

TURIZMI MALOR NË TENTATIVË

RAPORT MONITORIMI

Maj-Korrik 2022

QENDRESA
QYTETARE



NATIONAL
ENDOWMENT
FOR
DEMOCRACY

SUPPORTING FREEDOM AROUND THE WORLD

www.qeverisja.qq.com.al



AUTOR
BORANA FUQI

TURIZMI MALOR NË TENTATIVË

Hyrje:

Sipas Organizatës Botërore të Turizmit, turizmi përcaktohet si një veprimtari sociale, kulturore dhe ekonomike që përfshin lëvizjen e njerëzve në vende jashtë mjedisit të tyre të zakonshëm për qëllime personale ose profesionale. Përpos ndikimit në krijimin e shkëmbimit kulturor midis vëndasve dhe të huajve, industria e turizmit si një nga degët kyç është faktor në ekonominë e shumë vendeve në botë.

Zhvillimi që industria e turizmit pati në vitin 2019, si një nga sektorët më të mëdhenj në botë, duke përbërë 10.4% të PBB globale (9.2 trilion USD)¹, 10.6% të të gjitha vendeve të punës (334 milionë), dhe përgjegjës për krijimin e 1 në 4 vendeve të reja të punës në të gjithë botën, u ndërpre nga pandemia a paprecedentë Covid -19. Kjo bëri që shifrat në vitin 2020 të përgjysmoheshin, (5.5 % të PBB) dhe 62 milionë vende pune të humbisnin. Rimëkëmbja dhe shifrat pozitive u rikthyen në 2021 dhe në vazhdimësi përmirësimi i tyre ka qënë në fokus të qeverive.

	Total GDP contribution		Total Travel & Tourism jobs	
		Year on year change:		Year on year change:
2019	10.3% USD 9,630 BN	+4.7% USD 429 BN (Economy GDP= +2.5%)	333MN 1 in 10 Jobs	+8.7MN +2.7%
2020	5.3% USD 4,775 BN	-50.4% USD -4,855 BN (Economy GDP= -3.3%)	271MN 1 in 12 Jobs	-62MN -18.6%
2021	6.1% USD 5,812 BN	+21.7% USD 1,037 BN (Economy GDP= 5.8%)	289MN 1 in 11 Jobs	+18.2MN +6.7%



Kryefjalë e zhvillimit ekonomik, social dhe kombëtar konsiderohet turizmi në Republikën e Shqipërisë , sipas Strategjisë Kombëtare për Zhvillimin e Qëndrueshëm të Turizmit 2019-2023.

Një burim kyç të ekonomisë dhe punësimit e cilëson programi i mandatit të tretë i qeverisë Rama 3.

Global Data				
	Total GDP contribution:		Total Travel & Tourism jobs:	
2019	10.3% USD 9,630 BN	Travel & Tourism GDP change:	333 MN = 1 in 10 jobs	Change in Jobs ² :
2020	5.3% USD 4,775 BN	-50.4% =USD -4,855 BN (Economy GDP = -3.3%)	271 MN = 1 in 12 jobs	-62.0MN = -18.6%
2021	6.1% USD 5,812 BN	+21.7% =USD 1,038 BN (Economy GDP = 5.8%)	289 MN = 1 in 11 jobs	+18.2MN = + 6.7%

¹Global Economic Impact and Trends 2021.pdf

Si vlerësohet edhe nga shifrat shohim se turizmi ka një impakt të konsiderueshëm në PBB dhe punësim.

Albania Key Data		
2019	2020	2021
Total contribution of Travel & Tourism to GDP:		
 20.3% of Total Economy ALL 356.4BN (USD 3,430.9MN)	10.5% of Total Economy ALL 177.4BN (USD 1,707.4MN) Change: -50.2% Economy change: -4.0%	17.4% of Total Economy ALL 321.3BN (USD 3,092.7MN) Change: +81.1% Economy change: +9.5%
Total contribution of Travel & Tourism to Employment:		
 243.8 (000s) 21.3% of total jobs	178.6 (000s) 15.8% of total jobs Change: -26.8%	226.1 (000s) 20.0% of total jobs Change: +26.6%

Gjendja e turizmit për këtë sezon :

Gjatë vitit 2021, rreth 5.6 milionë vizitorë erdhën në Shqipëri, ku përqëndrimin më të madh e patën sezonin e verës. Disa prej operatorëve turistikë, duke u bazuar në shifrat paraprake të prenotimeve që kanë marrë, janë shprehur në maj të këtij viti, se për 2022, pritet të kenë rreth 20% turistë më shumë.²

Por cilat janë disa nga sfidat që po hasen?

Duke vlerësuar situatën aktuale shihet se vala e rritjes së çmimeve nuk ka lënë pa prekur edhe industrinë e turizmit. Nga monitorime të redaksive³ evidentohet se janë rritur çmimet e çadrave dhe çmimet në bare dhe restorante duke sjellë kështu ulje⁴ të numrit të frekuentuesve të plazheve.

Mbetjet urbane vijojnë të jenë problematike edhe këtë vit. Në shumë prej bashkive numri i koshave është i pamjaftueshëm dhe frekuenca e pastrimit e ulët.⁵ Djegia e mbeturinave, hedhja e tyre në lumenj apo hapësira të tjera publike, paraqitet shqetësuese, elementë të cilët vijnë herë për mungesë fondesh e herë mangësi të ifrastrukturës. Përpos strukturave bazike, mungesa e infrastrukturës turistike (parqe

² Turizmi në Shqipëri do të rritet me 20%, priten rreth 6 milionë vizitorë- Albanian Post

³ Pushimet ditore po bëhen të papërballeshme, çmimet në plazhet e Lalëzit, rritje vjetore me 60%-Monitor.al;

Turistë nga Britania dhe Franca në vend, rriten çmimet deri në 30%-Euronews.Albania

⁴ Rriten me 30% çmimet për pushuesit në Vlorë, të paktë turistët e huaj- Euronews Albania

⁵ Për më shumë lexo "Plehrat kërcënojnë sezonin turistik" - Faktoje.al

argëtuese e rekreacioni), faktor i cili paraqitet në vetë Strategjinë Kombëtare të Turizmit 2019-2023⁶, pengon shtrirjen vjetore të turizmit.

Mungesa e burimeve njerëzore, veçanërisht atyre të specializuara, shoqëruar me kufizimet dhe cilësinë e shërbimeve përbën një tjetër faktor negativ i cili nuk lejon krijimin e një pozite të fortë konkurruese për Shqipërinë në krahasim me vëndet e tjera të rajonit e më gjerë. Sistemi arsimor ka nevojë të përditësohet me kërkesat bashkëkohore të tregut të turizmit dhe të prodhojë staf të kualifikuar, që përshtatet shpejt dhe lehtë në vëndin e punës.⁷

Shqetësues shihet se është elementi i mungesës së sigurisë, si në plazhe, por edhe në zona malore, ke ndodhitë e padëshiruara fatkeqësisht kanë qënë të pranishme, veçanërisht përgjatë Korrikut.

Me një shumëllojshmëri sistemesh klimatike, pozicion të favorshëm gjeografik në Ballkan dhe larmi fizike të territorit, Shqipëria ofron një potencial natyror me mundësi të madhe zhvillimi të industrisë së turizmit.

Bazuar në elementët natyrorë të lartpërmendur, Strategjia e Turizmit 2019-2023 liston disa lloje produktesh turistike që ofron Shqipëria , i cili kategorizohet në 3 grupe, ku secili prej tyre, ndahet në grupe dhe gjithsej janë 10 produkte turistike që ofrohen, konkretisht :

BREGDETAR

1. Bregdetar
2. Detar (Maritime)

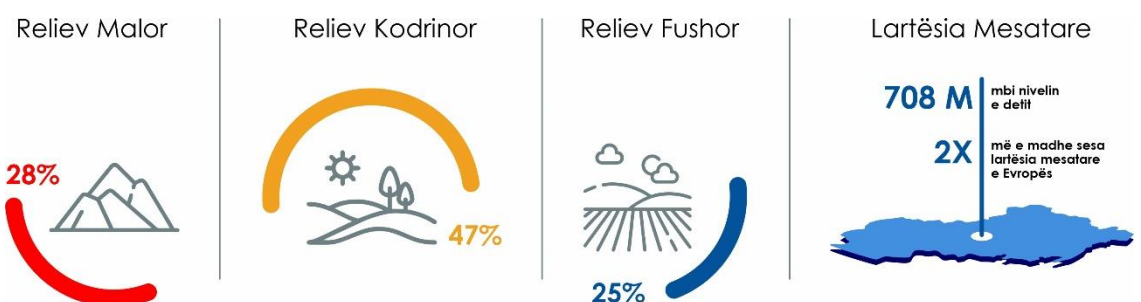
NATYROR

3. Turizmi Malor
4. Ekoturizmi (Flora/
Fauna)
5. Bregujor

TEMATIK

6. Kulturor
7. Agroturizëm
8. MICE
9. Eno-Gastronomi
10. Shëndetësor

Nga të dhënat statistikore të INSTAT shihet se përqëndrimi më i lartë i vizitorëve shfaqet 3 mujorin e tretë të vitit, duke e sjellë vëmendjen tek turizmi bregdetar, si produkti turistik që zë peshën më të madhe .



⁶ Strategjia-Kombëtare-e-Turizmit-2019-2023 fq.8

⁷ Për më shumë lexo Menaxhuesit dhe shërbimet cilësore në industrinë e mikpritjes dhe turizmit-Monitor.al

Bazuar në relievin që vendi ynë paraqet, mos vallë nuk i kemi dhënë rëndësinë e duhur një produkti turistik kyç që Shqipëria ka potencialin natyror për ta ofruar dhe sjellë përfitime ekonomike dhe sociale ?!

Turizmin natyror, dhe më konkretisht atë malor

Turizmi malor, në tërësinë e tij, ofron një sërë aktiviteteve⁸:

- Hiking/ ecje në mal,
- kamping alpinizëm,
- gjueti dhe peshkim,
- çiklizëm malor,
- ski dhe snowboard .

Shqipëria e ofron mundësinë natyrore të zhvillimit të secilës prej këtyre aktiviteteve, por ky raport ndalet në veçanti tek aktiviteti i hiking dhe alpinizmit.

Kuadri ligjor rregullues :

Në korrik 2015 Kuvendi miratoi ligjin Nr. 93/2015 Për Turizmin dhe në datë 14.5.2017 miratoi disa ndryshime të tij. Ligji⁹ synon zhvillimin e një turizmi të qëndrueshëm, që plotëson kërkesat e turistëve dhe ju ofron atyre një mjedis të shëndetshëm e të sigurtë. Përmendim gjithashtu se turizmi konsiderohet si një nga sektorët strategjikë të ligjit për investimet strategjike të miratuara në vitin 2015, cili synonoi ta sillte atë nën fokusin e rymës së re të investimeve.

Dokument i rëndësishëm të cilit i kemi referuar gjatë zhvillimit të punimit ka qënë Strategjia Kombëtare për Zhvillimin e Qëndrueshëm të Turizmit 2019 – 2023 e cila e paraqet si objektivi të saj zhvillimin e turizmit natyror (ku përfshihet turizmi malor) dhe synon krijimin e produkteve të reja dhe përcakton objektiva specifike¹⁰ për realizimin e kësaj strategjie.

Problematikat e evidentuara nga KLSH:

Më korrik 2021 Kontrolli i Lartë i Shtetit publikoi auditimin e performancës me temë “Zhvillimi i Turizmit Malor” për periudhën 2019-2020. Në mesazhin e auditimit¹¹ parashtrohet qartë se :

⁸MOUNTAIN TOURISM -UNWTO

⁹ LIGJ Nr. 93/2015 PËR TURIZMIN , Neni 1

¹⁰ Për më shumë lexo Strategjia-Kombëtare-e-Turizmit-2019-2023, fq.18

¹¹ Për më shumë lexo “Raport Auditimi Performance “ZHVILLIMI I TURIZMIT MALOR”

- ✓ Masat e marra nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, Agjencia Kombëtare e Turizmit si dhe Federata Shqiptare e Alpinizmit, përgjatë periudhës 2019-2020, për zhvillimin e turizmit malor, **nuk kanë rezultuar mjaftueshëm efektive**, pasi edhe pse nëpërmjet tyre janë siguruar kushtet minimale për zhvillimin e tij, nga ana tjetër ato janë të pamjaftueshme për të siguruar zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit malor në periudhë afat-gjatë.
- ✓ Institucionet përgjegjëse për turizmin, vuajnë nga **një mungesë efieciencie dhe efektiviteti**, në ushtrimin e detyrave dhe realizimin e objektivave strategjike, me qëllim zhvillimin e turizmit malor në Shqipëri.
- ✓ Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit malor, ka të **nevojë për kuadër rregullator plotë dhe të zbatueshëm, rritje të nivelit të financimit, strategji marketingu dhe promovimi, menaxhim të destinacioneve të tij, infrastrukturë dhe aktivitete mbështetëse, komunikim dhe bashkëpunim** të ngushtë me sektorin publik dhe privat.

Rëndësia e turizmit malor :

Përfitimet që sjell turizmi malor janë të shumta, si në aspektin personal duke i bërë individët më të shëndetshëm fizikisht dhe mendërisht, por edhe në shkallë lokale e kombëtare. Turizmi malor stimulon rritjen ekonomike lokale dhe krijon mundësinë e një turizmi gjithëvjeter i cili ka aftësinë të luftojë sezonalitetin , element i cili karakterizon turizmin bregdetar. Duke u bashkërenduar me aktivitete të tjera ekonomike, kontribuon në PBB dhe krijon vënde të reja pune.

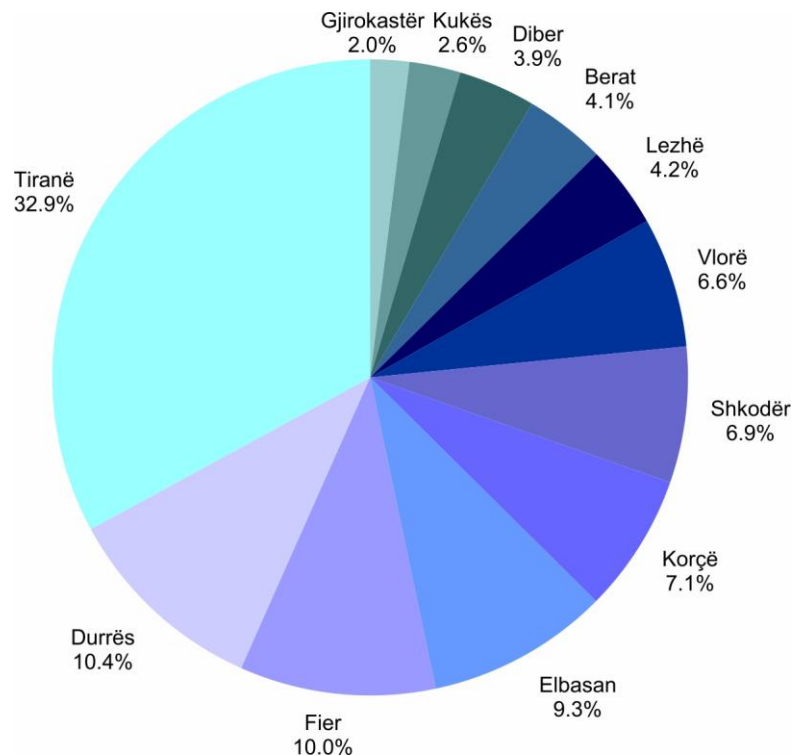
Një turizëm i mirëmenaxhuar në zona kodrinoro-malore, rrit të ardhurat e familjeve të zonës, duke shtuar nivelin e punësimit dhe mundësitë e jetesës, bën që traditat të ngelen gjallë dhe trashëgimia natyrore dhe kulturore të promovohet.

Kështu duke investuar në zhvillimin e turizmit malor ne mund të bëjmë të mundur që komunitete në rajonet malore të Shqipërisë të mos vijnë shpopullimin e madh që fatkeqësisht prej vitesh i ka prekur.

Turizmi malor, "një aspirinë" për dhimbjen e vazhdueshme që shkakton një nga plagët e popullsisë shqiptare, shpopullimi ...

Sipas të dhënave zyrtare të INSTAT popullsia e Shqipërisë më 1 janar 2022 rezulton 2.793.592 banorë, duke pësuar një rënie me 1,3 %, krahasuar me 1 janar 2021.

Më 1 janar 2022 Tirana zë rreth 32,9 % të popullsisë gjithsej, duke vazhduar të jetë një nga qarqet më të populluara të vendit, ndjekur nga Durrësi dhe Fieri me nga 10,4 % dhe 10,0 % përkatësisht.



Vetëm qarku i Tiranës shënoi rritje të popullsisë (+ 0,8 %), krahasuar me një vit më parë, ndërsa njëmbëdhjetë qarqet e tjerë shënuan rënie të popullsisë.¹²

Të dhëna për shpopullimin e zonave të thella malore:

Nëse i referohemi Institutit të Statistikave (INSTAT) do të shohim se për të dhëna mbi lëvizjen e popullsisë brenda territorit, do të na referojë tek Drejtoria e Përgjithshme e Gjendjes Civile e cila i mundëson këto të dhëna në bazë vjetore (momentalisht e paaksesueshme). Problemi është se në këto të dhëna **përfshihen** të gjitha lëvizjet e popullsisë të cilat janë shoqëruar me **ndryshim të vendbanimit (qarkut) pasqyruar me regjistrim në zyrën e gjendjes civile** të vendbanimit të ri të personit duke mos marrë parasysh lëvizjet e brendshme të personave të cilat nuk shoqërohen me regjistrim në zyrat e gjendes civile respektive të vendbanimit të ri. Si rezultat, statistika reale zyrtare për shpopullimin e këtyre zonave nuk disponohen.

¹² INSTAT

Deri në fillim të viteve 1990, mbi njëqind familje jetonin në shtëpitë prej guri të bardhë në Mërtur, ku më shumë se kujt do tjetër këtij fshati i shkon kënga e lashtë popullore “ritet lulja përmbi gur”.

Sot në fshatin¹³, që ndodhet në pjesën veriore të bashkisës Pukës, në veri të Shqipërisë, kanë mbetur vetëm katër familje, plus disa njerëz të moshuar që kthehen gjatë muajve të verës.¹⁴

Ky nuk është një rast unik, por shembull konkret i fatit të shumë fshatrave të Shqipërisë së Veriut dhe jo vetëm.

Zona e Nikaj-Merturit ofron terrene të mrekullueshme për të ushtruar turizmin alpin, eksplorimin e shpellave por edhe vend ngulimeve të vjetra si Rrahi i Shehrit, Vargu, Cuku i Llapushters etj.¹⁵ Përpos potencialit të madh të zhvillimit të ngjitjeve dhe ecjeve në male, zona mban shumë monumentet natyrore te botes se gjallë si Logu i Gurres, Vorri i Fratit, Bira e Zeze, Shtegu i Dashit, Shpella e Kakverrit, Tthermja, Fanxha e Rruku i Nikajve, Okoli.¹⁶

Nëse do u kushtohej vëmëndja e duhur financiare dhe promovuese shumë prej këtyre banorëve nuk do të ndiheshin të detyruar të linin vendlindjen e tyre, historinë, etnokulturën, folklorin¹⁷, të cilat duket se i vlerësojnë dhe ruajnë me fanatizëm.

Për të pasur një këndvështrim sa më të plotë mbi situatën e turizmit malor në Shqipëri, ekzaktësisht hiking dhe alpinizëm, në kuadër të këtij raporti monitorimi janë realizuar 3 pyetësorë me 3 target grupe të ndryshëm, për të pasqyruar sa më mirë situatën nga perspektiva e 3 komponentëve pjesë të këtij sektori.

Pyetësori i parë është zhvilluar me qytetarë, (kryesisht studentë) të moshës 18-28 vjeç për të parë raportin e të rinjve me malet.

Nga 146 të anketuar, më shumë së gjysma, 54.8%, u shprehën së rrallë zhvillojnë aktivitete sportive në natyrë (piknik, hiking-ecje në mal, ngjitje mali);

34.9% u shprehën se i zhvillojnë këto aktivitete herë pas here dhe vetëm, 10.3 % nuk i kishin zhvilluar asnjëherë si veprimtari.

¹³Nikaj –Mërtur,njësi administrative në qarkun Tropojë-shënim i autorit

¹⁴Shkëputur nga reportazhi “Shqipëria rurale, sfida e atyre që qëndrojnë” nga Francesco Martino për Osservatorio Balcani e Caucaso Transeuropa në 2018

¹⁵Turizmi – Nikaj-Mërtur

¹⁶Turizmi – Nikaj-Mërtur

¹⁷ Shih për më tepër faqen www.nikaj-merturi.com

Mbi arsyet pse nuk do e zgjidhnin të kalonin fundjavën në një terren malor:

- 50% shprehen se do e zgjidhnin pa hezitim;
- 26 % kanë pengesë mungesën e infrastrukturës rrugore;
- 14.4 % kanë preferenca të ndryshme dhe
- 9.6 % arsye të tjera.

Në kontrast me pjesëmarrjen konsiderueshëm të ulët në aktiviteteve sportive në natyrë, shihet se vjen mundësia e të pasurit afër një terren malor, ku nga 146 të anketuar, 102 prej tyre u shprehën pozitivisht ndaj pyetjes se a kishin terrene malore ku mund të kalonin kohë pranë qendrës së tyre të banimit.

Fatkeqësisht, shifrat përsëri ulen kur pyetja drejtohet mbi mundësinë e aksesimit të këtyre zonave, ku më shumë se gjysma, 61 % shprehen se mënyra e vetme për të shkuar është me makinë personale ose me agjenci udhëtimi.

Pozitiv është fakti se 32.4 % mund t'i aksesojnë këto zona më këmbë . Transporti urban duket të jetë zgjidhja më pak e qasur, vetëm 6.6%.

Një vlerësim për të dhënat:

Edhe pse siç shihet nga anketimi, një pjesë e madhe kanë afër zonës së tyre të banimit terrene malore, dhe më shumë se gjysma u shprehën se do zgjidhnin të kalonin aty fundjavën, duket se vështirësia e aksesimit të tyre jep efektin e saj dhe bën që këto aktivitete të mos jenë në zgjedhjen e të rinjve. Mungesa e promovimit të duhur të këtyre terreneve dhe aktiviteteve që mund të zhvillohen aty, fakti që transporti urban i mbulon shumë pak ose aspak këto zona, mungesa e organizimeve dhe klubeve studentore që zhvillojnë ecje dhe ngjitje mali, përpos edhe arsyeve të tjera (p.sh.: kostot financiare) bën që niveli i pjesëmarrjes të jetë i ulët.

Pyetëtori i dytë, u është drejtuar bujtinave dhe agjensive turistike, për të parë tashmë këndvështrimin e tyre, si ofrues shërbimesh.

Nga 4 aktivitete ekonomike që u pyetën, mbi grupmoshën e klientelës së tyre ata u shprehën se :

- afërsisht 10% i përkasin moshës deri në 20 vjeç
- afërsisht 40% i përkasin moshës 21-30 vjeç

- afërsisht 40% i përkasin moshës 31-40 vjeç
- afërsisht 10% janë mbi 40 vjeç

Dhe se nga këta :

- afërsisht 47.5 % shkojnë për herë të parë
- afërsisht 35 % shkojnë për herë të tretë
- afërsisht 17.5 % janë klientë që shkojnë shpesh

Nga eksperiencia e tyre ata shprehen se¹⁸ :

- afërsisht 50% e klientelës së tyre ka interes për ngjitje në mal
- afërsisht 35% ka interes për për shëtitje në luginë dhe/ose për qëllime kulturore
- afërsisht 30% kanë interes për zona bregdetare të veçanta
- afërsisht 99% kanë kërkesë për të provuar ushqim tradicional dhe kaluar një natë me këngë e vallëzime/kërcime

Pyetja vijuese lidhej me pjesën së pasjes me vete të pajisjeve dhe pajtimeve të duhura në male, ku të anketuarit shprehen se ne eskperiencën e tyre ata konsiderojnë se :

- 20% e klientelës është plotësisht e pajisur
- 50% është pjesërisht e pajisur dhe
- 30% aspak e pajisur

Lidhur me të dhënat e përfutuara nga të anketuarit por edhe nga një vlerësim tërësor i situatës, shohim të arsyeshme të listojmë shkurtimisht një grup elementësh të cilët duhet të merren në konsideratë nga sektori publik/instancat shtetërore , i cili si fillim duhet të sigurohet për një shkallë sa më të lartë bashkëpunimi me sektorin privat, pasi një pjesë e përgjegjësisë në industrinë e turizmit, i cili përfshin një zinxhir aktivitesh (transportin, ushqimin, shërbimet, argëtimet, aktivitetet kulturore etj.) i takon edhe sektorit privat.

¹⁸ Një klient ka më shumë se një interes, shënim i autorit



Infrastruktura

Mungesa e infrastrukturës publike është një nga problematikat kryesore¹⁹ e cila ka ndikim negativ në cilësinë dhe zhvillimin e turizmit në tërësi dhe atij malor në veçanti.

Si fillim është shumë e rëndësishme të ndërtohet, ose aty ku ka nevojë, të rikuperohet infrastruktura rugore e cila mundëson aksesin në fshatra/zona të caktuara që mbartin potencialin për zhvillim të turizmit malor. Kështu, një nga pikat

kyçe ,transporti, të mos jetë më një pengësë për qytetarët për të zgjedhur si mundësi pushimi këto terrene.

Për sa i përket pjesës së ecjes ose ngjitjes në mal është mëse i nevojshëm përcaktimi dhe shënimi në mënyrë cilësore i sa më shumë shtigjeve. Përmendim këtu konkretisht Malin e Dajtit, i cili edhe pse ka një numër të madh vizitorësh, pikat shënuese janë tepër të vjetëruara dhe shpesh herë të padallueshme.



Një praktikë shumë e mirë se si mund të trajtohet një destinacion turistik alpin na vjen nga vëndi fqinj, Greqia, mali i Olimp.

Si fillim qasja në malin Olimp ofrohet me makinë, me tren ose me autobus publik²⁰. Përgjatë rrugës së ngjitjes, në lartësinë 2100 m, ndodhet kampi i cili ofron mundësi për të mbajtur deri në

110 vizitorë, ushqim dhe të gjitha pajisjet e nevojshme sanitare.

E gjithë rruga e ngjitjes është e mirëpërcaktuar dhe përgjatë shtegut ka tabela informuese dhe pika pushimi. Në zonën afër majës ka kavo metalike dhe ganxha në mënyrë që grupet e ngjitjes të vendosin litarë, duke shtuar kështu sigurinë e tyre.

¹⁹ "Raport Auditimi Performance "ZHVILLIMI I TURIZMIT MALOR"

²⁰ Olympus climbing -www.olympus-climbing.gr



Siguria

Siguria në male është një element kyç, i cili kërkon vëmendjen e duhur, si nga vetë qytetarët të cilët zgjedhin të realizojn ecje dhe ngjitje malore, por gjithashtu edhe nga instancat shtetërore.

Në bashkëbisedim me Engjëll Bakiu, Hiking Tour Guide, ai këshillon :

Si fillim, minimumi i sigurisë, vjen me humultim personal, kushdo që do të ngjisë një majë të pa eksploruar duhet të mirëinformohet dhe

keshtu nuk do eksperimentojë vetëm dhe pa guidë duke vënë veten në rrezik.

Pasja e pajimeve bazë po ashtu është një domosdoshmëri.

Për sa u përket instancave shtetërore :

Në hyrje të çdo shtegu të vendoset një hartë (qartësisht e dallueshme) që të tregojë vështiresitë dhe nivelet e rrezikshmerisë që përmban çdo destinacion.

Në hartën informuese të jetë e bashkëngjitur niveli i pajisjeve që duhen në çdo sezon për të pasur sigurinë maksimale

Të ketë zyra efektive informacioni, të pajisura me broshura informuese mbi destinacionet dhe përshkrim të shkurtër të profesionistëve që realizojnë ngjitjet (mund të bëjnë një prezantim të shtegut dhe eksperiencës)

Të mundësohet një hartë virtuale e shtigjeve dhe duhet një mokat i rrjetit te Alpeve (në 3D) ku të shënohen e të emërtohen majat dhe destinacionet që ofrohen

Të shpjegohet që shtegu është pak i shënuar ose nuk ka fare shënim përgjatë tij.

Ndërkohë Endrit Shima, pjesë e grupit Zbulo (Discover Albania), në lidhje me sugjerimin që ai do të jepte për rritjen e sigurisë në malet tona shprehet se është shumë e nevojshme që Shqipëria të ketë ekip kërkim-shpetimi malor.

Ne jemi një nga vendet e vetme në rajon që nuk kemi këtë shërbim të specializuar. Duke e konkretizuar edhe me një situatë të ndodhur së fundmi (paragrafi më poshtë si vijon) Endriti shprehet se një program

shkëmbimi midis Shqipërisë dhe Kosovës, për të formuar një ekip profesional, do të ishte shumë i vlefshëm.

Në një mision kërkim shpëtimi më 16-17 korrik 2022 në Valbonë për tërheqjes e trupit të pajetë të bjeshkatarit nga Sërbia, si dhe personave të tjerë që ishin afër viktimës, një nga pjestarët e ekipit të shpëtimit shprehet se :

*"Mbartia e trupit u bë e mundur nga eksperiencia dhe paisjet e ekipit të Kërkim Shpëtimit nga Kosova, ku **theksoj se pa ndihmën profesionale të tyre do ishte e pamundur nga ne.**"*

Ndërkohë, Aurel Duka, ngjithës profesionist shprehet :

Sa herë shikoni në lajme pamje të helikopterit të kuq në operacione të ndryshme të shpëtimit malor, në fakt po shikoni një helikopter civil që nuk është i përshtatur mjaftueshëm për ndërhyrje malore, të cilit mungon nje element kyç: vinçi me kavon cili bën të mundur lëshimin e stafit të specializuar në operacione me terren të thepisur.

Duhet patjeter nje helikopter të jete prezent në Valbonë ose Theth gjatë stinëve me frekuentim të lartë të turistëve.

Duhet të ketë një sistem komunikimi më të mirë midis pilotëve dhe specialistëve të kërkim -shpëtimit, zhurma e helikave e bën të pamundur për pilotët që të komunikojnë me radiot e thjeshta (ëalkie talkie) me operatorët në terren.

Bashkëpunimi

Një ndër gjetjet e raportit të auditimit të institucionit të KLSH për turizmin malor, ishte edhe mungesa e bashkëpunimit mes Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit me:

Federatat/shoqatat;

Federatën Shqiptare të Alpinizmit (web-faqja e të cilës është e papërditësuar, gjë që nuk mundëson evidentimin e aktiviteteve të saj);

Agjencinë Kombëtare të Turizmit;

Ministri të tjera dhe Njësitë e Qeverisjes Vendore.

Është e rëndësishme të theksojmë së një mungesë bashkëpunimi sjell pengesa në zhvillimin e turizmit malor, veçanërisht me njësitë e qeverisjes vendore, të cilat janë instiucionet më afër problematikave të zonave malore dhe komuniteteve të tyre.

Marketingu

Ministria e Turizmit dhe Mjedisit ka detyrimin që, në bashkëpunim me Agjencinë Kombëtare të Turizmit, të hartojë dhe miratojë e Strategjinë Kombëtare të Marketingut për sektorin e turizmit. Nga një kërkim në website e insititucioneve rezulton se kjo strategji ende nuk është hartuar. Mungesa e një mënyre të mirëparcaktuar se si duhet të realizohet promovimi i këtyre destinacioneve bën që numri i frekuentuesve të jetë i ulët, siç rezultoi edhe nga përgjigjet e anketuesve.

Në përfundim, vlerësojmë se turizmi malor, hiking dhe alpinizmi kanë një potencial të madh zhvillimi në vendin tonë, me mundësi përfitimi ekonomik dhe social për shoqërinë, por cilësojmë se ky zhvillim duhet realizuar duke pasur parasysh mbrojtjen e mjedisit dhe standardet e një turizmi të qëndrueshëm.

Gjetje :



Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit malor, ka të nevojë për kuadër rregullator të plotë dhe të zbatueshëm, rritje të nivelit të financimit, strategji marketingu dhe promovimi, menaxhim të destinacioneve të tij, infrastrukturë dhe aktivitete mbështetëse, komunikim dhe bashkëpunim të ngushtë me sektorin publik dhe privat.



Një turizëm i mirëmenaxhuar në zona kodrinoro-malore, rrit të ardhurat e familjeve të zonës, duke shtuar nivelin e punësimit dhe mundësitë e jetesës, bën që traditat të ngelen gjallë dhe trashëgimia natyrore dhe kulturore të promovohet.



Mungesa e promovimit të duhur të terreneve malore dhe aktiviteteve që mund të zhvillohen, fakti që transporti urban i mbulon shumë pak ose aspak këto zona, mungesa e organizimeve dhe klubeve studentore që zhvillojnë ecje dhe ngjitje mali, përpos edhe arsyeve të tjera si kostot financiare, bën që niveli i pjesmarrjes së studentëve të jetë i ulët.



Mungesa e infrastrukturës publike është një nga problematikat kryesore²¹ e cila ka ndikim negativ në cilësinë dhe zhvillimin e turizmit në tërësi dhe atij malor në veçanti



Ne jemi një nga vëndet e vetme në rajon që nuk kemi ekip kërkim-shpëtimi.

²¹ "Raport Auditimi Performance "ZHVILLIMI I TURIZMIT MALOR"

Rekomandime :

Hapi i parë drejt një zhvillimi të qëndrueshëm është plotësimi i hapësirave/vakancave ligjore, përmendim këtu hartimin dhe miratimin e Startegjisë Kombëtare të Marketingut për turizmin si një dokument kyç i cili përbën një nga komponentët kryesorë që ndikojnë në industrinë e turizmit. Sigurisht, pa u pasuar nga zbatimi i legjislacionit dhe bashkëpunimi ndër institucional nuk mund të presim kurrësesi të kemi përparim.

Investimi në infrastrukturën bazë përbën një nevojë emergjente, mungesa e të cilës si fillim ndikon në shpopullimin e zonave malore dhe mosfrekuentimin e këtyre destinacioneve nga qytetarët. Nëse dëshirojmë të kemi turizëm gjithëvjeter, përpos infrastrukturës bazë, nevojitet krijimi i infrastrukturës turistike dhe elementëve që shtojnë sigurinë për vizitorët. Shqipëria është një nga vëndet e vetme në rajon që nuk ka ekip kërkim-shpëtimi malor, rëndësia e të cilit është jetësore. Për një ekip shpëtimi sa më profesional sugjerohet të krijohet një program shkëmbimi midis Shqipërisë dhe Kosovës.

Të ketë zyra efektive informacioni, të pajisura me broshura informuese mbi destinacionet dhe pajimet që turistët duhet të kenë në varësi të zonës të cilën do të vizitojnë. Kështu, duke informuar paraprakisht, shmangen një numër i konsiderueshëm aksidentesh.

Referencat :

LIGJ Nr. 93/2015 Për Turizmin

Ligji nr. 55/2015, "Për investimet strategjike në Republikën e Shqipërisë", të ndryshuar.

Programi Qeverisjes 2021-2025

Strategjia-Kombëtare-e-Turizmit-2019-2023

Plani Kombëtar i Republikës së Shqipërisë për Energjinë dhe Klimën

Raport Auditimi Performance "ZHVILLIMI I TURIZMIT MALOR" KLSH

INSTAT

Artikuj :

Turizmi në Shqipëri do të rritet me 20%, priten rreth 6 milionë vizitorë- Albanian Post

Pushimet ditore po bëhen të papërballueshme, çmimet në plazhet e Lalëzit, rritje vjetore me 60%- Monitor.al;

Turistë nga Britania dhe Franca në vend, rriten çmimet deri në 30%- Euronews.Albania

"Plehrat kërcënojnë sezonin turistik" - Faktoje.al

Menaxhuesit dhe shërbimet cilësore në industrinë e mikpritjes dhe turizmit- Monitor.al

"Shqipëria rurale, sfida e atyre që qëndrojnë" nga Francesco Martino për Osservatorio Balcani e Caucaso Transeuropa

Web-site :

Mountain Tourism -UNWTO

Turizmi – Nikaj-Mërtur;

Olympus climbing -www.olympus-climbing.gr

Global Economic Impact and Trends 2021-World Travel & Tourism Council

Travel & Tourism Economic Impact 2022- World Travel & Tourism Council

Albania 2022 Annual Research- World Travel & Tourism Council

Federata Shqiptare e Alpinizmit dhe Turizmit Malor

#QËNDRESË / MIRËQEVERISJE

QENDRESA
QYTETARE



NED

NATIONAL
ENDOWMENT
FOR
DEMOCRACY

SUPPORTING FREEDOM AROUND THE WORLD

www.qeverisja.qq.com.al