ruhen dhe promovohen më shumë në mënyrë që mos t'i humbim zakonet kombëtare.

Tek shtigjet pamë se ka shtigje të ndryshme mirëpo shumë nga to nuk kishin ndonjë emër të caktuar, dhe çfarë u mungonte këtyre shtigjeve më së shumti ishin shënjestimet dhe tabelat informuese të standardizuara. Gjithashtu, të anketuarit përmendën se ka nevojë për vendosjen e pushimoreve të cilat kanë çati si tek stanet e tyre po ashtu gjatë shtigjeve. Disa nga të anketuarit përmendën se ka nevojë po ashtu për vendosjen e shenjave të ndalimit të gjuajtjes me armë.



Atraksionet e këtyre dy komunave ishin të shumta, nga më kryesoret përmendëm majën e Hajlës e cila ka një lartësi prej 2403 m mbi nivelin e detit, po ashtu kishin dhe majën e Korenikut me lartësi prej 2393 m mbi nivelin e detit dhe shumë të tjera. Të gjitha këto e bëjnë atraktive turizmin malor të këtyre dy komunave, po ashtu pozita e tyre gjeografike dhe zona kufitare me Malin e Zi dhe Serbinë dhe historia e kësaj zone i shton vlerën që kanë këto stane.

Sa i përket shkollimit dhe trajnimeve në sektorin e turizmit, ka një nevojë të theksuar për shumicën e të anketuarve. Gatishmëria dhe vullneti i tyre për të marrë pjesë në trajnime të këtilla ishte i lartë si dhe të gjithë ishin më se të gatshëm për të përmirësuar ofertën e tyre të tanishme turistike apo për të krijuar një ofertë të re turistike.

Bazë hulumtimit, vërejmë po ashtu një mungesë të theksuar të promovimit të turizmit malor të këtyre dy komunave. Rrjedhimisht, është tejet e nevojshme promovimi i turizmit malor dhe staneve të këtyre zonave.

6. Përfundimet

Në përgjithësi, Kosova ka nevojë për një strategji të mirëfilltë të zhvillimit të turizmit ku t'i kushtohet një rëndësi të theksuar ruajtjes, rivitalizimit dhe hapjes për publikun të vendeve dhe staneve me një vlerë kulturore dhe natyrore. Po ashtu, sa i përket të dhënave për turizëm vërehet një mungesë e theksuar.

Përmes këtij hulumtimi është arritur në një masë të konsiderueshme të plotësohet mungesa e informacioneve nga sektori i turizmit malor për komunën e Pejës dhe të Istogut.

Duke marrë për bazë sfidat me të cilat ballafaqohen pronarët e staneve të këtyre zonave në baza ditore, duhet të investohen më shumë në këto dy komuna për të fuqizuar turizmin rural, posaçërisht të investohen në infrastrukturën rrugore. Sfidë tjetër ishte dhe furnizimi me energji elektrike si dhe me ujë të pijshëm dhe sistem të mirëfilltë të kanalizimit.

Investimet e nevojshme përfshijnë dhe rritjen e kapacitetit akomodues, ndërtimin dhe rregullimin të staneve tradicionale, dhe mbështetjen e pronarëve të këtyre staneve nga ana financiare po ashtu nga ana e rritjes së kapaciteteve shërbyese.

Stanet që ka Kosova janë atraktive për turistët ndërkombëtar dhe më gjerë për shkak të vlerave tradicionale që ato përfaqësojnë po ashtu çmimeve të favorshme të netëqëndrimeve dhe shërbimeve tjera turistike që ofrojnë.



7. Sugjerimet

Duke u bazuar në të gjeturat e këtij raporti, propozohen sugjerimet që do të jenë të rëndësishme për zhvillimin e sektorit të turizmit në këto dy komuna:

- Hartimin e një strategjie kombëtare për zhvillimin e sektorit të turizmit;
- Zhvillohen politikat për nxitjen e konkurrencës dhe zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm;
- Prodhimin e statistikave zyrtare, lidhur me turizmin e Kosovës, si ndikon ai në BVP-në e vendit dhe sa individ janë të punësuar në këtë sektor;
- Të ndërtohen rrugë dhe pika hyrëse tek vendet që janë atraktive për turistë;
- Të investohet më shumë në promovimin e vendit, në vizibilitet dhe të ketë një faqe zyrtare për turizëm të optimizuar për përdorim në paisje të ndryshme;
- Të hartohen strategji të marketingut dhe promovimit për sektorin e turizmit;
- Të investohet në video marketing të vendit;
- Të mbështeten dhe promovohen produktet e prodhuara lokalisht;
- Të investohet më shumë në ruajtjen e ndërtesave që paraqesin vlera trashëgimore;
- Të ndahen fonde të mjaftueshme për mbështetjen e festivaleve, ngjarjeve, dhe të rivitalizohen traditat specifike sikurse lojrat tradicionale të Rugovës, Qethja e Delës, Darka e Lamës.



Shtojca A: Pyetësor për turizëm malor



Ky projekt është i financuar
nga Bashkimi Evropian



MNE - KOS
IPA PROGRAMI I BASHKËPUNIMIT NDERKUFITAR
MALI I ZI - KOSOVË 2014-2020

Ky pyetësor do të përdoret për të hulumtuar rreth popullatës që operojnë veprimtari në sektorin e turizmit malor dhe kanë potencial për të ofruar shërbime nësektorin e turizmit malor. Hulumtimi do të bëhet në kuadër të projektit "Transhumanca - ofertë e re turistike e Kosovës dhe Malit të Zi". Ju garantojmë që identiteti juaj dhe këto të dhëna nuk do të publikohen askund dhe nuk do të shfrytëzohen për asnjë qëllim tjetër.

****JU LUTEM RRETHOJENI NJË PËRGJIGJE PËR ÇDO PYETJE. NËSE JANË DY PËRGJIGJE, RRETHONI DYJA.***

Pyetësor për turizëm malor

Kodi i pyetësorit: _____

Data e intervistës: ____/____/2020

Informacione të përgjithshme:

1. Personi i anketuar _____ Gjinia: ●M, ●F.
2. Viti i lindjes _____, Nr. i anëtareve të familjes _____
3. Tel nr. _____, E-mail: _____.
4. Fshati _____, Komuna _____

5. Cili është niveli juaj i edukimit?

- Shkollë fillore
- Shkollë e mesme apo profesionale
- Bachelor
- Tjetër specifiko: _____

6. Cilat janë të ardhurat kryesore të familjes suaj?

- Turizëm malor
- Bujqësi
- I punësuar në sektorin privat
- I punësuar në sektorin publik
- Artizanale
- Tjera specifiko: _____

7. A keni ndonjë traditë specifike që e realizoni në stane?

8. Çfarë aktivitete turistike realizoni?

- Akomodim
- Ushqim
- Udhëzim turistëve (guida)
- Tjera: _____

9. Sa është kapaciteti i akomodimit i stanit tuaj? _____

10. Sa është numri i vizitoreve në vit në stanin tuaj? Vendor _____, të huaj _____

11. Çfarë mund të prodhoni dhe shisni në stane?

- Bukë specialiteti
- Djathë
- Verë dhe alkool
- Konserva
- Produkte artizanale
- Tjetër specifiko: _____

12. A mbliidhni ndonjë BMA, fruta të egra në zonën malore ku veproni ju? Në cilën kohë të vitit? Sa e zakonshme është mbledhja e atyre bimëve në zonën tuaj? Nëse po, cilat, në çfarë kohe dhe çfarë sasive?

13. Ju lutem listoni atraksionet kryesore të turizmit malor në zonën tuaj?

14. Cilat shtigje kalojnë afër stanit tuaj?

15. Ku i blini produktet që i shërbeni turistët?

- Zonën e fshatit përreth
- Prodhoj vet
- Në shitore apo vetëshërbime
- Tjetër _____

16. A mendoni që ka potencial për zhvillim të turizmit malor në zonën tuaj? Po ●, Jo ●.

17. A mendoni që ka promovim të mjaftueshëm turizmi malor në zonën tuaj? Po ●, Jo ●.

18. Cilat janë sfidat kryesore për zhvillimin e turizmit rural në zonën tuaj?

- Nuk ka infrastrukture të zhvilluar
- Mungesë promovimi
- Mungesë investimeve
- Migrimi i popullatës në zona urbane
- Tjetër specifik: _____

19. A mendoni që do të ketë interes të turistëve vendor dhe të jashtëm nëse fillohet me investim në zhvillimin e turizmit rural? Po ●, Jo ●.
Nëse po, pse?

20. A keni pasur ndonjëherë ndonjë lloj mbështetje financiare për zhvillimin e turizmit rural (donacione ndërkombëtare, kredi, ose mbështetje nga komuna)? Po ●, Jo ●.
Nëse po, nga kush?

21. A keni kryer trajnime në sektorin e turizmit Po ●, Jo ●.
Nëse po, çfarë lloj trajnime?

Nëse jo, a jeni të gatshëm të merrni pjesë trajnime që do të organizohen nga IADK?



22. Ju lutem mund të sugjeroni përmirësimet e nevojshme që mund të futen për të fuqizuar turizmin rural në zonë?

23. Sipas jush, cila është metoda më e mirë e promovimit të turizmit malor?

- Media të shkruara
- Promovim përmes mediave sociale
- TV dhe radio
- Kampanja promovuese dhe panairë
- Tjetër specifiko:-----

24. A mendoni se duhet të përmirësohen atraksionet në komunitetin tuaj?

Nëse po, renditni tre përmirësimet më të nevojshme:

1. -----
2. -----
3. -----

25. Çfarë ndryshime mendoni se do të sjellë zhvillimi i turizmit malor në komunitetin tuaj?

	Ndikime pozitive	Ndikime negative	Sugjerime
Aspekti Ekonomik			
Aspekti ambiental			
Aspekti social-kulturor			
Aspekti personal			

26. Cilat mendoni që janë avantazhet e turizmit malor?

- Përfshirja në aktivitetet rurale duke lejuar fermerët të ofrojnë shërbime ose akomodim për turistët, ndërsa kujdesen për bujqësinë, në të njëjtën kohë.
- Fitimi shtesë i fituar përmes aktiviteteve turistike mund të përdoret për të përmirësuar furnizimin me energji elektrike, pajisjet e komunikimit dhe azhurnimin e gjendjes së rrugëve.
- Prodhimi i ushqimit dhe artizanatit lokal ndihmon gjithashtu për të kapitalizuar trashëgiminë kulturore të komunitetit.
- Tjetër specifiko:-----

27. Komente shtesë nga personi i anketuar:



Sfaraçak i Ulët, nr.11,
42,000 Vushtrri
Kosovë



www.iadk.org



info@iadk.org



facebook.com/iadk.org



iadk.org



+383 49 777 046

+383 44 777 036

Të jetojmë nga toka dhe puna jonë!