

## **REKOMANDIME TË PROJEKTIT STEP**

**PËR TEJKALIMIN E SFIDAVE PËR PËRMIRËSIMIN  
E BASHKËPUNIMIT NDËRKUFITAR TË TURIZMIT  
MIDIS RAJONEVE TË ELBASANIT DHE POLLOGUT**

---

Shkup, korrik, 2020

# PËRMBAJTJA

PASQYRË E PËRGJITHME DHE QËLLIMI	5
1. SFIDAT INFRASTRUKTURE	7
1.1. Rrugët dhe qasja	7
1.2. Mungesa e shërbimeve publike	7
1.3. Procedura të thjeshtuara ndërkufitare të bjeshkatarisë	8
1.4. Infrastruktura dhe superstruktura turistike malore	9
1.5. Përmirësimi i cilësisë së kufijve	10
2. STANDARDIZIMI DHE BASHKËPUNIMI	11
2.1. Standardizimi i standardeve të kapaciteteve turistike	11
2.2. Mungesa e Organizatës së Menaxhimit të Destinacionit (Destination Management Organization - DMO)	11
2.3. Stimulimi i bizneseve	13
2.4. Përmirësimi i programeve për ndërtimin e kapaciteteve	13
2.5. Strategji për promovim	14
2.6. Standardet e sigurisë të shfaqura dhe të çertifikuara në këmbim të stimulimeve fiskale	14
2.7. Trajnimi i forcës së punës për masat e pas Covid - 19	14
3. SFIDAT E MARKETINGUT	17
3.1. Mungesa e përmbajtjes promovuese	17
3.2. Ndërtimi i kapaciteteve në menaxhimin e marketingut	17
3.3. Përmirësimi i praktikave të mbledhjes së të dhënave	18



## PASQYRË E PËRGJITHME DHE QËLLIMI

Si rajoni i Elbasanit në Shqipëri, ashtu edhe rajoni i Pollogut në Maqedoninë e Veriut, janë rajone që nuk janë konsideruar si pika të nxehta turistike në të kaluarën ose të tashmen. Por, me ofertën e tyre të gjallë, historinë e pasur dhe kapacitetet ekzistuese turistike, këto rajone kanë një mundësi të shkëlqyeshme për të zhvilluar një ofertë unike turistike, veçanërisht për turistët që kërkojnë një përvojë pak më ndryshe turistike.

Gjatë zbatimit të projektit për avansimin e turizmit bashkëkohor (STEP), ekipi i projektit ka mbledhur të dhëna nga komponenti mentorues i projektit, ka mbledhur komente nga katër grupet e fokusit dhe katër seancat trajnuese që janë organizuar, si dhe nga kontaktet e rregullta me anëtarët e STEP-it dhe aktorët e tjerë të rëndësishëm. Nga ana tjetër, ekipi i projektit ka hasur në shumë sfida me të cilat përballen ofruesit e shërbimeve turistike në mirëmbajtjen dhe avancimin e biznesit të tyre. Si një përpjekje shtesë për të shprehur sfidat e tyre dhe për të mbështetur përmirësimin e kushteve të ofruesve të shërbimeve turistike në rajonin e Pollogut dhe Elbasanit, ekipi i projektit STEP paraqet një seri rekomandimesh për autoritetet përkatëse, të grupuara në kategoritë e mëposhtme:

- 1 Sfidat infrastrukturore
- 2 Standardizimi dhe strategjia
- 3 Sfidat e marketingut



# 1. SFIDAT INFRASTRUKTURE

## 1.1. Rrugët dhe qasja

Qeveritë përkatëse lokale dhe qendrore duhet të planifikojnë burime për **zhvillimin e infrastrukturës në rajonin e Pollogut** (Tetovë, Gostivar, Mavrovë dhe Rostushë) **dhe të Elbasanit** (Peqin, Elbasan, Librazhd, Gramsh, Cërrik, dhe Gjinar), në mënyrë që të mundësojnë të shtohen bizneset që kanë një ofertë konkrete dhe kapacitete për të kënaqur turistët, në vend që të kenë vështirësi në sjelljen e turistëve. Kjo është, në të vërtetë, ndër sfidat kryesore për anëtarët e rrjetit STEP, të cilët përkundër aftësive të tyre të kënaqshme për të përvetësuar turistët, përballen me pengesë fizike të mungesës së qasjes.

## 1.2. Mungesa e shërbimeve publike

Autoritetet lokale duhet të **planifikojnë dhe të operacionalizojnë kapacitetet për shërbimet mjekësore për të përmirësuar qëndrueshmërinë e bizneseve në të dy rajonet, si dhe t'i bëjnë turistët të ndjehen të sigurt në këto destinacione turistike.** Një rast, për shembull, është Kodra e Diellit, e cila dikur ishte një ski-qendër madhështore në Maqedoninë e Veriut, ndërsa tani i mungojnë shërbimet mjekësore dhe personel mjekësor, si një destinacion turistik i cili shpesh vizitohet nga turistët vendas dhe ata të huaj. Kjo shkakton dëme serioze në imazhin e rajonit turistik, pasi mungon shërbimi i urgjencës për turistët që kanë nevojë për shërbime të tilla.

**Nevojitet të vendoset një sistem funksional i sigurisë për vizitorët në rajon.** Me shembuj të thjeshtë nga vendet përreth ose nga vendet me turizëm malor më të larmishëm, është e nevojshme të reagohet në nivel kombëtar dhe të vendosen rrjete të njësive lokale të shpëtimit, në male dhe terrene të vështira. Shërbimet duhet të punojnë sipas standardeve ndërkombëtare të ICAR (International Commission for Alpine Rescue - Komisioni Ndërkombëtar për Shpëtim Alpin). **Drejtoria për shpëtim dhe mbrojtje duhet të koordinojë krijimin e njësive**

### lokale të shpëtimit, në mënyrë që t'u ofrojë turistëve mbështetje cilësore gjatë aktiviteteve të turizmit.

Në fushën e shërbimeve publike, administrimi i mbeturinave është një problem serioz në të dy rajonet, duke lënë hapësirë për krijimin e deponive ilegale, që shkatërrojnë vetë natyrën, e cila është atraksioni kryesor i këtyre rajoneve. **Autoritetet lokale duhet të ofrojnë një zgjidhje sistematike për problemin e administrimit të mbeturinave, në mënyrë që të jenë më të rreptë në administrimin e sanksioneve.** Rekomandimi për autoritetet lokale të komunave brenda këtyre rajoneve është të bëjnë një studim fizibiliteti lokal për të identifikuar deponitë në territorin e tyre dhe të propozojnë një strategji për pastrimin e këtyre sipërfaqeve. Qendra për zhvillim e rajonit planor të Pollogut dhe Këshilli i qarkut të Elbasanit, bazuar në studimet lokale të fizibilitetit rajonal të bashkive, duhet të krijojnë një strategji gjithëpërfshirëse për pastrimin e atyre deponive.

### 1.3. Procedura të thjeshtuara ndërkufitare të bjeshkatarisë

Meqenëse bjeshkataria ndërkufitare është bërë më e shpeshtë kohët e fundit, dhe në të ardhmen do të jetë një praktikë gjithnjë e më popullore, është e nevojshme të **vendoset një sistem nga Policia kufitare për regjistrim më të thjeshtë dhe elektronik të mysafirëve.** Situata aktuale është që procedurat zgjasin për një kohë të gjatë dhe kjo bëhet me shkrim, ndërsa periudha e kërkimit të lejeve duhet të shkurtohet në periudhë kohore prej një dite, dhe të bëhet në mënyrë elektronike. Ky problem mund të zgjidhet dhe të rregullohet nga Ministritë e Punëve të Brendshme të vendeve përkatëse duke vendosur procedura të reja të përbashkëta.



### 1.4. Infrastruktura dhe superstruktura turistike malore

Qendra për zhvillimin e rajonit planor të Pollogut dhe Këshilli i qarkut të Elbasanit duhet të përgatisin një studim për zhvillimin e turizmit malor në të dy anët e kufirit.

Ky studim duhet të përmbajë informacione që do të trajtojnë historinë e problemit, aktivitetet e kryera deri më tani për veprim në turizmin malor dhe planet e ardhshme me aktivitete projekti në segmente të caktuara të infrastrukturës së turizmit malor dhe superstrukturës.

Për të sqaruar, më poshtë është një listë e segmenteve të nevojshme për t'u përfshirë në këtë studim:

▶	Rrugë me qasje / infrastruktura komunale / urbanizimi
▶	Shtigje malore, shtigje biçikletash, rrugë të terreneve malore, shtigje freeride, turne ski me snow-cat (automjet bore) dhe të ngjashme, kategorizimi i tyre, valorizimi që do të rezultojë në drejtim për rregullim dhe vendosje të sinjalizimit
▶	Plane për ndërtimin e shtëpizave malore dhe strehimoreve
▶	Vendndodhja e vendeve të kampimit me udhëzime dhe plane për funksionimin
▶	Përcaktimi i zonave rurale në të cilat do të zhvillohet ky lloj turizmi
▶	Mundësi për krijimin e parqeve të adrenalines dhe lokacioneve me plane dhe udhëzime
▶	Hartëzimi i hosteleve, hoteleve dhe restoranteve në rajon që kanë për qëllim zhvillimin e turizmit malor
▶	Përmirësimi i shënjimit për turizëm aventuresk

Kapacitetet turistike aventureske kanë theksuar se duhet të mbahet një cilësi më e mirë e shënjimit të terrenit malor, në mënyrë që të jetë në përputhje me standardet globale të përparuara. Në të shumtën e rasteve shënjimi dhe sinjalizimi bëhet nga ofruesit e shërbimeve turistike pa mbështetje të konsiderueshme nga autoritetet lokale.

Komunat duhet të krijojnë një bazë të dhënash me të gjitha shënjjimet dhe sinjalizimet e terreneve malore dhe ta ndajnë atë me Qendrat përkatëse rajonale për zhvillim, në mënyrë që të rritet dukshmëria e këtyre mjeteve. Hapi tjetër është analiza për vendosjen e shënjjimeve të reja në këto rajone, dhe operacionalizimi i tyre në terren.

### 1.5. Përmirësimi i cilësisë së kufijve

Ndërtimi i bashkëpunimit ndërkufitar është mjaft i vështirë për anëtarët e STEP-it duke parë se si të tre vendkalimet kufitare janë të lidhura me rrugët rajonale të cilat nuk janë mirëmbajtur mirë. **Ministritë përkatëse për Transport në të dy vendet duhet të jenë proaktive në ndërtimin e një infrastrukture më të mirë për të zhvilluar një bashkëpunim më të mirë ndërkufitar jo vetëm ndërmjet vetë rajoneve, por midis Maqedonisë së Veriut dhe Shqipërisë.** Prandaj, rekomandohet që të përmirësohet cilësia e qasjes në vijën kufitare Qafë e Thanës, nga të dy palët në pjesën Strugë - Qafë e Thanës, dhe pjesa e rrugës rajonale Prrenjës - Librazhd, si dhe dëmtimet e rrugës afër kufirit dhe në zonën e lirë.

## 2. STANDARDIZIMI DHE BASHKËPUNIMI

### 2.1. Standardizimi i standardeve të kapaciteteve turistike

Të gjitha të dhënat e mbledhura sugjerojnë që shumica e anëtarëve të STEP-it nuk funksionojnë nën të njëjtat standarde biznesi dhe nuk kanë njohuri për shumë grupe të standardeve turistike në botë.

Për këtë qëllim, e krijuam certifikatën e përputhjes STEP, e cila është një tërësi minimale standardesh që duhet të respektojnë anëtarët e STEP-it, në mënyrë që të jenë anëtar i plotë që do të përfshihet në platformën iTop.

Duhet të merren përpjekje të mëtutjeshme nga qeveritë, përmes ministrive të tyre përgjegjëse, për të përmirësuar standardet në të dy rajonet. **Kjo do të thotë që qeveritë, dhomat turistike dhe Agjencia për Promovimin dhe Mbështetjen e Turizmit në Maqedoni (APSM), duhet të bashkëpunojnë ngushtë me bizneset vendore për të gjetur një bazë të përbashkët se si të vendosin standarde të arritshme që janë në përputhje me standardet globale.**

Gjithashtu standardet ekzistuese (p.sh. në Maqedoninë e Veriut një rregullore mbi mënyrën dhe kriteret më të afërta për marrjen e Shenjës për familje rurale në zonat rurale) duhet të promovohen dhe të testohen për procedurat e fillimit deri në fund, pasi në disa rajone ka pasur probleme jo të vogla për ta marrë shenjën (komuna e Tetovës).

### 2.2. Mungesa e Organizatës së Menaxhimit të Destinacionit (Destination Management Organization - DMO)

Të dy rajonet kanë mungesë të një DMO të qartë e cila do të shërbejë si pikë grumbullimi për të gjithë bizneset, dhe do të jetë thelbësore në promovimin e secilit rajon. Shumica e pronarëve të bizneseve nuk janë



të njohur me vetë konceptin, dhe kjo kontribuon që të dy rajonet të mos zhvillohen në sektorin e tyre turistik.

Megjithëse rajoni dallon për potencialin e tij të turizmit duke pritur 3 rrugë interesante tematike (gastronomi, kulturë, shëndet dhe jetë të shëndoshë) të pasuruara me atraksione dhe shërbime turistike, mungesa e një DMO është tejet e dukshme. Informacioni rreth destinacionit është i fragmentuar dhe po kështu është edhe oferta turistike. **Krijimi i një DMO (Organizata e Menaxhimit të Destinacionit) do të jepte një impuls të konsiderueshëm në përmirësimin e promovimit të vendit dhe të biznesit. Një çështje e tillë mbetet për t'u adresuar në Ministrinë e Turizmit (Shqipëri), Agjencinë Kombëtare të Turizmit (Shqipëri), Ministrinë e Ekonomisë (Maqedoni e Veriut), Agjencinë për Promovimin dhe Mbështetjen e Turizmit në Maqedoni.** STEP po krijon bazat, por administrata në të dy anët e kufirit duhet të emërojë personel për të kryer detyra dhe të marrë përgjegjësi.

Për këtë qëllim, rekomandohet që ministritë përkatëse në të dy vendet të krijojnë strategji për krijimin e DMO për të dy rajonet, të qeverisura nga strukturat lokale ose rajonale, në mënyrë që të promovojnë vazhdimisht turizmin në këto rajone. Duke pasur DMO të duhur, bizneset turistike lokale mund të ofrojnë vlerë më të madhe si për komunitetin lokal ashtu edhe për turistët e huaj.

Rajonet e Elbasanit dhe të Pollogut kanë mbetur prapa në përpjekjet e tyre për marketing, krahasuar me rajone të tjera në vendet e tyre përkatëse, siç janë Ohri në Maqedoninë e Veriut, ose Vlora në Shqipëri. Ndër arsyt kryesore për këtë është mungesa e një qasje të unifikuar të marketingut ndërmjet bashkive, agjencive promovuese dhe palëve të tjera të interesuara në promovimin e rajoneve. **Organet e qeverisjes vendore, me ndihmën e bizneseve lokale, duhet të krijojnë një entitet të vetëm (DMO) për informim dhe promovim për secilin rajon,** në vend të shumë përpjekjeve më të vogla të ndara, që janë ndërmarrë nga vetë bizneset, ose projektet siç është projekti STEP. Nëpërmjet kësaj do të arrihet standardizimi i përpjekjeve të marketingut.

## 2.3. Stimulimi i bizneseve

Anëtarët e rrjetit STEP në të dy rajonet mendojnë se asetet për stimulimin e kapaciteteve turistike në rajone nuk menaxhohen mirë dhe bizneset e vogla nuk marrin pjesë adekuate të aseteve. Pjesa e buxheteve komunale të dedikuar për promovimin e rajoneve është shumë e vogël dhe duhet të rritet në të ardhmen në mënyrë që të stimulohen komunitetet lokale të biznesit të turizmit në zhvillimin e mëtejshëm të kapaciteteve të tyre.

**Ne rekomandojmë që taksa komunale turistike të përdoret ekskluzivisht për projekte zhvillimi për turizmin, pasi deri më tani, ai hyn në buxhetin e përgjithshëm komunal (në rastin e Maqedonisë së Veriut).** Për më tepër, është shumë e rëndësishme që këto taksa të mblidhen në mënyrë më efektive. Komunitetet duhet të caktojnë një inspektor komunal të turizmit dhe, kur nuk është e përshtatshme ose e pamundur, ata duhet të caktojnë një inspektor rajonal të turizmit në bashkëpunim me komunitetet fqinje.

## 2.4. Përmirësimi i programeve për ndërtimin e kapaciteteve

Shumë anëtarë të rrjetit STEP nuk ishin të njohur me standardet dhe praktikatat e marketingut dixhital dhe komunikimit dixhital, në përgjithësi, para fillimit të projektit. Edhe pse është arritur shumë përparim, dhe një numër i anëtarëve morën ndihmë të drejtpërdrejtë në trajnime, si dhe jashtë seancës trajnuese nga stafi i STEP-it; projekte shtesë si STEP-i do t'i ndihmonte bizneset vendore në zhvillimin e kapacitetit të tyre. Kjo është e vlefshme edhe për programet e ndërtimit të standardeve turistike, DMO, etj.

Një fakt kyç nga projekti në këtë pikë është gjithashtu se shumica e bizneseve nuk kanë mjedise aktive të tregtisë elektronike për të rritur biznesin e tyre nga turistët e huaj. Platforma iTop është një platformë e tillë që mund të ndihmojë bizneset të zhvillojnë përpjekjet e tyre për tregtinë elektronike dhe të mësojnë bazat e tregtisë elektronike.

**Ne rekomandojmë që bashkitë (komunitetet) dhe qendrat rajonale të krijojnë programe dhe projekte vijuese për të rritur praktikatat e marketingut dixhital dhe komunikimit dixhital midis subjekteve turistike dhe në koordinim me APPTM për të rritur dukshmërinë e**

**e-marketingut për tregjet kombëtare dhe ndërkombëtare për këto subjekte.**

## 2.5. Strategji për promovim

Të dy rajoneve u mungon një strategji e caktuar promovuese si në nivelin lokal ashtu edhe në atë qendror të qeverisjes. Komunitat dhe qeveritë qendrore të të dy vendeve nuk kanë një strategji përfundimtare turistike dhe promovuese, nën të cilën mund të mbështeten bizneset rajonale. STEP-i ka një bazë të mirë për të zhvilluar një strategji të tillë me bashkëpunim të drejtpërdrejtë me aktorët e të dy rajoneve. **Investimet në përmbajtjen promovuese, ndërtimin e brendeve si dhe përpjekjet promovuese për vetë rajonet, duhet të ndërmerren nga komunitat.**

## 2.6. Standardet e sigurisë të shfaqura dhe të çertifikuara në këmbim të stimulimeve fiskale

Në rrethanat e reja të krijuara nga pandemia, bizneset që ofrojnë shërbime mikpritjeje do të duhet të zbatojnë protokolle të reja të sigurisë dhe të funksionimit. Masat e tilla do të rrisin kostot operacionale, kështu që bizneset duhet të mbështeten nga stimuj të ndryshëm fiskalë, në mënyrë që të balancojnë investimet e paplanifikuara të rëndësishme, që duhet të bëjnë tani e tutje. **Bizneset në të dy anët e kufirit duhet të adresojnë këtë çështje tek ministrinë përkatëse dhe përgjegjëse si, Shëndetësia, Turizmi, Ekonomia ose Financat.**

## 2.7. Trajnimi i forcës së punës për masat e pas Covid - 19

Ekzistojnë pesë profesione në fushën e shërbimeve të udhëtimit dhe të turizmit në Shqipëri, për të cilat janë përpiluar dhe aprovuar standardet nga autoriteti përkatës: Agjensia Kombëtare e Aftësimit dhe Kualifikimeve të Arsimit Profesional (National Agency of Vocational Education Training and Qualifications NAVETQ), menaxher, guidë turneu/guidë, kuzhinier, barist dhe kamerier. Këto pesë profesione formojnë bazën për hartimin e përshkrimit të profesionit, kurrikulave dhe programeve të mësimin. Në

kushtet e reja të krijuara, ky standard do të pasurohet me seksionin e azhurnuar për sigurinë në të gjitha operacionet, prandaj, trajnimi i stafit që në të vërtetë punon në bizneset e turizmit, mbetet për të qenë një nga aspektet më kritike të progresit të vazhdueshëm të punës. **Duhet të kërkohet krijimi i një 'ushtrie' të TOT-ve (Trainers of trainers-trajnues të trajnuesve), që do të trajnojnë stafin dhe do të sigurojë një efekt kaskadë drejt zbatimit të këtyre masave vendimtare.** Kjo iniciativë është e domosdoshme për industrinë e shërbimeve. Kërkon angazhim nga bizneset dhe masa konkrete të marra nga shteti. Bizneset duhet të mbështeten me një shërbim të tillë. Ata mund t'u drejtohen ministrive përkatëse, dhe donatorëve, gjegjësisht Ministria e Ekonomisë mbulon çështje të formimit profesional në Shqipëri.







## 3. SFIDAT E MARKETINGUT

### 3.1. Mungesa e përmbajtjes promovuese

Të dy rajonet kanë materiale të kufizuara promovuese për promovimin e rajoneve të tyre. Për këtë qëllim, projekti STEP ka krijuar 10 video të karakterit promovues, si materiale që do të promovojnë platformën iTop dhe vetë rajonet.

**Autoritetet lokale duhet të mbështesin krijimin e përmbajtjes promovuese si video, foto dhe fletëpalosje për të rritur promovimin e rajoneve të tyre si destinacione turistike. Gjithashtu, ata duhet të marrin në konsideratë mjete shtesë për përmbajtje promovuese, si dhënien e granteve për palët e interesuara për të krijuar materiale promovuese inovative për rajonet përkatëse.**

### 3.2. Ndërtimi i kapaciteteve në menaxhimin e marketingut

Shumë nga anëtarët e rrjetit STEP nga të dy rajonet e kuptojnë domosdoshmërinë e marketingut dhe azhurnimin e strategjisë së tyre të marketingut dixhital në standardet e vitit 2020, por shumë prej tyre u mungojnë aftësitë e duhura për të menaxhuar fushatat e marketingut për produktet/shërbimet e tyre.

Projekti STEP u ofroi ndihmë të drejtpërdrejtë anëtarëve dhe disa përfituan nga programi dhe patën rezultate në përmirësimin e përpjekjeve të tyre. Por, më shumë nisma si kjo janë të nevojshme, në mënyrë që të trajnojnë bizneset aktuale për të azhurnuar dhe mbajtur nivelin e tyre të përpjekjeve të marketingut në një standard global. **Organet e qeverisjes vendore duhet të ndërtojnë programe në bashkëpunim me ekspertë vendorë dhe të tjerë në mënyrë që të sigurojnë një metodë për krijimin e kapaciteteve në pjesën e menaxhimit të marketingut për bizneset vendore. Duke përmirësuar kapacitetet e tyre, këto biznese mund të japin një vlerë më të madhe për komunitetin lokal.**

### 3.3. Përmirësimi i praktikave të mbledhjes së të dhënave

Bizneset nuk e kuptojnë ende rëndësinë e procesit të grumbullimit të të dhënave me metoda të tilla si anketime të vogla, vlerësime, etj. Përveç trajnimeve që bizneset duhet të marrin, një pikë kryesore e fokusit duhet të jetë politika e mbledhjes së të dhënave të biznesit të tyre, si në internet ashtu edhe offline në mënyrë që të përmirësojnë shërbimet e tyre duke u bazuar në komentet që marrin nga turistët. **Kjo mund të sigurohet lehtësisht nga organet e qeverisjes vendore, OJQ-të dhe palët e tjera të interesuara, përmes punëtorive interaktive me ekspertë lokalë të marketingut që mund të mësojnë me lehtësi biznesin lokal për teknikat e duhura të mbledhjes dhe analizës së të dhënave dhe, prandaj, hapi tjetër për autoritetet lokale do të jetë zbatimi i një veprimi të tillë.**

