



REPUBLIKA E SHQIPËRISË
MINISTRIA E TURIZMIT
DHE MJEDISIT

Ministria e Turizmit dhe Mjedisit
STRATEGJIA KOMBËTARE PËR ZHVILLIMIN E QËNDRUESHËM TË TURIZMIT 2018 – 2022 (DRAFT)
Janar 2018

Përmbledhje ekzekutive

Me një kontribut gjithnjë në rritje në eksportet globale, turizmi është dëshmuar si një burim i rëndësishëm i gjenerimit të të ardhurave dhe krijimit të vendeve të punës në shumë ekonomi. Për shkak se turizmi ngërthen në vete një numër industrish dhe shërbimesh dhe përfshin dimensione sociale, kulturore dhe mjedisore përtej zhvillimit fizik dhe marketingut, turizmi posedon potencial të theksuar për të ndikuar në rritjen e qëndrueshme dhe gjithëpërfshirëse dhe konkurrueshmërinë e Shqipërisë. Në veçanti, Shqipëria është e pozicionuar strategjikisht për t'i përmbushur pritjet gjithnjë në rritje për një treg të qëndrueshëm turizmi, me orientim nga natyra dhe kultura.

Viti 2017 u mbyll me mbi 1.5 miliardë Euro të ardhura nga turizmi dhe mbi 5 milionë vizitorë të jashtëm në Shqipëri, shifra këto rekorde që kontribuan ndjeshëm në rritjen vjetore ekonomike 4% të vendit. Turizmi kështu u rikonfirmua si nxitësi kryesor i rritjes së ekonomisë së vendit. Trendët e rritjes janë edhe më optimiste, pasi parashikimet e World Travel and Tourism Council tregojnë për një rritje mesatare vjetore prej 6.2% në të ardhura nga turizmi dhe 6.2% në kontribut direkt në prodhimin bruto të brendshëm nga turizmi. Dekada e ardhshme do të jetë ajo e turizmit, me synimin që në vitin 2027 kontributi total i sektorit të jetë 33% në PBB, dhe çdo i treti i punësuar të jetë në turizëm dhe shërbimet ndërlidhëse. Si rezultat, turizmi shihet si sektor strategjik përmes të cilit Shqipëri mund të arrijë rritje të qëndrueshme afatgjatë dhe konkurrueshmëri, duke siguruar mbrojtje efektive të mjedisit.

Me investime të rritura në zhvillimin e kulturës dhe mbrojtjen e natyrës, Qeveria e Shqipërisë ka dëshmuar përkushtimin e saj ndaj zhvillimit të turizmit dhe ka ndërmarrë hapa të domosdoshëm për konsolidimin e konkurrueshmërisë së sektorit. Programi i Reformës Ekonomike (ERP) 2017-2019 për Shqipërinë parasheh një numër masash të përkrahura me alokime buxhetore për të adresuar nevojat e standardizimit të veprimtarive turistike. Shqipëria ka avancuar edhe kuadrin ligjor dhe të politikave për të përkrahur zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit, ndërsa ky dokument strategjik është vijimësi e përkushtimit të qeverisë për të përmbyllur kuadrin e nevojshëm rregullator.

Me gjithë vendosmërinë e viteve të fundit, një numër sfidash mbeten për t'u adresuar edhe gjatë periudhës kohore që përfshin ky dokument strategjik. Disa nga çështjet sfiduese që mbeten në axhendën e qeverisë në sektorin e turizmit janë: qartësimi i pronësisë së tokave, formalizimi dhe standardizimi i shërbimeve, qasja në shërbime publike dhe menaxhimi i mbetjeve. Një nga vështirësitë strukturore të zhvillimit të sektorit të turizmit në Shqipëri vazhdon të mbetet koordinimi dhe planifikimi i integruar mes institucioneve të ndryshme. Ndonëse treguesit e viteve të fundit dëshmojnë për një trend pozitiv, sezonaliteti vazhdon të jetë një ndër sfidat e mëdha të sektorit të turizmit. Në të njëjtën kohë, sektori përballlet me kërkesën gjithnjë në rritje për personel të kualifikuar dhe shërbime më cilësore.

Dokumenti strategjik është përpiluar në atë mënyrë që të ofrojë zgjidhje të qëndrueshme për sfidat e sektorit. Hartimi i dokumentit ka ndjekur një metodologji gjithëpërfshirëse dhe është bazuar mbi vlerësime reale të sektorit. Vizioni që projekton dokumenti strategjik është: “Shqipëria do të njihet si një destinacion turistik tërheqës, autentik dhe mikpritës në rajonin e Mesdheut dhe Evropë, bazuar në përdorimin e qëndrueshëm të potencialeve natyrore, kulturore dhe historike për zhvillimin e produkteve të cilësisë lartë dhe të shumëllojshme, e arritshme lehtësisht nga tregjet ndërkombëtare.” Strategjia është ndërtuar mbi parime rigorozë që sigurojnë zhvillim të qëndrueshëm të sektorit, duke e vlerësuar turizmin si sektor strategjik dhe prioritar të ekonomisë, me ndikim të lartë social dhe komunitar, si dhe duke e vendosur mbrojtjen dhe respektin ndaj mjedisit si kriter të panegociueshëm të çfarëdo planifikimi dhe zhvillimi në sektorin e turizmit.

Pikësypnimet kryesore të politikave në fushën e turizmit janë: Rritja e kontributit të turizmit në të ardhurat e përgjithshme të vendit, Zhvillimi i balancuar i ofertës turistike dhe shërbimeve, Rritja e punësimit në sektorin e turizmit, Përmirësimi i nivelit të jetesës dhe zbutja e varfërisë në zonat turistike në gjithë territorin e vendit, Rritja e shpenzimeve për turizëm (investimet publike), Rritja e të ardhurave nga aktivitetet dhe shërbimet turistike dhe Sigurimi i mbrojtjes ligjore dhe institucionale të të drejtave të udhëtarëve dhe vizitorëve.

Për zbatimin e qëllimeve strategjike duhet vepruar në 5 fusha kryesore dhe 19 drejtime strategjike, të cilat do të synojnë përmirësimin e konkurrencës dhe realizimin e objektivave strategjike. Fushat kryesore drejtimet strategjike në të cilat duhet të fokusohen politikat e turizmit deri në vitin 2022 janë: 1. Zhvillimi i produktit (diversifikimi i ofertës turistike), 2. Zhvillimi i burimeve njerëzore (përmirësimi i cilësisë së shërbimeve), 3. Marketingu (promovimi i Shqipërisë si destinacion i turizmit gjithëvjetor), 4. Investimet private dhe publike dhe 5. Kuadri i politikave dhe menaxhimi i destinacioneve.

Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit është përgjegjësi e ndarë e një numri të konsiderueshëm aktorësh, përfshi institucionet e shtetit (qendrore dhe vendore), sipërmarrjet e turizmit, organizatat e shoqërisë civile, institucionet shkollore, mediat dhe qytetarët. Rol qenësor në arritjen e kësaj objektivë luajnë edhe institucionet ndërkombëtare që kanalizojnë fondet e asistencës zhvillimore në Shqipëri. Ky dokument strategjik synon të përforcojë frymën e integruar, duke i bërë bashkë një numër aktorësh në realizimin e objektivave dhe zbatimin e planit të veprimit.

KAPITULLI I: KUSHTET AKTUALE

Hyrje

Ekonomia shqiptare po synon një modelim të ri ekonomik, i cili në thelbin e tij imponon përfshirjen në potencialet e rritjes dhe kohezionit social të faktorëve dhe sektorëve që e bëjnë atë më produktive dhe më konkurruese. Në sfidat e zhvillimeve afatmesme dhe afatgjata të ekonomisë shqiptare turizmi vlerësohet një nga sektorët më potencialë për të arritur një rritje ekonomike më të lartë dhe me efekte pozitive në rritjen e punësimit dhe të të ardhurave reale.

Ky vlerësim për impaktin e turizmit në ekonominë shqiptare bazohet edhe në konkluzionin e studimeve ndërkombëtare se pavarësisht luhatjeve në ekonominë botërore, turizmi ka treguar ekuilibër të qëndrueshëm ndaj ndryshimeve ekonomike dhe sociale. Kjo është pasqyruar dhe në raportin e Organizatës Botërore të Turizmit (UNWTO), ku në vitin 2017 numri i turistëve u rrit me 7%. Ky momentum pritet të vazhdojë edhe në vitin 2018, gjatë të cilit projektohet rritje globale prej 5%.

Turizmi është një sektor prioritar i zhvillimit të qëndrueshëm ekonomik dhe shoqëror edhe për ekonominë e Shqipërisë. Ai gjeneron të ardhura më të larta edhe në një sërë aktiviteteve ekonomike të lidhura me të, si dhe garanton punësim dhe mundësi vetëpunësimi në vend. Me pasuri të veçanta natyrore, historike dhe me një pasuri të trashëgimisë kulturore, Shqipëria ka një potencial të jashtëzakonshëm turistik, i cili do të krijojë një identitet më të njohur për turizmin shqiptar, do të përmirësojë konkurrencën dhe përmirësojë pozicionin e Shqipërisë në tregun turistik kombëtar, rajonal, evropian dhe global.

Si një nga sektorët më të rëndësishëm të zhvillimit ekonomik në Shqipëri, sektori i turizmit përbën 8.4% të Produktit të Brendshëm Bruto (PPB), ndërsa duke përfshirë efektet indirekte multiplikative, kontributi i tij është rreth 26% e PBB-së në vitin 2016 dhe pritet që gjatë vitit 2017 të arrijë në një kontribut direkt në mbi 9% dhe në kontributin indirekt në 27.4%, duke e bërë këtë sektor një ndër komponentët kyç të ekonomisë kombëtare dhe tregtisë së jashtme.

Me gjithë trashëgiminë e së kaluarës, e cila paraqet mangësi të shumta si turizmi sezonal, cilësia e shërbimit, shpenzimet e ulëta mesatare dhe personeli nën standard, pozicioni i Shqipërisë në tregun ndërkombëtar të turizmit është rritur dhe është bërë i qëndrueshëm. Konkretisht, gjatë vitit 2017, numri i vizitorëve jo rezidentë me nënshtetësi të huaj është rritur me rreth 13% në krahasim me vitin 2016.

Ekonomia shqiptare mund të mbështetet më mirë në të ardhmen tek turizmi dhe sektorët që ndikohen pozitivisht nga zhvillimi i tij si transporti, komunikacioni, agroindustria, etj. Në kushtet e një konkurrence në rritje edhe në tregun e turizmit sfida kryesore mbetet përmirësimi rrënjësisht i cilësisë dhe kostove të ofertës turistike shqiptare.

Ndërsa “e re në treg”, Shqipëria duhet të përfitojë nga kjo mundësi për t’u pozicionuar si një destinacion me cilësi. Zhvillimi i Shqipërisë si një destinacion turistik kërkon koordinimin e punës së të gjithë aktorëve, publikë dhe privatë, në të gjitha nivelet. Të gjithë aktorët të lidhur në mënyrë të drejtpërdrejtë apo indirekte në industrinë e turizmit shqiptar duhet të punojnë së bashku dhe të koordinojnë aktivitetet e tyre në mënyrë që të eliminojnë pengesat që qëndrojnë mes tyre dhe të arrijnë qëllimet strategjike.

Zhvillimet kryesore në sektorin e turizmit

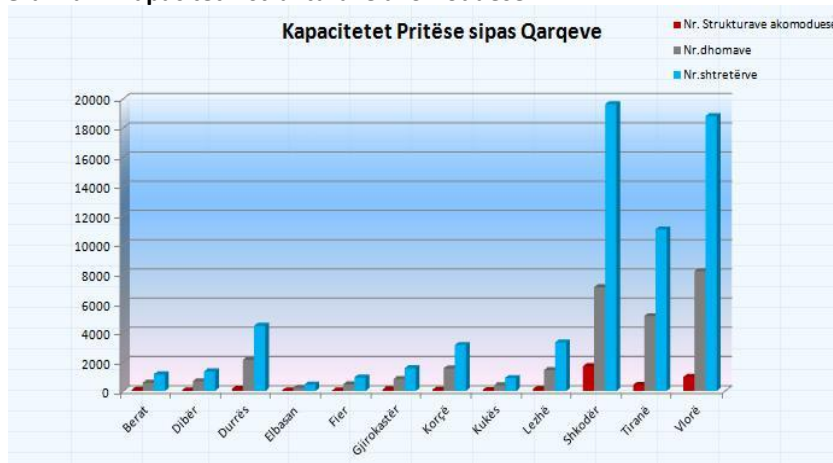
Sektori i turizmit është një sektor, i cili është i lidhur me shumë aktivitete të tjera ekonomike. Impakti i këtij sektori nuk mund të shihet vetëm në një analizë të drejtpërdrejtë të tij në ekonomi, por edhe duke

analizuar ecurinë e aktiviteteve të tjera ekonomike që lidhen me të. Sektori i turizmit nga njëra ana kërkon aktivitete të tjera ekonomike të zhvilluara si ndërtimi, tregtia, agroindustria, transporti, komunikacioni e një sërë aktivitetsesh të tjera shërbimesh dhe nga ana tjetër ndikon në zhvillimin e këtyre aktiviteteve ekonomike nëpërmjet fuqisë multiplikative që ka në ekonomi.

Kapacitetet ekzistuese akomoduese dhe agjencitë e udhëtimit

Sipas informationit të dhënë, ka 3791 struktura akomodues. Numri i dhomave është 28680, ndërkohë që numri i shtretërve është 66794.

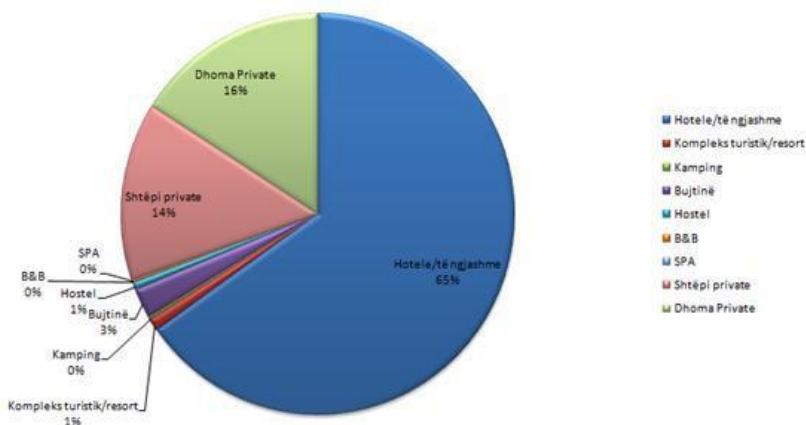
Grafiku 1: Kapaciteti i strukturave akomoduese



Burimi: Të dhënat e MTM, QKB dhe Pushteti Vendor

Pjesa që hotelet zënë në % në raport me llojet e tjera të njërive akomoduese është 65%. Hotelet dhe strukturat e tjera akomoduese prodhojnë përqindjen më të madhe të të ardhurave në sektorin e turizmit dhe marrin të ardhura të larta për vizitorë për netëqëndrim duke mbështetur një sezon më të gjatë dhe krijuar vende pune.

Grafiku 2: Strukturat akomoduese sipas kategorisë



Burimi: Të dhënat e MTM, QKB dhe Pushteti

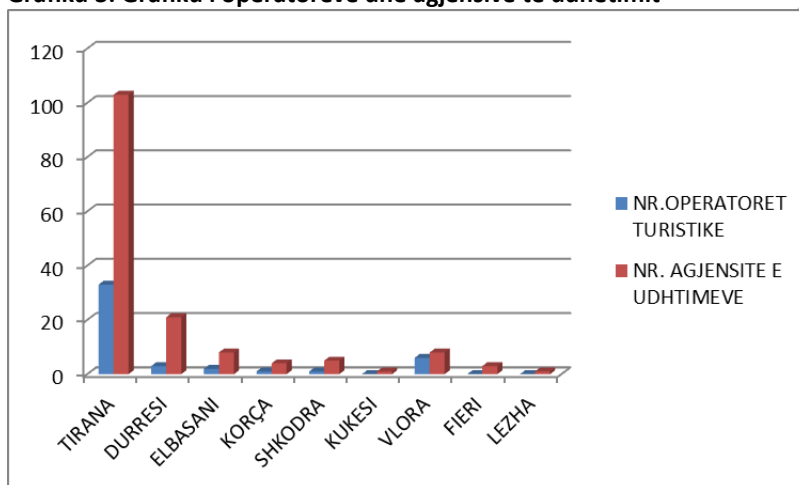
Në Shqipëri operojnë 46 operatorë turistik dhe 154 agjenci udhëtimit të shpërndara në qytete të ndryshme. Operatorët turistikë dhe agjencitë e udhëtimit e ndërtojnë marketingun e tyre mbi bazën e kapaciteteve akomoduese.

Tabela 1: Operatorët turistik dhe Agjensitë e Udhëtimit në bazë Qarku

QARKU	Numri i operatorëve turistik	Numri i agjencive të udhëtimit
Tirana	33	103
Durrëse	3	21
Elbasani	2	8
Korça	1	4
Shkodra	1	5
Kukësi	-	1
Vlora	6	8
Fieri	-	3
Lezha	-	1
GJITHSEJ	46	154

Burimi: MTM

Grafiku 3: Grafiku i operatorëve dhe agjensive të udhëtimit



Burimi: MTM

Në Shqipëri sot veprojnë 252 udhërrëfyes të certifikuar, nga të cilët: 137 kombëtar, 61 lokal, 53 specialitet i veçantë dhe 1 nderi.

Infrastruktura e përgjithshme dhe aksesit

Aksesi i lehtë drejt një destinacioni turistik llogaritet si një nga faktorët më të rëndësishëm për sektorin e turizmit. Vizitorët nga tregjet fqinje vijnë në Shqipëri përmes lidhjeve rrugore lehtësisht të aksesueshme në një ditë. Infrastruktura rrugore është përmirësuar ndjeshëm qoftë në pikat hyrëse kufitare, edhe drejt destinacioneve turistike, qendrave të vizitueshem, nga veriu në jug dhe nga lindja në perëndim. Po zhvillohen projekte të shumta për të përmirësuar më tej lidhjet përmes transportit rrugor.

Për të gjitha tregjet ndërkombëtare, Shqipëria është e vendosur në periferi të Europës Juglindore dhe kryesisht është një destinacion për turistë që përdorin për udhëtim transportin ajror. Shumica e turistëve që mbërrijnë nga ajri për pushimet e tyre, janë përgjithësisht me kërkesa të larta për shërbime, komoditet dhe mundësi për të kaluar kohën e lirë.

Udhëtimet charter, të planifikuara dhe me kosto të ulët janë njësoj të rëndësishme si për turistët e organizuar në paketa turistike, apo individual dhe Shqipëria duhet t'i tërheqë të dyja. Në këtë kontekst Shqipëria duhet të krijojë lidhje direkte fluturimi me pikat kryesore të nisjes në tregjet kryesore, duke i bërë këto lidhje sa më eficiente dhe konkurruese. Gjithashtu Shqipëria përmes produkteve tërheqëse jashtë sezonit veror duhet të thithë edhe fluturimet zinxhir me kohëzgjatje. Por kjo kërkon ekzistencën e hoteleve që plotësojnë standarde ndërkombëtare, ofrojnë shërbime tërheqëse për kalimin e kohës së lirë, e shoqëruar me një marketing efektiv.

Niveli i zhvillimit të sektorit të turizmit shoqërohet edhe me zhvillimin e infrastrukturës shoqëruese. Janë vënë në funksionim skema zhvillimi për të gjitha zonat turistike, sidomos ato bregdetare lidhur me furnizimin me ujë (ndërtimi dhe rikonstruksioni i ujësjellsave), furnizimin me energji elektrike, ndërtimin e impianteve të përpunimit dhe trajtimit të ujërave të zeza, si dhe mbledhja dhe përpunimi i mbetjeve urbane.

Atraksionet

Shqipëria përfshihet në listën e vendeve me potenciale të mëdha natyrore, historike dhe të trashëgimisë kulturore. Ajo ndodhet në vendin e dytë në pellgun e Mesdheut për nga dendësia e monumenteve të kulturës. Në Shqipëri ka një numër të madh atraksionesh natyrore si Parqe Kombëtare, natyrore, zona të mbrojtura, ligatina. Këtu mund të përmendim Parkun Kombëtar të Divjakës, Prespës, Dajtit, Karaburun – Sazanit, lagunën e Kune – Vain – Tale, etj. Zonat përreth lumenjve dhe ligatinave përbëjnë një potencial të madh për zhvillimin e turizmit.

Gjithashtu në Shqipëri ka një numër të madh të monumenteve të kulturës, rreth 2000, nga të cilët tre prej tyre, Berati, Gjirokastra dhe Butrinti janë pjesë e trashëgimisë botërore dhe mbrohen nga UNESCO. Edhe parqet arkeologjike si Apollonia, Bylis, Amantia, etj, përfaqësojnë një potencial të rëndësishëm të ofertës turistike. Një numër gjithnjë në rritje i këtyre burimeve turistike po përfshihen në ofertën turistike të Shqipërisë.

Infrastruktura turistike

Në ndryshim nga situata me potencialet natyrore, historike dhe kulturore, Shqipëria ka mbetur mbrapa në ndërtimin e atraksioneve turistike si qendra moderne kongresesh, parqe argëtuese, fusha (kurse) golfi, marina, pa të cilat është e vështirë të tërheqësh kërkesat e shumta ndërkombëtare, si dhe për të mundësuar shtrirjen gjithëvjetore të turizmit. Gjithashtu në Shqipëri mungojnë qendrat për zhvillimin e turizmit malor dhe sportive, qendrat e zhytjes argëtuese, ecje me biçikleta, e shoqëruar me infrastrukturën dhe superstrukturën e nevojshme, të cilat do ta pozicionojnë Shqipërinë në tregun e turizmit të interesit të veçantë.

Produktet turistike

Për nga kontributi që kanë në të ardhurat e turizmit, produktet turistike mund t'i ndajmë në produkte kryesore dhe produkte me ndikim në rritje. Produktet kryesore konsistojnë një ato forma të zhvillimit të turizmit të cilat zënë një peshë të rëndësishme në kontributin e sektorit të turizmit në totalin e ekonomisë. Produktet kryesore në këtë kategori mund të klasifikohen si më poshtë.

Turizmi bregdetar – Turizmi bregdetar në Shqipëri është për shumë vite produkti kryesor, që zë peshën kryesore në totalin e produkteve turistike. Turizmi bregdetar në Shqipëri kufizohet përgjithësisht vetëm tek pushimet “rërë, det dhe diell”. Pjesa më e madhe e turistëve në destinacionet bregdetare janë nga Shqipëria, Kosova dhe Maqedonia, me një rritje të theksuar të vizitorëve nga Evropa qendrore dhe shtetet nordike. Shpërndarja e turistëve në zonat bregdetare nuk është e njëtrajtshme; Velipoja dhe Shëngjini kanë varësi të madhe nga tregu i Kosovës ndërsa në zonat e tjera ka një prani të shqiptarëve

me banim në Shqipëri, emigrantëve, komunitetit etnik (Kosovë dhe Maqedoni) dhe vizitorëve rajonalë (Maqedonia). Ky lloj turizmi në Shqipëri ka një karakter të theksuar sezonal, duke filluar në muajt Qershor-Korrik, me numrin maksimal në muajin Gusht. Duke qenë të varur nga ky lloj turizmi, shumica e strukturave akomoduese në zonën bregdetare përballesh me vështirësi sezonale të funksionimit.

Turizmi kulturor – Edhe pse nuk është qëllimi kryesor i vizitës në Shqipëri, arkeologjia, trashëgimia, kultura identifikohen si pikat e forta kryesore të Shqipërisë në studime të ndryshme të kryera me vizitorë dhe industrinë e udhëtimeve nga tregjet e huaja. Destinacionet kryesore të vizituara nga ture të organizuara kulturore janë Shkodra, Lezha, Kruja, Durrësi, Tirana, Fieri, Berati, Elbasani, Korça, Përmeti, Gjirokastra, Saranda dhe Vlora.

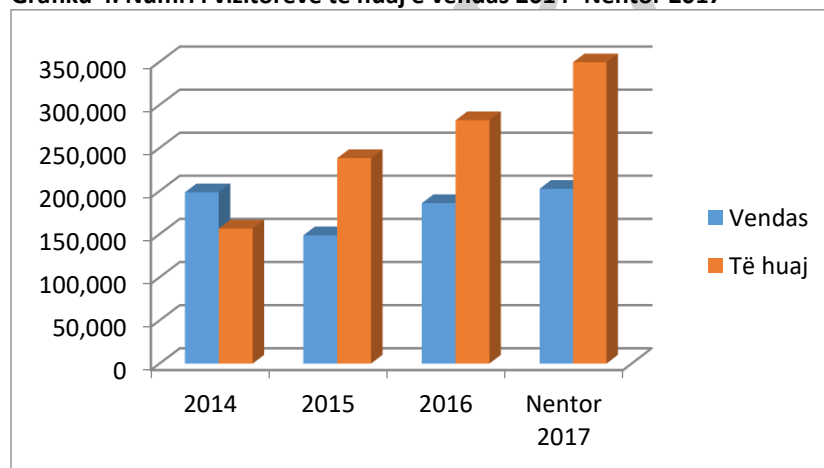
Tabela 2: Vizitorët në atraksionet kulturore 2014- Nëntor 2017

Vizitorët	2014	2015	2016	Nëntor 2017
Vendas	198,536	148,669	185.878	202.557
Të huaj	156,446	238,187	282.157	349.390
Totali	354,982	386,856	544,831	551947

Burimi: Ministria e Kulturës

Gjatë vitit 2016 numri i vizitorëve si të huaj dhe ai vendas ka pasur një rritje prej 40.8% krahasuar me vitin 2015, duke kapur shifrën prej 544.831 vizita. Tabela e mësipërme jep një pasqyrë të vizitorëve vendas dhe të huaj në atraksionet kulturore. Siç vihet re në 2017 kemi një rritje të numrit të vizitorëve në atraksionet kulturore, edhe pse shifrat janë deri në muajin nëntor 2017. Destinacionet më të vizituara kulturore nga vizitorë të huaj janë vendet e Trashëgimisë Botërore si parku arkeologjik i Butrintit, Berati dhe Gjirokastra, Muzeu Historik Kombëtar në Tiranë, parku kombëtar arkeologjik i Apolonisë dhe atraksionet kulturore të Korçës dhe Shkodrës.

Grafiku 4. Numri i vizitorëve të huaj e vendas 2014- Nëntor 2017



Burimi: Ministria e Kulturës

Turizmi në zonat e mbrojtura – Në vendin tonë ekziston sistemi i zonave të mbrojtura mjedisore, që mbulojnë mbi 460.000 ha dhe shtrihet në mbi 16% të territorit të vendit. Baza e sistemit të zonave të mbrojtura mjedisore konsiston kryesisht në 15 parqe kombëtare, disa rezervate natyrore të menaxhuara e peizazhe të mbrojtura, në të cilat gjenden vlerat më të mëdha natyrore dhe biodiversitetit në vend. Këto vitet e fundit (pas krijimit të Administratave të Zonave të Mbrojtura Mjedisore), tashmë vizitorët (turistët), të cilët janë pjesë e vizitave dhe ecjeve në natyrën shqiptare, kanë në shumicën e rasteve informacionin e duhur se po përshkojnë në territore të zonave të mbrojtura mjedisore. Ato në çdo rast

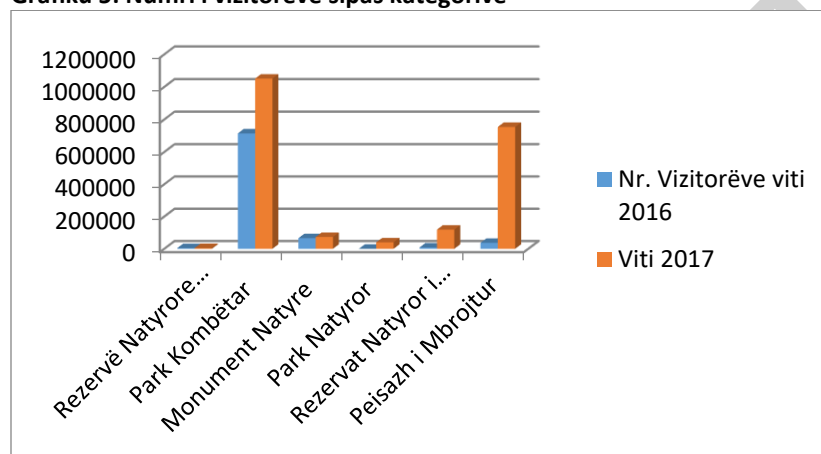
marrin informacion të detajuar për resurset natyrore të zonës së mbrojtur mjedisore, për vendodhjen dhe vlerat e larta natyrore, kulturore, historike, biologjike e trashëgimore të tyre si; shpella, ujëvara, kanione, maja shkëmbore, shtigje kalimi, objekte kulti etj., që ka zona e mbrojtur. Rol të rëndësishëm në këtë drejtim po luajnë punonjësit e AdZM-ve (veçanërisht Rengers-at) në terren ku i orientojnë vizitorët (turistët) drejt këtyre pikave. Po kështu në ndihmë të tyre vijnë dhe tabelat e ndryshme informative e orientuese që janë vendosur në hyrje apo vende të dallueshme.

Tabela 3: Numri i vizitorëve në Zonat e Mbrojtura sipas kategorive gjatë vitit 2016-2017

Kategoria/ ZM	Nr. Vizitorëve viti 2016	Nr. Vizitorëve viti 2017
Rezervë Natyrore Strikte	4500	4750
Park Kombëtar	714279	1.051.046
Monument Natyre	65.978	73.277
Park Natyror	175	40.130
Rezervat Natyror i Menaxhuar	8.146	118.633
Peisazh i Mbrojtur	368.650	754080
Gjithsej	1.161,728	2.041.916

Burimi: AKZM

Grafiku 5: Numri i vizitorëve sipas kategorive



Burimi: AKZM

Turizmi natyror – Deri tani Shqipëria është vlerësuar nga shumë operatorë dhe vizitorë ndërkombëtarë për peizazhin, natyrën, pamjen e saj të bukur, të cilat konsiderohen gjithashtu si pikat e forta të Shqipërisë. Zonat natyrore dhe rurale në Shqipëri ofrojnë mundësi për zhvillimin e turizmit rural, malor, ekoturizmit, agroturizmit dhe veprimtarive në natyrë (rafting, hedhje me parashute sportive, çiklizmi malor, peshkimi, trekking, ngjitjet alpinistike, ecja në natyrë (hiking), shëtitja me kuaj me shalë, turet studimore, etj). Disa prej këtyre veprimtarive janë motivi kryesor i vizitave nga vizitorët e huaj në zonat natyrore. Kërkesa për aktivitete në natyrë po rritet shpejt në tregun ndërkombëtar të turizmit.

Turizmi MICE (Meetings-Incentives-Conferences-Events) – Aktualisht zhvillimet në drejtim të këtij lloji turizmi janë të përqëndruara në nivel kombëtar dhe nuk ka një rrjet bashkëpunimi të konsoliduar mes aktorëve që janë të angazhuar në organizimin e turizmit MICE, në nivel ndërkombëtar, gjë e cila do të sillte përmirësime të konsiderueshme të këtij produkti turistik në tregun shqiptar dhe veçanërisht në rritjen e numrit të vizitorëve të huaj. Pengesa kryesore e rritjes për këtë produkt në Shqipëri është mungesa e infrastrukturës së kongresit (qendrat e kongresit) dhe të menaxhimit dhe sistemeve tregtare që ende nuk janë mjaft konkurruese.

Produkte me ndikim në rritje

Produktet me ndikim në rritje janë të fokusuar në ato kategori të cilat kanë një potencial të lartë për të patur një trend rritës dhe me peshë në të ardhmen, mbështetur mbi karakteristikat dhe potencialet e vendit. Produktet me ndikim në rritje mund të klasifikohen si më poshtë:

Turizmi detar – është një produkt me një nivel të lartë të popullaritetit në nivel ndërkombëtar, i cili vazhdon të regjistrojë shifra të larta rritje. Për shkak të pozicionit të saj gjeografik dhe klimës së butë, Shqipëria mund të jetë në të ardhmen një nga destinacionet e kërkuara në botë kur bëhet fjalë për turizmin detar. Turizmi detar ndikon në zgjatjen e sezonit turistik, si dhe në rritjen e vazhdueshme të aktiviteteve ndihmëse. Ky lloj turizmi ka treguar vitet e fundit rritjen e numrit të turistëve që përdorin paketat turistike me mega- Kruaziera, por edhe rritje të kërkesës për mjete lundrimi më të vogla (kruaziera më të vogla, yahte) apo edhe mjete lundrimi të brendshme.

Turizmi shëndetësor – është një produkt që ka një rritje në nivel global me një normë mesatare 15%-20% në vit. Avantazhet konkurruese të Shqipërisë për zhvillimin e këtij lloji turizmi janë: afërsia e saj me tregjet e mëdha, bukuritë natyrore dhe klimaterike të favorshme, siguria në vend, çmime konkurruese.

Turizmi i biçikletave – vlerësohet se çiklizmi, si një metodë e transportit do të ketë një rritje në vendet e Europës në dhjetë vitet e ardhshme, me një normë rritjeje me më shumë se 10 për qind. Një segment edhe më i rëndësishëm i këtij tregu përbëhet nga vizitorët për të cilët çiklizmi është një aktivitet i rëndësishëm shtesë gjatë pushimeve të tyre.

Kulinaria – një produkt kompleks i cili konsumohet pothuajse nga të gjithë turistët e huaj, edhe pse numri i këtyre turistëve, të cilët po vizitojnë vendin vetëm për ushqim është relativisht i vogël. Prandaj zhvillimi i këtij produkti varet shumë nga popullsia lokale.

Turizmi rural dhe malor – është vlerësuar se turizmi rural, e cili përfshin zonat malore, përbën 3% të udhëtimeve ndërkombëtare, me një rritje vjetore prej 6%. Përballja me kërkesën e pazhvilluar lokale dhe situatën e pafavorshme rreth këtyre zonave, ky lloj turizmi në Shqipëri po zhvillohet ngadalë. Ndërsa në drejtim të turizmit malor ka pasur një zhvillim pozitiv. Ka një numër të konsideruar turesh të organizuar në zonat malore të Shqipërisë, si për shembull në Theth, Vermosh-Lepushë, Valbonë dhe Tropojë, në Alpet Veriore, Dibër dhe zonën e Bulqizës, zonën malore të Tiranës, zonën malore të Elbasanit dhe Librazhdit, zonën malore të Korçës, malin e Tomorit, Llogara dhe Karaburun dhe zonën malore të Gjirokastrës dhe Përmetit.

Turizmi sportiv dhe i aventurës – është një produkt i rëndësishëm dhe gjithnjë në rritje. Këtu përfshihen zhytjet argëtuese, rafting në lum, kajak, sportet dimërore, aktivitete sportive me adrenalinë të lartë, qitja, peshkimi. Sipas disa operatorëve, ky lloj turizmi po pëson një rritje prej 30% në vit.

Ekoturizmi – është llogaritur se rreth 3% e udhëtimeve ndërkombëtare janë të motivuara nga ekoturizmi. Ky motivim vjen nga rritja e vetëdijes së konsumatorit për ekologjinë. Nisur nga ky fakt, kohët e fundit ky produkt është duke treguar një rritje rreth 10-20% në vit.

Institucionet dhe organizatat që lidhen me turizmin

Institucionet e qeverisjes qendrore

- Ministria përgjegjëse për turizmin (Ministria e Turizmit dhe Mjedisit)
- Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT)
- Agjencia Kombëtare e Bregdetit (AKB)

- Agjencia Kombëtare e Zonave të Mbrojtura (AKZM)
- Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve (AIDA)

Institucione të tjera publike që ndikojnë tek turizmi në nivel kombëtar janë si më poshtë:

- Ministria e Kulturës
- Ministria e Arsimit, Rinisë dhe Sportit
- Ministria e Shëndetësisë dhe Mbrojtjes Sociale
- Ministria e Brendshme
- Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë
- Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural
- Ministria e Financave dhe Ekonomisë
- Ministria për Europën dhe Punët e Jashtme
- Banka e Shqipërisë
- Instituti i Statistikave
- Instituti i Monumenteve të Kulturës
- Agjencia e Shërbimit Arkeologjik
- Agjencia Kombëtare për Zhvillimin Rajonal
- Agjencia për Zhvillim Ekonomik Rajonal

Komiteti Këshillimor i Sektorit Privat të Turizmit

Organet e qeverisjes vendore dhe përgjegjësitë e tyre në lidhje me turizmin

Shoqatat e Sektorit Privat të Turizmit

Donatorët ndërkombëtarë me rol aktiv në sektorin e turizmit

Përmbledhje dhe vlerësim mbi veprimtaritë e marketingut

Veprimtaria promovuese e Agjencisë Kombëtare të Turizmit është e përqendruar tek: Publiciteti televiziv në tregjet rajonale dhe ndërkombëtare; Pjesëmarrja në një sërë panairesh të turizmit në Evropë; Mirëmbajtja e faqes së internetit të turizmit të Shqipërisë; dhe Publikimi i materialeve promovuese. Aktivitetet tjera promovuese për marketingun e destinacionit të tilla, si udhëtimet familjarizuese, turet e medias, evente dhe workshope tematike, publiciteti, janë kuptuar dhe përdorur gjithnjë e më shumë viteve të fundit. Disa donatorë ndërkombëtarë, me seli në Shqipëri dhe të cilët luajnë rol aktiv në zhvillimin e turizmit shqiptar, kanë dhënë gjithashtu kontribut për realizimin e një numri aktivitetesh marketingu.

Tabela 4: Shpenzimet në fushën e marketingut turistik për periudhën 2010-2017

Viti	Fondi i shpenzuar për marketim turistik
2010	44.000.000 lekë
2011	41.000.000 lekë
2012	39.558.000 lekë
2013	32.000.000 lekë
2014	63.000.000 lekë
2015	103.000.000 lekë
2016	163.700.000 lekë
2017	264.600.000 leke

Burimi: MTM

Burimet njerëzore për turizmin

Gjatë vitit 2016 industria e turizmit dhe udhëtimeve ka gjeneruar në mënyrë direkte 85,500 vende pune, duke zënë kështu 7.7% në punësimin total. Në krahasim me një vit më parë, janë shtuar 34,500 vende pune më shumë. Në tabelën e mëposhtme paraqitet ky tregues për vitet 2014, 2015 dhe 2016:

Tabela 5: Kontributi në punësim direkt

	2014	2015	2016
Kontributi në punësim	49.600	51.000	85,500
Përqindja e zënë në punësimin në total	5,3%	5,5%	7.7%

Burimi: WTTC

Në mënyrë indirekte, gjatë vitit 2016, industria e turizmit dhe udhëtimeve ka gjeneruar, në total, 267,000 vende pune, duke zënë kështu 23.9% në punësimin total. Në krahasim me një vit më parë, janë shtuar 87.000 vende pune më shumë. Në tabelën e mëposhtme paraqitet ky tregues për vitet 2014, 2015 dhe 2016.

Tabela 6: Kontributi në punësim total

	2014	2015	2016
Kontributi në punësim	178.000	180.000	267,000
Përqindja e zënë në punësimin në total	19,2%	19,3%	23.9%

Burimi: WTTC

Përsa i përket përgatitjes së punonjësve për sektorin e turizmit duhet të theksohet se ofruesit e arsimit mbi turizmin dhe trajnimeve profesionale janë kryesisht shkollat e mesme profesionale dhe universitetet. Përveç universiteteve publike që kanë në program lëndë mbi turizmin, edhe disa universitete private kanë zhvilluar kurrikula të turizmit. Gjithashtu në të gjitha universitetet publike dhe private zhvillohen disa kurse Master.

Analiza cilësore dhe sasiore e të dhënave të turizmit

Analiza e WTTC na jep një panoramë më të qartë të kontributit që jep industria e udhëtimeve dhe turizmit në ekonominë e vendit tonë, në lidhje me PBB. Kontributi direkt në PBB paraqet të ardhurat që gjenerohen nga industritë që kanë lidhje direkte me turistët, duke përfshirë këtu hotelet, agjencitë e udhëtimit, linjat ajrore dhe shërbime të tjera të transportit të pasagjerëve, si dhe aktivitetin e industrisë së shërbimit ushqimor dhe të argëtimit të cilat merren direkt me turistët.

Gjatë vitit 2016 kontributi direkt i turizmit në PBB e vendit tonë ka qënë 127.7 miliard Lekë, duke zënë kështu 8.4% në PBB të vendit. Në krahasim me një vit më parë ky kontribut është rritur me 12.6 miliard Lekë. Në tabelën e mëposhtme paraqitet ky tregues për vitet 2014, 2015 dhe 2016:

Tabela 7: Kontributi në PBB direkt (miliard lekë)

	2014	2015	2016
Kontributi në PBB	82.7	87.6	127.7
Përqindja e zënë në PBB e vendit	5,9%	6,0%	8.4%

Burimi: WTTC

Kontributi total në PBB paraqet PBB të gjeneruar direkte nga sektori i udhëtimeve dhe turizmit së bashku me impaktin e tij më të gjerë, që vjen nga investimet.

Gjatë vitit 2016 kontributi total i turizmit në PBB e vendit tonë ka qënë 393.0 miliard Lekë, duke zënë kështu 26% në PBB të vendit. Në krahasim me një vit më parë ky kontribut është rritur me 86.8 miliard lekë. Në tabelën e mëposhtme paraqitet ky tregues për vitet 2014 – 2015:

Tabela 8: Kontributi në PBB total (miliard lekë)

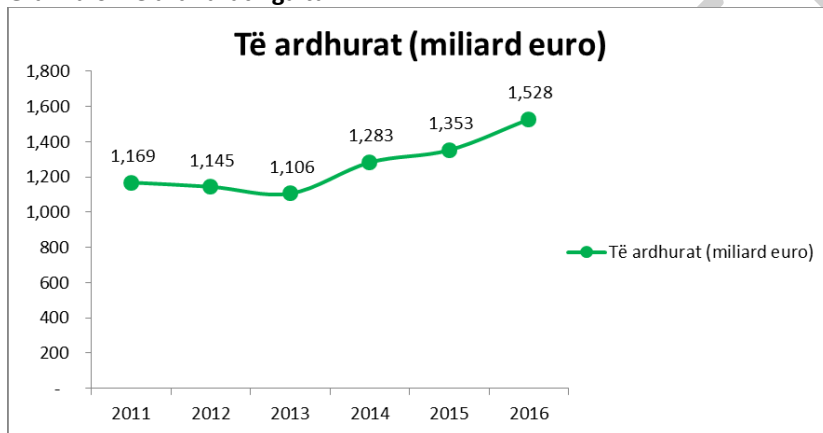
	2014	2015	2016
Kontributi në PBB	293.7	306.2	393.0
Përqindja e zënë në PBB e vendit	21,0%	21,1%	26.0%

Burimi: WTTC

Ndërsa për vitin 2022 parashikohet që kontributi direkt i turizmit në PPB në vlerë monetare të jetë 145.4 miliard lekë, në përqindje 7%, kontributi në ekonomi në vlerë monetare 505 miliard lekë, në përqindje 24.2%. Bazuar në raportin e bilancit të pagesave të Bankës së Shqipërisë, të dhënat statistikore në udhëtim dhe turizëm për vitin 2016 kanë qënë pozitive, si më poshtë:

Të ardhurat nga udhëtim / turizmi për këtë vit kanë shënuar një rritje prej 13% krahasuar me një vit më parë. Në shifra kjo rritje është nga 1.353 milion Euro në 1.528 milion Euro. Tabela e mëposhtme tregon të ardhurat për periudhën kohore 2011-2016.

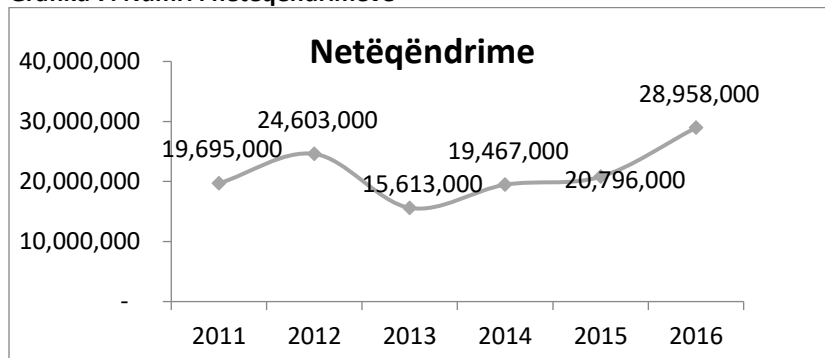
Grafiku 6. Të ardhurat nga turizmi



Burimi: Banka e Shqipërisë

Përsa i përket kohëqëndrimit mesatar për jorezidentët, shifrat tregojnë se ky numër ka mbetur konstant, 4 ditë, për qëllime biznesi të qëndrimit dhe është rritur me 1 ditë për qëllime personale, për vitin 2016 krahasuar me një vit më parë. Shpenzimet mesatare ditore për vitin 2016 për jo rezidentët krahasuar me një vit më parë ka mbetur konstant kur qëllimi i udhëtimit është biznesi dhe kanë rënë me 4 euro në ditë, kur qëllimi është personal. Numri i netëqëndrimeve të jorezidentëve, për vitin 2016, ka shënuar një rritje te konsiderueshme krahasuar me një vit më parë. Numri i netëqëndrimeve për këtë vit ka një rritje me 39% në krahasim me një vit më parë. Në shifra kjo rritje është nga 20.796 milion netë në 28.958 milion netë (grafiku 7).

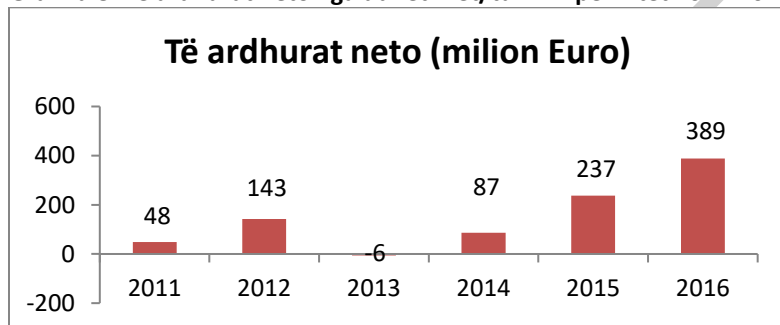
Grafiku 7. Numri i netëqëndrimeve



Burimi: Vlerësime të MTM me të dhënat e Bankës së Shqipërisë

Të ardhurat neto nga udhëtim/turizmi në vitin 2016 kanë shënuar një bilanc pozitiv, duke ulur diferencën midis shpenzimeve dhe të ardhurave. Ky trend vjen si rezultat i rritjes së zërit “të ardhura neto” gjatë të katër 3-mujorëve të 2016. Në krahasim me një vit më parë, të ardhurat neto janë rritur, duke kaluar nga vlera 237 milionë euro e vitit 2015 në 389 milion euro të 2016-s. Tabela më poshtë tregon të ardhurat neto nga udhëtimet/turizmi për vitet 2011-2016

Grafiku 8. Të ardhurat neto nga udhëtimet/turizmi për vitet 2011-2016



Burimi: Banka e Shqipërisë

Duke analizuar të dhënat e vitit 2016 dhe 2017, trendi pozitiv duket qartë për këtë vit në indikatorin më të rëndësishëm të këtij sektori, siç janë të ardhurat neto nga udhëtimet dhe turizmi. Trendi rritës i të ardhurave ka vazhduar përgjatë vitit 2017, gjë që reflektohet dhe në bilancin pozitiv të të ardhurave neto. Ky trend rritës i të ardhurave neto, i cili vijon që nga viti 2014, tregon një rritje në të gjithë zinxhirin e vlerës së produktit turistik.

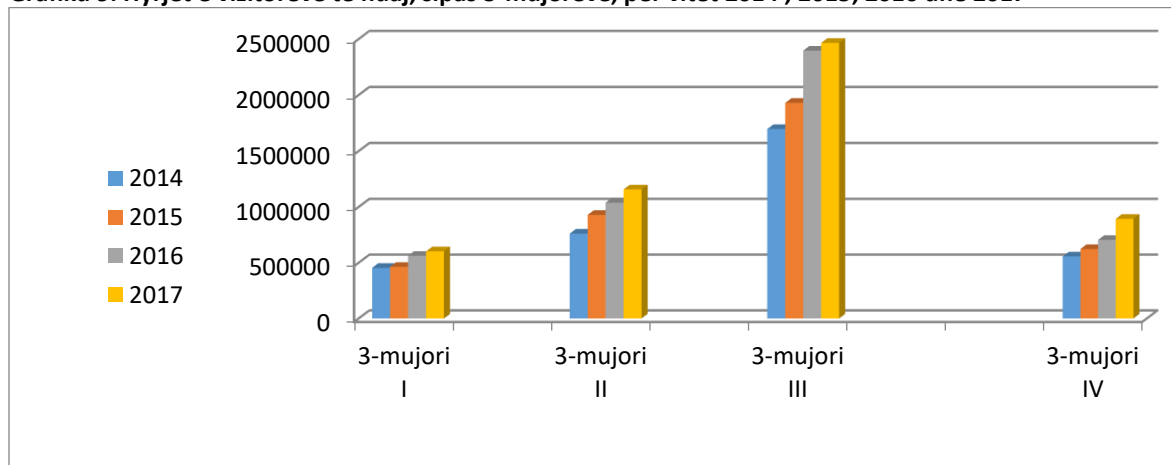
Tabela e mëposhtme paraqet numrin e vizitorëve të huaj që kanë vizituar Shqipërinë për vitin 2014 dhe 2017.

Tabela 9. Numri i vizitorëve të huaj nga viti 2014 deri në vitin 2017

Periudha	Vizitorë të hyrë			
	2014	2015	2016	2017
3-mujori I	453.649	462.823	561.948	601,940
3-mujori II	760.925	929.044	1.038.747	1,157,354
3-mujori III	1.696.845	1.930.424	2.395.917	2,465,389
3-mujori IV	556.346	622.801	704,831	893.017
GJITHSEJ	3.467.765	3.945.092	4.701.443	5.117.700

Burimi: INSTAT

Grafiku 9. Hyrjet e vizitorëve të huaj, sipas 3-mujorëve, për vitet 2014 , 2015, 2016 dhe 2017



Burimi: INSTAT

Vizitorët e huaj sipas mjeteve të transportit

Vizitorët e huaj hyjnë në Shqipëri me rrugë tokësore, ajrore dhe detare. Mënyra më e përdorshme është transporti rrugor. Raporti i vizitorëve të huaj të hyrë gjatë 2017 sipas mënyrës së transportit, i shprehur në %, është si më poshtë:

- 81,1% në rrugë tokësore;
- 11,3% në rrugë ajrore;
- 7,5% në rrugë detare.

Viti 2017 krahasuar me vitin 2016 rezulton se:

- a. numri i vizitorëve të ardhur në rrugë tokësore ka një rritje prej 5.1%;
- b. numri i vizitorëve të ardhur në rrugë ajrore ka një rritje prej 29%;
- c. numri i vizitorëve të ardhur në rrugë detare ka një rritje prej 40%.

Tabela 10. Numri i vizitorëve sipas mënyrës së udhëtimit

Nr.	Mënyra e udhëtimit	2014	2015	2016	2017
1	Me ajër	337.161	400.742	456,931	589.592
2	Me det	197.919	211.556	275,574	387.310
3	Me tokë	3.137.511	3.518.944	4,003,006	4.209198
	TOTALI	3.671.591	4.131.242	4,735,511	5.186.100

Burimi: INSTAT

Vizitorët e huaj në Shqipëri sipas qëllimit të udhëtimit

Gjatë vitit 2016 kanë hyrë 339,908 vizitorë të huaj për qëllime pushimi, më shumë se vitin e kaluar. Kjo rritje është e barabartë me 22%, në krahasim me vitin 2015, gjatë të cilit numri i vizitorëve për qëllime pushimi ka qënë 1,579,252. Këta vizitorë përbëjnë 41% të vizitorëve në total. Gjithashtu, në krahasim me të njëjtën periudhë të një viti më parë, dallohet një rritje e shifrave të vizitorëve të huaj që vijnë si vizitorë ditorë. Gjatë vitit 2016 vërehet edhe një rritje me 39% e vizitorëve për qëllime biznesi dhe profesionale

Tabela 11. Hyrjet e vizitorëve sipas qëllimit të udhëtimit

	2015	2016	Ndryshimi në %	9 mujori i 2017
Gjithsej	4,131,242	4,735,511		4,221,007
I. Personale	4,089,105	4,676,762	+14%	4169100
Pushime	1,579,252	1,919,160	+22%	2,094,930
Vizitë në të afërm	32,537	18,299	-44%	15,651
Vizitorë ditorë	161,580	507,078	+214%	239,830
Trajtim shëndetësor	1,554	663	-57%	378
Qëllime fetare	1,600	1,034	-35%	487
Vizitorë të tjerë	2,127,277	2,071,955	-3%	1.675,255
Tranzit	185,305	158,573	-14%	142,569
II. Biznes dhe profesionale	42,137	58,749	+39%	51,907

Burimi: INSTAT

Vizitorët e huaj sipas rajoneve

Gjatë vitit 2016 numri i shtetasve të huaj që kanë vizituar Shqipërinë nga rajoni i Europës përbën 95% të numrit gjithsej të vizitorëve. Krahasuar me një vit më parë, ky numër është rritur me 4%.

Tabela 12. Numri i vizitorëve të huaj sipas rajoneve

Rajoni	2015	2016
Afrika	4,686	1,077
Amerika	107,080	103,839
Azia Lindore dhe Paqësori	33,032	35,894
Lindja e Mesme	3,604	4,274
Azia Jugore	1,572	1,694
Europa	3,747,457	4,485,405
Europa qendrore/lindore	151,457	182,581
Europa veriore	130,352	149,965
Europa jugore	3,152,369	3,855,617
Europa perëndimore	246,811	221,492
Europa lindore/mesdhetare	66,468	75,750
Rajone të paspecifikuara	233,811	103,328
GJITHSEJ	4,131,242	4,735,511

Burimi: INSTAT

Problematikat e identifikuar në vite

Një numër sfidash që e shoqërojnë zhvillimin e turizmit janë identifikuar në vite. Një numër i tyre mbetet edhe më tutje për t'u adresuar, ndërsa ky dokument strategjik synon të gjejë përgjigje sistematike për mënjanimin e tyre. Turizmi në Shqipëri përballet me këtë listë sfidash:

- Sezoni i shkurtër turistik
- Mungesa e standardizimit dhe sistemit të klasifikimit
- Mungesa e "markave" të njohura hoteliere dhe operatorëve turistikë

- Informaliteti (veprimtaritë turistike)
- Mungesa e investimeve kapitale private pengon konsolidimin e sektorit
- Zgjidhja e problemit të pronësisë
- Mungesa e Planit Kombëtar Sektorial të Turizmit
- Mungesë e theksuar e trajnimit të të punësuarve në sektorin e turizmit
- Lidhje të pakta përmes transportit ajror dhe detar
- Infrastrukturë e dobët në destinacion
- Mungesa e zhvillimit të një oferte e përfshirë në një destinacion turistik
- Kuadri ligjor
- Përdorimi i dobët i Teknologjisë së Informacionit
- Analiza e konkurrueshmërisë.

Duke veçuar zërin “Burimet Njerëzore”, ku Shqipëria renditet në vendin 56, në të gjitha vlerësimet tjera renditja e Shqipërisë se kalon vendin 70. Më poshtë në formë tabelare paraqiten disa të dhëna nga vendet e rajonit lidhur me numrin e vizitorëve, netëqëndrimet, të ardhurat nga turizmi, numri i shtretërve, numri i strukturave akomoduese.

Tabela 12. Të dhëna nga Shqipëria dhe vendet e rajonit për vitin 2016

Vendet	% e rritjes së vizitorëve	Të ardhurat nga turizmi/US\$ milion	Nr netëqëndrime në 000	Nr strukturave akomoduese	Nr shtretërve
Shqipëri	13.8	1,353	20,796	3791	66,794
Kroaci	9	8,833	65,863	4567	1.029,312
Turqi	(-) 0.8	26,616	96,400	9187	496,574
Mal i Zi	15.5	902	9,553	320	159,347
Maqedoni	14.2	267	2,394	-	72,021
Greqi	7.1	15,673	-	-	

Burimi: UNWTO, Ministrinë e Turizmit, Institutet e Statistikave në vendet respektive

Nxitja e investimeve në turizëm

Në kuadër të mbështetjes dhe nxitjes së investimeve në turizëm, qeveria ka ndërmarrë një numër nismash ligjore, me qëllim krijimin dhe ofrimin e lehtësive fiskale, kryesisht në segmentin hotelier-turizëm. Konkretisht, nisma e marrë për përjashtimin nga disa prej taksave dhe tatimeve, siç janë: tatimi mbi fitimin për një periudhë 10-vjeçare, taksa e ndikimit në infrastrukture dhe taksa mbi ndërtesat, për strukturat akomoduese Hotel/Resort me 4 dhe 5 yje që përfitojnë statusin special deri në Dhjetor 2024, si dhe reduktimi i TVSH-së në 6% për furnizimin e të gjitha shërbimeve, synon ta bëjë Shqipërinë shumë më tërheqëse për investime, si dhe ta pozicionojë atë në të njëjtin nivel konkurrueshmërie me disa nga vendet e rajonit të Ballkanit duke bërë prezente në tregun shqiptar “brand-e” të mirënjohura ndërkombëtarisht.

Reduktimi i TVSH-së në masën 6% për furnizimin e shërbimit të akomodimit për të gjithë sektorin e akomodimit, është një nga masat që Shqipëria të jetë konkurrenente në rajon në tregun e akomodimit. Po në kuadër të nxitjes dhe tërheqjes së investimeve publike, private, vendase dhe të huaja, në sektorët e ekonomisë të identifikuar si sektorë strategjikë, që paraqesin potencial të lartë zhvillimor, siç është ai i turizmit, ligji 55/2015 "Për investimet strategjike në Republikën e Shqipërisë" përcakton procedurat dhe rregullat administrative, lehtësuese apo përshpejtuese për investitorët/projektet që përfitojnë statusin "Investim/investitor strategjik, procedurë e asistuar/procedurë e veçantë", sipas përcaktimeve përkatëse.

Gjithashtu ligji 93/2015 "Për turizmin", i ndryshuar, përcakton lehtësirat dhe mbështetjen që përfitojnë investimet në zonat me përparësi zhvillimin e turizmit siç janë: vënia në dispozicion e pasurive të paluajtshme shtetërore (edhe nëpërmjet kontratës simbolike 1 euro) për një periudhë deri në 99 vjet, vënia në dispozicion e hapësirave të plazhit, lejin/autorizimin, sipas rastit, për ndërtimin dhe operimin e porteve dhe pontileve që shërbejnë si infrastrukturë mbështetëse për strukturat akomoduese etj.

Strategjitë e kaluara të turizmit

Strategjia e turizmit 1993-2010

U miratua me Vendimin e Këshillit të Ministrave më 1 janar 1993 dhe u punua nga kompania e konsulencës e kontraktuar nga EBRD (Touch Ros dhe Europrincipal Limited) me kërkesë të qeverisë shqiptare. Dokumenti ofroi një vlerësim të potencialit të vendit dhe analizën e kërkesave të tregut, bashkë me një vlerësim mjedisor dhe udhëzime për rregulla dhe kontroll të mjedisit. U trajtua në një vizion afatgjatë dhe kishte fokus në tregjet e synuara, ndërsa zhvillimi i investimeve parashihej nëpërmjet "zonës së zhvillimit" dhe udhëzimeve për modelin e zhvillimit (si do të zhvilloheshin investimet dhe tipi i tyre në zona të ndryshme të bregdetit).

Strategjia kishte mangësi në realizim dhe nuk u punua për ndjekjen e vizionit të pëcaktuar në dokument. Në periudhën e njëjtë u miratuan edhe politika të tjera: ligji i turizmit i vitit 1993 i fokusuar në dhënien e incentivave për investimet në turizëm, zonat me përparësi zhvillimin e turizmit, disa plane rregulluese dhe u dhanë incentiva për bizneset për investime. Nuk u arrit ndonjë harmonizim i investimeve private me ato publike për zonat prioritare, ndërsa kishte mangësi edhe në strategjinë e investimeve, atë të marketingut, zhvillimin e burimeve njerëzore, udhëzimet për mbrojtjen e mjedisit. Strategjia nuk ndikoi në krijimin e kuadrit institucional dhe nuk përqendroi investimet në zonat me përparësi zhvillimin e turizmit. Së fundmi, dhënia e tokës për ndërtimin e fshatrave turistike që u janë kthyer në rezidenca, përmbylli zbatimin e pasuksesshëm të ligjit për turizmin.

Strategjia e turizmit 2002-2012

Miratuar me Vendimin e Këshillit të Ministrave të datës 3 Korrik 2003, u hartua nga kompania e kontraktuar nga GTZ-gmbh wiesbaden, me kërkesë të qeverisë shqiptare dhe në bashkëpunim me ministrinë që mbulonte sektorin e turizmit. Dokumenti u përgatit me pjesëmarrje të aktorëve të ndryshëm dhe u bë një analizë e plotë e situatës institucionale, e tregut potencial, e zhvillimeve në vend. U strukturua me objektiva konkrete për sa i përket tregjeve, produktit, dhe zhvillimit të ofertës dhe përgjithësisht reflektonte gjendjen e atëhershme të zhvillimit të vendit dhe situatën e tregut turistik duke pasur dhe një vizion kohor në 10 vjet.

Strategjia parashihte një numër objektivash dhe vetëm një pjesë e tyre u përmbushën. Në objektivat ekonomikë, strategjia parashihte që në vitin 2012 të kishte 1,25 milion mbërritje, 6,4 milion netqëndrime, 464 milion USD të ardhurat e turizmit, 100.000 vende të reja pune, e ardhura e turizmit ndërkombëtar 15% në GDP. Vetëm mbërritjet dhe të ardhurat janë arritur, ndërsa mungojnë të dhënat monitoruese për netqëndrimet. Rezultati nuk ka ardhur si zbatim i strategjisë, por nga ndryshimi i faktorëve si pavarësia e Kosovës, rritja e numrit të emigrantëve dhe pajisja e tyre me dokumente që i mundëson ardhjen për pushime. Në raport me objektivat për organizimin institucional, vetëm krijimi i Agjencisë Kombëtare të Turizmit me funksione të cingura dhe krijimi i ATA-s kanë qenë të arritura. Organizmi ministerial i turizmit nuk i ka mbuluar kurrë funksionet që vlerësohen se duhet t'i kryejë, ndërsa zhvillimi ka vazhduar të jetë spontan.

Strategjia sektoriale e turizmit 2007-2013

Miratuar me Vendimin e Këshillit të Ministrave, datë 11 qershor 2008, u hartua nga ministria si bashkim i strategjisë së vitit 2002 me konceptin strategjik për turizmin kulturor të përgatitur nga ekspertet e UNDP. Dokumenti përmban një analizë se çfarë nuk është realizuar nga viti 2002-2007 dhe pse, ndërsa ka një orientim drejt turizmit kulturor. Nuk është e përgatitur në bazë të konsultimeve të gjera dhe nuk ka analiza tregu dhe objektiva të lidhura me tregun. Ka një vizion të zhvillimit të turizmit dhe ruan strukturën e planit të veprimit të mëparshëm duke i shtuar implikimet buxhetore. Përsëri prezanton parakushtet dhe është fokusuar në ndërtimin e infrastrukturës bazë të turizmit.

Pika të pazbatuara në të tre strategjitë e turizmit 1993, 2002 dhe 2007

Mungesë në arritjen e vizionit, objektivave cilësore dhe strukturore duke mos përmbushur parimet e zhvillimit të qëndrueshëm të lidhura me:

- mungesën e zbatimit të ligjit (në lidhje me ndërtimet, me mjedisin)
- zhvillimin e paplanifikuar
 - jo në përputhje me modelet e planifikuara
 - i pa organizuar në terma afatshkurtër, afatmesëm e afatgjatë
 - i pa bazuar në hierarkinë strategji-master plane- zona për zhvillim- plane investimi
 - pa harmonizim dhe përqendrim investimesh publike dhe private
- mungesën e kontrollit mbi zhvillimet me mjedisin (ndërtime, mbetje, etj.)
- mungesën e veprimit institucional për sa i përket:
 - krijimit të strukturave
 - krijimit të politikave
 - prezantimit të standardeve
 - krijimit të klimës së favorshme për bizneset
 - menaxhimit të vëzhgimit të tregut
 - strategjisë për investimet dhe marketingun
 - strategjisë për zhvillimin e produktit turistik
 - strategjisë për zhvillimin e burimeve njerëzore
- mungesën e bashkëpunimit sektor publik-privat, administratë qendrore horizontale dhe qendrore-lokale
- mungesën e zbatimit të parimeve për sukses:
 - Partneritetet
 - Cilësi
 - Burimet njerëzore.

Dokumenta të tjera strategjike të turizmit

Gjatë vitit 2005, me mbështetjen financiare të UNDP, filloi procesi i punës për hartimin e dokumentit të Strategjisë dhe Planit të Veprimit për Zhvillimin e Turizmit Kulturor dhe Mjedisor. U ndoqën të gjitha procedurat ligjore për miratimin e këtij dokumenti, por ky dokument nuk u miratua nga Këshilli i Ministrave. Ndërsa në vitin 2010, me mbështetjen financiare të UNDP, në kuadër të programit The Millennium Development Goals, u hartua dokumenti i Strategjisë së Marketingut Kulturor për Shqipërinë. Edhe ky dokument nuk kaloi në fazën e miratimit nga Këshilli i Ministrave.

Strategjitë e tjera sektoriale

Strategjia Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim 2015-2020

Dokumenti liston sfidat kryesore me të cilat përballlet sektori, përfshi zbatimin e standardeve, cilësinë e shërbimeve dhe faciliteteve turistike, zhvillimin e produkteve turistike, mungesën e bashkëpunimit dhe

koordinimin efektiv mes aktorëve që janë apo mund të ishin pjesë përbërëse e industrisë së turizmit. Ndër sfidat specifike përfshihen: (1) nevoja për një integrim më të madh të planifikimit të turizmit dhe destinacioneve turistike; (2) adresimi i dobësive në lidhje me gamën dhe cilësinë e produkteve turistike; (3) zhvillimi i një mjedisi më të favorshëm ligjor dhe institucional për përthithjen e investitorëve të vendas dhe të huaj privatë; (4) nevoja për një qasje më gjithëpërfshirëse dhe strategjike në lidhje me zhvillimin e turizmit në Shqipëri, për sigurimin e qëndrueshmërisë dhe sigurimin e të ardhurave dhe mundësive të punësimit; dhe (5) nevoja për miratimin dhe zbatimin e “Strategjisë ndërsektoriale kombëtare të turizmit”.

SKZHI 2015-2020 jep këtë vizion për turizmin në Shqipëri: “një destinacion atraktiv, autentik, mikpritës turizmi në Evropë, bazuar në përdorimin e qëndrueshëm të burimeve natyrore, kulturore dhe historike, lehtësisht e arritshme nga tregjet ndërkombëtare”. Dy objektiva strategjike për turizmin parashihen në këtë Strategji:

1. Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm në vend për të kontribuar në zhvillimin ekonomik dhe punësimin, nëpërmjet rritjes së qëndrimeve për ndërkombëtarët dhe rritjes modeste të emigrantëve dhe shqiptarëve etnikë; rritjes së kontributit direkt të turizmit në PBB; dhe rritjes së kontributit direkt të turizmit në punësim,
2. Krijimi i një modeli të integruar të turizmit, me përmasa kulturore, natyrore dhe bregdetare nëpërmjet zhvillimit të një strategjie "Branding Albania" me një logo dhe slogan të unifikuar për investimet në turizëm; miratimit dhe zbatimit të “Strategjisë kombëtare për zhvillimin e turizmit”; zhvillimit dhe zbatimit të një Plani kombëtar për zhvillimin e turizmit, të integruar me Planin e Përgjithshëm të Territorit Kombëtar; dhe krijimit të produkteve të reja kulturore, natyrore dhe të turizmit bregdetar.

Plani i Përgjithshëm Kombëtar 2015-2030

Plani i Përgjithshëm Kombëtar përcakton orientimet kryesore të zhvillimit të turizmit bazuar në potencialet e territorit. Harta e potencialit turistik brenda këtij Plani ilustron zona të cilat klasifikohen si Zona me Rëndësi Kombëtare për vlerat që kanë në planikimin dhe zhvillimin e qëndrueshëm të territorit. Një numër i konsiderueshëm i këtyre zonave rregullohet nga legjislacioni sektorial në fuqi, si p.sh: zonat e mbrojtura natyrore; burimet ujore dhe fashat e tyre mbrojtëse; zonat minerare; zonat industriale; zonat e trashëgimisë historike dhe kulturore; monumentet e kulturës; zonat dhe parqet arkeologjike; qendrat historike; brezi bregdetar, etj. PPK-ja mbështet dhe fuqizon rëndësinë që kanë këto zona për interesin kombëtar duke zgjeruar territoret e shpallura në mbrojtje të një pjese të tyre, por edhe duke propozuar zona të reja, të cilat duhet të merren në mbrojtje në përputhje me procedura të përcaktuara në legjislacionin sektorial në fuqi. Në hartën e potencialit turistik detajohet lista e zonave me rëndësi kombëtare, të cilat kanë rëndësi specike për potencialin turistik të vendit.

Lista e zonave të identikuara me përparësi turizmin, përfshin: Brezin bregdetar, Parkun e Alpeve, Parkun e Bunës, Parkun e Vjosës, të gjitha njësitë administrative (në kufijtë e ish-komunave dhe ish-bashkive) me dalje në det, rrjedhat lumore dhe zona buferike rreth tyre, itineraret turistike dhe zona buferike përreth tyre dhe ishujt. Itineraret turistike që identifikohen janë: Via Egnatia, Via Skënderbeg, Itinerari alpino - liqenor që lidhet përtej kufirit me itinerarin turistik të maleve Dinarike, Itinerari vozitës përgjatë liqeneve artificiale Koman – Fierzë, Itinerari kulinar – agroturistik. Akset rrugore panoramike dhe zonat e tyre buferike përfshijnë: Aksin Përmet – Ersekë, Aksin Gjirokastër – Sarandë, Aksin e Qafë-Krrabës, Aksin Elbasan – Librazhd. Ndërsa zonat turistike në brendësi të territorit janë: Tërbufi, Mali i Dajtit, Liqenet e Lurës, Liqenet e Belshit, Liqeni i Shkodrës, Liqeni i Ohrit dhe i Prespës, Dardha, Voskopoja, Gjinari dhe Mali i Lenies, në afërsi të Rehovës. Sitet UNESCO ekzistuese dhe të propozuara: Gjirokastra, Berati, Butrinti, Apollonia, Varrezat e Selcës së Poshtme, Zona natyrore dhe kulturore e Ohrit dhe Amfiteatri i Durrësit.

Plani i Integruar Ndërsektorial për Brezin e Bregdetit

Nga analizat e studimet e realizuar deri më sot dhe nga strategjitë kombëtare të zhvillimit, por edhe ato ndërkombëtare për të ardhmen e rajonit të Mesdheut, të bëra për sektorin e turizmit dhe ekonominë detare, PINS Bregdeti vlerëson se tendeca e zhvillimit të turizmit në Shqipëri duhet të përqëndrohet në këto lloje turizmi: Turizmi bregdetar, Turizmi kulturor, Turizmi natyror/ekoturizmi, Turizmi rural, Agroturizëm, Turizmi malor, Turizmi i aventurës (sporte) dhe Turizmi i shëndetit dhe mirëqenies.

Politikat strategjike për mbrojtjen e biodiversitetit

Vlerat rekreative që sjell larmia biologjike dhe ajo e peizazhit janë një pasuri, e cila mund të përdoret për të nxitur zhvillimin e turizmit. Kjo është detyrë dhe përgjegjësi për mbrojtjen dhe zhvillimin e këtyre vlerave për brezat e tanishëm dhe të ardhshëm. Nëse ne nuk jemi në gjendje dhe të përgjegjshëm për mbrojtjen e diversitetit biologjik dhe natyror, ekziston rreziku i humbjes së vlerave të tyre, të cilat ndihmojnë turizmin si një mjet për të nxitur zhvillimin në Shqipëri. Gjuetia, peshkimi, alpinizmi, si dhe aktivitete të tjera, të cilat janë atraktive për turizëm, kërkojnë që Shqipëria të marrë masat e nevojshme për të mbrojtur mjedisin dhe biodiversitetin e saj. Vitet e fundit zhvillimi i konceptit të ekoturizmit është një drejtim i vlerësuar si i rëndësishëm dhe i cili krijon mundësinë e përfitimeve ekonomike, veçanërisht për Zonat e Mbrojtura, por jo vetëm dhe që siguron përdorimin e qëndrueshëm të komponentëve të biodiversitetit.

Shqipëria është nën kërcënim për shkak të praktikës së papërshtatshme dhe të zhvillimit që lidhen me turizmin masiv. Me modelin aktual të zhvillimit të bazuar në sasi, rritja e parashikuar e zhvillimit të turizmit në rajon do të vazhdojë të dëmtojë peizazhin, do të ndikojë në erozionin e tokës, duke ushtruar presion mbi specie të rrezikuara. Njëkohësisht, sforcimi apo përdorimi tej mase i burimeve ujore në dispozicion, rritja e sasisë së mbeturinave dhe shkarkimi i ndotjeve në det, veç të tjerave është dhe një përçarje kulturore. Ndërtimi i lidhur me zhvillimin e turizmit ka shkaktuar, gjithashtu, dëme të mëdha edhe në ekosistemet e brishta bregdetare dhe detare në vend. Duke pasur parasysh numrin gjithnjë në rritje të vizitorëve, është e qartë se ndikimi i turizmit në tokë dhe peizazh është i madh.

Strategjia Ndërsektoriale "Axhenda Dixhitale e Shqipërisë 2015-2020"

Dokumenti synon rritjen e efikasitetit të sektorit prodhues, Bujqësi, Turizëm dhe Industri nëpërmjet sistemeve të TIK. Një nga objektivat strategjike të dokumentit parasheh përmirësimin e infrastrukturës TIK në administratën publike për zhvillime të harmonizuara dhe integruara sipas standardeve ndërkombëtare për e-qeverisjen në të gjithë sektorët (shëndetësi, arsim, mjedis, bujqësi, turizëm, kulturë, energji, transport, etj.) me qëllim ndërlidhjen 100% të të gjitha sistemeve deri në fund të 2020.

Strategjia Ndërsektoriale për Zhvillimin Rural dhe Bujqësor 2014-2020

Dokumenti vendos bazën e një planifikimi të integruar dhe synon zhvillimin e turizmit rural dhe aktiviteteve të tjera të lidhura me turizmin, si për shembull turizmi kulturor, turizmi natyror dhe malor, turizmi i verës etj., duke rikonstruktuar ndërtesat dhe shtëpitë tradicionale për qëllime biznesi, si akomodimi, ushqimi, koha e lirë, tregtia etj. Sipas strategjisë, arritja e qëllimeve të lartpërmendura do të bëhet e mundur nëpërmjet promovimit dhe marketingut të imazhit turistik të vendit si destinacion turistik me interes të veçantë; diversifikimit të produktit turistik duke e zgjeruar në të gjithë territorin për të siguruar zhvillimin e integruar të turizmit; zhvillimit të sistemeve të certifikimit dhe standardizimit në turizëm me qëllim për të kontribuar në cilësinë e përmirësuar të shërbimeve dhe produkteve në sektor. Strategjia konsideron Partneritetin Urban-Rural si një qasje e integruar për të arritur një zhvillim të balancuar. Zhvillimi i bujqësisë urbane përfshin; zhvillimin e bujqësisë urbane në zonat me urbanizim mesatar dhe të lokalizuara përgjithësisht në periferi të qendrave të banuara dhe do të jetë një nga politikat e të ardhmes. Agroturizmi do të jetë një ndër mjetet jo vetëm të promovimit turistik, zhvillimit

ekonomik, por dhe të rritjes së qëndrueshmërisë së turizmit dhe ruajtjes dhe promovimit të identitetit kulturor edhe lokal.

Strategjia e Transportit

Parasheh që deri në vitin 2030, 30% e transportit rrugor, mbi 300 km distancë, duhet të zhvendoset në mënyra të tjera të tilla si transporti hekurudhor ose ujor dhe më shumë se 50% deri në vitin 2050. Deri në vitin 2050, synohet që pjesa më e madhe e transporteve të pasagjerëve për distancat e mesme të bëhet me hekurudhë. Nga pikëpamja mjedisore, politika e transportit të BE-së është fokusuar në zhvillimin e një sistemi të integruar të transportit multimodal që është i padëmshëm për mjedisin. Strategjia shoqërohet nga një plan veprimi, bazuar në shtyllat: Rritja Blu, Lidhja e Rajonit (rrjetet e transportit dhe energjisë), Cilësia e mjedisit dhe Turizmi i qëndrueshëm. Arrtija e modelit të integruar të turizmit të kombinuar të dimensioneve bregdetare (plazhet dhe dielli), kulturore (arkeologjia, trashëgimia) dhe natyrore (eko-turizmi) mbështetet kryesisht mbi një rrjet efikas të rrugëve që mund të lidhë çdo cep të vendit. Disa destinacione janë të një rëndësie të veçantë dhe kanë nevojë për lidhje cilësore rrugore: Destinacionet bregdetare, Vendet e trashëgimisë botërore dhe Eko-turizmi.

Turizmi detar që ka parë rritje të konsiderueshme gjatë viteve të fundit nuk duket se është përfshirë në MSDI dhe dokumente të tjera ekzistuese të strategjisë për sektorin detar. Në këtë drejtim, rekomandohet që ndërkohë që strategjitë kufitare për rritjen e ngarkesave dhe trafikun e pasagjerëve mbeten të përshtatshme, supozimet e tyre themelore do të duhet të ribëhen dhe kjo duhet të përfshihet në planet e veprimit të nevojshme për arritjen e tyre. Objektivat strategjike për periudhën 5 vjeçare të ardhme janë: Zhvillimi dhe promovimi i turizmit detar duke zhvilluar infrastrukturën portuale të nevojshme, veçanërisht në Sarandë, ndërkohë që në të njëjtën kohë përpunohet një strategji ndër-sektoriale (transporti, turizmi dhe e bashkive vendore) për të tërhequr më shumë anije lundruese (kruazera) dhe turizmin detar në Shqipëri.

Kultura dhe Turizmi Kulturor

Në mandatin 2017-2021, Qeveria ka prioritet ruajtjen dhe përmirësimin e standardit të cilësisë në produktet kulturore, intensifikimin e investimeve në këtë sektor, pavarësimin e skenës kulturore nga strukturat publike (duke shtuar burimet e financimit dhe partneritetet publik-privat) dhe shfrytëzimin e kulturës si burim ekonomie dhe turizmi. Brenda mandatit 2017-2021 do të përfundojnë punimet për rikonstruksionin e plotë të Teatrit të Operës dhe Baletit, do të përfundojë qendra multifunkionale e artit "Turbina", do të investohet në qendra kulturore multifunkionale në qytete ku Rilindja Urbane ka rritur ndjeshëm interesin për kulturën. Në Tiranë investimet kulturore do të kenë tri prioritete në këtë mandat të dytë: rikualifikim dhe rikonceptim të Muzeut Historik Kombëtar; rikonstruksion të Bibliotekës Kombëtare; rehabilitim të Galerisë Kombëtare të Arteve si një qendër e rendësishme e historisë së artit shqiptar. Në bashkëpunim me Bashkinë e Tiranës do të fillojmë gjithashtu ndërtimin për Teatrin e Ri Kombëtar dhe ndërtimin e një Muzeu të Artit Bashkëkohor në akset e reja infrastrukturore që po i shtohen kryeqytetit.

Kultura, jo si shans për disa, por si e drejtë reale për të gjithë do të konkretizohet në vazhdimin e reformës në institucionet e artit dhe në politikat kulturore, ku do të theksojë me forcë "edukimin përmes kulturës" në standarde profesionale. *Edukimi masiv me art e kulturë* në bashkëpunim me Ministrinë e Arsimit, duke ndërhyrë në kurrikulat e shkollës nga njëra anë dhe duke përfshirë në çdo institucion arti linjën pedagogjike dhe edukative nga ana tjetër, do të jetë prioritet në mandatin e dytë. Trashëgimia kulturore si një kombinim i programit të Rilindjes Urbane me atë të rehabilitimit të qendrave historike, do të konsolidojë modelin e suksesshëm të rijetësimin të trashëgimisë kulturore me destinacion turistik.

Prioritet do të marrë kombinimi i turizmit kulturor me agroturizmin përmes programit të Rilindjes Rurale që do të synojë restaurimin e qendrave historike të fshatrave me potencial historik si QH Rehovë, QH Theth, QH Dhërmi, QH Vuno, QH Përmet. Do të promovohen itinerare të reja turistike me karakter kulturor si “Rrugët e besimit”, korridoret e vjetra historike dhe tregtare, si “Via Egnatia”, duke kombinuar trashëgiminë kulturore, kulinarinë dhe artizanatin. “Rrugët e Kujtesës” janë gjithashtu një itinerar unik i Shqipërisë që do të vijojnë të nxjerrin në pah aspektin historik dhe edukativ të siteve të ish-diktaturës si *Spaçi apo Tepelena*, në vijim të projekteve tashmë të njohura muzeale të Kujtesës. Në skenën ndërkombëtare, kultura do të vijojë të forcojë praninë e saj cilësore si pasaporta jonë më e mirë.

Strategjia e Zhvillimit të Biznesit dhe Investimeve 2014-2020

Rritja e investimeve të huaja është objektiv kyç për zhvillimin ekonomik të vendit dhe prioritet strategjik i qeverisë. Rëndësia e investimeve të huaja është shumë planëshe si dhe performanca e investimeve ndikon në progresin ekonomik dhe social të vendit. IHD sjellin kapitalin e nevojshëm, rrisin produktivitetin e ekonomisë dhe ndërmjet të tjerave nëpërmjet transferimit të njohurive dhe teknologjisë, ndikojnë në hapjen e tregjeve të reja për tregti, si dhe rrisin konkurrueshmërinë e ekonomisë, ndikojnë në reduktimin e defiçitit të llogarive korente, rrisin punësimin dhe mbi të gjitha ndikojnë në mirëqenien e popullsisë. Strategjia konstaton se PPP nëpërmjet kontratave koncesionare ka vërtetuar se është një mekanizëm i suksesshëm në tërheqjen e investimeve të huaja veçanërisht në sektorin e minierave dhe të energjisë dhe parasheh që kjo politikë do të zgjerohet edhe në sektorë të tjerë dhe do të bëhen përpjekje për të nxitur praktikë më të mira në përgjegjësinë sociale të korporatës-CSR, në industrinë nxjerrëse (nafte, miniera, çimento dhe energji elektrike), për të krijuar një mjedis miqësor menaxhues dhe të pranueshëm nga komuniteti lokal.

Strategjia për Menaxhimin e Integruar të Kufijve

Objektivat e politikës që përcakton kjo strategji janë: forcimi i masave për luftën kundër krimit ndërkufitar dhe trafikeve të paligjshme me synim rritjen e standardeve të sigurisë së kufijve në parametrat e vendeve të BE-së, rritja e standardeve për kontrollin dhe mbikëqyrjen e kufijve nëpërmjet aplikimit të praktikave më të mira për menaxhimin e integruar të tij, krijimi i një kuadri ligjor të përshtatshëm dhe të harmonizuar me standardet e BE-së dhe Rregullores Schengen, ngritja e një sistemi masash parandaluese për migrimin e paligjshëm, bazuar në kuadrin ligjor dhe praktikë të mira të vendeve të BE, përafrimi me standartet e BE-së i qarkullimit të mallrave, mjeteve dhe udhëtarëve në kufi, duke garantuar lehtësi për tregtinë e ligjshme dhe kufij të sigurt dhe përafrimi i plotë i sistemit elektronik të lëshimit të vizave, E-viza me standartet e Rregullores Schengen.

KAPITULLI II. VIZIONI, POLITIKAT DHE OBJEKTIVAT STRATEGJIKE

Vizioni

Shqipëria do të njihet si një destinacion turistik tërheqës, autentik dhe mikpritës në rajonin e Mesdheut dhe Evropë, bazuar në përdorimin e qëndrueshëm të potencialeve natyrore, kulturore dhe historike për zhvillimin e produkteve të cilësisë lartë dhe të shumëllojshme, e arritshme lehtësisht nga tregjet ndërkombëtare. Turizmi luan një rol kryesor në ekonominë shqiptare, duke kontribuar në përmirësimin e cilësisë së jetës dhe duke krijuar një mjedis tërheqës për investimet dhe hapjen e vendeve të punës. Zhvillimi i turizmit do të shkojë në përputhje me objektivat dhe strategjitë e sektorëve të tjerë që kushtëzojnë dhe ndikojnë direkt dhe indirekt zhvillimin dhe cilësinë e shërbimeve turistike. Harmonizimi në kuadër të Strategjisë Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim (SKZHI) do të garantojë një zhvillim të qëndrueshëm të turizmit dhe një strategji të arritshme.

Misioni

Turizmi i qëndrueshëm shqiptar luan një rol të rëndësishëm në mirëqenien ekonomike dhe socio-kulturore, të rritjes së të ardhurave dhe krijimit të vendeve të reja të punës dhe është një kontribues i rëndësishëm për reputacionin ndërkombëtar të Shqipërisë, bazuar në marketingun intensiv të produkteve turistike të Shqipërisë, markave të njohura ndërkombëtarisht dhe me vlerë të lartë të shtuar.

Deklarimi i politikës dhe vizioni

Qeveria synon mbështetjen e turizmit si një sektor i rëndësishëm i integruar ekonomik me karakteristika të thella kulturore, ndër-sektoriale, ndër-rajonale dhe i një niveli të lartë ndikimi social. Turizmi është tashmë një sektor me ndikim të madh social dhe ekonomik që synon të plotësojë kërkesat e qytetarëve shqiptarë dhe turistëve të huaj për vizita kulturore, kohën e lirë, shëndetin dhe sportin, akomodimin, ushqimin dhe argëtimin, etj., duke ndryshuar pozitivisht strukturën ekonomike, duke krijuar vende të reja pune me një treg pune tërheqës, të qëndrueshëm dhe konkurrues dhe të ardhura të konsiderueshme, si dhe duke kontribuar në zhvillimin social dhe ekonomik të vendit.

Parimet kryesore të strategjisë dhe politikave bazë në fushën e turizmit janë:

- Vlerësimi i turizmit si sektor strategjik dhe prioritar i ekonomisë, me ndikim të lartë social dhe komunitar;
- Mbrojtja dhe respekti ndaj mjedisit janë kritere të panegociueshme të çfarëdo planifikimi dhe zhvillimi në sektorin e turizmit;
- Mbështetja e turizmit duke krijuar kushte të favorshme ligjore, ekonomike dhe strukturore për zhvillimin e tij;
- Sigurimi i zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit duke krijuar kuadrin e plotë të ligjeve dhe rregulloreve dhe zbatimi i një procesi të koordinuar planifikimi për të mbrojtur dhe përmirësuar mjedisin dhe strukturat sociale;
- Përcaktimi i drejtimeve prioritare për zhvillimin e turizmit në Shqipëri, me fokus në produktin e turizmit bregdetar, produktin e turizmit kulturor dhe produktiv e turizmit natyror;
- Krijimi i imazhit të favorshëm të Republikës së Shqipërisë si destinacion turistik;
- Krijimi i kushteve për mbrojtjen e interesave dhe të drejtave të ligjshme të turistëve dhe ofruesve të shërbimeve turistike;
- Sigurimi i zhvillimit të bashkëpunimit ndërkombëtar në fushën e turizmit, parashikuar edhe në MSA;
- Mbështetja e shoqatave dhe organizimeve vullnetare të subjekteve të veprimtarisë turistike në mënyrën e përcaktuar me ligj;

- Përfshirja aktive e qeverisjes vendore në zhvillimin e turizmit në nivel lokal dhe rajonal (destinacioni) dhe krijimi i kushteve për jetësimin e këtij kontributi;
- Zbatimi i strategjisë së zhvillimit të turizmit të lidhur ngushtë dhe në ndërveprim e simbiozë me Strategjinë Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim 2015-2020, Planin e Përgjithshëm Kombëtar 2015-2030, Strategjinë për Menaxhimin e Integruar të Mbetjeve, Politikat strategjike për mbrojtjen e biodiversitetit, Strategjinë Ndërsektoriale për Zhvillimin Rural dhe Bujqësor 2014-2020, Strategjinë e Transportit, Politikat strategjike për mbrojtjen e biodiversitetit, Kulturën dhe Turizmin Kulturor dhe çdo strategji tjetër kombëtare e sektoriale që ka ndikim në zhvillimin e turizmit.

Pikësynimet kryesore të politikave në fushën e turizmit janë:

- Rritja e kontributit të turizmit në të ardhurat e përgjithshme të vendit duke shtuar peshën specifike të tij në Produktin e Brendshëm Bruto (PBB);
- Zhvillimi i balancuar i ofertës turistike dhe shërbimeve të ndryshme turistike;
- Rritja e punësimit në sektorin e turizmit duke synuar angazhimin e punonjësve të kualifikuar;
- Përmirësimi i nivelit të jetesës dhe zbutja e varfërisë në zonat turistike në gjithë territorin e vendit;
- Rritja e shpenzimeve për turizëm, përfshirë këtu shpenzimet buxhetore (investimet publike), investimet private, Investimet e Huaja Direkte (IHD) në sektorin e turizmit, partneritetin publik-privat, etj.
- Rritja e të ardhurave nga aktivitetet dhe shërbimet turistike;
- Sigurimi i mbrojtjes ligjore dhe institucionale të të drejtave të udhëtarëve dhe vizitorëve.

Ngritja e një sistemi kompleks e multidimensional për zhvillimin e turizmit mundëson:

- Plotësimin cilësor të nevojave të vizitorëve;
- Krijimin e vazhdueshëm të mundësive për punësim dhe rritjen e të ardhurave;
- Nxitjen e zhvillimit të marrëdhënieve ndërkombëtare në sferën turistike;
- Mbrojtjen e burimeve turistike;
- Respektimin e trashëgimisë kulturore-historike dhe natyrore të Shqipërisë;
- Planifikimin dhe zhvillimin e sektorit të turizmit në harmoni të plotë me mjedisin;
- Sigurimin e zhvillimit të rajoneve turistike dhe/ose qendrave me burime natyrore, social-kulturore dhe qendrave klimaterike;
- Nxitjen e shpërndarjes së barabartë të përfitimeve ekonomike nga turizmi në mbarë vendin;
- Inkurajimin e ofrimit të shërbimeve turistike dhe mundësive rekreative për grupet e pafavorizuara nga pikëpamja ekonomike dhe/ose shoqërore të qytetarëve shqiptarë.

Çështjet kryesore që do të trajtohen për arritjen e pikësynimeve janë këto:

- Konsolidimi dhe përcaktimi i produkteve të reja dhe konkurrese nëpër destinacione dhe i zonave/vendeve dhe pikave turistike prioritare për zhvillimin e turizmit në Shqipëri;
- Kryerja e kërkimeve dhe vëzhgimeve me cilësi të lartë dhe renditja e tregjeve të synuara sipas përparësisë;
- Përmirësimi i mekanizmave dhe metodave për shkëmbimin e informacionit për hartimin e statistikave sektoriale të turizmit;
- Cilësimi i vendit në tërësi si destinacion turistik dhe i zonave të veçanta turistike, si dhe prezantimi dhe promovimi i efektshëm në tregjet botërore dhe të synuara;
- Përmirësimi dhe lehtësimi i vazhdueshëm i procedurave të hyrjes në vendin tonë dhe transportit drejt destinacioneve turistike;

- Forcimi i bashkëpunimit rajonal në zhvillimin e standardeve dhe destinacioneve turistike rajonale;
- Përmirësimi dhe zhvillimi i infrastrukturës në shërbim të zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit;
- Ofrimi i shërbimeve më cilësore turistike;
- Ngritja e vazhdueshme e nivelit të profesionalizmit të burimeve njerëzore në sektorin e turizmit;
- Sigurimi i shëndetit dhe garantimi i sigurisë publike;
- Menaxhimi i destinacioneve dhe mjedisit me qëllim përmirësimin e kushteve për zhvillimin e biznesit në turizëm dhe tërheqjen e investimeve të reja.

Qëllimi kryesor i dokumentit strategjik është të sigurojë sinergji mes objektivave zhvillimorë:

- rritjes së konkurrencës (inovacioni, cilësia, suksesi, njohuritë dhe dijet, siguria, vlera e shtuar, trafiku, hyrjet, kënaqësia e turistit);
- përmirësimin të cilësisë së jetesës dhe mirëqenies (mirëqenia e popullatës lokale, zhvillimi i balancuar rajonal, pjesëmarrja në zhvillimin e turizmit, kënaqësia e punonjësve, cilësia e jetesës);
- krijimit të mjedisit të favorshëm për bizneset (prioriteti i turizmit, partneritete për zhvillim, partneriteti publik-privat, turizmi në raport me aktivitetet e tjera ekonomike) dhe
- marketingun efektiv dhe inovativ (njohja në tregjet e huaja, marka e tregut, imazhi i Shqipërisë, ndërkombëtarizimi).

Parimet bazë të zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit

1. Procesi i zhvillimit duhet të jetë i qëndrueshëm – objektivi ekonomik duhet balancuar me mbrojtjen e mjedisit, kulturës dhe mirëqenies së komunitetit:
 - Do punohet për rezultate pozitive në periudhë afatgjatë dhe jo për maksimalizimin e fitimit në periudhë afatshkurtër.
 - Zhvillimi i turizmit do të bazohet dhe mbështesë mbrojtjen e mjedisit, përfshirë burimet natyrore, ekosistemet, peizazhet, biodiversitetin etj. dhe, në disa zona, edhe do të mbështetet nga përmirësimi i mjedisit ekzistues.
 - Zhvillimi i turizmit do të sigurojë strukturat sociale dhe mirëqenien sociale të banorëve të destinacioneve turistike, të njerëzve që punojnë në këtë biznes dhe të gjithë shoqërisë.
 - Zhvillimi i turizmit do të mbështesë mbrojtjen dhe ruajtjen e trashëgimisë kulturore, zakoneve dhe traditave kulturore.
 - Burimet e turizmit do të inventarizohen, auditohen, mbrohen dhe përmirësohen.
 - Gjithë projektet e reja për zhvillimin e turizmit do të vlerësohen paraprakisht dhe, pas zbatimit, do të monitorohen për sa i takon ndikimit të tyre të mundshëm lidhur me kriteret e mësipërme.
2. Metoda e planifikimit për të siguruar cilësi, zhvillim të qëndrueshëm dhe prioritet
 - Për sigurimin e zhvillimit të qëndrueshëm dhe renditjen e veprimeve sipas përparësisë, është e nevojshme që në dy nivelet të zbatohet një metodë e planifikimit për turizmin, bazuar në parimin e udhëheqjes nga ekspertiza, pjesëmarrjes, rezultateve të balancuara për zhvillim të qëndrueshëm dhe renditjes së veprimeve sipas përparësisë.
3. Zhvillimi i turizmit duhet të nxitet nga orientimi drejt tregut dhe cilësia
 - Studimet e vazhdueshme të tregut në të gjithë nivelet (në nivel kombëtar, rajonal, lokal dhe në biznese) çojnë në përzgjedhjen e grupeve të synuara me potencialin më të lartë dhe sigurojnë njohuri për pritshmëritë dhe kërkesat e konsumatorëve.
 - Oferta, cilësia, standardet dhe menaxhimi i produktit turistik (gjithë destinacioni, fshati ose biznesi i vetëm turistik) i drejtohen konsumatorit.

- Planet për krijimin e produkteve bazohen tek përputhshmëria e produkteve me nevojat e tregut të synuar.
 - Drejtimi kryesor për të përcaktuar cilësinë është që të punohet për cilësinë e elementeve kryesore të produktit turistik dhe të gjithë zinxhirit të produktit. Për këtë arsye, sigurimi i cilësisë së shërbimeve në destinacione dhe pikat turistike, në industrinë e turizmit dhe gjatë itinerarit të udhëtimit turistik janë aspektet kryesore, të cilave u duhet kushtuar vëmendje.
 - Ndjekja dhe sigurimi i zinxhirit të udhëtimit turistik për sa i takon lehtësisë së hyrjes, informacionit dhe sigurisë do të jenë prioritet për garantimin e sigurisë dhe përmbushjen e pritshmërive të konsumatorëve.
4. Planifikimi, zhvillimi, veprimtaritë prioritare dhe menaxhimi do të bazohen dhe do të përqendrohen tek rajonet turistike, produktet turistike brenda destinacioneve turistike dhe atraksionet turistike
- Planet për zhvillimin e produktit turistik do të bazohen tek rajonet turistike, destinacioni turistik dhe atraksionet turistike.
 - Për organizimin e ofertës turistike nga pikëpamja gjeografike, baza për integrimin e produkteve kryesore në treg do të jenë rajonet turistike.
5. Destinacioni turistik është thelbi dhe pika kyçe e zhvillimit të turizmit
- Zhvillimi i produktit do të përqendrohet dhe lidhet me destinacionin ku do të zhvillohet.
 - zhvillimi dhe realizimi i produkteve të turizmit do të ndodhë në kuadër të planifikimit dhe krijimit të përbashkët të destinacionit.
 - Projektet, që mbështesin zhvillimin e turizmit, do të renditen sipas përparësisë dhe do të përqendrohen tek produktet turistike prioritare nëpër destinacione.
6. Zhvillimi i turizmit duhet drejtuar dhe bashkërenduar nga struktura të konsoliduara profesionale
- Ministria përgjegjëse për turizmin është struktura përgjegjëse për drejtimin dhe bashkërendimin e zhvillimit të turizmit në vend.
 - Strukturat për menaxhimin e turizmit në nivel kombëtar, rajonal dhe lokal duhet të jenë pikat kryesore për orientimin e zhvillimit të produktit dhe marketingut drejt tregjeve të synuara dhe për sigurimin e drejtimit dhe bashkërendimit në procesin për zhvillimin e destinacionit.
7. Zhvillimi i turizmit do të bazohet tek qasja e bashkëpunimit
- Çelësi për të pasur një produkt turistik të suksesshëm dhe të qëndrueshëm është bashkëpunimi dhe përfshirja në zhvillimin e turizmit e të gjitha palëve të interesuara.
 - Niveli i përfshirjes së qeverisjes vendore dhe popullsisë lokale, grupeve të interesit dhe bizneseve lokale është thelbësor për të siguruar një proces të suksesshëm të planifikimit dhe zhvillimit në destinacion.
 - Në nivel kombëtar, bashkëpunimi mes administratës (Ministrisë), organizatave dhe shoqatave turistike dhe ekspertëve përmirëson procesin vendimmarrës.
 - Në nivel biznesi, bashkëpunimi mes “konkurrentëve” mund të përmirësojë cilësinë e ofertës dhe, pra, aftësinë konkurruese, për shembull, në tregun ndërkombëtar.
 - Bashkëpunimi me njësitë e qeverisjes vendore është i domosdoshëm për mbështetjen e zhvillimit të turizmit në nivel lokal dhe rajonal.
8. Mbështetja e një industrie konkurruese të turizmit si forcë shtytëse e zhvillimit
- Krijimi i një klime të favorshme për biznesin, kuadrit rregullator dhe standardeve të industrisë do të ndihmojë për të hedhur themele të shëndosha për zhvillimin e industrisë së turizmit.
9. Zhvillimi i burimeve njerëzore si burim kryesor i industrive të shërbimeve
- Njerëzit janë një nga burimet më të çmueshme në turizëm. Ngrohtësia, mikpritja dhe profesionalizmi i popullsisë lokale, stafit dhe pritësit, të cilët kërkojnë përmbushjen e pritshmërive të konsumatorëve, janë faktorët më të rëndësishëm të suksesit në procesin e zhvillimit të turizmit.
 - Zhvillimi i burimeve njerëzore dhe krijimi i ekspertizës specifike në gjithë nivelet është faktor kryesor i strategjisë për turizmin.

10. Shpërndarja e burimeve të mjaftueshme (financiare, njerëzore dhe teknike) për të siguruar një proces të suksesshëm të zhvillimit të turizmit.

- Turizmi në Shqipëri, i cili njihet si sektor prioritar, do të mbështetet nga burimet e mjaftueshme, përfshirë strukturat, ekspertiza dhe projektet financuese.
- Turizmi do të mbështetet nëpërmjet krijimit të strukturave të nevojshme për zhvillimin e turizmit në nivel kombëtar, rajonal dhe lokal dhe krijimit të kapaciteteve të nevojshme.
- Zhvillimi i turizmit do të mbështetet nga projekte financuese prioritare bazuar në procesin e planifikimit të strukturave të turizmit. Burimet financuese përfshijnë buxhetin vjetor të Ministrisë që mbulon 5 zona kryesore strategjike, që plotësohet me fonde të tjera shtetërore, mbështetjen e donatorëve dhe buxhetet e subjekteve rajonale dhe lokale. Planifikimi i përbashkët dhe përpjekjet e përbashkëta mundësojnë sinergji të lartë dhe efekte maksimale.
- Zhvillimi i turizmit do të mbështetet nga harmonizimi i investimeve dhe financimeve në sektorë të tjerë (d.m.th, mjedisit, infrastrukturës, monumenteve/trashëgimive kulturore) me planifikimin e produkteve turistike në destinacionet përkatëse.

Objektivat Strategjike

Objektivat ekonomike

Turizmi është një nga sektorët kyç të një vendi, jo vetëm për rolin e rëndësishëm që ka në kontributin e rritjes ekonomike, por edhe për shkak të impaktit zinxhir që ka në sektorët e tjerë të ekonomisë. Turizmi përveçse kontribuon drejtpërdrejt në rritjen ekonomike dhe gjithë indikatorët e lidhur me të, si dhe në uljen e papunësisë, shpesh shoqërohet me një impakt indirekt në zhvillimin social të vendit që mund të jetë shumë i rëndësishëm. Impakti indirekt i këtij sektori lidhet me nevojat që ka për zhvillimin paralel të një sërë sektorësh të tjerë në mbështetje të turizmit. Duke marrë parasysh lidhjet direkte dhe indirekte të zhvillimit ekonomik me turizmin, objektivat kryesore ekonomike mund të grupohen si më poshtë¹:

- Rritja e kontributit direkt të turizmit në PBB nga 8.4% në vitin 2016 në nivelin e 10% në vitin 2022, duke mbajtur një rritje mesatare vjetore për periudhën 2018-2022 në nivelet e 6.2 % në vit;
- Rritja e kontributit direkt dhe indirekt të turizmit në PBB nga 26% në vitin 2016, në nivelin e 29% në vitin 2022, duke mbajtur një rritje mesatare vjetore për periudhën 2018-2022 në nivelet e 6.1% në vit. Kontributi indirekt i këtij sektori vlerësohet të jetë në raportet e 1 me 2.5 krahasuar me kontributin direkt, duke përforcuar rëndësinë që ka në zhvillimin ekonomik të vendit;
- Rritja e punësimit nga niveli i 85.000 të punësuar direkt në sektorin e turizmit ose 7.7% të numrit total të të punësuarve në vitin 2016, synohet të arrij në 100.000 vende te reja pune ose 8.5% të totalit të të punësuarve deri në vitin 2022;
- Rritja e punësimit të lidhur direkt ose indirekt me sektorin e turizmit pritet që nga niveli i 267.000 të punësuar ose 24% të numrit total të të punësuarve në vitin 2016, synohet të arrij në 300.000 ose 26% të totalit të të punësuarve deri në vitin 2022;
- Rritja me 21% në vitin 2022 e numrit të të punësuarve të kualifikuar dhe certifikuar;

¹ Për vlerësimin e parashikimeve janë përdorur një sërë raportesh dhe tabelash nga institucione të ndryshme kombëtare dhe ndërkombëtare si Fondi Monetar Ndërkombëtar, World Travel and Turism Council, Instituti i Statistikave, Ministria e Financave, Banka e Shqipërisë, si dhe janë bërë një sërë analizash nga vetë autorët për të mundësuar parashikimet e treguesve për periudhën 2016-2022.

<https://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2016/cr16142.pdf>,

<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/albania2016.pdf>

http://www.instat.gov.al/media/306839/pbb_prodhim_16.xls

[http://www.financa.gov.al/files/userfiles/Programimi_EkonomikoFiskal/Kuadri_Makroekonomik_dhe_Fiskal/Kuadri_Makroekonomik_e_Fiskal_per_Periodhen_2017-2019_\(VKM_Nr_80_dt_3_2_2016\).pdf](http://www.financa.gov.al/files/userfiles/Programimi_EkonomikoFiskal/Kuadri_Makroekonomik_dhe_Fiskal/Kuadri_Makroekonomik_e_Fiskal_per_Periodhen_2017-2019_(VKM_Nr_80_dt_3_2_2016).pdf)

- Rritja e të ardhurave totale nga taksat dhe tatimet nga sektori i turizmit deri në vitin 2022 në nivel vendi në masën e 9 miliardë lekë ose 45% më shumë në vitin 2022 se viti 2016;
- Rritja e të ardhurave totale nga taksat dhe tatimet nga sektori i turizmit në mënyrë direkte dhe indirekte deri në vitin 2022 në nivel vendi në masën e 31 miliardë lekë ose 44 % më shumë në vitin 2022 se viti 2016;
- Rritja e të ardhurave nga udhëtimet/turizmi në valutë të huaj, duke synuar një shifër prej 1,789 milion euro në vitin 2022;
- Krijimin e rreth 6000 bizneseve apo sipërmarrjeve të reja në sektorin e turizmit për periudhën 2018- 2022 ose një rritje me 26.6% krahasuar me vitin 2015, nga një rritje me 22.6% që pritet të ketë numri i përgjithshëm i bizneseve në ekonomi për të njëjtën periudhë;
- Rritja e investimeve në sektorin e turizmit nga investimet publike me rreth 4.5% çdo vit duke synuar shifrën prej 26.3 miliardë lekë ose 6.3% të investimeve publike në vitin 2022. Synimi i një norme rritje mbi mesataren e rritjes ekonomike për të njëjtën periudhë ka si qëllim të fuqizojë këtë sektor dhe ta kthejë në një sektor të zhvillimit të qëndrueshëm ekonomik;
- Investimeve të huaja direkte të lidhura në mënyrë indirekte me sektorin e turizmit pritet që të kenë një rritje duke synuar një shifër 2,552 milion euro në vitin 2022.

Objektivat cilësore

Objektivat cilësore japin një përshkrim të orientimeve më të përgjithshëm për zhvillimin e turizmit dhe janë të lidhura ngushtë me parimet bazë të strategjisë.

- Përmirësimi i cilësisë së produktit turistik në nivel vendi, bashkie/qarku (destinacioni) dhe biznesi, përfshirë lehtësirat, shërbimin, menaxhimin, infrastrukturën, informacionin;
- Përmirësimi i orientimit të konsumatorit në gjithë sektorin e turizmit dhe sigurimi se pritshmëritë dhe kërkesat e konsumatorëve përcaktojnë produktin turistik;
- Krijimi i një imazhi pozitiv të vendit si destinacion turistik ndërkombëtar;
- Përmirësimi i kushteve të jetesës në destinacionet turistike, përfshirë të ardhurat, infrastrukturën dhe strukturën sociale;
- Sigurimi i përmirësimit dhe mbrojtjes së strukturave dhe kushteve ekologjike dhe sociale;
- Mundësimi i të gjithëve për të pasur akses ndaj turizmit;
- Sigurimi i shfrytëzimit të qëndrueshëm dhe të përgjegjshëm i burimeve natyrore dhe kulturore.

Objektivat strukturore: tregjet, produktet, industria

Objektivat që lidhen me tregun: tregjet dhe grupet e synuara

Duke marrë në konsideratë analizën lidhur me tregjet kryesore, në fokus të zhvillimit do të jetë rritja e numrit të vizitorëve të huaj. Synimi është që numri në total i vizitorëve të huaj të arrijë në 5.8 milion në vitin 2022. Ndërsa lidhur me netqëndrimet, synimi është që të arrihet një rritje 15% më shumë në vitin 2022 se në vitin 2017.

Tabela 1: Rritja e numrit të netqëndrimeve nga tregjet kryesore (% në vit)

Tregjet	Në periudhë afatshkurtër 2020	Në periudhë afatmesme 2022	Në periudhë afatgjatë 2030
Gjithsej të huaj	115%	120%	125%
Evropa Perëndimore	120%	125%	130%
Gjermani			
Britani e Madhe			
Skandinavi			
Francë			

Itali	tregje ne rritje		
Greqi	tregje ne rritje		
Slloveni			
Kroaci			
Zvicër	treg ne rritje		
Evropa Jugore			
Ballkani	120%	125%	130%
Sërbi			
Bosnjë			
Maqedoni			
Mali i Zi			
Kosovë	100%	105%	110%
Evropa Lindore	120%	125%	130%
Poloni			
Hungari			
Çeki			
Sllovaki			
SHBA/Kanada	110%	115%	120%
Azia (Japoni, Kinë)	110%	115%	120%
Rusi	115%	120%	125%
Ukrainë	115%	120%	125%
Emigrantë	105%	110%	115%
Shqiptarë etnik			
Vendas	110%	115%	120%

Gjithashtu një faktor tjetër i rëndësishëm është përcaktimi i ndarjes (segmentimit) së tregut ose eksperiencave të vizitorëve nisur nga grupmoshat, nivelet e të ardhurave, vendet gjeografike dhe koha gjatë vitit në të cilin ata udhëtojnë. Dinamikat e tregut do të vlerësohen në mënyrë të përhershme dhe në bazë të të dhënave të gjeneruara do të përditësohet edhe përshtatet edhe qasja ndaj grupeve të synuara. Nga analizat e deritanishme, grupet të cilat mund të synohen janë:

- Moshat e reja, me fokus te gjeneratat *millenials* – Ky është një grup që shpenzon për veprimtari sociale dhe kulturore, duke përdorur mënyra të ndryshme të udhëtimit, duke përfshirë edhe backpacking.
- Çiftet pa fëmijë dhe me të ardhura të dyfishta – Ky grup karakterizohet nga vizitorë me të ardhura të mira, por që janë të interesuar për pushime të shkurtra dhe paketa udhëtimesh. Kryesisht ky grup është i mirëinformuar nga interneti, publikimet e ndryshme nëpër media dhe nga shoqëria. Ky grup nuk është i ndjeshëm ndaj çmimeve.
- Familjet – Në këtë grup përfshihen familjet me fëmijë me moshë deri në 6 vjeç dhe ato me fëmijë me moshë 6 – 14 vjeç. Ndërsa të parat çdo gjë në pushime e fokusojnë te fëmija, pra fokusi kryesor është plotësimi i çdo kërkesë të fëmijës, të dytat shikojnë për kënaqësi të të gjithë anëtarëve të familjes. Koha kur ky grup udhëton është periudha e pushimeve të shkollës. Kryesisht ky grup informohet nga rekomandimet dhe është mjaft i ndjeshëm ndaj çmimeve.
- Çiftet me moshë 50 – 65 vjeç, të cilët jetojnë më vete nga fëmijët e tyre – Ky grup pëlqen të udhëtojë gjatë gjithë vitit, shpesh duke kombinuar qëllimin për biznes me kënaqësinë dhe

është i prirur për një mënyrë të shëndetshme jetese. Ky grup nuk është i ndjeshëm ndaj çmimeve është totalisht i parapërgatitur për të udhëtuar dhe pëlqen trajtimin e vetvetes gjatë udhëtimit. Kryesisht ky grup informohet nëpërmjet rekomandimeve, internetit dhe publikimeve të ndryshme nëpër media.

- Moshë e tretë, pensionistët pa ndonjë problem shëndetësor të madh, me moshë mbi 65 vjeç – Ky është një grup i cili vazhdon të udhëtojë në mënyrë aktive dhe është i interesuar të vizitojë destinacione kryesore turistike. Një nga kërkesat kryesore të këtij grupi është cilësia në akomodim (akomodim i rehatshëm) dhe ofrimi i shpejtë i ndihmës mjekësore. Ky grup është i ndjeshëm ndaj çmimit, udhëton kryesisht në pranverë dhe në vjeshtë dhe kryesisht ndjek rekomandimet si burim informacioni.
- Organizatorët e specializuar të udhëtimeve turistike – Në rolin e ndërmjetësve të specializuar për përgatitjen e udhëtimeve turistike, ky grup udhëton kryesisht në pranverë dhe në vjeshtë. Ky grup preferon të vizitojë destinacione turistike të njohura e tërheqëse, me një cilësi të lartë shërbimi.

Produktet turistike në Shqipëri

Për të përfituar nga përdorimi i burimeve turistike, duke pasur parasysh nevojat e tregjeve kryesore të synuara, zhvillimi i turizmit shqiptar mund t'i shfrytëzojë në mënyrë të balancuar potencialet e tij dhe të përqendrohet në zhvillimin e këtyre produkteve turistike deri në vitin 2022:

- Turizmi Bregdetar (Turizmi i diellit dhe detit, Turizmi Detar/ Marinave)
- Turizmi i Kulturës me të gjitha llojet e tij (Historik/arkeologjik, Trashëgimia kulturore, Fetar, Kulinari, Folklor, Art)
- Turizmi i Natyrës (Malor, Rural, Ekoturizmi, Aventurës, Agroturizmi)
- Turizmi shëndetësor (Turizmi i ujërave termale SPA, Turizmi mjekësor)
- Turizmi i konferencave/biznesit.

Një ofertë e tillë e produkteve turistike krijon mundësi për të zgjeruar grupin e vizitorëve të interesuar për lloje të ndryshme të udhëtimeve turistike dhe veprimtarive turistike, me synimin e rritjes së ndjeshme të veprimtarive turistike dhe të ardhurat nga sektori i turizmit në Shqipëri. Nga ana tjetër, diversifikimi i llojeve të produkteve turistike mundëson përhapjen e veprimtarive turistike në të gjithë vendin, duke kontribuar drejtpërdrejt në reduktimin gradual të përqendrimit të tyre në disa zona të caktuara dhe gjatë gjithë vitit. Produktet turistike do të analizohen dhe vlerësohen në intervale të rregullta kohore për të matur peshën specifike të tyre, duke krijuar mundësi për evidentimin e produkteve të reja apo edhe kombinimin ndërmjet produkteve të ndryshme.

Industria e turizmit

Rritja e aftësisë konkurruese të Shqipërisë si destinacion turistik lidhet me standardet e cilësisë që ofrojnë të gjitha llojet e strukturave akomoduese. Zhvillimi në të ardhmen varet nga cilësia e lartë në ndërtimet e reja të strukturave dhe rritja e cilësisë në ato ekzistuese.

Resortet dhe hotelet – Resortet dhe hotelet në nivel klasifikimi me 4 dhe 5 yje janë objekte të cilat mund të tërheqin vizitorë edhe jashtë sezonit. Në përgjithësi këto lloj strukturash akomoduese në Shqipëri, në shumicën e destinacioneve, ku nuk ka edhe oferta të tjera shtesë, operojnë në një sezon të shkurtër. Pra, zhvillimi në destinacionet turistike i një sistemi akomodimi me standarde të larta cilësie do të sjellë edhe zgjatjen e sezonit. Zhvillimi i ofertës turistike përmes ndërtimit të strukturave të reja akomoduese (resorte, hotele) apo rikonstruksioni i strukturave akomoduese ekzistuese, duke përfshirë në to patjetër edhe pishina, objekte për aktivitete sportive dhe argëtuese për fëmijë, salla për konferenca, qendra shëndetësore apo për mirëqenie (SPA). Ku është e mundur, ndërtimi i resorteve dhe hoteleve të reja të bëhet në zona të urbanizuara ose zona me aktivitete të ulët ndërtimi, në mënyrë që të ulët kostoja e

investimeve në infrastrukturë dhe të evitohen ndërtimet masive në këto zona. Gjithashtu ndërtimet duhet të respektojnë natyrën autentike të destinacionit.

Strukturat akomoduese të vogla, familjare B&B – Strukturat e vogla familjare akomoduese përgjatë bregdetit apo në zonat e tjera të Shqipërisë përfaqësojnë një vlerë tërheqëse të akomodimit në tregje të ndryshme apo segmente të vizitorëve, sidomos në tregun e turizmit të interesit të veçantë. Këto lloj strukturash akomoduese kontribuojnë në diferencimin e ofertës turistike. Ndërtimi i tyre është mirë të bëhet në zona urbane apo në zona me përqendrim të lartë të vizitorëve, duke ruajtur gjithmonë këto zona nga mbipopullimi i ndërtimeve. Gjithashtu ndërtimet duhet të ruajnë natyrën autentike të produktit në destinacion.

Kampingu – Cilësia e destinacioneve turistike, burimet natyrore dhe afërsia me tregjet kryesore, bëjnë që Shqipëria të njihet si destinacion tërheqës për kampingun. Ndërtimi i kampingjeve të reja përfshin zhvillimin e kampingjeve të vogla familjare, pranë rrugëve e qyteteve kryesore, pranë atraksioneve turistike dhe afër zonave të mbrojtura, duke pasur gjithmonë në konsideratë përmbushjen e kriterëve për mbrojtjen e mjedisit.

Akomodimi familjar (dhoma, shtëpi, apartamente) – Akomodimi familjar përbën një komponent të akomodimit në Shqipëri. Në përgjithësi ky treg është informal. Prandaj zhvillimet e reja duhen mbajtur nën kontroll dhe nëse del e nevojshme duhen kufizuar. Një nga mënyrat më të mira për zhvillimin në të ardhmen është organizimi i tyre “Scattered Hotel”. Kjo është një ofertë ku një numër i madh njësisish akomoduese familjare (dhoma, apartamente, shtëpi), me standarde të njëjta, pronarë të ndryshëm dhe në të njëjtin destinacion, e vendosin veten në treg në mënyrë të organizuar dhe nën një menaxhim të vetëm. Për krijimin e kapaciteteve të reja akomoduese duhet të inkurajohen pronarët e shtëpive të vjetra (historike) për t’i përshtatur hapësirat e brendshme për nevoja të mikpritjes së turistëve.

Objektivat që lidhen me ofertën për akomodim

- Përmirësimi i standardeve dhe cilësisë në strukturat akomoduese. Klasifikimi i 2000 strukturave akomoduese deri në vitin 2022, në përputhje me kuadrin ligjor në fuqi;
- Rritja e numrit të shtretërve me 30% deri në vitin 2022;
- Regjistrimi i 80% të akomodimit familjar (dhoma, apartamente, shtëpi) deri në vitin 2022;
- Ndërtimi i resorteve dhe hoteleve me 4 dhe 5 yje, të paktën 5 resorte që ofrojnë shërbime komplekse deri në vitin 2022;
- Trefishimi i kapaciteteve në strukturat akomoduese në zonat rurale;
- Rritja tre herë e numrit të shesheve për kamping, që ofrojnë standarde ndërkombëtare;
- Rritja e numrit të shtretërve (5000 mijë shtretër) në strukturat akomoduese të vogla familjare B&B, në destinacionet kryesore.

KAPITULLI III. OBJEKTIVAT E POLITIKËS DHE PRODUKTET MADHORE

Fushat dhe Drejtimet Strategjike

Për zbatimin e qëllimeve strategjike duhet vepruar në 5 fusha kryesore dhe 19 drejtime strategjike, të cilat do të synojnë përmirësimin e konkurrencës dhe realizimin e objektivave strategjike. Fushat kryesore dhe drejtimet strategjike në të cilat duhet të fokusohen politikat e turizmit deri në vitin 2022 janë:

1. Fusha Kryesore: Zhvillimi i produktit (diversifikimi i ofertës turistike)

- Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit bregdetar
- Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit kulturor
- Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit të natyrës
- Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit shëndetësor
- Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit të biznesit/konferencave

2. Fusha Kryesore: Zhvillimi i burimeve njerëzore (përmirësimi i cilësisë së shërbimeve)

- Drejtimi Strategjik: Krijimi i kuadrit për strukturat e arsimimit dhe trajnimit
- Drejtimi Strategjik: Trajnim dhe arsimim profesional dhe për stafin
- Drejtimi Strategjik: Programe specifike për stafin në komunitete
- Drejtimi Strategjik: Përmirësimi i cilësisë së jetesës në nivel lokal

3. Fusha Kryesore: Marketingu (promovimi i Shqipërisë si destinacion i turizmit gjithëvjetor)

- Drejtimi Strategjik: Strategjia e Marketingut të Turizmit
- Drejtimi Strategjik: Promovimi i produkteve turistike
- Drejtimi Strategjik: Përfshirja e TIK

4. Fusha Kryesore: Investimet private dhe publike

- Drejtimi Strategjik: Rritja e investimeve strategjike
- Drejtimi Strategjik: Përmirësimi i parametrave të klimës së investimeve
- Drejtimi strategjik: Rritja e investimeve publike

5. Fusha kryesore: Kuadri i politikave dhe menaxhimi i destinacioneve

- Drejtimi Strategjik: Konsolidimi i kuadrit ligjor dhe institucional
- Drejtimi Strategjik: Standardizimi i veprimtarive turistike
- Drejtimi Strategjik: Përmirësimi i cilësisë së statistikave
- Drejtimi Strategjik: Zhvillimi i modelit të përshtatshëm për menaxhimin e destinacionit

1. Fusha Kryesore: Zhvillimi i produktit

Zhvillimi i produktit turistik është një nga faktorët e rëndësishëm të zhvillimit të turizmit në Shqipëri. Nga pikëpamja gjeografike, produkti turistik është i përhapur në pjesën më të madhe të territorit të vendit. Produkti turistik shqiptar nuk është një rajon i vetëm, por përfshin trashëgiminë kulturore dhe natyrore të përhapur në gjithë rajonet kryesore të Shqipërisë dhe ofertën bregdetare për bregdetin e Adriatikut dhe Jonit. Produkti turistik është një paketë elementesh që ofrohen nga shumë subjekte publike dhe private, nganjëherë në një rajon, komunitet dhe, nganjëherë, në formë paketash për gjithë vendin.

Nisur nga prirjet aktuale të tregut botëror të turizmit, sfida kryesore e Shqipërisë është të zhvillojë produktin turistik që të jetë më cilësor, të jetë më proaktiv ndaj tregut dhe të ketë qëndrueshmëri në cilësi mbi shërbimet dhe destinacionet, në zona të ndryshme gjeografike. Produkte kryesore turistike që

mund të zhvillohen në Shqipëri janë: turizmi i diellit dhe detit dhe turizmi detar (komponentë të turizmit bregdetar), turizmi kulturor, turizmi rural dhe malor, turizmi i aventurës dhe sportiv, turizmi shëndetësor, turizmi i biznesit/konferencave, turizmi i kulinarisë. Bashkë me to, në Shqipëri mund të zhvillohen dhe lloje të tjera të caktuara produktesh turistike si: ekoturizmi dhe turizmi social.

Vizioni i Qeverisë për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm ndërtohet mbi katër polet prioritare si destinacione turistike: Alpet Shqiptare me natyrën dhe sportet e aventurës, Jugut ku kombinohen plazhet dhe malet, Tirana si qendrës rajonale e eventeve të biznesit dhe kulturës, si dhe Marinat që kanë potencial të lartë të tërheqjes së një numri të madh turistësh. Prandaj edhe zhvillimi i produktit turistik, përveç fokusit të shtrirja gjithëvjetore e aktivitetit turistik dhe diversifikimi i ofertës, do të ketë një orientim më të theksuar në katër polet prioritare të zhvillimit të turizmit në Shqipëri.

Për të përmirësuar indeksin e konkurrueshmërisë turistike, Shqipëria do të forcojë bashkëpunimit me shtetet e rajonit të Ballkanit Perëndimor për të ndërtuar një ofertë rajonale të turizmit, që targeton vizitorin nga vendet e treta. Nismat e bashkëpunimit turistik përmes forumeve rajonale të nivelit të lartë do të synojnë mënjanimin e pengesave ekzistuese dhe rritjen e mundësisë për shkëmbim mes operatorëve turistikë të shteteve përkatëse. Bashkëpunimi turistik rajonal do të zhvillohet edhe në nivel bilateral, me një fokus të veçantë në rritjen e bashkëpunimit turistik me shtetin e Kosovës.

1.1. Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit bregdetar

Turizmi i diellit dhe detit – Produkti turistik i diellit dhe detit zhvillohet për të qenë një ofertë konkurruese në tregun vendas, rajonal dhe ndërkombëtar dhe do të shoqërohet edhe me zhvillimin e përmbajtjes së ofertës turistike, e cila është e rëndësishme për të arritur në kërkesat e vizitorëve lidhur me cilësinë e akomodimit, veprimtarive sportive apo veprimtarive të tjera argëtuese.

Objektiva

- Zhvillimet e ardhshme duhet të përqendrohen në ndërtimin e resorteve që ofrojnë shërbime komplekse me 4 dhe 5 yje, hoteleve me 4 dhe 5 yje, vlerësimin e eksperiencave të deritanishme dhe përmirësimin e standardeve që lidhen me kampingun (kategori e strukturave akomoduese) dhe rritjen e standardeve në shtëpitë private, duke synuar transformimin e tyre në struktura akomoduese të tipit B&B;
- Thithja e investimeve të huaja direkte në sektorin e turizmit:
 - në zonat dhe vendet urbane tashmë të zhvilluara,
 - për përmirësimin e strukturave akomoduese ekzistuese, të cilat nuk janë të përshtatshme për tu përfshirë në ofertën turistike,
 - për rivitalizimin e pronave shtetërore ekzistuese për qëllime të zhvillimit të turizmit.
- Të gjitha zhvillimet duhet të zbatohen teknologji të reja, duke respektuar në mënyrë rigoroz standardet mjedisore dhe kriteret ekologjike.

Aktivitete

- Përmirësimi i cilësisë në të gjitha strukturat akomoduese duke përfshirë përmirësimin e ndërtesave, respektimin e standardeve dhe implementimin e standardeve të reja në cilësinë e shërbimit;
- Diversifikimi i ofertës së akomodimit përmes përfshirjes së aktiviteteve të tjera ndihmëse, si sportive, biznesi, ndërtimit të resorteve që ofrojnë shërbime komplekse;
- Përmirësimi i cilësisë së akomodimit në shtëpitë private dhe respektimi i standardeve të përcaktuara në aktet nënligjore në fuqi;
- Përmirësimi i infrastrukturës turistike në zonën bregdetare;

- Ngritja e një muzeu nënujor për zhvillimet e rëndësishme arkeologjike në brigjet shqiptare;
- Zhvillimi i atraksioneve të reja me qëllim tërheqjen e kërkesave të tregut rajonal dhe ndërkombëtar;
- Riorganizimi i infrastrukturës turistike në destinacionet turistike, që lidhet me plazhet, shëtitorët, sinjalistikën rrugore, sinjalistikën turistike, hapësirat e parkimit publik dhe transportin publik lokal;
- Përmirësimi i sistemit të informacionit turistik në destinacionin turistik;
- Mundësia e përfshirjes së skemës së certifikimit “ECO” për strukturat akomoduese.

Turizmi detar/marinave – Një mundësi tjetër zhvillimi që ofron bregdeti shqiptar është dhe ai i turizmit detar. Shqipëria akoma ka potenciale të pashfrytëzuara, me një numër të konsiderueshëm gjresh të virgjëra që shtrihen përgjatë vijës bregdetare për krijimin e porteve turistike/marinave. Oferta për këtë lloj turizmi duhet të drejtohet drejt kruazierave të mëdha, jahteve dhe udhëtimeve të shërbimeve charter, me cilësi të lartë. Ndërtimi i porteve në Shqipëri, do të synojë nxitjen e trafikut të kruazierave dhe jahteve, në madhësi dhe kapacitete të ndryshme. Shqipëria duhet të përdorë portet, pontilet dhe molet ekzistuese, përpara se të ndërtohen pikat e tjera të reja në vitet e ardhshme.

Objektiva

- Përdorimi i infrastrukturës ekzistuese, 6 porte kombëtare të mëdhenj dhe disa porte ekzistues ushtarakë;
- Rikualifikimi i porteve ekzistuese të rëndësishme kombëtare dhe marinave në shërbim të sektorit të turizmit;
- Ndërtimi i 5 porteve të reja të përshtatshme për marina dhe stacione portuale të vogla për transport të brendshëm detar;
- Në zonat bregdetare (sipas ndarjes së Planit të Integruar Ndërsektorial për Brezin e Bregdetit) sugjerohet zhvillimi minimalisht i:
 - o një porti për zonë të rëndësishme kombëtare me aktivitete komplekse
 - o një marine për zonë për të nxitur dhe ndihmuar zhvillimin e turizmit elitare
- Zhvillimi i mëtejshëm i porteve të orientohet sipas vlerave dhe aktiviteteve më dominuese që zona ofron aktualisht dhe që ka si perspektivë zhvillimi në të ardhmen, duke respektuar në mënyrë rigoroz standardet mjedisore dhe kriteret ekologjike.

Aktivitete

- Hartimi i projektligjit “Për turizmin detar” dhe projektligjit “Mbi normat e lundrimit me mjete lundruese turistike”;
- Mbështetja e përgatitjes së një studimi lidhur me kapacitetet mbajtëse aktuale të porteve dhe marinave të destinuara për lundrime të kruazierave dhe jahteve;
- Promovimi i sistemeve të menaxhimit të mbeturinave, ku përfshihet mbledhja e mbeturinave nga anijet, jahtet, kruazierat;
- Hartimi i masave për marinat lidhur me respektimin e standardeve mjedisore;
- Stimulimi i ardhjes në Shqipëri të kruazierave të vogla;
- Përmirësimi i sistemit të sigurisë në det (roja bregdetare, shërbimet e shpëtimit).

1.2. Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit kulturor

Shqipëria njihet si një destinacion tërheqës dhe i pasur kulturor, si rezultat i investimeve në lloje të reja të produkteve të turizmit kulturor. Investimet në sitet kulturore, ndërtesa, sitet fetare dhe rrugët e peligrinazhit në qytete dhe fshatra të ndryshme të Shqipërisë, kanë rezultuar në përfshirjen e tyre në itinerare të rëndësishme turistike. Pikat turistike dhe ofertat për turizëm kulturor janë të mirënjohura dhe të konsoliduara në tregjet kryesore të burimeve. Është e dukshme nevoja urgjente për të

përmirësuar shtrirjen sezonale të turizmit. Duke qenë se atraksionet e trashëgimisë kulturore janë në kërkesë gjatë gjithë vitit, interesi i lartë duhet të kapitalizohet për të rritur shtrirjen sezonale dhe përhapjen gjeografike të turizmit. Promovimi duhet t'i drejtohet vendeve kryesore, jo të rajonit, treg i cili mund të japë kthimin më të mirë për investimin e kryer. Shqipëria po pozicionohet në rajonin e Mesdheut si një destinacion në rritje për sa i përket zhvillimit të turizmit të kulinarisë. Rritja dhe zhvillimi i këtij produkti është i bazuar në traditat e ushqimit dhe rritjen e ofertës për furnizim me ushqim, që përfshin kryesisht prodhimet tradicionale ushqimore nga zonat.

Objektiva

- Zhvillimi dhe promovimi në mënyrë të kënaqshme i veprimtarive kulturore ndërkombëtare me mundësi tërheqjen e vizitorëve të huaj, si dhe botimi i kalendarit vjetor të veprimtarive kulturore/turistike;
- Ofertat e ndryshme kulturore në destinacionet turistike në Shqipëri, do të çojnë në rritjen e numrit të vizitorëve të huaj dhe vendas në këto destinacione, numrit të netqëndrimeve dhe të ardhurave në vend. Dyfishimi i numrit të vizitorëve të huaj, numrit të netqëndrimeve dhe shpenzimeve të vizitorëve në destinacione;
- Rritja e ndikimit të produktit të turizmit kulturor në gjithë turizmin në Shqipëri. 30-35 % e numrit të vizitorëve të huaj shprehin interes për turizmin kulturor;
- Zhvillimi i investimeve në ndërtesa të destinuara për turizmin kulturor, ku përfshihet përshtatja e pronave shtetërore të papërdorshme për momentin si ndërmarrje të vjetra, ndërtesa ushtarake, me qëllim krijimin në to të kushteve për organizimin e veprimtarive kulturore;
- Realizimi i investimeve për ndërtimin e një numri të madh objektesh, që ofrojnë shërbime ushqimi, të përshtatshme me arkitekturën dhe ushqimin tradicional të zonës.

Aktivitete

- Hartimi i një plani veprimi për zhvillimin e turizmit kulturor në bashkëpunim me Ministrinë e Kulturës;
- Krijimi i qendrave të vizitueshme moderne në destinacionet kryesore;
- Nxitja e zhvillimit të itinerareve/shtigjeve me karakter historik, kulturor, fetar, të cilat duhet të përfshijnë disa kriteret të qarta për zhvillimin dhe mënyrën e menaxhimit;
- Përkrahja e skenës së pavarur kulturore për të pasuruar veprimtarinë artistike dhe diversifikuar ofertën kulturore kombëtare dhe ndërkombëtare të Shqipërisë;
- Përmirësimi në sitet kulturore të kushteve, që lehtësojnë vizitat në to si: orari i punës i përshtatshëm për vizitorët, informacioni shpjegues lehtësisht i lexueshëm dhe në gjuhë të ndryshme;
- Nxitja e përsosmërisë së kuzhinës shqiptare dhe mundësia e përfshirjes së saj në guidat ndërkombëtare;
- Markimi (Brandimi) i ofertës kombëtare dhe rajonale të ushqimit;
- Nxitja e zhvillimit të itinerareve/shtigjeve të ushqimit.

1.3. Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit të natyrës

Në destinacione të përzgjedhura me potenciale natyrore tërheqëse dhe fshatra tradicionale me një mënyrë jetese autentike ekziston një gamë tërheqëse produktesh turistike me interes të veçantë. Ofertat për turizmin natyror janë të mirënjohura dhe të konsoliduara në tregjet kryesore të burimeve.

Objektiva

- Rritja e kontributit të turizmit të natyrës në të ardhurat dhe uljen e varfërisë në destinacione të ndryshme të vendit;

- Përgatitja e ofertave për nënproduktet e turizmit të natyrës për tregun. Përcaktimi i 3 itinerareve rajonale të ecjes me biçikletë, 2 itinerareve kombëtare të ecjes me biçikletë, 4 oferta për alpinizëm, 3 oferta për lundrim me trap;
- Përcaktimi i itinerareve rajonale dhe itinerareve ndërkufitare të udhëtimeve më këmbë (hiking). Përcaktimi i 5 itinerareve të reja rajonale të udhëtimeve më këmbë (përveç itinerareve ekzistuese të udhëtimeve më këmbë dhe alpinizimit) dhe 2 itinerareve ndërkufitare të udhëtimeve më këmbë që përcaktohen në mënyrë profesionale;
- Rritja e standardeve të cilësisë në strukturat akomoduese dhe shërbimet në zonat rurale, malore dhe zonat e mbrojtura e parqet kombëtare.

Aktivitetet

- Zbatimi i nismës për “100 fshatrat” në bashkëpunim me ministrinë e linjës dhe me fokus në agro-turizmin;
- Hartimi i një studimi për vlerësimin e ndërtimit të qendrave dimërore komplekse (pistë skish, teleferik, shërbime tregtare, akomodim, veprimtari të tjera);
- Hartimi i një plani aktivitetesh për promovimin e turizmit alternativ;
- Krijimi i strukturës menaxhuese dhe zbatimi i PKST Alpet Shqiptare;
- Krijimi i infrastrukturës turistike midis zonave malore dhe atyre bregdetare;
- Evidentimi i fermave tradicionale që mund të përdoren si ferma turistike, duke respektuar elementët tradicional të ndërtimit dhe planin urban vendor të zhvillimit;
- Vlerësimi i aktiviteteve të përshtatshme për t’u zhvilluar dhe madhësisë së ofertës turistike në parqet natyrore dhe kombëtare dhe zonat e tjera të mbrojtura;
- Ngritja në atraksionet kryesore natyrore të qendrave moderne të vizitorëve me funksion edukativ dhe informues;
- Përcaktimi i modeleve për funksionimin e shërbimeve tregtare dhe aktiviteteve turistike në parqet kombëtare dhe zonat e mbrojtura (koncesion/PPP);
- Identifikimi i zonave të mundshme për zhvillimin e veprimtarive sportive si kajak, kanoe, etj.;
- Profilizimi i destinacioneve të turizmit të aventurës dhe atij sportiv me një ofertë të përshtatshme për konsumatorët e këtij produkti;
- Menaxhimi i sistemit të edukimit në vazhdim për sipërmarrësit në zonat rurale dhe malore;
- Përcaktimi i itinerareve të ecjes me biçikletë, përfshirë sinjalistikën e itinerarit, vendin për të kaluar natën, sistemin e informacionit, nevojat për përmirësimin e infrastrukturës;
- Mbështetja e përfshirjes së ofertës shqiptare për turizmin e ecjes me biçikletë në udhëzuesit ndërkombëtarë.

1.4. Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit shëndetësor

Produkti i turizmit shëndetësor synon të përmirësojë ofertën turistike shqiptare dhe të përmirësojë shpërndarjen gjeografike të saj, duke siguruar mundësi të reja të rritjes ekonomike, punësim dhe përdorim eficient të burimeve. Aktualisht ky lloj produkti është adresuar në mënyrë sporadike sipas kërkesave të rastit, me një vlerë të ulët në treg kur njihet gjerësisht se një produkt i këtij lloji është relativisht i shtrenjtë dhe siguron të ardhura të konsiderueshme për ekonomitë. Avantazh i Shqipërisë në të ardhmen do të jetë kombinimi i shërbimeve shëndetësore me çmimet konkurruese dhe qëndrimin e këndshëm në një vend turistik.

Objektiva

- Pozicionimi i Shqipërisë në tregun rajonal dhe ndërkombëtar për produktin e turizmit shëndetësor;
- Zhvillimi i ofertës së turizmit shëndetësor për segmente të ndryshme të tregut, të cilët janë përdoruesit e shërbimeve shëndetësore, mjekësore, të mirëqenies dhe rekreacionit;

- Përmirësimi dhe ndërtimi i qendrave kurative, i shoqëruar me rritjen e standardeve të strukturave akomoduese dhe zhvillimin e aktiviteteve zbavitëse;
- Thithja e investimeve për zhvillimin e strukturave të reja akomoduese në zonat e pasura me ujëra termale, me qëllim plotësimin e ofertës së turizmit shëndetësor;
- Zhvillimi i objekteve të reja të turizmit shëndetësor shoqërohet me ruajtjen e vlerave arkitekturore dhe mjedisore të zonës.

Aktivitete

- Realizimi i një studimi fizibiliteti për zhvillimin e turizmit shëndetësor në disa vendburime termale në Shqipëri;
- Hartimi i një plani veprimi për zhvillimin e turizmit shëndetësor në bashkëpunim me Ministrinë e Shëndetësisë;
- Lidhja e destinacioneve shqiptare ku zhvillohet ky produkt me rrjete të njohura ndërkombëtare dhe ofrues të shërbimeve të turizmit shëndetësor në vende të ndryshme si Gjermania, Kroacia, Italia, Sllovenia, Italia, Hungaria, Greqia;
- Ngritja e një shoqate profesionale kombëtare për turizmin shëndetësor, me fokus në testimin e tregut, ofrimin e informacionit, edukimin dhe bashkëpunimin me shoqatat dhe anëtarësinë në organizatat ndërkombëtare.

1.5. Drejtimi Strategjik: Produkti i turizmit të biznesit/konferencave

Zhvillimi i mëtejshëm i infrastrukturës, ndërtimi i qendrave të reja për organizimin e konferencave dhe kongreseve, përmirësimi i kapaciteteve të strukturave akomoduese për organizimin e veprimtarive të tilla, investime për implementimin e standardeve sa më të larta në strukturat akomoduese, si resorte dhe hotele, të cilat janë pjesë e markave të njohura ndërkombëtare hoteliere dhe tregut të organizimit të konferencave e kongreseve, do të mundësojë fokusimin e Shqipërisë në zhvillimin e produktit të turizmit të biznesit/konferencave, fillimisht në organizimin e aktiviteteve/konferencave deri në 500 pjesëmarrës e më pas në aktivitete/konferenca më të mëdha.

Objektiva

- Ndërtimi i të paktën një qendre multifunktionale konferencash dhe kongresesh, me një kapacitet ulës prej 3000 vendesh;
- Ndërtimi në destinacione kryesore turistike, në varësi edhe të kapaciteteve akomoduese, të disa qendrave multifunktionale konferencash dhe kongresesh, me një kapacitet ulës prej 1000 vendesh;
- Promovimi i destinacioneve turistike ku ndodhen këto qendra.

Aktivitete

- Hartimi i një studimi për zhvillimin e ofertës së turizmit të biznesit/konferencave në Shqipëri, me fokus në Tiranë;
- Tërheqja në Shqipëri e markave të njohura ndërkombëtare hoteliere në ofertën e akomodimit, veçanërisht në destinacionet e njohura për zhvillimin e turizmit të biznesit/konferencave;
- Vendosja e linjave direkte ajrore me vendet kryesore evropiane, të cilat janë të lidhura me zhvillimin e këtij lloj produkti;
- Përdorimi në ofertën e turizmit të biznesit/konferencave të siteve apo objekteve alternative si muzeume, parqe natyrore, etj.

2. Fusha Kryesore: Zhvillimi i burimeve njerëzore

Nevoja e përgjithshme për cilësi të burimeve njerëzore në sektorin e turizmit është elementi bazë për të pasur një ofertë të një niveli të lartë dhe konkurruese në tregun e turizmit. Ndryshimet e shpejta dhe

gjithnjë në rritje që pëson tregu dhe bizneset, zhvillimi i teknologjive të reja, kërkojnë burime të kualifikuara njerëzore, me njohuri dhe aftësi të reja, të cilat janë të nevojshme për të kryer në mënyrë sa më efikase funksionet menaxhuese dhe administrative në sektorin e turizmit. Zhvillimi i burimeve njerëzore duhet të realizohet në harmoni të plotë me avancimin e mundësive të zhvillimit për banorët lokalë të destinacioneve turistike, duke e qartësuar ndërlidhjen mes përfitimeve nga turizmi dhe rritjes së mirëqenies së komuniteteve lokale.

Objektivat e synuara në kuadër të zhvillimit të burimeve njerëzore janë:

- Krijohet Korniza Shqiptare e Kualifikimeve për profesionet kryesore në turizëm;
- Ngritja e një sistemi arsimor të qëndrueshëm, i cili do të bazohet në nevojat aktuale të sektorit të turizmit;
- Sigurimi i burimeve të mjaftueshme njerëzore të kualifikuara për të përmbushur nevojat e industrisë së turizmit;
- Organizimi i ofertës për trajnim dhe arsimim në çdo destinacion turistik;
- Përfshirja në programet e institucioneve të ndryshme arsimore të specializuara për turizmin e programeve specifike, bazuar në një kombinim të njohurive me aftësitë praktike;
- Promovimi dhe krijimi i mundësive për banorët vendas që të angazhohen në punë dhe sipërmarrje në fushën e turizmit;
- Krijimi i mundësive për pjesëmarrjen aktive të banorëve në menaxhimin e turizmit që çon drejt forcimit të ndjenjës së pronësisë dhe përkatësisë.

2.1. Drejtimi Strategjik: Krijimi i kuadrit për strukturat e arsimimit dhe trajnimit

Zhvillimi i një sistemi të kualifikimeve profesionale në turizëm është një nga nevojat më imediate të sektorit. Aftësimi profesional është qenësish i lidhur me përmirësimin e cilësisë së shërbimeve dhe ngritjen e nivelit të ofertës turistike të Shqipërisë.

Aktivitetet

- Krijimi i strukturës përgjegjëse funksionale për arsimimin dhe trajnimin në sektorin e turizmit;
- Ngritja e këshillave për zhvillimin e burimeve njerëzore në nivel kombëtar dhe rajonal;
- Mbështetja e krijimit të Sistemit Shqiptar të Kualifikimeve Profesionale në turizëm;
- Mbështetja e akreditimit të institucioneve që ofrojnë arsimim dhe trajnim në fushën e turizmit.

2.2. Drejtimi Strategjik: Trajnim dhe arsimim profesional për stafin

Sistemi i edukimit të burimeve njerëzore në funksion të sektorit të turizmit duhet të jetë i strukturuar si një përgjegjësi e përbashkët e institucioneve shtetërore, punëdhënësve dhe komuniteteve lokale.

Aktivitetet

- Evidentimi në bazë vjetore i nevojave për trajnimin në nivel qendror dhe rajonal;
- Hartimi i një plani vjetor për zhvillimin e burimeve njerëzore në sektorin e turizmit;
- Hapja në Shqipëri e degëve të institucioneve të njohura arsimore ndërkombëtare të specializuara për turizmin;
- Përfshirja e turizmit si pjesë e programit mësimor në sistemin 9-vjeçar dhe të mesëm.

2.3. Drejtimi Strategjik: Programe specifike për stafin në komunitete

Parakusht për një cilësi të lartë dhe rritje të konkurrencës së turizmit shqiptar është orientimi i tregut drejt arsimit profesional, me qëllim krijimin e fuqisë punëtore të kualifikuar në të gjitha fushat dhe nivelet e veprimtarive turistike.

Aktivitetet

- Hartimi i kërkesave për modulet bazë për profesionet kryesore: menaxhim, mbikëqyrës, shërbim në kuzhinë, reception, sektori i udhëtimeve, sipërmarrës, punonjës të turizmit (p.sh.: përvoja ndërkombëtare me kurset CEFE);
- Identifikimi i moduleve të trajnimit që ofrohen në bazë vjetore në nivel kombëtar dhe rajonal;
- Trajnimi i stafit për sigurinë në plazhe.

2.4. Drejtimi Strategjik: Përmirësimi i cilësisë së jetesës në nivel lokal

Përmirësimi i cilësisë së jetesës në nivel lokal është pjesë esenciale e deklaratës së vizionit të dokumentit strategjik. Asnjë destinacion turistik nuk mund të jetë i qëndrueshëm nëse nuk krijon mundësi zhvillimi për komunitetet që jetojnë në zonat përkatëse.

Aktivitetet

- Edukim dhe trajnim i vazhdueshëm për banorët e zonave turistike për të rritur mundësitë e punësisimit dhe diversifikimit të aktiviteteve që gjenerojnë të ardhura;
- Ngritja e mekanizmave të shumëfishimit të efekteve të turizmit mbi ekonominë vendore me synim nxitjen e konsumit dhe prodhimit të produkteve vendore (ushqim, artizanate);
- Krijimi i mekanizmave ndërsektorial për financimin e ruajtjes dhe mirëmbajtjes së aseteve të trashëgimisë kulturore.

3. Fusha Kryesore: Marketingu

Aktivitetet që lidhen me marketingun janë të rëndësishme që Shqipëria të përcaktohet si një destinacion i njohur turistik, me produkte dhe oferta të ndryshme turistike me interes dhe të marketueshme në të gjithë tregjet e synuara.

Objektivat e synuara në kuadër të fushës së marketingut janë:

- Rritja e interesit dhe dëshirës për vizitorët e huaj për të vizituar Shqipërinë gjatë gjithë vitit;
- Transmetimi i një imazhi dhe marke (Brand-i) pozitive të Shqipërisë në tregjet kryesore ndërkombëtare të turizmit, për të ndryshuar vlerësimin lidhur me Shqipërinë si një destinacion turistik veror;
- Orientimi i veprimtarive promovuese të marketingut drejt tregjeve të reja, me qëllim zgjatjen e sezonit turistik në Shqipëri;
- Ngritja e një sistemi marketingu dhe teknikave të efektshme të marketingut, të cilat do të mundësojnë krijimin e produkteve turistike të orientuara drejt tregut dhe kërkesës;
- Trajtimi në mënyrë efektive i tregjeve kryesore të turizmit, si rezultat i kombinimit të efektshëm të marketingut, përfshirë platformën për komunikim;
- Rritja e rolit të e – turizmit në ofertën turistike të Shqipërisë në të gjitha nivelet e lidhjet e tjera me aktivitetet e marketingut.

3.1. Drejtimi Strategjik: Strategjia e Marketingut të Turizmit

Shqipëria njihet kryesisht në tregun kryesor të turizmit si një destinacion turistik i diellit dhe detit apo kulturor, pra në përgjithësi si një destinacion kryesisht për pushime verore. Komunikimi me tregun, si një nga aktivitetet më të rëndësishme, duhet të vazhdojë në të ardhmen, në mënyrë që të promovohet shtrirja gjithëvjetore e aktivitetit turistik.

Aktivitetet

- Hartimi i Strategjisë së Marketingut të Turizmit;
- Promovimi i markës (Brand-it) së turizmit shqiptar.

3.2. Drejtimi Strategjik: Promovimi i produkteve turistike

Promovimi i një imazhi të ri të Shqipërisë në tregjet kryesore të turizmit kërkon një analizë të situatës së deritanishme të turizmit në Shqipëri. Ripozicionimi i turizmit shqiptar në tregjet kryesore të turizmit kërkon realizimin e një fushate promociionale koherente dhe intensive në të gjitha tregjet e synuara. Rezultatet e fushatës monitorohen nëpërmjet shkrimeve e botimeve të realizuara në Shqipëri e jashtë saj dhe vlerësimeve të bëra për turizmin në Shqipëri.

Aktivitetet

- Hapja e zyrave turistike pranë përfaqësive diplomatike shqiptare apo zyrave të tjera të përfaqësimit, duke akredituar përfaqësues apo këshilltar honorifik për turizmin të cilët do të bashkëpunojnë me AKT;
- Zhvillimi i veprimtarive të përbashkëta për integrimin e palëve të ndryshme të interesuara (nivel kombëtar, nivel lokal, biznese private) në procesin e marketingut të turizmit;
- Pjesëmarrje në panaire dhe ekspozita ndërkombëtare të ndryshme;
- Hartimi dhe mirëmbajtja e një kalendarit të veprimtarive;
- Prodhimi i botimeve dhe spoteve të ndryshme promociionale;
- Ngritja e qendrave dhe pikave të informacionit turistik në të gjitha zonat turistike;
- Krijimi i një strukture të specializuar dhe të trajnuar mirë për të zbatuar marketing inovativ dhe efektiv për të konkurruar me destinacione që shquhen me marketing të fuqishëm;
- Vlerësimi i konkurrueshmërisë së Shqipërisë në nivel rajonal dhe global në raport me marketingun e turizmit.

3.3. Drejtimi Strategjik: Përfshirja e TIK

Rritja e shpejtë e ndërveprimit midis teknologjisë dhe turizmit në kohët e fundit ka sjellë ndryshime rrënjësore në vete industrinë e turizmit. Aplikimi i teknologjive të reja ka riformtuar të gjithë procesin e zhvillimit të shërbimeve të turizmit, menaxhimit dhe marketingut, si dhe industrinë e turizmit si një e tërë. Për shkak të rritjes së ndikimit të teknologjisë në efikasitetin dhe efektivitetin e operatorëve turistikë, TIK mund të perceptohet si pjesë përbërëse e biznesit bashkëkohor të turizmit. Shërbimet e ndryshme digjitale dhe aplikacionet në pajisjet mobile ndihmojnë nga njëra anë operatorët turistikë duke lehtësuar dhe rritur efikasitetin e bërjes biznes, si edhe nga ana tjetër turistët në gjetjen e ofertave që plotësojnë nevojat dhe preferencat e tyre individuale. Ky kontribut është i shtrirë gjatë gjithë procesit të një udhëtimit turistik:

- Para kryerjes së një udhëtimit, TIK mund të ofrojë një gamë të gjerë të mjeteve për të lehtësuar kërkimin e informacionit në lidhje me një destinacion të veçantë, krijimin e një plani të personalizuar të udhëtimit bazuar në preferencat, profilin turistik dhe rekomandimet nga rrjetet sociale.
- Gjatë kryerjes së një udhëtimit turistik, TIK mund të ofrojë në kohë reale të gjithë informacionin në lidhje me destinacionin, vendet me interes që gjenden në destinacion apo pranë tij, kalendarin e ngjarjeve apo shfaqjeve të ndryshme të cilat mund të ndodhin në destinacion apo pranë tij, këshilla dhe rekomandime praktike. Aplikacionet mobile ju mundësojnë turistëve gjetjen e produkteve apo shërbimeve sipas nevojave të tyre.
- TIK ju ofron turistëve shumëllojshmëri zgjidhjesh për të ndarë përvojën e tyre të udhëtimit me të tjerë duke përdorur komunitetet virtuale dhe mediat sociale.

Aktivitete

- Krijimi i portalit të turizmit shqiptar;
- Ndërtimi dhe publikimi i Regjistrisë të Burimeve dhe Produkteve Turistike.

4. Fusha Kryesore: Investimet private dhe publike

Kufizimet dhe pengesat e shumta kanë bërë që niveli i investimeve në sektorin e turizmit viteve të fundit të mos jetë shumë i lartë. Gjithashtu investimet në zhvillimin e infrastrukturës turistike dhe atraksioneve të reja nuk kanë qenë në nivelin e duhur. Megjithatë, kohët e fundit, si rezultat i promovimit të qasjes së integruar në planifikim dhe zbatim të politikave dhe pas miratimit të paketës së re të lehtësirave, vërehet një rritje e investimeve publike dhe private në turizëm. Zbatimi i strategjisë dhe vizioni i saj nënkuptojnë zhvillimin në Shqipëri të projekteve me investime nga kompani të njohura ndërkombëtare dhe investime publike nga buxhetet e një numri ministrish të linjës. Projekte të tilla do të tërheqin tregje të reja, do të kontribuojnë në zgjatjen e sezonit turistik dhe në përmirësimin e imazhit të turizmit shqiptar.

Objektivat e synuara në kuadër të investimeve private dhe publike janë:

- Nxitja e investimeve përmes politikave fiskale për investimet e reja direkte në sektorin e turizmit;
- Hyrja e “markave” (zinxhirëve) të njohura hoteliere ndërkombëtare në tregun shqiptar të turizmit;
- Sigurimi i normave preferenciale të interesit për kreditë për projekte investimesh në sektorin e turizmit;
- Krijimi i një kuadri rregullator miqësor me biznesin për të përshpejtuar zhvillimin e sektorit të turizmit në Shqipëri;
- Harmonizimi i politikave të turizmit me dokumenta të tjera strategjike;
- Sigurimi i një marketingu cilësor që synon investitorë të mundshëm potencialë;
- Nxitja e aktivitetit të sipërmarrjeve vendore përmes skemave nxitëse grantesh, duke i nxitur të krijojnë shërbime dhe produkte autentike në zonat turistike;
- Planifikimi buxhetor i ministrive të linjës ndjek planet e zhvillimit të zonave me përparësi turizmin;
- Rritja konstante e investimeve publike në zonat me përparësi zhvillimin e turizmit gjatë pesë viteve të ardhshme.

4.1. Drejtimi Strategjik: Rritja e investimeve strategjike

Zbatimi i strategjisë ka për qëllim krijimin e kushteve për sigurimin e investimeve të qëndrueshme dhe afatgjatë. Për më tepër, përveç aktiviteteve që kanë të bëjnë me zhvillimin e marketingut, produktit, burimeve njerëzore, krijimi i një klime inkurajuese për bizneset dhe investimet bazohet në heqjen e pengesave ekzistuese, uljen e presionit fiskal, hartimin e lehtësirave fiskale për sektorin e akomodimit dhe veprimtaritë e tjera turistike.

Aktivitete

- Nxitja dhe mbështetja e ndërtimeve të reja të resorteve dhe hoteleve me 4 dhe 5 yje në destinacionet kryesore turistike;
- Rinovimi dhe rikonstrukcioni i strukturave akomoduese ekzistuese (veçanërisht i hoteleve);
- Investime në strukturat akomoduese të vogla familjare B&B;
- Investime në kategorinë “Kamping” të strukturës akomoduese;
- Investime në akomodimin familjar (dhoma, apartamente, shtëpi);
- Ndërtimi i Marinave (porte kruazerash jahtesh, mjete të tjera lundruese);
- Investime në komponentë të tjerë të ofertës turistike si shërbime të ushqimit dhe pijeve, aktivitete sportive, argëtuese, tregtare dhe infrastrukturë publike;
- Investime në infrastrukturën e edukimit, financimi i programeve të ndryshme të arsimit dhe trajnimit në shërbim të sektorit të turizmit.

4.2. Drejtimi Strategjik: Përmirësimi i parametrave të klimës së investimeve

Shqipëria ka miratuar një kuadër liberal të hartuar për të krijuar një klimë të favorshme investimi për investorët e huaj. Legjislacioni i posaçëm për investimet strategjike synon nxitjen dhe tërheqjen e investimeve strategjike. Krijimi i një klime inkurajuese për sipërmarrësit dhe investorët kërkon angazhim të shtuar të institucioneve shtetërore për të përgatitur kushtet institucionale.

Aktivitete

- Përgatitja e raporteve të qarta (katologë) lidhur me zonat e zhvillimit, gjendjen e pronësisë, shkallën dhe strukturën e investimit, modelin e menaxhimit;
- Organizimi i konferencave të ndryshme për investimet në turizëm;
- Ngritja e qendrave të informacionit për investorët;
- Paralelisht me përmirësimin e klimës së investimeve, krijimi i një skeme grantesh të drejtpërdrejta për sipërmarrjet vendore për zhvillimin e shërbimeve dhe produkteve të reja.

4.3. Drejtimi strategjik: Rritja e investimeve publike

Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit është përgjegjësi e ndarë e një numri të konsiderueshëm institucionesh shtetërore, si në nivel qendror ashtu edhe atë vendor. Ky dokument strategjik synon të përforcojë frymën e integruar, duke i bërë bashkë një numër aktorësh në realizimin e objektivave. Strategjia kërkon që planifikimi i investimeve publike të ministrive të linjës të ketë parasysh edhe objektivin e turizmit, duke orientuar investimet në zonat me potencial turistik, pra në zona me aftësi të shpejtë kthyesë të investimit.

Aktivitete

- Investime infrastrukturore për përmirësimin e rrjetit të përgjithshëm të transportit dhe qasjes në zonat turistike;
- Investime në institucionet e kujdesti shëndetësor për përmirësimin e cilësisë së shërbimeve shëndetësore në zonat turistike
- Investime për rivitalizimin e zonave të trashëgimisë kulturore dhe konservimin e monumenteve;
- Investime për përmirësimin e kushteve të fermave për të ofruar shërbime turistike në fshatra;
- Investimet e njësisë të qeverisjes vendore.

5. Fusha Kryesore: Kuadri i politikave dhe menaxhimi i destinacioneve

Ndonëse me kuadër të konsoliduar ligjor bazuar në praktikën e mira të vendeve të Bashkimit Evropian, Shqipëria ka nevojë edhe për një numër aktesh ligjore për të mbështetur zhvillimin e sektorit të turizmit në mënyrë të qëndrueshme. Një pjesë e këtyre akteve lidhen me standardizimin e veprimtarive turistike dhe nevojën për të siguruar një treg ku standardet zbatohen me përpikëri. Përmirësimi i cilësisë së statistikave gjithashtu do të ndikojë ndjeshëm si në zhvillimin e politikave më të mira publike, ashtu edhe në orientimin e zhvillimeve të përgjithshme në sektor, me fokus te investimet private dhe publike. Përfundimisht, një nga synimet më të rëndësishme të këtij dokumenti strategjik është nxitja e diskutimit të hapur dhe gjithëpërfshirës për të gjetur modelin më të përshtatshëm të menaxhimit të destinacioneve turistike në Shqipëri.

Objektivat e synuara në kuadër të fushës së kuadrit ligjor dhe menaxhimit të destinacioneve janë:

- Avancimi i kuadrit ligjor dhe i politikave për të siguruar mbështetjen maksimale për zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit;
- Ndërtimi i mëtejshëm i strukturës institucionale të turizmit dhe përmirësimi i koordinimit mes njësisë përkatëse institucionale;

- Përmirësimi i komunikimit dhe koordinimit mes institucioneve qendrore dhe vendore të përgjegjshme për zhvillimin e turizmit;
- Funksionalizimi i plotë i standardeve që rregullojnë aktivitetin e veprimtarive turistike;
- Prodhimi i statistikave të besueshme për të orientuar zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit të turizmit;
- Hartimi dhe zbatimi i një modeli të përshtatshëm për menaxhimin e destinacioneve turistike;
- Aplikimi i qasjes gjithëpërfshirëse në menaxhimin dhe zhvillimin e turizmit, duke siguruar hapësirë ndikimi dhe veprimi për të gjitha palët e interesit.

5.1. Drejtimi Strategjik: Konsolidimi i kuadrit ligjor dhe institucional

Dokumenti strategjik synon t'i ofrojë zgjidhje të qëndrueshme disa sfidave aktuale të sektorit të turizmit, duke i reflektuar kërkesat dhe sugjerimet e palëve të interesit në kuadrin ligjor dhe të politikave të turizmit. Në të njëjtën kohë, parashihen edhe veprimet për mbylljen e procesit të ndërtimit institucional. Në veçanti, gjatë periudhës zbatuese të dokumentit strategjik do të zhvillohen edhe politikat e reja që rregullojnë sektorin.

Aktivitete

- Rishikimi i VKM-ve ekzistuese dhe hartimi i VKM-ve të reja në zbatim të detyrimeve ligjore;
- Hartimi i politikave të planifikimit hapësinor që orientojnë zhvillimin e turizmit (Plani Kombëtar Sektorial i Turizmit, PKST-të për zonat e veçanta, përcaktimi i zonave me përparësi zhvillimin e turizmit);
- Funksionalizimi i plotë i degëve territoriale të turizmit.

5.2. Drejtimi Strategjik: Standardizimi i veprimtarive turistike

Zbatimi me përpikëri i standardeve që rregullojnë aktivitetin e veprimtarive turistike është një nga parakushtet e rritjes së sektorit bazuar në konkurrencën e ndershme, në kushte të barabarta. Strategjia synon mbylljen e procesit të standardizimit të veprimtarive turistike dhe krijimin e një sistemi efikas të monitorimit.

Aktivitete

- Konsolidimi i standardeve dhe rregullimi i veprimtarisë së tur-operatorëve, agjencive turistike, hoteleve dhe udhërrëfyesve turistikë;
- Monitorimi i rregullt i veprimtarive turistike për të siguruar zbatim të plotë të obligimeve ligjore për standardizim.

5.3. Drejtimi Strategjik: Përmirësimi i cilësisë së statistikave

Vitet e fundit është përmirësuar sistemi i grumbullimit, përpunimit dhe publikimit të të dhënave për aktivitetin turistik në Shqipëri. Megjithatë, nevoja për të konsoliduar edhe më tej metodologjitë për statistika është evidente. Përmirësimi i mëtejshëm i cilësisë së statistikave të turizmit duhet të synojë Llogarinë Satelite të Turizmit (TSA) si metodologji standarde e pranuar dhe rekomanduar edhe nga organizmat ndërkombëtarë.

Aktivitete

- Hartimi i një analize për të vlerësuar metodologjitë ekzistuese për prodhimin e statistikave të turizmit;
- Vlerësimi i mundësive për të zhvilluar dhe zbatuar Llogarinë Satelite të Turizmit (TSA) ose një metodologji të përafërt sipas specifikave të vendit;
- Publikimi i rregullt i statistikave të turizmit për orientimin e investimeve private dhe publike dhe përparshjen e proceseve të zhvillimit të politikave të turizmit dhe sektorëve ndërlidhës.

5.4. Drejtimi Strategjik: Zhvillimi i modelit të përshtatshëm për menaxhimin e destinacionit

Shembujt e shteteve me sektorë të zhvilluar turizmi ofrojnë informacion të vlefshëm në lidhje me menaxhimin e destinacioneve turistike. Njëra nga qasjet alternative ndaj menaxhimit të turizmit është edhe themelimi i njësive menaxhuese (organizata të menaxhimit të destinacionit) me strukturë partneriteti publik – privat. Pa paragjykuar formën përfundimtare, dokumenti strategjik sugjeron një cikël konsultimesh mes të gjithë hisedarëve (institucione, biznese, shoqëri civile, organizata ndërkombëtare, universitete) për të diskutuar mbi modelin më të përshtatshëm të organizatave që do të themelohen me qëllim menaxhimin efektiv të destinacioneve turistike. Viti i parë i periudhës së strategjisë duhet të fokusohet në konsultime për gjetjen e modelit, ndërsa viti i dytë për të pilotuar modelin në një ose më shumë destinacione.

DRAFT

KAPITULLI IV. BURIMET FINANCIARE

Financimi

Objektivat e Strategjisë për rritjen e ndikimit të turizmit në rritjen ekonomike më të lartë dhe më përfshirëse, rritjen e punësimit dhe reduktimin e varfërisë imponojnë një përmirësim cilësor dhe harmonizim më të mirë të vizionit, strategjive, programeve, projekteve dhe aktiviteteve të parashikuara me burimet potenciale të financimit. Identifikimi i burimeve potenciale vendase dhe të huaja, lehtësimi i rritjes së investimeve private vendase dhe të huaja, rritja e aftësisë absorbuese të financimeve nga BE dhe çdo burim bilateral, rritja e cilësisë së përzgjedhjes dhe zbatimit të projekteve me efekt multiplikativ sa më të madh, përbëjnë prioritetin kryesor të lidhjes më të mirë realiste të objektivave konkrete me burimet potenciale financiare. Disa prej parimeve që reflektohen në buxhetimin e Strategjisë janë:

- Fondet buxhetore të alokuara synojnë ngritjen e një sistemi funksional për Ministrinë, Pushtetin Vendor dhe lidhjen e institucioneve të tjera me zhvillimin prioritar të turizmit;
- Fondet e planifikuara krijojnë perspektiva për bashkërendim dhe sinergji nga fondet e tjera;
- Planifikimi - buxheti i zbatimit të Strategjisë me efektivitet, efikasitet dhe qëndrueshmëri në afatgjatë duke harmonizuar fondet e buxhetit me mbështetjen financiare të fondeve të asistencës zhvillimore.²

Burimet financiare të miratuara nga buxheti i shtetit me financim të brendshëm për zhvillimin e turizmit, të parashikuara në Projekt- Buxhetin Afatmesëm 2018 – 2020 (PBA) nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, janë paraqitur në tabelën e mëposhtme. Burimet e financimit të drejtpërdrejta nga buxheti për turizmin, sipas shifrave aktuale në PBA 2018-2020, rezultojnë në rënie, e cila vjen kryesisht për shkak të politikave shtrënguese të qeverisë shqiptare pas vitit 2013, ku vendi rrezikohej nga një krizë e rëndë financiare dhe ku stabiliteti financiar mori prioritet ndaj politikave të rritjes ekonomike. Në kushtet kur politikave shtrënguese mund të vazhdojnë edhe për pak vite, duhet të bazohemi në parimin e artë të financave publike që me më pak fonde të prodhojmë më shumë rezultate pozitive dhe me impakt multiplikativ më të lartë. Si rrjedhim duhet të synohet në çdo rast një efikasitet më të madh dhe përdorimit të çdo burimi financiar duke u përqendruar në politikave dhe projektet të cilat kanë një efekt multiplikativ më të lartë dhe që mund të gjenerojnë të ardhura në një periudhë më të afërt kohore në ekonomi, duke plotësuar më mirë objektivat strategjike për turizmin.

Tabela 2. PBA 2018-2020 për programin “zhvillimi i turizmit” (në lekë)³

Viti	Shuma	Në përqindje të Shpenzimeve Totale	Në përqindje të PBB
2018	315.000.000	0.102%	0,0182%
2019	287.630.000	0.0896%	0,015%
2020	335.500.000	0.1005%	0,0174%
Total	938.130.000		

Burimi: PBA 2018-2020

Duke ruajtur ritmin e rritjes ekonomike është bërë i mundur një projeksion i kategorive përkatëse për periudhat në vazhdim të strategjisë duke supozuar një rritje të paktën në të njëjtin nivel me atë ekonomik. Ky supozim mbështetet në rëndësinë që duhet të ketë ky sektor në PBA-të në vazhdim, në mënyrë që të mund të arrihen objektivat strategjike të përcaktuara. Për kategoritë e tjera, duke qenë se nuk ka vlera konkrete në PBA për periudhën 2020-2022, janë trajtuar në të njëjtën formë edhe për

² Deri tani burimet financiare nga buxheti për turizmin vlerësohen të pamjaftueshme për të arritur objektivat e strategjive paraardhëse.

³ Projeksionet per PBB dhe Shpenzimet Buxhetore nga Kuadri Makroekonomik 2018-2020

periudhat në vazhdim. Këto kategorizime mund të jenë subjekt rishikimesh në bazë të PBA-ve që do të zhvillohen në periudhat e fundit të kësaj strategjie.

Tabela 3. Buxheti i MZHETTS në mbështetje të Zhvillimit të Turizmit 2018-2022

Programi:		Zhvillimi i Turizmit			Projeksione	
Artikujt		2018 (mijë lekë)	2019 (mijë lekë)	2020 (mijë lekë)	2021 (mijë lekë)	2022 (mijë lekë)
600	Paga	47.000,0	47.000,0	47.000,0	49.565,1	51.617,1
601	Sigurime Shoqërore	9.000,0	9.000,0	9.000,0	7.917,4	8.245,2
602	Mallra dhe Shërbimet e Tjera	107.000,0	109.630,0	114.000,0	98.696,5	102.782,5
603	Subvencione	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
604	Transferta Korente të Brendshme	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
605	Transferta Korente të Huaja	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
606	Trans për Buxh. Fam. & Individ	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
230	Kapitale të Patrupëzuara të Brendshme	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
230	Kapitale të Patrupëzuara të Huaja	5.000,0	5.000,0	5.000,0	0,0	0,0
231	Kapitale të Trupëzuara të Brendshme	147.000,0	117.000,0	160.000,0	144.248,7	150.220,6
231	Kapitale të Trupëzuara të Huaja	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
232	Transferta Kapitale të Brendshme	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
232	Transferta Kapitale të Huaja	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
999	Jashtë-Buxhetore	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Totali:	315.000,0	287.630,0	335.500,0	300.427,7	312.865,4
	Totali kumulativ	638.000	915.000	1.203.473,3	1.503.901	1.816.766,4
	Përqind e PBB	0,0182%	0,0896%	0,0174%	0,014%	0,014%
	Përqind e Shpenzimeve totale	0,102%	0,0896%	0,1005%	0,048%	0,048%

Burimi: MTM

Mbështetja buxhetore në periudhën 2018-2022 do të jetë e fokusuar në zbatimin e aktiviteteve të planifikuara në përputhje me objektivat strategjike të MTM për zhvillimin e sektorit. Rritja e burimeve të financimit dhe koordinimi më mirë i çdo fondi nga buxheti i shtetit, institucionet financiare ndërkombëtare dhe donatorët bilateral janë sfida të hartimit dhe zbatimit të strategjisë kombëtare të turizmit. Shpenzimet e parashikuara në PBA sipas fushave të strategjisë dhe të donatorëve të ndryshëm që priten të financojnë projekte prioritare në turizëm gjatë periudhës 2018-2022, janë paraqitur në tabelën e mëposhtme. Të dhënat e financimit janë paraqitur të shtrira në kohë dhe në nivel total për dy burimet kryesore të financimit që priten të ndikojnë në realizimin e kësaj strategjie.

Burimet potenciale më të mëdha në mbështetje të zbatimit të Strategjisë dhe arritjes së objektivave të saj janë dy, së pari burimet e financimit nga Bashkimi Europian dhe donatorët bilateralë dhe burimet e financimit private, të cilat duhen çliruar nga pengesat e mëparshme. Parashikimet për vlerësimin e buxhetimit të brendshëm ashtu siç u përmend edhe më sipër janë bërë duke ndjekur trendin e parashikuar të rritjes ekonomike, ndërsa pjesa e donatorëve është trajtuar duke ruajtur të dhënat reale të disponueshme. Gjithsesi, një analizë më e detajuar sipas drejtimeve strategjike dhe fushave kryesore është e pasqyruar edhe në planin e veprimit bashkangjitur këtij dokumenti.

Nga vlerat e donatorëve, vihet re një rritje e rëndësishme në periudhën 2019-2021, të cilat priten të jenë edhe kontribuesit kryesorë në zhvillimin e disa prej sektorëve kryesorë të turizmit gjatë kësaj periudhe. Për sa i përket financimeve nga PBA në tre vitet e fundit të Strategjisë priten që ato të kenë një trend rritës në mënyrë që të mbështesin më mirë zbatimin e kësaj strategjie, dhe zhvillimin e sektorit të turizmit.

Tabela 4. Analiza financiare e strategjisë 2018-2022

Financimi sipas Fushave kryesore							
	PBA					PBA	Donator
	2018	2019	2020	2021	2022		
Zhvillimi i produktit	62,000	62,000	64,568	67,244	70,028	416,939	54,510
Zhv. i burimeve njerëzore	55,950	55,950	58,267	60,682	63,194	389,044	1,206,853
Marketingu	14,100	14,100	14,684	15,293	15,926	103,102	3,521,760
Investimet	0	0	0	0	0	0	5,542,554
Kuadri i politikave	144,950	144,950	150,954	157,209	163,718	907,681	0
Totali i PBA	277,000	277,000	288,473	300,428	312,865	1,816,766	10,325,677
	Donator						
Vlera e Donatorëve	1,282,173	1,934,004	3,080,081	1,805,071	1,174,728		
Totali	1,559,173	2,211,004	3,368,554	2,105,498	1,487,594		

Burimi: PBA 2018-2020

Karakteristikat e buxhetimit të Strategjisë së Turizmit

Sektori i turizmit është një nga sektorët me efekt multiplikativ më të lartë krahasuar me sektorët e tjerë ekonomikë. Në këtë kuadër kjo strategji synon që të jetë sa më reale në arritjen e objektivave, në mënyrë që turizmi të jetë një gjenerues i përhershëm i rritjes ekonomike dhe reduktimit të çështjeve sociale si varfëria, papunësia dhe thellimi i pabarazisë.

Buxhetin e dedikuar për turizmin duhet ta konsiderojmë si investimin publik me një normë kthimi të lartë dhe me impakte pozitive afatmesme dhe afatgjata, me një qasje të qëndrueshme afatgjatë. Çdo investim në turizëm, publik apo privat do të krijojë një impakt të ndjeshëm në rritjen e efikasitetit dhe sinergjisë pozitive në ekonominë shqiptare. Rishikimi i guidës së planifikimit të buxhetimeve afatmesme dhe vjetore të destinuara për turizmin do të përmirësojë ndjeshëm alokimin dhe rialokimin e financimeve buxhetore vendase dhe të huaja në shërbim të ; (i) promovimit të turizmit; (ii) lehtësimin e infrastrukturës mbështetëse për investimet private si infrastruktura rrugore kombëtare e lokale, aksesin në shërbimet online, furnizimi 24 orë me ujë dhe drita, përpunimi i mbetjeve, për zonat dhe projektet me impakt multiplikues më të lartë dhe (iii) një rritje e investimeve private vendase dhe të huaja në turizëm dhe zinxhirin e bizneseve të ndërlidhura me turizmin.

KAPITULLI V. MENAXHIMI, MONITORIMI DHE ANALIZA VLERËSUESE

Menaxhimi i procesit

Zbatimi i Strategjisë për Zhvillimin e Qëndrueshëm të Turizmit 2018 – 2022 kërkon ndryshime organizative në nivel të ministrisë përgjegjëse për turizmin, funksionimit të institucioneve përgjegjëse për turizmin në nivel lokal, si dhe bashkëpunimin e ministrive dhe institucioneve të tjera që lidhen me procesin. Ministria e Turizmit dhe Mjedisit është autoriteti kompetent për zbatimin e Strategjisë, për rrjedhojë ajo duhet të jetë e përgatitur në nivel organizativ dhe funksional. Strukturat e reja si Degët Territoriale të Shërbimit të Turizmit dhe Komitetet Rajonale të Zhvillimit të Turizmit, që po krijohen në zbatim të ligjit “Për Turizmin” do të trajtojnë funksione për sa i përket zbatimit të politikave, drejtimit dhe mbështetjes së zhvillimit të turizmit në nivel rajonal dhe lokal. Përveç sa më lart, në procesin e menaxhimit të destinacioneve është e rëndësishme edhe përfshirja komuniteteve lokale (banorëve të zonave).

Për shkak të natyrës heterogjene të sektorit të turizmit dhe lidhjes me shumë sektorë të tjerë, përfshirja e ministrive, veprimtaritë e të cilave janë të lidhura me zhvillimin e sektorit të turizmit, është një kusht i domosdoshëm për zbatimin sa më efikas të Strategjisë. Për këtë qëllim, sugjerohet ngritja e Komitetit Ndërmnistror për zbatimin e Strategjisë për Zhvillimin e Qëndrueshëm të Turizmit 2018 – 2022, i cili drejtohet nga Ministri i Turizmit dhe Mjedisit.

Përveç përfaqësuesve nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit (drejtoritë, agjencitë dhe degët territoriale), anëtarë të Komitetit, në nivel zëvendësministri, janë përfaqësues nga Ministria e Financave dhe Ekonomisë, Ministria e Kulturës, Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, Ministria për Europën dhe Punët e Jashtme, Ministria e Punëve të Brendshme, Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë, Ministria e Drejtësisë, Ministria e Arsimit, Rinisë dhe Sportit, Ministria e Shëndetësisë dhe Mbrojtjes Sociale. Pjesëmarrës në takimet e Komitetit, në cilësinë e anëtarëve vëzhgues, janë edhe (nga një) përfaqësues nga Banka e Shqipërisë, Instituti i Statistikave, Instituti i Monumenteve të Kulturës, Agjencia e Shërbimit Arkeologjik, Agjencia Kombëtare për Zhvillimin Rajonal, shoqatat e operatorëve turistikë, shoqatat e skenës së pavarur kulturore, universitetet, njësitë e qeverisjes vendore, shoqëria civile dhe komunitetet lokale.

Komiteti takohet së paku dy herë në vit, ndërsa objektivi kryesor i punës së komitetit është diskutimi dhe aprovimi i planit vjetor të veprimit dhe raportit vjetor për zbatimin e Strategjisë së Turizmit 2018 – 2022 dhe monitorimi i realizimit të aktiviteteve. Plani vjetor i veprimit të aktiviteteve do të përgatitet dhe paraqitet nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit. Raportet e realizimit të aktiviteteve dhe vlerësimi të rezultateve do të përgatiten nga institucionet e përcaktuara në planin e veprimit të Strategjisë. Më pas ato dërgohen pranë Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit, e cila do t'i prezantojë në Këshillin Ndërmnistror për Zbatimin e Strategjisë për Zhvillimin e Qëndrueshëm të Turizmit 2018 – 2022.

Korniza për monitorimin e strategjisë

Monitorimi është një detyrë e rëndësishme menaxhimi që siguron zbatimin e rregullt. Përcaktimi i treguesve, afatit kohor dhe përgjegjësive janë drejtimit kryesorë për krijimin e kornizës për monitorimin. Detyrat e monitorimit do të përfshihen në përgjegjësitë e përhershme menaxhuese të gjithë ministrisë dhe të strukturave të agjencive përkatëse, si dhe bashkëpunimi i ngushtë me institucione të tjera në nivel qendror dhe vendor.

Korniza e monitorimit të strategjisë ka komponentin e përgjegjësive të menaxhimit, të organizimit të informacionit, llogaridhënien dhe raportimin në nivel politik dhe ndaj publikut. Drejtoria e turizmit në ministri është përgjegjësi kryesor për menaxhimin dhe raportimin e monitorimit të strategjisë.

Monitorimi është pjesë e detyrave funksionale të strukturave të ministrisë dhe mbledhja e informacionit dhe raportimi bëhet në bazë vjetore. Ministria e turizmit, raporton një herë në vit për realizimin e strategjisë së turizmit në nivel qeveritar pranë grupit apo komitetit ndërmintor në përputhje me aktet nënligjore dhe dorëzon raportin e monitorimit pranë strukturës përkatëse të koordinimit të strategjive në KM. Ministria prezanton raportin e monitorimit të strategjisë në KKSPT dhe mund të organizojë dhe seanca të hapura me aktorët e turizmit.

Indikatorët e matjes dhe vlerësimit

Indikatorët janë informacion i rëndësishëm në procesin e vendimmarrjes duke identifikuar dhe matur rezultatin e çdo ndërhyrje apo veprimi në sektorin e turizmit. Si të tilla ata kryejnë disa funksione:

- Kontribuojnë në vendimmarrje më të mirë dhe veprime më të efektshme duke mundësuar informacion të thjeshtë, sqarues dhe të plotë për hartuesit e politikave.
- Ndhimojnë në matjen dhe përshtatjen e progresit drejt qëllimeve për zhvillim të qëndrueshëm.
- Paralajmërojnë në kohë për të evituar problemet emergjente apo vonesat.
- Ata janë një mjet i dobishëm në komunikimin dhe monitorimin e vazhdueshëm të planeve dhe ideve duke siguruar përmirësimin në vazhdimësi.

Indikatorët mund të grupohen në 2 grupe:

1. Grupi i indikatorëve kryesorë, të cilët duhet të përdoren si mjet më i qartë dhe i saktë për matjen e konkurrueshmërisë dhe qëndrueshmërisë;
2. Grupi i indikatorëve që konsiderohen si shtesë ose të mundshëm për t'u zhvilluar në të ardhmen.

Matja e indikatorit paraqitet si përqindje (ose vlerë) në rritje/zbritje në baza vjetore. Ministria siguron të dhëna lidhur me indikatorët e mësipërm në bashkëpunim me institucionet e tjera bashkëpërgjegjëse. Tabela e indikatorëve për monitorimin e dokumentit strategjik paraqet ndërlidhjen e indikatorëve me objektivat përkatës, si edhe të dhënat aktuale dhe parashikimin e tyre për vitet në vazhdimësi. Me përmirësimin e statistikave sektoriale të turizmit (që është një nga synimet e kësaj strategjie) do të rishikohet edhe tabela e indikatorëve të vlerësuar për të reflektuar sa më realisht gjendjen në sektor dhe për të projektuar trendet.

Tabela 5. Indikatorët e vlerësuar

Objektivi 1: Objektivi Strategjik ekonomik										
Nr.	Përshkrimi i treguesve	Njësia (% /numri)	Institucioni përgjegjës	Viti bazë 2016	Viti bazë 2017	Synimi Viti 2018	Synimi Viti 2019	Synimi Viti 2020	Synimi Viti 2021	Synimi Viti 2022
1	Rritja e kontributit direkt të turizmit në PBB	%	MTM	8.4%	8.7%	8.9%	9.3%	9.5%	9.8%	10%
2	Rritja e kontributit direkt dhe indirekt të turizmit në PBB	%	MTM	26%	26.7%	27.1%	27.4%	27.9%	28.5%	29%
3	Rritja e punësimit direkt nga turizmi	%	MTM & INSTAT	7.7%	7.8%	7.9%	8.1%	8.2%	8.3%	8.5%
4	Rritja e punësimit direkt dhe indirekt nga turizmi	%	MTM & INSTAT	24%	24.2%	24.4%	24.7%	25.1%	25.5%	26%
5	Rritja direkt e të ardhurave nga taksat dhe tatimet në nivel vendi	Në miliard lekë	MFE	22.1	23.0	24.2	25.4	26.6	27.8	29.3
6	Rritja direkt dhe indirekt e të ardhurave nga taksat dhe tatimet në nivel vendi	Në miliard lekë	MFE	77.6	80.7	84.6	88.7	93.0	97.1	102.3
7	Rritja e të ardhurave nga udhëtimi/turizmi (Euro)	Në milion euro	BSH	1,444	1,502	1,559	1,617	1,674	1,732	1,789
8	Krijimi i bizneseve apo sipërmarrjeve të reja në sektorin e turizmit	%	QKB	3.7%	5.3%	5.0%	4.8%	4.6%	4.4%	4.2%
9	Rritja (%) e të punësuarve të kualifikuar/certifikuar	%	MFE	13.7%	15.2%	16.6%	17.8%	19.0%	20.0%	21.0%
10	Rritja e investimeve në sektorin e turizmit në raport me investimet publike	%	MFE	5.8%	5.9%	5.9%	6.0%	6.1%	6.2%	6.3%
11	Rritja e investimeve të huaja direkte të lidhura në mënyrë indirekte në sektorin e turizmit	Në milion euro	MTM	1,991	2,084	2,178	2,271	2,365	2,459	2,552
12	Rritja e investimeve private	Në milion lekë	MTM	21,686	22,771	23,909	25,105	26,360	27,678	29,062
Objektivi 2: Objektivi Strategjik cilësor										
Objektivi 3: Objektivi Strategjik lidhur me tregun										
13	Rritja e numrit të vizitorëve të huaj (turizmi në hyrje)	Numër	MTM	4.701.443	5.117.700	5,272,628	5,536,259	5,813,072	Mbi 6 milionë	
14	Rritja e netëqëndrimeve në të gjithë llojet e strukturave akomoduese	Numër	MTM	24,073,970	25,277,668	26,541,551	27,868,629	29,262,060	Mbi 30 milionë	

15	Pjesëmarrje në panairë dhe ekspozita ndërkombëtare	Numër	MTM, AKT	17	18	18	20	20	22	24
Objektivi 4: Objektiva Strategjik lidhur me produktin e turizmit										
Turizmi detar										
16	Ndërtimi i porteve të reja të përshtatshme për marina dhe stacione portuale të vogla për transport të brendshëm detar	Numër	MTM, MTE		1	1	1	1	1	1
17	Ndërtimi i marinave për të nxitur dhe ndihmuar zhvillimin e turizmit elitare	Numër	MTM			1		1		1
Turizmit kulturor										
18	Rritja e numrit të vizitorëve në vendet historike, muzeume, dhe objektet e trashëgimisë	Numër	MK	406,199	426,509	447,834	470,226	493,737	518,424	544,345
19	Rritja e të ardhurat të gjeneruara në objektet e artit, kulturës dhe trashëgimise	%	MK	25%	25%	25%	25%	25%	30%	30%
20	Numri i udhërrëfyesve turistikë të certifikuar	Numër	MTM		30	30	20	20	30	35
Turizmit të natyrës										
Turizmit të biznesit / konferencave										
21	Ndërtimi në destinacione kryesore turistike, në varësi edhe të kapaciteteve akomoduese të qendrave multifunktionale konferencash dhe kongresesh	Numër	MTM			1		1		1
Turizmit shëndetësor										
Objektivi 5: Objektiva Strategjik Industria e Turizmit										
Oferta për akomodim										
22	Përmirësimi i standardeve dhe cilësisë në strukturat akomoduese. Klasifikimi i strukturave akomoduese	Numër	MTM			300	250	250	450	450
23	Rritja e numrit të shtretërve sipas llojit të strukturës akomoduese	Numër	MTM, INSTAT	70,802	75,050	79,553	84,326	89,385	94,749	100,433

PLANI I VEPRIMIT I DOKUMENTIT STRATEGJIK

FUSHA KRYESORE: ZHVILLIMI I PRODUKTIT					
Drejtim strategjik	Aktivitete	Përgjegjës	Afat	Buxhet	Projekte të asistencës zhvillimore
Produkti i turizmit bregdetar	Përmirësimi i cilësisë në të gjitha strukturat akomoduese duke përfshirë përmirësimin e ndërtesave, respektimin e standardeve dhe implementimin e standardeve të reja në cilësinë e shërbimit				
	Diversifikimi i ofertës së akomodimit përmes përfshirjes së aktivitete të tjera ndihmëse, si sportive, biznesi, ndërtimit të resorteve që ofrojnë shërbime komplekse				
	Përmirësimi i cilësisë së akomodimit në shtëpitë private dhe respektimi i standardeve të përcaktuara në aktet nënligjore në fuqi				
	Përmirësimi i infrastrukturës turistike në zonën bregdetare				
	Ngritja e një muzeu nënujor për zhvillimet e rëndësishme arkeologjike në brigjet shqiptare				
	Zhvillimi i atraksioneve të reja me qëllim tërheqjen e kërkesave të tregut rajonal dhe ndërkombëtar				
	Riorganizimi i infrastrukturës turistike në destinacionet turistike, që lidhet me plazhet, shëtitorët, sinjalistikën rrugore, sinjalistikën turistike, hapësirat e parkimit publik dhe transportin publik lokal				
	Përmirësimi i sistemit të informacionit turistik në destinacionin turistik				
	Mundësia e përfshirjes së skemës së certifikimit “ECO” për strukturat akomoduese				
	Hartimi i projektligjit “Për turizmin detar” dhe projektligjit “Mbi normat e lundrimit me mjete lundruese turistike”				
	Mbështetja e përgatitjes së një studimi lidhur me kapacitetet mbajtëse aktuale të porteve dhe marinave të destinuara për lundrime të kruazierave dhe jahteve				
	Promovimi i sistemeve të menaxhimit të mbeturinave, ku përfshihet mbledhja e mbeturinave nga anijet, jahtet, kruazierat				

	Hartimi i masave për marinat lidhur me respektimin e standardeve mjedisore				
	Stimulimi i ardhjes në Shqipëri të kruazierave të vogla				
	Përmirësimi i sistemit të sigurisë në det (roja bregdetare, shërbimet e shpëtimit)				
Produkti i turizmit kulturor	Hartimi i një plani veprimi për zhvillimin e turizmit kulturor në bashkëpunim me Ministrinë e Kulturës				
	Krijimi i qendrave të vizitueshme moderne në destinacionet kryesore				
	Nxitja e zhvillimit të itinerareve/shtigjeve me karakter historik, kulturor, fetar, të cilat duhet të përfshijnë disa kriterë të qarta për zhvillimin dhe mënyrën e menaxhimit				
	Përkrahja e skenës së pavarur kulturore për të pasuruar veprimtarinë artistike dhe diversifikuar ofertën kulturore kombëtare dhe ndërkombëtare të Shqipërisë				
	Përmirësimi në sitet kulturore të kushteve, që lehtësojnë vizitat në to: orari i punës i përshtatshëm, informacioni shpjegues lehtësisht i lexueshëm, në gjuhë të ndryshme				
	Nxitja e përsosmërisë së kuzhinës shqiptare dhe mundësia e përfshirjes së saj në guidat ndërkombëtare				
	Markimi (Brandimi) i ofertës kombëtare dhe rajonale të ushqimit				
	Nxitja e zhvillimit të itinerareve/shtigjeve të ushqimit				
Produkti i turizmit të natyrës	Zbatimi i nismës për “100 fshatrat” në bashkëpunim me ministrinë e linjës dhe me fokus në agro-turizmin				
	Hartimi i një studimi për vlerësimin e ndërtimit të qendrave dimërore komplekse (pistë skish, teleferik, shërbime tregtare, akomodim, veprimtari të tjera)				
	Hartimi i një plani aktiviteteve për promovimin e turizmit alternativ				
	Krijimi i strukturës menaxhuese dhe zbatimi i PKST Alpet Shqiptare				
	Krijimi i infrastrukturës turistike midis zonave malore dhe atyre bregdetare				
	Evidentimi i fermave tradicionale që mund të përdoren si ferma turistike, duke respektuar elementët tradicional të ndërtimit dhe planin urban vendor të zhvillimit				
	Vlerësimi i aktiviteteve të përshtatshme për t’u zhvilluar dhe				

	madhësisë së ofertës turistike në parqet natyrore dhe kombëtare dhe zonat e tjera të mbrojtura				
	Ngritja në atraksionet kryesore natyrore të qendrave moderne të vizitorëve me funksion edukativ dhe informues				
	Përcaktimi i modeleve për funksionimin e shërbimeve tregtare dhe aktiviteteve turistike në parqet kombëtare dhe zonat e mbrojtura (koncesion/PPP)				
	Identifikimi i zonave të mundshme për zhvillimin e veprimtarive sportive si kajak, kanoe, etj.				
	Profilizimi i destinacioneve të turizmit të aventurës dhe atij sportiv me një ofertë të përshtatshme për konsumatorët e këtij produkti				
	Menaxhimi i sistemit të edukimit në vazhdim për sipërmarrësit në zonat rurale dhe malore				
	Përcaktimi i itinerareve të ecjes me biçikletë, përfshirë sinjalistikën e itinerarit, vendin për të kaluar natën, sistemin e informacionit, nevojat për përmirësimin e infrastrukturës				
	Mbështetja e përfshirjes së ofertës shqiptare për turizmin e ecjes me biçikletë në udhëzuesit ndërkombëtare				
Produkti i turizmit shëndetësor	Realizimi i një studimi fizibiliteti për zhvillimin e turizmit shëndetësor në disa vendburime termale në Shqipëri				
	Hartimi i një plani veprimi për zhvillimin e turizmit shëndetësor në bashkëpunim me Ministrinë e Shëndetësisë				
	Lidhja e destinacioneve shqiptare ku zhvillohet ky produkt me rrjete të njohura ndërkombëtare dhe ofrues të shërbimeve të turizmit shëndetësor në vende të BE-së				
	Ngritja e një shoqate profesionale kombëtare për turizmin shëndetësor, me fokus në testimin e tregut, ofrimin e informacionit, edukimin dhe bashkëpunimin me shoqatat dhe anëtarësinë në organizatat ndërkombëtare				
Produkti i turizmit të biznesit/konferencave	Hartimi i një studimi për zhvillimin e ofertës së turizmit të biznesit/konferencave në Shqipëri, me fokus në Tiranë				
	Tërheqja në Shqipëri e markave të njohura ndërkombëtare hoteliere në ofertën e akomodimit, veçanërisht në destinacionet e njohura për zhvillimin e turizmit të biznesit/konferencave				
	Vendosja e linjave direkte ajrore me vendet kryesore evropiane, të cilat janë të lidhura me zhvillimin e këtij lloj				

	produkti				
	Përdorimi në ofertën e turizmit të biznesit/konferencave të siteve apo objekteve alternative si muzeume, parqe natyrore...				

FUSHA KRYESORE: ZHVILLIMI I BURIMEVE NJERËZORE					
Drejtim strategjik	Aktivitete	Përgjegjës	Afat	Buxhet	Projekte të asistencës zhvillimore
Krijimi i kuadrit për strukturat e arsimit dhe trajnimit	Krijimi i strukturës përgjegjëse funksionale për arsimimin dhe trajnimin në sektorin e turizmit				
	Ngritja e këshillave për zhvillimin e burimeve njerëzore në nivel kombëtar dhe rajonal				
	Mbështetja e krijimit të Sistemit Shqiptar të Kualifikimeve Profesionale në turizëm				
	Mbështetje e akreditimit të institucioneve që ofrojnë arsimim dhe trajnim në fushën e turizmit				
Trajnim dhe arsimim profesional dhe për stafin	Evidentimi në bazë vjetore i nevojave për trajnim në nivel qendror dhe rajonal				
	Hartimi i një plani vjetor për zhvillimin e burimeve njerëzore në sektorin e turizmit				
	Hapja në Shqipëri të degëve të institucioneve të njohura arsimore ndërkombëtare të specializuara për turizmin;				
	Përfshirja e turizmit si pjesë e programit mësimor në sistemin 9-vjeçar dhe të mesëm				
Programe specifike për stafin në komunitete	Hartimi i kërkesave për modulet kryesore për profesionet kryesore: menaxhimi, mbikëqyrësit, shërbimi në kuzhinë, recepsioni, sektori i udhëtimeve, sipërmarrësit, etj.				
	Identifikimi i moduleve të trajnimit që ofrohen në bazë vjetore në nivel kombëtar dhe rajonal				
	Trajnimi i stafit për sigurinë në plazhe				
Përmirësimi i cilësisë së jetesës në nivel lokal	Edukim dhe trajnim i vazhdueshëm për banorët e zonave turistike për të rritur mundësitë e punësimit dhe diversifikimit të aktiviteteve që gjenerojnë të ardhura				
	Ngritja e mekanizmave të shumëfishimit të efekteve të turizmit mbi ekonominë vendore me synim nxitjen e konsumit dhe prodhimit të produkteve vendore (ushqim, artizanate)				

	Krijimi i mekanizmave ndërsektorial për financimin e ruajtjes dhe mirëmbajtjes së aseteve të trashëgimisë kulturore				
--	---	--	--	--	--

FUSHA KRYESORE: ZHVILLIMI I BURIMEVE NJERËZORE					
Drejtimit strategjik	Aktivitetet	Përgjegjës	Afat	Buxhet	Projekte të asistencës zhvillimore
Strategjia e Marketingut të Turizmit	Hartimi i Strategjisë së Marketingut të Turizmit				
	Promovimi i markës (Brand-it) së turizmit shqiptar				
Promovimi i produkteve turistike	Hapja e zyrave turistike pranë përfaqësive diplomatike shqiptare apo zyrave të tjera të përfaqësimit				
	Zhvillimi i veprimtarive të përbashkëta për integrimin e palëve të ndryshme të interesuara (nivel kombëtar, nivel lokal, biznese private) në procesin e marketingut të turizmit				
	Pjesëmarrje në panairë dhe ekspozita ndërkombëtare të ndryshme				
	Hartimi dhe mirëmbajtja e një kalendarit vjetor të aktiviteteve turistike				
	Prodhimi i botimeve dhe spoteve të ndryshme promociionale				
	Ngritja e qendrave dhe pikave të informacionit turistik në të gjitha zonat turistike				
	Krijimi i një strukture të specializuar dhe të trajnuar mirë për të zbatuar marketing inovativ dhe efektiv për të konkurruar me destinacione të shquhen me marketing të fuqishëm				
	Vlerësimi i konkurrueshmërisë së Shqipërisë në nivel rajonal dhe global në raport me marketingun e turizmit				
Përfshirja e TIK	Krijimi i portalit të turizmit shqiptar				
	Ndërtimi dhe publikimi i Regjistrimit të Burimeve dhe Produkteve Turistike				

FUSHA KRYESORE: INVESTIMET PRIVATE DHE PUBLIKE					
Drejtimit strategjik	Aktivitetet	Përgjegjës	Afat	Buxhet	Projekte të

					asistencës zhvillimore
Rritja e investimeve strategjike	Nxjitje dhe mbështetje për ndërtime të reja të resorteve dhe hoteleve me 4 dhe 5 yje në destinacionet kryesore turistike				
	Rinovimi dhe rikonstruksioni i strukturave akomoduese ekzistuese (veçanërisht i hoteleve)				
	Investime në strukturat akomoduese të vogla familjare B&B				
	Investime në kategorinë "Kamping" të strukturës akomoduese				
	Investime në akomodimin familjar (dhoma, apartamente, shtëpi)				
	Ndërtimi i Marinave (porte cruazerash jahtesh, mjete të tjera lundruese)				
	Investime në komponentë të tjerë të ofertës turistike si shërbime të ushqimit dhe pijeve, aktivitete sportive, argëtuese, tregtare dhe infrastrukturë publike				
Investime në infrastrukturën e edukimit, financimi i programeve të ndryshme të arsimimit dhe trajnimit në shërbim të sektorit të turizmit					
Përmirësimi i parametrave të klimës së investimeve	Përgatitja e raporteve të qarta (katologë) lidhur me zonat e zhvillimit, gjendjen e pronësisë, shkallën dhe strukturën e investimit, modelin e menaxhimit				
	Organizimi i konferencave të ndryshme për investimet në turizëm				
	Ngritja e qendrave të informacionit për investitorët				
	Paralelisht me përmirësimin e klimës së investimeve, krijimi i një skeme grantesh të drejtpërdrejta për sipërmarrjet vendore për zhvillimin e shërbimeve dhe produkteve të reja				
Rritja e investimeve publike	Investime infrastrukturore për përmirësimin e rrjetit të përgjithshëm të transportit dhe qasjes në zonat turistike				
	Investime në institucionet e kujdesti shëndetësor për përmirësimin e cilësisë së shërbimeve shëndetësore në zonat turistike				
	Investime për revitalizimin e zonave të trashëgimisë kulturore dhe konservimin e monumenteve				
	Investime për përmirësimin e kushteve të fermave për të ofruar shërbime turistike në fshatra				
	Investimet e njësisive të qeverisjes vendore				

FUSHA KRYESORE: INVESTIMET PRIVATE DHE PUBLIKE					
Drejtim strategjik	Aktivite	Përgjegjës	Afat	Buxhet	Projekte të asistencës zhvillimore
Konsolidimi i kuadrit ligjor dhe institucional	Rishikimi i VKM-ve ekzistuese dhe hartimi i VKM-ve të reja në zbatim të obligimeve ligjore				
	Hartimi i politikave të planifikimit hapësinor që orientojnë zhvillimin e turizmit				
	Funksionalizimi i plotë i degëve territoriale të turizmit				
Standardizimi i veprimtarive turistike	Konsolidimi i standardeve dhe rregullimi i veprimtarisë së tur-operatorëve, agjencive turistike, hoteleve dhe udhërrëfyesve turistikë				
	Monitorimi i rregullt i veprimtarive turistike për të siguruar zbatim të plotë të obligimeve ligjore për standardizim				
Përmirësimi i cilësisë së statistikave	Hartimi i një analize për të vlerësuar metodologjitë ekzistuese për prodhimin e statistikave të turizmit				
	Vlerësimi i mundësive për të zhvilluar dhe zbatuar Llogarinë Satelite të Turizmit (TSA) ose një metodologji të përafërt sipas specifikave të vendit				
	Publikimi i rregullt i statistikave të turizmit për orientimin e investimeve private dhe publike dhe përkrahjen e proceseve të zhvillimit të politikave të turizmit dhe sektorëve ndërlidhës				
Zhvillimi i modelit të përshtatshëm për menaxhimin e destinacionit					