



Strategjia Kombëtare e Turizmit 2024 – 2030

Raporti i konsoliduar



REPUBLIKA E SHQIPËRISE
MINISTRIA E TURIZMIT
DHE MJEDISIT

LISTA E SHKURTIMEVE

AACSB	Shoqata për Avancimin e Shkollave Kolegjiale të Biznesit
FShZh	Fondi Shqiptar i Zhvillimit
ADR	Çmimi mesatar ditor
AIC	Korporata e Investimeve Shqiptare
AIDA	Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve
AKSHI	Agjencia Kombëtare e Shoqërisë së Informacionit
ALCDF	Fondacioni Shqiptar për Zhvillimin e Kapaciteteve Lokale
ALL	Njësia monetare shqiptare
ALS	Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit
AKT	Agjencia Kombëtare e Turizmit
API	Ndërfaqja e programimit të aplikacioneve
B&B	Fjetje dhe mëngjes
B2B	Biznes me biznes
B2C	Biznes me klient
P.e.s.	Para erës sonë
CAGR	Norma e përbërë e rritjes vjetore
CBT	Turizmi i bazuar në komunitet
EQL	Evropa Qendrore dhe Lindore
CET	Ora e Evropës Qendrore
VKM	Vendim i Këshillit të Ministrave
CNTB	Bordi Kombëtar i Turizmit në Kroaci
KMD	Kompanitë e Menaxhimit të Destinacioneve
OMD	Organizatat e Menaxhimit të Destinacioneve
p.sh.	për shembull
EBITDA	Fitimi para interesit, tatimit, zhvlerësimit dhe amortizimit
BERZH	Banka Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim
BEI	Banka Evropiane e Investimeve
ESG	Mjedisore, sociale dhe qeverisëse
etj.	e të tjera
ETIS	Sistemi Evropian i Treguesve të Turizmit
BE	Bashkimi Evropian
EUR	Njësia monetare e Bashkimit Evropian
F&B	Ushqim dhe pije
IHD	Investimet e Huaja Direkte
PBB	Produkti i Brendshëm Bruto
GDS	Standardi i Destinacioneve të Gjelbra
DPT	Drejtoria e Përgjithshme e Tatimeve
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
GMT	Ora mesatare e Grinuiçit
GOP	Fitimi operativ bruto
GSTC	Këshilli i Turizmit të Qëndrueshëm Global
HOTREC	Shoqata e Hoteleve, Restoranteve dhe Kafeneve
d.m.th.	domethënë
TIK	Teknologjitë e informacionit dhe të komunikimit
IFC	Korporata Financiare Ndërkombëtare
IFI	Institucioni Financiar Ndërkombëtar

INSTAT	Instituti i Statistikave të Shqipërisë
IRAP	Taksa rajonale për veprimtaritë prodhuese
IRES	Tatimi mbi fitimin
IRPEF	Tatimi mbi të ardhurat personale
IUCN	Unioni Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës
TKP	Tregues kyç i performancës
MEKI	Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit
MICE	Sektori i turizmit të eventeve
MIE	Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë
NMVM	Ndërmarrjet turistike mikro, të vogla dhe të mesme
MTM	Ministria e Turizmit dhe Mjedisit
MW	Megavat
OJF	Organizatë jofitimprurëse
Nr.	Numër
NPS	Rezultati i Promovimit Neto
OKT	Organizata Kombëtare e Turizmit
PPP	Partneritet publik-privat
PR	Marrëdhëniet me publikun
RevPAR	Të ardhurat për listim të disponueshëm
ORM	Organizatrat Rajonale të Menaxhimit
ROI	Kthimi i investimit
RTIF	Fondi për Infrastrukturën e Turizmit Rural
OZHQ	Objektiv i Zhvillimit të Qëndrueshëm
SIT	Sistemi i inteligjencës për turizmin
STR	Strukturë akomoduese me qira afatshkurtër
TDZ	Zonë me përparësi për zhvillimin e turizmit
TEA	Eventet Turistike të Shqipërisë
TIA	Aeroporti Ndërkombëtar i Tiranës
TTT	Forumi i ekspertëve të turizmit
TXA	Tourism Exchange Australia
UAE	Emiratet e Bashkuara Arabe
UGC	Përmbajtje e gjeneruar nga përdoruesit
MB	Mbretëria e Bashkuar e Britanisë së Madhe dhe Irlandës së Veriut
OKB	Organizata e Kombeve të Bashkuara
UNDP	Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim
UNESCO	Organizata e Kombeve të Bashkuara për Edukim, Shkencë dhe Kulturë
UNWTO	Organizata Botërore e Turizmit e Kombeve të Bashkuara
SHBA	Shtetet e Bashkuara të Amerikës
USALI	Sistemi Uniform i Llogarive për Industrinë e Akomodimit
USD	Njësia monetare e Shteteve të Bashkuara
TVSH	Tatimi mbi vlerën e shtuar
AFP	Arsimi dhe formimi profesional
VFR	Për të vizituar miq dhe të afërm
VGA	Shoqata "Visit Gjirokastra"
VIA	Aeroporti Ndërkombëtar i Vlorës
BB	Banka Botërore

PËRMBAJTJA

1. ANALIZA DHE DIAGNOZA.....	3
PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE	3
2. KUADRI STRATEGJIK	10
2.1 PËRCAKTIMI I SKENARËVE ALTERNATIVË TË ZHVILLIMIT	10
2.1.1 Skenari i zhvillimit të qëndrueshëm	12
2.1.2 Krahasimi i treguesve sasiorë të skenarit të Status quo-së dhe të skenarit të zhvillimit të qëndrueshëm.....	14
2.1.3 Konkluzionet dhe implikimet kryesore	19
2.2 VIZIONI STRATEGJIK DHE POZICIONIMI	20
2.2.1 Vizioni strategjik	20
2.2.2 Pozicionimi	21
2.3 SYNIMET E RRITJES	23
2.3.1 Synimet sasiorë të rritjes.....	23
2.3.2 Synimet cilësore të rritjes.....	24
2.3.3 Qëllimi gjithëpërfshirës – Rezultati i Promovimit Neto (NPS)	26
2.4 KLASTERIZIMI I TURIZMIT DHE PRODUKTET PARËSORE TURISTIKE	28
2.4.1 Klasteri i bregdetit të Adriatikut	29
2.4.2 Klasteri verior i brendshëm	32
2.4.3 Klasteri i qytetit të Tiranës	35
2.4.4 Klasteri qendror	38
2.4.5 Klasteri i bregdetit të Jonit	40
2.4.6 Klasteri jugor i brendshëm	43
2.5 IDENTIFIKIMI I PRIORITETEVE TË ZHVILLIMIT	46
2.5.1 Investimet	46
2.5.2 Politika rregullatore dhe fiskale e turizmit.....	47
2.5.3 Menaxhimi i destinacioneve	47
2.5.4 Zhvillimi i produkteve turistike	48
2.5.5 Marketingu i destinacioneve.....	48
2.5.6 Ngritja e kapaciteteve	49
3. STRATEGJIA E ZHVILLIMIT.....	50
3.1 STRATEGJITË E ZHVILLIMIT.....	50

1.	Investimet	51
2.	Politikat rregullatore dhe fiskale të turizmit	63
3.	Menaxhimi i destinacioneve	83
4.	Zhvillimi i produkteve turistike	93
5.	Marketingu i destinacioneve.....	107
6.	Ngritja e kapaciteteve	112

1. ANALIZA DHE DIAGNOZA

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE

Konteksti i përgjithshëm

Shqipëria, një vend me një pasuri të madhe historike dhe kulturore, ka nisur në dekadën e fundit një rrugëtim transformues dhe pa kthim, duke hedhur pas krahëve jo vetëm të kaluarën e saj të izolimit gjysëmshkullor por edhe të tranzicionit rraskapitës dhe të tejzgjatur, duke dalë sot si një aktor dinamik në skenën evropiane si në planin politik, si faktor stabiliteti i pakundërshtueshëm në rajon, ashtu edhe në planin ekonomik **me një dyfishim të Prodhimit të Përgjithshëm Kombëtar në harkun e 10 viteve**. Shqipëria e pozicionuar përgjatë brigjeve të Adriatikut dhe Jonit, ka pësuar zhvillimet më të mëdha ekonomike dhe sociale, të cilat kanë shënuar një epokë të re në historinë e saj.

Në aspektin social, Shqipëria ka bërë një progres të konsiderueshëm për sa i përket përmirësimit të cilësisë së jetës për qytetarët. Përpjekjet për të përmirësuar sistemin arsimor dhe atë të kujdesit shëndetësor kanë luajtur një rol kyç në këtë progres. **Qeveria ka zbatuar reforma** që synojnë rritjen e aksesueshmërisë dhe cilësisë në këta sektorë, duke njohur rëndësinë e tyre në zhvillimin social dhe konkurrueshmërinë ekonomike. Gjithashtu, **Shqipëria ka ndërmarrë hapa për të forcuar sistemin e saj të mirëqenies sociale**, duke siguruar mbështetje më të mirë për personat e cënueshëm dhe duke hedhur bazat për një shoqëri më gjithëpërfshirëse.

Ekonomikisht, Shqipëria ka bërë hapa të rëndësishëm, veçanërisht në sektorët e energjisë, infrastrukturës, turizmit dhe bujqësisë. Vendi po shfrytëzon gjithashtu burimet e tij natyrore, duke përfshirë naftën, gazin dhe mineralet, për të nxitur rritjen ekonomike. Gjithashtu, peizazhet piktoreske të Shqipërisë, diversiteti natyror dhe kulturor, trashëgimia dhe historia e saj e pasur si dhe klima e ngrohtë mesdhetare kanë bërë që ajo të dalë në pah fort si një destinacion në zhvillim në skenën e turizmit evropian, me përmirësime të theksuara dhe të dukshme gjatë viteve të fundit. Në vitin 2023, **Shqipëria u rendit e 4-ta në nivel global për rritjen më të madhe të përqindjes së mbërritjeve të turistëve ndërkombëtarë**, duke shënuar **një rritje me 56% krahasuar me vitin 2019**. Ndërkohë, **bujqësia mbetet një komponent kyç i ekonomisë** dhe sektori po modernizohet me perspektivën e rritjes si për nga produktiviteti, ashtu edhe për nga qëndrueshmëria duke u kthyer jo vetëm në një sektor ekonomie që prodhon për popullsinë, por në një shtyllë mbështetëse edhe për industrinë e turizmit.

Pas pandemisë së COVID-19, ekonomia e vendit shfaqti një rimëkëmbje të fuqishme dhe **Produkti i Brendshëm Bruto (PBB) arriti në 17,5 miliardë euro në vitin 2023**, duke shënuar një rritje të konsiderueshme prej 26,3% krahasuar me vitin 2019. Gjithashtu, gjatë pesë viteve të fundit, **Investimet e Huaja Direkte (IHD) në Shqipëri janë rritur me 35%, duke arritur në 1,3 miliardë euro në vitin 2022**, ndërsa investimet në pasuri të paluajtshme nga jorezidentët arritën në 291 milionë euro në vitin 2022, gjë që tregon atraktivitetin e sektorit të turizmit dhe besimin e investitorëve. **Stabiliteti financiar i Shqipërisë** theksohet më tej nga norma e saj më e ulët e inflacionit krahasuar me fqinjët e saj në rajon dhe me mesataren e BE-së, duke regjistruar një normë mesatare vjetore të inflacionit prej 4,5% gjatë pesë viteve të fundit.

Turizmi ka parë gjithashtu rritjen më të lartë, me **7,5 milionë mbërritje ndërkombëtare në vitin 2022**, shifër e cila u rrit **në 10,1 milionë në vitin 2023**. Kjo rritje e turizmit kontribuoi në një **rritje ekonomike prej gati 5% në vitin 2022**.

Janë kanalizuar gjithashtu investime të rëndësishme për përmirësimin e infrastrukturës së transportit dhe energjisë, me qëllim rritjen e ndërlidhjes dhe mbështetjen e zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit. Për sa i përket aksesit detar, vendi ka katër porte të mëdha detare, ndër të cilat Durrësi spikat, si më i madhi, duke luajtur një rol kyç në menaxhimin e një pjese të konsiderueshme të trafikut të pasagjerëve dhe mallrave. Gjithashtu, është tashmë i qartë interesi i dukshëm për zhvillimin e sektorit të marinës, i cili dëshmohet qoftë nga strukturat ekzistuese si Orikum Marina por sidomos edhe nga nisja e projekteve të reja të marinës në Durrës, në Vlorë dhe në Sarandë.

Në lidhje me aksesin ajror, Aeroporti Ndërkombëtar i Tiranës (TIA) shërben ende si aeroporti kryesor i vendit, gjë që konfirmohet nga një rritje e konsiderueshme e trafikut të pasagjerëve. **Nga viti 2019 në vitin 2023, numri i pasagjerëve u rrit nga 3,3 milionë në mbi 7,2 milionë**, duke shënuar rritjen më të madhe mes aeroporteve kryesore të EQL-së, ndërsa **vetëm 8 muajt e parë të vitit 2024 u përpunuan 7,2 milionë pasagjerë**.

Kjo rritje nxjerr në pah rimëkëmbjen e suksesshme të aeroportit nga efektet e pandemisë dhe zgjerimin e tij si për nga numri i fluturimeve, ashtu edhe për nga destinacionet. Fillimisht, kjo rritje u karakterizua kryesisht nga një varësi e theksuar nga një kompani e vetme ajrore me kosto të ulët. Megjithatë, së fundmi, hyrja e linjave ajrore konkurruese me kosto të ulët dhe e kompanive të tjera ajrore të mirënjohura ka shënuar një hap drejt **zvogëlimit të varësisë nga një kompani e vetme ajrore**. Krahas infrastrukturës ekzistuese aeroportuale, **Shqipëria po zgjeron kapacitetet e saj të udhëtimit ajror** me prezantimin e aeroporteve të reja ndërkombëtare, si Aeroporti Ndërkombëtar i Vlorës dhe aeroporti i Gjirokastrës. Këto risi paraqesin një **mundësi për të zhvilluar më tej infrastrukturën dhe aksesueshmërinë e udhëtimit ajror në vend**. Gjithashtu, Aeroporti Ndërkombëtar i Vlorës do të shërbejë si një pikë e re hyrjeje në rajonin bregdetar të vendit, duke ofruar një mundësi për diversifikim më të gjerë të tregut.

Investimet në ndërlidhje, reformat ekonomike dhe gjyqësore, bashkëpunimi me vendet fqinje dhe procesi i anëtarësimit në BE kanë **rritur në mënyrë kumulative perspektivat ekonomike dhe stabilitetin e Shqipërisë në rajon, duke krijuar një mjedis të favorshëm për rritjen dhe zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit të turizmit**.

Oferta e turizmit

Zbërthimi i ofertës së turizmit nxori në pah **një rritje të dukshme të kapaciteteve të akomodimit**, me një rritje të numrit të dhomave dhe shtretërve përkatësisht në 57 778 dhe 129 698 në vitin 2023. Megjithatë, **mbizotërimi i strukturave akomoduese me qira afatshkurtër paraqet sfida për rritjen e qëndrueshme**.

- Sipas studimit për Booking.com në korrik të vitit 2023, **kategoria mbizotëruese e strukturave akomoduese** janë ato me qira afatshkurtër (STR), të cilat numërojnë 9040 nga një total prej 10 526 strukturash akomoduese të listuara në Booking.com në vitin 2023;
- Të dhënat nga tregu i strukturave akomoduese me qira afatshkurtër tregojnë se në vitin 2023, **në platforma të ndryshme rezervimi, figuronin mbi 18 200 njësi me qira afatshkurtër aktive**, një rritje kjo me 80% krahasuar me një vit më parë.

Nga ana tjetër, **sipas Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit, deri në vitin 2023 janë kategorizuar zyrtarisht 1850 struktura**, me një ritëm të shtuar kategorizimeve në tre vitet e fundit. Edhe pse kjo shfaq një mospërputhje të konsiderueshme në krahasimin me të dhënat nga Booking.com, një pjesë e madhe e këtyre njësisive, megjithëse nuk janë kategorizuar pranë MTM, rezultojnë të regjistruara si sipërmarrje duke qenë subjekt i tatimeve dhe taksave. Megjithatë, zhvillimi i biznesit të strukturave akomoduese me qira afatshkurtër në vitet e fundit ka kontribuar në ekonominë e familjeve dhe bizneseve të vogla.

Me një perspektivë premtuese, në **tregun e investimeve në turizëm në Shqipëri ka spikatur hyrja e markave ndërkombëtare të hoteleve**, tregues i një përkushtimi domethënës ndaj ofrimit të akomodimit të cilësisë së lartë:

- Investimet kryesohen nga hotelet e markës Melia, me 669 dhoma të projektuara, ndërsa vendin e dytë e mbajnë hotelet e markës Accor, me 616 dhoma të planifikuara, pasuar nga Hyatt me 447 dhoma;
- Për sa u përket investimeve totale për dhomë, kryesojnë investimet në hotelet e markës Marriott, me një investim mesatar prej 322 581 euro për dhomë, pasuar nga hotelet Hilton, me 201 149 euro për dhomë, dhe Melia me 122 571 euro investim për dhomë;
- Në lidhje me shifrat totale të investimeve, kryeson Accor me një vlerë totale investimi prej 122 milionë euro, pasuar nga Marriott me 100 milionë euro dhe Melia me 82 milionë euro;
- Nga një vlerë totale investimesh prej 792 milionë euro, 65% janë projekte të kategorisë me 5 vje, me një investim total prej 615 milionë euro, ndërsa projektet me 4 vje përfaqësojnë 35% të totalit, me 177 milionë euro investime.

Vlerësimi i zinxhirit të vlerës së turizmit

Analiza për hartimin e Strategjisë Kombëtare të Turizmit përfshiu **studime parësore dhe dytësore** për vlerësimin e pikave të forta dhe të dobëta të elementeve kryesore të ofertës së turizmit shqiptar. Studimet parësore përfshinë vizita në terren, intervista me përfaqësues të industrisë, vizita të paparalajmëruara nga ekspertë dhe metoda të ngjashme. Më poshtë jepen gjetjet kryesore të analizës:

- Mes organizatave të udhëtimit, ka një **tendencë pozitive drejt përdorimit të shërbimeve dixhitale online dhe platformave të rezervimit online**. Megjithatë, ka ende shumë vend për përmirësim, veçanërisht brenda sektorit të NMVM-ve;
- Për sa i përket transportit, **përmirësimet në ndërlidhjen ajrore dhe rrugore kanë pasur një efekt pozitiv në sektorin e turizmit**. Megjithatë, ka ende **nevojë për përmirësime në aksesueshmërinë e transportit publik dhe cilësinë e rrugëve**, veçanërisht në **zonat rurale**;
- Ndonëse **sektori i akomodimit** ka pësuar rritje dhe ofron më shumë opsione, ekziston një **nevojë e dukshme për standarde më të larta të cilësisë**, shumëllojshmëri të strukturave akomoduese dhe praktika të zhvillimit të qëndrueshëm;
- Tradita e pasur kulinare në Shqipëri përbën një prej avantazheve kryesore krahasuese. Megjithatë, **potenciali për gastro-turizëm dhe produkte të tjera të turizmit të interesit të veçantë mbetet tepër i pashfrytëzuar**;
- **Burimet natyrore dhe kulturore janë thelbësore për atraktivitetin turistik të Shqipërisë**, gjë që thekson nevojën për ruajtjen e tyre, rritjen e aksesueshmërisë, **menaxhim të përpjekjeve për zhvillimin e produkteve** dhe marketing efektiv për të shfrytëzuar plotësisht këto pasuri.

Kërkesa për turizëm

Në vitin 2023, sektori i turizmit në Shqipëri shfaqti një rimëkëmbje të jashtëzakonshme. Sipas të dhënave të INSTAT:

- **Mbërritjet ndërkombëtare në kufijtë shqiptarë arritën në 10,1 milionë**, duke shënuar kështu një shifër rekord e cila përfaqëson një rritje me 36% krahasuar me vitin 2022;
- **Numri i mbërritjeve të turistëve dhe netqëndrimeve në hotele dhe struktura të ngjashme** pësoi një rritje të konsiderueshme, duke arritur përkatësisht në 2,33 milionë dhe 6 milionë në vitin 2023, një rritje me mbi 48% për mbërritjet dhe mbi 56% për netë-qëndrimet, krahasuar me vitin 2022.

Megjithatë, është e rëndësishme të theksohet se statistikat e INSTAT-it marrin në konsideratë vetëm njësitë e regjistruara të akomodimit. Ndërkohë, **Global Data vlerësoi rreth 30,9 milionë netë-qëndrime ndërkombëtare në vitin 2023**, shifër e cila tregon për një fluks shumë herë më të madh dhe dëshmon se një **numër i konsiderueshëm i mbërritjeve të turistëve dhe netqëndrimeve nuk regjistrohen** nga INSTAT. Mospërputhjet midis të dhënave nga INSTAT dhe të dhënave globale theksojnë se sa e rëndësishme është që të tregohet një kujdes i përgjithshëm në interpretimin e statistikave aktuale lidhur me të dhënat turistike në Shqipëri.

Turizmi në Shqipëri ende paraqet tendenca **sezonaliteti**, edhe pse viti 2023 dhe 8 muajt e parë të vitit 2024, treguan se turizmi po shtrihet në kohë dhe në territor. Korriku dhe gushti përfaqësojnë gati 40% të totalit të mbërritjeve vjetore. Shumica e këtyre vizitorëve ndërkombëtarë (deri në 95%) vijnë për qëllime pushimesh dhe vendet fqinje si Kosova, Mali i Zi, Greqia dhe Italia përbëjnë tregjet kryesore burimore, duke kontribuar në 63% të totalit të mbërritjeve në vitin 2023. Kjo varësi nga një numër i vogël tregjesh kryesore tregon **nevojën për përpjekje të mëtejshme të diversifikimit të tregut** gjatë periudhave të ardhshme.

Dominimi i mbërritjeve ndërkombëtare në rrugë tokësore në kufijtë shqiptarë nxjerr në pah **pozitën gjeografike lehtësisht të aksesueshme** të Shqipërisë dhe **lidhjet e saj të forta rajonale**, ndonëse **përqindja e mbërritjeve ndërkombëtare në rrugë ajrore ka parë një rritje të konsiderueshme** në totalin e mbërritjeve ndërkombëtare gjatë pesë viteve të fundit, si rezultat i **përmirësimit të aksesueshmërisë ajrore**.

Për sa u përket të ardhurave nga turizmi, të dhënat nga Banka e Shqipërisë tregojnë se viti 2024 shënoi një moment historik, pasi të **ardhurat totale arritën një shifër rekord prej 4,1 miliardë euro**. Kjo përfaqëson një **rritje mbresëlënëse me 46% krahasuar me një vit më parë**, duke theksuar **kontributin e konsiderueshëm të sektorit të turizmit në ekonomi**.

Për sa i përket analizës së treguesve kryesorë të performancës, **sektori i akomodimit në Shqipëri ka shfaqur tendenca pozitive**, por mbetet nën mesataren rajonale.

Si bazë për analizën e performancës së hoteleve u morën të dhënat e mbledhura gjatë studimit të tregut të ndërmarrë në korrik të vitit 2023, me një studim parësor mbi industrinë e hotelerisë në Shqipëri. Në studim u përfshi një kampion prej 12 hotelesh me pesë yje, 27 hotelesh me katër yje dhe 6 hotelesh me tre yje. Mesatarisht, këto hotele kishin 61 dhoma dhe 142 shtretër. Duke pasur parasysh se ky kampion përfaqëson një pjesë shumë të vogël hotelesh krahasuar me përmasat aktuale të tregut, informacioni duhet të interpretohet me kujdes:

- Normat e okupancës në hotele u rritën nga 48% në 52% në vitin 2023;
- Norma mesatare ditore (ADR) e hoteleve ishte 56 euro.
- Zona e rivierës jugore/detit Jon regjistroi ADR-në më të lartë me 83 euro, e cila pritet të rritet me 4%;
- Analiza e të ardhurave konstatoi se 74% e totalit të të ardhurave vijnë nga shitjet e dhomave dhe 26% nga F&B (ushqimi dhe pijet);
- Parametrat financiarë tregonin se, në të ardhurat totale, kostot e forcës punëtore përbënin 26%, fitimi operativ bruto (GOP) 30% dhe EBITDA 18%;
- U regjistrua një kohëzgjatje mesatare e qëndrimit në hotel prej 3,8 netësh.

Si bazë për vlerësimin e performancës së tregut të strukturave akomoduese me qira afatshkurtër u përdorën të dhënat e marra nga platforma AllTheRooms.com, që përfshinin listime nga platformat Airbnb, Vrbo, HomeAway dhe Booking.com. Performanca e strukturave akomoduese me qira afatshkurtër (STR-ve) përkon me **zgjerimin e konsiderueshëm, por të parregulluar, të kapaciteteve brenda tregut të STR-ve**. Konkretisht, normat shumë të ulëta vjetore të okupancës tregojnë se, ndonëse ka kërkesë për këtë lloj akomodimi, kjo kërkesë ka një sezonalitet të theksuar dhe për rrjedhojë, shumë prej këtyre pronave mbeten bosh gjatë pjesës më të madhe të vitit:

- Strukturat akomoduese me qira afatshkurtër arritën një okupancë mesatare prej 9,91% në Shqipëri në vitin 2023;
- ADR-ja u rrit në mbi 102 euro në vitin 2023, një rritje kjo me 55% krahasuar me një vit më parë, me një shumë të konsiderueshme të ardhurash të gjeneruara në rivierën jugore;
- Të ardhurat për listim të disponueshëm (RevPAL) u trefishuan në 307 euro nga 111 euro në vitin 2022.

Anketa lidhur me pritshmëritë dhe hartëzimi i grupeve të interesit

Ky aktivitet synoi të siguronte që planet afatgjata të zhvillimit të ishin në harmoni me perspektivat e grupeve të interesit. U ndërmor një **studim parësor për të vlerësuar pritshmëritë në lidhje me statusin aktual dhe perspektivat e zhvillimit të turizmit**. Kjo përfshiu një anketë online e cila mbledhi **1024 përgjigje të vlefshme**, të shpërndara në tre segmente:

- Sektori publik (91 të anketuar),
- Sektori i biznesit (195 të anketuar),
- Publiku i gjerë (738 të anketuar).

Studimi i pritshmërive për turizmin nxjerr në pah **perspektivën optimiste** të grupeve të ndryshme të interesit **për zhvillimin e mëtejshëm të turizmit në Shqipëri**. Megjithatë, analiza e pritshmërive ka nënvizuar gjithashtu sfida të konsiderueshme në këtë sektor. Këto përfshijnë **nevojën për përmirësime të mëtejshme të infrastrukturës, mungesën e forcës punëtore të kualifikuar, angazhimin e pamjaftueshëm të komunitetit lokal, koordinimin e dobët midis grupeve të interesit dhe nivelet jo-optimale të performancës së Agjencisë Kombëtare të Turizmit**, ndër të tjera.

Më tej, hartëzimi i grupeve të interesit zbuloi një ekosistem kompleks aktorësh me interes të veçantë në zhvillimin e turizmit, duke përfshirë agjencitë qeveritare, operatorët turistikë, bizneset hoteliere, organizatat jofitimprurëse (OJF-të), grupet komunitare dhe partnerët ndërkombëtarë për zhvillim. Intervistat me grupet e interesit kanë nxjerrë në pah **sfida të përbashkëta të tilla si barrierat rregulatore, nevoja për përmirësime të infrastrukturës dhe vështirësitë në marrjen e financimit**. Një njohuri thelbësore e përftuar nga hartëzimi është **nevoja kritike për formalizim dhe përmirësim të komunikimit dhe bashkëpunimit** midis të gjitha grupeve të përfshira të interesit, konkretisht midis grupeve të sektorit publik dhe atyre të sektorit privat.

Sistemi rregullator dhe i menaxhimit të turizmit

Për sa i përket kuadrit rregullator të turizmit, ligjet dhe politikat ekzistuese që rregullojnë aktivitetet turistike po përballen me **sfida të konsiderueshme që kanë të bëjnë me zbatimin dhe përshtatjen e tyre me kushtet aktuale të tregut**. Kjo thekson **nevojën për të përditësuar e formalizuar ligjet dhe rregulloret që tanimë konsiderohen si të vjetëruara**. Hapat e nevojshëm për adresimin e kësaj çështjeje janë thjeshtimi i procedurave të licencimit, përmirësimi i transparencës së çmimeve dhe regjistrimi elektronik i të dhënave të klientëve. Sfida të tjera të rëndësishme që duhen adresuar përfshijnë formalizimin e tregut, përmirësimin e mbrojtjes së konsumatorit, mbledhjen e të dhënave të sakta dhe miratimin e rregulloreve të reja për strukturat akomoduese. Këto rregullore duhet të mbulojnë të gjitha llojet e strukturave të akomodimit.

Gjetjet kryesore **theksojnë gjithashtu sfidat operacionale brenda sistemit pothuajse joekzistent të Organizatave të Menaxhimit të Destinacioneve (OMD-ve)** në vend:

- Në nivel vendor, “Visit Gjirokastra” ilustron (aktualisht) një model të një OMD-je relativisht të suksesshme që përfiton nga mbështetja e jashtme, por duke u përballur gjithsesi me sfida për arritjen e stabilitetit afatgjatë në mungesë të një kuadri më të gjerë;
- Përpjekjet për krijimin e OMD-ve në rajone të tjera **kanë nxjerrë në pah paaftësi sistematike** për drejtimin dhe financimin e tyre dhe për ruajtjen e qëndrueshmërisë afatgjatë;

- Në nivel rajonal, **bashkitë luajnë role të ndryshme në turizëm, kjo për shkak të dallimeve në fokusin strategjik dhe alokimin e burimeve.** Disa prej tyre kanë drejtori dedikuar turizmit, ndërsa të tjera kanë seksione ose një specialist të vetëm të caktuar për turizmin. Kjo mungesë standardizimi çon në përpjekje të fragmentuara dhe në një strategji jouniforme të menaxhimit rajonal.

Përfundimet dhe rezultatet

Në përfundim të analizës së thelluar të kryer mbi sektorin e turizmit në Shqipëri, janë identifikuar disa sfida që frenojnë kapacitetin e sektorit për rritje të qëndrueshme dhe përmirësim të konkurrueshmërisë:

1. **Lëvizshmëria e pafavorshme brenda dhe ndërmjet destinacioneve:** Infrastruktura ende në zhvillim kufizon aksesin në atraksionet e shumta natyrore dhe kulturore të Shqipërisë, duke rezultuar në mbipopullim (gjatë sezonit të pikut) të zonave më të aksesueshme dhe shfrytëzim të pamjaftueshëm të zonave më të vështira për t'u aksesuar. Rritja e lëvizshmërisë përmes përmirësimeve të infrastrukturës dhe zgjidhjeve dixhitale është me rëndësi thelbësore për një turizëm të qëndrueshëm dhe gjithëpërfshirës.
2. **Nevoja për diversifikimin e opsioneve të aksesit ajror:** Hapja e aeroportit të ri të Vlorës ofron një mundësi për të diversifikuar opsionet e linjave ajrore dhe për të mbështetur objektivat e turizmit.
3. **Diversifikimi i pamjaftueshëm i produkteve dhe eksperiencave turistike:** Fokusimi te turizmi "plazh dhe diell" çon në mbipopullim, sezonalitet të theksuar dhe përhapje të pafavorshme të përfitimeve ekonomike të turizmit në vend. Përhapja e llojeve të tjera të turizmit, siç janë përvojat në natyrë, përvojat kulturore dhe ato të mirëqenies, mund të tërheqë segmente të larmishme turistësh dhe të rezultojë në një sektor turizmi më të qëndrueshëm dhe elastik.
4. **Mungesa e forcës punëtore të kualifikuar:** Mungesa e punëtorëve të kualifikuar për shkak të emigrimit dhe programeve të papërshtatshme të trajnimit komprometon cilësinë e shërbimit dhe inovacionin. Është i domosdoshëm përafrimi i programeve të arsimit dhe formimit profesional me nevojat e industrisë.
5. **Sistemi jofunksional i menaxhimit të destinacioneve:** Menaxhimi joefektiv i destinacioneve për shkak të burimeve të kufizuara dhe roleve të paqarta pengon rritjen e qëndrueshme të turizmit. Fuqizimi i Organizatave të Menaxhimit të Destinacioneve (OMD-ve) dhe sigurimi i pavarësisë financiare janë të një rëndësie thelbësore.
6. **Kuadri rregullator i vjetëruar që nuk ka zbatim:** Një kuadër ligjor i vjetëruar komprometon cilësinë, qëndrueshmërinë dhe konkurrueshmërinë e sektorit të turizmit, veçanërisht në fushat e mëposhtme:
 - a. **Sistemi i taksave të turizmit**
 - b. **Zhvillimi i resorteve të shfrytëzimit të miksuar**
 - c. **Tregu i strukturave akomoduese me qira afatshkurtër**
 - d. **Mbledhja e të dhënave statistikore të turizmit dhe TKP-ve**
 Përditësimi i rregulloreve dhe sigurimi i zbatimit është i nevojshëm për përmirësimin e sektorit.
7. **Mungesa e një sistemi/qasjeje strategjike dhe operacionale marketingu:** Mungesa e një strategjie marketingu gjithëpërfshirëse kufizon integrimin e Shqipërisë në treg dhe rrit varësinë nga demografi specifike turistësh. Është mjaft e rëndësishme që të zhvillohet dhe të vihet në zbatim një strategji marketingu e mbështetur në të dhëna.
8. **Mungesa e mekanizmit zyrtar për koordinimin e grupeve të interesit:** Komunikimi jozyrtar ndërmjet sektorit publik dhe grupeve të interesit pengon zhvillimin e politikave efektive. Krijimi i një mekanizmi zyrtar koordinimi është thelbësor për përafrimin e strategjive me realitetin e industrisë.

Adresimi i këtyre sfidave përmes planifikimit strategjik, investimeve në infrastrukturë, reformave rregullatore, zhvillimit të forcës punëtore, prezantimit të sistemit të informacionit për menaxhimin e turizmit dhe angazhimit të grupeve të interesit është kritik për transformimin e sektorit të turizmit në Shqipëri gjatë viteve të ardhshme. Zbatimi i zgjidhjeve praktike dhe efikase jo vetëm që përmirëson përvojën turistike, por kontribuon gjithashtu në zhvillimin ekonomik dhe social të komunitetit të gjerë, duke e pozicionuar turizmin si një kontribuues të qëndrueshëm dhe të denjë në rrugëtimin transformues të Shqipërisë.

2. KUADRI STRATEGJIK

2.1 PËRCAKTIMI I SKENARËVE ALTERNATIVË TË ZHVILLIMIT

Bazuar në analizën dhe diagnozën e mëparshme të sektorit të turizmit në Shqipëri, së bashku me të dhënat e agreguara dhe treguesit specifikë të suksesit për aktivitete të ndryshme kryesore të turizmit, mes dy modeleve të formuluar që përkatësisht janë “Modeli i Status Quo” dhe modeli i zhvillimit të qëndrueshëm. Shqipëria ka zgjedhur qartësisht modelin e zhvillimit të qëndrueshëm, bazuar në tre aspekte themelore siç janë ato mjedisore, sociale dhe ekonomike.

Metodologjia:

Shifra bazë për të gjitha përllogaritjet e mëtejshme është numri i shtretërve, ndërsa viti bazë është përcaktuar viti 2023.

Për shkak të mungesës së informacionit të saktë për secilin tregues si pasojë e zhvillimeve dinamike gjatë viteve të fundit në sektorin e turizmit, shifrat referencë për të gjitha kategoritë janë përfutur nga një kombinim i burimeve të disponueshme, të dhënat nga studimet parësore dhe dytësore dhe ushtrimet krahasuese. Ky proces ka përfshirë krahasimin e të dhënave të disponueshme me tregjet e turizmit në faza të ngjashme zhvillimi për të garantuar saktësi dhe besueshmëri.

Në vijim përshkruhet metodologjia që është përdorur për çdo nivel referencë të treguesve sasiorë:

OFERTA E TURIZMIT	
Numri i shtretërve në hotele	Numri i dhënë nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit
Numri i shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër (STR)	Të dhënat për numrin e shtretërve nga platforma AllTheRooms.com, si dhe kapacitetet e vlerësuara të strukturave akomoduese që nuk janë pjesë e platformës (të përllogaritura në masën 60% të kapacitetit të strukturave akomoduese që janë të përfshira në platformë)
Numri i shtretërve përtej strukturave akomoduese	Totali i numrit të shtretërve që nuk bëjnë pjesë në kategorinë e hoteleve ose të strukturave akomoduese me qira afatshkurtër (fjetinë (hostel), kamping, motel, qendër kurative, fjetje dhe mëngjes (B&B), të pakategorizuara)
Numri total i shtretërve	Shuma e numrit të shtretërve në hotele, numrit të shtretërve përtej strukturave akomoduese dhe numrit të shtretërve në struktura akomoduese me qira afatshkurtër
KËRKESA PËR TURIZËM	
Mbërritjet në hotele	Netqëndrimet në hotele pjesëtuar me kohëzgjatjen mesatare të qëndrimit, e cila është e bazuar në të dhënat referencë
Mbërritjet në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër	Netë-qëndrimet në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër pjesëtuar me kohëzgjatjen mesatare të qëndrimit, bazuar në të dhënat referencë
Mbërritjet përtej strukturave akomoduese	Netë-qëndrimet përtej strukturave akomoduese pjesëtuar me kohëzgjatjen mesatare të qëndrimit, bazuar në të dhënat referencë
Totali i mbërritjeve	Shuma e mbërritjeve në hotele, përtej strukturave akomoduese dhe në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër
Netqëndrimet në hotele	Kapaciteti maksimal i shtretërve në hotele shumëzuar me okupancën mesatare vjetore, e cila është përfutur nga të dhënat e studimit parësor dhe ato referencë
Netqëndrimet në strukturat akomoduese me qira-afatshkurtër	Kapaciteti maksimal i shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër shumëzuar me okupancën mesatare vjetore, e cila është përfutur nga të dhënat e AllTheRooms.com dhe të dhënat referencë

Netqëndrimet përtej strukturave akomoduese	Kapaciteti maksimal i shtretërve përtej strukturave akomoduese shumëzuar me okupancën mesatare vjetore, e cila është përfutur nga të dhënat referencë
Totali i netqëndrimeve në strukturat akomoduese tregtare	Shuma e netqëndrimeve në hotele, përtej strukturave akomoduese dhe në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër
Totali i netqëndrimeve në strukturat akomoduese jotregtare	30% e netë-qëndrimeve në strukturat akomoduese tregtare, bazuar në të dhënat referencë dhe ekspertizën e Ekspertit
Totali i netqëndrimeve	Shuma e netë-qëndrimeve në strukturat akomoduese tregtare dhe ato jotregtare
Okupanca e shtretërve në hotele	Të dhënat nga studimi parësor i kryer përmes studimit të planifikuar të Horwath HTL mbi performancat e tregut të hotelerisë, në korrik 2023, të plotësuara nga të dhënat referencë
Okupanca e strukturave akomoduese me qira afatshkurtër	Të dhënat e marra nga AllTheRooms.com, të plotësuara nga të dhënat referencë
Okupanca e shtretërve përtej strukturave akomoduese	Bazuar në të dhënat referencë dhe ekspertizën e kryer
Okupanca mesatare vjetore e shtretërve	Netqëndrimet potenciale maksimale pjesëtuar me netë-qëndrimet faktike
Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit (ALS) në hotele	Studimi parësor i kryer përmes studimit të planifikuar të Horwath HTL mbi performancat e tregut të hotelerisë, në korrik 2023, kombinuar me të dhënat referencë
Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit (ALS) në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër	Të dhënat e marra nga AllTheRooms.com, të plotësuara nga të dhënat referencë
Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit përtej strukturave akomoduese	Bazuar në të dhënat referencë dhe ekspertizën e kryer
Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit	Mesatarja e kohëzgjatjes mesatare të qëndrimit në hotele, përtej strukturave akomoduese dhe në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër
TË ARDHURAT NGA TAKSAT NGA SEKTORI I TURIZMIT	
Të ardhurat nga taksa e fjetjes	Netqëndrimet në hotele dhe përtej strukturave akomoduese shumëzuar me vlerën mesatare të taksës së fjetjes prej 2 euro
Të ardhurat nga taksa e sheshtë Skenari i Status-quo-së	Numri i shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër shumëzuar me nivelin e taksës së sheshtë prej 20 euro
Të ardhurat nga taksa e sheshtë Skenari i zhvillimit të qëndrueshëm	Numri i shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër shumëzuar me nivelin e taksës së sheshtë prej 50 euro
Totali i të ardhurave nga taksat	Shuma e të ardhurave nga taksa fjetjes dhe të ardhurave nga taksa e sheshtë
TË ARDHURAT NGA TURIZMI	
Totali i të ardhurave nga turizmi	Bazuar në të dhënat e disponueshme nga Banka e Shqipërisë për të ardhurat totale nga turizmi për vitin 2022 dhe për tre tremujorët e parë të vitit 2023, është vlerësuar shuma totale e të ardhurave nga turizmi për vitin 2023
PUNËSIMI DHE ARSIMI	
Numri i të punësuarve në turizëm	Të dhënat nga INSTAT
Numri total i nxënësve në degët e turizmit në shkollat profesionale publike	Të dhënat nga Ministria e Arsimit dhe Sportit
Numri total i studentëve të hoteleri-turizmit në institucionet e arsimit të lartë	Të dhënat nga Ministria e Arsimit dhe Sportit

2.1.1 Skenari i zhvillimit të qëndrueshëm

Në skenarin e zhvillimit të qëndrueshëm, ka një përpjekje të bashkërenduar drejt arritjes së një zhvillimi të ekuilibruar të turizmit në Shqipëri. Në këtë skenar i jepet përparësi qëndrueshmërisë pa e parë atë si pengesë për rritjen, duke mundësuar kështu shfaqjen e zgjidhjeve inovative. I kushtohet një vëmendje e madhe zhvillimit të sistemeve të forta për të mbështetur praktikën e qëndrueshme në industri. Zgjidhjet projektohen në mënyrë të paanshme me qëllim që të gjitha grupet e përfshira të interesit të përfitojnë prej tyre. Gjithashtu, ekziston angazhimi për zbatim të plotë dhe një qasje profesionale, çka garanton zbatimin e strategjive në mënyrë efektive dhe eficiente.

Premisat janë që Shqipëria të mund të arrijë një zgjerim të qëndrueshëm në sektorin e turizmit duke zbatuar reforma gjithëpërfshirëse, me një vëmendje të veçantë të rinovimit të kuadrit rregullator dhe përmirësimit të sistemit të menaxhimit të destinacioneve.

Supozimet e këtij skenari janë si në vijim:

Mjedisore:

- Kuadri legjislativ funksional rregullon ngritjen e kapaciteteve të reja akomoduese në Shqipëri, duke e vënë theksin te rritja e qëndrueshme, zhvillimi dhe mbrojtja e zonës;
- Tregu i strukturave akomoduese me qira afatshkurtër zgjerohet në përputhje me direktivën, duke u fokusuar në minimizimin e ndikimeve negative mjedisore;
- Projektet e zhvillimit me përdorim të shumëfishtë zbatohen brenda kornizave rregullatore të përcaktuara në mënyrë të qartë;
- Infrastruktura turistike në zonat e mbrojtura përmirësohet përmes investimeve të ndryshme, duke e vënë theksin te mbrojtja dhe zhvillimi i qëndrueshëm i zonës sipas kuadrit ligjor në fuqi, duke ruajtur të pacenuara vlerat e biodiversitetit;

Sociale:

- Kurrikulat e arsimit në institucionet arsimore përshtaten me tendencat e turizmit dhe nevojat e sektorit;
- Zbatohen nisma dhe strategji për të mundësuar mbajtjen e forcës punëtore në sektorin e turizmit në Shqipëri;
- Kuadri legjislativ rregullon raportin midis strukturave akomoduese rezidenciale dhe atyre të hotelierisë për t'i sjellë përfitime sektorit të turizmit, si dhe popullsisë vendase;
- Rritet mbështetja e publikut të gjerë për zhvillimin e mëtejshëm të turizmit;

Ekonomike/qeveritare:

- Zbatohen strategji për të përmirësuar ndërlidhjen midis alternativave të transportit dhe lëvizshmërinë në Shqipëri, duke i dhënë përparësi përmirësimit të aksesueshmërisë rrugore, zgjerimit të rrugëve të transportit publik dhe integritimit efikas të zgjidhjeve moderne digjitale;
- Zbatohen iniciativa për të thithur investime, duke përmirësuar konkurrencën e burimeve ekzistuese për turizmin;
- Zgjerimi i produkteve dhe eksperiencave turistike;
- Miratohet një strategji gjithëpërfshirëse për aksesin ajror që mbështet rritjen e qëndrueshme të sektorit të turizmit;
- Përcaktohet një model i ri i menaxhimit të destinacioneve që përfshin nivelet kombëtare, rajonale dhe lokale;
- Procesi i vazhdueshëm i zbatimit të sistemit të Organizatës së Menaxhimit të Destinacionit (OMD) i jep përparësi transparencës në ndarjen e përgjegjësisë dhe roleve, bazuar në një kuadër ligjor të mirëpërcaktuar;
- Krijohet një kuadër rregullativ i qartë për zhvillimin e resorteve të shfrytëzimit të miksuar, çka garanton qëndrueshmëri afatgjatë dhe rregulla bazë;
- Krijohet një sistem i ri taksimi për sektorin e turizmit, i cili mbështetet në shifra reale dhe në parimin e paanshmërisë dhe jo në shifra të përafërta;

- Përdoret një platformë në kohë reale për regjistrimin e vizitorëve, e cila shfrytëzon teknologjinë për të integruar proceset e mbledhjes së të dhënave dhe për t'u dhënë akses të gjitha grupeve kryesore të interesit në të dhënat në kohë reale;
- Forcohen mekanizmat për garantimin e përputhshmërisë me rregulloret përmes masave të tilla si kryerja e inspektimeve rutinë dhe vendosja e gjobave për kundravajtjet;
- Miratohet një qasje për marketingun dhe planifikimin strategjik në sektorin e turizmit, duke e vënë theksin tek analitika, informacionet e mbështetura në të dhëna dhe vendosja e qëllimeve të qarta.

Tabela e mëposhtme paraqet treguesit sasiorë dhe rezultatet për skenarin e Zhvillimit të Qëndrueshëm, në përputhje me supozimet e përshkuara më sipër.

Treguesi sasior	2023	2030	2030 kundrejt 2023	Norma e përbërë e rritjes vjetore (CAGR)
Numri i shtretërve në hotele	59.673	132.278	122%	12%
Numri i shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër	176.000	289.564	65%	7%
Numri i shtretërve përtej strukturave akomoduese	35.000	55.572	59%	7%
Numri total i shtretërve	270.673	477.414	76%	8%
Netqëndrimet në hotele	7.623.226	27.886.454	266%	20%
Netqëndrimet në strukturat akomoduese me qira-afatshkurtër	10.278.400	23.121.405	125%	12%
Netqëndrimet përtej strukturave akomoduese	3.193.750	7.376.556	131%	13%
Totali i netë-qëndrimeve në strukturat akomoduese tregtare	21.095.376	58.384.415	177%	16%
Totali i netë-qëndrimeve në strukturat akomoduese jotregtare	8.438.150	11.873.325	41%	5%
Totali i netë-qëndrimeve	29.533.526	70.257.740	138%	13%
Okupanca e shtretërve në hotele	35%	53%	58%	9%
Okupanca e shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër	16%	23%	22%	13%
Okupanca e shtretërve përtej strukturave akomoduese	25%	34%	36%	9%
Okupanca mesatare vjetore e shtretërve	21%	31%	34%	7%
Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit (ALS) në hotele	4,0	5,7	42%	5%
Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit (ALS) në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër	5,3	6,3	19%	3%
Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit përtej strukturave akomoduese	5,0	6,0	19%	3%
Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit	4,8	6,0	26%	3%
Të ardhurat nga taksa e fjetjes	21.633.951 €	70.526.019 €	226%	18%
Të ardhurat nga taksa e sheshtë	0,0 €	14.478.186 €	/	/
Totali i të ardhurave nga taksat	21.633.951 €	85.004.206 €	293%	22%
Totali i të ardhurave nga turizmi	4.164.776,318 €	6.679.545 €	60%	7%
Numri i të punësuarve në turizëm	42.698	73.778	73%	8%

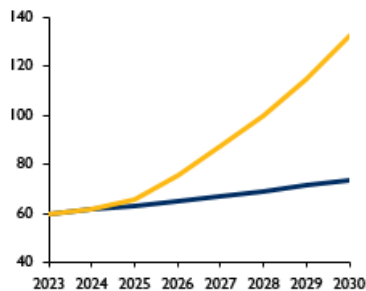
Numri total i nxënësve në degët e turizmit në shkollat profesionale publike	2.900	4.687	62%	7%
Numri total i studentëve të hoteleri-turizmit në institucionet e arsimit të lartë	2.312	3.810	65%	7%

Burimi: Horwath HTL, 2024

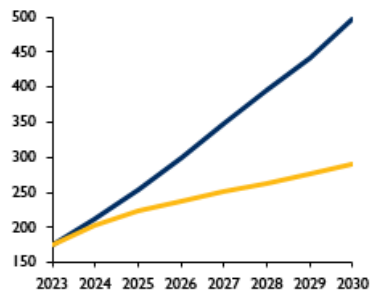
2.1.2 Krahasimi i treguesve sasiorë të skenarit të Status quo-së dhe të skenarit të zhvillimit të qëndrueshëm

NUMRI I SHTRETËRVE, 2023–2030

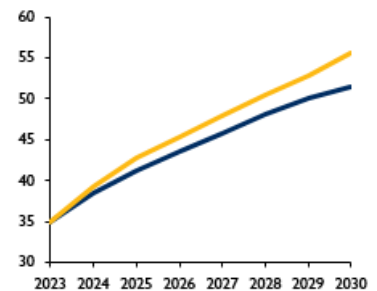
Numri i shtretërve në hotele, në mijë



Numri i shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër, në mijë



Numri i shtretërve përtej strukturave akomoduese, në mijë

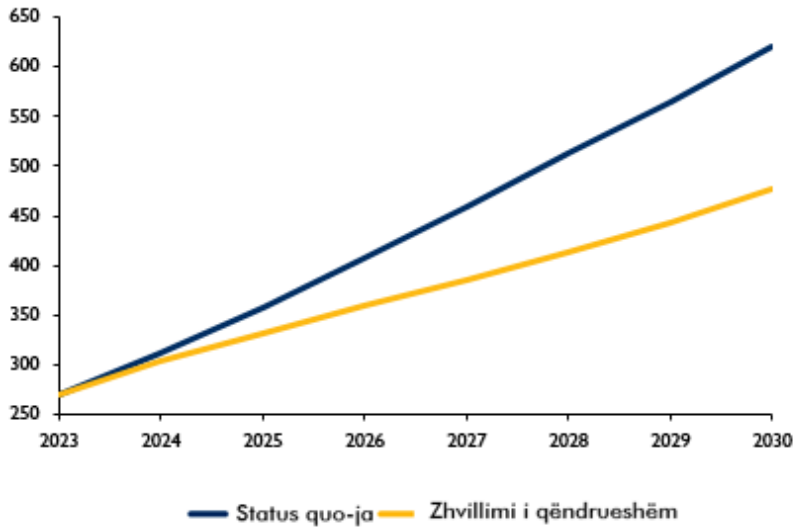


— Status quo-ja — Zhvillimi i qëndrueshëm

Burimi: Horwath HTL, 2024

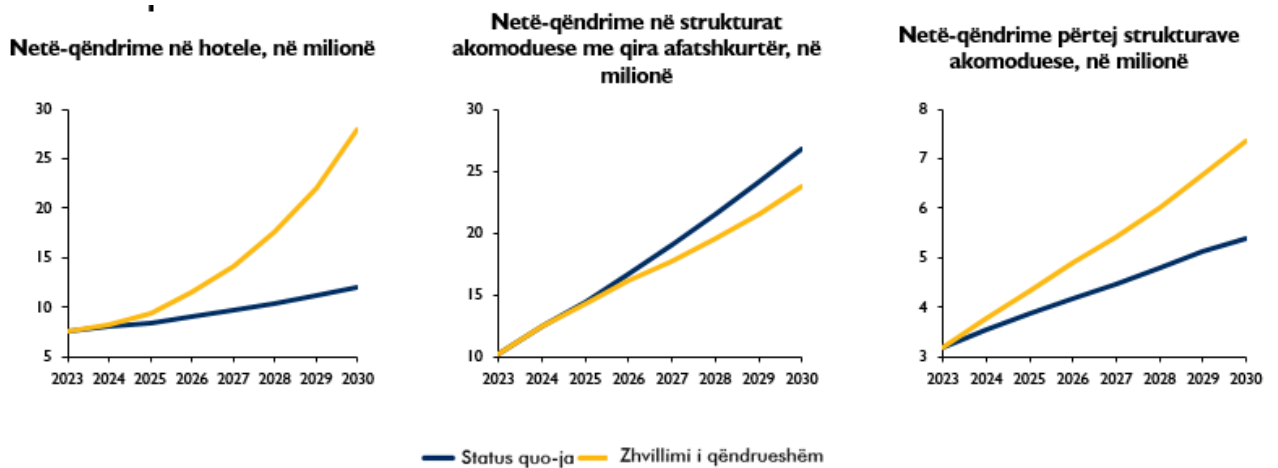
NUMRI TOTAL I SHTRETËRVE, 2023–2030

Numri total i shtretërve, në mijë



Burimi: Horwath HTL, 2024

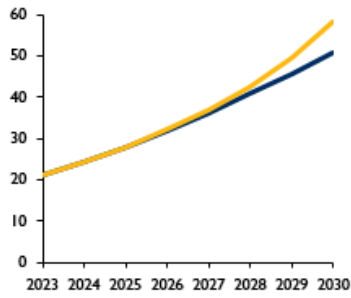
NETË-QËNDRIME NË STRUKTURAT AKOMODUESE TREGTARE, 2023–2030



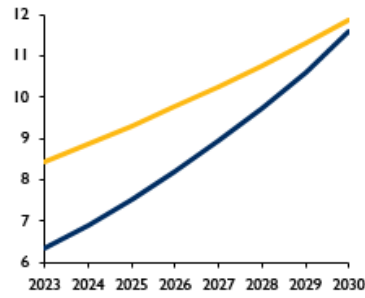
Burimi: Horwath HTL, 2024

TOTALI I NETË-QËNDRIMEVE, 2023–2030

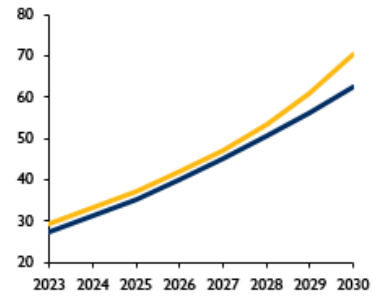
Totali i netë-qëndrimeve në strukturat akomoduese tregtare, në milionë



Totali i netë-qëndrimeve në strukturat akomoduese jotregtare, në milionë



Totali i netë-qëndrimeve, në milionë

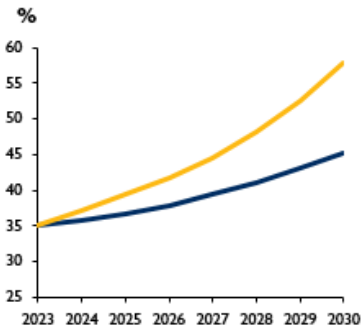


— Status quo-ja — Zhvillimi i qëndrueshëm

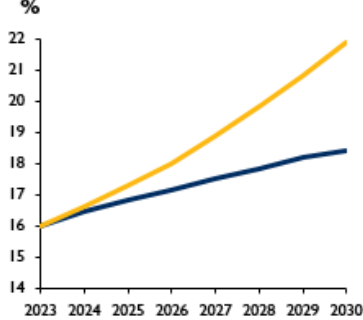
Burimi: Horwath HTL, 2024

OKUPANCA, 2023–2030

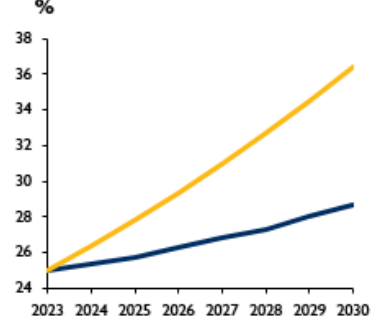
Okupanca e shtretërve në hotele



Okupanca e shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër



Okupanca mesatare vjetore e shtretërve



— Status quo-ja — Zhvillimi i qëndrueshëm

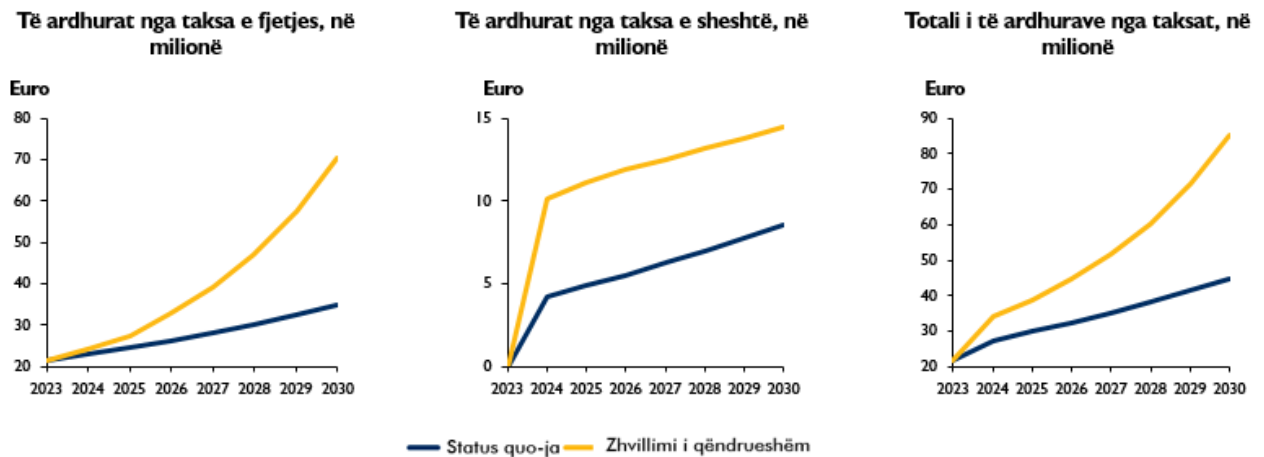
Burimi: Horwath HTL, 2024

KOHËZGJATJA MESATARE E QËNDRIMIT, 2023–2030



Burimi: Horwath HTL, 2024

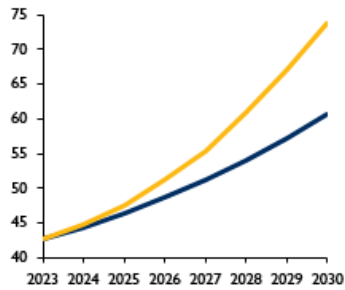
TË ARDHURAT NGA TAKSAT, 2023–2030



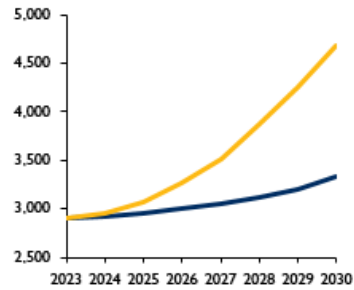
Burimi: Horwath HTL, 2024

PUNËSIMI DHE ARSIMI, 2023–2030

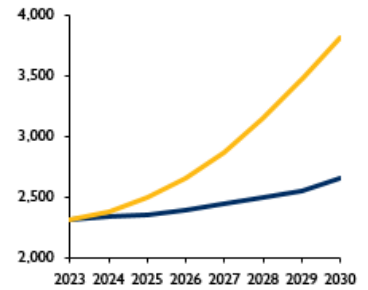
Numri i të punësuarve në turizëm, në mijë



Numri i studentëve në degët e turizmit në shkollat profesionale publike



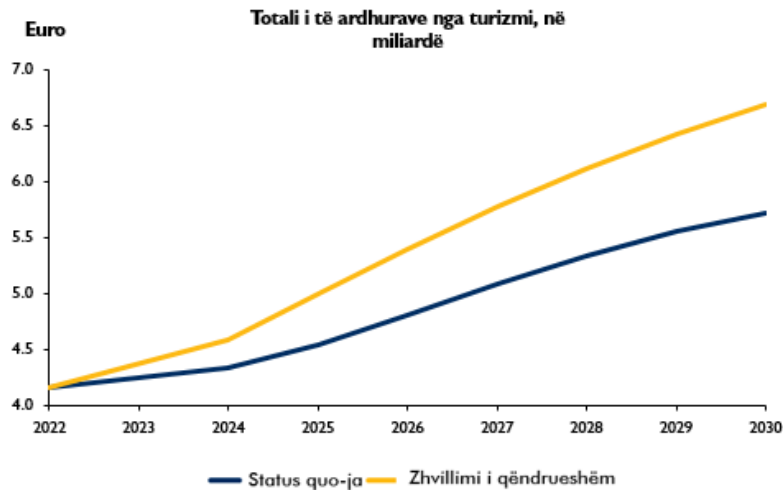
Numri total i studentëve të hotelerit-turizmit në institucionet e arsimit të lartë



— Status quo-ja — Zhvillimi i qëndrueshëm

Burimi: Horwath HTL, 2024

TOTALI I TË ARDHURAVE NGA TURIZMI, 2023–2030



Burimi: Horwath HTL, 2024

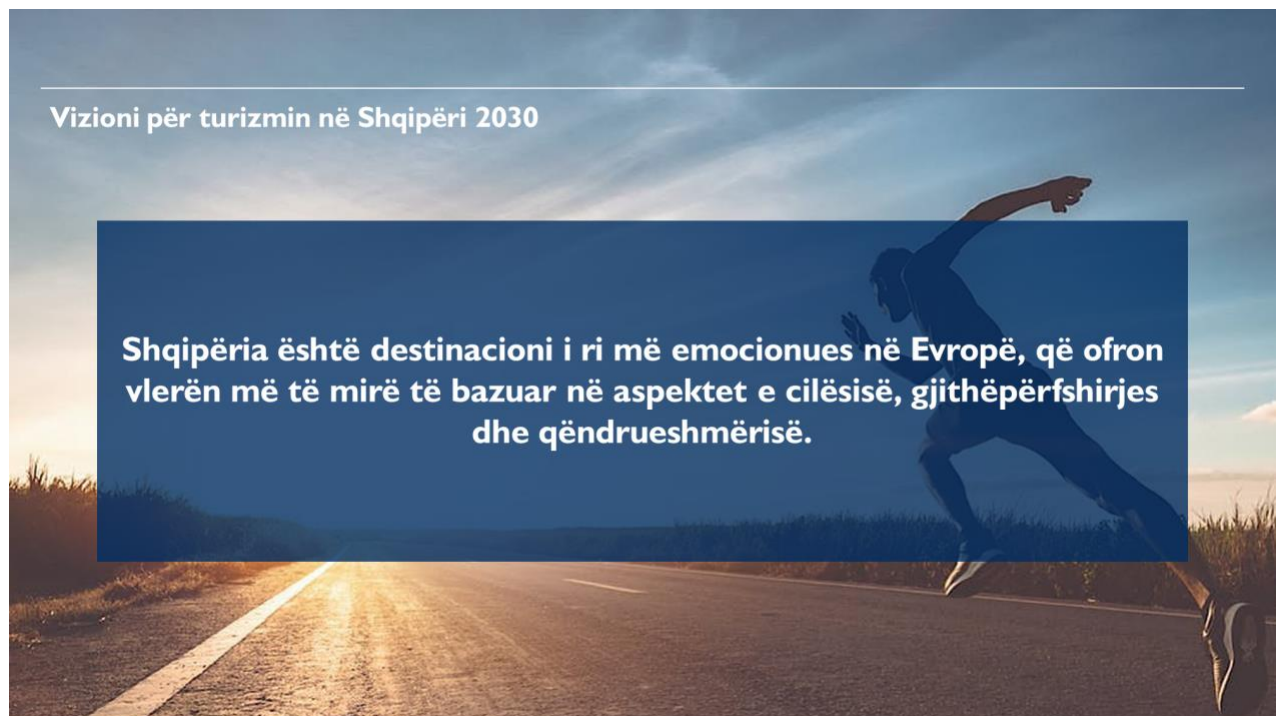
2.1.3 Konkluzionet dhe implikimet kryesore

Skenari i Zhvillimit të Qëndrueshëm propozon një model të rritjes së qëndrueshme që kushtëzohet nga reforma të rëndësishme në menaxhimin e turizmit. Ai i jep përparësi qëndrueshmërisë afatgjatë, çka do të thotë se sektori i turizmit duhet t'i nënshtrohet disa ndryshimeve, ku përfshihen zhvillimi i një kuadri të ri rregullator, ripërcaktimi i sistemit të menaxhimit të destinacioneve, përcaktimi i qartë i përgjegjësive dhe miratimi i metodave të reja të menaxhimit për të monitoruar treguesit e performancës në mënyrë efektive. Kjo qasje nuk e sheh zhvillimin e qëndrueshëm si një pengesë, por si një bazë thelbësore për rritje në të ardhmen, duke e vënë theksin te nevoja për një strategji sistematike dhe të zbatuar plotësisht në të gjitha nivelet e menaxhimit të turizmit, me qëllim garantimin e zhvillimit të balancuar dhe të qëndrueshëm në aspektet ekonomike, sociale dhe mjedisore. Ministria e Turizmit dhe Mjedisit ka zgjedhur qartësisht skenarin e zhvillimit të qëndrueshëm si e vetmja rrugë drejt progresit në të ardhmen.

2.2 VIZIONI STRATEGJIK DHE POZICIONIMI

2.2.1 Vizioni strategjik

Bazuar në projeksionet për vitin 2030, është zhvilluar vizioni për turizmin në Shqipëri, i cili përcakton objektivat për shtatë vitet e ardhshme. Ky vizion përbën themelin mbi bazën e të cilit do të ndërtohen dhe harmonizohen të gjitha nismat strategjike dhe thekson nevojën e menjëhershme për transformim strategjik për të ndërtuar një sektor më të begatë. Vizioni strategjik i turizmit në Shqipëri është një deklaratë e brendshme dhe aspiruese për të gjitha grupet e interesit në industrinë e turizmit në Shqipëri. Synimi i saj nuk është komunikimi i drejtpërdrejtë me turistët, por të shërbejë si një slogan i shkurtër dhe aspirues që ngulitet në mendjet dhe veprimet e të gjitha grupeve të interesit në sektorin e turizmit në Shqipëri.



Burimi: Horwath HTL, 2024

Bazat e Vizionit 2030:

- 1. Destinacioni më emocionues dhe i ri në Evropë** – Shqipëria, edhe pse një vend në zhvillim, po njihet me shpejtësi si destinacioni i ri më atraktiv në Evropë, duke tërhequr vizitorët me sharmin e saj ekzotik dhe peizazhet e paeksploruara.
- 2. Raporti më i mirë kosto-përfitim** – Shqipëria synon të ofrojë përvoja të pakrahasueshme me çmime konkurruese, duke u siguruar që turistët të marrin shërbime të shkëlqyera dhe përvoja autentike që tejkalojnë pritshmëritë e tyre, si dhe të ofrojë raportin më të mirë kosto-përfitim ndër të gjitha destinacionet evropiane.
- 3. Cilësia** – Fokusi te cilësia thekson përkushtimin e Shqipërisë ndaj standardeve të larta në të gjitha aspektet e turizmit, duke filluar nga akomodimet dhe shërbimet e deri te përvojat unike kulturore dhe natyrore. Gjithashtu, ai nxjerr në pah vendosmërinë e grupeve të interesit në sektorin e turizmit për të përmirësuar kapacitetet e brendshme dhe për të rritur cilësinë në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit.

4. **Gjithëpërfshirja** – Shqipëria është e vendosur ta bëjë turizmin e saj të aksesueshëm për të gjithë, duke krijuar një mjedis ku vizitorë të ndryshëm ndihen të mirëpritur, të vlerësuar dhe pjesë e komunitetit.
5. **Qëndrueshmëria** – Shqipëria është e përkushtuar në ruajtjen e trashëgimisë së saj natyrore dhe kulturore për brezat e ardhshëm, duke promovuar zhvillimin e përgjegjshëm të turizmit dhe të praktikave që minimizojnë ndikimin mjedisor dhe që mbështesin komunitetet vendase.

2.2.2 Pozicionimi

Në përputhje me vizionin strategjik të zhvilluar rishtazi, u përcaktua gjithashtu pozicionimi përkatës në treg, i cili synon të ndërtojë imazhin e dëshiruar në tregun e turizmit, si dhe në sytë e turistëve dhe partnerëve të biznesit, brenda vitit 2030. Ky vizion dhe pozicionim janë të lidhur qenësisht dhe krijojnë vlerë të shtuar nga njëri-tjetri.

Megjithatë, fokusi i vizionit është në aspektet e brendshme dhe përshkruan objektivat për vitin 2030, ndërsa pozicionimi i tregut fokusohet në aspektet e jashtme dhe përshkruan imazhin e dëshiruar të Shqipërisë si një destinacion turistik në sytë e audiencës globale.

Pozicionimi në treg 2030

Deklarata e pozicionimit

Shqipëria, me **peizazhet e saj natyrore të mrekullueshme, pasurinë e larmishme kulturore dhe banorët mikpritës, ofron një raport të pakrahasueshëm kosto-përfitim**. Shqipëria plotëson **dëshirat e larmishme të vizitorëve, si të atyre që udhëtojnë për qëllime biznesi, ashtu dhe të atyre që udhëtojnë për qëllime dëfrimi**, duke i dhënë përparësi **qëndrueshmërisë për të garantuar një eksplorim cilësor, autentik dhe të përgjegjshëm që tejkalon vazhdimisht pritshmëritë**.

Slogani

Shqipëria - jo vetëm një destinacion, por një zbulim.

Burimi: Horwath HTL, 2024

Bazat e pozicionimit:

1. **Kultura, Natyra dhe Mikpritja janë gurët e themelit** - Oferta turistike në Shqipëri, në thelb, ngrihet mbi tri shtylla: kultura e saj dinamike, peizazhet mahnitëse natyrore dhe mikpritja e jashtëzakonshme e popullsisë vendase. Këta elementë nuk njihen vetëm nga turistët, por edhe nga grupet e interesit në sektorin publik dhe privat, si tiparet dalluese që e veçojnë Shqipërinë nga destinacionet e tjera. Ndërthurja e trashëgimisë së pasur kulturore dhe e bukurisë natyrore, shoqëruar me ngrohtësinë dhe shpirtin mikpritës të shqiptarëve, krijon një alternativë tejet tërheqëse. Synimi është që këto pasuri të përmirësohen më tej për të zhvilluar një ofertë turistike që nuk është thjesht tërheqëse, por edhe thellësisht përmbushëse për vizitorët.
2. **Alternativë me vlerë të pakrahasueshme** - Një nga avantazhet kryesore konkurruese të Shqipërisë në tregun e turizmit është se Shqipëria ofron një alternativë me vlerë superiore. Vendi ofron një sërë

produktesh dhe përvojash të cilësisë së lartë që u përshtaten një game të gjerë preferencash dhe buxhetesh, duke e kthyer vendin në një destinacion kryesor në rajon në aspektin e kosto-përfitimit. Ky aspekt është vendimtar në tërheqjen e vizitorëve që kërkojnë përvoja kuptimplota dhe autentike pa shpenzime të tepërta. Angazhimi i Shqipërisë për të ofruar përvoja të aksesueshme dhe njëkohësisht pasuruese, e bën atë edhe më tërheqëse për një audiencë të gjerë vizitorësh.

3. ***Për vizitorët që udhëtojnë për qëllime biznesi dhe ata që udhëtojnë për qëllime dëfrimi*** - Pozicioni i Shqipërisë në treg nxjerr në pah faktin që Shqipëria është një destinacion me shumë segmente, tërheqës për një gamë të gjerë të interesave dhe preferencave të vizitorëve. Pavarësisht nëse vizitorët kanë ardhur për aktivitete zbavitëse, si për shembull, aventurë, kulturë, relaksim, përvoja kulinare, apo për angazhime biznesi, Shqipëria ofron një larmi produktesh dhe përvojash që plotësojnë nevojat e tyre. Vendi bën gjithashtu përpjekje për diversifikim të segmenteve dhe ofertave të tregut të tij, për t'iu përshtatur stileve dhe preferencave të ndryshme të udhëtarëve, nga entuziastët e turizmit aktiv në natyrë e deri tek ata që janë në kërkim të njohurive kulturore, eventeve të biznesit dhe përvojave luksoze të udhëtimit.
4. ***Angazhimi ndaj turizmit të qëndrueshëm*** – Parimi i zhvillimit të qëndrueshëm është thelbësor për pozicionimin e Shqipërisë në treg. Fokusi është te krijimi i një sektori turistik që rritet në harmoni me mjedisin dhe komunitetet vendase. Ky angazhim ndaj qëndrueshmërisë përfshin minimizimin e ndikimeve negative në mjedis, shoqëri dhe ekonomi, duke ruajtur dhe vlerësuar njëkohësisht identitetin unik, si dhe burimet natyrore dhe kulturore të Shqipërisë. Duke i dhënë përparësi praktikave të qëndrueshme, Shqipëria synon të garantojë zhvillimin e turizmit në një mënyrë të përgjegjshme dhe etike që sjell përfitime si për vizitorët po ashtu dhe për banorët vendas.
5. ***Eksplorim autentik, i përgjegjshëm dhe me cilësi të lartë*** – Shqipëria është pozicionuar për t'iu përgjigjur kërkesës në rritje për përvoja udhëtimi gjithëpërfshirëse dhe etike. Për këtë arsye, strategjia e turizmit e Shqipërisë parashikon ofrimin e shërbimeve me cilësi të lartë që përfaqësojnë në mënyrë autentike pasuritë kulturore dhe natyrore të vendit, të cilat janë tërheqëse për udhëtarët që preferojnë qëndrueshmërinë dhe përvojat reale dhe jo thjesht soditjen e peizazheve.
6. ***Tejkalimi i vazhdueshëm i pritshmërive*** – Shqipëria synon të tejkalojë vazhdimisht pritshmëritë e ndryshme të vizitorëve, duke rinovuar dhe përmirësuar vazhdimisht përvojën e turistëve, si dhe duke u siguruar që çdo herë të ofrojë diçka të re, emocionuese dhe që tejkalon imagjinatën e vizitorëve. Ky angazhim jo vetëm që e plotëson, por edhe e tejkalon kërkesën për mundësi unike dhe pasuruese gjatë udhëtimit, duke e pozicionuar Shqipërinë si një destinacion modern në tregun konkurrues të turizmit global.
7. ***Jo vetëm një destinacion, por një zbulim*** — Krahas zhvillimit të produkteve të specializuara turistike, Shqipëria nuk do të jetë thjesht një destinacion, por një zbulim, duke ofruar një aventurë po aq të larmishme dhe dinamike sa vetë peizazhi. Kjo përpjekje pritet të rrisë reputacionin e Shqipërisë si një destinacion kryesor për t'iu vizituar, duke e bërë atë një pjesë thelbësore të përvojës së udhëtimit në Evropë.

2.3 SYNIMET E RITJES

Ministria e Turizmit dhe Mjedisit ka përcaktuar një skenar zhvillimi që përputhet me vizionin dhe pozicionimin e Shqipërisë, duke shërbyer si bazë për vendosjen e synimeve sasiore (numerike) dhe cilësore (përshkruese) të rritjes, për të përcaktuar treguesit kryesorë më të rëndësishëm që Shqipëria synon të arrijë deri në vitin 2030.

Këto synime janë shumëdimensionale dhe e vënë theksin jo vetëm tek synimet numerike, por edhe te përkushtimi ndaj zhvillimit të qëndrueshëm, suksesit ekonomik dhe rritjes së mirëqenies së të gjithë qytetarëve. Duke i analizuar në detaje këto objektiva, mund të shohim se synimet e rritjes përshkruajnë në detaje drejtimin strategjik që duhet të ndjekë Shqipëria për të shpalosur potencialin e saj dhe për të siguruar një zhvillim të suksesshëm të industrisë së turizmit.

2.3.1 Synimet sasiore të rritjes

Bazuar në supozimet e ngritura në skenarin e zhvillimit të qëndrueshëm, u vendosën synimet sasiore të rritjes që synohen të arrihen deri në vitin 2030.

1. OFERTA E TURIZMIT

- Gjatë pesë viteve të fundit, numri i shtretërve është rritur në mënyrë të vazhdueshme, duke arritur në rreth 270.000 në vitin 2023, ndërkohë që pritet një rritje e mëtejshme. Kapaciteti total i shtretërve parashikohet të rritet me një normë të përbërë rritjeje vjetore (CAGR) prej 8%, **duke arritur në 477.414 shtretër brenda shtatë vitesh**;
- Kontrolli më i rreptë i strukturave akomoduese me qira afatshkurtër dhe rregullimi më i mirë i zhvillimeve të reja në fushën e hotelerisë, si resortet e shfrytëzimit të miksuar, do të mundësojnë **një rritje më të shpejtë të kapaciteteve hoteliere me një CAGR prej 12%**. Nga ana tjetër, **numri i shtretërve në strukturat akomoduese me qira afatshkurtër parashikohet të rritet me një normë më të ngadaltë CAGR-je prej 7%**, e cila përputhet me parashikimet për rritjen e numrit të shtretërve përtej strukturave akomoduese;
- Deri në vitin 2030, **kapaciteti i shtretërve në hotele** pritet të rritet në masën **28% të tregut** ndërsa në vitin 2023 kjo shifër ishte përlogaritur në rreth 22%. Në krahun tjetër, **strukturat akomoduese me qira afatshkurtër** dhe kategoritë e tjera do të **regjistrojnë rënie të pjesës së tregut, përkatësisht 61% dhe 12%, nga 65% dhe 13%**.

2. KËRKESA PËR TURIZËM

- Diversifikimi i motiveve të ardhjes në Shqipëri, i shoqëruar nga zhvillimi i mëtejshëm i produkteve dhe eksperiencave turistike, do të zvogëlojë përqindjen e netqëndrimeve gjatë sezonit të pikut veror (qershor – shtator). Parashikohet që deri në vitin 2030, **netqëndrimet jashtë sezonit të pikut** do të përbëjnë afërsisht **35% të totalit të netë-qëndrimeve të regjistruara**;
- Norma aktuale mesatare vjetore e okupancës së shtretërve në të gjitha strukturat akomoduese është afërsisht 21%. Me rritjen e kërkesës, zhvillimin e vazhdueshëm të produkteve dhe eksperiencave turistike gjatë gjithë vitit dhe përmirësimin e ofertës së turizmit, parashikohet që **okupanca mesatare vjetore e shtretërve do të rritet në 34%** deri në vitin 2030;
- Kohëzgjatja mesatare aktuale e qëndrimit vlerësohet të jetë 4,8 net. Falë një game më tërheqëse dhe konkurruese të produkteve dhe eksperiencave turistike që synojnë inkurajimin e qëndrimeve më të gjata, si dhe falë krijimit të motiveve të reja për të vizituar vendin, **kohëzgjatja mesatare e qëndrimit pritet të rritet në 6,0 net**.

3. TË ARDHURAT NGA TAKSAT

- Duke marrë parasysh që sistemi i taksimit për sektorin e turizmit aktualisht bazohet në taksën e fjetjes, e cila zbatohet vetëm për kapacitetet e regjistruara në Drejtorinë e Përgjithshme të Tatimeve (DPT), të cilat janë kryesisht kapacitete hotelerie, vlerësohet se të ardhurat totale nga kjo taksë janë afërsisht 21,6 milionë euro. Me zbatimin e një sistemi **të rishikuar të mbledhjes së taksës së turizmit, duke përfshirë një taksë të sheshtë**, parashikohet që **të ardhurat totale nga taksat e turizmit të arrijnë në 85,1 milionë euro** deri në vitin 2030.

4. PUNËSIMI DHE ARSIMI

- Ministria e Arsimit dhe Sportit raporton se ka 2900 nxënës të regjistruar në programet e hoteleri-turizmit në shkollat publike profesionale dhe 2312 studentë që ndjekin studime të ngjashme në institucionet e arsimit të lartë. Planet për përmirësimin e kurrikulës synojnë të harmonizojnë më mirë këto programe arsimore me kërkesat aktuale të sektorit të turizmit. Parashikohet se këto përmirësime do të rrisin numrin total **të studentëve në shkollat publike profesionale, përkatësisht në nxënës studentë**, si dhe **të studentëve në institucionet e arsimit të lartë, përkatësisht në 3810 studentë**;
- Në vitin 2023, INSTAT raportoi se kishte 42 698 individë të punësuar drejtpërdrejtë në sektorin e turizmit. Nisur nga rritja e kërkesës për shërbime turistike, rritja e numrit të studentëve që ndjekin arsimin për hoteleri-turizëm, si dhe dëshira në rritje për të punuar në këtë sektor, parashikohet që deri në vitin 2030, **numri i të punësuarve në industrinë e turizmit në Shqipëri do të arrijë në 73 778 persona**, duke reflektuar një rritje të përgjithshme të sektorit të turizmit.

5. TË ARDHURAT NGA TURIZMI

- Bazuar në të dhënat e Bankës së Shqipërisë, totali i të ardhurave nga turizmi për vitin 2023 është përlllogaritur në 4,16 miliardë euro. Kjo shifër pritet të arrijë në **6,7 miliardë euro deri në vitin 2030**. Kjo rritje e parashikuar i atribuohet rritjes së kërkesës dhe është në përputhje me tendencat më të gjera globale të udhëtimit. Ajo pasqyron gjithashtu zhvillimin e vazhdueshëm ekonomik të Shqipërisë dhe përpjekjet strategjike që po bëhen për të përmirësuar sektorin e turizmit.

2.3.2 Synimet cilësore të rritjes

Përveç synimeve sasiore, kjo Strategjia Kombëtare e Turizmit përcakton objektiva cilësorë të detajuar që synojnë zhvillimin e sektorit të turizmit deri në vitin 2030. Këto objektiva e vënë theksin te cilësia dhe natyra e rezultateve, duke shkuar përtej numrave. Fokusi është te praktikatat e qëndrueshme, ofertat krijuese dhe strategjitë gjithëpërfshirëse që do të rrisin avantazhin konkurrues të sektorit të turizmit në Shqipëri.

SYNIMET CILËSORE TË RITJES 2030

1	Prezantimi i produkteve dhe përvojave të reja	2	Rritja e ndërgjegjësimit mbi markën e turizmit kombëtar	3	Përshtatja e kuadrit rregullator duke e vënë fuqimisht theksin te zbatimi i tij
4	Përmirësimi i sistemit të menaxhimit të destinacioneve	5	Përmirësimi i sistemit të marketingut të destinacioneve	6	Valorizimi i qëndrueshëm i burimeve kulturore dhe natyrore
7	Përdorimi strategjik i hapësirës për të nxitur zgjerimin e qëndrueshëm të turizmit	8	Bashkëpunim ndërsektorial	9	Rritja e gjithëpërfshirjes, aksesueshmërisë dhe larmishmërisë në sektorin e turizmit

Burimi: Horwath HTL, 2024

- 1. Prezantimi i produkteve dhe përvojave të reja** synon diversifikimin e ofertave të turizmit përtej produkteve tradicionale të diellit dhe plazhit, duke përfshirë përvoja që tërheqin vizitorët gjatë gjithë vitit, përbushin interesa të ndryshme dhe inkurajojnë qëndrime më të gjata, si p.sh., turizmi kulturor, detar, aktiv në natyrë, pushimi në qytet etj. Ky synim fokusohet në një shpërndarje më të barabartë të përfitimeve ekonomike nga turizmi në stinë dhe vendndodhje të ndryshme, duke rritur ndjeshëm qëndrueshmërinë e sektorit të turizmit.
- 2. Objektivi i rritjes së ndërgjegjësimit mbi markën kombëtare** është të forcojë imazhin e Shqipërisë duke i dhënë një pamje të re markës së turizmit për të pasqyruar atributet unike dhe vlerat identifikuese të vendit, me synimin për ta pozicionuar Shqipërinë si një markë frymëzuese dhe të vlerësuar në tregun ndërkombëtar të turizmit deri në vitin 2030.
- 3. Përmirësimi i kuadrit rregullator**, me fokus në **zbatimin praktik të tij**, përfshin reformimin e ligjeve dhe akteve nënligjore që rregullojnë aktivitetet e lidhura me turizmin. Ky synim kërkon një përpjekje të posaçme dhe të vazhdueshme për t'i zbatuar këto reforma në mënyrë efektive. Qëllimi është të luftohen problematika të tilla si ekonomia informale, mungesa e transparencës dhe trajtimi i padrejtë i grupeve të interesit në sektorin e turizmit.
- 4. Përmirësimi i sistemit të menaxhimit të destinacioneve** deri në vitin 2030, synon të krijojë një strukturë organizative më konkurruese dhe efikase në sistemin e Organizatës së Menaxhimit të Destinacionit (OMD), duke u fokusuar në një ndarje efektive të përgjegjësisë dhe proceseve organizative në të gjitha nivelet - kombëtare, rajonale dhe lokale.
- 5. Qëllimi i përmirësimit të sistemit të marketingut të destinacioneve** është krijimi i një kuadri marketingu praktik dhe proaktiv që mundëson zhvillimin e përmbytjeve inovative dhe promovimin me sukses të Shqipërisë në skenën e turizmit ndërkombëtar. Nëpërmjet një strategjie të re marketingu, ky sistem duhet të shfrytëzohet në mënyrë më efektive mundësitë e favorshme për të promovuar identitetin unik të Shqipërisë që pasqyron segmentet e synuara.
- 6. Valorizimi i qëndrueshëm i burimeve kulturore dhe natyrore** synon të përmirësojë atraksionet ekzistuese turistike, duke u fokusuar veçanërisht në atraksionet natyrore dhe kulturore të pashfrytëzuara përtej zonave bregdetare. Kjo përfshin miratimin e një qasjeje të mbrojtjes në mënyrë inteligjente që përpiqet të arrijë një ekuilibër midis aspekteve të qëndrueshmërisë ekonomike, sociale dhe mjedisore.
- 7. Shfrytëzimi strategjik i hapësirës për të nxitur zgjerimin e qëndrueshëm të turizmit** përfshin planifikimin dhe menaxhimin e kujdesshëm të projekteve të reja zhvillimore për të garantuar që rritja e turizmit të shoqërohet nga aspektet e qëndrueshmërisë mjedisore, realizueshmërisë ekonomike dhe barazisë sociale. Kjo qasje synon të shpërndajë aktivitetet turistike dhe projektet e reja në mënyrë më

të barabartë nëpër rajone, duke reduktuar presionin në zonat e mbivizituara, si dhe duke përmirësuar përvojën e vizitorëve duke ruajtur në të njëjtën kohë burimet natyrore dhe kulturore.

- 8. Bashkëpunimi ndërsektorial** synon të ngrejë partneritete në industri të ndryshme. Kjo qasje fokusohet veçanërisht në bashkëpunimin me ministri të ndryshme të qeverisë për të hartuar një strategji të unifikuar për zhvillimin e turizmit. Duke vepruar në këtë mënyrë, mundësohet përdorimi i një game të gjerë burimesh dhe ekspertize siç mund të jenë bashkëpunimet me Ministrinë e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, Ministrinë e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit, Ministrinë e Arsimit dhe Sportit dhe Ministrinë e Infrastrukturës dhe Energjisë etj.
- 9. Rritja e gjithëpërfshirjes, aksesueshmërisë dhe diversitetit në sektorin e turizmit** synon të sigurojë që eksperiencat turistike të jenë të hapura për të gjithë, pavarësisht nga aftësia fizike, prejardhja ose rrethanat personale. Kjo qasje fokusohet në krijimin e një tabloje turistike më të barabartë dhe të larmishme që përqafon dallimet dhe ofron përvoja përmëshuese për një audiencë më të gjerë.

2.3.3 Qëllimi gjithëpërfshirës – Rezultati i Promovimit Neto (NPS)

Duke qenë se Shqipëria është ende në fazat fillestare të zhvillimit të sektorit të saj të turizmit dhe po e pozicionon gradualisht veten si një konkurrente e denjë në tregun global të turizmit, ekziston një nevojë kritike për të matur vazhdimisht mënyrën se si perceptohet vendi nga vizitorët e huaj. Është tejet e rëndësishme që të kuptohet ky perceptim, pasi ndikon drejtpërdrejt në aftësinë e Shqipërisë për të tërhequr turistë dhe për të konkurruar në skenën globale të turizmit. Një metodë efektive për të vlerësuar këtë perceptim është përmes Rezultatit të Promovimit Neto (NPS). NPS shërben si një mjet i vlefshëm në matjen e gatishmërisë së turistëve për ta rekomanduar Shqipërinë si një destinacion udhëtimi tek të tjerët, duke ofruar kështu të dhëna mbi atraktivitetin turistik të vendit dhe fushat që duhet të përmirësohen. Ky cikël i vazhdueshëm i dhënies së përshtypjeve është thelbësor për Shqipërinë në mënyrë që të përmirësojë ofertën e saj turistike dhe të rrisë konkurrencën në tablonë ndërkombëtare të turizmit.

Bazuar në sa më sipër, synohet **të arrihet dhe të ruhet një nivel NPS-je prej 40 ose më të lartë në Shqipëri**. Për të përcaktuar NPS-në, turistëve u bëhet një pyetje e drejtpërdrejtë:

“Në një shkallë nga 0 deri në 10, sa gjasa keni t’ia rekomandoni Shqipërinë një miku apo kolegu?”

Përgjigjet i kategorizojnë të anketuarit në tre grupe:

- KRITIKUESIT** – ata që i vlerësojnë gjasat për ta rekomanduar vendin nga 0 deri në 6.
- PASIVËT** – ata që e vlerësojnë mes 7 dhe 8.
- PROMOVUESIT** – ata që japin vlerësimin nga 9 deri në 10

NPS-ja më pas llogaritet duke zbritur përqindjen e kritikuesve nga përqindja e promovuesve. Kjo metodë ofron një njësi matëse të qartë për të kuptuar kënaqësinë e klientit ose të vizitorit dhe mundësinë e promovimit verbal.

VLERA E REZULTATIT TË PROMOVIMIT NETO



Burimi: Horwath HTL, 2024

Për të pasur një nivel NPS-je prej 40 ose më të lartë, çka është një tregues që garanton se turistët janë të kënaqur me një destinacion, është thelbësore që të ofrohen produkte dhe përvoja me cilësi të lartë në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit. Në komponentët kritikë të identifikuar përfshihen:

- Ofrimi i **produkteve turistike me vlerë të shtuar të lartë** që plotësojnë një **gamë të gjerë interesash dhe preferencash**. Këtu përfshihen aktivitetet kulturore, natyrore, gastronomike, aktivitetet në natyrë dhe aktivitete të tjera zbavitëse;
- Duke pasur parasysh tendencën në rritje për produkte dhe përvoja vendase dhe autoktone, është thelbësore **përfshirja e aktiviteteve në komunitet** në zhvillimin e produkteve turistike. Kjo qasje nxit përvojat e personalizuara dhe autentike për vizitorët, duke rritur kënaqësinë e tyre të përgjithshme;
- **Përmirësimi i cilësisë së shërbimeve të ofruara** kërkon rritjen e mëtejshme të konkurrueshmërisë së forcës punëtore në sektorin e turizmit. Kjo mund të arrihet përmes edukimit, seminareve dhe trajnimeve të synuara që kanë për qëllim të sigurojnë shërbime të veçanta në çdo fazë të udhëtimit të vizitorit;
- Një strategji kryesore për promovimin e një destinacioni dhe arritjen e një NPS-je prej 40 ose më të lartë është të **shfrytëzohet marketingu në mënyrë efektive**. Krijimi i një rrjeti të fuqishëm të **ambasadorëve të destinacioneve**, ose të vizitorëve që ndajnë përvojat e tyre pozitive, mund të ndikojë ndjeshëm në perceptimin rreth një destinacioni. Ndarja e historive ndihmon në promovimin e përvojave pozitive dhe në ruajtjen e një NPS-je të lartë.

Matja e NPS-së në mënyrë periodike dhe vjetore, si dhe në një mënyrë që të përfshijë vizitorët e Shqipërisë gjatë gjithë vitit, është thelbësore për të kuptuar perceptimin e vizitorëve rreth ofertave turistike në Shqipëri. Rrjedhimisht, Shqipëria duhet të angazhohet në kryerjen e studimeve periodike mbi perceptimet dhe përvojat e vizitorëve. Kjo do t'u mundësonte politikëbërësve në nivel kombëtar, menaxherëve të destinacioneve, promovuesve të destinacioneve, administratave lokale dhe grupeve të interesit të sektorit privat që të punojnë me efikasitet drejt krijimit të një sektori turistik konkurrues dhe të qëndrueshëm në Shqipëri.

2.4 KLASTERIZIMI I TURIZMIT DHE PRODUKTET PARËSORE TURISTIKE

Fokusi parësor i klasterizimit të turizmit përfshin identifikimin e zonave më të mëdha gjeografike që kanë disa veçori të përbashkëta (në lidhje me përvojën, gjeo-morfologjinë etj.), në të cilat janë të përqendruara, ose duhet të zhvillohen në të ardhmen, një sërë produktesh, aktiviteteesh, eksperiencash, atraksionesh dhe infrastrukturash turistike të krahasueshme ose të ngjashme. Për këtë arsye, janë identifikuar gjashtë klastera të turizmit:

1. Klasteri i bregdetit të Adriatikut
2. Klasteri verior i brendshëm
3. Klasteri i qytetit të Tiranës
4. Klasteri qendror
5. Klasteri i bregdetit të Jonit
6. Klasteri jugor i brendshëm

PAMJE E PËRGJITHSHME E KLASTERAVE TË TURIZMIT



Burimi: Horwath HTL, 2024

Krahas identifikimit të klasterave të turizmit, është bërë gjithashtu përcaktimi i një grupi gjithëpërfshirës variablash për çdo klaster të identifikuar. Këto variabla ofrojnë një pamje të përgjithshme dhe cilësitë e detajuara të secilit klaster, duke përfshirë aspektet thelbësore si produktet turistike parësore dhe dytësore, burimet dhe atraksionet kyçe, si dhe përvojat kryesore të disponueshme për turistët.

2.4.1 Klasteri i bregdetit të Adriatikut



DESTINACIONET KRYESORE		BURIMET DHE ATRAKSIONET	
1	Velipoja	<ul style="list-style-type: none"> Lumi i Bunës Plazhi i Velipojës Plazhi i Spillesë Laguna e Vilunit Mali i Rencit Rana e Hedhun Plazhi i Shëngjinit Kalaja e Lezhës Lagunat e Kune-Vain-Tale Kepi i Rodonit Amfiteatri i Durrësit Muzeu Arkeologjik i Durrësit Muzeu i Skënderbeut në Krujë Pazari i Krujës Kalaja e Bashtovës Parku Kombëtar Divjakë-Karavasta Plazhet e Semanit dhe Darzezës Parku Arkeologjik i Apolonisë Parku Arkeologjik i Bylisit 	
2	Lezha		
3	Durrësi		
4	Kruja		
5	Fieri		
6	Kavaja		
7	Golemi		
PËRVOJAT KRYESORE			
<ol style="list-style-type: none"> Relaksim në bregdet (plazhe të virgjëra, ujëra të kristalta, peizazhe bregdetare, banja dielli, not, jetë nate dinamike, sporte ujore, relaksim...) Eksplorim kulturor (monumente historike, kala dhe fortesa mesjetare, rrënoja antike...) Aventura në fshat (turizëm ekologjik, ecje në natyrë, ecje, çiklizëm, degustim i verës, kuzhina lokale, kamping dhe piknik...) 			

Burimi: Horwath HTL, 2024

Klasteri i bregdetit të Adriatikut në Shqipëri është një zonë turistike e përvijuar në mënyrë të mirëmenuar që paraqet shumëllojshmërinë e pasur dhe bukurinë e zonave bregdetare veriore dhe qendrore të Shqipërisë përgjatë detit Adriatik. Ky klaster përfshin të gjithë zonën e bregdetit verior të Shqipërisë dhe shtrihet nga kufiri i vendit me Malin e Zi në veri, deri në grykëderdhjen e lumit Vjosa në pjesën qendrore të vendit. Ai përfshin zonat bregdetare të disa qarqeve: Shkodër, Lezhë, Tiranë, Durrës dhe Fier. Përcaktimi i këtij klasteri është domethënës pasi përfshin një shumëllojshmëri peizazhesh, nga plazhet e virgjëra deri te qytetet historike dhe zonat në pjesën e brendshme të territorit, duke ofruar një përvojë gjithëpërfshirëse të bregdetit të Adriatikut në Shqipëri.

Ky klaster ofron një qasje turistike shumëdimensionale, duke kombinuar pushimet tradicionale në plazh me përvojat kulturore, historike dhe ato në natyrë. Klasteri i bregdetit të Adriatikut ofron mundësinë e një eksplorimi më të thellë të peizazheve dhe trashëgimisë së larmishme të Shqipërisë, duke tërhequr një spektër më të gjerë vizitorësh. Kjo qasje jo vetëm që pasuron eksperiencën turistike, por gjithashtu inkurajon zhvillimin e qëndrueshëm dhe gjithëpërfshirës të turizmit, duke i shpërndarë përfitimet ekonomike edhe në zonat më rurale dhe më pak të zhvilluara.

PRODUKTET PARËSORE TURISTIKE:

DIELLI DHE PLAZHI



Vijat bregdetare që janë pjesë e këtij klasteri janë faktori kryesor i tërheqjes së shumë vizitorëve dhe ofrojnë mundësi të pafundme për banja dielli, not dhe sporte ujore, si dhe ambiente të mirëzhvilluara për turistët. Nga një këndvështrim afatgjatë, ky produkt do të përfaqësojë nxitësin më të fortë të kërkesës në këtë klaster.

Bazat e zhvillimit:

- Ky klaster, i cili përfshin sipërfaqen përgjatë detit Adriatik, ndodhet në një zonë kryesore bregdetare me plazhe të gjera që janë lehtësisht të aksesueshme nga qytetet kryesore të Shqipërisë dhe vendet fqinje;
- Klima mesdhetare e rajonit, e karakterizuar nga vera të nxehta dhe dimra të butë, krijon një mjedis ideal për aktivitete në plazh dhe relaksim në bregdet gjatë një pjese të madhe të vitit;

- Përtej turizmit të plazhit, ky klaster ofron një shumëllojshmëri sportesh ujore dhe aktivitete rekreative, si lundrimi me anije, sërfi me vela dhe zhytja, të cilat janë veprimtari tërheqëse për të pasionuarit pas aventurës dhe për familjet;
- Velipoja, e njohur për plazhet masive ranore dhe rezervatet natyrore, është një ndër pikat kyçe të këtij klasteri dhe ofron një kombinim të relaksimit dhe eksplorimit të natyrës;
- Një tjetër destinacion bregdetar është Shëngjini, i cili shquhet për vijën bregdetare piktoreske, atmosferën e gjallë verore dhe afërsinë me lagunën e Kune-Vainit;
- Si një nga qytetet më të mëdha dhe më të lashta të Shqipërisë, Durrësi krenohet gjithashtu me një sipërfaqe të konsiderueshme të plazheve ranore;
- Plazhi i Golemit në Shqipëri është i njohur për bregdetin e tij të gjatë ranor dhe ofron një mjedis idilik për plazh, not dhe sporte të ndryshme ujore;
- Plazhi i Gjeneralit është i famshëm për kombinimin unik të trashëgimisë historike dhe bukurisë natyrore, duke u ofruar vizitorëve një përvojë piktoreske të plazhit, si dhe mundësinë për të eksploruar trashëgiminë e Shqipërisë;
- Plazhet e Semanit dhe Darzezës që ndodhen në qarkun e Fierit dhe që shtrihen afërsisht 30 kilometra përgjatë bregdetit, ofrojnë potencial të konsiderueshëm për zhvillimin e infrastrukturës së turizmit të diellit dhe plazhit.

KULTURA



Zonat bregdetare dhe zonat përreth tyre, të cilat janë pjesë e këtij klasteri, janë të pasura me trashëgimi historike dhe kulturore dhe u ofrojnë vizitorëve një shans për të eksploruar rrënojat antike, kalatë mesjetare dhe qytetet historike si Lezha, Durrësi dhe Kruja. Kjo nënkupton se turizmi i diellit dhe plazhit pasurohet me mundësi për ekskursione kulturore.

Bazat e zhvillimit:

- Kruja, e cila ndodhet në një peizazh piktoresk malor, është e famshme për rëndësinë e saj historike, kalanë antike dhe Muzeun e Skënderbeut;
- Ky klaster përmban shumë site arkeologjike, si qyteti antik i Apolonisë pranë Fierit dhe amfiteatri romak në Durrës, të cilët tërheqin personat e apasionuar pas historisë;
- Gjatë gjithë vitit, në këtë klaster organizohen ngjarje dhe festivale të ndryshme kulturore që kremtojnë traditat, zanatet dhe muzikën vendase, duke u ofruar vizitorëve mundësinë që të kuptojnë më mirë kulturën vendase dhe jetën në komunitet.

AGROTURIZMI



Përtej plazheve, vendet e klasterit të bregdetit të Adriatikut plotësohen nga eksperiencat agroturistike që lidhin vizitorët me traditat dhe kuzhinën vendase dhe jetën rurale.

Bazat e zhvillimit:

- Zonat në brendësi të territorit karakterizohen nga peizazhe të mbushura me kodra, ullishte dhe vreshta, duke i bërë ato ideale për aktivitete bujqësore;
- Bujqësia shërben si një bazë për të prezantuar gastronominë vendase dhe produktet e freskëta, sezonale dhe organike, si vera, agrumet dhe vaji i ullirit, duke u lejuar vizitorëve të përjetojnë kuzhinën tradicionale shqiptare në fermat agroturistike;
- Fermat agroturistike u krijojnë mundësi vizitorëve që të përfshihen në aktivitete praktike si mbledhja e ullinjve, prodhimi i verës dhe kurset e gatimit, duke ofruar kështu përvoja autentike;

- Opsionet e akomodimit, duke përfshirë qëndrimet në fermat rurale dhe bujtinat autentike në brendësi të territorit, ofrojnë përvoja autentike.

PRODUKTET DYTËSORE TURISTIKE:

NATYRA



Edhe pse nuk renditet si arsyeja kryesore e turistëve për të vizituar vendin, turizmi në natyrë dhe turizmi ekologjik në klasterin e bregdetit të Adriatikut në Shqipëri ofrojnë një kombinim unik të bukurisë natyrore, ekosistemeve të shumëllojshme dhe aktiviteteve në natyrë. Ky klaster karakterizohet nga peizazhe mahnitëse, duke filluar nga plazhet e virgjëra e deri te kodrinat dhe zonat e mbrojtura.

Bazat e zhvillimit:

- Duke u larguar nga bregdeti, terreni bëhet më malor dhe ofron shtigje të shumta për ecje në natyrë dhe *trekking*. Këto shtigje ofrojnë pamje mahnitëse të bregdetit dhe të zonës në brendësi të territorit, duke u krijuar vizitorëve një lidhje me bukurinë natyrore të zonës;
- Klasteri përfshin disa zona të mbrojtura dhe parqe kombëtare, si laguna e Vilunit, lagunat e Kune-Vainit, Parku Kombëtar Divjakë-Karavasta dhe peizazhi i mbrojtur Pishë Poro-Nartë, të cilat njihen për ligatinat dhe lagunat e pasura, si dhe ofrojnë mundësi për aktivitete si vëzhgimi i shpendëve, çiklizmi dhe fotografimi i natyrës.
- Zona ka disa lumenj dhe ligatina që ofrojnë mundësi për peshkim, lundrim me kajak dhe vëzhgim të shpendëve. Lumi Buna pranë Shkodrës shquhet veçanërisht për bukurinë e tij piktoreske dhe biodiversitetin;
- Habitatet e ndryshme në këtë rajon mbështesin një gamë të gjerë të florës dhe faunës. Të apasionuarit pas natyrës mund të eksplorojnë biodiversitetin e zonës përmes vizitave dhe vëzhgimit të faunës së egër;
- Turizmi natyror në këtë zonë mund të përmirësohet më tej përmes programeve arsimore që ofrojnë njohuri për ekosistemet lokale, përpjekjet për ruajtjen e natyrës dhe rëndësinë e biodiversitetit.

GASTRONOMIA



Klasteri i bregdetit të Adriatikut ka qenë një udhëkryq qytetërimesh ndër shekuj, ku përfshihen ndikimet e qytetërimeve ilire, helene, romake, osmane dhe italiane. Ky ndikim i larmishëm historik ka krijuar një traditë të pasur kulinare që ndërthur shijet mesdhetare me ato ballkanike, duke ofruar një përvojë unike gastronomike.

Bazat e zhvillimit:

- Duke pasur parasysh vendndodhjen e tij pranë bregdetit, ky klaster ofron një shumëllojshmëri të ushqimeve të freskëta të detit. Gatimet me produkte deti janë baza e kuzhinës vendase dhe përgatiten duke përdorur metoda tradicionale;
- Gatimet e servivura në këtë klaster bëhen tërheqëse falë përbërësve të freskët dhe organikë të zonës;
- Integrimi i agroturizmit krijon mundësinë që vizitorët të shijojnë produkte nga ferma në tryezë, si dhe të marrin pjesë në mbledhjen e produkteve, përgatitjen e tyre dhe shijimin e vakteve.

ARGËTIMI



Vitet e fundit, bregdeti shqiptar i Adriatikut ka regjistruar rritje të ofertës së jetës së natës. Më konkretisht, është rritur numri i bareve, klubeve dhe ambienteve buzë detit që përmbushin një shumëllojshmëri shijesh dhe preferencash.

Bazat e zhvillimit:

- Në këtë klaster ndodhen disa klube plazhi që ofrojnë një kombinim të relaksimit gjatë ditës dhe argëtimit gjatë natës dhe festa tematike;
- Përtej klubeve dhe festave, klasteri i bregdetit të Adriatikut është i pasur me ngjarje kulturore, duke përfshirë festivale muzikore, koncerte dhe shfaqje në ambiente të hapura, si Festivali ndërkombëtar UNUM, Durrës Fest etj.;
- Klasteri ofron gjithashtu një shumëllojshmëri restorantesh, kafenesh dhe baresh që ofrojnë një atmosferë më të qetë;
- Banorët vendas njihen për mikpritjen, duke u ofruar vizitorëve një atmosferë sociale, çka mundëson një përvojë të këndshme dhe të sigurt festimi.

2.4.2 Klasteri verior i brendshëm



Burimi: Horwath HTL, 2024

DESTINACIONET KRYESORE		BURIMET DHE ATRAKSIONET	
1	Shkodra	<ul style="list-style-type: none">• Liqeni i Shkodrës• Kalaja e Rozafës• Muzeu Etnografik i Shkodrës• Muzeu Kombëtar i Fotografisë	<ul style="list-style-type: none">• Ujëvara e Grunasit• Lugina e lumit të Shalës• Liqeni i Komanit• Lumi i Drinit• Liqeni i Fierzës
2	Tamara	<ul style="list-style-type: none">• Marubi• Alpet Shqiptare• Lugina e Lëpushës• Kanioni i Vermoshit• Parku Kombëtar i Thethit• Kanioni i Grunasit	<ul style="list-style-type: none">• Parku Kombëtar i Luginës së Valbonës• Parku Kombëtar i Lurës• Mali i Korabit• Mali i Gjallicës
3	Kukësi		
4	Peshkopia		

PËRVOJAT KRYESORE	
1.	Pushime rurale (agroturizëm, qëndrime në shtëpi, fshatra ekologjike, ushqim ekologjik, aktivitete bujqësore, relaksim, tradita të pasura bujqësore dhe baritore...)
2.	Aventura në natyrë dhe peizazhe panoramike (peizazhe piktoreske, ngjitje në mal, ecje, vëzhgim i faunës së egër, ecje në natyrë, peshkim, ski...)
3.	Zhytje në kulturën vendase (përvoja kulinare tradicionale, shtëpi tradicionale prej guri, përvoja në komunitet...)

Klasteri verior i brendshëm i turizmit ndodhet në pjesën veriperëndimore të Shqipërisë dhe përfshin qarqet e Kukësit dhe Dibrës në tërësinë e tyre, së bashku me zonat e brendshme të qarkut të Shkodrës. Ky rajon shquhet për peizazhet e tij natyrore dhe terrenin e thyer, duke ofruar një alternativë të qetë krahasuar me destinacionet më të frekuentuara bregdetare. Zona përmban një kombinim të maleve të larta, luginave të qeta dhe pyjeve të dendura, duke u ofruar vizitorëve një gamë të gjerë aktiviteteve si për aventura ashtu edhe për relaksim.

Gjeografia e këtij klasteri është e larmishme, e karakterizuar nga Alpet Shqiptare në veri, liqeni i Shkodrës dhe malësitë piktoreske të qarqeve të Kukësit dhe Dibrës. Një larmi e tillë peizazhesh jo vetëm që përmbush kërkesat e të apasionuarve pas aventurave në natyrë, por gjithashtu shfaq trashëgiminë autentike rurale dhe kulturore të Shqipërisë. Klasteri verior i brendshëm u jep gjithashtu vizitorëve mundësinë për të përjetuar një mënyrë jetese tradicionale të ruajtur ndër breza.

PRODUKTET PARËSORE TURISTIKE:

NATYRA



Klasteri verior i brendshëm karakterizohet nga peizazhe mbresëlënëse, duke përfshirë male të thyera, lumenj të virgjër dhe pyje të dendura, duke ofruar mundësi të shumta për të apasionuarit pas natyrës.

Bazat e zhvillimit:

- Ky klaster karakterizohet nga një shumëllojshmëri peizazhesh, nga majat e Alpeve Shqiptare e deri te luginat e qeta të lumenjve dhe pyjet e dendura. Ky diversitet u ofron vizitorëve një gamë të gjerë pamjesh piktoreske dhe përvojash në natyrë;
- Vargmali i Bjeshkëve të Nemuna u ofron vizitorëve male mbresëlënëse, lugina të thella dhe disa nga shtigjet më të famshme në vend;
- Lumi i Shalës, i cili buron nga Alpet Shqiptare dhe derdhet në liqenin e Komanit, është i njohur për pamjet piktoreske, si Porta e Shalës, si dhe për disa plazhe ekzotike të mahnitshme që frekuentohen nga personat që dëshirojnë të marrin rreze dielli, si dhe për disa aktivitete të tjera ujore, si lundrimi me kajak, udhëtimet me varkë;
- Parku Kombëtar i Alpeve të Shqipërisë është i famshëm për shtëpitë tradicionale prej guri dhe kullën e ngujimit, por edhe për mrekullitë natyrore si ujëvara dhe kanioni i Selcës, liqenet e Jezercës, ujëvara dhe kanioni i Grunasit, liqenet akullnajore të Dobërdolit dhe Sylbicës dhe Syri i Kaltër i Thethit;
- Ky klaster përmban disa parqe dhe rezervate të mbrojtura, ku përfshihen Lugina e Valbonës dhe Parku Kombëtar i Lurës. Këto parqe mbrojnë një pjesë të konsiderueshme të biodiversitetit të Shqipërisë, duke ofruar mundësi për aktivitete si vëzhgimi i faunës së egër dhe vizitat botanike;
- Liqeni i Komanit ofron peizazhe ujore të bukura dhe të qeta, të rrethuara nga male të larta, të cilat janë ideale për udhëtime me varkë dhe për të shijuar ambientin e paqetë; Liqeni i Kukësit është një tjetër liqen artificial i formuar nga një digë, i cili ofron pamje piktoreske dhe vende të qeta për peshkim, piknik dhe shëtitje zbavitëse.

AKTIVITETET NË NATYRË



Terreni i larmishëm ofron mundësi të shumta për aktivitete në natyrë, si alpinizëm, çiklizëm malor, kamping, sporte dimërore, ecje në natyrë dhe trekking. Këto aktivitete u mundësojnë vizitorëve të eksplorojnë nga afër bukuritë natyrore të zonës, me mundësinë për t'u përfshirë në aktivitete aventureske.

Bazat e zhvillimit:

- Terreni i thyer dhe tiparet natyrore të klasterit bëjnë të mundur zhvillimin sporteve të aventurës, si alpinizmi, ngjitja në shkëmbinj dhe rafting në lumenj, veçanërisht në zona si Valbona;
- Alpet Shqiptare ofrojnë mundësi të shumta për të apasionuarit e alpinizmit dhe ngjitjes, falë majave si ato të Malit të Jezercës, Malit të Harapit, Malit të Radohimës, Malit të Gjalllicës, Malit të Koritnikut dhe Malit të Korabit, të cilat paraqesin sfida edhe për alpinistët më me përvojë;
- Lumenjtë, si ai i Valbonës, ofrojnë mundësi për rafting dhe lundrim me kajak, veçanërisht gjatë pranverës kur shkrirja e borës rrit rrjedhën e lumit;
- Terreni i larmishëm, nga kodrat e buta deri te shtigjet e thyera malore, ofron shtigje të shumta për të apasionuarit e çiklizmit malor;
- Në dimër, pjesë të caktuara të klasterit, veçanërisht në Valbonë, në Shistavec në Kukës dhe në Radomirë-Malin e Korabit në Dibër, shndërrohen në destinacione për sportet dimërore si ski dhe snowboarding.

AGROTURIZMI



Peizazhi rural i rajonit është ideal për agroturizmat dhe bujtinat, ku vizitorët mund të qëndrojnë në shtëpi tradicionale ose në fshatra ekologjike, duke jetuar jetën në harmoni me natyrën.

Bazat e zhvillimit:

- Ky klaster u jep vizitorëve mundësinë të angazhohen drejtpërdrejt në aktivitete bujqësore, pasi vizitorët mund të qëndrojnë në ferma ose shtëpi rurale ku mund të marrin pjesë në aktivitetet e përditshme bujqësore;
- Shumë ferma agroturistike fokusohen në metodat e bujqësisë organike, duke u dhënë vizitorëve mundësinë të shijojnë prodhime të freskëta sezonale drejtpërdrejt nga kopshti në tryezë;
- Në zonat me vreshta dhe ullishte, vizitorët mund të marrin pjesë në degustime dhe të mësojnë mbi proceset e prodhimit të verës dhe vajit të ullirit; Ndër këto modele, disa kantina në këtë zonë shquhen vetëm për verën e cilësisë së lartë, por edhe për faktin se u ofron turistëve një përvojë gjithëpërfshirëse që shkon përtej shijimit të thjeshtë;
- Në varësi të kohës së vitit, vizitorët mund të angazhohen në aktivitete sezonale, si për shembull, në vjeljen e frutave të pyllit apo mbledhjen e kërpudhave, ose ecje në dëborë gjatë dimrit, duke pasuruar kështu përvojën rurale.

PRODUKTET DYTËSORE TURISTIKE:

KULTURA



Trashëgimia e pasur kulturore e rajonit është e ndërthurur me peizazhin e tij natyror. Zona karakterizohet nga kala dhe kisha të lashta, si dhe nga fshatra tradicionale që japin njohuri mbi historinë dhe traditat e rajonit.

Bazat e zhvillimit:

- Muzeu Etnografik i Shkodrës, i cili ndodhet në një shtëpi tradicionale shkodrane, paraqet punën artizanale, mjeshtërinë dhe stilin e jetesës së Shkodrës përmes koleksionit të veshjeve, punimeve dhe veprave artizanale. Ai u krijon mundësinë vizitorëve që të hedhin një vështrim në traditat e pasura kulturore të rajonit, duke vënë në pah punën e ndërlikuar të artizanëve vendas;
- Kalaja e Rozafës është një nga monumentet historike më ikonike në Shkodër. Ajo u ofron turistëve jo vetëm mundësinë për të eksploruar rrënojat e një kalaje të veshur me legjenda dhe histori, por edhe për të shijuar pamjet e qytetit dhe liqenit të Shkodrës;
- Muzeu Kombëtar i Fotografisë Marubi është shtëpia e një koleksioni të gjerë fotografish nga dinastia Marubi që dokumentojnë historinë shqiptare, nga lëvizja për pavarësi deri tek epoka komuniste;
- Disa iniciativa të turizmit rural ofrojnë kurse në zanatet tradicionale, si thurja, qëndisja ose gdhendja në dru, duke ofruar një pasqyrë të trashëgimisë kulturore të rajonit;
- Kjo zonë e klasterit njihet për xhubletën shqiptare, veshja tradicionale artizanale e karakterizuar nga struktura e saj e valëzuar në formë kambane, e cila është pjesë e listës së trashëgimisë kulturore jomateriale të UNESCO-s që nga viti 2022;
- Duke ndërvepruar me komunitetet vendase (përvojat në komunitet), vizitorët mund të kuptojnë më thellësisht jetën rurale, praktikat tradicionale bujqësore, zakonet dhe traditat, mënyrën e rrëfimit të legjendave, miteve, historive dhe përrallave, mikpritjen dhe sfidat me të cilat përballen zonat rurale në Shqipëri.

GASTRONOMIA



Traditat e kulinarisë në rajonin verior të brendshëm pasqyrojnë trashëgiminë e pasur kulturore të zonës, me vëmendje të veçantë të përbërësit vendas dhe metodat tradicionale të gatimit. Vizitorët mund të shijojnë gatime autentike, të cilat ofrojnë një shije unike të jetës vendase.

Bazat e zhvillimit:

- Ekziston një potencial i fortë për zhvillimin e aktiviteteve të bazuara te gastronomia, si kurset e gatimit, ku vizitorët mund të mësojnë të përgatisin gatime tradicionale shqiptare duke përdorur përbërësit vendas;
- Shumë ferma agroturistike ofrojnë përvoja të ngrënies nga ferma në tryezë, përmes të cilave mysafirët mund të shijojnë ushqime të përgatitura me përbërës të sapo marrë nga ferma ose të marrë nga prodhuesit vendas;
- Vizitat me udhërrëfyes në tregjet lokale u japin turistëve mundësinë të eksplorojnë kulturën kulinare të shumëllojshme të rajonit.

2.4.3 Klasteri i qytetit të Tiranës



Burimi: Horwath HTL, 2024

DESTINACIONI KRYESOR	Tirana	
BURIMET DHE ATRAKSIONET		
<ul style="list-style-type: none"> • Sheshi Skënderbej • Muzeu Historik Kombëtar • Muzeu Arkeologjik Kombëtar • Galeria Kombëtare e Arteve • Shtëpia e Gjetheve 	<ul style="list-style-type: none"> • Bunk'Art1 dhe Bunk'Art2 • Zona e Bllokut • Kalaja e Tiranës • Piramida e Tiranës • Xhamia e Et'hem Beut 	<ul style="list-style-type: none"> • Parku i Madh i Tiranës • Parku i Liqenit të Farkës • Mozaiku i Tiranës
PËRVOJAT KRYESORE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pushime urbane (vizita në këmbë, relaksim, argëtim, arti i rrugës, parqe, kafene, restorante, butikë, jetë nate dinamike, lagje...) 2. Eksplorimi i trashëgimisë (monumente, muze, galeri, site historike, monumente kulturore, trashëgimi natyrore...) 3. Aventura në natyrë (peizazhe rurale, degustimi i verës, gatime të shijshme të zonës, pamje mbresëlënëse, hedhje me parashutë, ecje në natyrë, golf, zipline...) 		

Vendimi për ta përcaktuar Tiranën dhe hapësirën e saj metropolitane si një klaster të veçantë të turizmit është bazuar në kombinimin unik të gjallërisë urbane, trashëgimisë së pasur historike dhe peizazheve natyrore të aksesueshme të qytetit.

Kjo qasje e shumanshme synon ta pozicionojë Tiranën jo vetëm si kryeqytetin e Shqipërisë, por edhe si një destinacion të pavarur pushimi në qytet që përmbush një gamë të gjerë interesash dhe përvojash. Koncepti i Tiranës si një klaster apo destinacion pushimi në qytet përqendrohet në idenë e ofrimit të një eksperience kompakte, por të larmishme, që kombinon avantazhet e turizmit urban me eksplorimin e trashëgimisë dhe aventurat në natyrë.

PRODUKTET PARËSORE TURISTIKE:

PUSHIMI NË QYTET



Tirana, si një destinacion pushimi në qytet, ofron një përvojë dinamike për vizitorët që kërkojnë një kombinim të kulturës, historisë, gastronomisë dhe relaksimit. Kryeqyteti shquhet për jetën e gjallë urbane, trashëgiminë e pasur dhe afërsinë me bukuritë natyrore.

Bazat e zhvillimit:

- Tirana ofron një përvojë gjithëpërfshirëse, tërheqëse për një audiencë të gjerë, nga personat që adhurojnë kulturën dhe historinë e deri tek ata të apasionuar pas ushqimit dhe natyrës;
- Tirana është një destinacion që mund të eksplorohej gjatë një fundjave ose një pushimi të shkurtër;
- Tirana është lehtësisht e aksesueshme, kompakte dhe në qytet mund të lëvizet relativisht me lehtësi. Shumë prej atraksioneve kryesore ndodhen në një distancë të shkurtër nga qendra;

- Vende si Sheshi Skënderbej dhe zonat e këmbësorëve të ndërtuara së fundmi inkurajojnë eksplorimin dhe ndërveprimin me jetën publike të qytetit;
- Toleranca fetare në Tiranë është e dukshme në ambiente të ndryshme fetare, ku përfshihen xhamitë, kishat dhe një katedrale, të cilat bashkëjetojnë në harmoni dhe pasqyrojnë strukturën shumëkulturore të qytetit;
- Krahasuar me shumë kryeqytete të tjera evropiane, Tirana ofron opsione pushimi në qytet me kosto efektive, me mundësi të përballeshme akomodimi, ngrënieje dhe argëtimi.

KULTURA



Tirana, si një destinacion turistik kulturor, u prezanton vizitorëve një sërë përvojash që paraqesin trashëgiminë historike të qytetit, gjallërinë artistike dhe trashëgiminë e larmishme kulturore.

Bazat e zhvillimit:

- Vende si Xhamia e Et'hem Beut, Kulla e Sahatit dhe Piramida e Tiranës ofrojnë njohuri mbi të kaluarën shumëdimensionale të qytetit, nga ndikimet osmane e deri te historia e tij komuniste dhe tranzicionet që kanë çuar në formimin e kryeqytetit modern;
- Tirana është shtëpia e Muzeut Historik Kombëtar dhe Galerisë Kombëtare e Arteve, të cilat ofrojnë njohuri mbi historinë e pasur dhe trashëgiminë kulturore të Shqipërisë;
- Muzetë Bunk'Art, të ndërtuara brenda bunkerëve të periudhës komuniste, si edhe muzeu “Shtëpia e Gjetheve” kombinojnë historinë me ekspozitat ndërvepruese;
- Rrugët dhe hapësirat publike të qytetit janë të pasura me murale dhe artin dinamik të rrugës, duke shtuar kështu një element bashkëkohor në sfondin historik të Tiranës;

GASTRONOMIA



Tirana ofron një kombinim tërheqës të shijeve tradicionale, inovacioneve moderne në fushën e kulinariisë dhe një kulturë dinamike të frekuentimit të kafeneve dhe bareve, duke e bërë atë një opsion tërheqës për personat e apasionuar pas ushqimit.

Bazat e zhvillimit:

- Vizitorët mund të eksplorojnë kuzhinën tradicionale shqiptare; Tirana ka një sërë restorantesh që ofrojnë shije moderne të pjatave tradicionale ose të kuzhinës mikse (fusion), duke ndërthurur shijet shqiptare me ndikimet ndërkombëtare;
- Kuzhina në Tiranë karakterizohet nga përdorimi i përbërësve të freskët dhe vendas;
- Zonat përreth Tiranës janë të njohura për vreshtat e tyre dhe vizitorët mund të marrin pjesë në vizita për të shijuar verërat ose për të kuptuar traditat e prodhimit të verës;
- Disa restorante dhe shkolla kulinarië në Tiranë japin kurse gatimi, duke ofruar përvoja praktike në përgatitjen e pjatave tradicionale;
- Kultura dinamike e frekuentimit të kafeneve në Tiranë është një pjesë integrale e jetës së saj shoqërore, të pëlqyeshme për vizitorët.
- Qyteti krenohet gjithashtu me një skenë dinamike të jetës së natës, me bare dhe klube që ofrojnë pije të ndryshme të huaja dhe vendase;
- Gjatë gjithë vitit, Tirana organizon festivale të ndryshme ushqimore dhe evente kulinarië që fokusohen te kuzhina shqiptare, prodhimet vendase dhe traditat ndërkombëtare të ushqimit, duke ofruar kështu një platformë për shijimin dhe zbulimin e ushqimeve të ndryshme.

PRODUKTET DYTËSORE TURISTIKE:

NATYRA



Edhe pse Tirana është një zonë urbane, ajo është e rrethuar masivisht nga peizazhe natyrore, si Parku Kombëtar Mali i Dajtit, të cilat krijojnë mundësi për ecje në natyrë, çiklizëm malor dhe hedhje me parashutë (paragliding).

Bazat e zhvillimit:

- Teleferiku për në malin e Dajtit u mundëson vizitorëve të shohin nga lart natyrën dhe pamjet e Tiranës;
- Parku i Madh i Tiranës, me liqenin e tij artificial, si dhe Parku Rinia janë pika të njohura për t'u çlodhur dhe relaksuar në mjedisin urban;
- Qyteti dhe rrethinat e tij ofrojnë rrugë për përdoruesit e biçikletave. Zonat e fshatrave ofrojnë mundësi për shëtitje piktoreske përmes peizazheve rurale, ndërsa mali i Dajtit paraqet një terren më sfidues për çiklistët malorë.

TURIZMI SHËNDETËSOR



Qyteti po njihet gjithnjë e më shumë për turizmin e tij mjekësor, falë ofrimit të një game shërbimesh mjekësore, ku përfshihen trajtimet dentare, kozmetike dhe kirurgjikale, me çmime konkurruese.

Bazat e zhvillimit:

- Në Tiranë gjenden disa klinika dhe spitale që ofrojnë shërbime mjekësore me cilësi të lartë në specialitete të ndryshme. Këto ambiente janë të pajisura me teknologji moderne dhe profesionistë të kujdesit shëndetësor, të cilët shpesh kanë trajnime dhe përvojë ndërkombëtare;
- Një nga aspektet kryesore tërheqëse të turizmit shëndetësor në Tiranë është kostoja efi-kase e shërbimeve që ofrohen. Vizitorët mund të realizojnë procedura dhe trajtime të kujdesit shëndetësor me çmime ndjeshëm më të ulëta se në Evropën Perëndimore ose Amerikën e Veriut, pa kompromentuar cilësinë;
- Klima e këndshme e qytetit dhe disponueshmëria e opsioneve të rehatshme të akomodimit e bëjnë atë një vend ideal për rikuperimin e pacientëve pas procedurave ose trajtimeve mjekësore.

Segmenti i turizmit të eventeve (MICE)



Tirana ofron një shumëllojshmëri ambientesh për organizimin e konferencave ndërkombëtare, takimeve të biznesit dhe ekspozitave, ku përfshihen Pallati i Kongreseve, "Tirana International Hotel & Conference Center" dhe ambientet moderne në "Expo City Albania".

Bazat e zhvillimit:

- Qyteti ofron një gamë të gjerë opsionesh akomodimi, duke përbushur nevojat e personave që udhëtojnë për qëllime biznesi dhe të atyre që udhëtojnë për qëllime dëfrimi;
- Aeroporti ndërkombëtar i Tiranës, falë rrjetit të tij në rritje të fluturimeve, e bën atë një destinacion të aksesueshëm për vizitorët ndërkombëtarë;
- Infrastruktura e qytetit, ku përfshihet transporti dhe shërbimet teknologjike, mbështet logjistikën e turizmit MICE;
- Vizitorët e turizmit MICE në Tiranë mund të përfitojnë nga një gamë aktiviteteve kulturore dhe rekreative që mund të përfshihen në axhendat e konferencave ose të ofrohen si stimuj.

2.4.4 Klasteri qendror



DESTINACIONET KRYESORE		BURIMET DHE ATRAKSIONET	
1	Elbasani	• Kalaja e Elbasanit	• Lugina e Shëngjergjit
2	Belshi	• Muzeu Historik i Elbasanit	• Maja e Tujanit
3	Librazhdi	• Muzeu Etnografik i Elbasanit	• Liqeni/Ujëmbledhësi i Bovillës
		• Xhamia Mbret	• Lugina e Lumit Erzen
		• Rruga Egnatia	• Shpella e zezë në fshatin Pellumbas
		• Liqenet e Belshit	• Kalaja e Petrelës
		• Parku Kombëtar Shebenik-Jabllanicë	• ...
PËRVOJAT KRYESORE			
<p>1. Aktivitete aventureske në natyrë (ecje në natyrë, trekking, eksplorim i kanioneve, rafting, hedhje me parashutë, shëtitje me kalë...)</p> <p>2. Zhytje në kulturë (site historike, muze, vizita kulinare, banja termale, qytete dhe fshatra të vjetra, evente dhe festivale kulturore...)</p> <p>3. Përjetimi i jetës rurale (qëndrime në shtëpi rurale, kurse të gatimeve tradicionale, degustimi i verës dhe i vajit të ullirit, veprimtari bujqësore, ecje në natyrë dhe vizita edukative..)</p>			

Burimi: Horwath HTL, 2024

Klasteri qendror i turizmit në Shqipëri, i cili përfshin qarkun e Elbasanit dhe rajonet e brendshme rurale të qarkut të Tiranës, me përjashtim të qytetit të Tiranës, dallohet nga shumëllojshmëria e veçorive gjeografike që përbëjnë bazën e ofertës së tij turistike. Ky klaster është i njohur kryesisht për produktet e tij të ndryshme turistike, ku përfshihen natyra, kultura, agroturizmi, gastronomia dhe alternativat e pushimeve aktive.

Përvojat kryesore në këtë klaster plotësojnë një gamë të gjerë interesash, nga aktivitetet e aventurës në natyrë, si ecja në natyrë, trekking, eksplorimi i kanioneve, rafting dhe hedhje me parashutë, e deri te marrja e njohurive kulturore përmes vizitave në vendet historike, muzetë, ekskursionet kulinare dhe pjesëmarrja në festivale dhe evente kulturore. Përveç kësaj, klasteri ofron një tablo unike të jetës rurale dhe u mundëson vizitorëve të qëndrojnë në bujtinat rurale, si dhe të angazhohen në kurset e gatimit tradicional dhe veprimtaritë bujqësore, duke pasuruar përvojën e tyre të udhëtimit me vizita edukative, shëtitje në natyrë dhe degustime të prodhimeve vendase si vera dhe vaji i ullirit.

PRODUKTET PARËSORE TURISTIKE:

NATYRA



Klasteri qendror shfaq një shumëllojshmëri të pasur peizazhesh, nga terrenet malore dhe kodrat e deri te luginat e lumenjve dhe liqenet natyrore, duke u ofruar vizitorëve aktivitete të ndryshme në natyrë.

Bazat e zhvillimit:

- Parku Kombëtar i Shebenikut, i cili ndodhet në qarkun e Elbasanit, është ideal për ecje në natyrë, për vëzhgimin e shpendëve dhe për eksplorimin e specieve të rralla të luleve;
- Liqenet e Belshit, një grup me më shumë se 85 liqene natyrore dhe artificiale, ofrojnë mundësi për peshkim, lundrim me varkë dhe vëzhgim të shpendëve, duke shijuar njëkohësisht mjediset e paqta;
- Ujëvara e Sotirës, në bashkinë e Gramshit, qarku Elbasan, është një bukuri natyrore që ofron pamje piktoreske dhe një mjedis të qetë për shëtitje dhe piknik në natyrë;
- Sipërfaqja e këtij klasteri përfshin gjithashtu zona të mbrojtura ku ndodhen specie të ndryshme të florës dhe faunës. Këto zona janë thelbësore për përpjekjet e ruajtjes dhe ofrojnë përvoja unike për zhvillimin e turizmit ekologjik.

KULTURA



Ky klaster kombinon monumentet historike, arkitekture dhe kulturore me mjedisin natyror, duke e shndërruar atë në një destinacion tërheqës për ata që janë të interesuar të eksplorojnë thellësinë kulturore të Shqipërisë.

Bazat e zhvillimit:

- Zona e këtij klasteri është e pasur me site arkeologjike dhe rrënoja historike që tregojnë historinë e qytetërimeve të lashta të Shqipërisë, duke përfshirë ndikimet nga qytetërimet ilire, romake dhe osmane, si Kalaja e Elbasanit, një vend historik i ruajtur mirë që daton nga epoka osmane;
- Vizitorët mund të eksplorojnë një shumëllojshmëri të stileve arkitekture, nga shtëpitë tradicionale osmane dhe kështjellat mesjetare e deri te kishat dhe xhamitë bizantine që pasqyrojnë kulturat e ndryshme të rajonit, si Xhamia Mbret në Elbasan dhe Kisha e Shën Mërisë, të cilat ndodhen të dyja brenda lagjes së Kalasë në Elbasan;
- Në zonën e këtij klasteri kalon një pjesë e konsiderueshme e rrugës Egnatia, e cila ishte lidhja kryesore rrugore në periudhën romake, e ndërtuar në shekullin e 2-të para erës sonë dhe që kalon në Shqipëri, Maqedoninë e Veriut, Greqi dhe Turqinë Evropiane;
- Në këtë klaster organizohen festivale dhe evente të ndryshme kulturore gjatë gjithë vitit, për të kremtuar muzikën, kërcimet dhe zanatet tradicionale, si dhe artin e kulinarisë, të cilat japin njohuri për mënyrën e jetesës dhe traditat vendase;
- Muzeu Etnografik i Elbasanit, i vendosur brenda një ndërtese të bukur tradicionale, ofron një zhytje në thellësi në stilin e jetesës, zakonet dhe artefaktet tradicionale të popullsisë vendase.

AGROTURIZMI



Klasteri qendror i turizmit në Shqipëri ka njohur rritje të popullaritetit të agroturizmit, i cili u ofron vizitorëve një kombinim të përvojave të lidhura me bujqësinë dhe përfshirje në stilin e jetesës rurale.

Bazat e zhvillimit:

- Vizitorët mund të qëndrojnë në shtëpi rurale ose në ferma, duke përjetuar mikpritjen e familjeve vendase dhe duke marrë njohuri mbi jetën e përditshme rurale;
- Agroturizmi ofron një bazë të shkëlqyer për të eksploruar bukuritë natyrore të rajonit, falë aktiviteteve si ecja në natyrë, shëtitja me kuaj dhe shëtitja në natyrë;
- Klima dhe terreni i rajonit janë të favorshme për kultivimin e vreshtave dhe ullishtave, si dhe ka disa ferma që ofrojnë degustime dhe vizita për të eksploruar prodhimin vendas të verës dhe vajit të ullirit.

PRODUKTET DYTËSORE TURISTIKE:

GASTRONOMIA



Zona është e njohur për larminë e pjatave tradicionale që pasqyrojnë një përzierje të ndikimeve mesdhetare dhe ballkanike, me një vëmendje të veçantë te përbërësit e freskët vendas.

Bazat e zhvillimit:

- Shumë restorante dhe ferma agroturistike në zonë e vënë theksin te konsumimi i produkteve nga ferma në tryezë, duke u dhënë mundësinë mysafirëve të shijojnë ushqimet e përgatitura me përbërësit më të freskët;
- Rajoni organizon festivale ushqimi dhe ngjarje kulinarie me fokus produktet vendase si vera, vaji i ullirit dhe ushqimet tradicionale;

- Vizitorët kanë mundësinë të marrin pjesë në kurse gatimi ku mund të mësojnë të përgatisin gatime tradicionale të rajonit, si *ballokumet*, *qullin me arra*, *tavën e kosit të Elbasanit*, *tavën me pistil* etj.;
- Shumë taverna dhe restorante lokale shërbejnë gatime tradicionale, të cilat pasqyrojnë trashëgiminë kulturore dhe historike të zonës.

AKTIVITETET NË NATYRË



Turizmi i aventurës në klasterin qendror shfrytëzon peizazhet e larmishme natyrore për të ofruar një gamë të gjerë aktivitetesh dhe përvojash në natyrë që përbushin kërkesat e të pasionuarve pas aventurës dhe natyrës.

Bazat e zhvillimit:

- Terreni i larmishëm ofron shtigje të shumta për të gjitha nivelet e alpinistëve, nga shëtitjet në fshat deri tek ecjet sfiduese në male (trekking);
- Lumenjtë dhe liqenet në rajon ofrojnë mundësi për rafting, lundrim me kanoe dhe kajak;
- Terreni i larmishëm është i përshtatshëm për çiklizmin malor dhe fushor falë rrugëve që kalojnë përmes dhe fshatrave;
- Grykat dhe formacionet shkëmbore të rajonit krijojnë mundësi për eksplorim të kanioneve dhe ngjitje, duke plotësuar kështu kërkesat e të pasionuarve pas aventurës.

2.4.5 Klasteri i bregdetit të Jonit



DESTINACIONET KRYESORE		BURIMET DHE ATRAKSIONET	
1	Vlora	<ul style="list-style-type: none"> • Monumenti i Pavarësisë • Qyteti i vjetër i Vlorës • Ishulli i Zvëmcit dhe Laguna e Nartës • Parku Arkeologjik i Orikutit • Kalaja e Kaninës • Parku Arkeologjik i Amantias • Mali i Lungarës • Qafa e Llogarasë dhe Parku Kombëtar i Llogarasë • Karaburun - Sazani 	<ul style="list-style-type: none"> • Fshati i vjetër i Himarës • Fshati i vjetër i Qeparos • Porto Palermo • Kalaja e Borshit • Kalaja e Lëkurësit • Parku Natyror Syri i Kaltër • Parku Kombëtar i Butrintit • Kalaja e Ali Pashës në kanalin e Vivarit • Parku Arkeologjik i Finiqit
2	Orikumi		
3	Dhërmiu		
4	Saranda		
5	Ksamili		
PËRVOJAT KRYESORE			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vizitimi i plazheve (brigje me guralecë, plazhe ranore, ujëra të kristalta, jetë nate dinamike, bare në plazhe, restorante, not, banjë dielli, zhytje, sporte ujore...) 2. Eksplorim kulturor dhe historik (site arkeologjike, kala, vende pjesë të trashëgimisë botërore të UNESCO-s, muze...) 3. Përjetimi i kuzhinës vendase (ushqime deti të freskëta, verëra vendi, larmi opsionesh për ushqime dhe pije, vreshta...) 4. Aventura në natyrë (burimet e ujit, male, vëzhgimi i shpendëve, hedhje me parashutë...) 			

Burimi: Horwath HTL, 2024

Klasteri i bregdetit të Jonit përfshin të gjithë qarkun e Vlorës (zonat bregdetare dhe ato në brendësi të territorit) dhe është përcaktuar në veçanti për shkak të eksperiencave dhe produkteve turistike të njëtrajtshme që ofron në të gjithë zonën e tij. Kryesisht, ky klaster karakterizohet nga turizmi i diellit dhe plazhit dhe koha e kaluar në plazhet e ndryshme përbën aktivitetin kryesor për vizitorët.

Klasteri nuk është i famshëm vetëm për plazhet e tij të bukura, por ofron gjithashtu një përvojë të fortë kulturore dhe gastronomike, duke u dhënë vizitorëve një mundësi për të kuptuar traditat lokale dhe për të shijuar kuzhinën vendase. Për më tepër, qarku i Vlorës është fantastik për vizitorët e interesuar për natyrën dhe aktivitetet në natyrë, pasi ofron shumë mundësi për të eksploruar pamjet piktoreske dhe për t'u përfshirë në aventura të ndryshme në natyrë larg plazhit.

PRODUKTET PARËSORE TURISTIKE:

DIELLI DHE PLAZHI



Bregdeti i Jonit në Shqipëri është i njohur për vijën bregdetare mahnitëse, me një kombinim të plazheve ranore dhe limaneve shkëmbore, ujëra të kristalta, si dhe me një klimë të butë mesdhetare që e bën atë një destinacion ideal për të apasionuarit pas plazhit.

Bazat e zhvillimit:

- Riviera shqiptare, e cila shtrihet nga Vlora dhe në drejtim të jugut deri në Sarandë, është e njohur për vijën bregdetare që kombinon gjiret e izoluara, plazhet me guralecë të bardhë dhe ujërat e kaltra;
- Këto plazhe nuk njihen vetëm për bukurinë e tyre natyrore dhe mundësitë për të notuar, por edhe për baret, restorantet dhe klubet buzë plazhit që ofrojnë argëtim dhe relaksim për turistët. Dhërmu është i njohur për ujërat e tij të kristalta dhe jetën dinamike të natës, ndërsa Jala është e njohur për detin e virgjër dhe atmosferën e qetë;
- Gadishulli i Karabunit dhe Ishulli i Sazanit, të cilët mund të aksesohen me varkë nga Vlora, ofrojnë pika spektakolare për zhytje, plazhe të veçuara dhe mundësinë për të eksploruar peizazhet e paprekura mesdhetare;
- Kalaja e Porto Palermos, ndodhet pranë një gjiri të bukur që është ideal për not dhe zhytje me maskë;
- Duke lëvizur më në jug, Ksamili është i famshëm për plazhet e tij të bukura me rërë dhe ujërat e kristalta të detit Jon. Plazhet kryesore në Ksamil janë lehtësisht të aksesueshme dhe ofrojnë komoditete të ndryshme për vizitorët;
- Kohët e fundit, riviera shqiptare është bërë një vend i njohur për festivale të ndryshme, si "South Outdoor Festival", "Kala Festival" dhe "Turtle Fest" etj. Ndërkohë, Saranda organizon disa evente si Festivali i Muzikës Solar, Folk Saranda dhe shumë festa lokale.

KULTURA



Klasteri i bregdetit të Jonit është i pasur me trashëgimi kulturore historike, duke e bërë atë një destinacion tërheqës për turizmin kulturor. Zona ofron mundësinë për t'u zhytur thellësisht në historinë, traditat dhe stilet e jetesës së Shqipërisë, duke ofruar një përvojë unike që shkon përtej pushimeve tipike bregdetare.

Bazat e zhvillimit:

- Pranë Sarandës dhe Ksamilit ndodhet Parku Kombëtar i Butrintit, një sit i jashtëzakonshëm që përfshin rrënojat e lashta të Butrintit dhe që përmban një larmi thesaresh arkeologjike dhe ligatinash, si dhe një shumëllojshmëri ekosistemesh;
- Sitet arkeologjike të Orikumit dhe Amantias ofrojnë informacione të mëtejshme mbi historinë e pasur antike të Shqipërisë. Këto vende shquhen për vlerën e tyre të rëndësishme historike dhe mbetjet e ruajtura mirë të qytetërimeve të lashta;
- Përveç këtyre siteve arkeologjike, në këtë klaster ka monumente të njohura si Xhamia e Muradies (Xhamia e Plumbit), një shembull i përsosur i arkitekturës osmane, dhe Kalaja e Kaninës. Kalaja e Kaninës, e cila daton në shekullin e 3-të p.e.s., ofron pamje mahnitëse panoramike;
- Manastiri i Zvërnecit, i cili daton që në shekullin e 13-të, ndodhet në ishullin e Zvërnecit, brenda Lagunës së Nartës dhe që mund të aksesohet lehtësisht nga vizitorët;
- Me pamje nga Saranda, Kalaja e Lëkurësit ofron pamje mahnitëse të detit Jon dhe qytetit poshtë saj. E ndërtuar në shekullin e 16-të, ajo shërbeu si një pikë mbrojtëse strategjike kundër pushtimeve osmane;
- Kjo zonë njihet edhe për iso-polifoninë shqiptare, e cila është pjesë e listës së trashëgimisë jomateriale të UNESCO-s, e pranishme veçanërisht në fshatrat përgjatë Rivierës;

- Fshatrat tradicionale të Himarës së Vjetër dhe Qeparit të Vjetër, të pozicionuara përgjatë Rivierës Shqiptare, ofrojnë pamje autentike të trashëgimisë shqiptare dhe pasurojnë më tej trashëgiminë kulturore të rajonit. Këto fshatra janë të njohura për bukurinë e tyre piktoreske, arkitekturën tradicionale dhe ruajtjen e kulturës shqiptare, duke i bërë ato thelbësore për të kuptuar kontekstin historik dhe kulturor të zonës.

GASTRONOMIA



Gastronomia në klasterin e bregdetit të Jonit ofron një përvojë të pasur që nxjerr në pah aspektet më të gjalla dhe autentike të dietës mesdhetare. Ofertat kulinare të rajonit janë një dëshmi e historisë, gjeografisë dhe kulturës së tij të larmishme, çka e bën atë një destinacion tërheqës për të apasionuarit e ushqimit.

Bazat e zhvillimit:

- Duke qenë pranë detit Jon, kuzhina vendase ofron kryesisht ushqime deti. Restorantet dhe tavernat bregdetare shpesh shërbejnë prodhime të freskëta deti të sapokapura, duke i bërë tërheqëse për personat që shijojnë ushqimin dhe duan të provojnë gatime autentike vendase;
- Riviera është e njohur për ullishtat dhe pemishtet e saj me agrume. Vaji i ullirit vendas është shumë cilësor dhe përdoret masivisht për gatim. Agrumet, veçanërisht limonët dhe portokallet, përdoren për t'u dhënë një shije të freskët shumë prej gatimeve dhe pijeve vendase;
- Riviera Shqiptare organizon festivale dhe evente të ndryshme kulinarie gjatë gjithë vitit, të fokusuara te një sërë produktesh, nga ushqimet e detit e deri te vaji i ullirit. Këto ngjarje përfaqësojnë një mundësi për të provuar kuzhinën vendase, për të mësuar rreth teknikave tradicionale të gatimit dhe për t'u angazhuar me prodhuesit dhe kuzhinierët vendas.

PRODUKTET DYTËSORE TURISTIKE:

NATYRA



Përveç plazheve të virgjëra, klasteri i bregdetit të Jonit është i njohur për peizazhet e tij mahnitëse, ujërat e kristalta, malet e thyera dhe parqet e harlisura kombëtare.

Bazat e zhvillimit:

- Qafa e Llogarasë ofron pamje mahnitëse të detit Jon dhe të çon në Parkun Kombëtar të Llogarasë, ku mund të shijohet fauna dhe flora e larmishme;
- Parku i vetëm detar i Shqipërisë, Parku Kombëtar Detar Karaburun-Sazan, ofron mundësi unike për zhytje dhe zhytje me maskë për të eksploruar biodiversitetin detar, shpellat nënujore dhe mbetjet e anijeve të mbytura;
- Habitatet e shumëllojshme të rajonit janë ideale për vëzhgimin e shpendëve, veçanërisht në zona si Parku Kombëtar i Butrintit dhe Parku Kombëtar i Llogarasë.

AKTIVITETET NË NATYRË



Turizmi i aventurës në klasterin e bregdetit të Jonit shfrytëzon peizazhet e larmishme natyrore për të ofruar një gamë të gjerë aktiviteteve dhe përvojash në natyrë që plotësojnë kërkesat e të pasionuarve pas aventurës dhe natyrës.

Bazat e zhvillimit:

- Alpinistët mund të eksplorojnë shtigjet përgjatë Maleve të Vetëtimës, të cilat ofrojnë pamje mahnitëse të vijës bregdetare dhe mundësinë për të zbuluar fshatra të thella dhe rrënoja të lashta;
- Qafa e Llogarasë është gjithashtu një vend i njohur për hedhjen me parashutë dhe ofron emocionet e fluturimit mbi Rivierën me pamje spektakolare;
- Terreni i thyer dhe peizazhet ofrojnë shtigje të përsosura për çiklizmin malor dhe aventurat/aktivitetet në terrene të vështira;
- Zona e këtij klasteri ofron një gamë aventurash të lidhura me sportet ujore, si p.sh., zhytje me maskë, zhytje (eksplorim i rrënojave nënujore dhe jetës detare), lundrim me kajak dhe lundrim me varkë.

2.4.6 Klasteri jugor i brendshëm



DESTINACIONET KRYESORE		BURIMET DHE ATRAKSIONET	
1	Berati	<ul style="list-style-type: none"> • Muzeu Etnografik i Beratit • Muzeu i Onufrit • Gorica dhe Mangalemi • Kanioni i Osumit • Liqeni i Ohrit • Kalaja dhe Pazari i Gjirokastrës • Fshatrat e Voskopojës dhe të Dardhës • Muzeu i Luftës së Ftohtë • Parku Arkeologjik i Antigonesë • Lugina e Zagorisë 	<ul style="list-style-type: none"> • Kalaja e Ali Pashës • Parku Kombëtar i Lumit të Egër
2	Gjirokastra	<ul style="list-style-type: none"> • Parku Kombëtar i Malit të Tomorrit • Parku Kombëtar i Prespës • Fabrika e Birrës së Korçës • Pazari i Korçës • Parku Kombëtar i Bredhit të Drenovës • Parku Kombëtar i Drilonit 	<ul style="list-style-type: none"> • Vjosa
3	Korça		
4	Pogradeci		
5	Përmeti		
PËRVOJAT KRYESORE			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vizita të trashëgimisë kulturore (zona të trashëgimisë kulturore që janë pjesë e listës së UNESCO-s, kala, xhami, pazare, shtëpi të stilit osman, muze, muzikë, kërcime, folklor dhe evente kulturore...) 2. Eksplorimi i natyrës dhe aventura në natyrë (kanione, lumenj, liqene, ujëvara, rafting, ecje në natyrë, fshatra tradicionale, peizazhe natyrore...) 3. Zbulime eno-gastronomike (vreshta, kuzhinë tradicionale, verëra vendi, kurse gatimi, degustim birre...) 			

Burimi: Horwath HTL, 2024

Klasteri jugor i brendshëm, i cili përfshin qarqet e Beratit, Gjirokastrës dhe Korçës, është përcaktuar në mënyrë strategjike bazuar në përvojat e përbashkëta që ofrojnë këto qarqe. Përcaktimi i kufijve të këtij klasteri është bazuar në trashëgiminë e pasur kulturore dhe bukurinë natyrore të zonës. Klasteri është një qendër për organizimin e vizitave të trashëgimisë kulturore, pasi në territorin e tij ndodhen një sërë shtesash që janë pjesë e listës së UNESCO-s, kala, xhami, kisha bizantine, pazare, shtëpi të stilit osman dhe muze, të cilat shoqërohen me një kalendar ngjarjesh kulturore.

Për më tepër, ai shërben si një qendër për eksplorimin e natyrës dhe aventurat në natyrë, me peizazhe të larmishme që ofrojnë mundësi për rafting, ecje në natyrë dhe eksplorim të fshatrave tradicionale. Klasteri promovon gjithashtu turizmin eno-gastronomik falë vreshtarive të zonës, traditave të kuzhinës vendase, degustimit të verërave dhe kurseve të gatimit, me theks të veçantë te prodhimet dhe kuzhina vendase.

PRODUKTET PARËSORE TURISTIKE:

KULTURA



Turizmi kulturor në klasterin jugor të brendshëm të Shqipërisë karakterizohet nga fokusi në ruajtjen dhe prezantimin e trashëgimisë së pasur historike dhe traditave të gjalla të rajonit.

Bazat e zhvillimit:

- Sitet e trashëgimisë botërore të UNESCO-s janë themelet e turizmit kulturor në këtë klaster dhe u ofrojnë vizitorëve një mundësi për të parë historinë e ruajtur ndër shekuj. Berati dhe Gjirokastra,

të njohura si “Qytetet e Gurit”, njihen për arkitekturën e tyre të ruajtur mirë të epokës osmane dhe qendrat urbane historike;

- Në këtë klaster gjenden stile të veçanta arkitekturore, nga kishat dhe xhamitë bizantine e deri te shtëpitë e stilit osman me fasada karakteristike prej druri dhe punime guri;
- Muzetë lokalë ekspozojnë artefakte që tregojnë historinë e Shqipërisë, duke filluar nga koha e lashtë ilire, periudhat klasike dhe mesjetare, e deri në epokën osmane dhe më tej;
- Muzika dhe vallëzimi tradicional luajnë një rol thelbësor në identitetin kulturor të rajonit. Më konkretisht, organizohen rregullisht shfaqje dhe festivale për të kremtuar dhe ruajtur këto forma arti. Një nga shembujt më domethënës është Festivali Folklorik i Gjirokastrës, një ngjarje e spikatur në Shqipëri që organizohet që nga viti 1968;
- Berati organizon gjithashtu disa aktivitete, ku përfshihen Festa e Ullirit, Xixëllonja Fest, Festa e Qershive, Festivali i Verërave dhe Historive të Beratit etj.;
- Zanatet tradicionale si endja e tekstilit, gdhendja e drurit dhe gurit dhe argjendaria, ekspozohen në pazaret lokale, ku artizanët shpesh demonstronjë aftësitë e tyre;
- Eventet folklorike, në shumicën e rasteve në formën e festivaleve, ofrojnë njohuri mbi zakonet dhe traditat e rajonit. Këto evente tërheqin turistët vendas dhe të huaj, duke ofruar një platformë për shkëmbime kulturore.

NATYRA



Turizmi natyror në klasterin jugor të brendshëm shfrytëzon peizazhet e shumëllojshme dhe burimet natyrore të rajonit për të ofruar një gamë të gjerë përvojash në natyrë.

Bazat e zhvillimit:

- Klasteri përfshin një shumëllojshmëri peizazhesh natyrore, duke përfshirë male, lugina, lumenj, kanione dhe liqene, të cilat janë ideale për një sërë aktivitete në natyrë;
- Parku Kombëtar Mali i Tomorrit, i cili tërheq personat e apasionuar pas natyrës, mbart gjithashtu edhe një rëndësi kulturore, falë pelegrinazhit të përvitshëm që zhvillohet atje;
- Kanioni i Osumit është i njohur për ujëvarat dhe muret e tij të krijuara prej forcave të lumit Osum;
- Parku Kombëtar Lumi Vjosa është një nga lumenjtë e fundit të egër të Evropës dhe është një habitat jetik për një gamë të gjerë të specieve të florës dhe faunës;
- Lugina e lumit të Shushicës, e cila shtrihet me pamje në drejtim të bregdetit të Jonit dhe Tepelenës, ofron mundësi për aktivitete në natyrë, si shijimi i peizazhit dhe natyrës, shëtitjet dhe ecjet tematike në natyrë, çiklizmi, shëtitje me kalë, kampingu, eksplorimi i kanioneve dhe aktivitete zbatimëse në pellgjet e lumit të Shushicës;
- Liqeni i Ohrit, i cili ndodhet në qytetin e Pogradecit, është një nga liqenet më të vjetër dhe më të thellë në Evropë dhe ofron aktivitete rekreative si noti, shëtitjet me varkë dhe peshkimi;
- Parku Kombëtar Bredhi i Hotovës-Dangëlli, i cili përfshin pyllin e Bredhit të Hotovës, është i përsosur për të eksploruar ekosistemet unike pyjore të Shqipërisë;
- Mali i Gramozit dhe Rezervati Natyror i Barmashit njihen për peizazhet e tyre alpine, bimët endemike dhe shtigjet e përshtatshme qoftë për shëtitësit e zakonshëm, po ashtu edhe për alpinistët më profesionistë.

GASTRONOMIA



Gastronomia në klasterin jugor të brendshëm është një pasqyrim i traditave të pasura kulinare të rajonit dhe i kombinimit të ndikimeve historike që përfshin shijet otomane, mesdhetare dhe ballkanike, duke ofruar kështu një trashëgimi të pasur kulinare për t'u eksploruar nga turistët.

Bazat e zhvillimit:

- Duke qenë se vëmendja është te përbërësit e freskët të zonës, më konkretisht te produktet organike si frutat, perimet, djathërat dhe mishi, vizitorët kanë mundësinë të provojnë përbërësit kryesorë të gatimeve tradicionale shqiptare;
- Rajoni njihet për vreshtat dhe traditat e prodhimit të verës. Kantinat lokale të verës ofrojnë degustime dhe vizita për të eksploruar varietetet autoktone të rrushit në Shqipëri;
- Vizitorët mund të marrin pjesë në kurse gatimi për të mësuar se si të përgatisin gatime të kuzhinës tradicionale shqiptare, çka krijon një lidhje praktike me kulturën e kulinarisë;
- Qytetet e Beratit dhe Gjirokastrës ofrojnë vizita për qëllime kulinarie ku mund të provohen gatimet tradicionale dhe specialitete lokale;
- Korça njihet për produktet e saj të bulmetit dhe birrën, e cila promovohet përmes një eventi të rëndësishëm si Festa e Birrës.

PRODUKTET DYTËSORE TURISTIKE:

AGROTURIZMI



Me peizazhet e tij rurale, ky klaster ofron një shumëllojshmëri eksperiencash agroturistike, ku vizitorët mund të përjetojnë jetën në fermë, të marrin pjesë në aktivitete bujqësore dhe të shijojnë prodhimet organike vendase.

Bazat e zhvillimit:

- Vizitorët mund të qëndrojnë në ferma ku zhvillohet punë reale, për të përjetuar stilin e jetesës rurale dhe për të marrë pjesë në aktivitetet e përditshme bujqësore;
- Vizitorët mund të marrin pjesë në vizita edukative që shërbejnë për të mësuar rreth bujqësisë vendase, praktikave të qëndrueshmërisë dhe rëndësisë së ruajtjes së metodave tradicionale të bujqësisë;
- Turistët mund të marrin pjesë në aktivitete sezonale si vjelja e frutave, vjelja e ullinjve dhe vjelja e rrushit.

AKTIVITETET NË NATYRË



Zona që është pjesë e këtij klasteri ofron mundësi të shumta për sporte dhe aventura në natyrë, si ecjet në natyrë, çiklizmi malor, rafting dhe hedhjet me parashutë.

Bazat e zhvillimit:

- Shtigjet e shumta të rajonit janë të përshtatshme për një shumëllojshmëri nivelesh aftësie, nga shëtitjet e thjeshta nëpër fshat deri tek ecjet sfiduese në male;
- Personat e apasionuar pas aventurave mund të zhvillojnë aktivitete si çiklizmi malor, hedhja me parashutë dhe ngjitja në shkëmbinj;
- Zonat si mali i Moravës kanë potencial për sporte dimërore, si ski dhe ecje mbi dëborë;
- Lumenjtë e Osumit dhe Vjosës ofrojnë mundësi për rafting, të përshtatshme për të gjithë, me nivele të ndryshme vështirësie.

2.5 IDENTIFIKIMI I PRIORITETEVE TË ZHVILLIMIT

Strategjia Kombëtare e Turizmit bazohet në gjashtë prioritate kyçe të zhvillimit që janë thelbësore për zhvillimin e mëtejshëm të suksesshëm dhe të ekuilibruar të turizmit në Shqipëri. Në vijim ofrohet një vështrim më i detajuar të secilës fushë prioritare të zhvillimit, ndërsa masat zhvillimore për çdo fushë prioritare do të shtjellohen më tej në strategjinë operacionale. Është e rëndësishme që këto gjashtë fusha prioritare të zhvillimit të shihen si prioritate kryesore strategjike për t'u zbatuar në të ardhmen.

Fushat kryesore të zhvillimit janë si më poshtë:



Burimi: Horwath HTL, 2024

2.5.1 Investimet

Kjo fushë strategjike fokusohet në krijimin e një mjedisi të ekuilibruar dhe tërheqës që mirëpret investimet dhe siguron përdorimin e qëndrueshëm të burimeve. Për të krijuar një sektor të suksesshëm turizmi në Shqipëri, ky prioritet i zhvillimit synon të tërheqë investime që sigurojnë përfitime afatgjata për të gjithë sektorin e turizmit dhe komunitetet vendase. Investimet duhet të theksojnë rëndësinë e ofertave turistike cilësore, të pranishme gjatë të gjithë vitit dhe të shpërndara në të gjithë vendin.

Objektivat kryesorë të këtij prioriteti të zhvillimit përfshijnë:

1. **Zbatimin e një game të stimujve fiskalë, mekanizmave mbështetës dhe skemave të përshtatura të investimeve** për të tërhequr investitorët vendas dhe ndërkombëtarë në projektet strategjike të turizmit;
2. Zbatimin e masave dhe zhvillimeve që synojnë **uljen e barrierave ndaj investimeve**. Kjo përfshin thjeshtimin e proceseve komplekse administrative dhe ofrimin e njohurive të vlefshme për tregun e turizmit, nëpërmjet stimujve jofiskalë;

3. Përzgjedhja dhe përcaktimi i kujdesshëm i **zonave specifike për zhvillimin e turizmit**. Kjo qasje synon të kanalizojë investimet drejt zonave me potencialin më të lartë për rritje dhe me interesin më të lartë strategjik në vend;
4. Ofrimi i **mbështetjes thelbësore për ndërmarrjet turistike mikro, të vogla dhe të mesme (NMVM)**, duke alokuar burime për përmirësimin e produkteve dhe të përvojës, si dhe për zhvillimin më të gjerë të këtyre ndërmarrjeve;
5. Sigurimi i aksesit në **opsione më të favorshme financimi** për projektet strategjike turistike dhe infrastrukturën përkatëse.

Këto përpjekje të fokusuara janë projektuar për të përmirësuar klimën e investimeve, me qëllim zhvillimin e ofertave turistike cilësore gjatë gjithë vitit në Shqipëri.

2.5.2 Politika rregullatore dhe fiskale e turizmit

Turizmi është një nga shtyllat e zhvillimit të ekonomisë së Shqipërisë dhe rrjedhimisht është jashtëzakonisht e rëndësishme që të ketë një kuadër rregullator të përshtatshëm. Ky kuadër i përditësuar nuk duhet të trajtojë vetëm sfidat bashkëkohore, si përdorimi i platformave të rezervimit dhe kërkesa për të dhënat e tregut në kohë reale, por duhet të trajtojë gjithashtu edhe mangësitë aktuale.

Përmirësimet kryesore duhet të fokusohen te:

1. Përmirësimi i **sistemit të taksimit për sektorin e turizmit**, me fokus në minimizimin e humbjeve aktuale të të ardhurave nga tatimet. Për të rritur të ardhurat dhe për të siguruar taksim të drejtë, është e nevojshme një qasje e re për të përfshirë të gjithë ofruesit e akomodimit nën një ligj ombrellë, veçanërisht ata që ofrojnë struktura akomoduese me qira afatshkurtër;
2. **Përmirësimi i skemave të nxitjes së investimeve** - Një mjedis rregullator transparent dhe efikas është thelbësor për tërheqjen e investimeve në sektorin e turizmit, duke përfshirë ndërtimin e hoteleve, resorteve dhe infrastrukturave të tjera turistike. Kjo garanton qëndrueshmërinë dhe përputhshmërinë e zhvillimit me qëllimet afatgjata të turizmit në Shqipëri;
3. **Kategorizimi** i strukturave akomoduese ekzistuese dhe të reja. Përmirësimi i rregulloreve për përcaktimin dhe zbatimin e standardeve të cilësisë dhe sigurisë është thelbësor për mbrojtjen e turistëve dhe përmirësimin e përvojave të tyre. Këtu përfshihen të gjitha aspektet, nga garantimi i sigurisë së akomodimeve dhe shërbimeve të transportit, e deri te respektimi i standardeve të higjienës në restorante. Një sistem i fortë rregullator është thelbësor që Shqipëria të pozicionohet si një destinacion turistik i sigurt dhe i besueshëm, pasi këto janë aspekte kyçe për të tërhequr turistë me mirëqenie të lartë ekonomike;
4. **Rregullimi i ndërtimit** të strukturave akomoduese me qira afatshkurtër dhe hoteleve të reja. Nëse nuk menaxhohet siç duhet, zgjerimi i turizmit shoqërohet me rrezikun e çënimit të mjedisit dhe dobësimit të identitetit kulturor. Përmirësimi i kuadrit rregullator mundëson praktika turizmi të qëndrueshme që minimizojnë ndikimin mjedisor, ruajnë burimet natyrore dhe respektojnë kulturën vendase;
5. **Krijimi i një kuadri ligjor që përcakton standardet minimale të shërbimit** dhe që qartëson detyrimet dhe të drejtat e ofruesve të shërbimeve turistike dhe të konsumatorëve, është thelbësor për të garantuar transparencë dhe cilësi në të gjithë industrinë e turizmit.

Një fokus thelbësor është të garantohet që këto përmirësime të jenë **praktike dhe të zbatueshme**, me qëllim që të reduktohet ekonomia joformale në sektorin e turizmit.

2.5.3 Menaxhimi i destinacioneve

Shqipëria duhet të përmirësojë përpjekjet e saj për menaxhimin e destinacioneve në mënyrë që të shfrytëzojë potencialin e plotë të turizmit, të mbrojë trashëgiminë e saj natyrore dhe kulturore, të rrisë konkurrencën në nivel global duke ndikuar pozitivisht në përmirësimin e mirëqenies së qytetarëve. Menaxhimi efektiv i destinacioneve është thelbësor për të siguruar një zhvillim të qëndrueshëm të turizmit që redukton efektet negative në mjedis dhe komunitetet vendase.

Rishikimi i modelit të menaxhimit të destinacioneve në Shqipëri duhet të përfshijë një qasje me disa nivele duke u fokusuar në:

1. Njohjen e **roleve dhe përgjegjësive specifike në nivelet kombëtare, rajonale dhe lokale;**
2. Krijimin e një **kuadri ligjor koherent që përshkruan qartë përgjegjësitë**, duke u siguruar që çdo nivel menaxhimi të punojë drejt objektivave të përbashkëta;
3. **Identifikimin e një mekanizmi të qëndrueshëm financimi** që përputhet me performancën turistike të vendit;
4. Ngritjen e një **sistemi informacioni për menaxhimin e turizmit**, i cili duhet të mbledhë dhe të analizojë të dhëna në kohë reale, për të mundësuar një qasje të bazuar në njohuri për menaxhimin e destinacioneve.

Duke përmirësuar sistemin e menaxhimit të destinacioneve, Shqipëria mund të bëhet më konkurruese, jo vetëm në nivel rajonal, por edhe në shkallë globale.

2.5.4 Zhvillimi i produkteve turistike

Qasja për përmirësimin e konkurrueshmërisë së ofertës turistike të Shqipërisë duhet të fokusohet në:

1. Vënien e theksit **te raporti i shkëlqyer kosto-përfitim**. Kjo qasje nuk bazohet në opsionet me kosto të ulët, por në ofrimin e një cilësie dhe vlere të jashtëzakonshme që garanton një kosto-efektive më të lartë në krahasim me vendet e tjera në rajon dhe Evropë;
2. Ofrimin e **produkteve dhe eksperiencave tërheqëse turistike gjatë gjithë vitit**. Kjo mund të arrihet duke zgjeruar ofertën përtej turizmit mbizotërues të diellit dhe plazhit, për të përfshirë vizitat kulturore, pushime në qytet, aktivitetet në natyrë, agroturizmin dhe përvoja të ngjashme. Gjithashtu, hapja e parashikuar e një aeroporti tjetër në Shqipëri ofron mundësi të reja për një shpërndarje më të barabartë të turizmit gjatë gjithë vitit dhe në rajone të ndryshme. Ky zhvillim duhet të shoqërohet me produkte dhe përvoja që ofrojnë vlerë të konsiderueshme të shtuar;
3. **Njohjen e rolit thelbësor të kompanive të menaxhimit të destinacioneve (KMD)** në krijimin e eksperiencave turistike inovative dhe unike që përbëjnë themelin e sektorit të turizmit në zhvillim në Shqipëri. Duke forcuar dhe mbështetur kompanitë e menaxhimit të destinacioneve (KMD), Shqipëria mund të stimulojë krijimin e **eksperiencave dhe produkteve të reja turistike me vlerë të lartë**, të cilat janë në përputhje me një vizion të unifikuar për rritjen e turizmit. Kjo përpjekje pritet të pasurojë portofolin e turizmit dhe të përmirësojë ndjeshëm përvojën e vizitorëve;
4. **Krijimin e përvojave përmes një modeli inovativ të rritjes së vlerës**, me synimin për t'i bërë ofertat turistike të Shqipërisë konkurruese dhe unike, duke i bërë kështu tërheqëse për një gamë më të gjerë të preferencave të turistëve. Këto përvoja përfshijnë turizmin kulturor, aktivitetet në natyrë, agroturizmin, turizmin MICE dhe mundësitë detare, duke u siguruar që atraksionet të jenë të disponueshme gjatë të gjithë vitit dhe jo vetëm gjatë një sezoni;
5. Njohjen e rolit kritik të **angazhimit të komunitetit. Përfshirja e turizmit të bazuar në komunitet** dhe promovimi i aktiviteteve që përfshijnë çdo gjini mund të përmirësojë barazinë e përfitimeve ekonomike.

Në thelb, zhvillimi i mëtejshëm i produkteve turistike synon të ndërtojë një sektor të fuqishëm turizmi që është i larmishëm, i qëndrueshëm, gjithëpërfshirës dhe me përfitime ekonomike për Shqipërinë.

2.5.5 Marketingu i destinacioneve

Në periudhën e ardhshme, industria e turizmit në Shqipëri duhet të harmonizojë përpjekjet e saj të marketingut me tendencat më të fundit të tregut, si dhe me qëllimet e saj strategjike.

Objektivat kryesorë të këtij prioriteti të zhvillimit përfshijnë:

1. **Qasje metodike ndaj planifikimit, projektimit, zbatimit dhe vlerësimit të aktiviteteve të marketingut** për të siguruar arritjen e suksesit;
2. Përcaktimin e **roleve dhe përgjegjësive të qarta** për të gjitha grupet e interesit të përfshira në veprimtaritë e marketingut në sektorin e turizmit;

3. Baza e veprimtarive të marketingut duhet të jetë një **strategji gjithëpërfshirëse e marketingut** që përshkruan elementet thelbësore si tregjet e burimeve të synuara, segmentet e tregut, kanalet e komunikimit, objektivat, nismat specifike dhe alokimet buxhetore;
4. Zhvillimi dhe **menaxhimi i markës së turizmit të Shqipërisë** është thelbësor për rritjen e pranisë së saj në tregun ndërkombëtar, në përputhje me objektivat strategjike të vendit. Kjo përfshin krijimin dhe promovimin e nënmarkave që theksojnë atributet unike të destinacioneve dhe produkteve individuale, duke rritur kështu vizibilitetin dhe atraktivitetin e tyre. Ndërtimi i një marke të fortë dhe të njohur jo vetëm që do të tërheqë më shumë vizitorë, por do të kontribuojë gjithashtu në rritjen e qëndrueshme në sektorin e turizmit.

2.5.6 Ngritja e kapaciteteve

Për të rritur nivelin e sektorit të turizmit në Shqipëri dhe për ta përafëruar atë me standardet ndërkombëtare të turizmit, është thelbësore që të përmirësohen, në mënyrë gjithëpërfshirëse, kapacitetet e brendshme dhe të jashtme.

Ky përmirësim duhet të përfshijë:

1. **Përparime në arsimin formal** duke u siguruar që kurrikulat në universitete, shkolla profesionale publike dhe institucione të tjera arsimore të pasqyrojnë tendencat më të fundit të tregut dhe nevojat specifike të industrisë së turizmit. Përmirësimi i arsimit formal përfshin gjithashtu përditësimin dhe perfeksionimin e përmbajtjes dhe të metodologjive arsimore **për të përgatitur një forcë punëtore të aftë për të përmbushur kërkesat dinamike të tregut global të turizmit**. Kjo përfshin integrimin e skenarëve në kohë reale në kurrikulë dhe ofrimin e programeve të specializuara që plotësojnë nevojat në zhvillim të sektorit të turizmit.
2. **Investimet e konsiderueshme në arsimin joformal** janë gjithashtu thelbësore. Grupet e interesit në të gjithë sektorët e biznesit dhe ato publike duhet të kenë akses në një gamë të gjerë të mundësive të të nxënit, ku përfshihen seminarët, seancat e trajnimit, prezantimet, programet e certifikimit, si dhe zhvillimi i platformave digjitale dhe mësimdhënia në akademi. Këto nisma synojnë të rrisin standardet dhe kapacitetet e përgjithshme të industrisë së turizmit.
3. Një komponent integral i kësaj qasjeje gjithëpërfshirëse për ngritjen e kapaciteteve duhet të përfshijë **nxitjen e përfshirjes**, veçanërisht duke inkurajuar pjesëmarrjen e grave në nismat e turizmit. Duke integruar përfshirjen gjinore në këto programe arsimit dhe trajnimit, Shqipëria mund të garantojë rritjen e larmishmërisë dhe gjithëpërfshirjes në sektorin e turizmit.

Kjo qasje jo vetëm që promovon barazinë, por mbështetet gjithashtu në një gamë më të gjerë perspektivash dhe aftësish, duke kontribuar në një industri turizmi më të qëndrueshme dhe konkurruese.

3. STRATEGJIA E ZHVILLIMIT

3.1 STRATEGJITË E ZHVILLIMIT

Në bazë të identifikimit të prioritetëve të zhvillimit, të cilat kategorizohen në gjashtë fusha strategjike, në Strategjinë Kombëtare të Turizmit shtjellohen edhe masat zhvillimore, pra strategjitë operacionale, të cilat janë në pajtueshmëri të plotë me fushat prioritare të përcaktuara më parë:



Në kapitujt vijues, përshkruhen komponentët e mëposhtëm për çdo masë zhvillimore:

- **Koncepti**
- **Veçoritë kryesore**
- **Subjekti përgjegjës për zbatimin**
- **Hapat e zbatimit**
- **Vlerësimi i nivelit të investimit/buxhetit potencial/të nevojshëm**

Këto strategji janë hartuar për të trajtuar dhe zgjidhur në mënyrë të drejtpërdrejtë sfidat e identifikuara më parë me të cilat përballlet sektori i turizmit në Shqipëri.

1. Investimet

1.1 FUQIZIMI I KORPORATËS SË INVESTIMEVE SHQIPTARE (AIC)	
Koncepti	
<p>Korporata e Investimeve Shqiptare (në vijim: AIC) duhet të luajë një rol thelbësor në mobilizimin e potencialit për investime në turizëm në Shqipëri. Kjo masë zhvillimore është hartuar për të rritur kapacitetet e AIC-së për të bashkëpunuar në mënyrë efektive me subjektet e sektorit privat duke krijuar mundësi dhe modele investimi për të tërhequr më shumë investitorë vendas dhe të huaj në projekte turistike unike dhe me vlerë të shtuar në të gjithë Shqipërinë.</p> <p>Fokusi është në krijimin e një kuadri proaktiv që do të thjeshtonte proceset e brendshme në lidhje me identifikimin dhe projektimin fillestar të mundësive për investime në shkallë të gjerë në sektorin e turizmit, nga sektori privat ose përmes modelit të investimeve të partneritetit publik-privat (PPP), duke u mbështetur fuqimisht tek aktivizimi i siteve dhe zonave zhvillimore me potencial zhvillimi, në pronësi të sektorit publik.</p> <p>Krijimi i një ekipi të brendshëm, të fortë dhe të specializuar, si dhe vendosja e marrëdhënieve profesionale me konsulentë dhe partnerë të specializuar të industrisë, do të shpaloste në mënyrën më efektive të mundshme potencialin e konsiderueshëm për investime që ka Shqipëria. Gjithashtu, qëllimi është përmirësimi i kompetencave dhe efikasitetit organizativ të AIC-së për të tërhequr dhe menaxhuar investime strategjike në industrinë e turizmit përmes ngritjes së kapaciteteve dhe trajnimit.</p> <p>AIC do të duhet gjithashtu të strukturojë mundësi tërheqëse investimi, të konsoliduara në një portofol kombëtar dhe të mirëstrukturuar të investimeve për turizmin, ku të shpalosen mundësitë reale të investimeve, të mbështetura nga qeveritë në nivel kombëtar, rajonal dhe vendor, duke thjeshtuar realizimin e projekteve. Portofoli i investimeve duhet të promovohet tek investitorët e huaj dhe vendas përmes një procesi afatgjatë të gjetjes dhe sigurimit të investitorëve të duhur për projekte të rëndësishme.</p>	
Veçoritë kryesore	
<ul style="list-style-type: none">• Rekomandohet një strategji për përmirësimin e turizmit, në mënyrë të posaçme nëpërmjet ngritjes së kapaciteteve dhe trajnimit të stafit të AIC-së përmes bashkëpunimit me konsulentë të përzgjedhur të sektorit të hotelierisë, që mund të bashkëpunojnë me ekipin e AIC-së në detyra të ndryshme, duke mundësuar ngritjen e kapaciteteve me anë të metodës së “të mësuarit nga praktika”, krahas aktiviteteve standarde të trajnimit dhe ngritjes së kapaciteteve;• Zhvillimi i opsioneve të personalizuara për modelin e biznesit që lehtësojnë bashkëpunimin me grupet e interesit të sektorit privat. Këtu përfshihet identifikimi dhe përmirësimi i strategjive për të tërhequr partnerët financiarë ndërkombëtarë, investitorët vendas dhe grupet e investitorëve, si dhe për të marrë zotime konkrete prej tyre. Gjithashtu përfshihet përcaktimi dhe zbatimi i kuadrove më të përshtatshëm të partneritetit publik-privat (PPP) për shfrytëzimin e përbashkët të tokave dhe pasurive publike, sipas rastit. Ky hap është thelbësor për të siguruar bashkëpunime të dobishme dhe të qëndrueshme, duke shfrytëzuar burimet publike për të tërhequr investime dhe ekspertizë private;• Krijimi i një portofoli kombëtar investimesh që përfaqëson projektet e investimeve strategjike në Shqipëri. Çdo projekt ose mundësi investimi i nënshtrohet një procesi të hollësishëm, i cili përfshin një studim të tregut, zhvillimin e konceptit të përdorimit optimal dhe një vlerësim të para-fizibilitetit financiar. Këta komponentë përfshihen me kujdes në dokumentet e prezantimit të projektit ose fishat e projektit. Këto dokumente janë thelbësore për t’u angazhuar me tregjet e brendshme dhe ndërkombëtare të investimeve dhe garantojnë prezantimin e projekteve në një mënyrë të njohur ndërkombëtarisht dhe tërheqëse për investitorët potencialë.	
Subjekti përgjegjës për zbatimin	
Institucioni drejtues: <ul style="list-style-type: none">▪ Korporata e Investimeve Shqiptare (AIC)	

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Strategjia e AIC-së për përmirësimin e turizmit - ngritja e kapaciteteve dhe trajnimi i stafit të AIC-së në sektorin e turizmit dhe hotelerisë sipas nevojave të identifikuara.
2. Miratimi i modeleve të biznesit dhe financimi i sektorit publik.
3. Krijimi i një portofoli kombëtar investimesh.

1.2. FUQIZIMI I AGJENCISË SHQIPTARE TË ZHVILLIMIT TË INVESTIMEVE (AIDA)

Koncepti

Duke pasur parasysh misionin e AIDA-s dhe nevojën e vazhdueshme për të **përmirësuar mjedisin e biznesit për investitorët strategjikë** në sektorin e turizmit dhe hotelerisë, kjo iniciativë synon të **lehtësojë kryerjen e investimeve**, veçanërisht të investimeve strategjike në sektorin e turizmit. AIDA duhet të jetë një **institucion me kapacitete të plota të brendshme për të vlerësuar dhe kontrolluar projektet e investimeve strategjike** dhe ndikimet e tyre, të garantojë arritjen e rezultateve të parashikuara dhe të thjeshtojë procesin e investimeve strategjike në sektorin e turizmit.

Nëpërmjet bashkëpunimit të ngushtë me AIC-në dhe MTM-në, AIDA po bashkëpunon për të **promovuar mundësitë për investime të huaja**, si dhe stimujt dhe arsyet e tjera për të investuar në Shqipëri.

AIDA fokusohet në krijimin e stimujve të fortë dhe konkurrues për investime, të përshtatur sipas nevojave të investitorëve në sektorin e hoteleri-turizmit. AIDA mund të rrisë ndjeshëm investimet në sektorin e turizmit në Shqipëri duke **harmonizuar politikat** me Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit, duke **thjeshtuar rregulloret**, si dhe duke **promovuar vendin** si një destinacion kryesor për investime në fushën e turizmit.

Për më tepër, AIDA fokusohet jo vetëm tek investimet në shkallë të gjerë, por mbështet gjithashtu investimet e NMVM-ve në sektorin e turizmit dhe hotelerisë në Shqipëri.

Gjithashtu, **partneriteti me institucionet financiare dhe rritja e aftësive të forcës punëtore** përmes trajnimeve, do t'i mundësojë AIDA-s të tërheqë dhe mbështesë investime të qëndrueshme.

Duke zbatuar këto masa, aftësia e AIDA-s për të tërhequr dhe menaxhuar investime strategjike në sektorin e turizmit mund të rritet ndjeshëm.

Veçoritë kryesore

- **Bashkëpunim i ngushtë me Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit** për t'u siguruar që politikat dhe stimujt për investime janë në përputhje me qëllimet kombëtare të Shqipërisë për turizmin;
- **Bashkëpunim i ngushtë me AIC-në** për të miratuar stimujt për investimet strategjike për projektet në një portofol kombëtar të investimeve, si dhe thjeshtësimi i investimeve;
- **Thjeshtësimi i rregulloreve dhe procedurave** që prekin sektorin e turizmit, për t'ua bërë më të lehtë investitorëve të ngrënë biznese dhe ushtrojnë veprimtari në Shqipëri;
- **Akses më i lehtë në financime** përmes institucioneve financiare ndërkombëtare (të tilla si BB/IFC, BERZH, BEI etj.) dhe bankave tregtare;
- Angazhim në **ngritjen e kapaciteteve dhe programet e trajnimit** për stafin e AIDA-s, mbi tendencat më të fundit në lehtësimin e investimeve (Në përputhje me iniciativën 6.2).

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve (AIDA)

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ministrisë së Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës
- Komitetit të Investimeve Strategjike

Hapat e zbatimit

1. Ngritja e kapaciteteve dhe zhvillimi i seminareve për stafin e AIDA-s

1.3 STRATEGJIA E NXITJES SË INVESTIMEVE NË TURIZËM

Koncepti

Për të tërhequr dhe siguruar investitorë potencialë për sektorin në rritje të turizmit në Shqipëri, ekziston një nevojë emergjente për të **përpiluar plane të detajuara të nxitjes së investimeve që nënvizojnë në mënyrë efektive mundësitë për investime në vend**. Kjo iniciativë përfshin zhvillimin e një **plani gjithëpërfshirës kombëtar për nxitjen e investimeve**, i cili përfshin **kuadro strategjikë dhe një udhërrëfyes operacional** të hartuar për të vënë në zbatim masat e detajuara.

Elementet kryesore të këtij plani përfshijnë organizimin e një **programi me evente dhe forume** të fokusuar specifikisht **tek investitorët vendas dhe të huaj**.

Objektivi kryesor është **të komunikohen në mënyrë efikase avantazhet unike dhe mundësitë e rëndësishme për investime në sektorin e turizmit në Shqipëri** te një audiencë globale.

Gjithashtu, strategjia duhet të përfshijë mekanizma për **promovimin e përbashkët të mundësive për investime në sektorë të ndryshëm**, duke theksuar bashkëpunimin midis **Ministrit të Turizmit dhe Mjedisit, Ministrit të Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit, Ministrit për Evropën dhe Punët e Jashtme** (përmes diplomacisë ekonomike), **Agjencisë Shqiptare të Zhvillimit të Investimeve (AIDA)** dhe **Korporatës së Investimeve Shqiptare (AIC)** (Në përputhje me iniciativat 1.1 dhe 1.2).

Kjo përpjekje për nxitjen e investimeve fokusohet në theksimin e mundësive për investime në zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit (Në përputhje me iniciativën 1.5) dhe në promovimin në mënyrë aktive të projekteve të listuara në portofolin kombëtar të investimeve (Në përputhje me iniciativën 1.1). Në këtë mënyrë, iniciativa synon të krijojë mundësi tërheqëse për investime, duke nxitur rritjen ekonomike dhe zhvillimin e industrisë së turizmit në Shqipëri.

Veçoritë kryesore

- Hartimi i **planeve të detajuara** për promovimin e mundësive të investimit tek investitorët potencialë.
- **Organizimi i eventeve dhe forumeve** të fokusuar tek investitorët kryesorë vendas dhe të huaj;
- **Komunikimi në mënyrë efikase**, te një audiencë globale, i avantazheve të investimit në sektorin e turizmit në Shqipëri;
- **Bashkëpunimi midis AIDA-s, AIC-së dhe MTM-së** për të promovuar bashkarisht Shqipërinë si një destinacion kryesor për investime strategjike në sektorin e turizmit, në forumet e investimeve, si dhe në ekspozitat dhe eventet tregtare në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Korporata e Investimeve Shqiptare (AIC) dhe Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve (AIDA)

Me mbështetjen e:

- Ministrit të Turizmit dhe Mjedisit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Hartimi i një strategjie kombëtare për nxitjen e investimeve

1.4 SKEMAT E NXITJES SË INVESTIMEVE NË TURIZËM

Koncepti

Sektori i turizmit përballlet me sfida të konsiderueshme për shkak të kostove të larta të investimit dhe financimit. Këto barrierë financiare pengojnë ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (NMVM-të) dhe projektet më të mëdha të investimeve që të sigurojnë kapitalin e nevojshëm për të nisur apo zgjeruar veprimtaritë e tyre. Aktualisht, projektet e investimeve në shkallë të gjerë po e bazojnë fizibilitetin e tyre financiar kryesisht në shitjet e pasurive të paluajtshme/rezidencave, ose në kapitalin e tyre, pasi kushtet e financimit tregtar në këtë fazë nuk ofrojnë një burim të përshtatshëm financimi për projekte të tilla, si në aspektin e periudhave të shlyerjes po ashtu edhe të normave të interesit. Për rrjedhojë, projektet e zhvillimit të turizmit në shkallë më të vogël kanë opsione financimi të kufizuara, ndërsa projektet në shkallë të gjerë janë të fokusuar më së shumti në komponentin rezidencial, çka do të thotë se perspektiva për zhvillim është e orientuar drejt ndërtimit masiv të pronave të paluajtshme si "resorte" dhe jo në zhvillimin profesional të resorteve turistike të shfrytëzimit të miksuar.

Ndaj, qeveria shqiptare do të adresojë mungesën e efikasitetit të tregut nëpërmjet skemave të përshtatura të nxitjes që mundësojnë ngritjen e **resorteve të shfrytëzimit të miksuar** dhe **të projekteve private në shkallë të vogël në sektorin e hotelerisë**, plotësisht funksionale dhe të zhvilluara në mënyrë profesionale. Duke rregulluar zhvillimin e projekteve të "shfrytëzimit të miksuar", objektivi është të thjeshtohet **cikli i investimit për të mbështetur qëndrueshmërinë afatgjatë** dhe në kushtet aktuale të tregut, qeveria duhet të ofrojë **stimuj të synuar** për të mundësuar **zhvillimin e balancuar** të dhomave të hoteleve, rezidencave të markës dhe jo të markës, ndryshe nga ç'ndodh aktualisht.

Cikli i investimit duhet të vijojë, por duhet të drejtohet në mënyrë efektive dhe kjo gjë mund të arrihet përmes një **skeme të mirëstrukturuar dhe të fokusuar për nxitjen e investimeve**.

Këto skema duhet të **shfrytëzojnë partneritetet dhe instrumentet e ndryshme financiare** për të krijuar një sistem të fortë mbështetës për zhvilluesit dhe sipërmarrësit, si dhe të përfshijnë mundësisht instrumente të tilla si **stimujt fiskalë, stimujt jofiskalë, subvencionet për mbulimin e normës së interesit, reduktimin e barrierave financiare, kreditë me interes të ulët, grantet** dhe të ngjashme. Përmes prezantimit të masave të propozuara, skemat e investimeve në turizëm jo vetëm që do të **redukojnë barrierat financiare** të lidhura me projektet në shkallë të gjerë në sektorin e turizmit dhe hotelerisë, **por do të nxisin gjithashtu rritjen ekonomike**, do të rrisin aktivitetin e investimit të NMVM-ve, do të kontribuojnë në formalizimin e sektorit, do të krijojnë vende pune dhe do të promovojnë Shqipërinë si një destinacion kryesor të turizmit të qëndrueshëm.

Veçoritë kryesore

- **Krijimi i një skeme të re investimi për zhvillimin e projekteve të shfrytëzimit të miksuar.** Këto skema janë të orientuara drejt planifikimit strategjik urban dhe reformave politike që **stimulojnë zhvilluesit përmes subvencioneve fiskale, si subvencionet për mbulimin e normës së interesit, lehtësirat tatimore ose proceset e thjeshtuara të dhënies së lejeve** (Në përputhje me iniciativat 1.1, 2.2 dhe 2.3). Mekanizmat financiarë, të tillë si **partneritetet publike-private (PPP), mund të përdoren për të shpërndarë rrezikun financiar dhe për të nxitur investimet private** në projektet publike. Skema duhet ta vërë theksin te qëndrueshmëria dhe të pasqyrojë qëllimet më të gjera të zhvillimit urban për krijimin e hapësirave urbane më kohezive, më efektive dhe më tërheqëse;
- **Skemat e investimeve për NMVM-të në sektorin e turizmit.** Zakonisht, NMVM-të kanë akses të kufizuar në kapitale të mëdha, gjë që ua vështirëson nisjen apo zgjerimin e veprimtarive pa mbështetje të jashtme financiare. Duke prezantuar skema specifike investimi për NMVM-të, të tilla si **subvencionet për mbulimin e normës së interesit apo grantet**, ose stimuj fiskalë si **lehtësirat tatimore**, atëherë barra financiare në këto ndërmarrje më të vogla mund të ulen ndjeshëm. Kjo lehtëson pjesëmarrjen e tyre në tregun e turizmit, diçka të cilën nuk do të mund ta përballonin pa mbështetje të jashtme;
- **Skemat e investimeve për zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit.** Këta stimuj duhet të jenë specifikë vetëm për investimet në zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit. Ato duhet të konsistojnë

në **stimuj të ndryshëm fiskalë dhe jofiskalë**, duke stimuluar më tej investimet në zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit (Në përputhje me iniciativën 1.5). Këto investime duhet të plotësojnë stimujt e tjerë dhe mund të kombinohen.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Financave
- Institucioneve financiare ndërkombëtare dhe bankave tregtare
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Zhvillimi i një kuadri të përditësuar për nxitjen e investimeve
2. Sigurimi i burimeve të financimit
3. Lançimi i skemave të nxitjes së investimeve në turizëm

1.5 AKTIVIZIMI I ZONAVE ME PËRPARËSI PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT

Koncepti

Aktivizimi i **zonave me përparësi zhvillimin e turizmit** është një qasje strategjike për të thjeshtuar zhvillimin e turizmit brenda zonave gjeografike me potencial të konsiderueshëm zhvillimi, ose zonave ku zhvillimi i turizmit njihet si me rëndësi strategjike në nivel kombëtar. Objektivi kryesor është **identifikimi i zonave specifike strategjike në Shqipëri, të cilat kanë potencial të lartë turistik** dhe nxitja e zhvillimit të tyre përmes investimeve të synuara, përmirësimit të infrastrukturës, marketingut dhe iniciativave të tjera.

Zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit janë zona të mëdha, të cilat shpesh përfshijnë pjesë të konsiderueshme të tokës në pronësi të qeverisë. Këto zona duhet të përcaktohen **si rajone të mëdha gjeografike ku zhvillimi i turizmit parashikohet të ketë një ndikim të thellë në ekosistemet më të gjera ekonomike dhe sociale**. Zona të tilla përfshijnë, ndër të tjera, rajonet malore, vendet rurale, zonat e thella, zonat e pazhvilluara, si dhe rajonet me potencial të lartë që kërkojnë përmirësime thelbësore infrastrukturore.

Një hap i parë i rëndësishëm është **përkufizimi i një zone me përparësi për zhvillimin e turizmit**. Pas identifikimit dhe përkufizimit, duhet të hartohen **master plane** gjithëpërfshirëse të zhvillimit për çdo zonë, përmes një qasjeje nga lart-poshtë, si dhe duhet të lehtësohen investimet përmes **mekanizmave transparentë**.

Projektet në zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit duhet të **mbështeten përmes skemave të nxitjes së investimeve** (Në përputhje me iniciativën 1.4), si dhe përmes stimuljeve specifike për zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit.

Qëllimi është:

- Orientimi i investimeve në zona më pak të zhvilluara/më komplekse për turizmin;
- Nxitja e zhvillimit përmes përgatitjes së koordinuar të një master plani nga qeveria;
- Mbështetja e ekonomive dhe komuniteteve vendore.

Veçoritë kryesore

- **Përkufizimi i zonave me përparësi për zhvillimin e turizmit;**
- **Identifikimi i zonave potenciale me përparësi për zhvillimin e turizmit** bazuar në faktorë të tillë si burimet natyrore dhe kulturore, aksesueshmëria, ose atraksione të tjera, në pronësi publike, private dhe/ose publike-private. Ky është momenti kur përcaktohen kufijtë dhe karakteristikat specifike të secilës zonë;
- **Zhvillimi i një master plani të detajuar për secilën zonë**, ku të parashtrohet **vizioni** për zonën, **objektivat** specifike, si dhe **strategjitë** për arritjen e këtyre objektivave. Ai duhet të parashikojë **nevojat** për zhvillimin e infrastrukturës/ofrimin e shërbimeve utilitare, **parametrat hapësinorë** dhe aktivitetet turistike në komunitet, të gjitha me një fokus të veçantë në krijimin e destinacioneve turistike afatgjata dhe të qëndrueshme;
- **Krijimi i një modeli financimi** për të financuar me efikasitet zhvillimin e infrastrukturës. Këtu mund të përfshihen fondet publike, investimet private, ose një kombinim i të dyjave. Modeli i financimit duhet të jetë i qëndrueshëm dhe në gjendje të mbështesë zhvillimin afatgjatë. Për këtë sfidë rekomandohet angazhimi me IFN-të për shkak të përvojës së tyre dhe burimeve të disponueshme të financimit;
- **Investimi në infrastrukturën e nevojshme**, ku përfshihet transporti, akomodimi dhe struktura të tjera turistike, siç përshkruhet në master plan, si dhe financimi sipas modelit të përcaktuar të financimit;
- **Përcaktimi i roleve dhe përgjegjësi** të organeve të ndryshme qeveritare dhe grupeve private të interesit, duke garantuar kështu qartësi dhe koordinim.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Korporata e Investimeve Shqiptare (AIC)

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Vlerësimi dhe priorizimi i zonave me përparësi për zhvillimin e turizmit
2. Përgatitja e master planit për zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit

1.6 KRIJIMI I PLATFORMËS SË OFERTIMIT

Koncepti

Kjo masë zhvillimore propozon **zbatimin e një procesi ofertimi konkurrues** që jo vetëm do të thjeshtojë caktimin e statusit të investitorëve strategjikë, por gjithashtu do të menaxhojë **propozimet e pakërkua dhe të kërkuara për zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit**, si dhe **projektet e përfshira në një portofol kombëtar të investimeve** (Në përputhje me iniciativat 1.1 dhe 1.5).

Duhet të zhvillohet një **platformë e specializuar ofertimi** për të lehtësuar këtë proces, duke garantuar kështu **transparencë dhe aksesueshmëri**. Kjo platformë do të orientojë grupet e interesit gjatë fazave të ndryshme të ofertimit, nga paraqitja e propozimit deri te përzgjedhja përfundimtare, si dhe do të përfshijë veçori që garantojnë integritetin dhe drejtësinë;

Procesi i ofertimit konkurrues do t'i **përmbahet një afati kohor të detajuar**, duke specifikuar etapat nga lançimi deri te nisja e aktiviteteve të zhvillimit. Për të siguruar funksionimin e duhur të platformave, është e rëndësishme që të **përcaktohen qartë rolet dhe përgjegjësitë** e organeve të ndryshme qeveritare dhe të grupeve private të interesit, ndër të cilat elementët më të rëndësishëm janë përcaktimi i pronarit dhe personit përgjegjës për koordinimin dhe promovimin e platformës.

Kjo iniciativë ka rëndësi strategjike për rritjen e efikasitetit dhe transparencës së zhvillimit të turizmit në Shqipëri. Duke nxitur një mjedis konkurrues, kjo masë synon që jo vetëm të optimizojë zhvillimin e zonave turistike, por gjithashtu të garantojë se këto zhvillime ofrojnë përfitime maksimale për vendin dhe njerëzit.

Veçoritë kryesore

- **Krijimi i një platforme të specializuar ofertimi.** Kjo platformë do të thjeshtojë procesin e përcaktimit të statusit të investitorëve strategjikë dhe do të menaxhojë propozimet e kërkuara dhe të pakërkua. Ajo do të shërbejë si pikë kryesore për paraqitjen, shqyrtimin dhe përzgjedhjen e propozimeve të lidhura me zonat me përparësi për zhvillimin e turizmit dhe projekteve të përfshira në portofolin kombëtar të investimeve. Gjithashtu, kjo platformë duhet të projektohet në mënyrë të tillë që të garantojë se të gjitha proceset janë të qarta dhe të aksesueshme nga të gjitha grupet e interesit, duke zvogëluar rrezikun e anshmërisë dhe duke siguruar kushte të barabarta. Platforma do të orientojë grupet e interesit gjatë secilës fazë të procesit të ofertimit, nga paraqitja e propozimit deri te përzgjedhja përfundimtare, duke garantuar qartësi dhe pajtueshmëri me të gjitha kërkesat rregullatore;
- **Zbatimi i strategjive për vendosjen e çmimeve** që u përgjigjen kërkesave të tregut dhe specifikave të projektit, të cilat mund të përfshijnë tarifa fikse për disa lloje investimesh dhe vendosjen e çmimeve dinamike për lloje të tjera në bazë të kërkesës në kohë reale;
- **Përcaktimi i qartë i afateve kohore** nga hapja e thirrjes për oferta, e deri te nisja e projektit, duke specifikuar etapat kryesore për të garantuar arritjen e progresit dhe koordinimin e grupeve të interesit në kohën e duhur. Platforma mund të përdoret për të dhënë përditësime dhe për të ndjekur progresin sipas etapave, duke siguruar që të gjitha palët të informohen për afatet kohore dhe ndryshimet.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Korporata e Investimeve Shqiptare (AIC)

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Zhvilluesve të faqeve të internetit/partnerëve në fushën e teknologjisë
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Projektimi i platformës
2. Trajnimi i grupeve të interesit dhe njohja me platformën
3. Lançimi i platformës së ofertimit

1.7 VLERËSIMI I INVESTIMEVE NË INFRASTRUKTURËN TURISTIKE

Koncepti

Duke qenë një destinacion turistik në zhvillim, Shqipërisë i nevojitet të zhvillojë lloje të ndryshme të infrastrukturës turistike për të mbështetur përmirësimin e zinxhirit të vlerës së disa produkteve të ndryshme turistike. Infrastruktura turistike synon të përmirësojnë cilësinë, të zgjasë sezonalitetin, të ofrojë mbështetje për grupet e interesit të sektorit privat, të krijojë pika të reja turistike me interes, të rijetësojë infrastrukturën në zonat natyrore dhe kulturore, plazhet, parqet natyrore dhe zonat e mbrojtura, ndër të tjera.

Kjo masë synon të sigurojë një kuadër gjithëpërfshirës për **identifikimin, prioritizimin dhe zbatimin e investimeve strategjike në infrastrukturën turistike** në Shqipëri, me fokus te:

- Identifikimi i elementeve që mungojnë në infrastrukturën turistike;
- Prioritizimi i nevojave për investime përfshin **dy fushëveprime të ndryshme**:
 - **Projektet model** të infrastrukturës turistike;
 - **Projektet standarde** të infrastrukturës turistike;
- Zhvillimi i koncepteve të investimit dhe vlerësimi i fizibilitetit financiar.

Sigurimi i infrastrukturës publike turistike është **detyra kryesore e sektorit publik** – në nivel lokal, rajonal dhe kombëtar. Në mënyrë që ky **program të i dhe ndërsektorial investimesh** të ketë sukses, nevojiten burime të konsiderueshme financiare, mbështetje dhe **përpjekje të koordinuara midis grupeve të ndryshme të interesit**, duke përfshirë Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit (MTM), Ministrinë e Infrastrukturës dhe Energjisë (MIE), Ministrinë e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit (MEKI), si dhe Fondin Shqiptar të Zhvillimit (FShZh).

Veçoritë kryesore

- **Kryerja e vlerësimeve gjithëpërfshirëse në shkallë kombëtare** për të identifikuar elementet kryesore që mungojnë në infrastrukturën turistike;
- **Prioritizimi i nevojave të projekteve model të infrastrukturës turistike**, me fokus në **nënvizimin e veçorive kryesore unike** të turizmit shqiptar dhe **vënien e theksit te produktet turistike**, atraksionet, burimet dhe narrativat kulturore kryesore të Shqipërisë. Këto projekte janë të një **rëndësie kombëtare** dhe rrisin ndjeshëm identitetin dhe atraktivitetin turistik të Shqipërisë;
- **Prioritizimi i nevojave të projekteve standarde të infrastrukturës turistike**, të cilat zakonisht përfshijnë projekte standarde dhe me kosto më të ulëta të infrastrukturës turistike publike. Këto projekte, ndonëse më të përgjithshme, janë thelbësore për rritjen e profilit të përgjithshëm të turizmit të Shqipërisë;
- **Zhvillimi i koncepteve dhe kryerja e studimeve të fizibilitetit për projektet model**, duke garantuar kështu prokurimin e financimit të nevojshëm;
- **Zhvillimi i koncepteve dhe kryerja e studimeve të fizibilitetit për projektet standarde**, duke garantuar kështu financimin e nevojshëm për këto iniciativa.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Fondi Shqiptar i Zhvillimit (FShZh)

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ministrisë së Infrastrukturës dhe Energjisë
- Subjekteve qeveritare rajonale dhe vendore
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Identifikimi i elementeve kryesore që mungojnë në infrastrukturën turistike dhe prioritizimi i projekteve.

- | |
|---|
| 2. Zhvillimi i koncepteve të projekteve dhe kryerja e studimeve të fizibilitetit për projektet model. |
| 3. Zhvillimi i udhëzimeve për projektet standarde të infrastrukturës turistike. |

1.8 VLERËSIMI I INVESTIMEVE NË INFRASTRUKTURËN MBËSHTETËSE TË TURIZMIT

Koncepti

Iniciativa fokusohet në **identifikimin, vlerësimin dhe promovimin strategjik** të infrastrukturës së nevojshme për të mbështetur rritjen e qëndrueshme të turizmit. Këtu nuk përfshihet **vetëm infrastruktura parësore turistike**, por edhe infrastruktura e përgjithshme, duke përfshirë, ndër të tjera, sistemet e menaxhimit të mbetjeve, furnizimin me ujë dhe energji elektrike, zhvillimin e rrugëve, portet dhe limanet, teleferikët dhe komponentë të ngjashëm.

Duke pasur akses në **vlerësimin e detajuar të këtyre nevojave për investime** MTM mund të **zhvillojë një plan për të bashkëpunuar** me grupet përkatëse të interesit dhe për t'u siguruar se infrastruktura kritike është në përputhje me qëllimet e zhvillimit të turizmit. Ndonëse infrastruktura mbështetëse nuk është pjesë e detyrave parësore të MTM-së, ajo luan një rol thelbësor në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit.

Veçoritë kryesore

- Kryerja e një **vlerësimi gjithëpërfshirës të infrastrukturës ekzistuese mbështetëse turistike**;
- **Identifikimi i mangësive, mungesave dhe mundësive** në fushën e energjisë, menaxhimit të mbetjeve, transportit, shërbimeve mbështetëse turistike dhe të ngjashme;
- **Prioritizimi i nevojave për investime në infrastrukturë** bazuar në ndikimin, fizibilitetin dhe pajtueshmërinë me strategjitë e rritjes së turizmit;
- **Bashkëpunimi me grupet përkatëse të interesit**, duke përfshirë organet qeveritare, autoritetet vendore, sektorin privat dhe organizatat ndërkombëtare;
- **Lobimi pranë qeverisë** për të eksploruar burimet e financimit si buxheti i qeverisë, grantet, kreditë dhe investimet private për të mbështetur projektet.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Fondi Shqiptar i Zhvillimit (FShZh)
- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Infrastrukturës dhe Energjisë dhe organeve të tjera qeveritare
- Subjekteve qeveritare rajonale dhe vendore
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

2. Politikat rregullatore dhe fiskale të turizmit

2.1 PËRDITËSIMI I LIGJIT PËR TURIZMIN
Koncepti
<p>Sfidat e identifikuar në zbatimin e kuadrit legjislativ që rregullon aktivitetet turistike në Shqipëri, nxjerrin në pah nevojën për një përditësim gjithëpërfshirës të ligjit dhe akteve nënligjore për turizmin. Kjo nevojë shtrihet përtej një rishikimi të thjeshtë të ligjit ekzistues për turizmin dhe përfshin gamën e gjerë të legjislacionit dytësor që prek turizmin, ku përfshihen politikat fiskale dhe tatimore, planifikimi hapësinor, nxitja e investimeve, rregulloret për mbledhjen e të dhënave statistikore për turizmin etj.</p> <p>Ligji për turizmin duhet të shërbejë si baza mbi të cilën hartohen dhe përshtaten dokumentet ligjore përkatëse, duke krijuar kështu një mjedis rregullator të harmonizuar dhe efikas për turizmin. Kjo qasje garanton që kuadri legjislativ jo vetëm të trajtojë mangësitë aktuale, por gjithashtu hedh themelet të forta për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit, duke u përshtatur me tendencat në zhvillim të industrisë dhe nevojat e grupeve të interesit.</p>
Veçoritë kryesore
<ul style="list-style-type: none">• Ndërhyrje e thelluar në ligjin për turizmin, me një fokus të veçantë të:<ul style="list-style-type: none">○ Miratimi i resorteve të shfrytëzimit të miksuar dhe tipologjive të tjera të akomodimit, si godinat në bashkëpronësi, kampingu i luksit (glamping), vilat etj.;○ Miratimi i niveleve (kombëtar, rajonal, vendor) të sistemit të menaxhimit të destinacioneve dhe modelit të vetëfinancimit të qëndrueshëm;○ Sistemi i taksave të turizmit;○ Prezantimi i zonave të veçanta me përparësi për zhvillimin e turizmit;○ Miratimi i sistemit të regjistrimit të turistëve në kohë reale;○ Sofistikimi i skemave të nxitjes së turizmit;○ Përkufizimi ligjor i aktiviteteve të ndryshme turistike të njohura me ligj (ofrues të ndryshëm të shërbimeve dhe përvojave turistike).
Subjekti përgjegjës për zbatimin
<p>Institucioni drejtues:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Ministria e Turizmit dhe Mjedisit <p>Me mbështetjen e:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Ministrive të tjera qeveritare (Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit; Ministria e Financave; Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural; Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë etj.)▪ Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës
Hapat e zbatimit
<ol style="list-style-type: none">1. Analiza e gjendjes aktuale dhe zhvillimi i një ligji të ri për turizmin/përmirësimi i thellë i ligjit ekzistues.2. Miratimi dhe zbatimi.

2.2 RREGULLORJA PËR ZHVILLIMIN E RESORTEVE TË SHFRYTËZIMIT TË MIKSUAR

Koncepti

Kjo rregullore do të përcaktojë një **kuadër të qartë për zhvillimin e projekteve turistike me shumë komponentë, ku përfshihen hotelet dhe rezidencat e markës dhe jo të markës**. Arritja e një **strukture të mirëbalancuar të tipologjive të ndryshme të akomodimit** brenda resorteve të ardhshme turistike në Shqipëri, është thelbësore për të siguruar qëndrueshmëri afatgjatë dhe për të parandaluar ndërtimet e tepërta me të cilat po përballlet Shqipëria.

Kjo rregullore duhet të sigurojë qëndrueshmërinë afatgjatë të sektorit të turizmit të Shqipërisë përmes rregullimit të kujdesshëm të llojeve të pranueshme të zhvillimit të pasurive të paluajtshme brenda resorteve turistike, duke parandaluar problematika të ndryshme, siç mund të jenë:

- Qëndrueshmëria mjedisore;
- Shfrytëzimi i sektorit të hotelerisë si alibi për ndërtimet e tepërta në zonat turistike;
- Menaxhimi i infrastrukturës;
- Ndikimi në komunitet dhe përshtatshmërinë e jetesës së komunitetit;
- Destabilizimi i tregut të pasurive të paluajtshme përmes ofertës së tepërt;
- Disponueshmëria e strehimit të përbalueshëm;
- Ndërtimet e tepërta etj.

Për të adresuar këto sfida, qeveria duhet të **rregullojë formalisht standardet e zhvillimit dhe raportin "zona turistike/resorte"** për të parandaluar ndërtimet e tepërta të strukturave jo turistike në zonat turistike dhe për t'u siguruar që objektivi parësor i këtyre zonave është t'i përgjigjen kërkesës për turizëm.

Strategjia e investimeve në resorte duhet të orientohet me kujdes drejt **rritjes së rëndësisë së hoteleve dhe komponentëve të rezidencave të markës**, në vend të rezidencave jo të markës. Kjo mund të bëhet duke **përcaktuar kapacitetin total të zonës turistike dhe duke respektuar raportin e detyrueshëm midis kapaciteteve hoteliere dhe kapaciteteve rezidenciale**.

Si pasojë e kufizimit të numrit të kapaciteteve rezidenciale në projektet e zhvillimit të resorteve, investitorët mund të përballen me një ulje të normës së fitimit të projekteve të tyre, në krahasim me situatën aktuale. Për rrjedhojë, për të ruajtur ciklin e investimit, qeveria duhet të zhvillojë stimuj të mirëmenduar dhe të mirëbalancuar për investimet në këtë fushë, për të siguruar kthime investimi të pranueshme dhe të kënaqshme (Në përputhje me iniciativat 1.4 dhe 2.3).

Veçoritë kryesore

- Përcaktimi i **përkufizimit ligjor të resortit**;
- **Përcaktimi i strukturës së ambienteve të resortit**, duke përfshirë qendrat shërbimeve të mirëqenies, restorantet, ambientet sportive dhe fushat e golfit, ndër të tjera;
- Përcaktimi i **periudhës minimale operacionale** të resortit për të garantuar ofrimin e qëndrueshëm të shërbimeve;
- Përcaktimi i **niveleit minimal të cilësisë** së resorteve të shfrytëzimit të miksuar (të matur sipas yjeve);
- Përcaktimi i **raportit të saktë midis kapaciteteve hoteliere dhe kapaciteteve rezidenciale**, duke kufizuar përqindjen e zhvillimit të kapaciteteve rezidenciale në raport me kapacitetin e përgjithshëm të resortit;
- Vendosja e kriterit të **prioritizimit të zhvillimit të kapaciteteve hoteliere** në vend të zhvillimit rezidencial, ose në rastin më të mirë, lejimi i procesit të ndërtimit paralel (duke mos lejuar që të ndërtohen fillimisht rezidenca me komponentë të papërshtatshëm të ndërtimit të hoteleve);
- **Njohja ligjore e kompanive të menaxhimit të resorteve**, si dhe e roleve dhe përgjegjësive të tyre, së bashku me përcaktimin e modelit të biznesit;
- Përcaktimi i **hapësirës minimale për një njësi rezidenciale të markës dhe jo të markës**.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrive dhe/ose agjencive të tjera qeveritare (Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë, Agjencia Kombëtare e Planifikimit të Territorit etj.)
- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Analiza e gjendjes aktuale dhe zhvillimi i kuadrit rregullator
2. Miratimi dhe zbatimi

2.3 RIPËRCAKTIMI I STIMUJVE PËR INVESTIMET NË TURIZËM

Koncepti

Ripërcaktimi i stimujve për investimet në turizëm orientohet drejt një rishikimi gjithëpërfshirës të kuadrit legjislativ në mënyrë që **të garantohet përputhja me pritshmëritë e investitorëve dhe të mbështetet më mirë rritja e qëndrueshme** dhe konkurrenca e ndërmarrjeve mikro, të vogla dhe të mesme në sektor (Në përputhje me iniciativat 1.4 dhe 2.2), si dhe **të ruhet cikli ekzistues i investimit në projektet e infrastrukturës turistike në shkallë të gjerë** të sektorit privat.

Kjo iniciativë përfshin **rishikimin e ligjeve në lidhje me nxitjen e investimeve dhe rritjen e stimujve** të lidhur me pasuritë detare, portet detare, planifikimin hapësinor dhe ndërtimin, me qëllimin për të përmirësuar mjedisin e biznesit në mënyrë të tërthortë, ndër të tjera. Gjithashtu, ajo **përmirëson mbështetjen për investitorët** duke ofruar **kushte më të favorshme huadhënieje dhe duke rritur përfitimet fiskale** për të ofruar lehtësi të konsiderueshme ekonomike, duke e pozicionuar kështu Shqipërinë si një destinacion tërheqës për investime.

Ripërcaktimi i stimujve për investimet në turizëm trajton dy drejtime kryesore të stimujve:

- **Për projektet kapitale private:** Këtu përfshihen hotelet, resortet, projektet e shfrytëzimit të miksuar, marinat detare, resortet malore dhe projektet e lidhura me ujërat termale, ku pasuritë e paluajtshme kanë qenë tradicionalisht një burim kryesor financimi. Duke pasur parasysh kushtet aktuale sfiduese në aktivitetin bankar tregtar, si normat e larta të interesit dhe afatet e shkurtra të shlyerjes, është thelbësore të ruhen norma të kënaqshme të kthimit të investimeve. Për të arritur këtë, do të merren në konsideratë forma të ndryshme ndihme, ku përfshihen **subvencionimi i normave të interesit**, krijimi i një **programi kombëtar kreditimi** për zhvillimin e infrastrukturës turistike, si dhe **lehtësimi i barrës fiskale** sapo projekti të vihet në zbatim;
- **Për NMVM-të dhe sipërmarrjet:** Këtu përfshihen agjencitë e udhëtimit, restorantet, dyqanet e suvenireve dhe sipërmarrjet e ngjashme. Për të balancuar kushtet e pafavorshme financiare të vendosura nga bankat tregtare, iniciativa propozon **kredi të subvencionuara për iniciativat sipërmarrëse**. Kjo masë synon të **rrisë qëndrueshmërinë financiare** dhe potencialin e rritjes së këtyre bizneseve.

Qëllimi përfundimtar i kësaj mase është **të garantohet njohje zyrtare ligjore** për modele të ndryshme të investimeve të subvencionuara në sektorin e turizmit në Shqipëri, duke krijuar kështu një mjedis të favorshëm për rritje të qëndrueshme dhe zhvillim të qëndrueshëm ekonomik.

Veçoritë kryesore

- **Rishikimi i ligjeve për të mbështetur investimet në shkallë të gjerë dhe sipërmarrjet më të vogla në sektorin e turizmit.** Këtu përfshihet sigurimi i kushteve më të favorshme të huadhënies, të përshtatura sipas veprimtarive të shkallëve të ndryshme, duke përfshirë opsionet e financimit afatshkurtër dhe afatgjatë;
- Zhvillimi i një **kuadri specifik ligjor** për zgjerimin e stimujve fiskalë. Këto stimuj duhet të përfshijnë **përrjashtimet tatimore** për investimet strategjike në infrastrukturën turistike, **uljen e normës së tatimit mbi fitimin dhe uljen e normës së TVSH-së**, me qëllim nxitjen e investimeve private në projektet turistike si hotelet, resortet dhe marinat;
- Krijimi i një kuadri ligjor gjithëpërfshirës për **të thjeshtuar dhënien e stimujve jofiskalë**, duke përfshirë procedura të thjeshtuara administrative, si dhe koordinim dhe mbikëqyrje më të mirë të procesit të miratimit të investimeve;
- Zhvillimi i një kuadri ligjor për **alokimin e granteve të synuara specifikisht për të ndihmuar Kompanitë e Menaxhimit të Destinacioneve (KMD)** dhe grupet e tjera kryesore të interesit në zhvillimin e produkteve turistike me vlerë të lartë, duke rritur kështu cilësinë dhe atraktivitetin e përgjithshëm të ofertave turistike të Shqipërisë (Në përputhje me iniciativën 4.1);

- Krijimi i një kuadri ligjor për **alokimin e fondeve të synuara për të mbështetur sipërmarrësit e vegjël dhe të mesëm në sektorin e turizmit**. Ky kuadër duhet të përmirësojë zinxhirin e përgjithshëm të vlerës së turizmit duke nxitur rritjen e biznesit, konkurrueshmërinë dhe integrimin e praktikave novatore në sektor.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrive të tjera qeveritare (Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit; Ministria e Financave; Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural; Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë etj.)
- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës.

Hapat e zbatimit

1. Analiza e gjendjes aktuale dhe ripërcaktimi i stimujve për investimet në turizëm.
2. Miratimi dhe zbatimi.

2.4 REFORMA NË SISTEMIN E TAKSAVE TË TURIZMIT

Koncepti

Kjo iniciativë synon të rrisë të ardhurat nga taksat në sektorin e turizmit. Një aspekt kyç në këtë iniciativë është propozimi për të zhvilluar një kuadër gjithëpërfshirës tatimor për sektorin e turizmit që detyron të gjithë ofruesit e strukturave akomoduese, duke përfshirë ata që ofrojnë struktura akomoduese me qira afatshkurtër dhe shërbime tradicionale hotelerie, që të kontribuojnë përmes taksave të turizmit. Kjo reformë është thelbësore, pasi operatorët e strukturave akomoduese me qira afatshkurtër, të cilët përbëjnë një segment të rëndësishëm të tregut, aktualisht nuk janë objekt i këtyre taksave. Duke integruar të gjitha llojet e strukturave akomoduese në sistemin e taksave, mund të garantohet një sistem i drejtë dhe transparent i mbledhjes së taksave të turizmit, duke mbështetur kështu zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit dhe shpërndarjen e barabartë të përfitimeve ekonomike në të gjithë industrinë. Sistemi i rishikuar tatimor duhet të bazohet në shifra reale dhe jo në parashikime.

Një hap praktik në mbledhjen e taksave të turizmit do të ishte zhvillimi i një platforme për regjistrimin e turistëve në kohë reale, bazuar në mbërritjet dhe netë-qëndrimet e tyre (Në përputhje me iniciativat 2.7 dhe 3.4). Kjo platformë duhet të ndërlidhet me Drejtorinë e Përgjithshme të Tatimeve (DPT) dhe Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit (MTM), si dhe me subjekte të tjera.

Një aspekt thelbësor i sistemit të reformuar tatimor duhet të jetë vendosja e një regjimi të qartë sanksionesh për ofruesit të cilët nuk i përmbushin kërkesat e mbledhjes së taksave të turizmit (Në përputhje me iniciativën 2.8).

Veçoritë kryesore

- Miratimi i një legjislacioni të ri që parashikon detyrimin për mbledhjen e taksës së turizmit, si dhe që specifikon qartësisht palët përgjegjëse. Legjislacioni i ri për sistemin e taksave të turizmit duhet të përcaktojë qartë detyrimet tatimore, duke parashikuar se të gjithë individët që qëndrojnë në struktura akomoduese (si hotele, apartamente, kampingje, bujtina dhe marina) në një bashki ose qytet ku nuk janë banorë të përhershëm, janë të detyruar të paguajnë taksat e turizmit;
- Përcaktimi i saktë i normës së taksës së turizmit. Krahas taksës aktuale të fjetjes, rekomandohet vendosja e një takse të sheshtë vjetore për operatorët e strukturave akomoduese me qira afatshkurtër dhe llojeve të tjera të akomodimit, e llogaritur në bazë të numrit të shtretërve që ofron struktura akomoduese, për të nxitur regjistrimin dhe për të ulur kostot e kontrollit/inspektimeve;
- Miratimi i task-forcës për frenimin e ekonomisë informale (Në përputhje me iniciativën 2.8);
- Përcaktimi i metodës së alokimit të të ardhurave të mbledhura nga taksat e turizmit, çka do të specifikonte shpërndarjen e tarifave të mbledhura në një destinacion, duke filluar me alokimin e tyre tek OMD-ja vendore e më pas tek organizata e menaxhimit në nivel rajonal, AKT-ja dhe përfituesit e tjerë. Ky alokim siguron stabilitetin financiar të sistemit të OMD-së në Shqipëri (Në përputhje me iniciativat 3.1, 3.2 dhe 3.3);
- Përcaktimi i përfituesve të tjerë të mundshëm nga të ardhurat nga taksat e turizmit (për shembull, Shërbimi Zjarrfikës, Shërbimi i Kërkim-Shpëtimit Malor, shërbimet e ambulancës, Policia Kufitare ose të ngjashme)
- Njohja e nevojës për krijimin e një platforme për regjistrimin e turistëve në kohë reale (Në përputhje me iniciativën 3.4);
- Përshkrimi i procedurave për mekanizmat e mbikëqyrjes dhe zbatimit, në përgjigje të mosrespektimit të rregulloreve;
- Vendosja e një regjimi të qartë sanksionesh për ofruesit e strukturave akomoduese që nuk përmbushin kërkesat e mbledhjes së taksave, ku të përfshihen gjocat dhe masat e mundshme ligjore.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Drejtorisë së Përgjithshme të Tatimeve
- Ministrive të tjera qeveritare (Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit; Ministria e Financave; Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural; Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë etj.)
- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Analiza e gjendjes aktuale dhe zhvillimi i kuadrit tatimor për sektorin e turizmit
2. Miratimi dhe zbatimi

2.5 PËRMIRËSIMI I KLASIFIKIMIT TË STRUKTURAVE AKOMODUESE

Koncepti

Për të rregulluar industrinë e hotelerisë në mënyrë më efektive, është e rëndësishme të miratohet një **ligj i ri gjithëpërfshirës për klasifikimin e strukturave akomoduese**. Ky legjislacion **do të përcaktojë kërkesat minimale për zhvillimin dhe pajisjen e strukturave të ndryshme akomoduese**, duke përfshirë të gjithë ofruesit e shërbimeve. Ai synon të krijojë një **kuadër të qartë ligjor për klasifikimin e llojeve të ndryshme të strukturave akomoduese**, ku përfshihen hotelet, strukturat akomoduese me qira afatshkurtër dhe alternativat e tjera akomoduese jotradicionale. **Çdo lloj strukture akomoduese do të përcaktohet qartësisht në ligj**, duke specifikuar kushtet përkatëse thelbësore.

Gjithashtu, ekziston nevoja për **të rinovuar sistemin aktual të përdorur për kategorizimin e strukturave akomoduese**, i cili për momentin zbatohet pjesërisht për hotelet dhe nuk zbatohet aspak në rastet e strukturave akomoduese me qira afatshkurtër. Legjislacioni i ri do të përcaktojë në mënyrë të qartë se si do të kategorizohet çdo lloj strukture akomoduese, duke përcaktuar **standardet minimale të kërkuara për çdo kategori**.

Krahas standardeve të klasifikimit, legjislacioni i propozuar do të **përcaktojë edhe kërkesat e sigurisë dhe mbrojtjes në të gjitha llojet e strukturave akomoduese**, duke garantuar një **nivel konsistent dhe të lartë mbrojtjeje** për të gjithë klientët. Ai do të përcaktojë **udhëzime të qarta për aksesueshmërinë** për t'i bërë **strukturat akomoduese të aksesueshme** për individët me lëvizshmëri të kufizuar dhe aftësi të kufizuara. Kjo qasje gjithëpërfshirëse rrit sigurinë dhe gjithëpërfshirjen e klientëve dhe është në përputhje me praktikën më të mira ndërkombëtare, duke rritur kështu cilësinë e përgjithshme dhe konkurrueshmërinë e ofertave turistike të Shqipërisë.

Për të ruajtur integritetin dhe besueshmërinë e sistemit, do të parashikohen **inspektime të rregullta** për të verifikuar nëse strukturat akomoduese i përmbushin vazhdimisht standardet e klasifikimit dhe kategorisë së tyre.

Veçoritë kryesore

- Përcaktimi i **tipologjisë së qartë të kapaciteteve akomoduese**, duke filluar nga hotelet dhe strukturat akomoduese me qira afatshkurtër deri te hapësirat e kampingut dhe opsionet e tjera përtej strukturave akomoduese;
- Shtjellimi i një **përkufizimi të detajuar ligjor që specifikon kushtet thelbësore për çdo lloj strukture akomoduese**. Këto kushte duhet të mbulojnë aspekte të tilla si infrastruktura, ambientet sanitare, njësitë individuale të akomodimit dhe standardet e shërbimit dhe përgatitjes së ushqimit dhe pijeve;
- Përcaktimi i **llojeve të mundshme të strukturave të përfshira në çdo klasifikim/tipologji**, për shembull, duke specifikuar se kategoria e strukturave akomoduese me qira afatshkurtër përfshin dhoma, apartamente, vila pushimi dhe prona të ngjashme;
- Përcaktimi i **kategorive të qarta (2 vje, 3 vje, 4 vje, 5 vje) për çdo strukturë akomoduese**;
- Përcaktimi i **kritereve precize për çdo kategori**, duke përfshirë **standardet minimale të nevojshme** dhe duke u fokusuar në aspekte si dekori, mjetet, pajisjet, shërbimet etj. Për të mundësuar transparencë maksimale, çdo strukturë akomoduese duhet t'i nënshtrohet kategorizimit bazuar në **rregulloret specifike sipas llojit**, duke garantuar zbatimin e standardeve minimale teknike të kategorisë së saj;
- Përcaktimi i **kërkesave të qarta të sigurisë dhe mbrojtjes**, si dhe i **udhëzimeve të qarta për aksesueshmërinë**;
- Informimi i **organeve qeveritare vendore dhe rajonale** rreth metodës së përditësuar të përcaktimit të kategorisë së strukturave akomoduese;
- Kryerja e kontrolleve të vazhdueshme për të garantuar se shërbimet akomoduese përmbushin standardet e kategorisë së tyre përkatëse, duke përfshirë **inspektime të rregullta**.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Analiza e gjendjes aktuale dhe zhvillimi i kuadrit për klasifikimin e strukturave akomoduese
2. Miratimi dhe zbatimi

2.6 HARTIMI I LIGJIT PËR MENAXHIMIN E DESTINACIONEVE

Koncepti

Për të rritur efikasitetin e menaxhimit të destinacioneve dhe për të siguruar **sinergji në të gjithë sistemin**, veçanërisht në nivel rajonal dhe vendor, është e rëndësishme të miratohet **një legjislacion i ri që rregullon menaxhimin e destinacioneve**. Sistemi i menaxhimit të destinacioneve është një parakusht bazë për **zhvillimin e koordinuar dhe sinergjik të turizmit**, në një mënyrë të qëndrueshme.

Ligji i propozuar për menaxhimin e destinacioneve është i strukturuar rreth tre komponentëve kryesorë që përcaktojnë rolet dhe përgjegjësitë në nivele të ndryshme të qeverisjes:

- **Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT):** AKT është përgjegjëse për koordinimin në nivel kombëtar, brendimin, marketingun ndërkombëtar dhe planifikimin strategjik, si dhe për të garantuar kohezionin dhe përfaqësimin dinjitoz të turizmit shqiptar në rang global; (Në përputhje me iniciativën 3.1)
- **Organizatave Rajonale të Menaxhimit (ORM):** ORM-të janë përgjegjëse për përpilimin e strategjive rajonale dhe deri diku, për menaxhimin e aktiviteteve operacionale për të promovuar interesat rajonale të turizmit; (Në përputhje me iniciativën 3.3)
- **Organizata e Menaxhimit të Destinacioneve (OMD):** OMD fokusohet kryesisht në aktivitetet operacionale, duke synuar përmirësimin e përvojave dhe zhvillimit turistik në nivel vendor (Në përputhje me iniciativën 3.2).

Veçoritë kryesore

- Përcaktimi i **kuadrit për krijimin** e Organizatave të Menaxhimit të Destinacioneve (OMD) dhe Organizatave Rajonale të Menaxhimit (ORM) duke u fokusuar te procedura ligjore e krijimit, anëtarët dhe organet e tyre drejtuese, metoda e financimit dhe fusha e menaxhimit;
- **Përcaktimi i qartë i juridiksionit të secilit subjekt**, duke u siguruar që juridiksioni të mos përcaktohet thjesht në bazë të kufijve gjeografikë ose politikë, por në bazë të rajoneve koherente turistike të cilat mund të shtrihen përtej kufijve të bashkive ose qarqeve;
- Përcaktimi i **roleve dhe përgjegjësi**ve në të gjitha nivelet e menaxhimit të destinacioneve;
- Përcaktimi i **rolit, kompetencave, detyrave dhe afatit të emërimit të drejtorëve ose drejtuesve të OMD-ve**, duke siguruar një strukturë qeverisëse të mirëpërcaktuar që mbështet menaxhimin efektiv të destinacioneve;
- Përcaktimi i një **modeli të bashkëpunimit me organet e tjera qeveritare** (OMD-të dhe autoritetet e qeverisjes vendore, ORM-të dhe autoritetet e qeverisjes rajonale/bashkitë, AKT dhe MTM);
- Krijimi i mekanizmave mbikëqyrës, pra **ngritja e organeve rregullatore në çdo nivel operacional** për të monitoruar aktivitetet e OMD-ve. Ligji duhet të specifikojë se sa shpesh mblidhen këto organe mbikëqyrëse dhe të përcaktojnë kompetencat e tyre, të cilat përfshijnë, ndër të tjera, miratimin e planeve vjetore të punës, rishikimin dhe miratimin e raporteve mbi zbatimin e aktiviteteve, si dhe konfirmimin e buxheteve për aktivitetet. Anëtarët e komitetit mbikëqyrës duhet të emërohen me një mandat me afat të caktuar, si dhe duhet të ketë **udhëzime të qarta ligjore për procesin e përzgjedhjes**;
- Përfshirja e një parimi në bazë të të cilit anëtarët e organeve mbikëqyrëse përzgjidhen **në bazë të kontributit të gjeneruar nga taksa e turizmit** në zonën ku ushtrojnë veprimtarinë;
- Specifikimi i **alokimit të të ardhurave nga taksa e turizmit në të tre nivelet e organizimit** për të siguruar financim të qëndrueshëm.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit
1. Analiza e gjendjes aktuale dhe hartimi i ligjit për menaxhimin e destinacioneve
2. Miratimi dhe zbatimi

2.7 REFORMA NË STATISTIKAT PËR TURIZMIN

Koncepti

Objektivi kryesor i iniciativës është pajisja e Shqipërisë me **statistika të sakta dhe në kohë reale**, të cilat ofrojnë një **informacion gjithëpërfshirës të tendencave aktuale në sektorin e turizmit, të përshtatura sipas nevojave të grupeve të ndryshme të interesit**. Për **sektorin publik**, këto të dhëna janë thelbësore për hartimin e politikave, mbikëqyrjen rregullatore dhe menaxhimin e zhvillimit strategjik, në një mënyrë efektive. **Sektori privat** mbështetet në këto statistika për të marrë vendime biznesi të informuara, për të bërë planifikime dhe për të kryer një analizë të konkurrencës, ndërsa **sektori civil** i përdor të dhënat për kërkime akademike, qëllime arsimore dhe për projektet e qëndrueshmërisë, si dhe për hartimin e rekomandimeve për politikën.

Për të arritur këtë, iniciativa synon miratimin e një **legjislacioni që parashikon detyrimin e të gjithë ofruesve të strukturave akomoduese për të regjistruar pronat e tyre dhe për të raportuar sistematikisht mbërritjet dhe netë-qëndrimet e turistëve, nëpërmjet një sistemi të sofistikuar digjital**.

Ky sistem do t'u kërkojë pronarëve të strukturave akomoduese, ku përfshihen personat fizikë dhe juridikë, që të regjistrojnë strukturat dhe klientët e tyre në një mënyrë **që lejon mbledhjen e të dhënave në nivel vendor dhe më pas, grumbullimin e tyre në nivel rajonal dhe centralizimin e tyre në nivel kombëtar** (Në përputhje me iniciativën 3.4). Kjo qasje synon të ofrojë **të dhëna në kohë reale mbi trafikun e turistëve** dhe kapacitetet e akomodimit, duke ndihmuar në gjenerimin e raporteve statistikore dhe treguesve të marketingut.

Gjithashtu, për të siguruar një monitorim efektiv të sektorit, këto të dhëna duhet të **konsolidohen ligjërisht dhe të vihen në dispozicion të grupeve kryesore të interesit**, siç është Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, Drejtoria e Përgjithshme e Tatimeve, si dhe Ministria e Brendshme dhe INSTAT.

Kuadri **përfshin gjithashtu vlerësime të rregullta të performancës së sektorit të turizmit**, duke u fokusuar tek treguesit kyç të performancës, si çmimi mesatar ditor (ADR), normat e okupancës, të ardhurat për dhomë të disponueshme (RevPAR), si dhe të ardhurat totale për dhomë të disponueshme (TrevPAR), për të mbështetur mbikëqyrjen e sektorit dhe përmbushjen fiskale.

Veçoritë kryesore

- Përcaktimi i **kuadrit legjislativ dhe/ose rregullores që do të detyronte të gjithë ofruesit e strukturave akomoduese që të regjistrojnë** strukturat e tyre në **sistemin e statistikave të turizmit në kohë reale**, si dhe mbërritjet dhe netë-qëndrimet e turistëve;
- **Përshkrimi i procesit të detajuar** për regjistrimin e një strukture akomoduese, duke specifikuar kërkesat për personat fizikë dhe juridikë;
- Përcaktimi i detajuar i **procedurës specifike për regjistrimin e mbërritjeve dhe largimeve të klientëve në kohë reale** (Në përputhje me iniciativën 3.4);
- Krijimi i kuadrit ligjor për **subjektin përgjegjës për mbledhjen e të dhënave statistikore**, si dhe garantimi i mbulimit në nivel **vendor, rajonal, dhe kombëtar**, në kohë reale;
- Mandatimi ligjor për **konsolidimin dhe aksesueshmërinë e të dhënave për grupet kryesore të interesit**. Kjo iniciativë drejtohet nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit në cilësinë e institucionit kryesor që mbikëqyr menaxhimin e të dhënave. Këto të dhëna duhet të vihen gjithashtu në dispozicion të Drejtorisë së Përgjithshme të Tatimeve, duke u mundësuar atyre që të përlogarisin saktë detyrimet tatimore për ofruesit e strukturave akomoduese në bazë të informacionit në kohë reale. (Në përputhje me iniciativën 2.4). Gjithashtu, është e rëndësishme të ekzistojë një shkëmbim i lehtë i të dhënave me Ministrinë e Brendshme dhe INSTAT;
- Përcaktimi i qasjes, shpeshësisë dhe objektit të **studimit të rregullt të tregut**, me qëllim vlerësimin e performancës.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- INSTAT
- Agjencisë Kombëtare të Shoqërisë së Informacionit (AKSHI)
- Drejtorisë së Përgjithshme të Tatimeve
- Ministrisë së Financave
- Ministrisë së Brendshme
- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Analiza e gjendjes aktuale dhe reformimi i kuadrit rregullator për statistikat mbi turizmin
2. Miratimi dhe zbatimi

2.8 TASK-FORCA PËR FRENIMIN E EKONOMISË INFORMALE NË TURIZËM

Koncepti

Si pasojë e miratimit të një kuadri legjislativ gjithëpërfshirës, i cili përfshin një gamë të gjerë rregulloresh të reja që rregullojnë aktivitetet turistike, reformat në sistemin e taksave të turizmit, zhvillimin e strukturave të reja akomoduese, si dhe licencimin dhe kategorizimin e shërbimeve turistike, është e rëndësishme të **ngrihet një task-forcë e posaçme për mbikëqyrjen e tyre**. Kjo task-forcë do të luajë një rol thelbësor duke **garantuar aplikimin dhe zbatimin e vazhdueshëm të këtyre rregulloreve**. Ajo do të krijohet përmes një **ligji ose urdhri specifik**, dhe do të jetë përgjegjëse për **monitorimin, mbikëqyrjen dhe raportimin e vazhdueshëm**, veçanërisht gjatë fazës fillestare të zbatimit.

Një avantazh i rëndësishëm do të ishte shfrytëzimi i **zgjdhjeve digjitale për të dhënat masive (big data)**. Në përputhje me iniciativën 3.7, MTM, si një institucion në varësi të të cilit është edhe AKT-ja, do të ketë akses në platformat e të dhënave të masive, të siguruara nga ofruesit e specializuar të të dhënave, duke bërë të mundur që ekipi i task-forcës të analizojë aspekte të ndryshme të veprimtarisë turistike në nivel kombëtar, rajonal dhe vendor, çka do u mundësojë inspektorëve të **identifikojnë ofruesit e paformalizuar të strukturave akomoduese**. Task-forca digjitale do të jetë përgjegjëse për të identifikuar/përcaktuar të gjithë ofruesit e paligjshëm dhe/ose të paregjistruar të strukturave akomoduese, si dhe për të orientuar inspektorët në zona specifike për vendosjen e sanksioneve. Në fazën e parë duhet t'i kushtohet vëmendje e veçantë ofruesve të strukturave akomoduese pasi ekziston një hendek i konsiderueshëm. Më pas, task-forca mund të fokusohet tek ofruesit e tjerë të shërbimeve duke përdorur instrumente të tjera për të identifikuar shkelësit. Për të mundësuar një mbikëqyrje të plotë dhe të vazhdueshme, çdo pjesëtar i kësaj task-force duhet të mbikëqyrë një ekip inspektorësh ose operativësh. Kjo qasje synon të minimizojë shkeljet e legjislacionit, **të rrisë transparencën** dhe efikasitetin në sektorin e turizmit, të sigurojë pajtueshmëri uniforme për të gjitha grupet e përfshira të interesit, si dhe **reduktojë ekonominë informale**.

Veçoritë kryesore

- Krijimi i një **task-force të specializuar ndërsektoriale** përmes një legjislacioni ose urdhri specifik për të mbikëqyrur zbatimin e rregulloreve të reja të lidhura me turizmin, me **fokus të veçantë tek ofruesit e strukturave akomoduese**;
- Përfshirje e përfaqësuesve **nga agjenci dhe ministri të ndryshme** si Agjencia Kombëtare e Bregdetit, Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit, Drejtoria e Përgjithshme e Tatimeve, si dhe Ministria e Financave;
- **Monitorimi, mbikëqyrja dhe raportimi i vazhdueshëm** lidhur me aplikimin dhe zbatimin konsistent të rregulloreve të reja të lidhura me turizmin, veçanërisht të sistemit për taksimin e strukturave akomoduese turistike;
- Planifikimi dhe koordinimi i **zbatimit të standardeve ligjore** në sektorin e turizmit, duke përfshirë vendosjen e **sanksioneve dhe trajtimin e rasteve të shkeljeve**.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Drejtorisë së Përgjithshme të Tatimeve
- Organeve të tjera qeveritare (Ministria e Financave, Ministria e Brendshme, Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit etj.)
- Agjencisë Kombëtare të Bregdetit
- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Aksesimi i të dhënave shtetërore për strukturat akomoduese me qira afatshkurtër

2. Trajnimi dhe ngritja e kapaciteteve
3. Ngritja e departamentit të task-forcës digjitale
4. Rekrutimi i punonjësve të task-forcës

2.9 RREGULLIMI I VEPRIMTARISË TURISTIKE

Koncepti

Për të garantuar transparencën e veprimtarisë turistike në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit, **është thelbësore që të vendosen standarde minimale shërbimi dhe të përcaktohen të drejtat dhe përgjegjësitë** e ofruesve dhe të konsumatorëve. Ky kuadër ligjor duhet të **kategorizojë qartë shërbimet turistike, të identifikojë ofruesit e kualifikuar dhe të përshkruajë rolet dhe përgjegjësitë e ofruesve**, duke përfshirë **transparencën** në transaksione, faturimin e saktë dhe mekanizmat efikas për zgjidhjen e ankesave. Kjo qasje do të ndihmojë **në mbrojtjen e interesave të konsumatorëve dhe ruajtjen e cilësisë së shërbimit** në industrinë e turizmit.

Duke qenë se Shqipëria është në rrugën e saj drejt anëtarësimit në Bashkimin Evropian, është e rëndësishme që **kuadri rregullator i sektorit të turizmit të harmonizohet me standardet evropiane**. Ndonëse Shqipërisë ende nuk i kërkohet të zbatojë regjimin e plotë të mbrojtjes së konsumatorit të përcaktuar nga BE-ja, siç është direktiva për paketat e udhëtimeve, **procesi i anëtarësimit kërkon transpozimin eventual të këtyre dispozitave në ligjin shqiptar**. Ky nuk është thjesht një ushtrim teknik që konsiston në rishikimin e direktivave të BE-së, por përkundrazi, kërkon **përdorimin e praktikave më të mira që i përshtaten kontekstit kombëtar, duke iu përmbajtur njëkohësisht standardeve të BE-së**.

Ky proces i harmonizimit legjislativ hap pas hapi duhet të reflektojë gatishmërinë e Shqipërisë për anëtarësim në BE dhe përkushtimin e saj ndaj modernizimit të industrisë së saj të turizmit në përputhje me normat evropiane.

Veçoritë kryesore

- **Kategorizimi i shërbimeve dhe ofruesve të turizmit.** Kuadri duhet të japë përkufizime të qarta të llojeve të ndryshme të shërbimeve të turizmit (p.sh. akomodimi, shërbimi i operatorëve turistikë, transporti, shërbimet udhërrëfyese etj.). Ai duhet të identifikojë gjithashtu ofruesit e kualifikuar të këtyre shërbimeve, duke siguruar që vetëm subjektet e certifikuar dhe të licencuara të jenë të autorizuar të operojnë. Si pjesë e procesit të anëtarësimit në BE, këto përkufizime të kategorive të shërbimeve dhe ofruesve të kualifikueshëm do të duhet të harmonizohen gradualisht me klasifikimet evropiane të turizmit, duke garantuar pajtueshmërinë me direktivat e BE-së me hyrjen e Shqipërisë në BE;
- **Përcaktimi i kushteve të ofrimit të shërbimit.** Çdo kategori shërbimesh turistike duhet të ketë standarde minimale që garantojnë cilësinë e shërbimit. Këto standarde do të mbulojnë aspekte të tilla si higjiena, siguria dhe profesionalizmi. Ofruesit do të duhet t'u përmbahen këtyre standardeve, të cilat do të inspektohen dhe vihen në zbatim nga autoritetet përkatëse;
- **Detajimi i të drejtave dhe përgjegjësisë të ofruesve dhe konsumatorëve.** Kuadri ligjor duhet të përshkruajë qartë të drejtat dhe përgjegjësitë e ofruesve të shërbimeve dhe të konsumatorëve. Këtu përfshihen detyrimet për transparencë në ofrimin e shërbimeve, vendosje të çmimeve të sakta dhe komunikim të qartë në lidhje me shërbimet dhe kushtet e tyre. Në përputhje me direktivat e BE-së për mbrojtjen e konsumatorit, kuadri shqiptar duhet të parashikojë **nevojën e ardhshme për fuqizim të të drejtave të konsumatorit** lidhur me aspekte të tilla si anulimet, rimbursimet dhe kompensimet për ndryshimet në paketat e udhëtimit;
- **Sigurimi i transparencës në transaksione dhe faturime**, duke u kërkuar ofruesve të turizmit që të lëshojnë fatura të qarta, të sakta dhe të detajuara për shërbimet e ofruara, pa tarifa të fshehura;
- **Zbatimi i sistemeve efikase të zgjidhjes së ankesave për trajtimin e ankesave të konsumatorëve.** Kjo përfshin kanale të qarta për paraqitjen e ankesave dhe marrjen e përgjigjeve në kohë, duke siguruar respektimin e të drejtave të konsumatorit;

- Përcaktimi i **standardeve ligjore për ofrimin e shërbimit të turizmit digjital**. Duke pasur parasysh përdorimin në rritje të platformave digjitale, rregulloret duhet të adresojnë detyrimet për ofrimin e shërbimeve në internet, duke vendosur standarde minimale për ofrimin e shërbimeve virtuale;
- Caktimi i përgjegjësive **të monitorimit dhe mbikëqyrjes**;
- Kryerja e **inspektimeve rregullatore**, specifikimi i organeve përgjegjëse dhe përshkrimi i procedurave për trajtimin e shkeljeve;
- **Vendosja e sanksioneve në rastet e shkeljeve** për të ruajtur cilësinë e shërbimit dhe për të mbrojtur interesat e konsumatorëve.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrive të tjera qeveritare (Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit; Ministria e Financave; Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural; Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë etj.);
- Agjencisë Kombëtare të Bregdetit
- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Analiza e gjendjes aktuale dhe zhvillimi i kuadrit rregullator
2. Miratimi dhe zbatimi

2.10 RREGULLIMI I VEPRIMTARISË TURISTIKE NË ZONAT E MBROJTURA

Koncepti

Një pjesë e konsiderueshme e aktiviteteve turistike në Shqipëri zhvillohen në zonat e mbrojtura natyrore ose pranë tyre. Është thelbësore që të përditësohet vazhdimisht kuadri ligjor që rregullon këto veprimtari. Këto rregullore janë të domosdoshme për të mbështetur angazhimin e Shqipërisë në ruajtjen e trashëgimisë së saj të larmishme natyrore, duke zhvilluar njëkohësisht më tej ofertën e saj turistike. Edhe pse këto masa rregullatore mund të **mos jenë pjesë e një ligji më vete**, ato duhet të jenë pjesë e një legjislacioni më të gjerë të hartuar për të ofruar mbrojtje të veçantë për zonat me rëndësi ekologjike, kulturore, historike dhe ekonomike.

Është thelbësore që **të gjitha zonat e mbrojtura të kategorizohen dhe renditen sistematikisht**, sipas kategorive të njohura nga Unioni Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës (IUCN), ku Shqipëria është anëtarësuar në vitin 2024 në nivel shteti.

Çka është më e rëndësishmja, duhet të ketë rregulla të përcaktuara për ndërhyrje të mundshme në këto zona, të cilat nuk pengojnë ndërhyrjet por **ruajnë me efikasitet ekuilibrin midis mbrojtjes dhe zhvillimit të qëndrueshëm**. Veçanërisht zonat e mëdha, siç janë parqet kombëtare, duhet të rregullohen siç duhet, duke përcaktuar zona ku mund të ofrohen shërbime për vizitorët, duke ndërtuar infrastrukturën e nevojshme për vizitorët etj. Objektivi kryesor është të krijohet një kuadër për zhvillimin e qëndrueshëm që do të tërheqë bizneset për të zhvilluar veprimtaritë e tyre në zonat e mbrojtura dhe të krijohen mundësi për komunitetet vendase që të qëndrojnë në zonat e mbrojtura dhe të ndërmarrin veprimtari sipërmarrëse.

Kjo qasje siguron që turizmi në zonat e mbrojtura natyrore të Shqipërisë zhvillohet në një mënyrë që qëndrueshme nga pikëpamja mjedisore dhe **në përputhje me ligjin**.

Veçoritë kryesore

- **Kategorizimi dhe renditja sistematike e të gjitha zonave të mbrojtura;**
- **Kategorizimi i zonave të mbrojtura sipas standardeve të Unionit Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës (IUCN);**
- Zhvillimi i **rregulloreve për aktivitetet turistike në zonat e mbrojtura**, me fokus ruajtjen e ekuilibrit midis mbrojtjes dhe zhvillimit të qëndrueshëm dhe fuqizimit të komunitetit vendas;
- **Integrimi i këtyre rregulloreve në ligje më të gjera** që mbrojnë sitet ekologjike, kulturore dhe historike;
- Përcaktimi i **përgjegjësive të menaxhimit dhe mbikëqyrjes** në nivel vendor, rajonal dhe kombëtar;
- Përmirësimi i **menaxhimit të fluksit të turistëve** dhe vendosja e kriterëve ligjorë për të kufizuar zhvillimin e tepërt;
- Përmirësimi i **rregulloreve të planifikimit urban dhe rregulloreve mjedisore** duke u fokusuar në zhvillimin e infrastrukturës për mbrojtjen e natyrës me qëllim ruajtjen e zonave të mbrojtura;
- **Përcaktimi i detajuar i shërbimeve turistike të lejueshme**, kualifikimeve të ofruesve dhe kushteve të ofrimit të shërbimit, në përputhje me kuadrot ligjorë konkurrues në nivel global;
- Identifikimi i përjashtimeve ligjore;
- Përcaktimi i **përgjegjësive të zbatimit**;
- Kryerja e **inspektimeve rregullatore**, specifikimi i organeve përgjegjëse dhe përshkrimi i procedurave për trajtimin e shkeljeve;
- **Vendosja e sanksioneve në rastet e shkeljeve** për të ruajtur cilësinë e shërbimit dhe për të mbrojtur interesat e konsumatorëve.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrive të tjera qeveritare (Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit; Ministria e Financave; Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural; Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë etj.);

- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit
1. Analiza e gjendjes aktuale dhe zhvillimi i kuadrit rregullator
2. Miratimi dhe zbatimi

2.11 PROGRAMI I PUNËSIMIT TË PËRHERSHËM SEZONAL

Koncepti

Për të mundësuar mbajtjen e forcës punëtore, si dhe për të mbështetur punonjësit sezonalë dhe për të siguruar stabilitetin e tyre financiar gjatë të gjithë vitit, është e rëndësishme të zbatohet një masë që ofron përfitime të vazhdueshme nga punësimi dhe mbështetje financiare gjatë periudhave jashtë pikut.

Një kusht paraprak për zbatimin e suksesshëm të kësaj mase është zhvillimi i një kuadri të qartë legjislativ që përcakton udhëzimet dhe rregulloret sipas të cilave do të administrohet kjo masë. Ky kuadër duhet të fokusohet te punonjësit sezonalë në industrinë e turizmit, duke siguruar që ata të marrin kompensim të përshtatshëm kur nuk janë duke punuar në mënyrë aktive, si dhe duhet të stimulojë punëdhënësit që të mbajnë forcën e tyre punëtore për sezonet pasuese. Në këtë mënyrë, Shqipëria mund të rrisë sigurinë në punë për punonjësit sezonalë dhe të ruajë një forcë punëtore të kualifikuar për industrinë sezonale.

Kjo qasje do të ndihmojë në garantimin e një niveli të qëndrueshëm jetese për punonjësit, si dhe do të mundësojë një forcë punëtorë të besueshme për punëdhënësit, duke kontribuar kështu në stabilitetin ekonomik në sektorët me luhatje sezonale.

Veçoritë kryesore

- **Përcaktimi i qartë i grupeve të synuara dhe përfituesve** të mbuluar nga kjo masë (punëmarrësit dhe punëdhënësit);
 - Përcaktimi i **periudhës minimale që duhet të punojnë punonjësit pa ndërprerje**, për të njëjtin punëdhënës, për t'u kualifikuar për këtë masë (për shembull, të paktën gjashtë muaj dhe të paktën një sezon);
 - **Identifikimi i llojeve të punëdhënësve dhe aktiviteteve ekonomike që kualifikohen për subvencione**, si p.sh., bizneset që përballen me ulje të volumit të punës gjatë sezoneve jashtë pikut, për shkak të natyrës sezonale të veprimtarive të tyre;
- Përcaktimi i **kohëzgjatjes maksimale të masës**, pra për sa kohë do të ofrohet mbështetje financiare (për shembull, deri në gjashtë muaj pas përfundimit të sezonit);
- **Specifikimi i kostos për përfitimet dhe sigurimet shëndetësore edhe pas përfundimit të sezonit** që do të mbulohet nga qeveria në vend të punëdhënësit gjatë kohëzgjatjes së masës;
- **Përcaktimi i shumës së ndihmës ekonomike që do të marrin punonjësit**, e llogaritur në bazë të përfitimeve nga papunësia, si dhe i përqindjes së pagës mesatare të mbuluar gjatë periudhës së masës;
- **Përcaktimi i qartë i detyrimeve të përfituesve**, si p.sh., të garantojnë ripunësimin e punonjësve të përhershëm sezonalë në sezonin pasues pas përfundimit të masës dhe mbajtja e të njëjtit numër të punonjësve të dhënë në datën e dorëzimit të aplikimit për një periudhë të caktuar.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Financave;
- Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit
- Shoqatave shqiptare të turizmit dhe dhomës së tregtisë;
- Ekspertëve ligjorë/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Analiza e gjendjes aktuale dhe zhvillimi i kuadrit rregullator
2. Miratimi dhe zbatimi

3. Menaxhimi i destinacioneve

3.1 FUQIZIMI I AGJENCISË KOMBËTARE TË TURIZMIT (AKT)	
Koncepti	
<p>Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT) duhet të bëhet autoriteti suprem për menaxhimin dhe marketingun e turizmit në nivel kombëtar. Për të arritur këtë qëllim, AKT-ja duhet të marrë drejtimin e sistemit të propozuar rishitazi të Organizatës së Menaxhimit të Destinacioneve (OMD) (Në përputhje me iniciativën 2.6), i cili synon përmirësimin e efikasitetit dhe efektivitetit të përgjithshëm të menaxhimit të destinacioneve në të gjithë Shqipërinë.</p> <p>Ky ndryshim thelbësor kërkon që AKT-ja të fitojë më shumë liri financiare dhe operacionale nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit (MTM), por të bashkëpunojë ngushtësisht me MTM-në dhe të veprojë në përputhje me qëllimet e përgjithshme të zhvillimit të turizmit të përcaktuara dhe rregulluara nga MTM-ja. Një pavarësi e tillë do ta lejonte AKT-në të formulojë dhe zbatojë planet dhe strategjitë e saj për të përmirësuar marketingun e turizmit, brendimin dhe menaxhimin e destinacioneve. Këto plane duhet t'u shërbejnë interesave kolektive të të gjitha grupeve të interesit të përfshira në sektorin e turizmit në Shqipëri.</p> <p>Zhvillimi i një kuadri të ri legjislativ është një lëvizje strategjike drejt decentralizimit, me qëllimin për t'u fokusuar në menaxhimin efektiv të destinacioneve dhe jo në një qasje nga lart-poshtë (Në përputhje me iniciativën 2.6). Pavarësisht këtyre ndryshimeve, përgjegjësitë kryesore të AKT-së do të mbeten koordinimi strategjik i marketingut të turizmit në Shqipëri dhe i sistemeve të menaxhimit të destinacioneve.</p> <p>Në mënyrë që AKT-ja të menaxhojë me efikasitet këtë mjedis të ndryshueshëm, është tejet e nevojshme një rritje e konsiderueshme e buxhetit dhe burimeve njerëzore të saj. Kjo rritje e burimeve financiare do të fuqizojë AKT-në që të zgjerojë përgjegjësitë e saj, duke u bërë autoriteti udhëheqës në përcaktimin e drejtimeve strategjike për përpjekjet e vazhdueshme në fushën e marketingut. Parashikohet se burimet financiare do të sigurohen përmes vetëfinancimit, falë reformës në sistemin e taksave të turizmit (Në përputhje me iniciativën 2.4).</p> <p>Për të garantuar transparencën e veprimtarive të AKT-së, nevojitet mbikëqyrje e vazhdueshme nga një organ mbikëqyrës i ngritur ligjërisht. Ky organ duhet të ketë role, funksione dhe kompetenca të përcaktuara qartësisht. Gjithashtu, ky subjekt mbikëqyrës duhet të përfshijë përfaqësues kyçë në fushën e turizmit nga sektori privat dhe sektori publik, të përzgjedhur në bazë të kriterëve dhe kohëzgjatjeve të specifikuara me ligj.</p> <p>Edhe pse AKT-ja do të gëzojë një autonomi më të mëdha sipas kuadrit të ri të Organizatës së Menaxhimit të Destinacioneve (OMD), MTM-ja do të vazhdojë të bashkëpunojë ngushtësisht me AKT-në përmes përfaqësuesit të saj në subjektin mbikëqyrës dhe mundësisht, përmes Presidentit të AKT-së.</p>	
Veçoritë kryesore	
<ul style="list-style-type: none">• Rritja e pavarësisë financiare dhe strategjike të AKT-së nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit duke zbatuar një model të qëndrueshëm vetëfinancimi, të bazuar në sistemin e ri të taksimit (Në përputhje me iniciativën 2.4), për të bërë të mundur që AKT-ja të funksionojë si një organizatë profesionale, e aftë për të përmbushur të gjitha përgjegjësitë e saj në mënyrë efektive;• Zgjerimi i roleve dhe përgjegjësi të AKT-së, duke përfshirë një gamë të gjerë aktiviteteve që synojnë përmirësimin dhe promovimin e sektorit të turizmit në Shqipëri. Në këto përgjegjësi përfshihen:<ul style="list-style-type: none">○ Zhvillimi, menaxhimi dhe përmirësimi i markës turistike të Shqipërisë për ta bërë atë të njohur gjerësisht;○ Krijimi dhe zbatimi i planeve gjithëpërfshirëse të marketingut të turizmit me qëllim promovimin e turizmit shqiptar në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar. Këtu përfshihet organizimi i një sërë aktiviteteve promovionale, organizimi i pjesëmarrjes në panairë tregtare, seminare dhe prezantime të veçanta, organizimi i vizitave studimore për gazetarët dhe organizatorët e udhëtimeve etj. Baza dhe hapi fillestar i çdo procesi të planifikimit të marketingut përfshin miratimin e një plani strategjik dhe operacional të marketingut me kohëzgjatje disa vjeçare.	

Në bazë të udhëzimeve dhe objektivave të përcaktuara dhe të përshkruara në këtë plan, zhvillohen plane vjetore marketingu, si dhe alokohen buxhete afatmesme dhe afatgjata për marketingun;

- Bashkëpunimi i ngushtë me **partnerët kryesorë**, organizatat e tjera kombëtare të turizmit dhe shoqatat ndërkombëtare, për të zbatuar projektet strategjike të marketingut;
 - **Koordinimi i sistemit të menaxhimit të destinacioneve në nivel rajonal dhe vendor duke ofruar mbështetje** sistematike dhe duke organizuar aktivitete edukative, trajnuese, orientuese dhe të ngjashme. Kjo qasje synon të garantojë efektivitet, profesionalizëm dhe efikasitet maksimal;
 - **Koordinimi dhe harmonizimi i aktiviteteve të marketingut** me bordet rajonale të turizmit për të siguruar konsistencë në planifikimin e marketingut;
 - Kryerja e një **studimi për tregun e turizmit** për të informuar dhe udhëhequr aktivitetet promovionale;
 - Mbikëqyrja e **sistemit të të dhënave të inteligjencës për bizneset dhe sistemit të informacionit për turistët** në nivel kombëtar, duke u siguruar që këto sisteme të integrohen në mënyrë efektive në të gjitha nivelet e sistemit të menaxhimit të turistëve;
 - **Raportimi** i rregullt mbi performancën e sektorit të turizmit, duke përfshirë arritjet vjetore dhe sezonale, nëpërmjet raporteve, infografikave dhe publikimeve të tjera.
- Pozicionimi i **AKT-së si autoriteti qendror në sistemin e ri të OMD-së**;
 - **Përmirësimi i kapaciteteve të AKT-së**;
 - Zhvillimi dhe zbatimi i **strategjive dhe planeve të pavarura të punës**;
 - **Harmonizimi i aktiviteteve të AKT-së** me interesat e të gjitha grupeve të interesit në sektorin e turizmit në Shqipëri;
 - **Monitorimi dhe vlerësimi** i performancës së AKT-së.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Agjencia Kombëtare e Turizmit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Zhvillimi i planit strategjik dhe operacional të marketingut të turizmit
2. Ristrukturimi dhe riorganizimi i AKT-së për të përfshirë funksionet e reja
3. Mbështetja teknike dhe ngritja e kapaciteteve të AKT-së

3.2 NGRITJA E ORGANIZATAVE TË MENAXHIMIT TË DESTINACIONEVE (OMD)

Koncepti

Në sistemin e ri të OMD-së, Organizatat e Menaxhimit të Destinacioneve (OMD) duhet të kenë **përgjegjësi dhe autoritetet të përcaktuara qartë**. Duke qenë **organet më të larta operacionale në sistemin e ri të menaxhimit të destinacioneve**, OMD-të luajnë role thelbësore që përfshijnë funksione të ndryshme.

Këtu përfshihet **fokusimi në menaxhimin e destinacioneve dhe zhvillimin e produkteve**, qoftë në mënyrë të pavarur ose në bashkëpunim me grupet e interesit të sektorit privat dhe publik. Ato gjithashtu **koordinojnë dhe organizojnë kalendarin e eventeve** në nivel destinacioni dhe punojnë ngushtësisht me destinacionet fqinje, Organizatat Rajonale të Menaxhimit (ORM-të) dhe AKT-në.

Gjithashtu, OMD-të janë përgjegjëse për **planifikimin strategjik dhe operacional, marketingun dhe brendimin**, si dhe **për kryerjen e anketave mbi kënaqësinë e vizitorëve**. OMD-të vendore duhet të **harmonizojnë aktivitetet e tyre** me udhëzimet dhe **direktivat strategjike të marketingut të përcaktuara nga organizatat rajonale dhe kombëtare të turizmit** për të garantuar një qasje të unifikuar dhe efektive për marketingun e destinacioneve në të gjitha nivelet.

Është e rëndësishme të ritheksohet se në sistemin e ri, OMD-të janë **kryesisht organe operacionale me më pak funksione strategjike** në krahasim me organizatat rajonale dhe kombëtare.

Sigurimi i **burimeve të qëndrueshme të financimit** është gjithashtu i rëndësishëm, veçanërisht në kuadër të reformave të propozuara në ligjin për menaxhimin e destinacioneve, i cili parashikon alokimin e të ardhurave nga taksat e turizmit në zonat e menaxhuara nga OMD-të (Në përputhje me iniciativat 2.4 dhe 2.6).

Së fundi, OMD-të duhet të ngrenë **organe mbikëqyrëse** për të vlerësuar efikasitetin e aktiviteteve dhe iniciativave të tyre. Këto organe duhet të përfshijnë grupet kryesore të interesit nga sektori i turizmit i destinacionit përkatës, të zgjedhura në bazë të kriterëve të përcaktuara ligjërisht (në përputhje me iniciativën 2.6), për të garantuar që mbikëqyrja të jetë gjithëpërfshirëse, e mirinformuar dhe në përputhje me qëllimet e turizmit të destinacionit përkatës.

Veçoritë kryesore

- **Krijimi dhe regjistrimi i organizatave të menaxhimit të turizmit në nivel vendor** sipas kriterëve të parashikuara me ligj;
- **Përcaktimi i strukturës së OMD-ve**, duke përfshirë rolet dhe përgjegjësitë kryesore të parashikuara. Si subjekti më operacional në sistemin e ri të OMD-ve, organizatat e menaxhimit të destinacioneve në nivel vendor duhet të fokusohen kryesisht te:
 - **Zhvillimi i produkteve turistike:** OMD-të duhet të drejtojnë krijimin e produkteve turistike duke integruar elemente të ndryshme të ofertave të destinacionit në produkte dhe përvoja tërheqëse. Këtu përfshihet organizimi i eventeve dhe atraksione të tjera që tërheqin vizitorët individualë dhe grupet, **duke punuar ngushtësisht me grupet e interesit të sektorit publik dhe privat** të destinacionit përkatës.
 - **Menaxhimi i destinacioneve:** OMD-të duhet të jenë përgjegjëse për koordinimin e aktiviteteve turistike në nivel vendor, bashkëpunimin me grupet e interesit të sektorit privat dhe publik, menaxhimin e shërbimeve për vizitorët, si dhe sigurimin e praktikave të qëndrueshme të turizmit, ndër aktivitete të tjera.
 - **Koordinimi me ORM-të:** OMD-të duhet të bashkëpunojnë me organizatat rajonale të turizmit për të zbatuar në mënyrë efektive aktivitetet operacionale të lidhura me marketingun dhe zhvillimin. Këtu përfshihet koordinimi i përpjekjeve në nivel vendor që përmbushin standardet e vendosura dhe promovimi i attributeve unike të destinacionit.
 - **Mbledhja e të dhënave të detajuara mbi trafikun turistik** nga grupet e interesit në destinacionin përkatës (numri i strukturave akomoduese, numri i mbërritjeve dhe netë-qëndrimeve të turistëve etj).
 - **Shpërndarja e informacionit cilësor:** Në bashkëpunim me sektorin publik dhe privat në nivel vendor, OMD-të janë përgjegjëse për krijimin dhe shpërndarjen e materialeve informuese me cilësi të lartë

në lidhje me destinacionin. Kjo siguron vënien në dispozicion të informacionit të saktë dhe tërheqës rreth ofertave të destinacionit përkatës.

- Ndonëse **OMD-të janë më të fokusuara në aktivitetet operacionale**, si zhvillimi i produkteve dhe menaxhimi i destinacioneve në nivel vendor, ato duhet të **marrin përsipër disa funksione strategjike**. Niveli i këtyre funksioneve strategjike varet nga niveli i zhvillimit të një destinacioni individual. Specifikisht, OMD-të që tejkalojnë një prag të përcaktuar të trafikut të turistëve (mbërritjet dhe netë-qëndrimet) mund dhe duhet të kryejnë funksionet e mëposhtme:
 - **Planifikimi strategjik dhe operacional:** Këto organizata janë përgjegjëse për planifikimin strategjik dhe operacional të turizmit në nivel vendor. Ato luajnë një rol thelbësor në hartimin e planeve strategjike dhe zhvillimore për rritjen e turizmit në destinacionin që menaxhojnë.
 - **Aktivitetet e marketingut dhe brendimit:** Përgjegjësia për zbatimin e iniciativave strategjike dhe operacionale të marketingut në nivel vendor u takon OMD-ve. Këtu përfshihet brendimi i destinacionit, veprimtaritë e marketingut në internet dhe jashtë tij, menaxhimi i faqeve të internetit dhe profileve në media sociale, pjesëmarrja në panaire, organizimi i udhëtimeve studimore dhe prezantimeve, si dhe angazhimi në partneritete dhe sponsorizime, ndër të tjera.
 - **Iniciativat edukative:** Fokusimi në arsim dhe përmirësimi i aftësive të punonjësve dhe grupeve të interesit në sektorin e turizmit në zonën e destinacionit përkatës.
 - **Kryerja e anketave mbi kënaqësinë e vizitorëve në nivel destinacioni.**
- Përcaktimi i **organeve mbikëqyrëse dhe caktimi i anëtarëve të tyre;**
- **Përgatitja e planeve vjetore të punës** në bashkëpunim me grupet e interesit të destinacionit dhe në përputhje me drejtimet strategjike të ORM-ve dhe AKT-së;
- **Mbledhja e të dhënave statistikore për turizmin** në nivel destinacioni;
- **Raportimi i vazhdueshëm** mbi aktivitetet për të siguruar transparencë dhe përdorim efektiv të burimeve.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Organet e qeverisjes vendore

Me mbështetjen e:

- Agjencisë Kombëtare të Turizmit
- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Paketa/Manuali për OMD-të në Shqipëri.
2. Zbatimi i një projekti pilot për OMD-të kombëtare në destinacionin e përzgjedhur.
3. Harmonizimi i kuadrit legjislativ (Në përputhje me iniciativën 2.6).
4. Shtrirja/përshkallëzimi i OMD-ve kombëtare.

3.3 NGRITJA E ORGANIZATAVE RAJONALE TË MENAXHIMIT (ORM)

Koncepti

Organizatat rajonale të menaxhimit (ORM) krijohen për të **menaxhuar aktivitetin turistik në klasterat** e përcaktuar në këtë strategji. Ndryshe nga OMD-të në nivel vendor, këto subjekte rajonale luajnë një **rol më tepër strategjik sesa operacional**. Në të njëjtën kohë, ORM-të duhet të sigurojnë që të gjitha aktivitetet e tyre të jenë **në përputhje me drejtimet dhe parimet strategjike të marketingut të nxjerra nga AKT**.

Duhet të theksohet se ORM-të shërbejnë si **koordinatore rajonale për OMD-të vendore**. Krahas aktiviteteve të tyre strategjike, ORM-të janë përgjegjëse për **koordinimin e iniciativave kryesore rajonale** për zhvillimin e produkteve, të cilat mund të përfshijnë disa destinacione ose OMD, si dhe të **projekteve që përfshijnë disa rajone, të cilat synojnë zhvillimin e produkteve turistike dhe infrastrukturore**.

Ashtu si Organizatat vendore të Menaxhimit të Destinacioneve (OMD) dhe Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT), edhe Organizatat Rajonale të Menaxhimit (ORM) duhet të **mbikëqyren nga një organ mbikëqyrës**. Ky organ duhet të zgjidhet për **një afat të përcaktuar me ligj** dhe duhet të përbëhet nga përfaqësues të sektorit të turizmit të klasterit përkatës. Këta anëtarë duhet të përzgjidhen në bazë të kriterëve të përcaktuara në ligjin për menaxhimin e destinacioneve (Në përputhje me iniciativën 2.6).

Veçoritë kryesore

- Krijimi dhe regjistrimi i organizatave të menaxhimit të turizmit në nivel klasteri sipas kriterëve të parashikuara me ligj;
- Përcaktimi i **strukturës së ORM-ve**, duke përfshirë rolet dhe përgjegjësitë kryesore të parashikuara, ku përfshihen:
 - **Planifikimi strategjik i turizmit:** Ato janë përgjegjëse për formulimin e planeve strategjike për zhvillimin e turizmit në klasterat e tyre përkatës. Këtu përfshihet hartimi i dokumenteve dhe planeve kyçe në bashkëpunim me grupet e rëndësishme të interesit në sektorin e turizmit të klasterit përkatës.
 - **Planifikimi strategjik i marketingut:** Zhvillimi i një strategjie marketingu për klasterin përkatës që përputhet me planin kombëtar strategjik të marketingut të turizmit, të përcaktuar nga Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT).
 - **Përfshirja në proceset e legjislationit dhe planifikimit:** Angazhimi në proceset legislative, planifikimin hapësinor dhe aktivitetet e tjera rregullatore dhe menaxhuese në nivel klasteri për të promovuar konkurrueshmërinë dhe zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit.
 - **Bashkëpunimi me grupet e interesit dhe aktorët e tjerë kryesorë të industrisë së turizmit:** Bashkëpunimi me partnerët kryesorë, ORM-të e tjera, si dhe me OMD-të në të gjitha nivelet, për të përmirësuar ofertat turistike brenda një klasteri të caktuar dhe midis klasterave të ndryshëm.
 - **Koordinimi i OMD-ve vendore:** Koordinimi i aktiviteteve të OMD-ve vendore brenda klasterit të tyre përkatës për të siguruar menaxhim koherent të destinacioneve.
 - **Mbledhja e të dhënave:** Mbledhja e statistikave gjithëpërfshirëse për turizmin nga zona e klasterit, përmes OMD-ve vendore.
 - **Marketingu dhe brendimi:** Zbatimi i iniciativave strategjike dhe operacionale të marketingut për klasterin përkatës, ku përfshihet brendimi, veprimtaritë e marketingut në internet dhe jashtë tij, menaxhimi i pranisë në internet, organizimi i panairëve, udhëtimeve studimore dhe prezantimeve, si dhe lidhja e partneriteteve dhe sponsorizimeve.
- Përcaktimi i **organeve mbikëqyrëse dhe caktimi i anëtarëve të tyre;**
- **Hartimi i planeve vjetore të punës** në bashkëpunim me grupet e interesit në destinacionin përkatës dhe në përputhje me planet strategjike të AKT-së;
- **Mbledhja e të dhënave statistikore për turizmin** në nivel klasteri;
- **Raportimi i vazhdueshëm** mbi aktivitetet për të siguruar transparencë dhe përdorim efektiv të burimeve.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Organet e qeverisjes rajonale/bashkitë.

Me mbështetjen e:

- Agjencisë Kombëtare të Turizmit.
- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit.
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës.

Hapat e zbatimit

1. Paketa/Manuali për ORM-të në Shqipëri.
2. Zbatimi i një projekti pilot për ORM-të kombëtare në klasterin e përzgjedhur.
3. Harmonizimi i kuadrit legjislativ (Në përputhje me iniciativën 2.6).
4. Shtrirja/përshkallëzimi i ORM-ve kombëtare.

3.4 KRIJIMI I SISTEMIT TË INFORMACIONIT PËR MENAXHIMIN E TURIZMIT

Koncepti

Për të përmirësuar monitorimin dhe analizimin e trafikut turistik dhe të kapaciteteve akomoduese në kohë reale, sektori i turizmit shqiptar duhet të miratojë një sistem online informacioni për menaxhimin e turizmit. Kjo platformë duhet të projektohet për të siguruar akses të menjëhershëm në të dhënat statistikore dhe raporte mbi aktivitetet turistike, duke mundësuar gjurmim të menjëhershëm, bazuar në funksionin e regjistrimit të turistëve në kohë reale. Në thelb, ky sistem synon t'u japë përdoruesve, veçanërisht atyre që ofrojnë akomodim në industrinë e turizmit në Shqipëri, një sistem të sofistikuar, por njëkohësisht të lehtë, për hedhjen e të dhënave.

Zbatimi i një sistemi të tillë do të transformojë mbledhjen e të dhënave statistikore në industrinë e turizmit duke thjeshtuar procedurat dhe duke përmirësuar saktësinë e të dhënave. Pronarët do të hedhin të dhëna drejtpërdrejt në sistem, të cilat më pas do të kontrollohen rregullisht për mospërputhje për të garantuar besueshmërinë dhe cilësinë e informacionit (Në përputhje me iniciativën 2.7).

Gjithashtu, sistemi i menaxhimit të turizmit është projektuar për të rritur ndjeshëm transparencën dhe mbikëqyrjen e transaksioneve financiare, duke përmirësuar dhe ndoshta duke automatizuar mbledhjen e të ardhurave nga taksa e turizmit dhe rrjedhimisht, duke rritur efikasitetin dhe reagimin në kohë. Sistemi garanton që detyrimet financiare dhe pagesat të jenë të dukshme për të gjitha autoritetet përkatëse në të gjitha nivelet, duke përfshirë për organet drejtuese në nivel vendor dhe kombëtar, si dhe për Ministrinë e Financës (Në përputhje me iniciativën 2.4). Kjo transparencë ndihmon në parandalimin e fshehjes së pagesave ose të vonesave në pagesa, pasi të gjitha grupet e interesit do të kenë akses në raporte uniforme dhe të detajuara.

Rëndësia e zbatimit të këtij sistemi është thelbësore pasi hedh themelet për të luftuar evazionin fiskal, mashtrimet dhe ekonominë informale dhe njëkohësisht ofron të dhëna thelbësore mbi dinamikën e sektorit të turizmit dhe transparencë në kohë reale mbi parametrat kryesorë për sektorin privat, investitorët, politikëbërësit, rregullatorët, inspektimet dhe grupet e tjera përkatëse të interesit.

Veçoritë kryesore

- Zhvillimi i një sistemi online informacioni për menaxhimin e turizmit në Shqipëri, në formën e një platforme digjitale që mundëson regjistrimin në kohë reale të mbërritjeve të klientëve në strukturat akomoduese dhe të largimeve të tyre nga strukturat akomoduese;
- Ofrimi i aksesit të barabartë si për ofruesit e strukturave akomoduese me qira afatshkurtër, po ashtu edhe për operatorët e zinxhirëve të mëdhenj të hoteleve. Ofruesit e strukturave akomoduese do të kenë akses në një faqe interneti ose në një ndërfaqe API të thjeshtë për regjistrimin e klientëve, duke thjeshtuar dhe automatizuar menaxhimin e të dhënave të klientëve dhe llogaritjen e tarifave;
- Përfshirja në sistem e një funksioni të gjenerimit automatik të raporteve statistikore për institucione të ndryshme, ku përfshihen INSTAT, Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, si dhe Ministria e Brendshme, për qëllime të përmirësimit të sigurisë, zhvillimit, planifikimit, analizimit, vlerësimit dhe mbikëqyrjes;
- Garantimi i besueshmërisë së të dhënave përmes kontrolleve të rregullta për mospërputhje, ndërkohë që kontrolli i aksesit do të realizohet në bazë të roleve të përdoruesve dhe sensitivitetit të të dhënave, duke garantuar që informacioni personal trajtohet me konfidencialitet maksimal.
- Realizimi i kontrollit të aksesit në bazë të roleve të përdoruesve dhe sensitivitetit të të dhënave për të garantuar mbrojtjen e të dhënave;
- Rritja e transparencës dhe mbikëqyrjes së transaksioneve financiare në sektorin e turizmit;
- Rritja e efikasitetit të mbledhjes së të ardhurave nga taksa e turizmit dhe parandalimi i vonesave në pagesa.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Agjencisë Kombëtare të Shoqërisë së Informacionit (AKSHI)
- Zhvilluesve të faqeve të internetit/partnerëve në fushën e teknologjisë
- Institucioneve financiare ndërkombëtare (IFN)

Hapat e zbatimit

1. Përgatitjet për zhvillimin e platformës
2. Zhvillimi i platformës online
3. Mirëmbajtja dhe garantimi i cilësisë
4. Seanca trajnimi për të gjithë përdoruesit e sistemit

3.5 INTELIGJENCA E TREGUT DHE STUDIMI I TREGUT

Koncepti

Për të **optimizuar përshtatjen me tendencat e tregut dhe për të rritur efikasitetin operacional**, sektori i turizmit të Shqipërisë duhet të zbatojë **procese të strukturuar për studimin e tregut** krahas përdorimit të **mjeteve statistikore dhe analitike** për përpunimin dhe interpretimin e të dhënave.

Fokusi i studimit duhet të përfshijë, ndër të tjera, fushat e mëposhtme: **anketat për vizitorët, anketat për banorët vendas, anketat e lidhura me markën** në tregjet prioritare burimore, **anketat mbi performancën e tregut të hotelierisë**, studimin e performancës së strukturave akomoduese me qira afatshkurtër, segmentimin dhe profilizimin e vizitorëve, si dhe anketat e të ardhurave.

Kjo qasje strategjike do t'i mundësojnë sektorit të turizmit që të **marrë vendime të mirinformuara dhe të vlefshme**, veçanërisht në fushat e zhvillimit të qëndrueshëm dhe të marketingut. Studimi dhe të dhënat e inteligjencës duhet të plotësojnë kërkesat e përdoruesve të ndryshëm si:

- Grupet e interesit të sektorit privat;
- Grupet e interesit të sektorit publik;
- Sistemi arsimor dhe studiuesit shqiptarë;
- Sektori civil;
- Shoqatat.

Veçoritë kryesore

- **Krijimi i një ekipi të brendshëm të posaçëm** për të kryer dhe menaxhuar **studime dhe analiza të vazhdueshme të tregut**. Ky ekip do të jetë përgjegjës për zhvillimin e studimeve dhe analizave të detajuara të tregut, qoftë drejtpërdrejt ose përmes kontraktimit të studimeve. Përgjegjësitë e tij nuk do të përfshijnë vetëm mbledhjen dhe analizimin e të dhënave, por gjithashtu **grumbullimin dhe shpërndarjen e informacioneve** në një mënyrë që plotëson nevojat e brendshme (AKT, MTM) dhe të jashtme (grupet e interesit të sektorit të turizmit, shoqatat, sektori civil, institucionet akademike dhe studiuesit). Kjo strukturë siguron që vendimet në sektorin e turizmit të jenë të bazuara në të dhëna solide dhe aktuale. Ky ekip do të jetë gjithashtu përgjegjës për **menaxhimin e proceseve të prokurimit**, sigurimin e materialeve kërkimore, përmirësimin e aksesit në platformat e të dhënave masive, si dhe kryerjen e funksioneve të tjera thelbësore të lidhura me inteligjencën e tregut;
- Zhvillimi i një **sistemi të inteligjencës së tregut**. Duke u bazuar në studimet dhe analizat e vazhdueshme, është thelbësore të zhvillohet një bazë të dhënash gjithëpërfshirëse e inteligjencës së tregut. Baza e të dhënave duhet të përfshijë informacione të detajuara mbi tendencat e tregut, preferencat e konsumatorëve, si dhe ndryshimet në industrinë e turizmit, krahas parametrave të tjerë kryesorë. Një sistem i tillë do të shërbente si themel për planifikimin strategjik, duke ndihmuar në rafinimin e veprimtarive të marketingut dhe iniciativave të zhvillimit përmes një baze solide evidencash që mbështet vendimmarrjen. Ky sistem duhet të zhvillohet në bashkëpunim me ekspertë të jashtëm/partnerë në fushën e teknologjisë;
- Përdorimi i **mjeteve për përpunimin dhe interpretimin e avancuar të të dhënave** si Python, Power BI, Tableau dhe të ngjashme;
- Akses në **platformat e të dhënave masive (big data)**. Sektori i turizmit në Shqipëri duhet të sigurojë akses në platformat e të dhënave digjitale të nivelit të lartë që ofrojnë informacione të vlefshme dhe specifike për sektorin për turizmin. Të dhënat nga platformat e të dhënave masive do të përdoren për **një sërë qëllimesh**. Kryesisht, ato do të mbështesin studimin e tregut dhe analizën e tendencave, si dhe do të kontribuojnë në bazën e të dhënave të inteligjencës së tregut. Gjithashtu, këto të dhëna do t'i jepen Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit. Siç përmendet në iniciativën 2.8, ato do të përdoren gjithashtu për të luftuar ekonominë informale në sektorin e turizmit;
- **Zhvillimi i një modeli për shpërndarjen e të dhënave të tregut**. Është thelbësore të krijohet një model i qartë dhe efikas për shpërndarjen e të dhënave të mbledhura nga studimi i tregut. Këtu përfshihet përcaktimi i grupeve të interesit, shpeshësia dhe koha kur do të komunikohet informacioni, si dhe

garantimi i pajtueshmërisë së metodës së shpërndarjes me nevojat e grupeve të interesit. Ky hap është thelbësor për të garantuar se të gjitha palët e përfshira në sektorin e turizmit, nga agjencitë qeveritare deri te bizneset private, janë të mirinformuara dhe mund të marrin vendime në kohën e duhur dhe që u përgjigjen dinamikave të tregut;

- **Përdorimi i të dhënave** nga studimi i tregut **për të orientuar përpjekjet** drejt zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit dhe aktiviteteve të synuara të marketingut.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Agjencia Kombëtare e Turizmit

Me mbështetjen e:

- Agjencisë Kombëtare të Shoqërisë së Informacionit (AKSHI)
- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ekspertëve të huaj/partnerëve në fushën e teknologjisë

Hapat e zbatimit

1. Krijimi i një ekipi të brendshëm të inteligjencës së tregut
2. Zhvillimi i një sistemi/paneli kontrolli të inteligjencës së tregut.
3. Përdorimi i instrumenteve për përpunimin e avancuar të të dhënave dhe marrja e aksesit në platformat e të dhënave masive (Në përputhje me iniciativën 2.8)

4. Zhvillimi i produkteve turistike

4.1 FORCIMI DHE FUQIZIMI I KOMPANIVE TË MENAXHIMIT TË DESTINACIONEVE (KMD)
Koncepti
<p>Kompanitë e Menaxhimit të Destinacioneve (KMD) janë thelbësore për zhvillimin e produkteve dhe përvojave turistike me vlerë të lartë. Për të mbështetur rritjen e tyre, propozohet zhvillimi i një Programi Inkubimi dhe Akselerimi për KMD-të, në nivel kombëtar.</p> <p>Programi i Inkubimit mbështet zhvillimin e KMD-ve të reja, duke ofruar mbështetje strategjike, financiare dhe operacionale për t'i ndihmuar ato që të hyjnë në treg dhe të prezantojnë me sukses idenë e tyre të biznesit.</p> <p>Programi i Akselerimit mbështet KMD-të e ngritura në zhvillimin e linjave të reja të produkteve, lançimin e produkteve të reja, përmirësimin e performancës tregtare, blerjen e pajisjeve të reja, përmirësimin e marketingut, rritjen e pranisë së tyre në internet, si dhe në çdo aspekt tjetër operacional dhe strategjik të biznesit të tyre.</p> <p>Masat kryesore mbështetëse që do të zbatohen në programet e inkubimit dhe akselerimit janë:</p> <ul style="list-style-type: none">• Financiare – grante, stimuj për zhvillimin e produkteve, lehtësira tatimore/subvencione, subvencione për mbulimin e qirasë së zyrave, subvencione për mbulimin e normës së interesit, bashkëfinancim për marketingun;• Administrative dhe ligjore – shërbim konsulente, licenca, viza, këshillim për punësimin, pajtueshmëri administrative dhe ligjore, sigurime etj.• Ekspertizë – trajnime profesionale, PSV, njohuri mbi kulturën, historinë, artin, ofruesit etj.• Marketingu i destinacioneve dhe shitjet – platformë tregtare, materiale vizuale për mbështetjen e përpjekjeve të marketingut, përfaqësim në tregjet e huaja, bashkëpunim për marketing, evente dhe ekspozita tregtare etj. <p>Mbështetja e KMD-ve do të gjenerojë menjëherë rezultate pozitive në lidhje me diversifikimin dhe sofistikimin e produkteve dhe përvojave turistike. KMD-të janë thelbësore në krijimin e ofertave turistike sezonale dhe shpërndarjen e fluksit të turistëve dhe duhet të mbështeten fuqimisht dhe sistematikisht për të krijuar një portofol kombëtar solid dhe novator për produktet turistike.</p> <p>Programet e inkubimit dhe akselerimit për KMD-të janë instrumente mbështetëse efektive për të nxitur veprimtaritë sipërmarrëse në ndërmarrjet mikro, të vogla dhe të mesme, si dhe në pjesët më pak të zhvilluara dhe më pak të urbanizuara të vendit (Në përputhje me iniciativat 1.4 dhe 2.3).</p> <p>Është me rëndësi thelbësore që kjo iniciativë t'i japë përparësi edhe përfshirjes gjinore në sektorin e turizmit. Mundësitë për përfshirjen e grave duhet të aktivizohen në mënyrë strategjike, duke siguruar kontribute arsimore, operacionale dhe financiare për të mbështetur pjesëmarrjen e tyre në aktivitetet sipërmarrëse të lidhura me KMD-të. Stimuj të tillë si grantet, programet e mentorimit dhe trajnimet e targetuara për zhvillimin e biznesit për gratë jo vetëm që do të rrisin barazinë gjinore, por edhe do të kontribuojnë në zhvillimin më të gjerë social të sektorit të turizmit.</p> <p>Gjithashtu, programi përfshin mbështetje strategjike nëpërmjet seminareve dhe trajnime edukative dhe operacionale për të përditësuar KMD-të mbi tendencat dhe praktikatat më të fundit të tregut, si dhe konsulencë dhe trajnim operacional mbi veprimtaritë e biznesit, duke siguruar kështu që veprimtaritë e tyre të jenë efikase dhe t'u përgjigjen tregut.</p>
Veçoritë kryesore
<ul style="list-style-type: none">• Vlerësimi gjithëpërfshirës i tablosë së KMD-ve në Shqipëri, për të kuptuar situatën e përgjithshme të tregut dhe të bizneseve të KMD-ve;• Zhvillimi dhe zbatimi i Programit të Inkubimit për KMD-të. Programi është projektuar për KMD-të e krijuara rishtazi dhe u ofron atyre mbështetje strategjike, financiare ose operacionale për të aksesuar më lehtë segmentet kryesore të synuara dhe për të hyrë në tregjet kryesore burimore;

- Zhvillimi dhe zbatimi i **Programit të Akselerimit për KMD-të**. Programi fokusohet te KMD-të ekzistuese që janë tashmë të specializuara në destinacionet dhe produktet e tyre. Në këtë rast, objektivi është të ofrohet mbështetje për zhvillimin e linjave të reja të produkteve dhe ndihmë në komercializimin e këtyre produkteve dhe përvojave;
- Zbatimi i një **programi stimulues që ofron mbështetje financiare, administrative, operacionale dhe strategjike** për krijimin e iniciativave të reja, të cilat janë në përputhje me qëllimet strategjike të zhvillimit të turizmit;
- Ofrimi i **mentorimit dhe mbështetjes së rregullt** për kompanitë e menaxhimit të destinacioneve (KMD) lidhur me aktivitete të tilla si zhvillimi dhe rishikimi i planeve të biznesit, hartimi i strategjive të marketingut, zhvillimi i produkteve etj. Këtu përfshihet ofrimi i trajnimeve dhe ekspertizës gjithëpërfshirëse për të ndihmuar KMD-të e reja të fillojnë veprimtaritë e tyre dhe për të asistuar KMD-të e konsoliduara në avancimin e veprimtarive të tyre.
- **Përcaktimi i qartë i modeleve të mbështetjes**, kushteve të përgjithshme, kualifikueshmërisë dhe përdorimit, për të mbështetur veçanërisht veprimtaritë sipërmarrëse në ndërmarrjet mikro, të vogla dhe të mesme (Në përputhje me iniciativat 1.4 dhe 2.3);

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Agjencisë Kombëtare e Turizmit
- Institucioneve financiare (bankat kombëtare, bankat për zhvillim, IFN-të)
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Hartimi i strategjisë për mbështetjen e KMD-ve dhe auditimi i destinacioneve dhe KMD-ve
2. Përshkallëzimi i programeve të inkubimit dhe akselerimit për KMD-të
3. Organizimi i forumit të KMD-ve

4.2 KRIJIMI I VLERËS SË SHQIPËRISË

Koncepti

Krijimi i vlerës përfshin **zhvillimin e vazhdueshëm dhe proaktiv të produkteve dhe përvojave turistike komplekse dhe me vlerë të lartë, duke përdorur burimet e destinacionit përkatës në mënyrë efektive**. Një fokus kryesor i krijimit të vlerës është **integrimi i burimeve ekzistuese për të krijuar produkte, përvoja, evente dhe programe të reja turistike**. Kjo qasje përfshin gjithashtu **përmirësimin e atraksioneve ekzistuese dhe të mirënjohura turistike** duke zhvilluar përvoja të reja rreth tyre, të cilat nuk kërkojnë investime të konsiderueshme për infrastrukturë të re. Kjo qasje e **vë theksin te bashkëpunimi midis grupeve të interesit të sektorit privat dhe publik** në nivel kombëtar, rajonal dhe vendor, duke u përqendruar në **zhvillimin e produkteve jomateriale**.

Shqipëria, me burimet e saj të pasura, por të pashfrytëzuara, mund të përfitojë shumë nga krijimi i **përvojave të reja dhe tërheqëse** që përputhen me tendencat aktuale turistike dhe preferencat e vizitorëve.

Këto përvoja duhet të reflektojnë tendencat më të fundit të tregut dhe të përmbushin interesat e ndryshme të vizitorëve, duke marrë njëkohësisht në konsideratë parimet e **gjithëpërfshirjes dhe qëndrueshmërisë**. Kjo jo vetëm që do të rrisë kënaqësinë e turistëve dhe do të zgjasë qëndrimin e tyre, por gjithashtu do të përmirësojë praninë e tregut të destinacionit përmes **ofertave novatore dhe dalluese**.

Një aspekt kyç në këtë qasje është krijimi i një **ekipi të posaçëm për krijimin e vlerës**, i cili përbëhet nga ekspertë të fushave të ndryshme. Ky ekip jo vetëm që do të krijojë dhe zbatojë aktivitete novatore, por gjithashtu do t'u përshtatet vazhdimisht tendencave të tregut për të **paraqitur në mënyrë autentike atraksionet unike të Shqipërisë**.

Gjithashtu, zhvillimi i programit "**Përvojat unike të Shqipërisë**" do të identifikojë dhe promovojë përvojat e jashtëzakonshme turistike në vend, duke paraqitur një koleksion të kuruar të përvojave të veçanta të udhëtimit që nxjerrin në pah më të mirën e asaj që Shqipëria ofron.

Veçoritë kryesore

- Ngritja e një **ekipi të specializuar** përgjegjës për zhvillimin e vazhdueshëm të përvojave konkurruese dhe të qëndrueshme turistike. Ky ekip duhet të përbëhet nga **individë me ekspertizë në fusha të ndryshme** si kultura, aktivitetet në natyrë dhe gastronomia, duke siguruar kështu një qasje gjithëpërfshirëse për përmbushjen e nevojave turistike të shumëllojshme;
- Marrja e masave për të garantuar se ekipi ka njohuri mbi ofertat ekzistuese dhe është i përditësuar mbi tendencat globale të turizmit për të zhvilluar **përvoja autentike**;
- **Zhvillimi i eksperiencave të reja turistike** që janë në përputhje me tendencat aktuale të tregut dhe preferencat e vizitorëve. Këtu përfshihet zhvillimi i itinerareve të përshtatura, pa shoqërues, zhvillimi i programeve dhe eventeve të veçanta në destinacionin përkatës dhe/ose krijimi i një sistemi për vlerësimin dhe dhënien e shpërblimeve për përvojat novatore dhe unike (Në përputhje me iniciativën 4.1);
- Lehtësimi i **bashkëpunimit të vazhdueshëm me grupet e interesit** për të mbështetur zbatimin efektiv të këtyre përvojave, duke shfrytëzuar modelin e menaxhimit publik-privat;
- Krijimi i një programi vjetor "**Përvojat unike të Shqipërisë**" për të njohur **ofruesit e shërbimeve të cilët zhvillojnë paketa turistike unike dhe cilësore**. Ky program mund të zbatohet përmes një tenderi vjetor, nëpërmjet të cilit ftohen subjekte të pavarura private që të dorëzojnë aplikimet e tyre në bazë të kriterëve të përcaktuara qartë të aplikimit dhe përzgjedhjes, të strukturuar për t'u përshtatur me qëllimet strategjike të zhvillimit të turizmit në Shqipëri. Koleksioni i përvojave unike **përfaqëson një koleksion përvojash autentike dhe të specializuara, të grupuara nën një markë të përbashkët**;
- **Krijimi, promovimi dhe brendimi i koleksionit "Përvojat unike të Shqipërisë"**.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Agjencia Kombëtare e Turizmit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Krijimi i ekipit të specializuar
2. Zhvillimi i planit strategjik dhe operacional të krijimit të vlerës
3. Lançimi i programit “Përvojat unike të Shqipërisë”

4.3 ZHVILLIMI I PRODUKTEVE TURISTIKE GJATË GJITHË VITIT

Koncepti

Zhvillimi i produkteve gjatë gjithë vitit fokusohet në krijimin e produkteve turistike që mund të shijohen gjatë gjithë vitit. Qasje për të zhvilluar produkte turistike gjatë gjithë vitit konsiston në dy komponentë kryesorë:

- **Zhvillimi i produkteve jomateriale**, pra krijimi i përvojave të reja në bazë të parimeve të krijimit të vlerës;
- **Zhvillimi i produkteve materiale**, pra i infrastrukturës së produkteve turistike.

Për të promovuar turizmin gjatë gjithë vitit, është thelbësore të zhvillohen **plane strategjike gjithëpërfshirëse**. Këto plane synojnë të zhvillojnë produkte sipas destinacioneve përkatëse, **duke adresuar mangësitë në produktet materiale dhe jomateriale**, si dhe **përvoja të gatshme për t'u prezantuar në treg**. Është thelbësore të hartohet një **plan i qartë zbatimi** për aktivitetet e zhvillimit të produkteve.

Suksesi i një produkti turistik gjatë gjithë vitit qëndron në **investimet strategjike në infrastrukturë**. Siç është përmendur në masat e mëparshme (1.7 dhe 1.8), këto investime janë thelbësore për rritjen e diversitetit dhe cilësisë së turizmit gjatë të gjitha stinëve, veçanërisht në rajonet e nënzhvilluara.

Planet strategjike duhet gjithashtu t'u japin përparësi **iniciativave të zhvillimit të produkteve jomateriale**, si vizitat tematike, eventet unike dhe përvojat gjithëpërfshirëse (Në përputhje me iniciativën 4.2). Këto iniciativa synojnë t'i bëjnë ofertat turistike më tërheqëse dhe të veçanta, duke integruar njëkohësisht destinacionet e njohura me zonat përreth tyre.

Zbatimi efektiv kërkon **përfshirjen e grupeve të ndryshme të interesit**, si ofruesit e shërbimit të akomodimit dhe ushqimit, për të siguruar mbështetjen e komunitetit vendas.

Gjithashtu, përcaktimi i **treguesve të qartë dhe të matshëm të suksesit** është thelbësor për të monitoruar progresin dhe për të bërë rregullimet e nevojshme. Kjo garanton që plani strategjik të jetë në përputhje me parimin e qëndrueshmërisë afatgjatë dhe përmirëson pozicionin e produktit turistik në treg.

Duhet të theksohet se ky hap është i lidhur ngushtësisht me iniciativat 1.7 dhe 1.8 dhe rrjedhimisht, **duhet të paraprijë iniciativat e përmendura**. Kjo do të thotë se përpara se të mund të zbatohet në mënyrë efektive iniciativat 1.7 dhe 1.8, duhet të hedhim themelet përmes planeve strategjike gjithëpërfshirëse për zhvillimin e produkteve turistike gjatë gjithë vitit. Në këtë mënyrë, sigurohemi se ekzistojnë kushtet optimale për suksesin e iniciativave 1.7 dhe 1.8, duke krijuar kështu një qasje më kohezive dhe efektive për përmirësimin e diversitetit dhe cilësisë së turizmit gjatë gjithë vitit.

Veçoritë kryesore

- Kryerja e një **vlerësimi gjithëpërfshirës të nevojave** për të kuptuar tablonë aktuale të turizmit dhe për të identifikuar mangësitë e produkteve dhe përvojave të destinacioneve përkatëse;
- Krijimi i një **plani strategjik gjithëpërfshirës** për zhvillimin e produkteve specifike turistike, **si turizmi kulturor, turizmi i eventeve (MICE), turizmi shëndetësor, agroturizmi dhe turizmi aktiv në natyrë**. Zbatimi i **planeve të zhvillimit në nivel kombëtar** do të sillte përfitime të mëdha;
- Shtjellimi i **udhëzimeve strategjike dhe masave zhvillimore** për zhvillimin e produkteve përmes një qasjeje të dyfishtë: nisma për zhvillimin e infrastrukturës materiale dhe zhvillimin e produkteve jomateriale që fokusohet te:
 - **Prioritizimi i projekteve model dhe standarde të infrastrukturës turistike** (Në përputhje me iniciativat 1.7 dhe 1.8);
 - **Zhvillimi i vizitave tematike, eventeve unike dhe përvojave gjithëpërfshirëse**, të karakterizuara nga aspektet inovative, unike dhe atraktiviteti i tyre, duke synuar një shtrirje më të favorshme gjeografike dhe sezonale të aktivitetit turistik (Në përputhje me iniciativën 4.2);
 - Përforcimi i **infrastrukturës digjitale** dhe zbatimi i **zgjidhjeve teknologjike moderne**, si ekranet ndërvepruese, udhëzuesit shumëgjuhësh, realiteti i shtuar etj., për të përmirësuar përvojën e vizitorëve;
 - **Lidhja e destinacioneve të njohura turistike me zonat përreth tyre** dhe zonat në brendësi të territorit, për të maksimizuar konsumin e produkteve dhe shërbimeve nga vizitorët. Këtu

përfshihet promovimi i gastronomisë vendase dhe atraksioneve të ndryshme si eventet, panairët dhe ekspozitat, veçanërisht gjatë periudhave jashtë sezonit, si dhe në rajone që nuk njihen kryesisht për turizmin e diellit dhe të plazhit;

- **Përfshirja e grupeve kryesore të interesit** si ofruesit e shërbimit të akomodimit dhe ushqimit, dhe e institucioneve kulturore. Përfshirja e tyre është thelbësore për zbatimin efektiv të iniciativave dhe projekteve të planifikuara, si dhe për marrjen e mbështetjes së qëndrueshme nga komuniteti vendas;
- **Përcaktimi i treguesve të qartë dhe të matshëm të suksesit** për monitorimin dhe analizimin. Këta tregues do të shërbejnë si standard referencë për monitorimin e progresit të zbatimit. Ata gjithashtu do të mundësojnë një analizë të strukturuar të rezultateve, si dhe do të lejojnë modifikimin e planit përmes rregullimeve/përshtatjeve në kohën e duhur, sipas nevojës;
- Modifikimi i planit përmes bërjes së **rregullimeve në kohën duhur** bazuar në rezultatet e performancës.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Agjencisë Kombëtare të Turizmit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Hartimi i planeve gjithëpërfshirëse të zhvillimit të produkteve turistike

4.4 PËRMIRËSIMI I TURIZMIT TË DIELLIT DHE PLAZHIT

Koncepti

Produkti mbizotërues turistik, pra turizmi i diellit dhe plazhit, ka nevojë të përmirësohet përmes një **plani të posaçëm strategjik, të përshtatur posaçërisht** për të zhvillimin e mëtejshëm të këtij segmenti të ofertave turistike. Përmirësimi i produktit turistik të diellit dhe plazhit duhet të lërë pas qasjen reaktive dhe të ndjekë një **qasje proaktive ndaj zhvillimit**, duke siguruar rritje të qëndrueshme në të ardhmen.

Në mënyrë të ngjashme me iniciativën e mëparshme (4.3), ky plan i ri duhet të fokusohet në mënyrë të njëtrajtshme në **përmirësimin e infrastrukturës jomateriale dhe materiale**. Qëllimi kryesor është të garantohet **rritja e qëndrueshme** e produkteve më të zhvilluara turistike të Shqipërisë, duke sjellë përfitime afatgjata për sektorin e turizmit, ekonominë dhe komunitetin vendas, si dhe duke minimizuar pengesat e mundshme.

Synimi gjithëpërfshirës i këtij plani strategjik është **përmirësimi i cilësisë së shërbimeve dhe promovimi i praktikave të qëndrueshme në turizmin e diellit dhe të plazhit**. Duke pasuruar përvojën e vizitorëve dhe duke mbrojtur interesat dhe mirëqenien e komunitetit vendas, ky plan do të sjellë përfitime për të gjithë sektorin e turizmit.

Veçoritë kryesore

- Kryerja e një **vlerësimi gjithëpërfshirës të nevojave** për të identifikuar sfidat dhe mundësitë aktuale në segmentin e turizmit të diellit dhe plazhit;
- Angazhimi në **klasifikimin dhe tematizimin e plazheve në nivel kombëtar** dhe përshkallëzimi i këtyre proceseve në nivel rajonal dhe vendor përmes ORM-ve (Organizatave Rajonale të Menaxhimit) dhe OMD-ve (Organizatave të Menaxhimit të Destinacioneve). Këto organizata do të përdorin udhëzimet e tematizimit për planifikimin e detajuar dhe zbatimin operacional në zonat e tyre përkatëse. Tematizimi i plazheve synon kryesisht rritjen e vlerës së tregut të zonave të plazhit dhe rritjen e atraktivitetit të përgjithshëm të ofertave të destinacionit përkatës;
- Përcaktimi i **kushteve minimale teknike që duhet të plotësojë çdo plazh**, në varësi të tipologjisë dhe tematikës;
- Miratimi i një **qasjeje planifikimi në nivel rajoni/klasteri dhe zbatimi i planeve strategjike të menaxhimit të plazheve**, sipas rajoneve. Ky plan do të **përshkruajë të gjitha nevojat për zhvillim** në terma afatshkurtër, afatmesëm dhe afatgjatë, duke u dhënë përparësi në përputhje me rrethanat;
- Përfshirja e rekomandimeve për përmirësimin e eksperiencës në plazh përmes **investimeve të synuara, menaxhimit efektiv dhe koncesioneve të mirëstrukturuara**. Fokusi duhet të jetë në përmirësimin e plazheve ekzistuese dhe në krijimin ose aktivizimin e plazheve të reja. Kjo kërkon **zhvillim gjithëpërfshirës të infrastrukturës**, duke përfshirë të rrugëve lidhëse, zonave të parkimit, shërbimeve, si dhe shërbimeve utilitare, për të mbështetur eksperiencën e përgjithshme turistike në plazh (Në përputhje me iniciativën 1.8);
- **Nxitja e investimeve në infrastrukturën turistike me cilësi të lartë**, veçanërisht e investimeve që janë në përputhje me objektivat strategjike të zhvillimit (Në përputhje me iniciativën 1.7);
- **Zbatimi i standardeve të cilësisë dhe certifikimeve** për ofruesit e shërbimeve turistike (të akomodimit, ushqimit dhe pijeve, vizitave dhe ekskursioneve etj), për të përmirësuar përvojën e vizitorëve dhe për të garantuar siguri (Në përputhje me iniciativën 6.3);
- Zhvillimi dhe zbatimi i **planeve të menaxhimit të plazheve**, me fokus në zbatimin e rregulloreve të rrepta mjedisore për ruajtjen e zonave bregdetare;
- Vendosja e ekuilibrit midis përdorimit të plazheve publike dhe atyre private për të siguruar një **shpërndarje të drejtë dhe të barabartë në favor të të gjitha grupeve të interesit**;
- **Nxitja e praktikave të qëndrueshme** midis bizneseve, ku përfshihen menaxhimi i mbetjeve, ruajtja e ujit etj.;

- Nxitja e krijimit të **atraksioneve shtesë që plotësojnë turizmin e plazhit**, si sportet ujore, shtigjet e ecjes në natyrë dhe festivalet kulturore;
- **Promovimi i turizmit jashtë sezonit** duke shfrytëzuar klimën e butë të zonave bregdetare gjatë pranverës dhe vjeshtës, shoqëruar me evente të veçanta dhe strategji për vendosjen e çmimeve.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Agjencisë Kombëtare të Turizmit
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Klasifikimi dhe tematizimi i plazheve në nivel kombëtar
2. Planet rajonale të menaxhimit të plazheve

4.5 TURIZMI I BAZUAR NË KOMUNITET

Koncepti

Turizmi i bazuar në komunitet i referohet eksperiencave turistike që ofrohen, organizohen dhe menaxhohen nga komunitetet vendase. Këto eksperiencë ofrojnë **një panoramë autentike të jetës së përditshme të komunitetit, duke krijuar ndërveprime gjithëpërfshirëse dhe pasuruese për vizitorët**. Iniciativat e mirëmenaxhuara të turizmit të bazuar në komunitet krijojnë vende pune, sigurojnë të ardhura dhe ndihmojnë në ruajtjen e mjedisit lokal. Për më tepër, turizmi i bazuar në komunitet nxit marrjen e njohurive ndërkulturore, duke u mundësuar vizitorëve një lidhje me të thellë me komunitetin.

Një karakteristikë kryesore e turizmit të suksesshëm të bazuar në komunitet është pajtueshmëria e tij me **parimet e qëndrueshmërisë**, duke u siguruar që aktivitetet përkatëse të jenë të dukshme, të matshme dhe transparente. Shumë projekte të turizmit të bazuar në komunitet zbatohen në **zona rurale**, çka tërheqës **vizitorët e ndërgjegjshëm për mjedisin**, të cilët e vlerësojnë mbrojtjen e peizazheve vendase.

Shqipëria, me kulturën dhe trashëgiminë e saj të pasur dhe të ruajtur mirë, është e pozicionuar në mënyrë të përshtatshme për të zhvilluar turizmin e bazuar në komunitet. Shembuj të aktiviteteve të mundshme të turizmit të bazuar në komunitet në Shqipëri përfshijnë ofrimin e akomodimit në **ferma lokale** ku turistët mund të marrin pjesë në aktivitetet e përditshme bujqësore, **ofrimin e kurseve praktike të gatimit** ku turistët mund të mësojnë të përgatisin ushqime tradicionale shqiptare, ofrimin e kurseve të **muzikës, kërcimit dhe artit tradicional, demonstrimet e zanateve tradicionale**, si dhe veprimtari të ngjashme.

Zhvillimi i turizmit të bazuar në komunitet në Shqipëri përfshin **krijimin e mundësive që angazhojnë banorët dhe vizitorët në ndërveprime autentike dhe kuptimplota**, duke i kushtuar vëmendje të veçantë fuqizimit të qëndrueshëm të komunitetit përmes aktivitetit turistik.

Zhvillimi i turizmit të bazuar në komunitet fokusohet në disa elemente thelbësore. Së pari, **komunitetet vendase duhet të ofrojnë dhe të menaxhojnë eksperiencë turistike**, duke garantuar marrjen e përfitimeve të drejtpërdrejta financiare dhe dhënien e kontributit në vetëqeverisje dhe zhvillim ekonomik. Së dyti, këto oferta turistike duhet të **pasqyrojnë stilin e jetesës, kulturën dhe traditat unike të Shqipërisë, duke prezantuar kështu identitetin e veçantë të destinacionit përkatës**. Gjithashtu, këto përvoja duhet të ndikojnë pozitivisht në komunitetin vendas, duke e zhvilluar komunitetin pa dëmtuar mjedisin dhe pa cenuar kulturat dhe zakonet vendase. Praktikrat e qëndrueshme të menaxhimit janë thelbësore, veçanërisht në zonat rurale, për të qenë në përputhje me preferencat mjedisore të vizitorëve të ndërgjegjshëm për mjedisin.

Për të arritur këto qëllime, nevojitet **bashkëpunim efektiv** midis qeverisë, komuniteteve vendase, OJQ-ve dhe sektorit privat. Është thelbësore të theksohet se edhe pse komunitetet vendase duhet të udhëheqin iniciativat e tyre, **Ministria luan një rol kyç në fillimin dhe zhvillimin e programit të turizmit të bazuar në komunitet**. Ndërsa projekti përparon dhe sistemi i menaxhimit të destinacioneve zhvillohet, duke marrë funksionet dhe rolet e tij qendrore, përgjegjësia për menaxhimin e programit të turizmit të bazuar në komunitet do t'i kalojë organizatave rajonale dhe vendore të menaxhimit të destinacioneve në fazat e mëvonshme të zhvillimit.

CBT ofron një platformë unike për të **rritur përfshirjen e grave në sektorin e turizmit**, veçanërisht në zonat rurale dhe ato të pazhvilluara. Shumë aktivitete të bazuara në komunitet tashmë udhëhiqen nga gratë dhe zgjerimi i kësaj mase mund të **krijojë mundësi të mëtejshme për pjesëmarrjen ekonomike dhe lidhësinë e tyre në iniciativat e lidhura me turizmin**. Fazat e ardhshme të zhvillimit të CBT-së duhet t'i japin përparësi krijimit të hapësirës për projekte të drejtuara nga gratë, duke siguruar që ato të luajnë një rol qendror në formësimin dhe menaxhimin e përvojave të turizmit në komunitetet e tyre.

Veçoritë kryesore

- **Identifikimi i mundësive dhe priorizimi i përvojave dhe produkteve** në bazë të gatishmërisë së tyre për t'u hedhur në treg dhe investimeve të nevojshme;
- Zhvillimi i produkteve dhe përvojave që pasqyrojnë me saktësi **stilin e jetesës, kulturën dhe traditat e Shqipërisë**, duke prezantuar identitetin e veçantë të destinacionit. Këtu përfshihet zhvillimi i programeve

që paraqesin zanatet, muzikën dhe kërcimet tradicionale shqiptare, si dhe praktikat e kulinarisë dhe aktivitete të ngjashme. Seminaret, festivalet dhe panairët ku demonstrohen dhe mësohen këto tradita mund të krijojnë përvoja gjithëpërfshirëse për vizitorët dhe të ofrojnë mundësi ekonomike për artizanët vendas;

- Krijimi i **partneriteteve me ofruesit lokalë** për të ofruar përvoja autentike, si krijimi i partneriteteve midis fermerëve lokalë dhe restoranteve për t'u ofruar vizitorëve produkte nga ferma në tryezë. Kjo jo vetëm që mbështet bujqësinë vendase, por gjithashtu u ofron turistëve një shije të kuzhinës autentike vendase;
- **Fuqizimi i iniciativave të udhëhequra nga gratë** përbën një mundësi kryesore të kuadër të kësaj mase.
- Shumë aktivitete të bazuara në komunitet udhëhiqen nga gratë, duke mundësuar **rritjen e pjesëmarrjes së tyre në zhvillimin ekonomik** dhe rolet e lidërshpit brenda komuniteteve të tyre;
- **Krijimi i mundësive për komunitetet vendase për të ofruar dhe menaxhuar eksperiencat turistike**, për duke kontribuar kështu në vetëqeverisje dhe rritje ekonomike;
- **Zhvillimi i programeve të vullnetarizmit**, të cilat u mundësojnë vizitorëve të kontribuojnë në projektet në komunitet, si ndërtimi i shkollave, mbjellja e pemëve ose pjesëmarrja në projektet artistike/artizanale të komunitetit;
- Marrja e masave për të garantuar se aktivitetet turistike **kanë ndikim pozitiv në komunitetin vendas** duke respektuar njëkohësisht mjedisin dhe kulturën.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- MTM, në mbështetje të qeverisjes vendore dhe OMD-ve/ORM-ve

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Fondacionit Shqiptar për Zhvillimin e Kapaciteteve Lokale (ALCDF)
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Hartimi i planeve të zhvillimit të produkteve dhe eksperiencave të turizmit të bazuar në komunitet

4.6 DYQANI ME PRODUKTE 100% SHQIPTARE

Koncepti

Në përputhje me iniciativat e vazhdueshme të qeverisë, fokusi i iniciativës “100% shqiptare” është **hapja për herë të parë e shërbimi fizik me një ndalesë** ku të ekspozohen **produktet më të mira vendase të Shqipërisë**, duke promovuar trashëgiminë kombëtare dhe duke mbështetur ekonomikë lokale. Kjo iniciativë përfshin hapjen e **dyqaneve fizike të vendosura në mënyrë strategjike** në qytetet kryesore dhe pikat turistike me interes në të gjithë Shqipërinë. Këto dyqane do të projektohen për të **pasqyruar trashëgiminë kulturore të vendit** dhe për të ofruar një përvojë të prekshme dhe gjithëpërfshirëse gjatë blerjeve, si për vendasit po ashtu edhe për turistët.

Partneritetet me fermerët, artizanët dhe prodhuesit vendas do të garantojnë autenticitetin dhe cilësinë e produkteve të ofruara në këto dyqane, në përputhje me iniciativën 4.5. Krijimi i një marke të veçantë duke përdorur ngjyrat kombëtare dhe motivet tradicionale të Shqipërisë është një aspekt kyç i kësaj iniciative dhe synon të rrisë vizibilitetin dhe atraktivitetin e produkteve shqiptare.

Pas hapjes së këtyre dyqaneve lokale, qeveria mund të zhvillojë një **platformë online shumëgjuhëshe dhe të lehtë për t’u përdorur**, brenda një **periudhe afatmesme deri në afatgjatë**. Kjo platformë do të paraqesë një shumëllojshmëri produktesh autentike shqiptare, si djathëra tradicionale, vaj ulliri të cilësisë së parë, verëra ekskluzive, kafe aromatike dhe produkte novatore me bazë bimore.

Duke shfrytëzuar trashëgiminë e pasur bujqësore dhe kulturore të Shqipërisë, iniciativa “100% shqiptare” synon të bëhet një platformë kyçe për promovimin dhe shpërndarjen e produkteve shqiptare në mbarë botën, duke krijuar kështu një ekonomi lokale të qëndrueshme dhe të begatë.

Veçoritë kryesore

- Krijimi i një përvoje tregtare gjithëpërfshirëse, në formën e një shërbimi me një ndalesë për produktet autentike shqiptare, **me dyqane fizike** në qytetet kryesore dhe vendet turistike që ofrojnë përvoja gjithëpërfshirëse të blerjeve në nivel vendor;
- **Paraqitja në platformë e një game të gjerë produktesh autentike shqiptare**, duke përfshirë djathëra tradicionale, vaj ulliri të cilësisë së parë, verëra ekskluzive, kafe aromatike dhe produkte novatore me bazë bimore. Kjo shumëllojshmëri tregon trashëgiminë e pasur kulinare dhe bujqësore të Shqipërisë;
- Krijimi i një **marke identifikuese të veçantë** që përfshin ngjyrat kombëtare dhe motivet tradicionale të Shqipërisë për të rritur njohjen e markës dhe atraktivitetin në skenën ndërkombëtare;
- **Partneritete strategjike me fermerët, artizanët dhe prodhuesit vendas** për të ofruar produktet autentike. Kjo jo vetëm që siguron autenticitetin dhe cilësinë e produkteve, por gjithashtu mbështet ekonominë lokale duke ofruar akses më të gjerë në treg;
- Zhvillimi i një **faqeje interneti shumëgjuhëshe dhe të lehtë për t’u përdorur brenda një periudhe afatmesme** që përmbush kërkesat e audiencës globale, duke e bërë më të lehtë për personat që nuk e flasin gjuhën shqipe që të eksplorojnë dhe blejnë produkte shqiptare.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural
- Zhvilluesve të faqeve të internetit/partnerëve në fushën e teknologjisë
- Ekspertëve të huaj/agjencive të marketingut/promovimit

Hapat e zbatimit

1. Identifikimi i linjave të produkteve dhe i partnerëve të mundshëm në kategorinë e NMVM-ve
2. Zhvillimi i një marke dhe etikete të veçantë
3. Hapja e dyqaneve fizike novatore

4. Zhvillimi i platformës online dhe aplikacionit celular

4.7 PLATFORMA TREGTARE E SHQIPËRISË

Koncepti

Qëllimi kryesor i iniciativës së platformës tregtare turistike të Shqipërisë është krijimi i **një platforme të centralizuar** që grupon të gjitha aspektet e ofertës turistike të Shqipërisë në një platformë tregtare digjitale qendrore, të mundësuar nga qeveria shqiptare, duke e bërë më të lehtë për vizitorët që të kenë akses në ofertën turistike dhe për bizneset që të menaxhojnë vizibilitetin e tyre. Kjo platformë synon të rrisë shpërndarjen e produkteve turistike B2B dhe B2C, duke ulur kështu varësinë nga sistemet e jashtme të shpërndarjes. Shembuj të platformave tregtare turistike të suksesshme janë:

- Platforma tregtare kombëtare **Visit Great Britain**, e cila ofron një gamë të gjerë produktesh dhe shërbimesh turistike, të kategorizuara sipas tematikave, si udhëtime dhe transport, atraksione, bileta për vizita turistike, vizita dhe ekskursionet. Gjithashtu, platforma tregtare i organizon këto oferta sipas zonave gjeografike, ku përfshihen Londra, Anglia, Uells, Skocia dhe Irlanda e Veriut; (<https://www.visitbritainshop.com/>)
- **Tourism Exchange Australia (TXA)**: Kjo është platforma tregtare kombëtare për grupet e interesit në sektorin e turizmit në Australi. TXA ka grupuar një sërë produktesh dhe shërbimesh turistike, duke lehtësuar lidhjet midis ofruesve dhe konsumatorëve. (<https://www.txa.com.au/>)

Platforma tregtare, ndër të tjera, mund të jetë shërbejë si një platformë e mirë për marketingun e “Përvojave unike të Shqipërisë”, të përmendura më parë në iniciativën 4.2.

Gjithashtu, iniciativa synon të shfrytëzojë fuqinë e të dhënave për të **kuptuar më mirë tregun** dhe për të përshtatur shërbimet dhe promocionet në mënyrë më efektive. Duke vënë në dispozicion të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme (NVM) mjete të cilat më parë disponoheshin vetëm nga subjektet më të mëdha, iniciativa do të fuqizojë bizneset lokale.

Platforma do t’u mundësojë bizneseve të marrin vendime të mbështetura në të dhëna përmes një **paneli kontrolli analitik të avancuar** që ofron informacione mbi tendencat e konsumatorëve. Nga ana tjetër, kjo do t’i ndihmojë bizneset të përmirësojnë ofertat dhe strategjitë e tyre të marketingut.

Në varësi të modelit të zgjedhur të biznesit, Platforma Tregtare e Shqipërisë **mund të jetë një iniciativë qeveritare** ose një **partneritet publik-privat** me grupet e interesit të sektorit privat që janë të gatshme për ta menaxhuar Platformën Tregtare të Shqipërisë, ndërsa qeveria shqiptare mund të ofrojë mbështetje në lidhje me marketingun, mobilizimin dhe reduktimin e rreziqeve për një periudhë të caktuar etj.

Veçoritë kryesore

- Angazhimi me bizneset e turizmit në nivel vendor, partnerët në fushën e teknologjisë dhe organet qeveritare për të **projektuar kuadrin e platformës tregtare**;
- **Organizimi i prezantimeve gjithëpërfshirëse** për të shtjelluar gamën e plotë të platformës tregtare, funksionalitetet dhe përfitimet e sistemit, me synimin për të rritur angazhimin e grupeve të interesit dhe për të inkurajuar pjesëmarrjen e tyre;
- Zhvillimi i **një platforme gjithëpërfshirëse dhe testimi përfundimtar** me grupet e përzgjedhura të interesit për të përmirësuar funksionalitetet. Hotelet, vizitat, përvojat kulturore dhe opsionet e transportit duhet të listohen në platformë, me ndërfaqe të lehta për t’u përdorur si për ofruesit, po ashtu edhe për klientët;
- Lançimi i platformës tregtare përmes një **fushate marketingu digjitale** që synon si turistët vendas, po ashtu edhe ata të huaj;
- **Shfrytëzimi i analitikës së të dhënave** për t’u ofruar bizneseve njohuri mbi tendencat e konsumatorëve, duke i ndihmuar që të marrin vendime të informuara dhe të përshtatin ofertat e tyre;
- Sigurimi i **aksesueshmërisë së gjerë**, përdorueshmërisë, dhe ofrimi i **mbështetjes në shumë gjuhë**, për t’ju përgjigjur nevojave të audiencës ndërkombëtare.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Zhvilluesve të faqeve të internetit/partnerëve në fushën e teknologjisë
- Agjencisë Kombëtare të Turizmit

Hapat e zbatimit

1. Zhvillimi i një plani biznesi dhe modeli financimi
2. Krijimi i platformës
3. Lançimi i platformës

5. Marketingu i destinacioneve

5.1 RIBRANDIMI I TURIZMIT KOMBËTAR

Koncepti

Kjo iniciativë zhvillimore synon të **përmirësojë markën kombëtare të turizmit të Shqipërisë dhe identitetin e saj vizual**, duke rritur kështu vizibilitetin dhe atraktivitetin e vendit në skenën globale. Një markë kombëtare solide jo vetëm tërheq më shumë turistë duke prezantuar **ofertat unike kulturore, historike dhe natyrore të Shqipërisë**, por gjithashtu ndihmon në eliminimin e perceptimeve të gabuara dhe krijon një reputacion ndërkombëtar pozitiv. Kjo, nga ana tjetër, inkurajon më shumë investime dhe mundësi për bashkëpunim.

Qëllimi është të përcaktohen qartë elementët dhe atributet që e dallojnë Shqipërinë nga konkurrentët e saj, duke hedhur themelet për krijimin e një marke të fortë. Marka duhet **përcjellë një imazh autentik të Shqipërisë**, duke reflektuar **aspektet kyçe të ofertave turistike të saj, të cilat janë në përputhje me kërkesat e audiencave të synuara**. Gjithashtu, identiteti vizual tërheqës duhet të **komunikohet vazhdimisht në të gjitha kanalet**, duke përfshirë në faqet e internetit, media sociale dhe fushatat e marketingut. Duke krijuar një markë të fortë destinacioni, Shqipëria mund të krijojë një lidhje më të thellë me turistët potencialë, duke rritur ndjeshëm motivimin e tyre për të vizituar vendin.

Në kuadër të strategjisë kombëtare të ribrandimit të turizmit, është e rëndësishme që të krijohet jo vetëm një markë e përgjithshme kombëtare, por gjithashtu edhe marka të veçanta për **produktet turistike parësore dhe dytësore**. Gjithashtu, është thelbësore që të zhvillohen **marka specifike për çdo klaster të turizmit**. Këto marka duhet të përcjellin identitetin unik të klasterit dhe **të ruajnë konsistencën me markën e përgjithshme kombëtare të turizmit**.

Veçoritë kryesore

- **Kryerja e studimit të tregut dhe e intervistave** është thelbësore **për të dalluar identitetin e veçantë dhe atributet kyçe të destinacionit**. Këto njohuri thelbësore mundësojnë zhvillimin efektiv të markës dhe diferencimin e destinacionit nga konkurrentët. Objektivi është që në mendjet e turistëve të **kultivohet një perceptim unik mbi destinacionin**, duke krijuar një lidhje shpirtërore me markën me kalimin e kohës. Kjo qasje strategjike garanton që marka jo vetëm të paraqesë thelbin e destinacionit, por gjithashtu të jetë thellësisht në linjë me kërkesat e vizitorëve potencialë;
- **Zhvillimi i një strategjie brandimi së bashku me një përmbledhje e markës**, të **bazuar në atributet unike të identifikuar të Shqipërisë**. Për rrjedhojë, strategjia duhet të përcaktojë dhe **zgjedhë elementet kyçe** midis attributeve të identifikuar dhe faktorëve të veçantë të destinacionit, të cilat do të përbëjnë thelbin e markës;
- Një nga rezultatet kryesore të strategjisë së brendimit është **hartimi i një përmbledhjeje të markës**. Një përmbledhje e markës, në kontekstin e strategjisë së brendimit, është një dokument themelor që **nënvizon elementet dhe objektivat bazë të identitetit të një marke dhe të mesazheve të lidhura me të**. Ajo shërben si një udhëzues për të gjitha përpjekjet e lidhura me brendimin dhe siguron konsistencë midis iniciativave të ndryshme të marketingut dhe kanaleve të komunikimit;
- **Krijimi i “konceptit themelor”** që konsiston në zhvillimin e një tematike qendrore që përfshin thelbin e destinacionit. Kjo tematikë shërben si bazë për të gjitha aktivitetet pasuese të marketingut dhe **duhet të përcjellë identitetin unik të destinacionit**, në përputhje me nevojat e audiencës së synuar. Vëmendja është tek **autenticiteti dhe kreativiteti**, pasi tematika duhet ta veçojë akoma më tepër destinacionin nga konkurrentët. Gjithashtu, **koncepti themelor duhet të jetë i thjeshtë dhe i paharrueshëm**, si dhe duhet të komunikojë vlerat emocionale të destinacionit për të krijuar një lidhje me turistët. Edhe pse koncepti themelor e vë theksin tek aspektet unike dhe konsistenca, ai krijon mundësi për të bërë ndryshime të vogla për t'ju përshtatur fushatave ose kanaleve të ndryshme të komunikimit;
- **Krijimi i një logoje të re dhe i identitetit vizual për markën e turizmit kombëtar të Shqipërisë** kërkon zhvillimin e një simboli, format dhe ngjyrat e të cilit të përputhen me identitetin e vendit dhe avantazhet

konkurruese. Ky identitet i ri vizual duhet të jetë në harmoni me “konceptin themelor”. Arkitektura e markës duhet të përfshijë krijimin e një marke kombëtare dhe të një logoje, si dhe të markave të klasterave (gjeografike) dhe të produkteve;

- **Hartimi i udhëzuesit/librit të markës.** Ky dokument do të shërbejë si një manual i detajuar që përshkruan vlerat, arkitekturën dhe identitetin e markës. Gjithashtu, ai ofron udhëzime gjithëpërfshirëse për komunikimin publik, duke përfshirë shembuj mbi mënyrën se si marka e përgjithshme përputhet me markat e klasterave dhe të produkteve. Për më tepër, libri i markës do të specifikojë llojin e shkrimit dhe ngjyrat që do të përdoret, krahas elementeve të tjera thelbësore të brendimit.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT)

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ekspertëve të huaj/agjencive të marketingut/promovimit

Hapat e zbatimit

1. Zhvillimi i një strategjie brendimi së bashku me përmbledhjen e brendimit
2. Krijimi i konceptit themelor dhe identitetit të ri vizual për markën kombëtare të turizmit të Shqipërisë

5.2 PARTNERITETET STRATEGJIKE DHE BASHKËPUNIMI

Koncepti

Veprimtaritë efektive të marketingut kërkojnë investime financiare të konsiderueshme për të konkurruar me aktorët kryesorë dhe për të siguruar një nivel bazë të pranisë së veprimtarive të marketingut në çdo treg të synuar. Kjo masë zhvillimore synon të **përmirësojë bashkëpunimin midis grupeve të interesit dhe aktorëve të tjerë kryesorë të industrisë së turizmit**. Në këtë mënyrë, sektori i turizmit shqiptar mund të **rrisë volumin dhe efikasitetin e veprimtarive të marketingut dhe të garantojë se ato përputhen me qëllimet strategjike nëpërmjet veprimeve sinergjike**.

Që iniciativat e brandimit të Shqipërisë si një destinacion turistik të jenë të suksesshme, është thelbësore të krijohen **partneritete më të forta** jo vetëm me sektorin e turizmit brenda vendit, por edhe me **kompanitë ajrore, operatorët turistikë, agjencitë e udhëtimit dhe përfaqësuesit e markave mediatike**. Këto subjekte kanë **interesa të përbashkëta** në promovimin e destinacionit. Bashkëpunimi me këta partnerë mundëson zbatimin e projekteve të përbashkëta që mund të rrisin përpjekjet e lidhura me komunikimin dhe shitjet në tregjet e turizmit.

Veçoritë kryesore

- **Identifikimi i mundësive për bashkëpunim dhe përcaktimi në mënyrë proaktive i fushave të mundshme për partneritet në vend të reagimit ndaj rrethanave ekzistuese.** Identifikimi i partneriteteve në mënyrë proaktive u lejon bizneseve dhe organizatave të zhvillojnë mjedisin e tyre dhe të përfitojnë nga tendencat në zhvillim dhe kërkesat e tregut përpara se ato të përmbushen nga konkurrentët;
- **Hartimi i propozimeve gjithëpërfshirëse dhe kontaktimi i partnerëve potencialë tregon gatishmëri dhe përkushtim ndaj përfitimeve të ndërsjella, çka mund të rrisë ndjeshëm gjasat për partneritete të suksesshme.** Kjo qasje ndihmon në harmonizimin e objektivave dhe pritshmërive të të gjitha palëve të përfshira, duke garantuar që çdo grup interesi të kuptojë rolin e tij dhe përfitimet e mundshme nga partneriteti;
- **Iniciativat bashkëpunuese në fushën e marketingut me:**
 - **Agjencitë e udhëtimit online:** Bashkëpunimet me agjencitë e udhëtimit online mund të zgjerojnë shtrirjen e fushatave të marketingut përtej nivelit që bizneset ose institucionet individuale mund të arrijnë të vetme. Agjencitë e udhëtimit online kanë audiencë të madhe dhe njohuri mbi të dhënat që mund të përshtatin veprimtaritë e marketingut sipas demografisë dhe sjelljeve specifike;
 - **Ofruesit e shërbimeve turistike:** Partneriteti me ofruesit e shërbimeve të përgjithshme dhe të specializuara mund të ndihmojë në zhvillimin e paketave dhe përvojave gjithëpërfshirëse të udhëtimit, duke i bërë ofertat më tërheqëse për turistët potencialë;
 - **Kompanitë ajrore dhe markat ndërkombëtare:** Kompanitë ajrore dhe markat ndërkombëtare mund të ndihmojnë në depërtimin në tregje të ndryshme duke shfrytëzuar praninë e tyre globale dhe bazën e klientëve, duke rritur kështu vizibilitetin dhe shtrirjen (Në përputhje me iniciativën 3.6);
- **Përcaktimi i llojeve të ndryshme të mundësive për bashkëpunim:**
 - **Sipërmarrjet e përbashkëta:** Këto mundësojnë ndarjen e rrezikut dhe grumbullimin e më shumë burimeve, gjë që mund të jetë veçanërisht e dobishme në fushat me kosto të larta, si marketingu ndërkombëtar dhe promovimet në shkallë të gjerë;
 - **Sponsorizimi:** Kjo mund të jetë një mënyrë efektive për të financuar veprimtaritë e marketingut. Sponsorët fitojnë vizibilitet dhe lidhen me përvoja ose destinacione pozitive, ndërsa palët e sponsorizuara marrin mbështetje financiare ose mbështetje të llojeve të tjera që ndihmojnë në përmirësimin e aftësive të tyre të marketingut;
- **Vlerësimi periodik i efikasitetit të partneriteteve** është thelbësor për të garantuar përdorimin e burimeve në mënyrë efikase. Ky vlerësim ndihmon në përcaktimin e përfitimeve të qarta (si kthimi nga investimi - ROI) të secilit partneritet, duke udhëhequr vendimet e ardhshme rreth vazhdimësisë, përshtatjes ose ndërprerjes së bashkëpunimeve.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Agjencia Kombëtare e Turizmit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit

Hapat e zbatimit

1. Identifikimi i mundësive për partneritet
2. Zhvillimi i propozimeve
3. Fondi për aktivitetet e marketingut të përbashkët

5.3 RITJA E PREZENCËS NË INTERNET

Koncepti

Prezantimi digjital i një destinacioni shpesh shërben si prezantimi fillestar në sytë e vizitorëve dhe mund të ndikojë në vendimin e tyre për ta vizituar ose jo destinacionin në fjalë. Për rrjedhojë, përmbajtja që u shfaqet vizitorëve duhet të jetë **tërheqëse, frymëzuese dhe të krijojë lehtësi në ndërveprim**. Për të përmirësuar materialet online, gjatë ridizenjimit të faqeve ekzistuese të internetit duhet t'i jepet përparësi **ndërveprimit, paraqitjes vizuale dhe përmbajtjes së thjeshtë me në qendër përdoruesit**. Faqja e internetit duhet të përmbajë materiale të cilësisë së lartë, duke përfshirë artikuj frymëzues, video dhe vizita virtuale që jo vetëm mbështesin, por edhe **promovojnë identitetin unik të destinacionit** ose të **markës**.

Gjithashtu, duhet të përmirësohet menaxhimi i mediave sociale duke **personalizuar përmbajtjen sipas karakteristikave të veçanta të secilës platformë** dhe duke organizuar fushata të synuara marketingu. Këto përpjekje duhet të nxitin **ndërveprim më të madh me audiencën** dhe duhet të inkurajojnë përdoruesit që të ndajnë me persona të tjerë përmbajtjen rreth destinacioneve. Duke përmirësuar faqet e internetit dhe prezencën në media sociale, sektori i turizmit në Shqipëri mund të rrisë vizibilitetin dhe atraktivitetin e tij, duke u pozicionuar në mënyrë më konkurruese në tregun e turizmit.

Veçoritë kryesore

- **Zhvillimi i një faqeje të re interneti për turizmin në Shqipëri.** Zhvillimi i një faqeje të re interneti për turizmin nga AKT-ja synon të ofrojë një përvojë të përmirësuar të përdoruesve përmes një **dizajni tërheqës vizual** që përputhet me standardet e markës. Faqja e internetit duhet të ofrojë **përmbajtje angazhuese dhe tërheqëse** që inkurajon vizitorët për të eksploruar destinacionin. Duke integruar elemente vizuale inovative, **të mirëstrukturuara** dhe ndërvepruese, faqja e internetit do të përmirësojë aksesueshmërinë e informacionit dhe do t'i angazhojë përdoruesit në mënyrë më efektive, duke rritur kohën që kalojnë në faqe;
- **Përmirësimi i prezantimit në rrjetet sociale.** Rrjetet sociale po bëhen mjete thelbësore për kërkimin dhe gjetjen e frymëzimit rreth destinacioneve të udhëtimit. Megjithatë, çdo platformë përmbush nevojat e një audience të caktuar dhe ka kulturën e saj të përdorimit, çka nënkupton se **nevojitet një përmbajtje e personalizuar** që përputhet me karakteristikat unike të secilit rrjet social;
- **Zhvillimi dhe prezantimi i përmbajtjeve cilësore.** Një përmbajtje efektive nuk përfshin vetëm fotografi, por gjithashtu edhe video, artikuj frymëzues, informacione kreative dhe fraza tërheqëse. Është thelbësore të zhvillohet një gamë e larmishme përmbajtjesh, të tilla si fotografi, video, artikuj dhe tekste, me synimin për të ofruar vlerë shtesë përmes frymëzimit dhe edukimit. Fokusi duhet të jetë në krijimin e përmbajtjes cilësore dhe inovative që spikat nga konkurrenca dhe krijon lidhje shpirtërore me audiencën. Një përmbajtje e tillë mund të përmirësojë komunikimin përmes faqeve të internetit dhe rrjeteve sociale, duke rritur interesin mbi destinacionin.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Agjencia Kombëtare e Turizmit

Me mbështetjen e:

- Zhvilluesve të faqeve të internetit
- Agjencive të marketingut/promovimit
- Agjencive të marrëdhënieve me publikun

Hapat e zbatimit

1. Hartimi i strategjisë së zhvillimit të përmbajtjes
2. Ridizajnimi i faqes së internetit për turizmin kombëtar
3. Zhvillimi i planeve të menaxhimit të mediave sociale

6. Ngritja e kapaciteteve

6.1 PËRMIRËSIMI I ARSIMIT FORMAL

Koncepti

Si një industri shumë e re, industria e turizmit dhe hotelerisë në Shqipëri është e fragmentuar, çka jo rrallë herë shkurajon të rinjtë që të ndjekin karrierë.

Për të adresuar sfidat në këtë aspekt, është thelbësore që të **përmirësohen kornizat e arsimit profesional dhe të arsimit të lartë** që janë specifike për këtë industri. **Përditësimi i kurrikulës** për të pasqyruar **njohuritë praktike**, veçanërisht në nivelin e arsimit të mesëm, do t'i pajisë studentët me **aftësi praktike** që përputhen me kërkesat e industrisë, duke e bërë kështu sektorin më tërheqës për të rinjtë. Kjo iniciativë ndjek një qasje të dyfishtë.

- Së pari, **programet e arsimit të lartë duhet të harmonizohen me nevojat e tregut dhe të sektorit**, duke e vënë theksin te programet e specializuara në **menaxhimin e destinacionit dhe hoteleve**. Këto programe duhet të synojnë krijimin e **stafeve profesionale** për numrin në rritje të hoteleve dhe resorteve, si dhe për të gjithë sistemin e Organizatës së Menaxhimit të Destinacioneve (OMD) (Në përputhje me iniciativën 2.6). Përfshirja e leksioneve ekzistuese universitare në programet e zhvillimit dhe integrimi i programeve universitare në sistemet e certifikimit akademik si **programi UN Tourism TedQual3** dhe rrjetet si **AACSB International** (Shoqata për Avancimin e Shkollave Kolegjiale të Biznesit), do të mundësojnë zbatim të menjëhershëm **duke forcuar njëkohësisht programet lokale**. Si pasojë, **përmirësimet e kurrikulës**, në një periudhë afatmesme, do të sigurojë që Shqipëria të përgatisë ekspertë me arsim të lartë në sektorin e turizmit dhe hotelerisë;
- Së dyti, ngritja e **qendrave rajonale të kompetencës në arsimin profesional për turizmin dhe hotelerinë** do të përshtatë sistemin arsimor për të përmbushur nevojat e tregut dinamik të punës. Këto qendra do të shërbejnë si **ambiente të ekselencës**, duke ofruar mundësi për **të nxënit me bazë punën, trajnime** dhe veprimtari të mëtejshme zhvillimore për të rritur cilësinë e arsimit dhe formimit profesional. Duke ndjekur këtë model, të ngjashëm me atë të zbatuar në mënyrë të suksesshme në Kroaci, Shqipëria mund të sigurojë cilësinë e **trajnitimit praktik**, të forcojë bashkëpunimin me punëdhënësit dhe universitetet dhe të rrisë cilësinë e kurrikulës.

Kjo qasje gjithëpërfshirëse do të **krijojë një forcë punëtore më kompetente dhe më në përputhje me kërkesat e industrisë**, duke rritur atraktivitetin dhe efikasitetin e përgjithshëm të sektorit të turizmit dhe hotelerisë në Shqipëri. Përmirësimi i arsimit formal paraqet gjithashtu një mundësi të vyer **për të stimuluar dhe zhvilluar programe që inkurajojnë më shumë gra të ndjekin arsimin në turizëm dhe hoteleri**. Kjo qasje do të kontribuojë në **zvogëlimin e pabarazive gjinore** si në tregun e punës, ashtu edhe në sektorët e biznesit, duke u ofruar grave njohuritë dhe aftësitë e nevojshme për të pasur sukses dhe për të shkëlqyer në industri. Së fundi, përmbushja e këtyre nevojave arsimore do të **sjellë krijimin e një force punëtore më të aftë**, duke nxitur rritjen dhe zhvillimin e sektorit të turizmit në Shqipëri.

Veçoritë kryesore

- Përditësimi i **kornizës gjithëpërfshirëse të arsimit në fushën e hotelerisë dhe turizmit**, duke filluar me **arsimin profesional** dhe duke u shtrirë deri në **arsimin e lartë (të mesëm)**. Është thelbësore të miratohen zyrtarisht **programe të njohura dhe të akredituara** që nxisin zhvillimin e profesionistëve të aftë;
- Angazhimi në **ngritjen e kapaciteteve të stafit dhe pedagogëve të universiteteve** përmes pjesëmarrjes në programet ekzistuese të projektuara për zhvillimin profesional të punonjësve të universiteteve;
- **Përditësimi i kurrikulës së arsimit të lartë** për t'u përshtatur me tendencat aktuale të tregut dhe standardet globale, duke u siguruar që ajo të përmbushë nevojat në zhvillim të industrisë;
- **Zbatimi i zgjidhjeve në arsimin profesional**, si p.sh., zbatimi i iniciativave shtesë të arsimit dhe formimit profesional, të cilat ofrojnë një alternativë të strukturuar arsimore që u mundëson individëve të fitojnë kualifikime akademike në sektorin e turizmit dhe hotelerisë;

- **Ngritja e qendrave rajonale të kompetencës në arsimin profesional për turizmin dhe hotelerinë.** Programi do të mbështetet në metoda inovative të mësimdhënies dhe në modele inovative të të nxënit, duke promovuar lëvizshmërinë vertikale, ekselencën e mësuesve, infrastrukturën me cilësi të lartë dhe bashkëpunimin konstruktiv e inovativ me partnerët socialë, sektorin publik, bizneset, universitetet dhe institucionet e tjera të interesuara në komunitet;
- **Zhvillimi i programeve arsimore që stimulojnë dhe inkurajojnë gratë të ndjekin arsimin formal në turizëm dhe hoteleri, duke i pajisur ato me aftësitë dhe njohuritë e domosdoshme;**
- **Rritja e bashkëpunimit ndërmjet shkollave ekzistuese të AFP-së në fushën e hotelerisë dhe përfaqësuesve të industrisë.** Ky partneritet duhet të synojë të ofrojë mundësi praktike të të mësuarit me bazë punën dhe të garantojë se kurrikulat arsimore përputhen me kërkesat reale të industrisë;

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit
- Ministria e Arsimit dhe Sportit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Institucioneve të arsimit të lartë
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Përmirësimi i kornizës së arsimit të lartë në fushën e hotelerisë dhe turizmit
2. Përmirësimi i strukturuar i programeve të arsimit dhe formimit profesional

6.2 SEMINARET DHE SEANCAT E TRAJNIMIT PËR SEKTORIN E TURIZMIT

Koncepti

Kjo masë zhvillimore synon të përmirësojë sektorin e turizmit shqiptar nëpërmjet **trajnimeve të synuara dhe ngritjes së kapaciteteve për punonjësit ekzistues në sektorin e turizmit**. Kjo nismë do të pajisë përfaqësuesit e sektorit privat dhe publik, profesionistët e vijës së parë dhe të gjithë ata që ndërveprojnë drejtpërdrejt me turistët, me aftësi thelbësore për të siguruar ndërveprime me cilësi të lartë. Fokusi do të jetë në nxitjen e marrëdhënieve pozitive që rrisin eksperiencën turistike.

Për të arritur këtë, duhen zhvilluar **programe të specializuara trajnimi**. Këto programe do të përqendrohen në **ofrimin e shërbimit të jashtëzakonshëm** dhe do të ndihmojnë punonjësit të adoptojnë një mentalitet të **ekselencës së shërbimit**. Pjesëmarrësit do të mësojnë **aftësi të vlefshme që u mundësojnë të bëhen ambasadorë të industrisë së turizmit** në destinacionet e tyre.

Disa nga shembujt e moduleve të trajnimit përfshijnë:

- **Kurset për mirësjelljen në hoteleri, shërbimin e ushqimit dhe pijeve** dhe shërbimin për klientët të ofruar në gjuhë të ndryshme, sipas standardeve ndërkombëtare;
- Trajnimet për sigurinë, drejtimin e mjetit dhe shërbimin ndaj klientit për **shoferët**, duke siguruar që ata të ofrojnë përvoja të këndshme dhe mikpritëse;
- Kurset e specializuara për **udhërrëfyesit turistikë dhe ambasadorët kulturorë** lidhur me historinë vendase, aftësitë e udhërrëfimit në gjuhë të ndryshme dhe angazhimin e klientëve;
- Trajnimet për **stafin e hoteleve** lidhur me efikasitetin, komunikimin me klientët dhe zgjidhjen e problemeve, të modeluara sipas standardeve globale;
- Trajnimet **për agjencitë turistike dhe operatorët turistikë**, me në fokus planifikimin strategjik, marketingun dhe ofrimin e përvojave turistike unike dhe të cilësisë së lartë, në përputhje me standardet që zbatohen në tregjet tejet konkurruese dhe të rregulluara të Evropës Veriore.

Për më tepër, kjo nismë do të adresojë **sfidat e industrisë lidhur me burimet njerëzore** duke ofruar mundësi trajnimi për të gjithë ata që kërkojnë **punësim në sektorin sezonal**. Kjo qasje jo vetëm që do të zgjerojë forcën punëtore, por gjithashtu do të rrisë nivelin e cilësisë së shërbimit në sektorin e turizmit në Shqipëri.

Duke qenë se Shqipëria po shkon drejt anëtarësimit në Bashkimin Evropian, industria e turizmit **duhet të përafrohet me standardet dhe direktivat e BE-së në planin afatshkurtër dhe afatmesëm**. Ky tranzicion do të kërkojë **trajnim gjithëpërfshirës për profesionistët e turizmit**, veçanërisht për agjencitë e udhëtimit, operatorët turistikë dhe udhërrëfyesit turistikë. Respektimi i këtyre direktivave jo vetëm që do të mbështesë integritimin e Shqipërisë në tregun evropian, por edhe do të rrisë cilësinë dhe reputacionin e shërbimeve të saj turistike.

Veçoritë kryesore

- Për të rritur efikasitetin e trajnimit në sektorët e turizmit dhe të mikpritjes, është thelbësore që së pari **të identifikohen kompetencat thelbësore dhe segmentet kryesore të trajnimit që janë të nevojshme**. Ky proces fillon me hartëzimin e pozicioneve të punës, ku përfshihet përcaktimi i pikave thelbësore të ndërveprimit midis vizitorëve dhe segmenteve të ndryshme të forcës punëtore. Në vijim të këtij procesi, duhet të bëhet një vlerësim i nevojave të sektorit. Ky vlerësim do të mbledhë të dhëna nga **punonjësit aktualë** dhe punëdhënësit në industrinë e turizmit dhe të hotelerisë për të përcaktuar njohuritë dhe aftësitë kritike të nevojshme për ofrimin e një shërbimi të jashtëzakonshëm. Kjo qasje strategjike siguron që **trajnimi të jetë i synuar dhe i përshtatshëm, duke adresuar nevojat specifike për ekselencë të shërbimit**;
- **Zhvillimi i moduleve të trajnimit dhe i programeve për ngritjen e kapaciteteve**, të cilat përfshijnë metoda të ndryshme edukative si **trajnime praktike, prezantime dhe të nxënimit online**. Çdo format duhet të jetë **i përshtatur me nevojat e pjesëmarrësve të synuar** për të maksimizuar efikasitetin. **Duhet të përcaktohen rezultatet kyçe të të nxënimit** për të qenë në përputhje me objektivat operacionale brenda një kuadri të strukturuar të kompetencave të dëshiruara. Këto rezultate duhet të organizohen në mënyrë

koherente për të lehtësuar procesin e të nxënit. Ka rëndësi thelbësore që të angazhohen ekspertët më të mirë për të kryer trajnimet zhvillimore dhe programet e ngritjes së kapaciteteve;

- **Krijimi i programeve të dedikuara për fuqizimin e grave në sektorin e turizmit** përmes **ngritjes së kapaciteteve të targetuara**, duke përfshirë arsimin, **zhvillimin e aftësive** dhe trajnimin mbi leadershipin.
- Këto programe do të nxisin një përfshirje më të madhe dhe do të sigurojnë që gratë të jenë të përgatitura për të marrë përsipër role kryesore brenda industrisë;
- Zhvillimi i programeve për ngritjen e kapaciteteve që synojnë **të sigurojnë që profesionistët e turizmit të jenë plotësisht të përgatitur për t'iu përmbajtur rregulloreve të BE-së**, duke përfshirë ato që lidhen me shëndetin dhe sigurinë, qëndrueshmërinë mjedisore, mbrojtjen e konsumatorit dhe aksesueshmërinë, ndër të tjera;
- **Nxitja e angazhimit të grupeve të interesit.** Kryerja e seminareve dhe organizimi i seancave që mbledhin së bashku përfaqësues të sektorit privat dhe publik për të harmonizuar standardet e shërbimit dhe për të shkëmbyer praktikat më të mira;
- **Zhvillimi i një platforme mësimore digjitale** duke integruar mjetet e edukimit digjital dhe modulet e mësimin elektronik që lejojnë mundësi fleksibël të të mësuarit. Këto platforma shpesh përfshijnë një gamë të gjerë kursesh që mbulojnë aspekte të ndryshme të turizmit, si menaxhimi i hotelesisë, planifikimi i udhëtimeve, turizmi i qëndrueshëm dhe shërbimi ndaj klientit. Zakonisht, përmbajtja është krijuar për të qenë angazhuese dhe ndërvepruese dhe përfshin video, kuize dhe simulime për të përmirësuar të mësuarit. Një nga avantazhet më të mëdha të platformave mësimore digjitale është **aksesueshmëria e tyre**.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Arsimit dhe Sportit
- Institucioneve të arsimit të lartë
- Agjencisë Kombëtare të Shoqërisë së Informacionit (AKSHI)
- Zhvilluesve të faqeve të internetit/partnerëve në fushën e teknologjisë
- Ekspertëve të huaj/firmave të konsulencës

Hapat e zbatimit

1. Hartëzimi i pozicioneve të punës dhe vlerësimi i nevojave të sektorit
2. Zhvillimi i moduleve të ndryshme të trajnimit
3. Zhvillimi i një platforme mësimore digjitale

6.3 PROGRAMET STANDARDE TË CERTIFIKIMIT TË CILËSISË DHE QËNDRUESHMËRISË

Koncepti

Ministra e Turizmit dhe Mjedisit në Shqipëri do të prezantojë dy programe që synojnë të rrisin standardet e industrisë së turizmit përmes edukimit dhe certifikimit. Këto programe do të fokusohen në **ekselencën dhe qëndrueshmërinë e shërbimit**, duke e pozicionuar Shqipërinë si një destinacion kryesor të përkushtuar ndaj cilësisë dhe praktikave të qëndrueshme të turizmit.

- Programi i parë duhet të jetë një **nismë edukative e krijuar për të përmirësuar aftësitë dhe njohuritë e ofruesve të shërbimeve turistike në mbarë Shqipërinë**. Kjo Akademi e Ekselencës së Shërbimit do të mundësojë trajnime gjithëpërfshirëse mbi ofrimin e shërbimeve superiore për klientët, mikpritjen e jashtëzakonshme dhe protokollet rigorozë të sigurisë. Duke u fokusuar në **modulet praktike të trajnimit**, programi do të sigurojë që pjesëmarrësit të mund të ofrojnë përvoja të jashtëzakonshme për turistët. Kurrikula do të përfshijë module mbi komunikimin efektiv, shërbimin e personalizuar, zgjidhjen e problemeve dhe ndjeshmërinë kulturore, të cilat janë të gjitha vendimtare për të përmbushur dhe tejkaluar pritshmëritë e vizitorëve të huaj. **Ministria do ta mbikëqyrë këtë program dhe do të bashkëfinancojë kostot e trajnimit dhe të certifikimit**, duke e bërë atë të aksesueshëm për një gamë të gjerë të ofruesve të shërbimeve, nga personeli i hotelit e deri tek operatorët turistikë. Pas përfundimit të programit, pjesëmarrësit do të marrin një certifikatë që rrit besueshmërinë e tyre si ofrues të shërbimeve.
- Programi i dytë do të përqendrohet në certifikimin e qëndrueshmërisë, në përputhje me **standardet ndërkombëtare të përzgjedhura të qëndrueshmërisë**. Kjo nismë synon të zbatojë një program certifikimi që promovon **praktikat e qëndrueshme** në industrinë e turizmit. Programi do të ofrojë **udhëzime gjithëpërfshirëse dhe një kuadër të strukturuar për të ndihmuar operatorët turistikë që të kuptojnë, të aplikojnë dhe të marrin certifikimin**. Ai do të mbulojë një gamë të gjerë të kriterëve të qëndrueshmërisë, ku përfshihen eficienta e energjisë, menaxhimi i mbetjeve, ruajtja e ujit, mirëqenia e punonjësve dhe angazhimi i komunitetit. Duke i respektuar këto standarde, bizneset në industrinë e turizmit mund të ulin ndjeshëm ndikimin e tyre mjedisor duke kontribuar pozitivisht në komunitetin vendas.

Ministria do të mbështesë **programet duke bashkëfinancuar kostot e certifikimit**, çka rrjedhimisht do të **inkurajojë pjesëmarrjen e gjerë të operatorëve turistikë**. Duke integruar aspektin e qëndrueshmërisë në operacionet e tyre, bizneset e certifikuar jo vetëm që do të rrisin atraktivitetin e tyre në sytë e vizitorëve të ndërgjegjshëm për mjedisin, por gjithashtu do të kontribuojnë në qëndrueshmërinë afatgjatë të burimeve natyrore dhe kulturore të Shqipërisë.

Së bashku, këto dy programe do të krijojnë një kuadër solid për **përmirësimin e përgjithshëm të eksperiencës turistike në Shqipëri**. Akademia e Ekselencës së Shërbimit do të pajisë ofruesit e shërbimeve me aftësitë e nevojshme për të ofruar mikpritje të rangut të parë, ndërsa certifikimi i qëndrueshmërisë do të garantojë se praktikat turistike janë të përgjegjshme nga pikëpamja mjedisore dhe të dobishme nga pikëpamja sociale.

Veçoritë kryesore

- Hapi i parë në zhvillimin e një programi certifikimi është **përcaktimi i qasjes**: pra, nëse **duhet të zhvillohet një modul i ri edukativ** me standarde dhe kriterë të përcaktuara dhe të krijohet një certifikatë ose etiketë përkatëse, **apo nëse duhet të miratohet dhe zbatohet një program ekzistues**;
- **Kryerja e trajnimeve dhe seminareve ndërgjegjësuere** dhe edukimi i operatorëve turistikë rreth standardeve dhe mënyrës së zbatimit të tyre. Kjo përfshin programe trajnime, seminare dhe materiale të shkruara që paraqesin udhëzime të detajuara dhe praktikat më të mira;
- **Dhënia e certifikimeve** për bizneset që plotësojnë standardet, shpeshherë duke përcaktuar nivelin e certifikimit për të inkurajuar përmirësimin e vazhdueshëm;
- **Përdorimi i certifikatës si një mjet promovues**. Bizneset e turizmit që arrijnë certifikimin mund ta përdorin atë si një mjet marketingu për të tërhequr klientët që vlerësojnë cilësinë dhe besueshmërinë. Organi i certifikuar duhet të promovojë gjithashtu bizneset e certifikuar, duke u mundësuar atyre vizibilitet më të lartë;
- Pas certifikimit, duhet të realizohet një **monitorim i vazhdueshëm** për të garantuar zbatimin në vazhdimësi të standardeve. Rivlerësimi i rregullt dhe inkurajimi i përmirësimit të vazhdueshëm ndihmon bizneset që të mbeten konkurruese dhe të përditësuara me praktikat më të mira të industrisë.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Ministrisë së Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit
- Ministrisë së Arsimit dhe Sportit
- Agjencisë Kombëtare të Turizmit

Hapat e zbatimit

1. Analiza dhe përzgjedhja e programeve të përshtatshme për destinacionet dhe kompanitë e sektorit privat
2. Zbatimi i standardeve të cilësisë dhe qëndrueshmërisë në mënyrë gjithëpërfshirëse
3. Zhvillimi i programeve të trajnimit dhe seminareve
4. Dhënia e certifikimit

6.4 QENDRA E NJOHURIVE

Koncepti

Një qendër e njohurive në fushën e turizmit parashikohet si **një arkiv qendror i krijuar për të thjeshtuar grumbullimin, organizimin dhe shpërndarjen e informacionit kritik të rëndësishëm për sektorin e turizmit në Shqipëri**. Qendra do të ofrojë akses në një **gamë të larmishme materiale**, duke përfshirë në **gjetjet e studimeve, analizat e të dhënave, rastet studimore dhe praktikat më të mira të industrisë**, të përshtatura për të pasuruar njohuritë dhe kapacitetet strategjike të grupeve të interesit. Është e rëndësishme të theksohet se tashmë ekziston një bazë e konsiderueshme njohurish dhe materiale, veçanërisht në fushat e kërkimit, studimeve dhe analitikës. Hapi i parë në krijimin e një qendre të njohurive duhet të jetë mbledhja, centralizimi dhe ngarkimi i kësaj baze ekzistuese të të dhënave. Kjo gjë do t'u ofronte akses një game të gjerë të grupeve të interesit dhe do të arrijë efekte sinergjike të konsiderueshme.

Për më tepër, brenda një periudhe afatmesme deri në afatgjatë, qendra e njohurive duhet të zgjerojë funksionin e saj dhe të shërbejë edhe si **një arkivë për përmbajtjet vizuale B2B**, ku do të disponohet një përzgjedhje e mirëmenduar e burimeve multimedia, si imazhe të cilësisë së lartë, artikuj frymëzues, udhëzues të detajuar dhe statistika të përditësuara. Këto burime do të përqëndrohen në preferencat e udhëtimit dhe tendencat globale, duke ndihmuar kështu profesionistët e turizmit në zhvillimin e ofertave tërheqëse dhe të përshtatshme. Ky hap është i lidhur ngushtësisht me iniciativën 5.3, e cila përfshin hartimin e një strategjie të përmbajtjes, të pasuar nga blerja dhe zhvillimi i materialeve me cilësi të lartë. Ajo lidhet gjithashtu me iniciativën 3.5, pasi gjetjet nga studimi dhe analiza e tregut mund të integrohen në platformën e qendrës së njohurive.

Perveç kësaj, qendra e njohurive do të ofrojë **materiale gjithëpërfshirëse edukative dhe programe trajnimi**, të projektuara për t'i dhënë shtysë zhvillimit profesional të operatorëve turistikë dhe për të rritur kompetencat e tyre. Një platformë mësimore digjitale, e cila është përshkruar më parë në iniciativën 6.3, mund të integrohet në mënyrë efikase në qendrën e njohurive.

Duke ndihmuar në krijimin e një mjedisi të vazhdueshëm të të nxënit dhe bashkëpunimit, qendra e njohurive synon të rrisë efikasitetin dhe qëndrueshmërinë e përgjithshme të industrisë së turizmit në Shqipëri.

Veçoritë kryesore

- Përcaktimi i objektivave të qendrës së njohurive, **identifikimi i audiencës parësore** (p.sh., operatorët turistikë, politikëbërësit, studiuesit akademikë);
- **Angazhimi me grupet kryesore të interesit**, duke përfshirë bizneset e turizmit, agjencitë qeveritare, institucionet akademike dhe organizatat joqeveritare, për të grumbulluar njohuri dhe mbështetje;
- **Zhvillimi i faqes së internetit ose platformës online** me karakteristika thelbësore, të tilla si një bazë të dhënash ku mund të bëhen kërkime, forume diskutimi dhe mbështetje për multimedia;
- **Mbledhja, organizimi dhe krijimi i përmbajtjeve me cilësi të lartë**, të rëndësishme për industrinë e turizmit, duke përfshirë materiale video dhe foto, një koleksion të përzgjedhur fotografish, tregime dhe artikuj frymëzues (Në përputhje me iniciativën 5.3);
- **Integrimi i inteligjencës së tregut** të mbledhur gjatë studimeve dhe analizave të tregut, për të lehtësuar marrjen e vendimeve nga aktorë të jashtëm duke ofruar një pasqyrë gjithëpërfshirëse dhe të detajuar të të dhënave mbi turizmin;
- Marrja e masave për të garantuar se përmbajtja **përditësohet rregullisht** dhe përputhet me tendencat dhe nevojat aktuale të industrisë.

Subjekti përgjegjës për zbatimin

Institucioni drejtues:

- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

Me mbështetjen e:

- Agjencie të marketingut/promovimit
- Zhvilluesve të faqeve të internetit/partnerëve në fushën e teknologjisë

- Agjencisë Kombëtare të Turizmit

Hapat e zbatimit

1. Zhvillimi i platformës online

Narrativa strategjike

Strategjia Kombëtare e Turizmit për Shqipërinë 2030 është hartuar si një kuadër i unifikuar dhe strategjik, ku **secila iniciativë ka një lidhje logjike dhe kontribuon në qëllimin e përgjithshëm të rritjes së qëndrueshme** në sektorin e turizmit. Secili komponent i strategjisë ndikon në realizimin e komponentëve të tjerë, duke siguruar që i gjithë kuadri të funksionojë në **mënyrë të koordinuar dhe efikase**.

Linja e punës #1

Qasja shumëdimensionale e strategjisë pasqyron një prioritizim që fillon me **investimet** në sektorin e turizmit, si një kërkesë thelbësore për arritjen e rritjes së qëndrueshme afatgjatë. Ajo thekson rëndësinë e fuqizimit të dy institucioneve kyç: **Korporatës së Investimeve Shqiptare (AIC)** dhe **Agjencisë Shqiptare të Zhvillimit të Investimeve (AIDA)** (*Iniciativa 1.1: Fuqizimi i AIC-së dhe Iniciativa 1.2: Fuqizimi i AIDA-s*). AIC duhet të veprojë si një grup kryesor interesi në strukturimin e **portofolit kombëtar të investimeve** (*Referojuni Iniciativa 1.3: Strategjia e Nxitjes së Investimeve në Turizëm*) dhe në menaxhimin e masterplaneve të **zonave kryesore të zhvillimit të turizmit** (*Iniciativa 1.5: Aktivizimi i Zonave me Përparësi për Zhvillimin e Turizmit (TDZ)*). Në këtë mënyrë, AIC profilizohet si një ndërmjetës kryesor për investitorët vendas dhe të huaj dhe si një pikë kontakti për tërheqjen e investitorëve në turizmin shqiptar (*Iniciativa 1.6: Krijimi i Platformës së Ofertimit*). AIDA, nga ana tjetër, duhet të profilizohet drejt operacionalizimit të projekteve të investimit, kontrollit dhe ndjekjes së çështjeve që kanë të bëjnë me stimujt shtetërorë dhe masat për mbështetjen e investimeve. Gjithashtu, si AIC ashtu edhe AIDA do të kenë nevojë për ngritje të kapaciteteve të mëtejshme në fushat e zhvillimit të produkteve të hotelerisë, zhvillimit të koncepteve, nxitjes së investimeve ndërkombëtare, krijimit të masterplaneve për projektet e hotelerisë dhe turizmit dhe fusha të ngjashme.

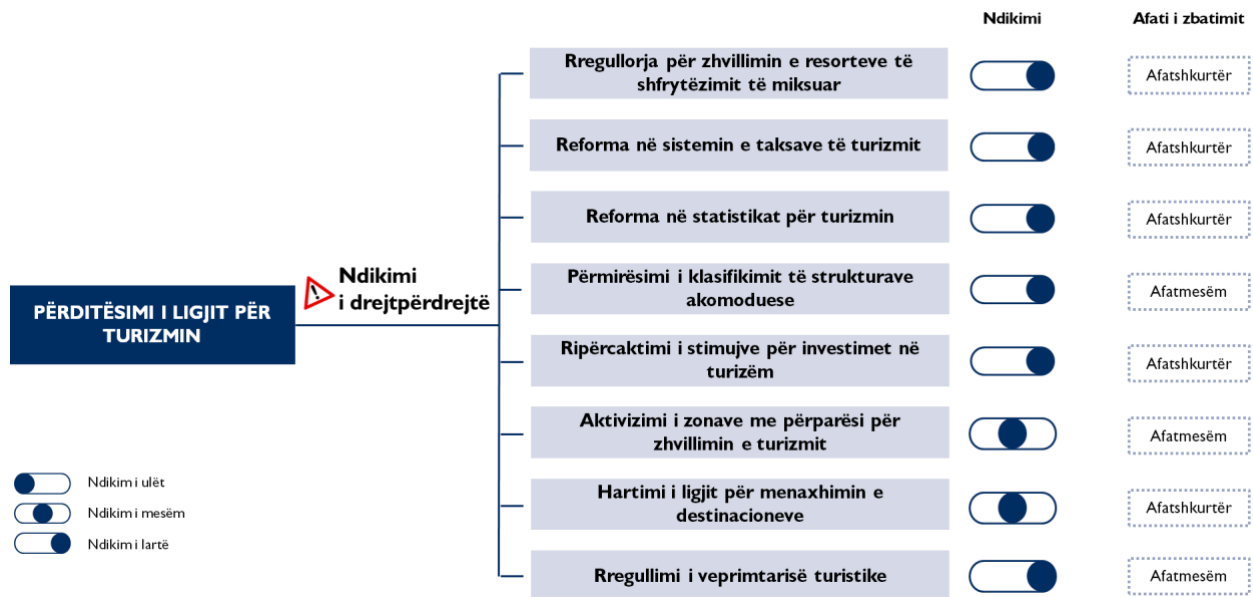


Linja e punës #2

Aktualisht, sfida më e madhe e turizmit në Shqipëri është **mungesa e një sistemi të përshtatshëm për menaxhimin e këtij aktiviteti ekonomik kompleks**. Prandaj, duhet t'i kushtohet një vëmendje e menjëhershme krijimit të një kuadri të unifikuar, konsistent dhe strategjik për menaxhimin e aktivitetit turistik në nivel kombëtar, rajonal dhe vendas. **Në themel të strategjisë qëndron reforma e ligjit për turizmin** (*Iniciativa 2.1: Përditësimi i Ligjit për Turizmin*), i cili shërben si një kuadër ombrellë për orientimin dhe rregullimin e nismave të mëtejshme. Reformimi i këtij kuadri ligjor shërben jo vetëm si një **faktor kryesor që mundëson** tërheqjen e investimeve, por edhe si një masë kritike për të siguruar që masat e tjera zhvillimore të mund të zbatohen në mënyrë efikase. Kjo përfshin **zhvillimin dhe rregullimin e resorteve të shfrytëzimit të miksuar** (*Iniciativa 2.2: Rregullorja për Zhvillimin e Resorteve të Shfrytëzimit të Miksuar*),

ripërcaktimin e **stimujve për investimet në turizëm** (*Iniciativa 2.3: Ripërcaktimi i Stimujve për Investimet në Turizëm*), reformimin e **sistemit të taksave të turizmit** (*Iniciativa 2.4: Reforma në Sistemin e Taksave të Turizmit*), si dhe përmirësimet në **klasifikimin e strukturave akomoduese** (*Iniciativa 2.5: Përmirësimi i Klasifikimit të Strukturave Akomoduese*) dhe **statistikat për turizmin** (*Iniciativa 2.7: Reforma në Statistikat për Turizmin*).

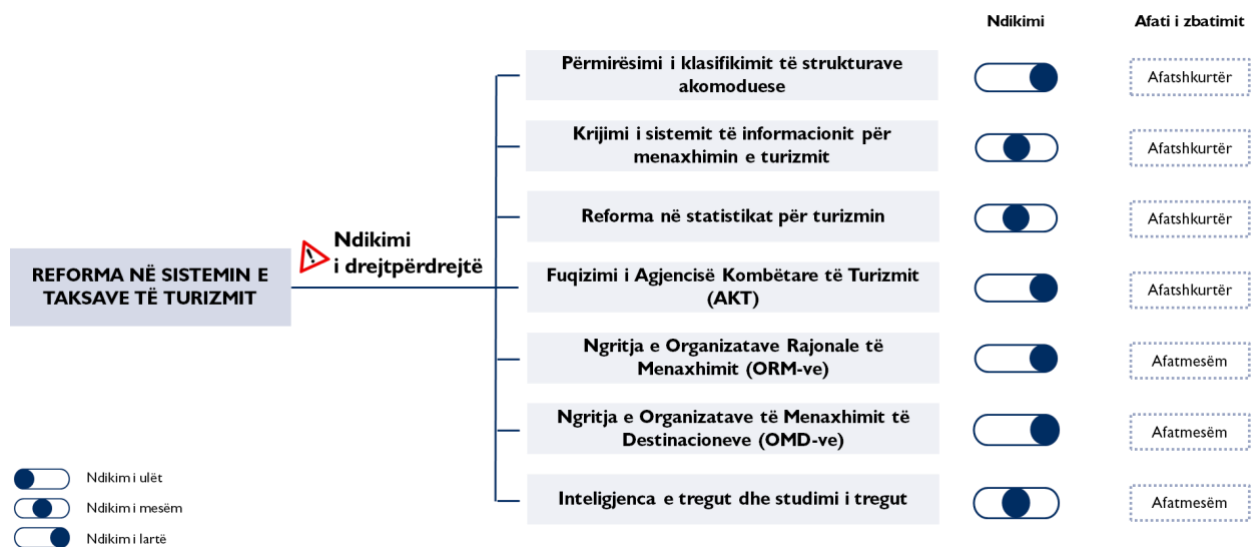
Reforma në këto fusha është e **ndërvarur**, duke krijuar një **sistem të sinkronizuar** që lehtëson rritjen dhe **adreson çështje të tilla si mungesa e transparencës mbi performancën, shkalla e lartë e informalitetit dhe “ekonomia gri”** në sektorin e turizmit.



Linja e punës #3

Një shembull i mirë ilustrues është **reforma e propozuar në sistemin e taksave të turizmit** (*Iniciativa 2.4: Reforma në Sistemin e Taksave të Turizmit*). Sistemi aktual shqiptar i pagesës së taksës së turizmit për natë qëndrimi, i cili aplikohet vetëm në strukturat akomoduese të regjistruara, është joefikas dhe i vjetruar. Reforma e propozuar do të prezantojë një model të ri që kërkon që të gjithë ofruesit e strukturave akomoduese, duke përfshirë ofruesit e strukturave akomoduese me qira afatshkurtër, të regjistrohen dhe të raportojnë netqëndrimet dhe mbërritjet e klientëve. Kjo do të sigurojë që **taksa të bazohet në shifra reale** dhe jo në përlllogaritje të pasigurta, duke rezultuar në një taksim më të saktë dhe më të drejtë. Kjo reformë është e lidhur ngushtë me nevojën për **përmirësim të klasifikimit të strukturave akomoduese**, i cili do të standardizojë dhe kategorizojë të gjitha strukturat turistike në mbarë Shqipërinë, duke sjellë përmirësime të mëtijshme në kuadrin rregullator (*Iniciativa 2.5: Përmirësimi i Klasifikimit të Strukturave Akomoduese*). Njëkohësisht, **prezantimi i një sistemi informacioni për menaxhimin e turizmit** do të sigurojë regjistrimin e trafikut turistik (mbërritjeve dhe netë-qëndrimeve në strukturat akomoduese) në kohë reale, duke siguruar një mekanizëm efikas për monitorimin e aktivitetit turistik (*Iniciativa 3.4: Krijimi i Sistemit të Informacionit për Menaxhimin e Turizmit*). Për të mbështetur zbatimin efikas të këtyre reformave, është po aq e rëndësishme të **reformohet kuadri për mbledhjen e statistikave për turizmin** (*Referojuni faqes 81, Iniciativa 2.7: Reforma në Statistikat për Turizmin*). Një sistem i konsoliduar i mbledhjes së të dhënave do të rrisë efikasitetin e **sistemit të informacionit për menaxhimin e turizmit**, duke ofruar të dhëna në kohë reale lidhur me performancën e sektorit.

Së bashku, këto reforma do të rezultojnë në një rritje të konsiderueshme të të ardhurave nga taksat e turizmit, të cilat do të shkojnë jo vetëm për financimin e sistemit të menaxhimit të turizmit, por edhe për mbështetjen e **fuqizimit** të institucioneve kyç, siç është **Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT)** (*Iniciativa 3.1: Fuqizimi i Agjencisë Kombëtare të Turizmit (AKT-së)*). Me një burim të ri dhe të pavarur të ardhurash, AKT-ja do të arrijë një nivel më të lartë autonomie financiare dhe operacionale, duke i mundësuar Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit (MTM) që të fokusohet në detyra strategjike më të gjera. Për më tepër, reforma në sistemin e taksave të turizmit do të gjenerojë edhe **fonde për organizatat rajonale të menaxhimit (ORM-të) dhe organizatat e menaxhimit të destinacioneve (OMD-të)**, duke i dhënë zgjidhje varësisë së tyre aktuale financiare nga donatorët e jashtëm. (*Iniciativa 3.3: Ngritja e Organizatave Rajonale të Menaxhimit, dhe Iniciativa 3.2: Ngritja e Organizatave të Menaxhimit të Destinacioneve*).



Për rrjedhojë, reforma e kuadrit legjislativ përbën gurin e themelit të të gjithë strategjisë, duke mundësuar pothuajse të gjitha masat e tjera zhvillimore dhe duke siguruar krijimin e një sektori të qëndrueshëm dhe të rregulluar të turizmit në Shqipëri.

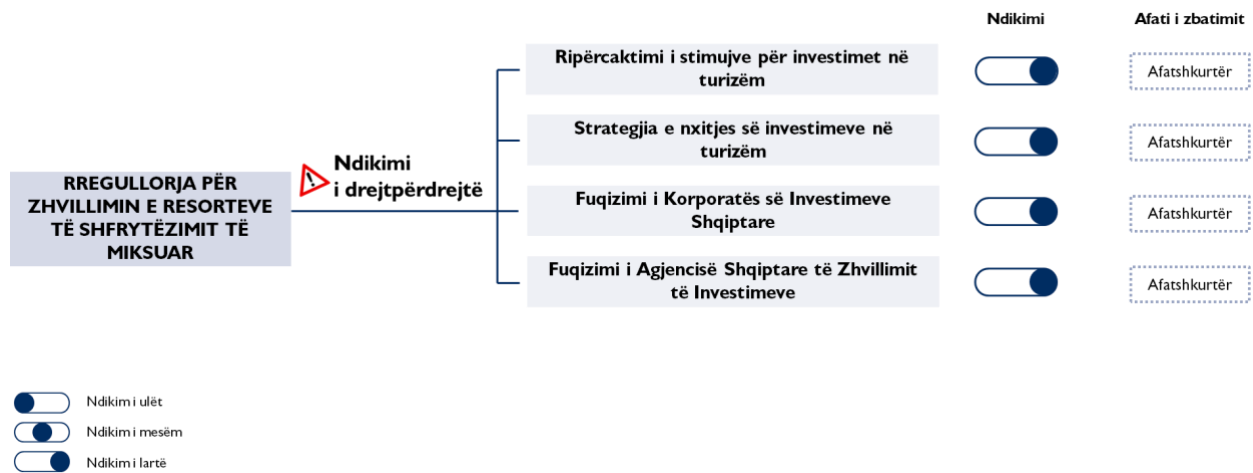
Linja e punës #4

Zbatimi i suksesshëm i iniciativave të ndryshme për zhvillim varet edhe nga **miratimi i rregulloreve për zhvillimet e resorteve të shfrytëzimit të miksuar** (*Iniciativa 2.2: Rregullorja për Zhvillimin e Resorteve të Shfrytëzimit të Miksuar*), të cilat luajnë një rol thelbësor në nxitjen e investimeve, por jo vetëm. Kjo rregullore përbën një **faktor kryesor mundësues** për ekzekutimin dhe aktivizimin e strategjisë së nxitjes së investimeve në turizëm (*Iniciativa 1.3: Strategjia për nxitjen e investimeve në turizëm*), duke lehtësuar skemat e nxitjes së investimeve (*Iniciativa 1.4: Skemat e nxitjes së investimeve në turizëm*), si dhe për fuqizimin e organizatave si AIC dhe AIDA (*Iniciativa 1.1: Fuqizimi i AIC-së, dhe Iniciativa 1.2: Fuqizimi i AIDA-s*). Vlen të theksohet se investimet aktuale në “resorte turistike” dominohen kryesisht nga komponenti johotelier/rezidencial, ndërsa komponenti hotelier luan një rol dytësor. Kjo tendencë nxitet nga fokusi i investitorëve të maksimizimit të performancës financiare të projekteve të tyre, dhe theksohet edhe më tej nga aksesimi i kufizuar në financime të përballeshme nga bankat tregtare. Normat e larta të interesit dhe afatet e shkurtra të shlyerjes e vështirësojnë financimin e investimeve afatgjata në fushën e hotelierisë. Për adresimin e këtyre sfidave, qeveria duhet të prezantojë një model gjithëpërfshirës që arrin objektivat e mëposhtme:

- Siguron ruajtjen e vullit dhe pritshmërive aktuale pozitive lidhur me investimet.

- Shkurajon rritjen e projekteve të paqëndrueshme dhe me fokus te komponenti johotelier/rezidencial.
- Krijon një kuadër për projektet afatgjata dhe të qëndrueshme të shfrytëzimit të miksuar, me një fokus të theksuar te komponenti hotelier.
- Siguron akses të mjaftueshëm në financim, duke mundësuar ruajtjen e vrullit të investimeve e duke bërë njëkohësisht orientimin e projekteve të ardhshme drejt komponentit hotelier.

Zbatimi i suksesshëm i këtij modeli gjithëpërfshirës thekson **rëndësinë thelbësore që ka masa zhvillimore e rregullores për zhvillimin e resorteve të shfrytëzimit të miksuar** për nxitjen e rritjes së qëndrueshme dhe me fokus te komponenti hotelier, duke ruajtur njëkohësisht vrullin pozitiv të investimeve.

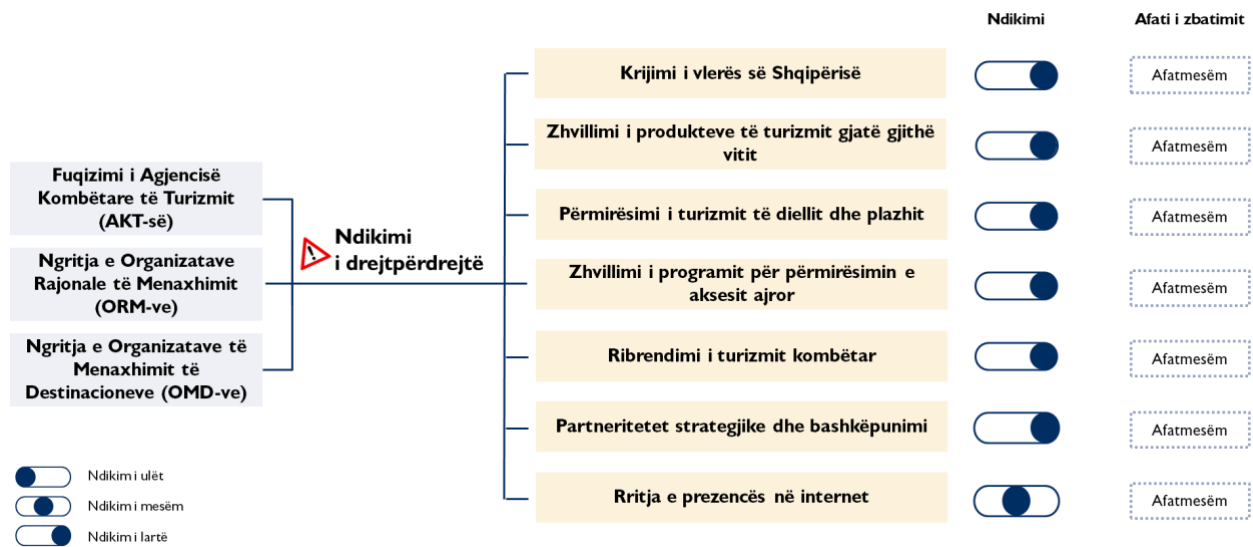


Linja e punës #5

Më tej, **ngritja e ORM-ve dhe OMD-ve**, që parashikohet si një objektivi afatmesëm i strategjisë, do të jetë me rëndësi thelbësore për **zhvillimin e produkteve të turizmit shqiptar** në nivel rajonal dhe vendor. Këto organizata do të punojnë për të zbatuar **strategji të specializuara zhvillimi për produkte kryesore të turizmit**, siç është **turizmi gjatë gjithë vitit** dhe **përmirësimi i turizmit të diellit dhe plazhit** (*Iniciativa 4.3: Zhvillimi i produkteve të turizmit gjatë gjithë vitit dhe Iniciativa 4.4: Përmirësimi i turizmit të diellit dhe plazhit*). Puna e tyre do të ndihmojë drejtpërdrejt në zbatimin e masave të tjera zhvillimore kritike në fusha të tjera me përparësi, siç është zhvillimi i infrastrukturës së turizmit, i infrastrukturës mbështetëse të turizmit dhe identifikimi i investitorëve për projekte strategjike (*Iniciativa 1.7: Vlerësimi i Investimeve në Infrastrukturën Turistike dhe Iniciativa 1.8: Vlerësimi i Investimeve në Infrastrukturën Mbështetëse të Turizmit*). Suksesi i këtyre masave varet gjithashtu edhe nga **ripërcaktimi i skemave të nxitjes së turizmit**, të cilat do të sigurojnë që investimet jo vetëm të nxisin rritjen, por edhe të **mbështesin qëndrueshmërinë e ndërmarrjeve mikro, të vogla dhe të mesme (NMVM)** në sektorin e turizmit (*Iniciativa 1.4: Skemat e Nxitjes së Investimeve në Turizëm*).

Masat zhvillimore të fokusuar te marketingu i destinacioneve janë gjithashtu të lidhura ngushtë me reformat institucionale të propozuara në strategji, të cilat do të mundësojnë fuqizimin e AKT-së dhe ngritjen e ORM-ve dhe OMD-ve. **Ribrandimi i identitetit të turizmit në Shqipëri** (*Iniciativa 5.1: Ribrandimi i turizmit kombëtar*), për shembull, varet së tepërmi nga fuqizimi i suksesshëm i AKT-së dhe nga krijimi i organizatave rajonale të menaxhimit dhe organizatave të menaxhimit të destinacioneve. Për këtë qëllim, AKT duhet të fuqizohet si nga pikëpamja financiare, ashtu edhe nga ajo operationale, duke u kthyer në një aktor kryesor në sistemin e menaxhimit të destinacioneve. **Krijimi i një plani strategjik marketingu dhe operacional** (*Iniciativa 3.1: Fuqizimi i AKT-së*) do të jetë i domosdoshëm për përpjekjet e ribrendimit, të cilat do të hedhin

bazat për zhvillimin e mëtejshëm të një strategjie të përmbajtjes që synon **rritjen e prezencës në internet të turizmit shqiptar** (Iniciativa 5.3: Rritja e prezencës në internet).



Linja e punës #6

Së fundi, **ngritja e kapaciteteve** në sektorin e turizmit duhet të shihet si kulmi i përpjekjeve të strategjisë. Aftësia e grupeve të ndryshme të interesit për të zbatuar këto iniciativa dhe për të garantuar vijimësinë e tyre do të varet nga aftësitë dhe njohuritë e transmetuara nëpër të gjithë sistemin. Mosngritja e kapaciteteve të mjaftueshme do të pengojë transferimin e suksesshëm të njohurive dhe zbatimin e strategjisë.

Si përfundim, Strategjia Kombëtare e Turizmit për Shqipërinë 2030 është një plan i mirëstrukturuar, logjik dhe i prioritizuar që ndërlidh reformat ligjore, investimet, fuqizimin e institucioneve dhe zhvillimin e destinacioneve në një mënyrë që siguron rritje afatgjatë dhe të qëndrueshme. **Të gjitha iniciativat mbështesin njëra-tjetrën** duke krijuar një kuadër **gjithëpërfshirës** dhe **shumëdimensional** që u përgjigjet në mënyrë proaktive sfidave të sektorit të turizmit dhe synon shfrytëzimin e potencialit të plotë të Shqipërisë si një destinacion turistik konkurrues.

Kontributi në Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ)

Strategjia Kombëtare e Turizmit në Shqipëri është hartuar në përputhje me tre shtyllat e qëndrueshmërisë: sociale, mjedisore dhe ekonomike. Ky harmonizim ka garantuar se çdo masë zhvillimore mbështet përmbushjen e Objektive të Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ).

Tabela e mëposhtme detajon ndikimin e masave zhvillimore në OZHQ-të përkatëse. Është e rëndësishme të theksohet se janë marrë në konsideratë vetëm OZHQ-të që lidhen me fazën aktuale të zhvillimit të turizmit në Shqipëri, duke u fokusuar në objektivat që janë veçanërisht të rëndësishme për nevojat e vendit.

Më pas, çdo iniciativë zhvillimore e propozuar është vlerësuar për të përcaktuar ndikimin e saj në këto OZHQ përkatëse dhe ndikimet janë kategorizuar si të ulëta, mesatare ose të larta. Këto ndikime përfaqësohen vizualisht përmes nuancave të ngjyrës së gjelbër: përkatësisht, ngjyra e gjelbër e errët tregon një ndikim të fortë, ndërsa ngjyra e gjelbër e hapur tregon një kontribut më të ulët.

Strategjia i kushton një vëmendje të rëndësishme OZHQ-së 8 (Punë dinjitoze dhe rritje ekonomike) dhe OZHQ-së 9 (Industri, inovacion dhe infrastrukturë). Fokusi në këto OZHQ ka për qëllim krijimin e mundësive të qëndrueshme ekonomike dhe përmirësimin e infrastrukturës, të cilat janë kritike për zhvillimin e vendit. OZHQ 8 synon të nxisë një rritje ekonomike të qëndrueshme, gjithëpërfshirëse dhe të qëndrueshme, punësim të plotë dhe produktiv dhe punë të denjë për të gjithë. Kjo përfshin përmirësimin e kushteve të tregut të punës dhe krijimin e vendeve të punës në sektorin e turizmit, si dhe stimulimin e zhvillimit dhe rritjes ekonomike. Nga ana tjetër, OZHQ 9 fokusohet në ndërtimin e infrastrukturës rezistente, promovimin e industrializimit gjithëpërfshirës e të qëndrueshëm dhe promovimin e inovacionit. Ky objektivi është thelbësor për zhvillimin e infrastrukturës së nevojshme për të mbështetur turizmin, si p.sh., rrjetet e transportit, hotelet dhe infrastrukturat e tjera, ndërkohë që inkurajon inovacionin në industrinë.

Për ta përmbledhur, strategjia integron parimet e qëndrueshmërisë në të gjitha fushat prioritare, ku përfshihen investimet, politikat rregullatore dhe fiskale të turizmit, menaxhimi i destinacioneve, marketingu i destinacioneve, zhvillimi i produkteve turistike dhe ngritja e kapaciteteve.

Duke përfshirë qëndrueshmërinë në këto fusha, strategjia siguron një qasje gjithëpërfshirëse për zhvillimin e sektorit të turizmit në Shqipëri. Kjo qasje synon të balancojë rritjen ekonomike me mbrojtjen e mjedisit dhe përfshirjen sociale, duke e bërë qëndrueshmërinë objektivin kryesor dhe gjithëpërfshirës të strategjisë.

MASAT ZHVILLIMORE		1 NO POVERTY	4 QUALITY EDUCATION	5 GENDER EQUALITY	6 CLEAN WATER AND SANITATION	7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	10 REDUCED INEQUALITIES	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	15 LIFE ON LAND	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS
INVESTIMET	1.1 FUQIZIMI I KORPORATËS SË INVESTIMEVE SHQIPTARE (AIC)												
	1.2 FUQIZIMI I AGJENCISË SHQIPTARE TË ZHVILLIMIT TË INVESTIMEVE (AIDA)												
	1.3 STRATEGJA ENXITJES SË INVESTIMEVE NË TURIZËM												
	1.4 SKEMAT ENXITJES SË INVESTIMEVE NË TURIZËM												
	1.5 AKTIVIZIMI I ZONA VE ME PËRPARËSI PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT												
	1.6 KRIJMI I PLATFORMËS SË OFERTIMIT												
	1.7 VLERËSIMI I INVESTIMEVE NË INFRASTRUKTURËN TURISTIKE												
	1.8 VLERËSIMI I INVESTIMEVE NË INFRASTRUKTURË QË MBËSHTESIN TURIZMIN												
POLITIKA RREGULLATORE DHE FSKALE E TURIZMIT	2.1 PËRDITËSIMI I LIGJT PËR TURIZMIN												
	2.2 RREGULLORJA PËR ZHVILLIMIN E RESORTEVE TË SHFRYTËZIMIT TË MIKSUAR												
	2.3 RIPËRCAKTIMI I STIMUJVE PËR INVESTIMET NË TURIZËM												
	2.4 REFORMA NË SISTEMIN E TAKSAVE TË TURIZMIT												
	2.5 PËRMIRËSIMI I KLASIFIKIMIT TË STRUKTURAVE AKOMODUESE												
	2.6 HARTIMI I LIGJT PËR MENAXHIMIN E DESTINACIONEVE												
	2.7 REFORMA NË STATISTIKAT PËR TURIZMIN												
	2.8 TASK-FORCA PËR FRENIMIN E EKONOMISË INFORMALE NË TURIZËM												
	2.9 RREGULLIMI I VEPRIMTARISË TURISTIKE												
	2.10 RREGULLIMI I VEPRIMTARISË TURISTIKE NË ZONAT E MBROJFURA												
	2.11 PROGRAMI I PUNËSIMIT TË PËRHERSHËM SEZONAL												
MENAXHIMI I DESTINACIONEVE	3.1 FUQIZIMI I AGJENCISË KOMBËTARE TË TURIZMIT (AKT)												
	3.2 NGRITJA E ORGANIZATAVE TË MENAXHIMIT TË DESTINACIONEVE (OMD)												
	3.3 NGRITJA E ORGANIZATAVE RAJONALE TË MENAXHIMIT (ORM)												
	3.4 KRIJMI I SISTEMIT TË INFORMACIONIT PËR MENAXHIMIN E TURIZMIT												
	3.5 KRIJMI I FORUMIT TË EKSPERTËVE TË TURIZMIT												
	3.6 ZHVILLIMI I PROGRAMIT PËR PËRMIRËSIMIN E AKSESIT A.ROR												
	3.7 INTELIGJENCA E TREGUT DHE STUDIMI I TREGUT												
ZHVILLIMI I PRODUKTEVE	4.1 FORCIMI DHE FUQIZIMI I KOMPANIVE TË MENAXHIMIT TË DESTINACIONEVE (KMD)												
	4.2 KRIJMI I VLERËS SË SHQIPËRISË												
	4.3 ZHVILLIMI I PRODUKTEVE TURISTIKE GJATË GJTHË VITIT												
	4.4 PËRMIRËSIMI I TURIZMIT TË DIELLIT DHE PLAZHIT												
	4.5 TURIZMI I BAZUAR NË KOMUNITET												
	4.6 DYQANI ME PRODUKTE 100% SHQIPTARE												
	4.7 PLATFORMA TREGTARE E SHQIPËRISË												
MARKETIN GUJ DESTINACIONËVE	5.1 RIBRENDIMI I TURIZMIT KOMBËTAR												
	5.2 PARTNERITETET STRATEGJKE DHE BASHKËPUNIMI												
	5.3 PËRMIRËSIMI I MATERIALEVE ONLINE												
NGRITJAE KAPACITETEVE	6.1 PËRMIRËSIMI I ARSIMIT FORMAL												
	6.2 SEMINARET DHE SEANCAT E TRAJNIMIT PËR SEKTORIN E TURIZMIT												
	6.3 PROGRAMET STANDARDE TË CERTIFIKIMIT TË CILËSISË DHE QËNDRUESHMËRISË												
	6.4 QENDRA ENJHURIVE												



Financuar nga:



Implemented by



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

**Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC**

Zbatuar nga:



Hotel, Tourism and Leisure

Horwath & Horwath Consulting Zagreb d.o.o.
Member of Horwath HTL International
Matrix Office Park, Slavenska avenija 1b,
10000 Zagreb
Croatia
Tel. +385 (0)1 4877 200
www.horwathHTL.hr
www.horwathHTL.com