



SURVEY REPORT

PROJEKTI “Shqipëri, Udhëto në Mënyrën Tënde”

Janar 2018 – Dhjetor 2018

Ekspert Lokal
Ardit Çollaku

Analizë dhe Vlerësim i Politikave mbi Cilësinë dhe Sasinë e Shërbimeve Turistike të Ofruara në Katër Bashkitë e Gjirokastrës, Përmetit, Beratit dhe Skraparit, për Zhvillimin e mëtejshëm socio-ekonomik të tyre, bazuar në numrin dhe vendet nga vijnë turistët e huaj.

Kontakte: arditcollaku@gmail.com

Cel +355696077790

Contents

PËRMBLEDHJE	2
1. HYRJE.....	3
1.1 PËRKUFIZIME	4
1.2 BURIMI I TË DHËNAVE.....	4
2. METODOLOGJIA E VLERËSIMIT DHE PYETESORI I PËRDORUR.....	5
3. PYETSORI I PËRDORUR PËRMBAN PYETJET DHE PËRGJIGJET SI MË POSHTË.	5
4. LËVIZJET E SHTETASVE NË SHQIPËRI.....	7
4.1 LËVIZJET E SHTETASVE SHQIPTARË DHE TË HUAJ. Tab. 1	7
4.2 HYRJET E SHTETASVE TË HUAJ. Tab.2	8
4.3 HYRJET E SHTETASVE TË HUAJ SIPAS QËLLIMIT. Tab.3	9
4.4 LËVIZJET E SHTETASVE SIPAS MËNYRËS UDHËTIMIT. Tab. 4.....	10
5. NUMRI I TURISTËVE PËR ÇDO TË PUNËSUAR	10
6. VIZITORË NË MUZE, PARQE ARKEOLOGJIKE DHE KALA E MONUMENTE DERI NË VITIN 2017. Tab 5.....	11
6.1 VIZITORË NË MUZE, PARQE ARKEOLOGJIKE DHE KALA E MONUMENTE TË QARKUT BERAT DHE GJIROKASTER, ME BILETARI ELEKTRONIKE PER VITIN 2018. Tab 6.	11
7. STRUKTURA SIPAS GRUPMOSHËS E SHTETASVE TË HUAJ QË KANË HYRË NË VENDIN TONË. Tab.7	12

8. CILAT GRUPMOSHA PREFEROJNË TË UDHËTOJNË NË SHQIPËRI?.....	12
9. PREZANTIMI I ZONAVE: Bashkia Berat, TURIZMI NË BASHKINË BERAT, OPERATORËT TURISTIKË, BIZNESET, ANALIZA E SITUATËS AKTUALE.	13
9.1 PROBLEMATIKAT MË TË SHPESHTA QË REZULTOJNË NGA SHQYRTIMI I PYETËSORËVE DHE ANALIZËS PËRKATËSE:	14
10. PREZANTIMI I ZONAVE: BASHKIA GJIROKASTËR, TURIZMI NË BASHKINË GJIROKASTËR, OPERATORËT TURISTIKË, BIZNESET, ANALIZA E SITUATËS AKTUALE .	14
10.1 PROBLEMATIKAT MË TË SHPESHTA QË REZULTOJNË NGA SHQYRTIMI I PYETËSORËVE DHE ANALIZËS PËRKATËSE:	16
11. PREZANTIMI I ZONAVE: BASHKIA PËRMET, TURIZMI NË BASHKINË PËRMET, OPERATORËT TURISTIKË, BIZNESET, ANALIZA E SITUATËS AKTUALE.	16
11.1 PROBLEMATIKAT MË TË SHPESHTA QË REZULTOJNË NGA SHQYRTIMI I PYETËSORËVE DHE ANALIZËS PËRKATËSE:	18
12. PREZANTIMI I ZONAVE: BASHKIA SKRAPAR, TURIZMI NË BASHKINË SKRAPAR, OPERATORËT TURISTIKË, BIZNESET, ANALIZA E SITUATËS AKTUALE.	18
12.1 PROBLEMATIKAT MË TË SHPESHTA QË REZULTOJNË NGA SHQYRTIMI I PYETËSORËVE DHE ANALIZËS PËRKATËSE:	20
13. ANALIZA FINALE MBI TË DHËNAT E MBLEDHURA	20

PËRMBLEDHJE

Ky raport paraqet situatën e sektorit turistik sipas parashikimeve dhe statistikave për Shqipërinë të Organizatës Botërore të Udhëtareve të Turizmit të krahasuar me të dhënat statistikore të Institutit Shtetëror Shqiptar të Statistikave, Ministrisë së Turizmit dhe nga mbledhja e të dhënave bazë të katër bashkive në vend (Berat, Gjirokastrë, Përmet dhe Skrapar) në lidhje me sektorin e turizmit dhe nivelin e ofrimit të shërbimit/produttit turistik në këto bashki, në kuadër të projektit TREC- Menaxhimi Multi-Aktor i Integruar i Turizmit Rural dhe Kulturor, në Qarqet e Gjirokastrës dhe Beratit.

Informacioni dhe analizat përkatëse që rezultojnë nga Studimi Bazë (Baseline), paraqesin parashikimet e bëra në nivelin ekzistues në rang kombëtar, statistikave dhe të dhënat turistike të situatës aktuale në këto 4 Bashki, duke i krahasuar me zhvillimin real që kanë pasur këto zona gjatë vitit 2018, kryesisht lidhur me indikatorët e përshtatshëm për vlerësimin e ndikimit/impaktit për vlerësimin cilësor dhe sasior të shërbimeve turistike të ofruara në këto katër Bashki.

Analiza e përgjithshme e këtij raporti , do të jetë një model vlerësimi mbi impaktin e projektit në përmeshjen e objektivave kryesore, në shërbim të sektorit publik/privat si dhe institucioneve të qeverisë vendore dhe asaj qendrore për të hartuar politika zhvillimi, në kuadër të nxitjes së përfshirjes së më të gjerë të komunitetit lokal në fushën e Turizmit, sektor, i cili duhet parë si një ndër sektorët prioritarë për zhvillimin ekonomik/social të këtyre zonave që do të ndikojë jo vetëm në rritjen ekonomike por dhe në zhvillimin e punësimit dhe kualitetit të jetesës.

Qëllimi i Raportit Bazë (Baseline) përshkrimi i situatës reale të numrit të turistëve gjatë vitit të fundit, krahasuar me kuadrin vlerësues sipas projektit **TREC - “Shqipëri, Udhëto në Mënyrën Tënde** si dhe ndërgjegjësimi i strukturave përkatëse në kuadër të gjetjeve dhe statistikave që dalin nga ky përshkrim, duke përfshirë punën dhe ndihmën që jep CEZVI në këto zona, në lidhje me pengesat për përmirësimin e kapaciteteve të aktorëve lokal në fushën e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm, si sektor i rëndësishëm ekonomik.

1. HYRJE

Rreth projektit

Projekti **TREC - “Shqipëri, Udhëto në Mënyrën Tënde: Menaxhimi Multi-Aktor i Integruar i Turizmit Rural dhe Kulturor në Qarqet e Gjirokastrës dhe Beratit”**, i financuar nga Agjencia Italiane për Bashkëpunim dhe Zhvillim (AICS) ka si qëllim rritjen e kapaciteteve për të zhvilluar një sistem të integruar të pritjes turistike: Përfshirja e aktorëve publik dhe privat për menaxhimin e produkteve dhe shërbimeve turistike, rritja e kapaciteteve të SME, rritja e turistëve të regjistruar në nivel lokal në Bashkitë Gjirokastrë, Përmet, Skrapar dhe Berat.

Projekti është i bazuar në një eksperiencë të konsoliduar të organizatave partnere (CESVI, Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT), Viaggiare i Balcani (ViB), Agenzia di Sviluppo Sangro-Aventino) në zonën e synuar dhe të sektorit dhe në një analizë të kujdesshme të çështjeve kryesore kritike që lidhen me zinxhirin e vlerës së turizmit në nivele të ndryshme.

Për këtë qëllim, veprimi parashikon të:

- Forcojë kapacitet e aktorëve publik dhe privat në menaxhimin e produkteve dhe shërbimeve turistike, nëpërmjet krijimit të konsorciumeve me shumë aktorë, dhe në koordinim me qendrat e informacionit turistik;
- Përmirësojë qasjen në burime financiare për zhvillimin e produkteve dhe shërbimeve të turizmit nëpërmjet ofritit të kredive dhe bashkëfinancimit të iniciativave të konsorciumit të korporatave. Stimujt shtesë do të sigurojnë akses për të rinjtë dhe gratë në zonat rurale;
- Rrisë kapacitetet e grupeve të interesit për të promovuar produktet dhe shërbimet e turizmit duke përmirësuar strategjitë e tyre të komunikimit dhe forcimin e rrjeteve ndërkombëtare të turizmit të qëndrueshëm.

Në bazë të analizës përkatëse dhe të dhënave të mbledhura nga ky studim, përfitues direkt do të jenë jo vetëm institucionet shtetërore në nivel lokal dhe kombëtar por dhe i gjithë sektori privat që punon dhe ushtron aktivitetin e tij në fushën e turizmit në këto zona apo në zona që lidhen me to.

Gjithashtu, kjo iniciativë do të ndërgjegjësojë organet e pushtetit qendror dhe vendor, për masat që duhet të marrin dhe zhvillimin e iniciativave konkrete gjithëpërfshirëse mbi përmirësimin e cilësisë dhe shërbimeve apo produkteve turistike që do të ndikojnë në rritjen e numrit të vizitoreve duke synuar një turizëm gjithëpërfshirës dhe gjithëvjetor.

Një tjetër vlerë e shtuar që do të përfitohet nga projekti është dhe nxjerrja e të dhënave të sakta për hyrjen e numrit të turistëve vendas apo të huaj në zonat përkatëse, vendet apo shtete nga të cilat vijnë këta turistë si dhe përcaktimi i aktivitetëve apo tureve turistike sipas kërkesës së tyre.

1.1 PËRKUFIZIME

Hyrjet: Përfshijnë të gjitha hyrjet e personave në pikat kufitare (me ajër, det dhe tokë).

Hyrjet janë një koncept që i referohet të gjitha mbërritjeve. Një person që viziton disa vende njëkohësisht gjatë një viti llogaritet çdo herë si një hyrje e re.

Daljet : Përfshijnë të gjitha daljet e personave nga pikat kufitare (me ajër, det dhe tokë).

Daljet masin fluksin e shtetasve që lënë vendin e referencës. Një person që lë vendin e referencës disa herë gjatë një viti llogaritet çdo herë si një dalje e re.

Vizitor: Për qëllime të statistikave të turizmit, termi “vizitor” nënkupton “një person që udhëton në një vend të ndryshëm nga vendi ku ai banon, për një periudhë më pak se 12 muaj dhe qëllimi kryesor i këtij udhëtimi në vendin e vizituar nuk është ai i një veprimtarie fitimprurëse”. Vizitori mund të jetë vendas ose i huaj si dhe ndahet në disa kategori për qëllimet e vizitës dhe netë qëndrimet për destinacionin përkatës. Në shumicën e rasteve kemi dhe vizitore të quajtur ditore të cilën kryesisht i shohin prezent në Qarkun e Gjirokastrës dhe të Beratit.

Qëllimi i udhëtimit të vizitorëve dhe turistëve përfshin vizita për:

Qëllime personale të cilat grupohen në:

1. Pushime, vizitë tek të afërm, etj.;
2. Trajtim shëndetësor;
3. Qëllime fetare;
4. Udhëtarë tranzit.

Kategoria e biznesit që përfshin të gjitha bizneset dhe aktivitetet profesionale jashtë ambientit të zakonshëm.

1.2 BURIMI I TË DHËNAVE

Të dhënat janë a) administrative dhe sigurohen nga Ministria e Punëve të Brendshme (Policia e Shtetit, Drejtoria e Kufirit dhe Migracionit), Agjencia Kombëtare e Turizmit, Bashkia Gjirokastrë, Bashkia Përmet, Bashkia Berat, Bashkia Skrapar dhe b) sektori privat dhe sigurohen nga Organizata të ndryshme joqeveritare, Operatorë Turistik, Federata, Hotele, Ristorante, Guida të certifikuar dhe Shoqatat e Turizmit në vend.

Të dhënat janë paraprake dhe subjekt rishikimi të vazhdueshëm.

Diferencat statistikore midis hyrje-daljeve të shtetasve Shqiptarë apo të huaj vijnë kryesisht nga:

- Ligjit nr.71/2016 “Për Kontrollin Kufitar”, neni 17 “Lehtësimi i verifikimeve Kufitare”, ku gjatë sezonit turistik apo fluksit të shtuar, në momentet e hyrjeve të shtetasve në kufi, nuk regjistron shtetasit në hyrje;
- Procedurat lehtësuese që aplikohen për banorët e zonave kufitare të cilët kalojnë kufirin për arsye të aktivitetit të tyre tregtarë, kur kalojnë disa herë brenda ditës, nuk regjistrohen në hyrje;
- Dy-shtetësia që zotërojnë një pjesë e mirë e Shqiptarëve të cilët në momentin e kalimit të kufirit mund të deklarojnë shtetësi të ndryshme në dalje nga ajo në hyrje, etj.

2. METODOLOGJIA E VLERËSIMIT DHE PYETESORI I PËRDORUR

Pyetja e përgjithshme mbi të cilën u ngrit i gjithë studimi është “Cila është situatë aktuale në katër bashkitë, Berat, Gjirokastrë, Përmet dhe Skrapar në lidhje me ofrimin e produkteve dhe shërbimeve turistike. Cilat janë kapacitetet e ofrimit dhe zhvillimit të Turizmit Historiko-Kulturor, Turizmit Gastronomik, Turizmit të Natyrës dhe Aventurës dhe Turizmit Fetar?” Për t’ju përgjigjur këtyre pyetjeve, studimi nisi nëpërmjet analizimit të dokumentacionit dhe kuadrit ligjor ekzistues, që përfshin strategjitë e zhvillimit të bashkive (qofshin këto të lidhura me turizmin apo me zhvillimin e përgjithshëm), studime të ndërmarra nga aktorë të ndryshëm që veprojnë në këto zona, përfshirë organizata të shoqërisë civile dhe individë të pavarur, survey te realizuara mbi turist në lidhje me eksperiencat e përfituara.

Faza e dytë e kërkimit, lidhet me punën në terren dhe mbledhjen e burimeve parësore të informacionit, qoftë në mënyrë sasiore, qoftë në atë cilësore. Për këtë arsye u hartuan dhe implementuan survey të grupet kryesore të interesit (katër bashkitë, AKT dhe MTM, OJF locale, shoqatat kryesore në fushën e turizmit dhe ekspertë të pavarur lokal që operojnë në këto zona turistike.

Për validimin e vërtetësisë së të dhënave, u përdor Metodologjia Mikse, CATI/CAWI Nëpërmjet monitorimit të funksioneve, sipas grupeve të interesit duke i ndare për: Karakteristikat e tyre të aktivitetit, gjininë dhe moshën. Qëllimi i publikimit të hyrjeve dhe daljeve të shtetasve shqiptarë dhe të huaj sipas mënyrës së udhëtimit (me det, ajër, tokë dhe pikave kufitare) është matja e disa treguesëve statistikorë që lidhen me turizmin.

3. PYETSORI I PËRDORUR PËRMBAN PYETJET DHE PËRGJIGJET SI MË POSHTË.

Gjinia? E ndarë sipas demografisë.

- 51% e të intervistuarve ishin meshkuj kundrejt 49% femra.
- Mbi $\frac{3}{4}$ e tyre ishin ndërkombëtare ku rreth 65% e tyre vinin nga Europa (kryesisht Itali, Poloni, Gjermani dhe France).
- Turistët i përkisnin kryesisht grupmoshës të 35-50 vjeç me rreth 60%.
Dhe rreth 90% e tyre vinte për herë të parë në Shqipëri

Në lidhje me zonat e vizituara apo bashkëpunimin për të organizuar udhëtime në këto zona kemi renditjen si më poshtë:

- Gjirokastra dhe Berati me rreth 60% të interesit.
- Përmeti me rreth 27% dhe Skrapari me 13% të interesit

Pyetja mbi akomodimin dhe netët e qëndrimit mori përgjigjet si më poshtë:

- Turizëm ditor me rreth 30% .
- Nga 1 deri në dy net qëndrimi rreth 45%.
- Deri në 5 netë ose më shumë me 25%

a) Lidhur me shërbimin dhe kushtet e akomodimit kemi këto preferenca:

- Shërbimi ishte në nivel të lartë deri në 4 yje me rreth 10% të përgjigjeve.
- Shërbimi ishte në nivel mesatar me 3 yje me rreth 70% të përgjigjeve.

- Shërbimi ishte i mirë me nivel deri në 2 yje me rreth 20% të përgjigjeve
- b) Lidhur me fushat apo produktin turistik për të cilin ka qenë i interesuar vizitori kemi:**
 - Turizmi kulturor dhe Historik me 95% në total të preferencave.
 - Turizmi i natyrës dhe i aventurës me 92% në total të preferencave.
 - Turizmi kulinar dhe agroturizmi me rreth 95% në total të preferencave.
 - Turizmi fetar me rreth 15% e preferencave.
- c) Pyetjes me sa yje do e vlerësonit mikpritjen i janë përgjigjur:**
 - 50% e të intervistuarve në nivelin pozitiv.
 - 50% e të intervistuarve në nivelin shumë pozitiv.
- d) Pyetjes drejtuar operatoreve turistik dhe vizitorëve që kanë qenë edhe me parë në këto zona mbi nivelin e shërbimit, ushqimin dhe cilësinë krahasuar me një vit me parë i është përgjigjur:**
 - Është rritur shërbimi dhe cilësia me rreth 87% e të intervistuarve.
 - Është njësoj si më parë me rreth 13% e të intervistuarve.
- e) Pyetjes lidhur me shërbimin e guidave apo udhërrëfyesve lokale dhe operatorëve turistik të zonës krahasuar me një vit më parë, i janë përgjigjur:**
 - Ka patur rritje me rreth 66% e përgjigjeve të të intervistuarve.
 - Nuk ka patur rritje me rreth 34 % e të intervistuarve.
- f) Pyetjes si do e vlerësonit infrastrukturën krahasuar me një vit më parë, i janë përgjigjur:**
 - Njësoj dhe ka nevojë për përmirësim me rreth 34% e përgjigjeve.
 - E mirë por ka nevojë të përmirësohet me rreth 66% e përgjigjeve.
- g) Pyetjes si do e vlerësonit punën dhe bashkëpunimin e organeve lokale apo enteve shtetërore që punojnë në fushën e turizmit, të bërë gjatë vitit të fundit në zonën tuaj apo të vizituar së fundmi, i janë përgjigjur:**
 - Jo mirë ose njësoj si më parë, me rreth 11% e përgjigjeve.
 - Pozitive, me rreth 67% e përgjigjeve.
 - Shumë pozitive, me rreth 22% e përgjigjeve.
- h) Pyetjes si do e vlerësoni në tërësi punën e organizatave joqeveritare apo sektorit privat që punojnë në fushën e turizmit të bërë gjatë vitit të fundit në zonën tuaj apo të vizituar së fundmi, i janë përgjigjur:**
 - Njësoj, me 11% të përgjigjeve.
 - Pozitive, me 78% të përgjigjeve.
 - Shumë pozitive, me 11% te përgjigjeve
- i) Pyetjes me sa yje do e vlerësonit në tërësi zonën e vizituar i është përgjigjur:**
 - 70% me 5 yje.
 - 10% me 4 yje.
 - 10% me 3 yje.
 - 10% nuk e di.
- j) Pyetjes do të ktheheshit në të ardhmen për ta vizituar sërish këtë zonë i është përgjigjur:**
 - 100% Po do të kthehemi sërish.
- k) Pyetjes do ta rekomandonit një udhëtim apo vizitë në këtë zonë te miqtë apo familjarët tuaj, i është përgjigjur:**

- 100% , Po do ta rekomandonim.

l) Për pikën mbi sugjerime, ndryshime apo përmirësime që duhet të ndërmerren në vijim në zonën përkatëse, janë vlerësuar përgjigjet e mëposhtme:

- Duhet një kontribut i përbashkët nga të gjithë aktorët për zhvillimin e zonës.
- Duhet bashkëpunim i vazhdueshëm mes sektorit privat dhe organeve të qeverisjes vendore dhe qendrore.
- Duhet përmirësuar infrastruktura dhe cilësia e shërbimit.
- Nevojitet një promovim më i madh për zonën në tërësi, si dhe një organizim më i mirë përsa i përket promovimit të resurseve dhe produkteve turistike të zonës.
- Duhet një promovim i vazhdueshëm në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar i vlerave unike që kanë Qarku i Gjirokastrës dhe i Beratit për të bërë të mundur tërheqjen gjatë gjithë vitit të turistëve dhe vizitorëve vendas e të huaj.

4. LËVIZJET E SHTETASVE NË SHQIPËRI

Të dhënat administrative që janë siguruar nga Policia e Shtetit, Drejtoria e Kufirit dhe Migracionit dhe që janë subjekt i revizionimit të vazhdueshëm, tregojnë fluksin e shtuar në pikat kufitare gjatë sezonit turistik dhe për këtë aspekt krijohen diferenca statistikore midis hyrje-daljeve në kufi, dhe autoritetet bazuar në ligj nuk regjistrojnë të gjithë shtetasit në hyrje. Për më shumë informacion jemi konsultuar dhe me shoqatat kryesore të operatoreve turistike në vend.

- **Hyrjet e shtetasve të huaj në vendin tonë në vitin 2018, janë 5.926.803 duke u rritur me 15,8 %, në krahasim me vitin 2017.**
- Në 2018, ndër vendet që kanë hyrjet më të larta të shtetasve në Shqipëri, Polonia ka pasur rritjen më të madhe 34,2 %.
- **Daljet e shtetasve shqiptarë nga territori i vendit tonë në 2018, janë 5.415.071, duke u rritur 4,4 %, krahasuar me një vit më parë.**
- **Viti 2018, gjithashtu u mbyll me 296.000 pasagjere ajrorë të kategorisë charter. Kjo është një rritje me 1080% krahasuar me 5 vite më parë, kur në vitin 2013 numri i kësaj kategorie turistesh ishte vetëm 25.000.**

4.1 LËVIZJET E SHTETASVE SHQIPTARË DHE TË HUAJ¹. Tab. 1

Periudha	Dhjetor 2017	Dhjetor 2018	Ndryshimi vjetor (%)	Janar– Dhjetor 2017	Janar- Dhjetor 2018	Ndryshimi vjetor progresiv

¹ Burimi INSTAT: <http://www.instat.gov.al/>

						(%)
Hyrje gjithsej	741.685	833.200	12,3	9.969.322	11.246.520	12,8
Shqiptarë	484.211	552.501	14,1	4.851.622	5.319.717	9,6
Të Huaj	257.474	280.699	9,0	5.117.700	5.926.803	15,8
Dalje gjithsej	673.013	655.415	-2,6	10.419.480	11.432.521	9,7
Shqiptarë	399.137	446.032	11,7	5.186.100	5.415.071	4,4
Të Huaj	273.876	209.383	-23,5	5.233.380	6.017.450	15,0

4.2 HYRJET E SHTETASVE TË HUAJ².

Tab.2

Shtetet	Dhjetor 2017	Dhjetor 2018	Ndryshim vjetor (%)	Janar-Dhjetor 2017	Janar-Dhjetor 2018	Ndryshimi vjetor progresiv (%)
Kosovë	53.837	74.616	38,6	1.745.973	2.088.503	19,6
Maqedoni	67.350	40.676	-39,6	671.570	680.780	1,4
Greqi	29.105	54.203	86,2	489.172	552.638	13,0
Itali	28.129	28.384	0,9	363.344	436.103	20,0
Angli	6.514	7.772	19,3	127.333	126.296	-0,8
Mali i zi	27.022	26.773	-0,9	380.988	357.071	-6,3
Poloni	671	455	-32,2	114.582	153.718	34,2
SHBA	3.917	4.078	4,1	97.786	116.978	19,6
Spanjë	645	631	-2,2	22.099	24.675	11,7

² Burimi INSTAT: <http://www.instat.gov.al/>

Gjermani	5.019	4.895	-2,5	121.604	142.291	17,0
Zvicër	2.433	2.958	21,6	54.051	54.869	1,5
Të tjera	32.832	35.258	7,4	929.198	1.192.881	28,4
Gjithsej	257.474	280.699	9,0	5.117.700	5.926.803	15,8

4.3 HYRJET E SHTETASVE TË HUAJ SIPAS QËLLIMIT³. Tab.3

Periudha	Dhjetor 2017	Dhjetor 2018	Ndryshimi vjetor (%)	Janar–Dhjetor 2017	Janar–Dhjetor 2018	Ndryshimi vjetor progresiv (%)
Hyrje Shtetas të Huaj	257.474	280.699	9,0	5.117.700	5.926.803	15,8
I. Personale	252.240	274.079	8,7	5,049,173	5,839,626	15,7
1. Pushime, vizitë të afërm, etj	233.990	253.301	8,3	4.865.841	5.639.818	15,9
2. Trajtim shëndetësor	19	34	78,9	634	276	-56,5
3. Qëllime fetare	29	54	86,2	601	778	29,5
4. Udhëtarë transit	18.202	20.690	13,7	182.097	198.754	9,1
II. Biznes dhe profesionale	5.234	6.620	26,5	68.527	87.177	27,2

Ne tabelën e mësipërme nuk janë të përfshirë shtetasit e huaj të ardhur për turizëm dentar, të cilët sipas të dhënave nga operatorët Turistik dhe Shoqata e Dentistëve, për vitin 2018 mendohet ti ketë kaluar shifrat e 30.000 personave prej të cilëve kemi këtë shpërndarje sipas zonave:

- Tirana me mbi 60%
- Durrësi 22%
- Saranda 15%
- Vlora 5%
- Tjetër 3%

³ Burimi INSTAT: <http://www.instat.gov.al/>

4.4 LËVIZJET E SHTETASVE SIPAS MËNYRËS UDHËTIMIT⁴. Tab. 4

Në vitin 2018, numri i shtetasve të hyrë ne Shqipëri me rrugë ajrore është rritur me 12,5 %, krahasuar me vitin e mëparshëm, ne rrugë detare është rreth 5.8% me i larte se një vit me pare dhe ne rrugë tokësore është rreth 13.5% me i larte se një vit me pare.

Periudha	Hyrje gjithsej			Dalje gjithsej		
	Ajër	Det	Tokë	Ajër	Det	Tokë
Dhjetor - 2017	114.992	50.885	575.808	104.855	24.350	543.808
Dhjetor- 2018	121.666	55.457	656.077	105.352	25.845	524.218
Ndryshimi vjetor (%)	5,8	9,0	13,9	0,5	6,1	-3,6
Janar-Dhjetor 2017	1.305.953	755.346	7.908.023	1.336.259	780.314	8.302.907
Janar-Dhjetor 2018	1.474.562	799.136	8.972.822	1.485.049	794.755	9.152.717
Ndryshimi vjetor progresiv (%)	12,9	5,8	13,5	11,1	1,9	10,2

5. NUMRI I TURISTËVE PËR ÇDO TË PUNËSUAR⁵

Gjatë vitit 2018 në vendin tonë erdhën rreth 5.6 milionë shtetas të huaj për pushime, ndërsa vetëm të punësuarit në aktivitetet e lidhura direkt me turizmin janë rreth 35 mijë persona, që do të thotë çdo i punësuar në këto aktivitete i shërben dhe kujdeset për rreth 161 vizitor të huaj.

161 Turistë	-----	1 i Punësuar
--------------------	-------	---------------------

⁴ Burimi INSTAT: <http://www.instat.gov.al/>

⁵ Burimi Unioni Turistik Shqiptar/ Ministria e Turizmit dhe Mjedisit

- Gjate vitit 2018, kemi patur një rritje te numrit te punësuarve ne sektorin e turizmit dhe gjate sezonit te verës për muajt Qershor – Shtator, rritja sipas Shoqatës se Operatoreve te Turizmit arrin deri ne 30 turiste 1 i punësuar.
- Punësimi kryesor , ka qene për sektorin hotelier dhe restorant, ku numri i përgjithshëm i te punësuarve 4-fishohet krahasuar me periudhat e tjera te vitit.

6. VIZITORË NË MUZE, PARQE ARKEOLOGJIKE DHE KALA E MONUMENTE DERI NË VITIN 2017. Tab 5.

PËRSHKRIMI	2013	2014	2015	2016	2017
NUMRI I VIZITORËVE NË PARQE ARKEOLOGJIKE	121.836	175.472	209.547	230.188	260.888
NUMRI I VIZITORËVE NË MUZE	161.183	135.578	131.808	154.965	200.986
NUMRI I VIZITORËVE NË KALA E MONUMENTE TË TJERË	42.786	93.194	119.389	164.544	201.148
NUMRI I VIZITORËVE GJITHSEJ	325.805	404.244	460.744	549.697	663.022

6.1 VIZITORË NË MUZE, PARQE ARKEOLOGJIKE DHE KALA E MONUMENTE TË QARKUT BERAT DHE GJIROKASTER, ME BILETARI ELEKTRONIKE PER VITIN 2018⁶. Tab 6.

Istituzioni	1.Biletë individ		2.Biletëe individ		3.Biletë reduktuar - 50% dhe Studenti dhe familjare		5.Biletë femije/Falas dhe test tickets		6.Biletë grupi 30+		Total	
	Tickets	Revenue	Tickets	Revenue	Tickets	Revenue	Tickets	Revenue	Tickets	Revenue	Tickets	Revenue
Kalaja Berat	23.761	2.376.100	65.013	650.130	19.456	563.830	18.269	0			126.499	9.476.960
Kalaja Gjirokaster	20.859	4.171.800	62.804	12.560.800	6.817	436.660	19.198	0			109.678	17.169.260
Muzeu Onufri Berat	4.211	842.200	35.674	7.134.800	4.059	258.540	6.886	0			50.830	8.235.540
Parku Kombetar i Butrintit	7.264	5.084.800	37600	26.320.000	60.434	17.958.900	30.045	0	47.855	23.927.500	183.198	73.291.200
Total	34.695	12.474.900	201091	46.665.730	90.766	19.217.930	74.398	0	47.855	23.927.500	470.205	108.172.960

⁶ Burimi Ministria e Kultures

VITI 2018

% Për vitin 2018, sipas numërimit të biletave elektronike në Muze, Kala dhe Parqet Kombëtare nga të dhënat e marra nga Ministria e Kulturës, numri vizitorëve që kanë vizituar parqet arkeologjike, muzetë, kalatë dhe monumente të tjerë është rritur me 10,6 %, krahasuar me një vit më parë pa marrë parasysh të gjitha objektet e tjera apo monumente të kulturës që nuk e kanë adoptuar akoma sistemin e biletarisë elektronike.

Në këtë hark kohor, vetëm **numri i vizitoreve** që kanë vizituar **kalanë e Beratit ka qene 126.499 mije** turiste, **kalaja e Gjirokastrës ka pasur 109.679 mije** turiste dhe **Muzeu Onufri Berat ka patur 50.830 mije** turiste.

Dhe nëse shohim vlerat mesatare të krahasuar me një vit më parë vetëm për këto tre monumente kulturore të marra së bashku, kemi mesataren vjetore **më të lartë me rreth 60,5 %** krahasuar me vizitat e një viti më parë, i ndjekur nga numri i vizitorëve në parqet arkeologjike dhe monumentet e tjera.

7. STRUKTURA SIPAS GRUPMOSHËS E SHTETASVE TË HUAJ QË KANË HYRË NË VENDIN TONË⁷. Tab.7

2018	
GRUPMOSHA	%
NËN 15 VJEÇ	6 %
15-24	9 %
25-44	42 %
45-64	35 %
MBI 65 VJEÇ	8 %

8. CILAT GRUPMOSHA PREFEROJNË TË UDHËTOJNË NË SHQIPËRI?

Shqipëria është një atraksion turistik kryesisht për grupmoshën 25-44 vjeç referuar të dhënave të vitit 2018, për hyrjet e shtetasve të huaj.

Në periudhën 2013-2018, numri i vizitorëve të huaj me netë qëndrimi (ku përfshihen vizitorët që qëndrojnë të paktën një natë në hotel apo në struktura akomoduese të tjera, tek të afërmit, shtëpitë e tyre, etj.) zënë mesatarisht 89,4 % të hyrjeve gjithësej, duke u rritur me 13,0 %. **Në vitin 2018**, numri i vizitorëve të huaj me **netë qëndrimi është rritur me 14,1 %**, krahasuar me vitin 2017.

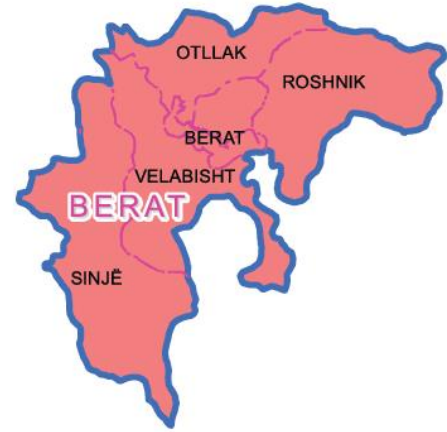
Shtetasit e huaj, referuar të dhënave të **vitit 2018**, kanë kaluar **mesatarisht 4,2 netë** qëndrimi në Shqipëri, duke shpenzuar mesatarisht 63 euro në ditë. Shtetasit e huaj (jo rezidentë) për vitin 2018, kanë qëndruar kryesisht në hotel (79 %) dhe kanë ardhur me makina private (75%). Shtetasit e huaj që preferojnë të vizitojnë Shqipërinë, në vend të parë për vitin 2017, janë shtetasit nga Kosova.

⁷ Burimi *INSTAT*: <http://www.instat.gov.al/>

9. PREZANTIMI I ZONAVE: **Bashkia Berat, TURIZMI NË BASHKINË BERAT, OPERATORËT TURISTIKË, BIZNESET, ANALIZA E SITUATËS AKTUALE.**

Numri mesatar i vizitorëve në Bashkinë Berat përlllogaritet të jetë rreth **126,499 vizitore vetëm në kalanë e Beratit dhe rreth 50.830 vizitore ne Muzeun Onufri.**

- Këto të dhëna tregojnë se kemi **një dyfishim të numrit te vizitoreve vetëm për këto dy monumente kulture krahasuar me vitin 2016 (dy vite me pare) , duke na sjelle një statistike reale mbi rritjen e vizitoreve në këtë Qytet.**



Kjo shifër nuk përfshin pelegrinazhin fetar në Malin e Tomorrit, i cili përfshin më shumë se 140,000 vizitorë në mesin e muajt Gusht 2018 si dhe nuk përfshin vizitorë të tjerë të cilët kanë ardhur në qytetin e Beratit apo zonat për rreth për të vizituar Parqet Kombëtare, objektet e Kultit.

Përgjithësisht nga kjo, mungon përlllogaritja e të dhënave të standardizuara dhe statistikat merren kryesisht nga numri i shitjeve së biletave në muze dhe kala, nga regjistrimet në Zyrën e Informacionit Turistik, apo nga të dhënat që deklarojnë hotelet, të cilat për efekt taksimi deklarojnë më pak se numri real i vizitorëve.

Sipas të dhënave të Shoqatës së Unionit Turistik Shqiptar, gjate dy viteve te fundit është mese dyfishuar numri i vizitoreve ditor ne qytetin e Beratit , kjo fale dhe përfshirjesh se ekskursioneve ditore qe ofrohen për grupet turistike nga **Gjermania, Italia, Franca, Azia, Polonia, Greqia, Kosova, Mali i zi, Maqedonia, Vendet Skandinave** etj., duke ofruar paketa te ndryshme turistike qe përfshijnë jo vetëm turizmin historik dhe kulturor por dhe turizmin e Natyrës dhe Aventurës si dhe agroturizmin për të cilin shquhet Berati.

Gjithashtu gjatë vitit 2018, një rritje kanë patur dhe turistët ditorë Kinez, Austriak, Zvicerian dhe Anglez.

- Pavarësisht paketave turistike të integruara (1. Berat-Butrint-Gjirokastër; 2. Berat-Kanionet e Osunit; 3. Berat; 4. Berat-sporte natyrore në Tomorr), mesatarja e qëndrimit të turistëve në Berat, nuk i kalon më shumë se dy netë (~1.8).
- Shpenzimet mesatare të një turisti të përlllogaritura shkojnë rreth 50-70 euro dita, përfshirë akomodimin. Janë rreth 30 hotele në zonë dhe numërohen rreth 30 bujtina/guest house, më shumë se gjysma e të cilave ofron shërbim sezonal. Vihet re një numër në rritje i qytetarëve që reklamojnë banesat në platforma të njohura për turistët si airbnb dhe booking, megjithatë shumica e tyre operojnë të paregjistruar në zyrat tatim-paguese, ndaj përlllogaritja e numrit të saktë nuk dihet.

Për sa i përket përfshirjes së aktorëve të tjerë në ofrimin e shërbimeve turistike, Berati ka një gamë të larmishme aktorësh, që shkon nga guidat e certifikuara dhe operatorët turistikë, te artizanët dhe prodhuesit agro-ushqimor. Për sa i përket operatorëve kombëtarë, nga informacioni i mbledhur, Berati është bërë pjesë e të gjithë paketave që ofrojnë operatorët Turistik kombëtare dhe Ndërkombëtare.

Turistet e ndryshëm qe vizitojnë qytetin, përveç vizitave ne Muze, Kala dhe vende te tjera historike dhe kulturore, kanë shprehur shume interes te shohin aktivitetet muzikore folkloristike me këngë dhe valle, te blejnë produktet artizanale lokale, te marrin pjese ne aktivitete sportive me teme natyrën apo sportet e aventurës, si dhe te bëjnë degustime te gatimeve tradicionale te zonës, me fokus të veçantë degustimin e verës apo rakisë nga kantinat e ndryshme te zonës.

9.1 PROBLEMATIKAT MË TË SHPESHTA QË REZULTOJNË NGA SHQYRTIMI I PYETËSORËVE DHE ANALIZËS PËRKATËSE:

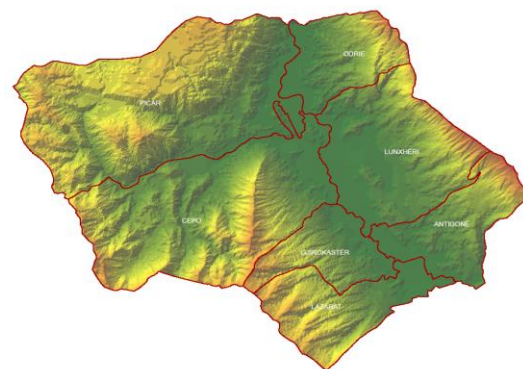
Me gjithë përmirësimet përkatëse , vijojnë të ngelen shqetësuese dhe të krijojnë problematika që duhen ndjekur dhe zgjidhur, çështjet si më poshtë:

- Mos menaxhim i zonave dhe monumentet historike i lë shumë pasuri kulturore në hije apo dhe në rrezik degradimi.
- Mungojnë aktivitetet festive me teme gastronomia dhe muzika tradicionale folkloristike, te cilat duhet te shtohen jo vetëm për vizitorët e huaj por edhe për ata vendas.
- Mungesa e infrastrukturës për turizmin natyror e le këtë sektor të pashfrytëzuar.
- Mungesa e të dhënave statistikore në fushën e turizmit.
- Mungesa e Promovimit të vazhdueshëm
- Mungesa e Bashkëpunimit me Njësitë e Qeverisjes Qendrore (MTM)
- Mungesa e aksesit në fondet e Turizmit pranë Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ndotja e elementëve natyrore (lugina e Osumit, etj.) përbën problem shëndetësor si dhe përkeqëson eksperiencën turistike të zonës.
- Mungesa e trajnimit të stafëve për rritjen e cilësisë dhe shërbimit në restorante dhe hoteleri.
- Mos-standardizimi i shërbimeve turistike të ofruara vështirëson kryerjen e një turizmi normal dhe komod për turistët.
- Largimi i të rinisë në qytete më të mëdha, dhe humbja e forcës së kualifikuar të burimeve njerëzore

10. PREZANTIMI I ZONAVE: BASHKIA GJIROKASTËR, TURIZMI NË BASHKINË GJIROKASTËR, OPERATORËT TURISTIKË, BIZNESET, ANALIZA E SITUATËS AKTUALE .

Numri mesatar i vizitorëve në Bashkinë Gjirokastrë që kanë vizituar kalanë përllëgaritet të jetë **rreth 109,678 për vitin 2018**. Përgjithësisht këtu mungon përllëgaritja e të dhënave të standardizuara dhe statistikave merren kryesisht nga numri i shitjeve së biletave elektronike në muze dhe kala, nga regjistrimet në Zyrën e Informacionit Turistik, apo nga të dhënat që deklarohen hotelet, të cilat për efekt taksimi deklarohen më pak se numri real i vizitorëve.

- Sipas Shoqatës së Unionit të Operatorëve Turistik Shqiptar, numri i vizitorëve i ka kaluar **shifrat e 130 mijë vizitorëve përgjatë vitit 2018** dhe ka patur **një rritje mbi 50%** krahasuar me **një vit më parë**. Kjo pasi është rritur ndjeshëm numri i tureve të organizuara kryesisht me vizitorë ditore të ardhur nga Italia, Polonia, Gjermania, Greqia, Azia ,vendet Skandinave, Kosova, Mali i zi dhe Maqedonia.



Pavarësisht paketave turistike të integruara (Berat-Butrint-Gjirokastër), mesatarja e qëndrimit të turistëve nuk i kalon më shumë se dy netë. Shpenzimet mesatare të një turisti të përlllogaritura shkojnë rreth 40-50 euro dita, përfshirë akomodimin. Janë rreth 30 hotele në zonë dhe numërohen rreth 14 bujtina/guest house, 2 hostele, dhe 3 B&B (Aneks G.1). Vihet re një numër në rritje i qytetarëve që reklamojnë banesat në platforma të njohura për turistët si airbnb dhe booking, megjithatë shumica e tyre operojnë të paregjistruar në zyrat tatim-paguese, ndaj përlllogaritja e numrit të saktë nuk dihet (desktop research rezulton rreth 20 njësi akomodimi në këto platforma). Kapaciteti akomodues i bashkisë Gjirokastër shkon te rreth 490 shtretër në total. Për sa i përket numrit të përgjithshëm të restoranteve në zonë, në Strategjinë territoriale të Zhvillimit të Territorit 2016-2030, përlllogariten rreth 63 restorante në total, megjithatë sipas Zyrës së Tatim-Taksave janë rreth 15 restorante të regjistruar në databazën e tyre.

Për sa i përket përfshirjes së aktorëve të tjerë në ofrimin e shërbimeve turistike, Gjirokastra ka një gamë të larmishme aktorësh, që shkon nga guidat e certifikuara dhe operatorët turistikë, te artizanët dhe prodhuesit agro-ushqimor/industrial. Për sa i përket operatorëve kombëtarë, nga informacioni i mbledhur në bashki, Gjirokastra përfshihet në guidat turistike dhe paketa ditore prej shumicës së Operatoreve kombëtare dhe Ndërkombëtare duke e rritur ndjeshëm numrin e vizitoreve në Qytet. Kjo ka sjelle dhe një mungese apo rënie të numrit të guidave që mbulojnë këto grupe turistike dhe në shumicën e rasteve kemi patur edhe bashkëpunime me guida apo udhëheqës grupi të huaj të cilët kane bashkëpunuar me strukturat lokale pasi në vijim të ligjit nr 93/2015 të turizmit në Republikën e Shqipërisë⁸, të vetmet guida turistike që do të lejohen të operojnë në sektorin e turizmit në Shqipëri janë ato të certifikuara nga organet përkatëse si Ministria e Zhvillimit Ekonomik, Turizmit, Tregtisë dhe Sipërmarrjes.

Me përlllogaritje, edhe pse në mungesë të inventarizimit Bashkia Gjirokastër thotë se janë rreth 25 familje që janë të angazhuara me këto lloj veprimtarish (sporte në natyrë dhe eskursion). Gjithashtu janë disa njësi turistike në zonë që ofrojnë shërbime hiking/camping sipas kërkesave. Për shkak të territorit të madh është e vështirë të bëhet një skanim aktual apo parashikim i ardhshëm i bizneseve familjare që mund të luajnë rol të rëndësishëm në ofrimin e turizmit eksperimental nëpërmjet ofrimit të produkteve tipike të zonës, tour në ferma të vogla mikpritëse, (si prsh bletërritës, apo familje që merren me bujqësi dhe blegtorinë e kafshë të tjera si dhi, lopë, dele, derra, etj), baxho apo biznese të tjera familjare. Megjithatë në bashki veprojnë 2-3 ferma private që ofrojnë produkte ushqimore turistike.

Turistet e ndryshëm që vizitojnë qytetin, kane cilësuar si shume me interes për tu vizituar këto produkte turistike:

- Kalaja e Gjirokastrës;
- Muzeu i kalasë dhe muzeu i periudhës së komunizmit;
- Qafa e pazarit,
- Shtëpia e Ish diktatorit Hoxha si dhe vende apo shtëpi të tjera karakteristike të qytetit.
- Gjithashtu vizitorët e ndryshëm kanë shprehur shumë interes të shohin aktivitetet muzikore folkloristike me këngë dhe valle, të blejnë produktet artizanale të prodhuara nga artizanet lokalë, të marrin pjesë në aktivitete sportive me temë natyrën apo sportet e aventurës, si dhe të bëjnë degustime të gatimeve tradicionale të zonës, me fokus të veçantë degustimin e pijeve dhe ushqimeve vendase.

⁸ Ligji 93/2015 "Për Turizmin"

10.1 PROBLEMATIKAT MË TË SHPESHTA QË REZULTOJNË NGA SHQYRTIMI I PYETËSORËVE DHE ANALIZËS PËRKATËSE:

- Mosmenaxhim i zonave dhe monumentet historike i lë shumë pasuri kulturore në hije apo dhe në rrezik degradimi.
- Mungesa e të dhënave statistikore në fushën e turizmit.
- Mungesa e Promovimit të vazhdueshëm
- Mungesa e Bashkëpunimit me Njësitë e Qeverisjes Qendrore (MTM)
- Mungesa e aksesit në fondet e Turizmit pranë Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ndotja e elementëve natyrore (lugina e Drinos, etj.) përbën problem shëndetësor si dhe përkeqëson eksperiencën turistike të zonës.
- Mungesa e aktiviteteve gjithëvjetrore për promovimin e vazhdueshëm të potencialit dhe produkteve turistike që ofron zona.
- Largimi i të rinisë në qytete më të mëdha, dhe humbja e forcës së kualifikuar të burimeve njerëzore
- Mungesa e infrastrukturës për turizmin natyror (agro-turizëm dhe kamping malor) e le këtë sektor të pashfrytëzuar maksimalisht.
- Mos-standardizimi dhe mungesa e trajnimeve për shërbimet turistike të ofruara vështirëson kryerjen e një turizmi normal dhe komod për turistët.

11. PREZANTIMI I ZONAVE: BASHKIA PËRMET, TURIZMI NË BASHKINË PËRMET, OPERATORËT TURISTIKË, BIZNESET, ANALIZA E SITUATËS AKTUALE.

Numri mesatar i vizitorëve në Bashkinë Përmet përllogaritet të jetë rreth **31,000 për vitin 2018**.

Kjo shifër vjen si përllogaritje mesatare e të dhënave të marra nga Bashkia Përmet, Zyra e Informacionit Turistik si dhe Shoqatat e Operatoreve të Turizmit.

Përgjithësisht mungon përllogaritja e të dhënave të standardizuara dhe statistikave merren kryesisht nga numri i vizitorëve në Zyrën e Informacionit Turistik, apo nga të dhënat që deklarohen hotelet, të cilat për efekt taksimi deklarohen më pak se numri real i vizitorëve.

Për 6-mujt e parë të 2018-tës, nga Bashkia Përmet janë përllogaritur rreth **6,500 turistë**, origjina kryesore e të cilëve është kryesisht nga **Gjermania, Franca dhe Italia**. Ky numër turistësh është **katërfishuar gjatë tre mujorit të tretë** duke patur një rritje të theksuar edhe të turistëve ditore, që përveç shteteve të mësipërme kanë ardhur **dhe nga Polonia, Vendet Skandinave, Republika Çeke** etj.



Në mungesë të paketave turistike të integruara (zakonisht janë disa paketa të pa zyrtarizuara nga kompani turistike të huaj, që sjellin vizitorë në **Përmet-Gjirokastrë**), **mesatarja** e qëndrimit të turistëve nuk i kalon më shumë se **dy netë (1-2)**. Shpenzimet mesatare të një turisti të përlllogaritura shkojnë rreth 40 euro dita, përfshirë akomodimin. Janë rreth 17 hotele në zonë dhe numërohen rreth 9 bujtina/guest house, më shumë se gjysma e të cilave ofron shërbim sezonal. Vihet re se kohët e fundit ka një numër në rritje i qytetarëve që reklamojnë banesat në platforma të njohura për turistët si airbnb dhe booking, megjithatë shumica e tyre operojnë të paregjistruar në zyrat tatim-paguese, ndaj përlllogaritja e numrit të saktë nuk dihet (*desktop research rezulton rreth 5 njësi akomodimi në këto platforma*).

Kapaciteti akomodues i bashkisë **Përmet** shkon te **rreth 410 shtretër në total**. Gjithashtu numri i restoranteve turistike në zonë që serverin kryesisht kuzhinën tradicionale përmetare shkon te rreth 38 në total, megjithatë në zonë ka restorante të tjera që me trajnimin dhe promovimin e duhur mund të bëhen lehtësisht pjesë e listës së restoranteve turistike⁹.

Për sa i përket përfshirjes së aktorëve të tjerë në ofrimin e shërbimeve turistike, Përmeti ka një gamë të larmishme aktorësh, që shkon nga guidat e certifikuara dhe operatorët turistikë, te artizanët dhe prodhuesit agro-ushqimor.

Për shkak të kompleksitetit që ofron sektori turizmit, ka disa lloj aktorësh të regjistruar dhe të paregjistruar që operojnë në këtë fushë, impakti direkt i të cilëve është i vështirë të matet. Kështu, Bashkia nuk ka një numër të bizneseve familjare të cilat ofrojnë shërbime direkte turistike si prsh pajisje turistike me qira (biçikleta, motor, makina), apo sporte në natyrë dhe eskursion, përveç operatorëve turistikë të përmendur më sipër.

Për shkak të territorit të madh është e vështirë të bëhet një skanim aktual apo parashikim i ardhshëm i bizneseve familjare që mund të luajnë rol të rëndësishëm në ofrimin e turizmit eksperimental nëpërmjet ofrimit të produkteve tipike të zonës (fruta, bulmet, lakrorë, ëmbëlsira tipike të zonës, etj.), tour në ferma të vogla mikpritëse, (si prsh bletërritës, apo familje që merren me bujqësi dhe blegtorinë e kafshë të tjera si dhi, lopë, dele, derra, etj), baxho apo biznese të tjera familjare. Megjithatë numri i industrive agro-ushqimore të regjistruara në Bashkinë Përmet shkon në 12, të cilat merren kryesisht me prodhimin e glikosë, ëmbëlsirave, prodhimin e verës dhe bulmeteve, etj.

- Ndër produktet më të preferuara nga Turistet e ndryshëm që vizitojnë qytetin, kanë qenë Ujërat Termale të Bënjës si dhe Rafting në Lumin Vjosë.
- Gjithashtu vizitorët e ndryshëm kanë shprehur shume interes për Parqet Natyrore, ku hiking ka bashkuar natyrën dhe aventurën, duke u ndërthurur gjithashtu me ushqimin tradicional vendas dhe duke marrë një notë shumë të lartë me produktet tipike të zonës.
- Baxhot apo kantinat e Verës që ndodhen në Përmet kanë qenë gjithmonë një pikë ndalimi për vizitorët të cilët përveç degustimeve kanë blerë dhe produkte të ndryshme.
- Një tjetër aktivitet turistik që i ka shtuar interes vizitoreve ka qenë dhe përfshirja e Teqesë së Ali Postivanit, në vizitat e tyre.

Nisur nga rritja e afro 3 fish e numrit të vizitoreve krahasuar me tre vite me pra, në ndihme të ofertës së produkteve turistike do të shërbenin dhe aktivitetet muzikore folkloristike me këngë e valle nga tradita Përmetare si dhe rritja e numrit të produkteve artizanale të prodhuara nga artizanet lokalë, për të cilat ka patur një kërkesë të vazhdueshme dhe në rritje.

⁹ Shënim. Për arsye të distancës së vogël dhe trajtimit të bizneseve si pjesë integrale e turizmit në zonë, në rastin e Bashkisë Përmet janë numëruar edhe njësitë turistike të Bashkisë Këlcyrë.

11.1 PROBLEMATIKAT MË TË SHPESHTA QË REZULTOJNË NGA SHQYRTIMI I PYETËSORËVE DHE ANALIZËS PËR KATËSË:

- Mosmenaxhim i zonave dhe monumentet historike i lë shumë pasuri kulturore në hije apo dhe në rrezik degradimi.
- Mungesa e infrastrukturës për turizmin natyror e le këtë sektor të pashfrytëzuar.
- Mungesa e të dhënave statistikore në fushën e turizmit.
- Mungesa e Promovimit të vazhdueshëm
- Mungesa e aktiviteteve gjithëvjetrore për promovimin e vazhdueshëm të potencialit dhe produkteve turistike që ofron zona.
- Mungesa e Bashkëpunimit me Njësitë e Qeverisjes Qëndrore (MTM)
- Mungesa e aksesit në fondet e Turizmit pranë Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit
- Ndotja e elementëve natyrore (lugina e Vjosës , etj.) përbën problem shëndetësor si dhe përkeqëson eksperiencën turistike të zonës.
- Largimi i të rinjve në qytete më të mëdha, dhe humbja e forcës së kualifikuar të burimeve njerëzore
- Mos standardizimi i shërbimeve turistike të ofruara vështirëson kryerjen e një turizmi normal dhe komod për turistët.
- Mungesa e infrastrukturës për turizmin natyror (agro-turizëm dhe kamping malor) e le këtë sektor të pashfrytëzuar maksimalisht.
- Mos standardizimi dhe mungesa e trajnimeve për shërbimet turistike të ofruara vështirëson kryerjen e një turizmi normal dhe komod për turistët.
- Si dhe mungesa e shërbimeve apo e kualitetit të shërbimit në fushën e restoranteve dhe hotelerisë duke cilësuar si shumë të domosdoshme dhe rritje e kapaciteteve akomoduese.

12. PREZANTIMI I ZONA VE: BASHKIA SKRAPAR, TURIZMI NË BASHKINË SKRAPAR, OPERATORËT TURISTIKË, BIZNESET, ANALIZA E SITUATËS AKTUALE.



Për vitin 2018, nga Shoqata e Operatoreve Turistik Shqiptar janë përlogaritur rreth **24 mijë turistë**, origjina kryesore e të cilëve është nga Gjermania, Franca dhe Italia.

Nga muaji prill deri në fillim të muajit gusht kemi dhe prurjen më të madhe të turistëve në këtë zonë të ardhur kryesisht për sportet e aventurës siç është ai i rafting në Kanionet e Osumit nëpërmjet dhe paketave të përbashkëta Berat - Skrapar.

Ky fakt tregon se ka patur një rritje të turistëve kryesisht ditorë të ardhur dhe nga shtete të tjera si Polonia, Çekia, Ukraina etj., të organizuar nëpërmjet operatoreve të ndryshëm turistik, të cilët në paketat e tyre kanë përfshirë dhe vizitën në këtë zonë.

Mesatarja e qëndrimit të turistëve në Bashkinë e Skraparit nuk i kalon më shumë se një natë. Shpenzimet mesatare të një turisti të përlllogaritura shkojnë rreth 40 euro dita, përfshirë akomodimin. Janë rreth 13 hotele në zonë dhe numërohen rreth 15 restorante.

Ne këto statistika mungon numri i vizitoreve ditor te cilat janë të organizuar individualisht apo me operatorët turistik të cilën nuk janë të regjistruar pranë shoqatave përkatëse. Gjithashtu nuk përfshihet numri i vizitoreve qe kane ardhur për pelegrinazh apo aktivitete te ndryshme fetare. Numri i qytetarëve që reklamojnë banesat në platforma të njohura për turistët si airbnb dhe booking është i papërfillshëm, një dukuri që nuk ka nisur ende në bashkinë Skrapar. Kapaciteti akomodues i bashkisë Skrapar shkon te rreth 100 shtretër në total. Gjithashtu numri i restoranteve turistike në zonë shkon te rreth 15 në total, megjithatë në zonë ka restorante të tjera që me trajnimin dhe promovimin e duhur mund të bëhen lehtësisht pjesë e listës së restoranteve turistikë.

Për sa i përket përfshirjes së aktorëve të tjerë në ofrimin e shërbimeve turistike, Skrapari nuk ka një gamë të larmishme aktorësh, dhe shumica e prodhuesve agro-ushqimor apo familjet që presin vizitë nuk janë të inventarizuara. Për sa i përket operatorëve kombëtarë, nga informacioni i mbledhur në zyrën turistike, jo të gjithë operatorë turistikë kanë pjesë të paketës së tyre turistike Skraparin. Numërohen rreth 25 guida turistike në bashkinë Skrapar.

Për shkak të kompleksitetit që ofron sektori turizmit, ka disa lloj aktorësh të paregjistruar që operojnë në këtë fushë, impakti direkt i të cilëve është i vështirë të matet. Kështu, për shkak të territorit të madh është e vështirë të bëhet një skanim aktual apo parashikim i ardhshëm i bizneseve familjare që mund të luajnë rol te rëndësishëm në ofrimin e turizmit eksperimental nëpërmjet ofrimit të produkteve tipike të zonës (raki Skrapari, bulmet, ushqime të tjera tipike të zonës, etj), tour në ferma të vogla mikpritëse, (si prsh bletërritës, apo familje që merren me bujqësi dhe blegtorinë e kafshë të tjera si dhi, lopë, dele, derra, etj), baxho apo biznese të tjera familjare. Megjithatë me një përlllogaritje, Bashkia Skrapar numëron rreth 10 njësi agro-ushqimore. Janë rreth 8 artizanë që njihen në bashki, 6 prej të cilëve prodhojnë aktivisht produkte artizane në fushën e qëndstarisë dhe punimeve në gur.

- Ndër produktet më të preferuara nga Turistet e ndryshëm që vizitojnë qytetin, kanë qenë Rafting në Lumin Osum si dhe vizita në Kanionet e Osumit duke i eksploruar ato.
- Aktivitete të tjera turistike që i kanë shtuar interesin vizitoreve, kanë qenë dhe Karvanet me mushka drejt malit të Tomorrit të shoqëruara me guida profesionale.
- Gjithashtu vizitoret e ndryshëm kanë shprehur shume interes për Parqet Natyrore, ku hiking ka bashkuar natyrën dhe aventurën, duke u ndërthurur gjithashtu me ushqimin tradicional vendas dhe duke marrë një notë shumë të lartë me produktet tipike të zonës. Kamping dhe Hiking në Malin e Tomorrit -Programi ekskluziv 2 ditor kamping dhe hiking përfshin transport, ushqim, vizitë në një familje fshati, tenda (te pajisura plotësisht) dhe kamping, zjarr (bonfire) Mushka për transportimin e materialeve, Guida profesionale, etj.

Nisur nga **rritja e vazhdueshme e numrit të vizitoreve krahasuar me një vit më parë**, në ndihmë të ofertës së produkteve turistike do të shërbenin dhe rritja e kapaciteteve akomoduese, rritja e shërbimit të restoranteve si dhe aktivitetet muzikore folkloristike me këngë e valle nga tradita e zonës duke shtuar gjithashtu degustimet e produkteve lokale.

12.1 PROBLEMATIKAT MË TË SHPESHTA QË REZULTOJNË NGA SHQYRTIMI I PYETËSORËVE DHE ANALIZËS PËRKATËSE:

- Mosmenaxhim i zonave dhe monumentet historike i lë shumë pasuri kulturore në hije apo dhe në rrezik degradimi (kryesisht monumente kulture apo objekte kulti për të cilat gjithashtu nevojitet një infrastrukturë e nevojshme për zhvillimin e tyre).
- Mungesa e infrastrukturës për turizmin natyror e le këtë sektor të pashfrytëzuar.
- Mungesa e të dhënave statistikore në fushën e turizmit si detyre parësore e Bashkisë dhe Ministrisë së Turizmit.
- Mungesa e Promovimit të vazhdueshëm si detyre e Bashkisë dhe Ministrisë së Turizmit
- Ndotja e elementëve natyrore përbën problem shëndetësor si dhe përkeqëson eksperiencën turistike të zonës.
- Mungesa e trajnimit për rritjen e shërbimit dhe cilësisë në zonat turistike, hoteleri dhe restorante.

Gjithashtu një tjetër shqetësim është ai i mungesës së restoranteve apo njësisve akomoduese që me rritjen e numrit të vizitorëve sidomos gjatë periudhës së verës ka nevojë për një rritje të kapaciteteve të kësaj kategorie.

Në të njëjtën kohë rritja e shërbimit dhe cilësisë nëpërmjet angazhimit të banoreve të zonës në trajnime të dedikuara do ti jepnin një vlerë të madhe jo vetëm imazhit të zonës por do të kthehej në një promovim dhe feedback pozitiv.

13. ANALIZA FINALE MBI TË DHËNAT E MBLEDHURA

Lidhur me analizën mbi pyetësorët dhe statistikat që u nxorën nga të dhënat paraprake në zonat e Beratit, Gjirokastrës, Përmetit dhe Skraparit dallojmë dhe grupet e përfituesve kryesore të cilët do të jenë jo vetëm njësitë e qeverisjes vendore por edhe komuniteti lokal i ndarë sipas grupmoshave dhe sektorëve. Siç edhe është shpjeguar në fillim të kësaj analize, kemi 4 Produkte potenciale për tu Zhvilluar në zonën e Beratit, Gjirokastrës, Përmetit dhe Skraparit.

1. Turizmi Historik dhe Kulturor
2. Turizmi i Natyrës dhe i Aventurës
3. Turizmi i Gastronomisë dhe Argotizmi
4. Turizmi Fetar nëpërmjet vizitave në vende të shenjta apo vende kulti.

Me anë të kësaj analize mbi menaxhimin multi-aktor të integruar kryesisht për turizmin Rural dhe kulturor në qarkun e Gjirokastrës dhe Beratit, përcaktohen bazat jo vetëm për rritjen e cilësisë dhe shërbimit por edhe për rritjen e promovimit të produkteve potenciale që kanë këto zona, duke ndërgjegjësuar në rradhë të parë organet e pushtetit vendor dhe punonjësit e bashkisë por dhe vetë sektorin privat për të nxitur që në klasat e para përkushtimin e nxënësve të shkollave drejt këtij sektori strategjik dhe duke vijuar me ndërgjegjësimin e komunitetit për rëndësinë që ka Turizmi jo vetëm në aspektin ekonomik, por edhe në zhvillimin social dhe rritjen e punësimit.

Në këtë mënyrë, ndërgjegjësimi fillon me shkollat fillore për vëmendjen ndaj një profesioni të ri dhe shume interesant që duhet parë jo vetëm si një aspekt pushimesh por në vija të përgjithshme si një zhvillim i mëtejshëm profesional dhe potencial punësimi me të ardhura të konsiderueshme.

Në vija me specifike kjo analizë do të shërbejë për zhvillimin e mëtejshëm të kapaciteteve lokale dhe zhvillimin e produkteve turistike, rritjen e cilësisë dhe shërbimit duke rritur ofertën kundrejt vizitoreve dhe duke bërë sa më tërheqës dhe kthyer në identitet zonën përkatëse për karakteristikat mikpritëse dhe veçoritë natyrore, historike dhe gastronomike që ofron.

Pikërisht në këtë aspekt, në vija të përgjithshme, puna e organeve të pushtetit vendor me Bashkitë respektive për secilën zonë, duhet të luajë një rol kryesor i cili fillon me organizimin e vazhdueshëm të aktiviteteve dhe eskursioneve për ti njohur vizitorët me bukuritë, historinë dhe veçoritë që përmban zona e tyre, duke krijuar dhe organizuar aktivitete dhe festa lokale për të nxitur gjithë përfshirjen e biznesit vendas dhe promovuar produktet lokale nga fermerët e ndryshëm. Zhvillimi i turizmit në këto zona duhet të nxisë në mënyrë të vazhdueshme edhe bashkëpunimin me institucione apo shoqata dhe ente të ndryshme për rritjen e promovimit që do të ndikojë në rritjen e vizitorëve dhe turistëve vendas e të huaj.

Qëllimi final është ndikimi pozitiv jo vetëm në rritjen e imazhit dhe zhvillimin ekonomik të zonës por edhe në ndikimin pozitiv për ndërgjegjësimin e biznesit dhe banoreve të zonës mbi vlerat që ka qyteti i tyre dhe zona përreth duke ndikuar dhe në rritjen e investimeve dhe mënyrat e nevojshme për zhvillimin e projekteve turistike.

Në këtë mënyrë kemi kuptuar se prurja me e madhe e turistëve dhe e vizitorëve të huaj për këto katër zona është kryesisht nga Europa dhe kemi disa shtete kryesore prej nga vijnë turistët e huaj si:

- Italia;
- Gjermania;
- Polonia;
- Franca;
- Maqedonia;
- Kosova;
- Mali i Zi;
- Greqia;
- Si dhe kemi një numër turistësh në rritje nga vende si Azia, Vendet Skandinave, Rep. Çeke, Ukraina, Izraeli, Anglia etj.

Në vijim të karakteristikave sipas kërkesave dhe interesit të udhëtimit që bëjnë turistët e ndryshëm në Shqipëri kemi këtë ndarje:

- Një referim statistikor sipas Shoqatës së Operatoreve turistik shqiptar tregon se rreth 80% e turistëve të ardhur në vendin tonë nga Kosova dhe Maqedonia dhe Mali i Zi, janë kryesisht të fokusuar për sezonin veror dhe bregdetin shqiptar dhe vetëm një pjesë e vogël e tyre përfshin gjatë pushimeve dhe vizita në vende historike- kulturore apo parqe kombëtare dhe sporte në natyrë. Interes kanë patur dhe vizita në vende të shenjta apo objekte fetare.
- Turistët e ardhur nga Italia dhe Greqia janë turistë gjithëvjetor përsa i përket vizitave në vendet kulturore historike si dhe ju pëlqejnë sportet e natyrës dhe agroturizmi duke vlerësuar maksimalisht gatimet tradicionale dhe degustimet përkatëse. Një rritje e numrit të tyre vihet re gjatë sezonit turistik veror, pasi bregdeti mbetet një nga destinacionet e preferuar.
- Turistët e ardhur nga Gjermania, Franca, Izraeli, Anglia, Svicra, Austria dhe Azia me rreth mbi 80% e tyre janë të fokusuar kryesisht për vizitat kulturore – historike si dhe sportet e natyrës. Degustimet për gatimet dhe pijet tradicionale mbeten gjithashtu një nga temat e preferuara të këtyre turistëve dhe vetëm një numër i vogël i tyre është i fokusuar për sezonin veror dhe pjesën e bregdetit.

- Turistet e ardhur nga Polonia, Vendet Skandinave, Çekia, Ukraina janë turiste që vijnë kryesisht gjatë tre mujorit të tretë dhe janë të fokusuar për pjesën e bregdetit shqiptar. Përveç turistëve Çekë që gjithashtu janë shumë të tërhequr nga sportet e natyrës vihet re dhe një rritje e konsiderueshme e numrit të këtyre turistëve në vizita ditore pranë Kalasë së Beratit dhe Gjirokastrës, vizita të tjera ditore në muze apo vende historike, vizita në vende të kultit si dhe një rritje e konsiderueshme e pjesëmarrjes së tyre në aktivitete në sportive si Hiking, Rafting në Osum dhe Vjosë etj.

Për të gjithë këto kategori turistesh , e përbashkët dhe shumë e pëlqyer ngelet pjesa e gastronomisë me gatimet tradicionale dhe degustimet e produkteve lokale sipas zonave, të shoqëruara me muzikë folklorike apo valle tradicionale.

Një zhvillim i koordinuar i kapaciteteve akomoduese dhe shërbimit turistik të ofruar në menaxhimin e integruar për Qarkun e Gjirokastrës dhe Beratit, duke u koordinuar me një bashkëpunim të gjerë multi-aktor mes sektorit publik dhe privat si dhe duke u mbështetur në një gamë të gjerë dhe të vazhdueshme promovimi, do të ndikonte jo vetëm në zhvillimin ekonomik-social të zonave por do të ndikonte në zhvillimin e një turizmi gjithëvjetor dhe gjithëpërfshirës duke ndikuar gjithashtu në rritjen e punësimit dhe cilësisë së shërbimit të ofruar.