

STRATEGJIA
DHE
PLANI I VEPRIMIT
PËR TURIZMIN
NË BERAT
2011 - 2021

FOTO

**Një vlerë e jashtëzakonshme
universale**

Mesazhi i Kryetarit të Bashkisë

Berati është një destinacion i rëndësishëm dhe tërheqës për turistët. Ai karakterizohet nga vlerat e tij unike, tempujt mahnitës, arkitektura e veçantë, dokumentat e rrallë të krishtërimit të hershëm, bashkëjetesa fetare dhe nga harmonia e kulturave. Berati është shembulli i përkryer i një qyteti të lashtë 2400 vjeçar. Ai i ka themelet në antikitet me një larmishmëri vlerash të përfaqësuara nga puna e jashtëzakonshme e mjeshtrave gjatë shekujve, dhe nga trashëgimia e pasur kulturore, materiale dhe shpirtërore – e cila sot është e gjitha pjesë e denjë e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s.



Turizimi konsiderohet një nga shtyllat kryesore të zhvillimit të Beratit. Në *Planin tonë Strategjik për Zhvillimin Social dhe Ekonomik 2010-2020*, turizmi shihet si një objektiv parësor për zhvillimin e ekonomisë lokale. Duke marrë parasysh rëndësinë e turizmit për zhvillimin ekonomik në përgjithësi dhe mundësinë që ai ofron për krijimin e vendeve të reja të punës dhe për mbështetjen e bizneseve të vogla, Bashkia e Beratit filloi përgatitjen e kësaj Strategjie dhe Plani Veprimi për Turizmin. Në prill të vitit 2010 u nënshkrua një marrëveshje e përbashkët me Organizatën Hollandeze për Zhvillim SNV, ku ajo mori përsipër t'i ofronte Bashkisë së Beratit asistencë teknike për përgatitjen e SPVT-së (Strategjia dhe Plani i Veprimit për Turizmin). Për të mbështetur këtë proces, në maj 2010, u krijua Komiteti i Veprimit për Turizmin (KVT) me përfaqësues nga institucionet publike, biznesi, dhe shoqëria civile

Si kryebashkiak i qytetit të Beratit dhe Kryetari i Komitetit të Veprimit për Turizmin jam shumë i lumtur që, pas një periudhe të ngarkuar me punë, ne arritëm që ta realizojmë me sukses këtë projekt. Dua të shfrytëzoj këtë rast që t'i shpreh mirënjohjen time SNV-së për këtë bashkëpunim të frytshëm në përgatitjen e SPVT -së. Gjithashtu dua t'u shpreh mirënjohjen time të gjithë partnerëve të tjerë dhe qytetarëve të përkushtuar për kontributin e tyre dhe vullnetin e treguar për t'u përfshirë drejtpërdrejt në përgatitjen dhe zbatimin e këtij dokumenti strategjik. SPVT -ja do të jetë kuadri i veprimit për institucionin tonë, duke e drejtuar zhvillimin e turizmit në rajon drejt objektivit të rritjes së përdorimit të qëndrueshëm të burimeve tona. Ky dokument përcakton projektet dhe veprimet që do të ndërmerren në të ardhmen së bashku për ta kthyer Beratin në një destinacion turistik ndërkombëtar, me cilësi të lartë dhe shumë të njohur.

Fadil Nasufi
Kryetar i Bashkisë

Përmbajtja

1.	HYRJE.....	7
2.	DREJT NJË STRATEGJIE PËR TURIZMIN NË BERAT.....	9
	Përkufizimi i turizmit dhe elementet e tij	Error! Bookmark not defined.
	Prirjet globale dhe kombëtare të turizmit	Error! Bookmark not defined.
	Strategji të rendësishme	Error! Bookmark not defined.
	Strukturat institucionale për turizmin.....	Error! Bookmark not defined.
3.	TURIZMI NË BERAT.....	15
	Zhvillimi i turizmit në Berat	Error! Bookmark not defined.
	Trashëgimia Botërore e UNESCO-s	Error! Bookmark not defined.
	“Qendra Historike” e Beratit	Error! Bookmark not defined.
	Ofertat turistike.....	Error! Bookmark not defined.
	Tregjet tona aktuale	Error! Bookmark not defined.
	Konkurrenca jonë.....	Error! Bookmark not defined.
	Pikat e dobëta dhe të forta	Error! Bookmark not defined.
4.	STRATEGJIA E TURIZMIT PËR BERATIN	29
	Vizioni	Error! Bookmark not defined.
	Mbështetja në parimet e turizmit të qëndrueshëm	Error! Bookmark not defined.
	Rruga drejt së ardhmes.....	Error! Bookmark not defined.
	Tregjet e synuara.....	Error! Bookmark not defined.
	Një kuadër për veprim	35
	Zbatimi i planit	Error! Bookmark not defined.
	Monitorimi, vlerësimi dhe rishikimi i planit.....	Error! Bookmark not defined.
5.	PLANI I VEPRIMIT PËR TURIZMIN.....	41
	Krijimi i produkteve dhe përmirësimi i cilësisë	Error! Bookmark not defined.
	Mundësitë e përdorimit dhe Infrastruktura	Error! Bookmark not defined.
	Marketimi i synuar dhe promovimi.....	Error! Bookmark not defined.
	Shtimi i burimeve njerëzore koordinimi i zhvillimit turistik.....	Error! Bookmark not defined.

Shtojca

1. Anëtarët e Komitetit të Veprimit për Turizmin
2. Akronimet
3. Monitorimi i propozuar dhe plani i vlerësimit
4. Studimi i tregut

1. HYRJE

Berati shtrihet në qendër të Shqipërisë, 120 km në jug të kryeqytetit, Tiranës. Ai është qendra administrative e Rajonit të Beratit dhe një nga dy qytetet-muze antike të përcaktuara në Shqipëri. Berati, me shtrirje buzë lumit Osum, ka patur një banim të përhershëm gati 2,500 vjeçar nga ilirët, romakët, bizantinët, bullgarët, europianët mesjetarë, dhe nga qytetërimet otomane dhe shqiptare. Gjatë shekullit të 17-të, Berati ishte qyteti më i madh në Shqipëri dhe qendra kryesore ekonomike e vendit, me një zhvillim të rëndësishëm të zejtarisë dhe tregtisë. Qyteti është dëshmitar i bashkëjetesës në harmoni kulturore dhe fetare mes të krishterëve dhe myslimanëve gjatë periudhës osmane. Ai është një qytet unik me një vlerë të madhe ndërtesash që kanë një interes tepër të lartë arkitekturor dhe historik. Duke njohur këto vlera, që nga korriku i vitit 2008, ky qytet është përfshirë në Listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s.



Figura 1: Harta e Shqipërisë, shënuar Rajoni i Beratit

Vlerat e pasura të trashëgimisë historike, kulturore, etnografike, arkitekturore dhe natyrore të qytetit përbëjnë një bazë të fuqishme për zhvillimin e turizmit. Si rrjedhim, zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit i ka të gjitha mundësitë të ndihmojë zhvillimin ekonomik, shoqëror, dhe mjedisor të rajonit. Berati tanimë po tërheq një numër përherë e më të madh vizitorësh si nga Shqipëria ashtu dhe nga jashtë, veçanërisht që nga përfshirja në listën e Trashëgimisë Botërore. Zhvillimi i ndjeshëm i turizmit shihet si objektiv me përparësi në Planin Strategjik të Beratit për Zhvillimin Social dhe Ekonomik, ku nevoja për zhvillim në përputhje me vlerën e jashtëzakonshme universale, integritetin dhe origjinalitetin e qytetit pasqyrohet në vlerësimin e ICOMOS-it për qytetin në përshkrimin e Trashëgimisë Botërore.

“Ndërtimi urban i qytetit të Beratit është origjinal ngaqë nuk ka pësuar ndryshime të mëdha gjatë shekujve.”

(ICOMOS, 2008, Vlerësime të Pasurive Kulturore)

Berati është akoma në hapat e para të formimit të një profili kombëtar dhe ndërkombëtar si një destinacion cilësor, kulturor dhe historik të një shkalle të lartë. Për këtë kërkohen përpjekje të koordinuara në ruajtjen dhe shpалosjen e vlerave të tij historike dhe kulturore, duke zvogëluar rreziqet e ndryshme si ndërtimet pa leje në zonën historike, duke

përmirësuar shërbimet për vizitorët, duke rritur shumëllojshmërinë e produkteve dhe të ndërhyrjeve të planifikuara në mënyrë që të sigurohet një zhvillim i qëndrueshëm i turizmit që do të sjellë përfitime për komunitetin vendas.

Strategjia për Turizmin dhe Plani i Veprimit për Beratit (STPV) është një plan i detajuar i angazhimit të Bashkisë së Beratit për zhvillimin e turizmit në dhjetë vitet e ardhshme. Plani është një dokument zyrtarisht i miratuar, i hartuar nga *Komiteti i Veprimit për Turizmin (KVT)* që përfshin përfaqësues të qeverisjes lokale, sektorit privat dhe shoqërisë civile. Plani shpreh qartë vizionin e Beratit për t'u shndërruar në një destinacion cilësor të zhvilluar mbi parimet e qëndrueshmërisë. Ai identifikon veprimet në katër fusha kyçe strategjike: krijimi dhe përmirësimi i cilësisë së produkteve, mundësitë e shfrytëzimit dhe infrastruktura, marketimi dhe promovimi si dhe burimet njerëzore dhe menaxhimi i destinacioneve. Plani mbështetet në një proces bashkëpunues duke përfshirë analizat e tregjeve ekzistuese dhe atyre të mundshme për turizëm në këtë zonë, pasuritë dhe nevojat, marrëveshjet mbi qëllimet dhe objektivat strategjike dhe identifikimin e programit të aktiviteteve për t'i realizuar ato. Përfshirja e komunitetit të Beratit në zhvillimin e planit ka çuar në krijimin e pronësisë lokale. Rezultati i kësaj është një dokument pune i cili është përdorur për të nxitur dhe për të drejtuar veprimet. KVT-ja ka përgjegjësinë e mbikqyrjes së zbatimit të planit, më tepër se sa të mbështetjes tek ekspertët e jashtëm.

2. DREJT NJË STRATEGJIE PËR TURIZMIN NË BERAT

Plani nuk është asgjë;
planifikimi është çdo gjë.

*Dwight D Eisenhower
(1890-1969)
Presidenti i 34-t i SHBA-së*

Strategjia dhe Plani i Veprimit për Turizmin në Berat (SPVT) është krijuar nga një proces bashkëpunues duke përfshirë analiza të tregjeve ekzistuese të turizmit dhe atyre me mundësi zhvillimi në Berat, pasuritë dhe nevojat, marrëveshjet mbi objektivat dhe qëllimet strategjike dhe identifikimin e një programi aktiviteteve për t'i realizuar ato. Për këtë është ndjekur procesi i mëposhtëm me këtë renditje:

- Marrëveshje me Bashkinë e Beratit për procesin dhe rezultatet, nënshkrimi i kontratës
- Marrja e informacionit dhe e mbështetjes për rajonin e Beratit
- Organizimi i një takimi fillestar me aktorë rajonalë
- Formimi i një Komiteti Veprimi për Turizmin (KVT)
- Caktimi i një stafi për të mbështetur procesin e planifikimit
- Ndërmarrja e një studimi të tregut të Beratit
- Hartimi i një projekti të SPVT-së (dy ëorkshope dy ditore)
- Marrja e informacioneve nga publiku/aktorët mbi projekt SPVT-në
- Përfshirja e informacionit nga publiku dhe zhvillimi i SPVT-së përfundimtare
- Marrja e aprovimit të SPVT-së nga Bashkia e Beratit

SPVT-ja e Beratit ofron një kuadër pune për bizneset, qeveritë dhe organizatat përkatëse për të analizuar tregjet e turizmit, pasuritë e turizmit dhe problematikat e tij në mënyrë që të hartohen objektiva që shtojnë pasuritë dhe i kapërcejnë këto problematika. Plani do të monitorohet dhe të vlerësohet rregullisht në mënyrë që të kryhen rishikime të nevojshme.

SPVT-ja e Beratit ka si qëllim të jetë një plan “pune” i ndryshueshëm dhe evolues. SPVT-ja është në formatin e një dokumenti me lidhje që lejon shtimin/heqjen e materialeve, futjen e rezultateve të regjistruara, objektive gjatë zbatimit dhe përfshirjen e ndonjë rishikimi të nevojshëm që del gjatë punës së zbatimit.

Përkufizimi i turizmit dhe elementët e tij

Përkufizimet e turistit dhe turizmit janë themelet për krijimin e një strategjie dhe një plani veprimi realist.

TURISTËT: janë njerëz që udhëtojnë dhe qëndrojnë në vende jashtë mjedisit të tyre të zakonshëm për më pak se 12 muaj të njëpasnjëshëm për arsye pushimi, biznesi apo qëllime të tjera që nuk lidhen me ushtrimin e një aktiviteti të paguar brenda vendit të vizituar.

OFERTA TURISTIKE: Ofrimi i të gjitha pasurive, shërbimeve dhe i të mirave të cilat zotërohen apo blihen nga vizitorët si pasojë e udhëtimeve turistike. Këtu përfshihen pasuritë/burimet natyrore dhe të krijuara nga dora e njeriut, akomodimi, restorantet karakteristike për turizëm, shërbimet e udhëtimit dhe të operatorëve turistikë dhe të transportit.

KËRKESA TURISTIKE: Sasia e produkteve dhe e shërbimeve turistike që blihen për një periudhë të caktuar me një çmim të caktuar. Kërkesa për produktet turistike mund të ndikohet nga çmimi, të ardhurat, shije të ndryshueshme, konkurenca dhe klima ndërmjet shumë të tjerash.

TURIZMI: Përkufizohet si praktika e udhëtimit të njerëzve jashtë mjedisit të tyre të zakonshëm për pushime, bisnez dhe qëllime të tjera. Sektori i turizmit përfshin një ndërlidhje komplekse mes bisnezeve, organizatave dhe aktiviteteve të ndryshme.

Prirjet e turizmit global dhe kombëtar

Turizmi është një industri kryesore në ekonominë botërore. Pas tronditjes nga kriza financiare, të dhënat konfirmojnë një rritje globale të udhëtimeve gjatë vitit 2010. Organizata Botërore për Turizmin e Kombeve të Bashkuara (OBTKB) tregon një rritje të numrit të vizitorëve me 2% në Europë ku çdo rajon shfaq një rritje të përsheptuar deri në qershor të vitit 2010. Gjithashtu, është përmirësuar dhe cilësia e banesave me qera. Përqindja e zënies së banesave është mbi 5.4% dhe hotelierët kanë mundur të rrisin çmimet në përgjigje të kërkesës së lartë. Në një periudhë më afatgjatë OBTKB-ja parashikon që numri i udhëtarëve ndërkombëtare të arrijë deri në 1.6 miliardë deri në vitin 2020, ku pjesa më e madhe e të cilëve rreth (717 milionë) do të vizitojë Evropën.

Turizmi njihet si një forcë për zhvillim të qëndrueshëm me mundësinë për të sjellë mirëqenie në zonat rurale dhe urbane, shpesh duke shkuar edhe në vende të largëta që kanë mundësi alternative të kufizuara. Sektori i turizmit sjell përmirësimin e mirëqenies së komunitetit duke ofruar mundësi punësimi si për gratë, të rinjtë dhe për grupet minoritare. Megjithatë, zhvillimi i qëndrueshëm përmes turizmit kërkon përdorim të matur të burimeve natyrore dhe njerëzore – arsye të cilat tregojnë pse planifikimi i mirë është i rëndësishëm.

Në Shqipëri, viti 2010 ripohoi që turizmi është një nga industritë më premtuese në vend, duke rritur përherë e më tepër vëmendjen nga ana e qeverisë Shqiptare, sektori privat dhe organizatat ndërkombëtare. Sipas statistikave qeveritare numri i turistëve që vizituan Shqipërinë gjatë vitit 2010 e kalonte shifrën 3 milionë, duke bërë që turizmi të jetë një nga tre shtyllat kryesore të ekonomisë së vendit. Shqipëria është përzgjedhur si vendi kryesor për t'u vizituar gjatë vitit 2011 nga Lonely Planet¹ dhe renditet e gjashta në listën e destinacioneve të rekomanduara nga CNN-i. Duke patur parasysh afërsinë me tregjet më të mëdha të jashtme dhe të brendshme të Evropës, Shqipëria zë një pozicion të favorshëm për të përfituar nga prirjet drejt udhëtimeve më të rregullta, në distanca të shkurtra dhe të mesme.

Strategji të rëndësishme

Dokumentat zyrtarë theksojnë rëndësinë e sektorit të turizmit në nivel lokal dhe rajonal për zhvillimin dhe decentralizimin e strukturës shoqërore dhe ekonomike të Shqipërisë.

¹ (shënim i përkatësisë) kompania më e madhe në botë për botimin e guidave turistike dhe e medias dixhitale

STRATEGJIA KOMBËTARE PËR ZHVILLIM DHE INTEGRIM (SKZHI) 2007-2013: fokusohet në ecurinë e Shqipërisë drejt integrimit në Bashkimin Evropian, duke përfshirë Objektivat e Zhvillimit të Mijëvjeçarit (OZHM). Rëndësia e turizmit për zhvillimin e strukturave shoqërore dhe ekonomike të vendit është përcaktuar e mirë në SKZHI-në. Në veçanti strategjia krijon një vizion për këtë sektor.

Vizioni për turizmin shqiptar

Shqipëria njihet si një destinacion i sigurtë turistik me vlera të mëdha, e cila karakterizohet nga një larmishmëri unike me vende natyrore dhe kulturore të një niveli botëror që gjenden brenda një hapësire relativisht të vogël gjeografike, e cila menaxhohet në mënyrë të përgjegjshme nga ana mjedisore dhe sociale, që është lehtësisht e shfrytëzueshme nga tregjet europiane turistike.

(SKZHI 2007-2013, fq. 85)

SKZHI-ja identifikon zhvillimin e produkteve të specializuara turistike si më poshtë:

- Turizmin e diellit dhe të plazhit, për një periudhë afatgjatë
- Turizmin i interesit të veçantë (p.sh. turizëm rural, turizëm kulturor dhe historik, turizëm aventurë) për një periudhë afatshkurtër
- Turizmi i bisnezit dhe i konferencave, në një periudhë afatshkurtër – specifikohet si një prioritet strategjik në dokument.

STRATEGJIA KOMBËTARE E TURIZMIT (MAJ 2007): pasqyron dhe shtjellon drejtimitet që përmban SKZHI-ja. Strategjia e turizmit përcakton kuadrin e përgjithshëm të punës për turizmin të përqendruar në zbulimin e Shqipërisë nëpërmjet natyrës dhe kulturës së saj. Aty tregohen veprimet e mëposhtme të rëndësishme për arritjen e përfshirjes dhe të zhvillimit të turizmit lokal dhe rajonal:

- Përcaktimi i mekanizmave për të nxitur përpjekjet lokale për të hedhur në treg produktet kulturore dhe natyrore. Hapi i parë në këtë proces është identifikimi i nevojave të sektorit. Hapi i dytë do të jetë hartimi i një plani mbështetës për të asistuar aktorët lokalë deri në masën që lejojnë burimet.
- Zhvillimi i bisnezit të vogël; i mekanizmave përmes të cilave shpenzimet e vizitorëve kontribuojnë në ekonominë lokale dhe kombëtare.

PLANI STRATEGJIK I BERATIT PËR ZHVILLIMIN SOCIAL DHE EKONOMIK 2010-2020: identifikon zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit si një objektivi me përparësi për rritjen e ekonomisë lokale. Plani e parashikon Beratin si një qytet antik në Trashëgiminë Kulturore Botërore, me një komunitet që gëzon zhvillim në harmoni dhe mundësi të barabarta, një qendër turizmi ndërkombëtar me një ekonomi dinamike bazuar në konsolidimin e agrobiznesit dhe zejtarisë.

Rëndësia e zhvillimit të turizmit në harmoni me cilësitë unike të qytetit është përfshirë në objektivin e parë strategjik të planit.

Objektivi Strategjik 1	Një qendër ndërkombëtare kulturore e mbështetur nga turizmi ku hotelet ofrojnë fjetje dhe mëngjes, i cili ruan dhe zhvillon trashëgiminë unike kulturore, historike dhe arkitekturore të qytetit.
Objektivi Strategjik 2	Zhvillimi i harmonizuar i ekonomisë së qytetit, i cili konkuron në tregun rajonal përmes zgjerimit të agrobiznesit dhe zejtarisë, dhe ku nxitet diversiteti dhe cilësia
Objektivi Strategjik 3	Zhvillimi i ekuilibruar i territorit urban që krijon një mjedis bashkëkohor dhe në harmoni me tiparet dhe trashëgiminë specifike të qytetit
Objektivi Strategjik 4	Një jetë sociale me cilësi e lartë, dinamike dhe gjithëpërfshirëse ku mundësitë e barabarta për përparim dhe mirëqenie mbështeten dhe rriten për të gjithë

Strategjia më poshtë paraqet me hollësi 19 projekte që lidhen drejtpërsëdrejti me zhvillimin e turizmit dhe 20 projekte që lidhen me Objektivin Strategjik 2 të cilat lidhen në mënyrë të tërthortë me zhvillimin e turizmit.

Strukturat institucionale për turizëm

Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve hartoi një Ligj për Turizmin Kombëtar i cili u miratua zyrtarisht nga Parlamenti Shqiptar më 14 maj, 2007². Qëllimi i këtij ligji është përcaktimi i parimeve dhe rregullave që drejtojnë sektorin e turizmit dhe që zhvillojnë standardet e shërbimeve dhe produkteve turistike dhe të atyre që lidhen me turizmin. Ligji rregullon marrëdhëniet mes institucioneve publike dhe kompanive private dhe individëve, njësive lokale apo të huaja që merren me turizmin. Ai përcakton të drejtat dhe detyrat e pjesëmarrësve në aktivitetet e turizmit në përputhje me standardet dhe parimet e zhvillimit turistik të qëndrueshëm. Përgjegjësia për turizmin, siç parashikohet në ligj, i përket institucioneve të mëposhtme:

Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve(MTKRS)

Roli kryesor i MTKRS-së është të mbështesë, të mbrojë, të zhvillojë dhe të promovojë burimet turistike, trashëgiminë kulturore, materiale dhe shpirtërore të shqiptarëve në përputhje me

² Ligji Kombëtar për Turizmin 2007 është aktualisht nën rishqyrtim.

planin e veprimit dhe në bashkëpunim me institucione të tjera të qeverisjes qendrore, qeverisjes lokale, sektorit turistik privat dhe shoqërinë civile.

Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT)

Agjencia Kombëtare e Turizmit është një entitet publik nën juridiksionin e Ministrit përgjegjës për Turizmin. Rolet kryesore të AKT-së janë:

- Të kryejë funksione të lidhura me promovimin dhe marketimin në turizëm, gjithashtu dhe funksionet e tjera të parashikuara nga Ligji;
- Të nxisë, mbështesë dhe lehtësojë mundësinë e shfrytëzimit të fondeve për individët dhe kompanitë që merren ose që synojnë të merren me aktivitete turistike.

Zyra e Asistencës Turistike (ZAT)

Zyrat Rajonale të Asistencës Turistike janë krijuar kohët e fundit (2010) në secilin prej 12 rajoneve të Shqipërisë, përfshirë Beratin. ZAT-et rajonale janë nën juridiksionin e Ministrit përgjegjës për turizmin, dhe kanë detyrën që të ofrojnë informacione për turistët në lidhje me procedurat e hyrjes, shërbimet dhe mjediset e disponueshme dhe informacione mbi vendet dhe objektet me interes për turistët, gjithashtu dhe në marrjen e ankesave nga turistët e huaj apo vendas ndaj hotelierëve, pronarëve të restoranteve turistike, guidave turistike, agjentëve të udhëtimit, operatorëve turistikë dhe kompanive të tjera turistike në lidhje me produktet dhe shërbimet e ofruara nga ata.

Qeveritë lokale dhe përgjegjësitë e tyre në lidhje me turizmin

Njësitë e qeverisjes lokale, në përputhje me dispozitat e këtij ligji, janë përgjegjëse për:

- a. inventarizimin e burimeve kryesore turistike në territorin e njërive të pushtetit lokale dhe të bisneseve turistike lokale;
- b. dërgimin, periodikisht, dy herë në vit të inventarëve të përmendur më sipër Ministrit përgjegjës për turizmin, në mënyrë që të krijojë një bazë të dhënash në nivel kombëtar;
- c. ofrimin e asistencës teknike për krijimin dhe zhvillimin e bisneseve të turizmit në përputhje me dispozitat e këtij ligji;
- d. monitorimin e respektimit të këtyre dispozitave të ligjit dhe ligjeve të tjera dhe akteve nën-ligjore nga kompanitë private që operojnë në fushën e turizmit dhe sugjerimin e hapave të nevojshëm që duhet të merren nga institucionet shtetërore përgjegjëse për turizmin.

Mbështetja për zhvillimin e turizmit

Institucionet shtetërore duhet, në përputhje me, dhe nën mbikqyrjen e Ministrisë përgjegjëse për turizmin, të mbështesin zhvillimin e turizmit duke:

- a. hartuar planet e zhvillimit turistik për secilën bashki dhe komunë;
- b. ofruar informacione për turizmin, arsimim dhe aktivitete promovuese;
- c. marrë masa për të zhvilluar infrastrukturën dhe mjediset në zonat e zhvillimit turistik, fshatrat turistikë, vendet turistike dhe në objektet turistike.
- d. asistuar në investimet turistike në zonat e largëta malore, pak të populluara;
- e. propozuar stimuj fiskalë që duhet t'i jepen bizneseve të turizmit, individëve dhe personave juridikë në zonat e zhvillimit turistik, në fshatrat turistikë, vendet dhe objektet turistike.

Planifikimi për turizmin

Planifikimi i zhvillimit turistik duhet:

- a. të mbështetet në regjistrin kombëtar të burimeve turistike;
- b. të jetë në përputhje me planet e zhvillimit të turizmit në nivel kombëtar, bashkie dhe në nivel komune;
- c. Të përqëndrohet në zonat me zhvillim turistik dhe ku zhvillimi turistik ka mundësi të nxitë më tej zhvillimin socio-ekonomik.
- d. Planet e zhvillimit turistik duhet të rishqyrtohen periodikisht dhe të rishikohen për të siguruar përputhshmërinë me situatën e zhvillimit socio-ekonomik në nivel kombëtar, bashkie dhe komune.

Siç theksohet dhe në ligj, përfshirja e drejtpërdrejtë e sektorëve përkatës privatë, publikë dhe të OJQ-ve në të gjithë zonat rajonale dhe lokale në zhvillimin e potencialit turistik në Shqipëri është faktor kyç për suksesin e industrisë së turizmit të një vendi.

3. TURIZMI NË BERAT

Zhvillimi i turizmit në Berat

Duke patur parasysh tiparet unike të Beratit, ky qytet që nga viti 1961 u shpall qytet-muze nga qeveria shqiptare. Gjatë periudhës së komunizmit kur udhëtimët në Shqipëri në përgjithësi ishin të kufizuara, Berati u vizitua nga të huaj veçanërisht nga ata grupe që vizitonin Shqipërinë nga vendet aleate. Gjithashtu grupet e vizitorëve që vinin nga Kosova dhe nga rajoni vizitonin Beratin gjatë tureve të organizuara nga shteti.

Pas rënies së regjimit dhe ngjarjeve të trazirave të vitit 1997 në të gjithë Shqipërinë, Berati ka rivendosi edhe njëherë emrin dhe imazhin e tij të mirë. Numri i vizitorëve është rritur, me vizitorë që vijnë nga jashtë vendit, nga qytete të tjera të Shqipërisë, dhe nga Kosova. Për qytetarët e Beratit kjo rritje vë në dukje më së miri përdorimin e pasurive të qytetit dhe pasqyron traditat e qytetit në mikpritjen e vizitorëve. Tradicionalisht në Berat, vizitorët kanë gjetur mikpritjen, përvojën që të ofron një mjedisin i qetë dhe çlodhës si dhe mundësinë për të shijuar kuzhinën tradicionale të kombinuar me atë bashkëkohore karakteristike të rajonit, përfshirë ullinjtë me famë, mishin e qengjit dhe të gjelit të detit të rritur në zonë dhe verërat e prodhuara nga vreshtat përreth qytetit.

Pas regjistrimit të Beratit në Trashëgiminë Botërore të UNESCO-s në vitin 2008, numri i vizitorëve ka qenë gjithnjë e në rritje. Sipas shitjes së biletave në Kështjellën e Beratit gjatë vitit 2009, kishte rreth 18,190 vizitorë. Në 2010-ën, kjo shifër është rritur me më shumë se 10% deri në 20.823 vizitorë³.

Trashëgimia Botërore e UNESCO-s

Më 8 korrik 2008, Berati u regjistrua në listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s nga Komiteti i Trashëgimisë Botërore gjatë Konferencës së radhës të zhvilluar në Kanada. Berati u vlerësua si një shembulli i rrallë i arkitekturës karakteristike osmane. Sipas vlerësimeve, Berati konsiderohet si një shembull i bashkëjetesës së disa komuniteteve fetare dhe kulturore për shekuj të tërë.

Qendrat historike të Gjirokastrës dhe Beratit

N40 4 10 E20 7 60

Data e regjistrimit: 2005

Kohëzgjatja : 2008

Kriteret: (iii)(iv)

Toka : 59 ha

Zona e mbrojtur: 136 ha

Ref: 569bis

³ Këto shifra tregojnë rritjen e vizitorëve në qytetin e Beratit. Megjithatë ata janë të kufizuara në varësi të kohës së blerjes së biletës. Numri i saktë i vizitorëve në Berat konsiderohet të jetë shumë më i lartë.

Kriteri (iii) që jep arsyet e regjistrimit shpreh se Gjirokastra dhe Berati (që të dy të regjistruar si dy qytete në seri) shfaqin dëshmi të jashtëzakonshme të larmisë së shoqërive urbane në Ballkan, dhe të mënyres të pandryshueshme të jetesës, gjë e cila pothuajse është zhdukur në ditët e sotme. Kriteri (iv) konsideron që dy qytetet e Gjirokastrës dhe Beratit shfaqin dëshmi të jashtëzakonshme të llojeve të ndryshme të monumenteve dhe të banesave urbane të zonës gjatë periudhës klasike otomane, si vazhdimësi të kulturave të ndryshme mesjetare që e paraprinë atë.

Ky është një vlerësim i rëndësishëm për qytetin e Beratit i cili tani renditet si një ndër 704 qytetet të UNESCO-s si vende me trashëgimi kulturore.

Kodikët e Beratit

‘Kodiku i Purpurt i Beratit’ (i quajtur Beratinus) përmban fragmente nga ungjijtë dhe është një nga variantet më të vjetra të përdorura për tekstin e Testamentit të Ri. Ai u shkrua gjatë shekullit të 6-të dhe ishte një nga pesë kodikët ekzistues në të gjithë botën.

Kodiku i Artë (Aereus), një dorëshkrim i shekullit të 9-të, është kodiku i dytë për nga rëndësia në qytetin e Beratit.

UNESCO-ja i ka kushtuar vëmendje të veçantë mbrojtjes së kësaj pasurie unike të literaturës së vjetër liturgjike. Kodikët e Beratit janë të regjistruar në Regjistrin e Listës së Trashëgimisë Botërore.

‘Qendra Historike’ e Beratit

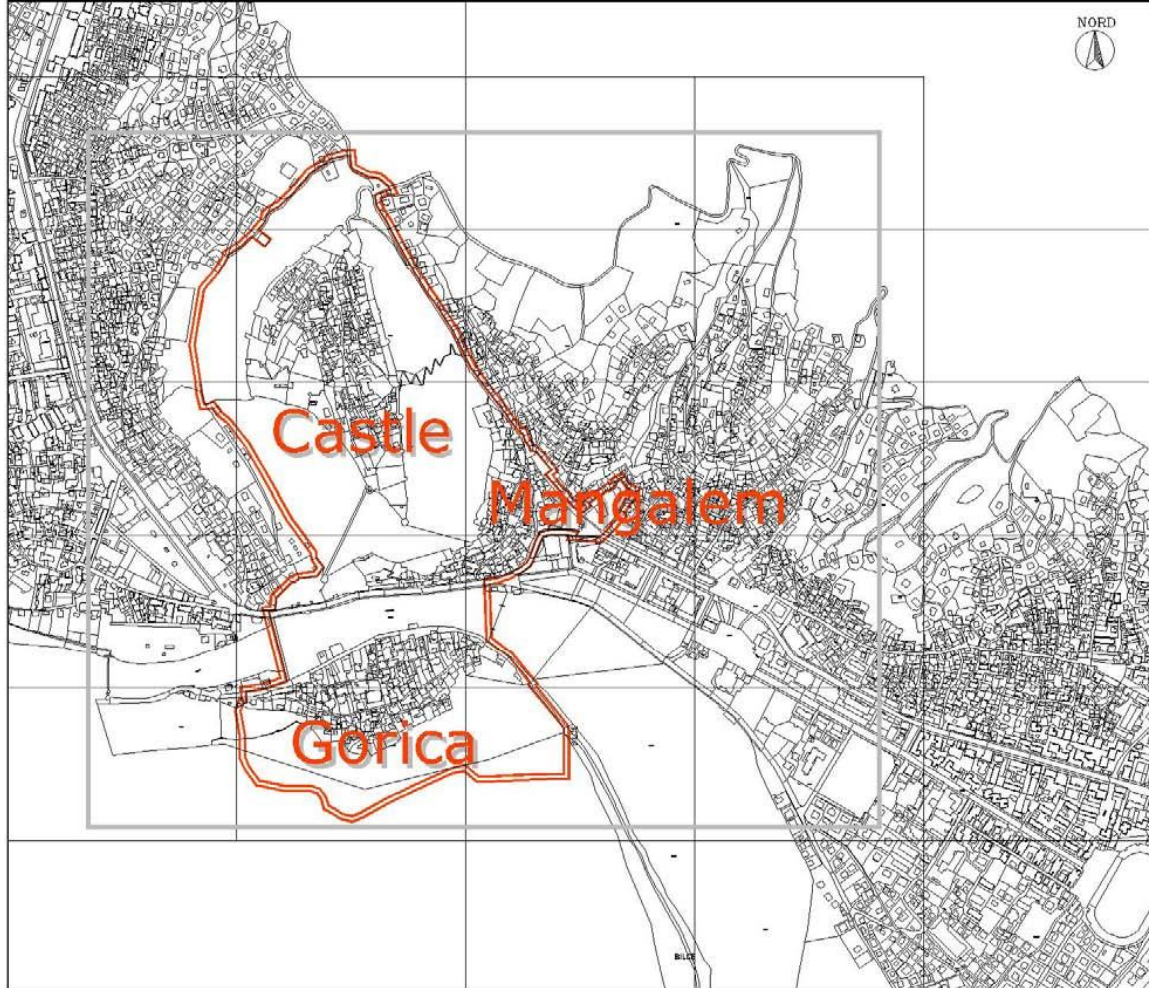
Qendra Historike e Beratit përbëhet nga tre zona – Kalaja dhe lagjet Mangalem dhe Goricë.

Kalaja, që ndodhet në majën e kodrës së lagjes Mangalem, është një nga vendet më domethënëse të qytetit. Kalaja e ka origjinën në shekullin e 4-t para lindjes së Krishtit. Kryesisht ajo ka mbetur e pandryshuar me përjashtim të disa ndryshimeve gjatë shekullit të 6-të, 8-të, 15-të, dhe 19-të.

Kalaja e Beratit nuk është vetëm një nga kështjellat më të mëdha të banueshme, por gjithashtu një arkiv i gurtë, që ofron një larmi stilesh dhe kontribute të epokave të ndryshme: romako-bizantine, shqiptare dhe osmane. Ndërtesat brenda Kalasë u ndërtuan gjatë shekullit të 13-të dhe për shkak të arkitekturës së tyre karakteristike janë ruajtur si monumente kulture. Kalaja ka disa kisha bizantine, gjithashtu dhe disa xhami të ndërtuara gjatë periudhës së pushtimit osman e cila filloi në vitin 1417.

Lagjet e vjetra *Mangalem* dhe *Goricë* janë zona të ruajtura mirë dhe kanë ndërtesa me arkitekturë karakteristike me shumë dritare, rrugina të ngushta tërheqëse dhe objekte fetare. Dy lagjet janë të lidhura njëra me tjetrën përmes urës *Gorica*. Rrënojat e Kështjellës së *Goricës*,

një tjetër kështjellë në qytet që i përket së njëjtës periudhë (IV para Krishtit), është e ndërtuar në kodër pas lagjes Gorica.



The three main historical quarters of Berat: the Castle, Mangalem and Gorica. ▲

Figura 2: Kufinj të Qendrës Historike

Në Qendrën Historike organizohen disa aktivitete kulturore të ndryshme, kryesisht në zona të hapura në pjesën e sipërme të Kalasë e njohur si 'Akropoli'. Aktivitetet shpesh organizohen në pranverë, që përkon me hapjen e sezonit turistik. Në Qendrën Historike janë dy muze; Muzeu Kombëtar i Ikonave, 'Onufri' dhe Muzeu Etnografik i cili së bashku me monumentet e tjera dhe kishat e vjetra në Zonat Historike ofrojnë një tur të veçantë për vizitorët. Qendra Kulturore e Qytetit dhe Galeria e Arteve 'Edward Lear' janë afër me Lagjen Historike Mangalem

Zhvillimi i turizmit po bën që shumë shtëpi të familjeve në Qendrën Historike të kthehen në shtëpi pritjeje, duke u ofruar vizitorëve një mundësi për të qëndruar në ndërtesat historike. Në qendrat historike janë disa dyqane private arti dhe galeri arti, që janë të hapura për vizitorët në shtëpitë tradicionale. Në Qendrën Historike ka një çerdhe fëmijësh, dy shkolla filllore, një Njësi Administrative të Bashkisë së Beratit e cila merret me administrimin e shërbimeve për qytetarët. Gjithashtu ka transport publik nga qendra e qytetit në Kështjellë, çdo ditë, i cili u shërben qytetarëve të cilët jetojnë atje.

Oferta turistike

Për t'i ardhur në ndihmë planifikimit për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit në Berat dhe për identifikimin e tregjeve kryesore, u krye një rishqyrtim i ofertës turistike ekzistuese për produkte dhe shërbime turistike. Analiza e ofertës u përqëndrua në akomodimin, shërbimin e ushqimit dhe të pijeve, objekteve turistike, aktivitetet dhe festivalet. Duhet theksuar që disa aktivitete turistike siç është rafting, aktualisht ekziston në rajonin përreth Beratit.

AKOMODIMI: Në vitin 2010, Berati kishte 13 hotele dhe shtëpi pritjeje me 154 dhoma dhe 318 shtretër. Zënia e këtyre hoteleve dhe shtëpive të pritjes e kalon 60% mbështetur në shifrën mbi 50,000 të vizitorëve ndërkombëtarë çdo vit. Disa shtëpi pritjeje janë hapur kohët e fundit me karakteristikat e shtëpive të vjetra Osmane në lagjet Mangalem dhe Goricë.

USHQIMI DHE PIJET

Në Berat ka rreth 25 restorante që i shërbejnë turistëve. Ata ofrojnë si kuzhinë tradicionale ashtu dhe ndërkombëtare, kryesisht italiane. Në këto restorante, gatohen dhe shërbehen gjellë tradicionale nga zona e Beratit. Gjella më e njohur dhe karakteristike për Beratin është 'KaposhiDeti me Pershesh' një mënyrë tradicionale e gatimit të gjelit të detit. Produktet e përdorura janë zakonisht organike dhe lokale, me shije të veçantë. Vera dhe rakia (pije alkolike tradicionale shqiptare) e kësaj zone është gjithashtu e pranishme.

FESTIVALET DHE AKTIVITETET: Berati organizon disa festivale dhe aktivitete gjatë gjithë vitit. Disa nga këto mbështeten në traditën dhe fenë dhe janë pjesë e trashëgimisë kulturore të rajonit. Deri tani, pjesa më e madhe e aktiviteteve kanë përfshirë popullsinë lokale. Ekziston mundësia që të promovohen këto aktivitete për vizitorët e mundshëm dhe që të organizohen aktivitete të reja për të tërhequr vizitorët gjatë vitit.

Kalendari i festivalet dhe i aktiviteteve

Janar	Shkurt	Mar	Prill	Maj	Qershor
Ceremonia e Ujit të Bekuar		Dita e verës Festivali i verës Cobo	Dita Ndërkombëtare e Monumenteve dhe Arkologjike Pashkët Ortodokse	Festivalet e Beratit Panairi rajonal i agrobiznesit	
Korrik	Gusht	Shtator	Tetor	Nëntor	Dhjetor

	t	tor	or	etor
Peligri nazhi i Shën Ilias	Peligri nazhi Bektas hive	Dita e Pavarësisë	Konkursi ndërkombëtar i poezisë 'Poetika'	
		Festivalet e Çobanëve të Çobës		

Shërbimet Turistike: Berati ka katër agjenci udhëtimi që operojnë kryesisht si zyra për shitje biletash për udhëtim jashtë vendit nga qytetarët e Beratit. Aktualisht asnjë agjenci nuk ofron ture të organizuara në rajon, ato mund të organizohen sipas rasteve. Shërbimet e guidës janë të disponueshme në hotele ose ofrohen jozyrtarisht te Kalaja.

OBJEKTET TURISTIKE: Berati njihet për objektet historike dhe kulturore që janë baza për futjen në listën e Trashëgimisë Botërore. Objektet kryesore janë të renditura në tabelën e mëposhtme

Objektet turistike në qytetin e Beratit

Muzeumet

“Onufri” – Muzeu Kombëtar i Ikonave – ndodhet brenda Katedrales së vjetër Fjetja së Shën Mërisë (shekulli i 18-të), një Kishë Bizantine e karakterizuar nga një ikonostas i mrekullueshëm i gdhendur në dru e i larzuar me ar. Koleksioni i ikonave ka zanafillën që në shekujt e 14-të-19-të dhe përmban punime të rëndësishme nga artisti i madh Onufri dhe nga shkolla e tij e piktorëve.

Muzeu Etnografik – gjendet në një nga shtëpitë tradicionale të ruajtura shumë mirë të Beratit e cila i përket shekullit të 18-të. Në këtë muzeum gjendet një pavion arkeologjik, një imitimi i një pazari mesjetar, dhe mjediset e një shtëpie tipike të shekullit të 18-të.

Galeritë

Galeria e Artit “Edward Lear” – e cila u hap në vitin 1994, është një nga galeritë e artit më të rëndësishme dhe më të mira në vend. Koleksioni përfshin disa punime bashkëkohore dhe të së kaluarës nga artistë shqiptarë dhe të huaj.

Vendet historike

Këshjella

Katedralja e Fjetjes së Shën Mërisë (Muzeu Kombëtar i Ikonave ‘Onufri’). *shihni më sipër përshkrimin.*

Kisha e Shën Marisë Vllaherna – kisha më e vjetër në qytetin e Beratit (shekulli i 13-të). Kjo kishë u restaurua në shekullin e 16-të dhe afreskët e saj janë të pikturuara nga artisti Nikolla, djali i Onufrit.

Kisha e Shën Nikollës (shekulli i 16-të) - Gërmimet arkeologjike kanë zbuluar se muret e kësaj kisha u ndërtuan në shekullin e 16-të. Brenda kishës u zbuluan një altar i përdorur për ritualet dhe një element i arkitekturës Paleo-Kristiane.

Kisha e Shenjtërve Kostantin dhe Helenë – Ajo është një kapelë e cila përfundoi në vitin 1644. Ajo ka një tavan me elemente dekorativë dhe afresket e saj paraqesin momente nga kryqëzimi i Jezusit.

Kisha e Trinisë së Shenjtë (shekulli i 13-të-14-të) – Kisha u ndërtua afër perimetrit të dytë të mureve të Kalasë. Ajo ka murale të bukura bizantine dhe muret e saj janë ndërtuar duke përdorur teknikën cloisonné.

Akropoli – i ndërtuar në pjesën më të lartë të Kështjellës, ai rrethohet nga perimetri i dytë i mureve të kalasë. Brenda akropolit janë rrënojat e shtëpive të garnizoneve të ushtrive turke, rrënojat e Xhamisë së Bardhë e ndërtuar në periudhën e pushtimit Osman, dhe rrënojat e Dhomës së Feudalëve.

Rezervuari i Ujit (shekulli 13-të-14-të) – përdorej për ruajtjen e ujit gjatë Mesjetës. Një tunel prej guri u ndërtua në anën jugore për të sjellë ujin nga lumi direkt në kullë.

Xhamia e Kuqe (shekulli i 15-të) – Xhamia është një nga më të vjetrat në Shqipëri. Fillimisht ajo shërbente për karvanët që vinin nga lindja në perëndim. Më vonë,

aço shërbeu për garnizonet turke.

Kisha e Shën Dhimitrit – Kisha u rindërtua pas rrënojave të një kapeleje të vjetër të ndërtuar në shekullin e 16-të-17-të. Sipas një mbishkrimi kisha u pikturua në vitin 1607.

Kisha e Shën Todrit (shekulli i 16-të) – Kisha u ndërtua në mes të shekullit 16 dhe u pikturua nga Onufri. Një kopje e Epitafit të Gllavenicës, një vepër arti e shkëlqyer e vitit 1373 u gjet brenda në kishën e Shën Todrit.

Kisha e Shën Elisë – kjo kishë gjendet jashtë mureve rrethuese të kështjellës. Pamjet biblike në këtë kishë janë të shkruara në shqip, një shembull i rrallë në objektet fetare në Berat. Gjatë regjimit komunist ky objekt u shkatërrua dhe u rindërtua pas viteve 1990-të.

GORICA :

Manastiri i Shën Spiridonit (shekulli i 18-të) – gjendet në qendër të lagjes Gorica. Mbishkrimi në hyrje tregon që ky objektin i përket vitit 1864. Ndërtesa e manastirit paraqet një skemë tipike të bazilikave së shekullit të 18-të.

Kisha e Shën Thanasit (shekulli i 18-të) – gjendet në lagjen Goricë. Objekti u shkatërrua gjatë regjimit komunist dhe u rindërtua pas viteve 1990-të me fonde të dhuruara nga komuniteti kristian në qytetin e Beratit.

Rrenojat e Kalasë Gorica – Kalaja Gorica i përket së njëjtës periudhë kur Kalaja u vendos në kodrën tjetër (në Mangalem). Sot mund të shihen vetëm rrënojat e Goricës.

Ura e Goricës – Ura e drunjtë e Goricës u ndërtua në vitin 1780 nga Ahmet Kurt Pasha. Ajo u rindërtua dy herë; në shekullin e 18-të ajo u ndërtua me gurë dhe gjatë viteve 1920-1930.

MANGALEMI :

Xhamia e Beqarëve – U ndërtua në vitin 1827 për t'i shërbyer zejtarëve beqarë në qytet. Karakteristikë e kësaj xhamie janë pikturat që pasqyrojnë pamje të

qytetit.

Kisha e Shën Mëhillit (shekulli i 13-të) – U ndërtua në majën e ngritur të shkëmbit në lagjen Mangalem ku dallohet teknika mjeshtërore cloisonné. Kur ajo krahasohet me kisha të tjera të Beratit, kjo kishë njihet për nivelin e sah të lartë arkitektonik dhe për përsosmërinë e formave.

QENDRA MESJETARE :

Xhamia e Mbretit (shekulli i 15-të) – është një nga xhamitë më të rëndësishme në qytet. Ajo është pjesë e Qendrës Islamike dhe u ndërtua në fund të shekullit të 15 nga Sulltan Bajaziti i II-të.

Teqeja e Helvetit - (shekulli i 15-të) – ndërtuar në shekullin e 15 dhe rindërtuar nga Ahmet Kurt Pasha në vitin 1782. Karakteristikë për këtë teqe (Xhami Bektashiane) është tavani i drunjtë i zbukuruar sipas stilit barok duke iu përshtatur artit islamik me piktura që njihen si më të bukurat e asaj kohe.

Pika të Tjera:

Kisha e Re Ortodokse – Kisha e Shën Dhimitrit – u ndërtua në vitin 2006 në vendin ku ndodhej Katedraleja e Vjetër e qytetit.

Xhamia e Plumbit – (shekulli i 16-të) Xhamia më e bukur e ndërtuar gjatë sundimit të Sulltan Sulejman Konunorit (1520-1566), periudhë në të cilën qyteti u shndërrua në një qendër të rëndësishme nën Perandorinë Osmane. Kjo xhamia më e madhe e këtij lloji në Shqipëri.

Tregjet Aktuale

Siç ndodh zakonisht në Shqipëri ka të dhëna të kufizuar për turizmin në Berat. Si rrjedhim, u zhvillua një studim i detajuar për të identifikuar segmentet e tregut që vizitonin Beratin. Shkalla dhe masa e tregut të turizmit që vizitonin Beratin u vlerësua duke intervistuar operatorët e turistikë (10), hotelierët (13), vizitorët (214). Këto sondazhe u kryen në prill-maj 2010. Në këtë mënyrë, tani ka një ide të qartë të tregut potencial turistik në Berat: nga vinë vizitorët, profili dhe sjellja e tyre, gjithashtu dhe për kontributin që sektori i turizmit i ka dhënë ekonomisë.

Mbështetur te sondazhet e vizitorëve

- 55 % Janë nga Europa
- 29 % e turistëve janë shqiptarë që jetojnë në vende të tjera
- 8% e turistëve janë nga kontinente të tjera (duke përfshirë Azinë, Amerikën)
- 8% e turistëve janë shqiptarë (tregu i brendshëm)

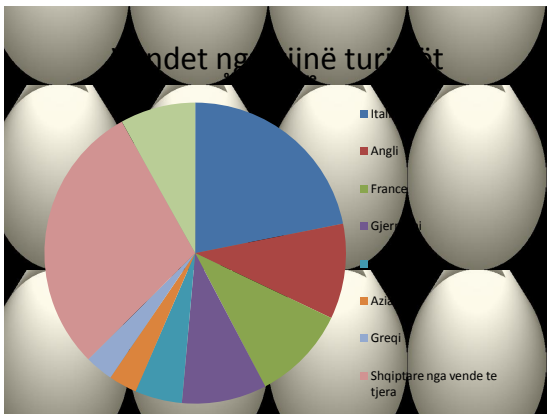


Figura 3: Vendi i Originës

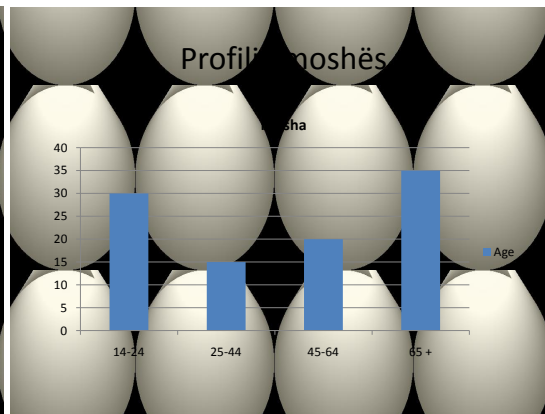


Figura 4: Moshë

Në vitin 2010 numri më i lartë i turistëve që vizituan Beratin vinte nga Europa Perëndimore, në veçanti Franca, MB, Italia, dhe Gjermania. Informatorë të tjerë vërejtën një rritje në numër të turistëve nga Azia që vizitonin rajonin. Një pjesë e madhe e turistëve janë mbi moshën 45 vjeçare, edhe pse ka interes gjithashtu nga tregun i më të rinjve (< 24 vjeçarët). Këto rezultate pasqyrojnë atë çfarë Berati i ofron turizmit, pra histori, kulturë dhe aktivitete mbështetur në aventura.

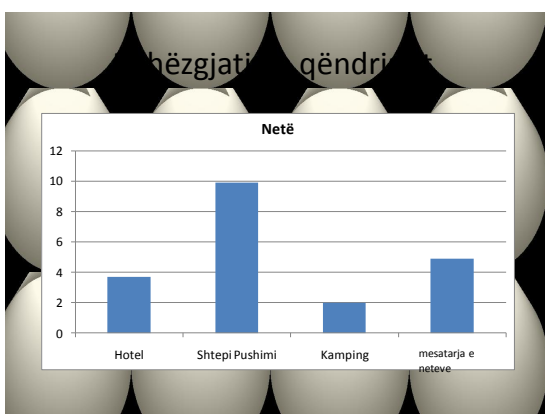


Figura 5: Mesatarja e qëndrimit dhe akomodimi

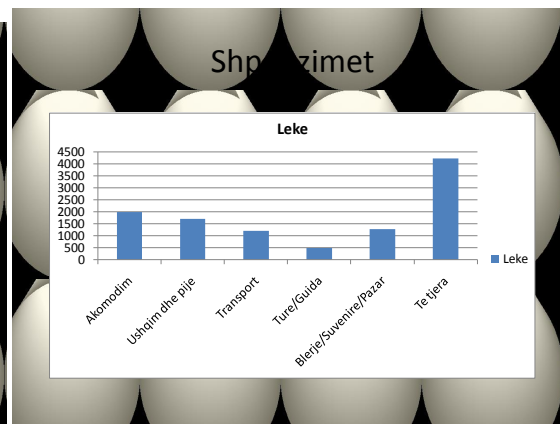


Figure 6: Mesatarja e shpenzimeve (1

Lek

= 39€⁴/ditë)

⁴ Bazuar në kursin e këmbimit valutor të shkurtit 2010

Mbështetur në sondazhet e bëra vizitorëve, mesatarja e qëndrimit në Berat është 4.7 ditë. Vizitorët rrinë më gjatë në shtëpitë e pritjes me një mesatare prej 10 netësh. Ndryshe nga vizitorët që qëndrojnë në hotele të cilët rrinë pak më pak se 4 netë dhe ata që bëjnë kamping qëndrojnë mesatarisht 2 netë. Akomodimi është shpenzimi kryesor gjatë një vizite në Berat, duke vazhduar me ushqimet dhe pijet dhe me blerjen e сувенире. Më shumë se 4000 lekë shpenzohet për artikuj të tjerë.

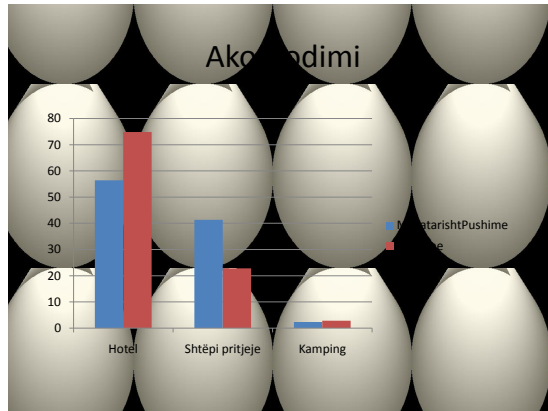


Figura 7: Ndarja e qëndrimit të turistëve gjatë akomodimit

Tregu i Grupeve Turistike Ndërkombëtare

Berati aktualisht përfshihet në disa ture të organizuar nga agjenci të ndryshme. Turet përfshijnë Grand Turin e Shqipërisë i cili është një itinerar i plotë ku vizitohen qytetet dhe vendet kryesore të Shqipërisë (shihni Figurën më sipër). Vizitorët e Grand Turit qëndrojnë në Berat një natë.



Figura 8: Destinacionet e Grand Turit në Shqipëri

Grupet turistike ndërkombëtare përbëjnë aktualisht tregun më të gjerë për Beratin. Sipas agjencive kryesore rreth 50,000 turistë të huaj vizitojnë Shqipërinë në vit nëpërmjet tureve të organizuara. Nga këto më shumë se 10% e vizitojnë Beratin gjatë udhëtimit të tyre. Sipas përlllogaritjeve numri i turistëve të huaj në turet e organizuara që vizitojnë Beratin është rreth 10,000 deri në 13,000.

Turet e organizuara duhet të mbeten një treg i rëndësishëm duke qënë se turizmi po zhvillohet gjithnjë e më shumë në Berat. Turet e organizuara mund të organizohen lehtësisht nëpërmjet operatorëve turistikë. Megjithatë, është e rëndësishme për të kuptuar nevojat e operatorëve dhe për të përqendruar përpjekjet e marketingut duke nxitur një rritje të numrit të këtyre operatorëve që të përfshijnë Beratin në itineraret e tyre. Organizimi i udhëtimeve FAM (familjarizimi) do të jetë një aktivitetet i rëndësishëm për promovimin dhe për marrjen e të dhënave nga kërkesat për përgatitjen e paketave që do u ofrohen turistëve.

Tregu i Udhëtarëve të Pavarur

Tregu i udhëtimit të pavarur në Berat përfshin kryesisht turistë të huaj që udhëtojnë gjatë kohës së lirë. Megjithatë, është e vështirë që të dihet numri i këtyre udhëtarëve në Berat pa pasur një sondazh më të plotë. Një numër i vogël i këtyre turistëve janë shqiptarë që udhëtojnë në Berat për të vizituar miqtë apo të afërmit, për biznes apo punë ose për pushime. Duke qënë se turistët e pavarur janë të vështirë për t'u klasifikuar, gjithashtu është e vështirë që ato të ndikohen nga reklamat në treg.

Shqiptarët nga vende të tjera

Shqiptarët nga vendet e tjera të Gadishullit të Ballkanit përbëjnë 29% të tregut aktual në Berat.

Tregu i Brendshëm

Tregu i brendshëm aktualisht nuk është një treg i gjerë për Beratin. Ndërsa është e vështirë që të jepet një shifër e saktë e këtij tregu, të intervistuarit vërejtën që ka pasur një rritje të konsiderueshme të hyrjeve në tregun e brendshëm dhe gjithashtu të shqiptarëve që vinë nga vendet fqinje (shihni më poshtë). Ka një sërë nën-ndarjesh brenda tregut të brendshëm:

- familje që zgjedhin të kalojnë kohën në këtë zonë
- të rinjtë dhe grupet nga shkollat
- vizitorë në moshë të mesme dhe të moshuar që janë turistë të pavarur.
- njerëz që vizitojnë miq dhe të afërm
- turistë për biznese
- turistë lokalë nga zona rreth Beratit, që e vizitojnë për arsye të ndryshme

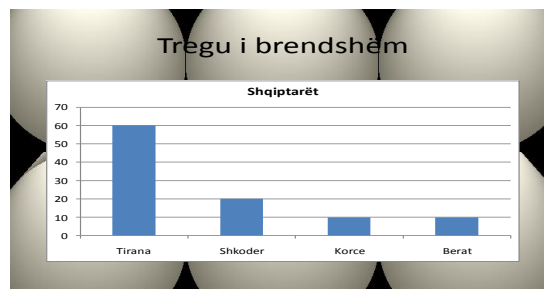


Figura 9: Vendet e nisjes në tregun e brendshëm drejt Beratit

Konkurrenca

Në zhvillimin e Beratit si një destinacion turizmi, është e rëndësishme që të ketë një njohje të plotë të konkurrentëve të tregut. Analiza e konkurrentëve bën që Berati të njohë pozicionin e tij si destinacion turistik në tregun botëror, bën që të fitojë mundësi të reja që të jenë në përputhje me pikat e forta të tij dhe me unifikimin si markë tregtare (USP), për ta bërë të dallueshëm nga konkurrentët e tij dhe të pozicionohet me shumë sukses.

Mbështetur në studimin e plotë dhe studimet bazë, Komiteti i Veprimit për Turizmin doli në përfundimin se kishte shtatë konkurrues sipas pozicionit gjeografik (sa të shfrytëzueshme janë), sipas ofertave të tyre turistike, pikave të forta dhe të dobëta, dhe sipas tregjeve të tyre aktuale. Destinacionet e shtatë konkurruese ishin: Gjirokastra, Saranda, Durrësi, Kruja, Korça, Ohri (Maqedoni) dhe Greqia (nuk tregohet ndonjë destinacion specifik). Një përmbledhje e kësaj analize paraqitet në tabelën 1 më poshtë.

Analiza identifikonte konkurrentët aktualë për Beratin. Një analizë e tillë ka nevojë që të përsëritet, të paktën në herë në vit, për të siguruar që ne kemi informacionin e nevojshëm rreth asaj çfarë konkurrentët do të bëjnë në të ardhmen; cilat janë avantazhet tona konkurruese dhe si do të ndryshojë kjo marrëdhëniet tona me konkurrencën.

Table 1: Analiza e konkurrentëve

Konkurrentët sipas renditjes		Koment
1	Rajoni i Korçës Shqipëri	<ul style="list-style-type: none">▪ Konkurrent i rëndësishëm▪ Zhvillim turistik të koordinuar dhe të përqendruar gjatë viteve të fundit▪ Produkt turistik kulturor▪ Vizitohet nëpërmjet Greqisë dhe Maqedonisë (Ohër)▪ Rritje e interesit të turistëve për këtë destinacion▪ Interesi i tregut evropian (tregu kryesor për Beratin) po rritet në Rajonin e Korçës.
2	Qyteti i Gjirokastrës Shqipëri	<ul style="list-style-type: none">▪ Një vend që mbrohet nga UNESCO-ja për shkak të arkitekturës Osmane▪ Nivel i ngjashëm i zhvillimit dhe i promovimit turistik▪ Standarde të ngjashme të produktit turistik▪ Aktivitete të projekteve ndërkombëtare për të përmirësuar infrastrukturën, produktet turistike dhe shërbimet

Konkurrentët sipas renditjes		Koment
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zhvillim i paplanifikuar dhe i pakoordinuar turistik ▪ Mundësi të shfrytëzimit të tregjeve nga Greqia
3	Kruja Shqipëri	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pazari i vjetër Osman ▪ Afërsi më të madhe me Tiranën (Kryeqyteti) dhe me aeroportin ndërkombëtar ▪ Muze sipas standardeve ndërkombëtare ▪ Pjesë e tureve ekzistuese ▪ Produkte suvenire të përpunuara ▪ Mundësi të kufizuara për akomodim ▪ Zhvillim turistik i paplanifikuar dhe i pakoordinuar
4	Durrësi dhe Saranda Shqipëri	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Destinacionet e plazhit me mundësi të përdorimit të tregjeve kryesore (afër porteve detare dhe aeroportit), infrastrukturë shumë të mirë të rrugëve ▪ Oferta të mira akomodimi ▪ Tregje të mira për grupet turistike ▪ Kombinim i plazhit dhe i pasurive kulturore (romake, Ilire) ▪ Kohët e fundit po tërheq tregun rajonal (Durrësi) ▪ Vend që mbrohet nga UNESCO-ja (Saranda) që mund të vizitohet gjatë udhëtimeve ditore nga tregjet kryesore ▪ Zhvillim turistik i paplanifikuar dhe i pakoordinuar
5	Greqia dhe Ohri Greqia dhe Maqedonia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turizëm kulturor duke përfshirë vendet e UNESCO-s ▪ Turizëm i zhvilluar (veçanërisht Greqia) duke përfshirë produkte, shërbime dhe një promovim shumë të mirë ▪ Lehtësisht i shfrytëzueshëm ▪ Arkitekturë Osmane (Ohri) ▪ Të përqendruar në tregjet e ndryshme në Berat

Pikat e dobëta dhe të forta

Një analizë e pikave të forta dhe të dobëta të Beratit u krye gjatë Workshopit të parë dy-ditor të Komitetit të Veprimit të Turizmit. Ai vijoi më tej gjatë workshopit të dytë dy-ditor me analizën përfundimtare që mbështetej në identifikimin e pasurive kryesore dhe të problematikave që lidheshin me zhvillimin e turizmit në Berat. Këto u renditen sipas fushave të elementëve turistikë më të rëndësishëm dhe pastaj u radhitën më vete sipas rëndësisë së tyre.

Tre pikat e forta dhe të dobëta për secilin element janë të paraqitura në tabelën 2.

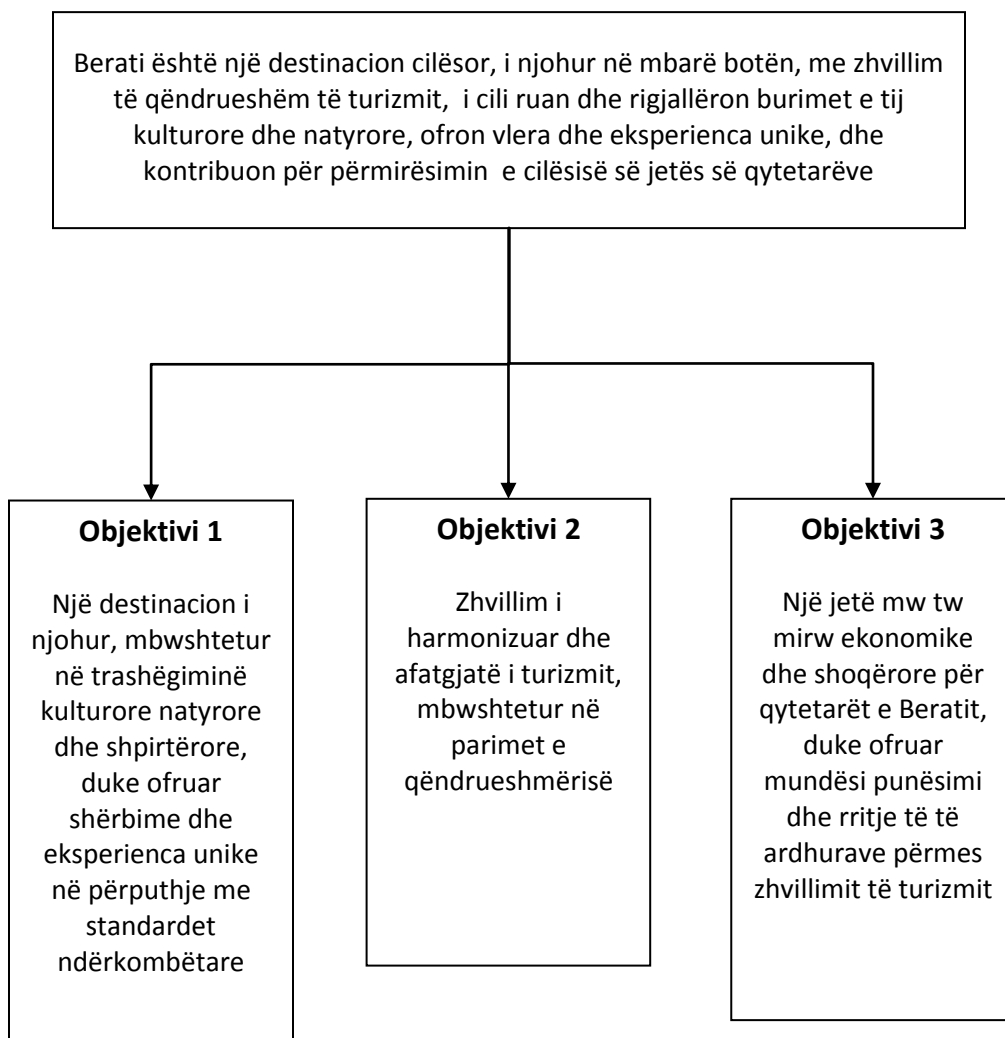
Table 2: Analiza e pasurive dhe problematikave të turizmit

	Pikat e forta	Pikat e dobëta
Objektet turistike	<ul style="list-style-type: none"> ▪ trashëgimi e pasur kulturore ▪ Ndërtesa karakteristike, unike osmane ▪ dy muze kombëtare (Onufri dhe ai etnografik) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mungesa e mirëmbajtjes apo dëmtimi i pasurive kulturore/historike ▪ muzetë dhe kishat në përgjithësi janë të mbyllura ▪ mungesa e fshatrave turistike
Infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hapja e Zyrrs rajonale të Shërbimit Turistik ▪ Identifikim i standardizuar i turistëve ▪ energji elektrike 24 orë, pa ndërprerje 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mungesa e infrastrukturës në qendrën historike (ujë, elektricitet, sistemet e zjarrit) ▪ mungesa e vendeve të parkimit publik dhe e vendeve për karvane ▪ mungesa e unazës për të zvogëluar lëvizjen e automjeteve të rënda në qytet
Kapacitetet njerëzore	<ul style="list-style-type: none"> ▪ bashkëjetesë fetare dhe kulturore ▪ banorë mikpritës ▪ shkollat profesionale (p.sh. shkolla e arteve) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mungesa e një stafi pritës të trajnuar ▪ mungesa e aftësive të menaxhimit të bizneseve në turizmin lokal ▪ mungesa e bashkëpunimit privat - publik
Shërbimi tregtar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hapja e një Qendre Informacioni për Turizmin (QIT) ▪ restorante të mira ▪ adresa e internetit e bashkisë 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mungesa e jetës së natës ▪ punësimi në biznesin e turizmit nuk shihet si një mundësi karriere (p.sh. pagat e ulëta) ▪ standarde të ulëta të shërbimit
Imazhi dhe Promovimi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berati, i regjistruanë listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s ▪ është pjesë e itinerareve të tureve kombëtare dhe ndërkombëtare ▪ ekspozim pozitiv përmes organizimit të festivaleve dhe aktiviteteve 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mungesa e paketave turistike cilësore ▪ organizim i kufizuar i aktiviteteve cilësore ▪ sensibilizim i ulët në media për Beratin

4. STATEGJIA E TURIZMIT PËR BERATIN

Kjo strategji përcakton Vizionin dhe objektivat tona për zhvillimin e turizmit në Berat për 10 vitet e ardhshme deri në vitin 2021. Ky vizion mbështetet në parimet e **CILËSISË** dhe **QËNDRUESHMËRISË** – cilësia dhe vlerat mbështetur në eksperiencën e vizitorëve; produktet dhe shërbimet me cilësi që paraqesin vlerën unike të Beratit; në harmoni me mjedisin; dhe përmirësimi i cilësisë së jetës për qytetarët e Beratit – këto gjëra, së bashku, do të sigurojnë qëndrueshmërinë e turizmit në Berat.

Vizioni



Mbështetja në parimet e turizmit të qëndrueshëm

Zhvillimi i turizmit në Berat do të mbështetet në parimet e qëndrueshmërisë. Turizmi i qëndrueshëm mund të përkufizohet si: *Turizëm që* merr plotësisht parasysh ndikimet aktuale dhe të së ardhmes në fushën ekonomike, sociale dhe mjedisore, duke trajtuar nevojat e vizitorëve, industrinë, mjedisin dhe komunitetet pritëse. Përkufizimin e Organizatës Botërore të Turizmit të OKB-së për (OBTKB) për turizmin e qëndrueshëm mund ta gjeni më poshtë.

Përkufizimi i OBTKB-së për turizmin e qëndrueshëm

Parimet e qëndrueshmërisë i referohen aspekteve mjedisore, ekonomike, socio-kulturore të zhvillimit të turizmit, dhe ndërmjet këtyre tre fushave duhet vendosur një ekuilibër i përshtatshëm për të garantuar një qëndrueshmëri afatgjatë.

Prandaj, turizmi i qëndrueshëm duhet:

1. Të shfrytzojë në maksimumi burimet mjedisore që janë një element i rëndësishëm për zhvillimin e turizmit, duke ruajtur proceset e rëndësishme ekologjike dhe duke ruajtur burimet natyrore dhe biodiversitetin.
2. Të respektojë identitetin socio-kulturor të komuniteteve pritëse, të ruajë ndërtesat e tyre, trashëgiminë kulturore dhe vlerat tradicionale, dhe të japë kontributin në mirëkuptimin dhe tolerancën ndër-kulturore.
3. Të sigurojë veprimtari ekonomike praktike afatgjatë, duke ofruar përfitime socio-ekonomike të barabarta për të gjithë aktorët e përfshirë, duke ofruar një punë të qëndrueshme, mundësi për të siguruar të ardhura dhe shërbime sociale për komunitetet pritëse, duke sjellë uljen e varfërisë.

Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm kërkon pjesëmarrjen e vazhdueshme të të gjithë aktorëve të rëndësishëm, gjithashtu dhe të lidershit politik për të siguruar një pjesëmarrje të gjerë dhe krijimin e një konsensusi. Arritja e një turizmi të qëndrueshëm është në proces i

vazhdueshëm dhe kërkon monitorim të vazhdueshëm të rezultateve, duke marrë masa të nevojshme parandaluese dhe/apo korigjuese kur është e nevojshme. Turizmi i qëndrueshëm duhet gjithashtu të ruajë një nivel të lartë të numrit të turistëve të kënaqur dhe t'i sigurojë atyre një eksperiencë të paharrueshme, nëpërmjet rritjes së sensibilitetit rreth çështjeve të qëndrueshmërisë dhe promovimit të praktikave të qëndrueshme turistike.

Rruga drejt së ardhmes

Vizioni i Strategjisë dhe i Planit të Veprimit për Turizmin në Rajonin e Beratit mbështet rolin që sektori i turizmit do të luajë në zhvillimin e qëndrueshëm të Beratit. Objektivi është që Berati të zhvillohet si një destinacion me cilësi të lartë, duke tërhequr një numër shumë të madh turistësh që sjellin të ardhura të larta nga bota me interesa për kulturën dhe natyrën.

Në periudhën afat të shkurtër dhe afat-mesme, do të mbështetemi në pasuritë tona ekzistuese të prekshme dhe të paprekshme trashëgimore dhe kulturore. Fokusi jonë do të jetë rindërtimi ose përmirësimi i infrastrukturës ekzistuese; duke forcuar kapacitetet e burimeve tona njerëzore; përmirësimin e cilësisë së akomodimit, objekteve turistike, restoranteve dhe suvenireve; njohje më të mirë të tregjeve tona aktuale dhe potenciale; dhe rritje të sensibilizimit të turistëve dhe industrisë së turizmit në Berat si një destinacion cilësor.

Në periudhën afat-mesme dhe afatgjatë, do të fokusohemi në zgjerimin e shkallës së produkteve dhe të shërbimeve që u ofrohen turistëve. Ne do t'i kushtojmë vëmendje investimeve në produktet dhe shërbimet turistike që ofrojnë eksperiencë unike dhe mundësojnë zhvillimin që është në harmoni me mjedisin natyror dhe social të Beratit dhe kontribuojnë në përmirësimin e cilësisë së jetës të qytetarëve tonë. Synimi jonë është kombinimi i kulturës, trashëgimisë dhe natyrës sonë në eksperiencat turistike. Fokus jonë do mbetet gjithmonë cilësia para sasisë. Ne do të vazhdojmë të zhvillojmë kapacitetet e burimeve njerëzore dhe tregun efektivisht drejt tregjeve që synojmë të arrijmë. Gjithashtu, do ta rishqyrtojmë dhe rishikojmë këtë strategji periodikisht dhe do të planifikojmë zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit përtej vitit 2021.

Tregjet e synuara

Gjatë zhvillimit të turizmit në Berat fokusi do të jetë në zhvillimin e produkteve dhe shërbimeve që plotësojnë nevojat e tregjeve të synuara. Si pjesë e këtij procesi planifikimi KVT-ja identifikoi pesë tregje që synojmë të arrijmë në një të ardhme afatshkurtër dhe afatmesme. Tregjet e synuara pasqyrojnë përqëndrimin në një periudhë afatshkurtër dhe afatmesme në kulturë dhe

trashëgimi, kombinimin për një periudhë afatgjatë të kulturës dhe trashëgimisë me natyrën dhe produktet e aventurës dhe me nevojat e vazhdueshme për të tërhequr dhe për t'u shërbyer asaj pjese të grupeve turistike ndërkombëtare dhe turistëve vendas që sjellin të ardhura më të mëdha. Tregjet e synuara janë si më poshtë:

TË APASIONUARIT PAS KULTURËS: turistë që janë të interesuar në destinacione të reja që kanë si qëllim kryesor të udhëtimit të tyre përvojën e një kulture të re. Të apasionuarit pas kulturës do të shumë të interesuar për ato që ofron Berati dhe kanë gjasa të qëndrojnë më gjatë duke eksploruar rajonin. Të apasionuarit pas kulturës dëshirojnë një përvojë të veçantë dhe origjinale. Ata shfaqin interes për kulturën lokale, artet, artistët, argëtuesit, arkitekturën dhe traditat – të gjitha këto pasuri që Berati i ka.

MODERATORË TË KULTURËS: udhëtarët që janë të interesuar në përfshirjen e aktiviteve kulturore si pjesë e eksperiencave të mëdha të udhëtimeve. Moderatorët e kulturës do të vizitojnë Beratin si pjesë e itinerarit të gjatë të Ballkanit ose të Shqipërisë. Ata mund të udhëtojnë në grupe dhe mund të futen përmes agjencive turistike.

TURISTË NË KËRKIM TË AVENTURAVE : udhëtarë të pavarur të cilët dëshirojnë të zbulojnë destinacione 'të veçanta'. Aventurat e thjeshta janë eksperiencë që shkojnë përtej itinerareve të zakonshme turistike, dhe zakonisht kombinohen me aktivitetet fizike dhe eksperiencat kulturore. Turistët që kërkojnë këto aventura preferojnë aktivitete ditore fizike duke u rikthyer në darkë në krevatin e tyre. Aventurat e thjeshtë është një nga segmentet që po zhvillohet më shpejt në industrinë e udhëtimit dhe preferohet nga ata që kërkojnë diçka më tepër se sa pushimet e zakonshme. Të lindurit gjatë periudhës së Bumit të Bebeve⁵ janë një treg i synuar kyç për aventurat e thjeshta.

GRUPE TURISTIKE NDËRKOMBËTARE DHE TURISTËT GRAND : Berati bën pjesë në itinerarin e disa tureve ekzistuese. Ekziston mundësia për ta zgjeruar këtë treg me një fokus të veçantë në zhvillimin e produkteve dhe shërbimeve gjatë pranverës dhe vjeshtës. Tërheqja e grupeve turistike ndërkombëtare mund të sigurojë qëndrueshmëri të disa bizneseve duke mundësuar përfshirjen në tregje të reja.

RIKTHIMI NË ORIGJINE: Tregu i 'rikthimit të rrënjët e vjetra' i referohet atyre turistëve të cilët udhëtojnë për të zbuluar trashëgiminë e tyre etnike dhe gjeografike. Aktualisht, shqiptarët që jetojnë në rajonet e ballkanit dhe diaspora e Beratit përbën tregun më të madh të këtij qyteti. Siç pritet ky treg do të vazhdojë të jetë një burim i rëndësishëm i vizitorëve në të ardhmen dhe është e rëndësishme të njihen nevojat dhe pritshmëritë e tyre dhe të zhvillohen produktet dhe shërbimet kryesore. Gjithashtu është edhe mundësia që nga ky treg të nxiten investimet në Berat, sidomos nga emigrantët nga rajoni i Beratit.

TREGU I BRËNDSHEM: Edhe pse rritja e tregut të brendshëm nuk shihet si një prioritet i komunitetit të Beratit në këtë fazë, ky treg duhet të merret parasysh për një periudhë afatgjatë për disa arsye. Së pari, klasa e mesme që vjen nga qytetet kryesore të Shqipërisë si Tirana, Shkodra dhe Korça janë të interesuar që të zbulojnë historinë, kuzhinën lokale dhe të marrin pjesë në aktivitetet natyrore dhe të aventurës. Së dyti, festivalet e organizuara në Qytetin e

⁵ (shën i përkthyesit) Të lindurit pas Luftës së Dytë Botërore, kohë kur pati një numër të madh lindjesh.

Beratit po fitojnë një emër të mirë në të gjithë vendin dhe kanë filluar të tërheqin turistët vendas. Së fundi, duke u mbështetur në eksperiencat e tjera, me kalimin e kohës tregu i brendshëm priret të jetë më i qëndrueshëm se sa tregu ndërkombëtar. Sipas kësaj kur flitet për tregun e brendshëm, është e rëndësishme që segmentet e tregut dhe zhvillimi i produkteve të jenë të lidhura me nevojat dhe kërkesat e turistëve ndërkombëtarë të synuar. Për këtë duhet shmangur çdo konflikt i mundshëm.

Tabela 3: Karakteristika e segmenteve kryesore të tregut

		KARAKTERISTIKAT E TREGUT		OBJEKTIVI
SHTETET				
T				
Të apasionuarit pas kulturës	<ul style="list-style-type: none"> - Italia - Franca - Japonia - MB - Izraeli 	<ul style="list-style-type: none"> - Klasa e mesme, - të arsimuar, - moshë e mesme, - në grup pa fëmijë, - pushime larg shtëpisë, - me interes kryesor për kulturën/historinë 	<p>Rritja e shpenzimeve të tregjeve ekzistuese përmes përmirësimit të cilësisë së produkteve</p> <p>Tërheqja e tregjeve të reja që kanë interes të lartë për historinë/kulturën</p> <p>Mbrojtja dhe ruajtja e objekteve kulturore – cilësia para sasisë</p>	
Moderatorë	- Grupe	-	Mosha 25-40 vjeçare	Rritja e numrit të

		KARAKTERISTIKAT E TREGUT		OBJEKTIVI
	SHTETET			
të kulturës	turistike ndërkombëtare - MB - Gjermani - Japoni - Izrael - Diaspora shqiptare	- E interesuar për plazhet tradicionale apo në turet e vizitave në objekte turistike - Kultura që shihet si një pjesë e tureve tradicionale	vizitorëve, gjatë vitit (veçanërisht gjatë periudhës së pranverës dhe vjeshtës, Mars-Maj dhe shtator – nëntor) Rritja e profilit të Beratit si një destinacion me cilësi	
Turistët në kërkim të aventurës së thjeshtë	- Gjermani - Hollandë - Japoni - Izrael	- Të pasur - Të arsimuar - 40 – 60 vjeçar - Të interesuar në destinacione të largëta - Të interesuar për kombinimin e aktivitetit fizik me atë kulturor	Rritja e numrit të vizitorëve gjatë vitit (veçanërisht gjatë periudhës së pranverës dhe vjeshtës dhe periudhës jo-sezonale) Zhvillimi i produkteve dhe shërbimeve turistike natyrore	

		KARAKTERISTIKAT E TREGUT		OBJEKTIVI
		SHTETET		
Grupet Turistike ndërkombëtare	<ul style="list-style-type: none"> - MB - Sh.B.A - Japoni - Australi 	<ul style="list-style-type: none"> - Të gjitha moshat - Marketingu i synuar përmes agjencive turistike 	Rritje e numrit të vizitorëve gjatë vitit	
Rikthim në rrënjët e mia	<ul style="list-style-type: none"> - Maqedoni - Kosovë - Greqi 	<ul style="list-style-type: none"> - Klasa e Mesme - Udhëtim me familjen apo me miq - Të interesuar për kombinimin e aktiviteteve sociale me ato historike dhe kulturore 	<p>Rritje të numrit të vizitorëve gjatë vitit</p> <p>Tërheqje të investimeve të huaja</p>	

Kuadri i veprimit

Për të përhapur vizionin dhe objektivat e planifikuara më parë, Komiteti i Veprimit për Turizmin identifikoi 4 fusha kryesore veprimi me 21 objektiva. Këto fusha janë të varura nga njëra tjetra dhe kanë rëndësi të njëjtë.

- Zhvillimi i produktit dhe përmirësimi i cilësisë
- Infrastruktura dhe shfrytëzimi i saj
- Marketingu dhe promovimi
- Burimet njerëzore dhe menaxhimi i destinacionit

Një përmbledhje e objektivave, tregjeve kryesore të përfshira dhe buxhetet⁶ e vlerësuara janë të paraqitura në tabelën më poshtë. Më shumë hollësi mbi masat që lidhen me secilën objektivë gjenden në Planin e veprimit.

Tabela 4: Përmbledhja dhe klasifikimi i objektivave kryesore

Klasifikimi	OBJEKTIVAT	TREGJET KRYESORE TE PËRFSHIRA	BUXHETI I PËRAFËRT (€)
Zhvillimi i produkteve dhe përmirësimi i cilësisë			
1	Mbrojtja dhe të përmirësimi i objekteve kulturore në Qendrën Historike	- Të gjitha tregjet	10,000,000
5	mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve natyrore	- Turistë në kërkim të aventurës së thjeshtë - Moderatorë kulturorë	5,000,000
8	Krijimi i tureve lokale	- Të apasionuarit pas kulturës - Moderatorë të kulturës - Kërkues të aventurës së thjeshtë	5000
10	Rigjallërimi i punës artizanale në Berat	- Të gjitha tregjet	15,000
11	Lehtësimi i investimeve nga Diaspora e Beratit	- Rikthimi në origjinë	5000
12	Përmirësimi i kapaciteteve të restoranteve duke i shërbyer ushqime turistëve të huaj	- Të apasionuarit pas kulturës - Moderatorë të kulturës - Kërkues të aventurës së thjeshtë	1000

⁶ Buxhetet janë të përafërta. Buxhetet e detajuara do të hartohen në projekt propozimet.

Klasifikimi	OBJEKTIVAT	TREGJET KRYESORE TE PËRFSHIRA	BUXHETI I PËRAFËRT (€)
		- Grupet turistike ndërkombëtare	
16	Rigjallërim i traditave dhe i zakoneve të Beratit dhe përfshirja e tyre në ofertat turistike	- Të apasionuarit e kulturës - Moderatorë të kulturës - Kërkues të aventurës së thjeshtë - Grupe turistike ndërkombëtare	10,000
17	Identifikimi dhe rritja e kërkesave për suvenire	- Të gjitha tregjet	3000
19	Promovimi i kuzhinës tradicionale të Beratit	- Të gjitha tregjet	10,000
21	Zhvillimi i produkteve të reja turistike	- Të gjitha tregjet	8000
Shfrytëzimi dhe infrastruktura			
2	Përmirësimi dhe ruajtja e infrastrukturës turistike në mënyrë të përgjegjshme	- Të gjitha tregjet	15,000,000
13	Krijimi apo përmirësimi i shfrytëzimit të objekteve kryesore turistike	- Të gjitha tregjet	6000
14	Identifikimi i elementëve të infrastrukturës turistike sipas Master Planit Urban	- Të gjitha tregjet	0
20	Përmirësimi i tabelave turistike	- Të apasionuarit pas kulturës - Moderatorë të kulturës - Kërkues të aventurës së thjeshtë	25,000
Marketingu dhe promovimi			
4	Rritja e vizibilitetit të Beratit si një destinacion turistik përmes pjesëmarrjes në promovimin e aktiviteteve të rëndësishme	- Të gjitha tregjet	20,000
9	Nxjerrja e një 'Marke' për Beratit dhe zhvillimi i paketave turistike	- Të gjitha tregjet	5000
15	Ekspozimi në vende të dukshme i Beratit përmes historive dhe legjendave	- Të apasionuarit pas kulturës - Moderatorë të kulturës - Rikthim në origjinë	6000
18	Promovimi i Beratit në tregjet kryesore duke përdorur materiale	- Të gjitha tregjet	60,000

Klasifikimi	OBJEKTIVAT	TREGJET KRYESORE TE PËRFSHIRA	BUXHETI I PËRAFËRT (€)
	promovimi të synuara dhe përmes kryerjes së një analize të vazhdueshme të tregut.		
Burimet njerëzore dhe menaxhimi i destinacionit			
3	Fuqizimi i bashkëpunimit dhe i koordinimit mes aktorëve të turizmit dhe krijimit të kapaciteteve për ta zhvilluar dhe menaxhuar Beratin si një destinacion turistik dhe për të siguruar sigurinë e turistëve në Berat	- Të gjitha tregjet	2000
6	Trajnime për të plotësuar nevojat e sektorit privat turistik	- Të gjitha tregjet	20,000
7	Trajnim i guidave me njohje specifike për rajonin e Beratit	- Të apasionuarit pas kulturës - Moderator të kulturës - Kërkues të aventurës së thjeshtë	15,000

Zbatimi i Planit

Përgjegjësia e plotë për zbatimin e Strategjisë dhe Planit të Veprimit për Turizmin i takon Mashkisë së Beratit. Arritja e objektivave dhe qëllimeve të parashtruara në këtë SPVT kërkon mbështetjen e disa institucioneve qeveritare, organizatave ndërkombëtare dhe kombëtare, sektorit privat të turizmit, dhe të pjesës më të rëndësishme që janë qytetarët e Beratit.

Komiteti i Veprimit për Turizmin do të lehtësojë koordinimin dhe zbatimin e STPV-së në emër të Bashkisë së Beratit. KVT-ja do të ngrëjë grupe pune që përfshijnë ekspertë, agjenci dhe individë të fushës për të siguruar arritje në nivele sa më të larta. Struktura e Grupit të Punës e propozuar nga KVT-ja është si më poshtë⁷:

⁷ Komitetet duhet të krijohen dhe të veprojnë sipas nevojave. Prandaj, kjo strukturë mund të ndryshojë me kalimin e kohës.

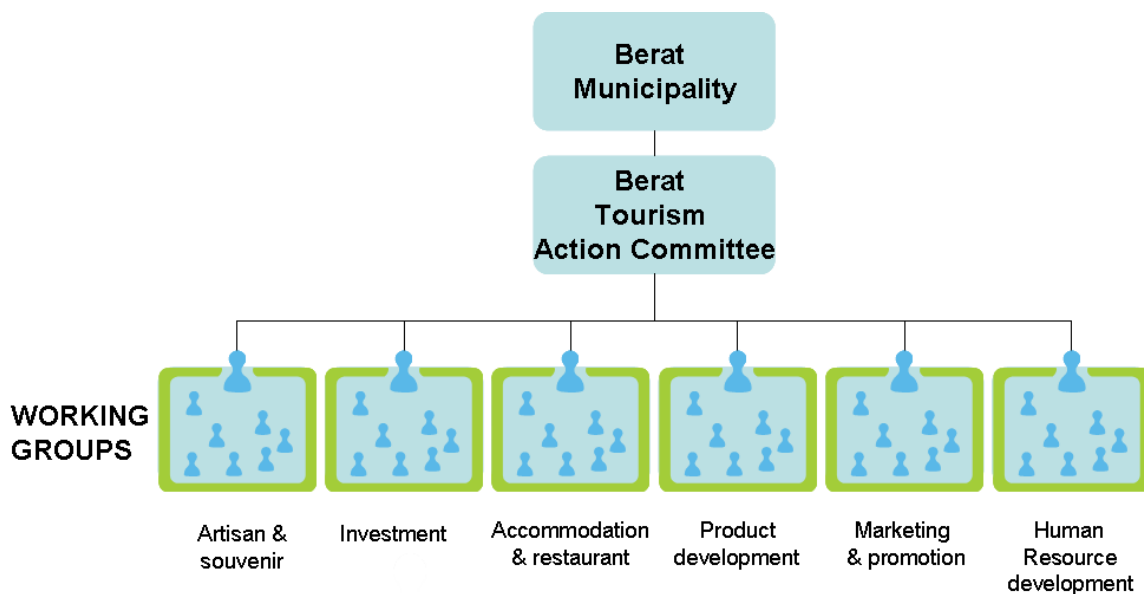


Figura 10: Struktura e Grupit të Punës e propozuar nga Komiteti i Veprimit për Turizmin

Monitorimi, vlerësimi dhe rishikimi i planit

Monitorimi dhe vlerësimi i rezultateve të këtij plani do të jetë i nevojshëm për të përcaktuar nëse është arritur rezultati i parashikuar mbështetur në një rishqyrtim të treguesve.

STUDIMET BAZË: Në vijim të kësaj strategjie u mbledhën të dhëna bazë për:

- vizitorët (demografia e vizitorëve, sjellja dhe shpenzimet)
- akomodimi (numri i dhomave, përqindja e dhomave të zëna etj.)

Në nivelin e famijeve kërkohen të dhëna shtesë në mënyrë që të kuptohet më tepër ndikimi që ka sjellë zhvillimit i turizmit për qytetarët e Beratit gjatë kësaj periudhe.

MONITORIMI I PROJEKTIT: Të gjithë projekt propozimet e hartuara dhe të zbatuara në përputhje me këtë plan do të kenë plane më vete dhe specifike vlerësimi dhe monitorimi.

RISHQYRTIMI VJETOR: Komiteti i Veprimit për Turizmin (KVT) do të kryejë një rishqyrtim vjetor të planit dhe sondazhe vjetore (shihni programin e propozuar në Shtojcën XXX). Rishqyrtimi dhe sondazhet e shpeshta do të nxjerrin në pah atë çfarë është arritur dhe do të shtojnë objektiva të reja përkatëse që do të rrisin më tej zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në Berat. Si rezultat i rishqyrtimit, KVT-ja do të paraqesë një përmbledhje të arritjeve dhe do të promovojë sukseset e aktorët. Promovimi i suksesit është tepër i rëndësishëm në mënyrë që të arrihet mbështetja e vazhdueshme dhe e nevojshme e qytetarëve, e ekspertizës dhe e burimeve të jashtme.

RISHIKIMI I PLANIT : Komiteti do të rishikojë Planin duke u mbështetur në rishqyrtimin vjetor dhe nëse kjo kërkohet në rrethana të tjera. Rrethana të veçanta për rishqyrtimin, edhe pse nuk janë të kufizuara, përfshijnë,:

- Nëse nuk gjenden burimet/fondet për një objektiv të veçantë, mund të kërkohet që të 'sistemohet' ky veprim deri sa të gjenden burimet e nevojshme.
- Nëse pas përpjekjeve të shumta, një masë nuk jep rezultatet e parashikuara ose nuk është më e rëndësishme, ajo duhet të hiqet.
- Nëse del një iniciativë e re që ka mundësinë për të kontribuar në arritjen e objektivave, atëherë iniciativa e re duhet të përfshihet në planin e rishikuar.

Plani i rishikuar do të rishqyrtohet përsëri nga aktorët e turizmit dhe qytetarët përmes një procesi të marrjes të informacionit nga publiku për të siguruar pronësi dhe përfshirje në asistencën e zbatimit. Pastaj, ai do t'i kalojë Bashkisë së Beratit për të raportuar ecurinë deri në atë moment dhe do të marrë miratimin formal për të ecur përpara.

5. PLANI I VEPRIMIT PER TURIZMIN

Zhvillimi i produkteve dhe përmirësimi i cilësisë

Ekziston nevoja për të përmirësuar cilësinë e produkteve dhe të shërbimeve ekzistuese turistike⁸, dhe për të rritur larminë për një periudhë afatmesme dhe afatgjatë, ofertën e produktit, në përputhje me objektivin për të zhvilluar Beratit si një destinacion turistik me cilësi të lartë që kontribuon në mirëqenien e qytetarëve. Përmirësimi i produkteve dhe shërbimeve ekzistuese fokusohet në zhvillimin e Qendrës Historike dhe të zonave rreth tij (zona e mbrojtur) dhe në ofrimin e produkteve të reja mbështetur në kulturën dhe traditat e Beratit. Zhvillimi i produkteve dhe i shërbimeve ka si qëllim të rrisë larmishmërinë e produkteve të disponueshme për turistët, si rrjedhim duke tërhequr një treg më të gjerë dhe duke i nxitur vizitorët që të rrinë më gjatë në rajon. Zhvillimi i produkteve dhe i shërbimeve mbështetet në një njohje të kërkesave të turistëve nga tregjet e synuara dhe të nevojave për të krijuar kushtet për një destinacion të qëndrueshëm dhe të lulëzuar.

Aktorët kryesorë: Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve, Bashkia e Beratit, DRKK, Banka Botërore, BE, UNESCO, Donatorët Dypalësh, Drejtorja e Muzeumeve, Drejtorja e Kulturës Kombëtare, Drejtorja Arsimore, Organizatat Jo-Qeveritare, Zyra Rajonale e Turizmit, Bizneset e Sektorit Privat, Galeria e Artëve, Shkolla e Arteve, Zejtaret, Emigrantët, Qytetarët.

RENDITJA	SYNIMI	OBJEKTIVI	VEPRIMET	ORGANIZATA/T DREJTUESE	KUR
1	Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve turistike	Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve në Qendrën Turistike	Restaurimi i ikonave të mbrojtura nga Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat	2011-2016
			Rishqyrtimi i rregullorev për ndërhyrje në Qendrën Historike	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Bashkia e Beratit	2010-2011
			Kryerja e një fushate të Marrëdhënive me Publikun për të rritur sensibilitetin e komunitetit për rregullat e reja të ndërhyrjes në Qendrën Historike	Bashkia e Beratit; Partnerët shqiptarë	2011
			Përmirësimi i interpretimit në kishat që ndodhen në Qendrat Historike dhe lehtësimi i turistëve për t'i vizituar ato (p.sh. zgjatja e orareve të vizitave deri në 7 ditë në javë)	Bashkia e Beratit	2011-2012

⁸ Produktet dhe shërbimet e turizmit përfshijnë akomodimin, ushqimin, pijet, turet dhe transportin, shpoing dhe suvenirët.

RENDITJA	SYNIMI	OBJEKTIVI	VEPRIMET	ORGANIZATA/T DREJTUESE	KUR
			Identifikimi i shtëpive të braktisura në Qendrën Historike dhe përgatitja e një plani për rigjallërimin e tyre.	Bashkia e Beratit	2012
			Nxitja për zhvillimin cilësor të akomodimit në Qendrën Historike mbështetur në kërkesat e parashikuara	Bashkia e Beratit	2012 në vazhdim
			Nxitja për zhvillimin kujdesëshëm të rrenojave të vjetra të "Haremit"(lagjja Mangalem) për qëllime turistike	KVT	2012
5	Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve turistike	Mbrojtja dhe përmirësimi i mjedisit në Qendrën Turistike dhe në zonën e mbrojtur	Kryerja e një fushate marredhënie me publikun për të rritur sensibilizimin për nevojën për të mbrojtur mjedisin	Departamenti i Mjedisit, Bashkia e Beratit	Në vazhdim
			Zhvillimi i aktiviteteve edukative në zonat natyrore për të rritur sensibilizimin mjedisor të qytetarëve të Beratit	Departamenti i Mjedisit Bashkia e Beratit	Në vazhdim
			Zhvillimi i trajnimeve për vullnetarizëm	Bashkia e Beratit; PNUD-i	2011
			Organizimi i 'ditëve të vullnetarëve' për të pastruar mjedisin në Qendrën Historike	Bashkia e Beratit	Dy herë në vit
			Vendosja e koshave të mbeturinave në Qendrën Historike që janë sipas karakteristikave arkitekturore	Bashkia e Beratit	2011-2012
	Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve turistike	Mbrojtja dhe përmirësimi i mjedisit natyror brenda në Berat dhe në zonën rreth tij	Vendoja e gjobave për hedhje të paligjshme të mbeturinave	Bashkia e Beratit	Në vazhdim
			Zhvillimi dhe hartimi i një projekti për ripyllëzimin në kodrat rreth Beratit	Komuna	2012 Në vazhdim
			Monitorimi dhe kontrolli i aktiviteteve të jashtëligjshme përfshirë: - Gjuetinë jashtë sezonit - zjarret e jashtëligjshme - Prerjen e pemëve - Heqjen e shkëmbinjve (duke shkaktuar erozion)	Drejtoria Rajonale e Fushave	Në vazhdim
	Produkte dhe shërbime	Zhvillimi i objekteve natyrore dhe i	Kryerja e një sondazhi të operatorëve turistikë të brendshëm dhe të jashtëm dhe analizimi i	Këshilli rajonal i Beratit	2012

RENDITJA	SYNIMI	OBJEKTIVI	VEPRIMET	ORGANIZATA/T DREJTUESE	KUR
	cilësore të ofruara gjatë vitit	aktiviteteve	prirjeve të turistëve të pavarur për të identifikuar produktet natyrore që kërkohen nga turistët.		
			Përgatitja e një plani për zhvillimin e ndjeshëm të objekteve turistike sipas kërkesave të turistëve dhe nga aktivitetet e aventurave të thjeshta në malet përreth Beratit <ul style="list-style-type: none"> - Akomodimi (p.sh. Eko-qendrat e pushimit, kampingjet, shtëpizat e gjuetisë, qëndrimet në ferma, strehët rurale) - Rrugët me rëndësi historike (p.sh. nga Berati në Korçë) - Aktivitete të aventurave të thjeshta (p.sh., rafting, kanotazh, hiking, dhe çiklizëm) 	Këshilli rajonal i Beratit; KVT-ja	2012
			Promovimi i mundësive të reja për biznes, duke identifikuar investitorë të mundshëm lokalë dhe kombëtarë dhe në konferencat e përkatëse për investime duke përfshirë <ul style="list-style-type: none"> - Konferenca për Pasuritë e patundshme dhe turizmin në Shqipëri e drejtuar nga Shoqata e Investitorëve të Huaj në Shqipëri (ShIHSH) 	Këshilli rajonal i Beratit; KVT-ja	Dy herë në vit 2013 +
			Zhvillimi dhe promovimi i SME-ve në agrobiznes dhe agroturizëm	Bashkia e Beratit	2011-2013
8	Produkte dhe shërbime me cilësi gjatë gjithë vitit	Zhvillimi i tureve lokale	Nxitja e krijimit të operatorëve turistikë lokalë dhe për zhvillimin e tureve lokale	KVT-ja	2011 e në vazhdim
			Lehtësimi i shkëmbimeve të eksperiencave mes operatorëve turistikë lokalë me ata kombëtarë dhe të huaj	KVT-ja	Në vazhdim
			Organizimi i udhëtimeve FAM me operatorë turistikë dhe gazetarë nga tregjet e synuara	KVT-ja	Minimalisht 1 në vit
			Mbështetja e organizimit të paketave turistike sipas kërkesave dhe promovimi i	KVT-ja	Në vazhdim

RENDITJA	SYNIMI	OBJEKTIVI	VEPRIMET	ORGANIZATA/T DREJTUESE	KUR
			<ul style="list-style-type: none"> operatorëve turistikë me mundësinë për të operuar në Berat drejtimet të turistëve në Berat 		
			Promovimi i operatorëve turistikë lokalë në materialet promovuese në Berat	KVT-ja	Në vazhdim
			Përgatitja e hartave dhe lehtësimi i logjistikës për operatorët turistikë vizitorë	KVT-ja	Në vazhdim
10	Produkte dhe shërbime me cilësi të ofruara gjatë vitit	Rigjallërimi i zejtarisë tradicionale për Beratin	Ngritja e një Grupi Pune Artizanal dhe për suvenirët për të rigjallëruar aftësitë artizanale dhe lehtësuar prodhimin e suvenireve.	KVT-ja	
			Identifikimi i aftësive artizanale tradicionale të cilat mund të rigjallërohen dhe identifikimi i artizanëve	Grup i Punës i KVT-së për Artizanët dhe Suvenirët	2011
			Krijimi i një Shoqate Artizanale për promovimin e përbashkët të produkteve të tregjeve të synuara	Grup i Punës i KVT-së për Artizanët dhe Suvenirët	2012
			Ofrimi i mbështetjes teknike për Shoqatën artizanale në, për shembull <ul style="list-style-type: none"> - Funkionimin e shoqatës - Zhvillimin e produkteve - Marketingun e përbashkët - Praktikat e biznesit 	Grup i Punës i KVT-së për Artizanët dhe Suvenirët	2012
			Krijimi i grupeve të reja artizanale për të rigjallëruar aftësitë tradicionale	Shoqata e artizanëve	2012-2013
			Lehtësimi i pjesëmarrjes artizanale në panairët lokale dhe rajonale për të nxjerrë në vitrina dhe për të shitur produktet artizanale të Beratit <ul style="list-style-type: none"> - Festivali i Beratit (vjetor) - Shkodër - Festivali i artizanatit në Gjirokastër (një herë në katër vjet) - Panairi i Krishtlindjeve në Tiranë (vjetor) 	Shoqata e artizanëve	Çdo vit

RENDITJA	SYNIMI	OBJEKTIVI	VEPRIMET	ORGANIZATA/T DREJTUESE	KUR
			Dalja e artizanëve të Beratit në programet e posaçme televizive	Shoqata e artizanëve	Minimumi 1 vit
			Promovimi i stimujve fiskalë për bizneset që prodhojnë produkte artizanale që janë tradicionale për Beratin	Bashkia e Beratit	Në vazhdim
11	Produkte dhe shërbime me cilësi të ofruara gjatë gjithë vitit	Lehtësimi për investime nga Diaspora e Beratit	Ngritja e një Grupi Pune për Investimet për të rritur sensibilizimin e qeverisjes lokale për nevojat e stimujve për të tërhequr investimet nga Diaspora e Beratit	KVT-ja;	2011
			Zhvillimi dhe aprovimi i stimujve fiskalë për investime të rëndësishme për turizmin nga Diaspora e Beratit në Qendrën Historike	Bashkia e Beratit	2012
			Përgatitja e projekt propozimeve për mundësitë e identifikuar për investime	Bashkia e Beratit	2012
			Promovimi i mundësive të investimit dhe i stimujve fiskale duke përdorur fushata të synuara për të ndikuar Diasporën e Beratit	Bashkia e Beratit	2012-2013
12	Produkte dhe shërbime me cilësi të ofruara gjatë gjithë vitit	Përmirësimi i kapaciteteve të restorantit për ofrimin e ushqimit për turistët ndërkombëtarë	Ngritja e një Grupi Pune për Akomodimin dhe Restorantet për të nxitur hotelet dhe restorantet për shërbime më të mira të ushqimeve për turistët e huaj dhe ata vendas	KVT-ja	2011
			Përkthimi i menuve në restorantet në gjuhët e tregut të synuar (italisht, anglisht)	Grupi i Punës i KVT-së për akomodimin dhe restorantet	2011
17	Mbrotjtja dhe përmirësimi i objekteve turistike	Rigjallërimi i traditave dhe i zakoneve të Beratit dhe futja e tyre në ofertën turistike	Organizimi i disa tryezave të rrumbullakëta me qytetarë të moshuar të cilët kanë një eksperiencë në fusha të ndryshme (arte, gastronomi, histori popullore, artizanat, muzikë, arkitekturë, etj) për të dokumentuar traditat e Beratit	KVT-ja	2011-2012
			Organizimi i diskutimeve mbi traditat e Beratit në Media (të shkruar dhe televizive) me breza të ndryshëm	KVT-ja	2011-2012
			Rigjallërimi i lojërave popullore tradicionale	Bashkia e Beratit	Në vazhdim

RENDITJA	SYNIMI	OBJEKTIVI	VEPRIMET	ORGANIZATA/T DREJTUESE	KUR
			<p>gjatë organizmit të aktiviteteve kryesore si:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Festa e Beratit - Karnavalet - Dita e verës - Dita e Malit 		
18	Produkte dhe shërbime cilësore e ofruar gjatë vitit	Identifikimi dhe prodhimi i suvenirëve nga kërkesat e ndryshme	Identifikimi i prodhuesve të suvenirëve tradicionale dhe bashkëkohore (ose të prodhuesve të mundshëm)	Grupi i Punës i KVT-së i Artizanëve dhe i suvenirëve; Shoqata e Artizanëve	2011
			Asistimi i prodhuesve të suvenirëve për të identifikuar pikat e shitjes për produktet e tyre përfshirë krijimin e lidhjeve me hotelet dhe restorantet	Grupi i Punës i KVT-së i Artizanëve dhe i suvenirëve	2011 e në vazhdim
			Organizimi i konkursit vjetor për 'suveniret më të mira të Beratit' si pjesë e Festivalit të Beratit për të mbështetur prodhimin e suvenirëve cilësore dhe sipas kërkesave.	Bashkia e Beratit	çdo vit
			Mbështet për aplikimet për projekte që mbështesin zhvillimin e prodhimit të suvenirëve	Grupi i Punës i KVT-së i Artizanëve dhe i suvenirëve	2011 e në vazhdim
			Përgatitja e një strategjie marketingu për suvenirët duke përfshirë identifikimin e tregjeve të synuara dhe preferencat e tij	Grupi i Punës i KVT-së i Artizanëve dhe i suvenirëve	2012
			Hedhja në treg e suvenirëve në përputhje me strategjinë e marketingut.	Grupi i Punës i KVT-së i Artizanëve dhe i suvenirëve	2012 e në vazhdim
21	Produkte dhe shërbime cilësore e ofruar gjatë vitit	Promovimi i kuzhinës tradicionale të Beratit	Takim me përfaqësues të akomodimeve dhe restoranteve për të rritur sensibilitetin për organizmin e aktiviteteve në mënyrë që të promovohet kuzhina tradicionale	Grupi i punës i KVT-së për akomodimin dhe restorantet	2011
			Organizimi i kurseve të trajnimit mbi përgatitjen, shërbimin, dhe paraqitjen e kuzhinës tradicionale	Grupi i punës i KVT-së për akomodimin dhe restorantet	2011-2012
			Organizimi i një konkursi vjetor rajonal	Bashkia e Beratit	Çdo vit

RENDITJA	SYNIMI	OBJEKTIVI	VEPRIMET	ORGANIZATA/T DREJTUESE	KUR
			Restoranti më i mirë' si pjesë e festivalit të Beratit		
			Nxjerrja e materialeve promocionale në bashkëpunim me restorantet duke i shërbyer kuzhinës tradicionale të Beratit	Grupi i punës i KVT-së për akomodimin dhe restorantet	2012 e në vazhdim
			Publikimi dhe shitja e një libri gatimi në bashkëpunim me sektorin privat, me recetat tradicionale nga rajoni i Beratit	Grupi i punës i KVT-së për akomodimin dhe restorantet	2012
24	Produkte dhe shërbime cilësore e ofruar gjatë vitit	Zhvillimi i fshatrave dhe i fermave turistike	Ngritja e një Grupi Pune për Zhvillimin e Produktit	KVT-ja; Bashkia e Beratit	2011
			Organizimi i disa takimeve me komunat dhe qytetarët për të rritur sensibilitetin dhe interesin në zhvillimin e fshatrave turistike	Grupi i punës i KVT-së për zhvillimin e produktit; Bashkia e Beratit	2011
			Përgatitja e projekt propozimeve, në bashkëpunim me komunat e interesuara, për zhvillimin e fshatrave dhe fermave turistike në vendet rurale në rajonin e Beratit përfshirë: - Kapinovë - Mal të Bardhë (Sinjë) - Dardhe (Tomorr) - Drobonik - Rroshnik - Skrapar	Grupi i punës i KVT-së për zhvillimin e produktit; Bashkia e Beratit; Komunat	2012-2013
	Produkte dhe shërbime cilësore të ofruara gjatë vitit	Zhvillimi i turizmit me baza vullnetare	Në bashkëpunim me turet kombëtare dhe ndërkombëtare gjetja e mundësive për shërbim vullnetar, identifikimi i mundësive për zhvillimin e turizmit me baza vullnetare	Grupi i punës i KVT-së për zhvillimin e produktit	2013-2014
			Mundësimi i lidhjeve të projekteve për eksperiencia vullnetare me operatorët kombëtarë dhe ndërkombëtarë	Grupi i punës i KVT-së për zhvillimin e produktit	2013-2014
			Mbështetja e promovimit të mundësive të shërbimit vullnetar ndaj tregjeve të synuara	Grupi i punës i KVT-së për zhvillimin e produktit	2014 në vazhdim
	Produkte dhe shërbime	Zhvillimi i takimeve, stimujve,	Zhvillimi i disa aktiviteteve gjatë vitit në interes të qytetarëve Beratas, dhe turistëve vendas	Bashkia e Beratit	2011 në vazhdim

RENDITJA	SYNIMI	OBJEKTIVI	VEPRIMET	ORGANIZATA/T DREJTUESE	KUR
	cilësore e ofruar gjatë vitit	konferencave dhe aktiviteteve në lidhje me turizmin (TIKA)	dhe të huaj		
			Përgatitja dhe shpërndarja e fletushkave dhe posterave për të promovuar aktivitetet në Berat duke përfshirë promovimin e festave fetare <ul style="list-style-type: none"> - Festa e Beratit - Procesioni i Kulmakut - Dita e pashkëve dhe e pagëzimit etj. 	Bashkia e Beratit	2011 në vazhdim
			Organizimi i 'qëndrimeve në shtëpi' për akomodimin e vizitorëve gjatë aktiviteteve të rëndësishme	KVT-ja	2013 në vazhdim
			Kryerja e një sondazhi për organizatat kryesore kombëtare dhe ndërkombëtare për të parë shpeshtësinë e takimeve të organizuara larg premisave dhe shërbimeve të kërkuara	Zyra Rajonale e Turizmit ; KVT-ja	2013
			Identifikimi i bizneseve ekzistuese me mundësinë për të ofruar shërbime për takimet	Zyra Rajonale e Turizmit KVT-ja	2013
			Inkurajimi për përmirësimin apo investimin në cilësi, në konferencat e rëndësishme dhe në plotësimin e kushteve të punës	KVT-ja	2013 në vazhdim
			Promovimi i lehtësirave për takime dhe konferenca me tregjet e synuara (të brendshme)	Bashkia e Beratit	2014 Në vazhdim
			Produkte dhe shërbime cilësore e ofruar gjatë vitit	Zhvillimi i turizmit karavan dhe me kampingje	Gjetja e një vendi të përshtatshëm për vendosjen e kampingjeve apo të karavanëve apo promovimi i investimeve për të njëjtin turizëm
	Instalimi i pajisjeve të nevojshme për karavanet dhe kampingjet (elektricitet, menaxhim të mbeturinave etj)	Bashkia e Beratit			2014-2015
	Kryerja e një procesi të drejtë për parkimin e karavaneve që vinë nga jashtë në lidhje me sektorin privat	Bashkia e Beratit			2015

Mundësitë e shfrytëzimit dhe Infrastruktura

Ndërsa burimet kulturore dhe natyrore të Beratit janë bazat ku do të mbtshteten eksperiencat turistike; qeveritë dhe sektori privat do të ofrojë mundësi shfrytëzimi dhe infrastrukturën e nevojshme. Infrastruktura si rrugët, uji, menaxhimi i mbeturinave, ndriçimi, dhe transporti publik dhe vendet që përfshijnë muzeumet, galeritë e arteve, kopshtet, mjediset sportive, dhe aktivitetet e tjera luajnë një rol kryesor në eksperiencat e vizitorëve të huaj dhe atyre vendas. Tërheqja e investimeve në infrastrukturën kyç do të jetë e nevojshme për të siguruar që Berati është i aftë të ofrojë një eksperiencë cilësore.

Aktorët: Qeveria Kombëtare, Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve, Ministria e Punëve Publike dhe e Transportit, bashkia e Beratit, DRKK, Banka Botërore, BE.ja, UNESCO, Donatorët Privatë, Bankat Private(p.sh. Banka Botërore), Organizatat jo-qeveritare, Zyra Rajonale e Turizmit, Bisnezet e sektorit privat, Galeria e Arteve, Shkolla e Arteve, artizanët, Diaspora e Beratit, qytetarët, KZHT.ja, studioja PLRr

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	Kur
2	Infrastrukturë turistike me një cilësi të lartë	Përmirësimi në mënyrë të ndjeshme i infrastrukturës në Qendrën Historike	Përgatitja e një projekt propozimi të detajuar (duke përfshirë buxhetet) për përmirësimin e infrastrukturës kryesore turistike si:	Bashkia e Beratit	2011-2013
			<ol style="list-style-type: none"> 1. infrastrukturën nëntokësore <ul style="list-style-type: none"> - furnizimin me ujë - ujërat e zeza - elektriciteti - telekomunikacioni 2. infrastrukturën sipërfaqësore <ul style="list-style-type: none"> - sistemin e mbrojtjes ndaj zjarreve⁹ - sistemin ndriçues (dekorativ) - tualetet publike - parkimin - rrugët 		
			Përgatitja e projekt propozimeve (duke përfshirë buxhetet) për përmirësimin e infrastrukturës historike si:	Drejtorja e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	2011-2013
			<ul style="list-style-type: none"> - muret e kështjellës - Sahatin e qytetit - Rruginat me gurë 		

⁹ kërkesë e UNESCO-s

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	Kur
			- shtëpitë historike		
			Lobim për fonde për përmirësimin e infrastrukturës duke përfshirë incentivat për përmirësimin nga pronarët privatë	KVT-ja	2012-2013
			Lobim për ngritjen e një Shkolle Restaurimi në Berat	KVT-ja	2012 në vazhdim
			Restaurim të monumenteve të kategorisë së parë	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	2012 - 2014
			Përcaktimi i një zone të hapur për organizimin e aktiviteteve të rëndësishme kulturore në Qendrën Historike	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	2011
			Blerje të infrastrukturës (të lëvizshme) dhe të pajisjeve për organizimin e aktiviteteve kulturore në Qendrën Historike	Bashkia e Beratit	2012
			Përmirësim të hapësirave publike në Qendrën Historike me kopshte dhe mjedise pushimi	Drejtoria e kulturës kombëtare, Berat (DRKK)	2011
			Mundësimi i një procesi të drejtë për të hequr infrastrukturën që nuk është pjesë e vlerave universale të Qendrës Historike apo është e ndërtuar në mënyrë jashtëligjshme ¹⁰	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	2011
			Mundësimi i një procesi të ndershëm për pengimin e kalimtarëve që të kalojnë në urën e vjetër të Goricës në mënyrë që të sigurojnë mbrojtjen e saj	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	2011
			Rinovimi i një tregu artizanal për prodhimin dhe shitjen e punëve të dorës tradicionale për vendin	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	2011-2012
			Organizimi i një studimi për zhvillimin e një sistemi transporti të efektshëm dhe të rëndësishëm që përfshin mundësi përdorimi nga njerëzit me aftësi të kufizuar	Bashkia e Beratit	2012

¹⁰kerkese e UNESCO-s

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	Kur
	Infrastrukturë turistike të një standardi të lartë	Ruajtja e infrastrukturës në Qendrën Turistike	Zbatimi i programit të vazhdueshëm për ruajtjen e infrastrukturës në Qendrën Historike	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	Në vazhdim
			Ruajtja e infrastrukturës historike në kështjellë (muret, sahati i qytetit dhe shtëpitë historike)	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	Në vazhdim
	Infrastrukturë turistike të një standardi të lartë	Përmirësim i infrastrukturës së lidhur me turizmin jashtë Qendrës Historike	Ndërtimi i një pike informacioni (tabela/shenja) në hyrjen kryesore të qytetit.	Bashkia e Beratit	2012
			Hartimi i (3) projekt propozimeve dhe lobimi për fonde për zhvillimin e objekteve kryesore turistike në zonën e mbrojtur duke përfshirë: <ul style="list-style-type: none"> - transformimin e tregut ekzistues në qytet në një qender shumëfunktionale për turistët - ndërtimin apo restaurimin e një ndërtese ekzistuese për të operuar si një Muzeum Historik i Beratit - ndërtimin apo restaurimin e një ndërtese ekzistuese për të operuar si 'Shtëpia e Hebrenjve' 	Bashkia e Beratit; KVT-ja	2012-2015
			Ndërtimi i një impianti për ujërat e zeza	Bashkia e Beratit	2012 - 2015
			Ndërtimi i mekanizmave për menaxhimin e mbeturinave dhe për riciklimin	Bashkia e Beratit	2012-2015
13	Infrastrukturë turistike të një standardi të lartë	Krijimi ose përmirësimi i shfrytëzimit të objekteve kryesore turistike	Identifikimi i objekteve kryesore turistike të cilat kërkojnë mundësi të reja shfrytëzimi apo përmirësim të tij p.sh. <ul style="list-style-type: none"> - Mali i Tomorrit - Kanionet e Bogovës - Ujëvarat e Bogovës 	KVT -ja	2011
			Përgatitja e projekt propozimeve të detajuara (duke përfshirë buxhetet) për përmirësimin e shfrytëzimit të objekteve kryesore turistike	KVT -ja	2012
			Lobim për mbledhje fondesh për të përmirësuar infrastrukturën sipas standardeve të BE-së për objektet ekzistuese dhe ata të reja malore.	KVT-ja	2013 në vazhdim
15	Infrastrukturë turistike të një	Identifikim i elementëve të	Sigurimi i integritetit dhe kohezionit mes Master Planit Urban dhe Strategjisë Turistike	KVT-ja	Në vazhdim

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	Kur
	standardi të lartë	infrastrukturës turistike sipas Master Planit Urban			
23	Infrastrukturë turistike të një standardi të lartë	Përmirësim i shenjave turistike	Vendosja e shenjave rrugore. Përcaktimi i procesit me ekspertet për të rënë dakord mbi <ul style="list-style-type: none"> - Vendin e shenjave drejtuese turistike - Dizenjimi i shenjave (sipas standardeve të UNESCO-s) - Përmbajtja e shenjave 	Bashkia e Beratit	2012-2013
			Zbatimi i programit për ruajtjen e shenjave rrugore turistike	Bashkia e Beratit	2012 në vazhdim
			Vendosja e shenjave treguese për monumentet kryesore në Qendrën Historike. Përcaktimi i procesit me ekspertët për të rënë dakord mbi <ul style="list-style-type: none"> - Vendin e shenjave treguese - Dizenjimin e shenjave (sipas standardeve të UNESCO-s) - Përmbajtja e shenjave 	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	2012-2013
			Zbatimi i programit për ruajtjen e shenjave treguese	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat (DRKK)	2012 në vazhdim

Marketingu i synuar dhe promovimi

Ndërsa turizmi në Berat po zhvillohet, ekziston nevoja për të shfaqur një imazh unik që plotëson kërkesat e turistëve të mundshëm. Berati ka nevojë që ta pozicionojë veten mirë në produktet që ai ka dhe në fazat e zhvillimit ku ai ndodhet. Në një periudhë afatshkurtër Berati do të fokusohet në përmirësimin e profilit të tij si një destinacion përmes pjesëmarrjes dhe organizimit të aktiviteteve të veçanta dhe përmes marrëdhënieve me publikun. Meqë cilësia e produkteve dhe e shërbimeve është përmirësuar, do të kryhet punë për ta promovuar tregun e Beratit në tregjet e synura.

Aktivitetet: Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve, Agjencia Kombëtare e Turizmit, Bashkia dhe Komunitetet e Beratit, UNESCO, Donatorët Dypalësh, stacionet televizive private dhe kombëtare, bizneset e sektorit privat dhe komuniteti fetar.

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	KUR
4	Marketingu profesional në tregjet e synuara të brendshme dhe ndërkombëtare	Rritja e vizibilitetit të Beratit si një destinacion turistik përmes pjesëmarrjes dhe promovimit të aktiviteteve të rëndësishme	Ngritja e një Grupi Pune për Marketingun dhe Promovimin me pjesëmarrjen e sektorit privat të turizmit	KVT	2011
			Pjesëmarrja në aktivitetet e Rrjetit të Qyteteve Historike	Bashkia e Beratit	çdo vit
			Promovimi i Beratit në panairët turistike në bashkëpunim me Agjencinë Kombëtare të Turizmit <ul style="list-style-type: none"> • TTG Incontri (Itali) • ËTM (MB) • ITB (Gjermani) 	Bashkia e Beratit	çdo vit
			Pjesëmarrja në programet kryesore televizive për të promovuar rajonin e Beratit si një destinacion turistik	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2011 në vazhdim
			Organizimi i aktivitetit 'Ditët në Berat' për të shfaqur Beratin në tregjet kryesore të synuara si (Itali, Greqi)	Bashkia e Beratit	Një në vit 2013 +
9	Marketingu profesional në tregjet e synuara të brendshme dhe ndërkombëtare	Krijimi i një 'marke për Beratin	Organizimi i një ushtrimi me pjesëmarrje të lirë për markat në mënyrë që të identifikohet pika e shitjes unike e Beratit dhe krijimi i një marke rajonale	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2011-2012
			Kryerja një fushate lokale sensibilizimi për të promovuar përdorimin e markës së Beratit për turizmin dhe të produkteve dhe shërbimeve të tjera	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2012 në vazhdim
			Futja e markës së Beratit në aktivitetet e përpunimit të produkteve, në marketing dhe në promocion	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2012 në vazhdim
	Marketingu	Zhvillimi dhe testimi i	Identifikimi i objekteve turistike që duhet të jenë pjesë e	Grupi i Punës i KVT-	2011

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	KUR
	profesional në tregjet e synuara të brendshme dhe ndërkombëtare	paketave turistike për grupet e synuara	paketave pilote që duhet të promovohen te operatorët turistike	së për Marketingun dhe Promovimin	
			Përgatitja e materialeve të informacionit për objektet turistike të identifikuar	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2011-2012
			Përkthimi i materialeve në gjuhët e huaja kryesore	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2011-2012
			Identifikimi i operatorëve turistikë që punojnë me tregjet e synuara	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2011-2012
			Përgatitja dhe promovimi i paketave për operatorët turistik e synuara	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2012 në vazhdim
16	Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve turistike	Promovimi i Beratit përmes historive dhe legjendave të tij	Mbledhja, sistemimi dhe publikimi i legjendës së Beratit p.sh. <ul style="list-style-type: none"> • Varri i Abaz Aliut • Legjenda e Malit të Tomorrit • Gjurma e Baba Aliut • Kodiku i Beratit • Mbrojtja e Hebrenjve Etj.	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2011
			Futja e historive dhe e legjendave të Beratit në materialet promociionale		
19	Marketingu profesional në tregjet e synuara të brendshme dhe ndërkombëtare	Promovimi i Beratit në tregjet kryesore duke përdorur materialet promociionale të synuara	Krijimi dhe shpërndarja e një udhërrëfyese të qytetit në partneritet me sektorin privat	Bashkia e Beratit dhe sektori privat	2011
			Përpunimi dhe shpërndarja e materialeve promovuese të rëndësishme për tregjet e synuara si <ul style="list-style-type: none"> • Broshurat për objektet kryesore turistike • Hartë për rajonin e Beratit (1) • Një DVD promovuese që shfaq objektet turistike të Beratit 	Bashkia e Beratit	2011 në vazhdim

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	KUR
			<ul style="list-style-type: none"> Një kalendar vjetor të aktiviteteve Një CD të muzikës tradicionale të Beratit (e cila shitet për të mundësuar shumëfishimin) Bluza dhe kapela (që shiten për të mundësuar shumëfishimin) 		
			Zhvillimi dhe organizimi i një fushate kombëtare PR për të promovuar objektet turistike të Beratit (gazeta, magazina, televizion) në tregjet e synuara	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2011 në vazhdim
			Vendosja e kontakteve me pikat e hyrjes në vend (aerporte, porte, etj) dhe në qendrat tregtare kryesore (City Park, QTY etj) për shpërndarjen e materialeve promociionale	Grupi i Punës i KVT-së për Marketingun dhe Promovimin	2011 në vazhdim
			Vendosja e kontakteve me persona të rëndësishëm dhe me influencë si <ul style="list-style-type: none"> Ambasadorë shqiptar në tregjet e synuara jashtë vendit Titullarë në Ambasadat e huaja të tregjeve e synuara në Shqipëri Operatorët dhe agjencitë turistike në tregjet e synuara për promovimin e Beratit dhe përhapjen e materialeve promociionale 	Bashkia e Beratit	2011 në vazhdim
			Hapja e një adrese promovimi për rajonin e Beratit në partneritet me sektorin privat dhe përdorimi maksimal i medias për tregjet kryesore të synuara (p.sh. studentët në Itali)	Bashkia e Beratit	2011-2012
	Marketingu profesional në tregjet e synuara të brendshme dhe ndërkombëtare	Identifikimi i tregjeve e synuara, zhvillimi i produkteve dhe gjetja e mundësive për investim përmes analizës dhe mbledhjes së të dhënave	Pajisja me një sistem mbledhjes të të dhënave duke përfshirë sondazhet e kryera periodikisht <ul style="list-style-type: none"> Sondazhi për vizitorët Sondazhi për akomodimin Sondazhi i kryer në familjet 	Zyra Rajonale e Turizmit	2011
Kryerja dhe analizimi i sondazheve			Zyra Rajonale e Turizmit	Periodike	
Përpunimi dhe shpërndarja e një flete informacioni me rezultatet e sondazhit për aktorët			Zyra Rajonale e Turizmit	2012 vjetore	

Zhvillimi i burimeve njerëzore dhe koordimi i zhvillimit të turizmit

Njerëzit janë pasuria kryesore e sektorit të turizmit. Ndërveprimi cilësor mes vizitorëve dhe pritësve është ajo çfarë vizitorët vlerësojnë dhe mbajnë mend. Berati duhet të sigurojë që ka një forcë pune të kualifikuar për të plotësuar kërkesat e një zhvillimi të kësaj industrie në të ardhmen. Gjithashtu është i rëndësishëm menaxhimi i zhvillimit të qëndrueshëm. Përmirësimi i bashkëpunimit mes sektorëve publikë dhe privatë dhe rritja e aftësive për të menaxhuar dhe koordinuar sektorin gjatë viteve në vijim do të jetë kryesore për zhvillimin e qëndrueshëm dhe për t'i ofruar vizitorëve një eksperiencë të nivelit botëror.

Aktorët: Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve, Bashkia e Beratit, Zyra Rajonale e Turizmit, PNUD-i, USAID-i, Bizneset e sektorit Privat, Operatorët turistikë, Organizatat jo-qeveritare,

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	Kur
3	Burime njerëzore me cilësi të lartë	Forcimi i bashkëpunimit dhe koordinimi mes aktorëve të turizmit dhe ndërtimi i kapaciteteve për të zhvilluar dhe menaxhuar Beratin si një destinacion turistik	Zgjedhja e një koordinatori të Komitetit të Veprimit për Turizmin	KVT-ja	2011
			Përgatitja vjetore e planeve të punës nga Komiteti i Veprimit për Turizmin duke identifikuar rolet, përgjegjësinë dhe afatin kohor	KVT-ja	Vjetore
			Ngritja e grupeve të punës, me pjesëmarrjen e aktorëve sipas kërkesave, për të zbatuar strategjinë turistike duke përcaktuar qartë rolet, liderhipin dhe përgjegjësitë	KVT-ja	2011
			Organizimi i disa takimeve mes anëtarëve të Komitetit Veprues për Turizmin dhe përfaqësuesve të qeverisë lokale për të rritur sensibilizimin e rolit dhe përgjegjësisë e Komitetit për Turizmin	KVT-ja	2011
			Identifikimi i pikave të kontaktit në agjencitë qeveritare lokale dhe rajonale të lidhura me turizmin	KVT-ja	2011
			Pjesëmarrja në ëorkshope, seminare, apo shkëmbimi i eksperiencave me fokus mbrojtjen dhe prezantimin e trashëgimisë kulturore si një mundësi zhvillimi, mësimi dhe promovimi të Beratit	KVT	Në vazhdim

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	Kur
			Organizmi i një programi 'binjakëzim qyteti' me një vend të trashëgimisë kulturore UNESCO-s në BE.	Bashkia e Beratit	2011-2012
	Burime njerëzore me cilësi të lartë	Garantimi i sigurisë së turistëve në Berat	Ndërmarrja e një strategjie zhvillimi për menaxhimin e rrezikut duke përcaktuar rolet dhe përgjegjësit në rastin e një incidenti kritik ku përfshihen turistët në Berat	Bashkia e Beratit	2014
			Organizmi i trajnimeve të sektorit privat dhe publik për të garantuar sigurinë e turistëve duke përfshirë shpëtimin, shërbimet e zjarrfikësive dhe ambulancës	Bashkia e Beratit	2014-2015
6	Burime njerëzore me cilësi të lartë	Mundësimi i trajnimeve afatshkurtra për të plotësuar nevojat e sektorit privat turistik	Ngritja e një Grupi Pune për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	KVT-ja	2011
			Kryerja e një analize të nevojave për turizmin në sektorin privat (hotele, shtëpitë e pritjes, restorantet) për të identifikuar kërkesat afatshkurtra (të menjëhershme) për trajnim	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012
			Konsiderimi me prioritet i nevojave për trajnim, mbledhja e fondeve dhe e trajnerëve	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012
			Reklamimi i programeve trajnuese (sigurimi i barazisë gjinore dhe krijimi i mundësive për banorët me të ardhura të ulëta në Qendrën Historike)	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012
			Mundësimi i trajnimeve dhe certifikimi i të diplomuarve	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012
			Organizmi i një fushate sensibilizimi duke inkurajuar bizneset për të punësuar të diplomuarit	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012-2013
	Burime njerëzore me cilësi të lartë	Mundësimi i trajnimeve afatmesme dhe afatgjata për të plotësuar nevojat e sektorit privat turistik	Hartimi i një projekti propozimi afatmesëm dhe lobimi për fonde për të ngritur një qendër trajnimi për shërbimet ndaj turistëve në Berat duke përfshirë <ul style="list-style-type: none"> - Vendin - Strukturën e stafit - Modulet e kërkuara (operatorët turistikë, 	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2013-2015

Renditja	Synimi	Objektivi	Veprimet	Organizata/t drejtuese	Kur
			shërbimi ndaj klientëve dhe pritjen, menaxhimin e shtëpive të pritjes, financat, anglishten etj.)		
7	Burime njerëzore me cilësi të lartë	Trajnim të guidave me njohje specifike të rajonit të Beratit	Gjetja e një organizate të licencuar që do të drejtojë trajnimet (sipas standardeve të BE-së)	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2011
			Dhënie e informacionit për guidat sipas atraksioneve dhe tureve	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2011
			Aprovim të moduleve sipas atraksioneve dhe tureve	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012
			Përcaktimi i kriterëve të përzgjedhjes për trainimet	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012
			Reklamimi i programit të trajnimit dhe përzgjedhja e rekrutëve (sigurimi i barazisë gjinore dhe krijimi i mundësive për banorët me të ardhura të ulëta në Qendrën Historike)	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012 çdo vit
			Organizimi i kurseve të trajnimit duke përfshirë eksperiencën praktike dhe certifikim të guidave të sakta	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012 çdo vit
			Promovimi i përdorimit të guidave të sakta nga Operatorët turistikë, në materialet promovuese, në faqen e internetit etj.	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012 në vazhdim
			Koordinimi me qendrën e informacionit për turistët për hartimin e një liste të guidave të sakta	Grup Pune i KVT-së për Zhvillimin e Burimeve Njerëzore	2012 në vazhdim

Komiteti i Veprimit për Turizmin

Fadil Nasufi	Kryetari i Bashkisë së Beratit
Nevila Haznedari	Specialiste e funksioneve të deleguara nga Prefektura e Beratit
Blerina Ago	Grupi i Rafting Shqipëri
Etleva Dhima	Specialiste për Turizmin – Bashkia e Beratit
Petrit Revania	Specialiste e Marketingut – Drejtoria e Bujqësisë dhe Ushqimit
Desdemona Balliu	Parlamenti Rinor
Bekdash Daja	Rajoni i Beratit
Lefteri Kosova	Qendra e Gruas
Almida Bumbli	Bizneset turistike
Marius Qytyku	Specialiste e Programeve – Bashkia e Beratit
Nevila Hoxha	Bizneset turistike
Greta Kajana	Zyra Rajonale e Turizmit
Elton Xheka	Drejtoria e Kulturës Kombëtare
Adriatik Hoxha	Biznesi turistik

Akronimet

DKKK	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat
BE	Bashkimi Evropian
MTKRS	Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve
SKZHI	Strategjia Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim
SNV	Organizata Hollandeze për Zhvillim
KVT	Komiteti i Veprimit për Turizmin
SPVT	Strategjia dhe Plani i Veprimit për Turizmin
PNUD	Programet e Zhvillimit të Kombeve të Bashkuara
UNESCO	Organizata për Arsimin, Shkencën dhe Kulturën e Kombeve të Bashkuara
OBTKB	Organizata Botërore e Turizmit e Kombeve të Bashkuara

Programi i Propozuar i Monitorimit dhe i Vlerësimit

	PLANI I MONITORIMIT DHE I VLERSIMIT
Korrik 2010	Sondazh bazë – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2011	Sondazh bazë – me familjet
Prill 2011	Strategjia përfundimtare e turizmit
Prill 2011	Treguesit e monitorimit përfundimtar
Korrik 2011	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2012	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2012	Sondazhi vjetor – me familjet
Prill 2012	Rishqyrtimi i strategjisë
Korrik 2012	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2013	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2013	Sondazhi vjetor – me familjet
Prill 2013	Rishqyrtim i strategjisë
Korrik 2013	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2014	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2014	Sondazhi vjetor – me familjet
Prill 2014	Rishqyrtimi i strategjisë
Korrik 2014	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2015	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2015	Sondazhi vjetor – me familjet
Prill 2015	Rishqyrtim i strategjisë
Korrik 2015	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2016	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2016	Sondazhi vjetor – me familjet
Prill 2016	Rishqyrtimi i strategjisë
Korrik 2016	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2017	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2017	Sondazhi vjetor – me familjet
Prill 2017	Rishqyrtimi i strategjisë
Korrik 2017	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2018	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2018	Sondazhi vjetor – me familjet
Prill 2018	Rishqyrtimi i strategjisë
Korrik 2018	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2019	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Prill 2019	Sondazhi vjetor – me familjet
Prill 2019	Rishqyrtimi i strategjisë
Korrik 2019	Sondazhi dy herë në vit (verë) – akomodimi dhe vizitorët
Janar 2020	Sondazhi dy herë në vit (dimër) – akomodimi dhe vizitorët
Mars 2020	Sondazhi vjetor – me familjet
Mars 2020	Rishqyrtimi i strategjisë

Studimi i tregut – tregjet kryesore

KVT-ja identifikoi 5 segmente të tregjeve të synuara siç u vërejt dhe në SPVT-në – të apasionuarit pas kulturës, moderatorët kulturorë; kërkuesit e aventurave të thjeshta; grupe turistike ndërkombëtare; dhe turistët që rikthehen në origjinë. Ndonëse këto segmentë ekzistojnë në të gjithë botën, Berati do të synojë përfshirjen e këtyre grupeve nga tregjet kryesore që aktualisht vizitojnë Beratin – kryesisht Italia, MB, Franca, dhe Gjermania. Për një periudhë afatmesme dhe afatgjatë, tregjet japoneze, ato nga Amerika e Veriut, dhe Australia ofrojnë mundësi. Gjithashtu është e rëndësishme njohja e sjelljeve të turistëve që vijnë nga tregjet kryesore.

TREGU ITALIAN

Numri i italianëve që udhëtojnë nëpër botë ka rënë gjatë periudhës së rënies ekonomike, edhe pse në mënyrë më pak të beftë se sa në vendet e tjera si p.sh. Gjermania. Edhe pse të përballur krizës ekonomike, italianët vazhdojnë të ikin me pushime dhe zakonisht ata qëndrojnë të paktën një ose dy javë si në bregdet, në mal, apo vizitojnë shtete të tjera. Italianët nuk heqin dorë nga udhëtimi, por disa po e zvogëlojnë kohëzgjatjen e udhëtimit të tyre ose po kufizojnë shpenzimet. Të ashtuquajturat udhëtime të ‘minutës së fundit’ po bëhen prapë të modës, pavarësisht përpjekjeve të operatorëve turistikë italianë që të bëjnë rezervime para kohe. Megjithatë udhëtimet e shtrenjta dhe të gjata po pësojnë krizë, përfshirë dhe destinacionin kryesor të italianëve që është Sh.B.A.-ja Aktivitetet kryesore të italianëve gjatë vizitave në vendet e tjera për pushime apo biznes janë: darka në restorante, pazare, vizitat në qytete, vizitat në vendet historike, muzeumeve, qyteteve të vogla, parqeve argëtuese dhe atyre kombëtare.

Agjentët Online të Udhëtimit (OLTA) janë zhvilluar tepër gjatë viteve të fundit. Në Itali, tregtia online për llogari të turizmit është rreth 55% e vlerës totale të rezervimeve. Sektori i turizmit në Itali tani bën pjesë dhe në rrjetet sociale si Facebook dhe Twitter.

Tregu italian do të vazhdojë të jetë një treg i synuar për Beratin. Shumë qytetarë të Beratit kanë emigruar në Itali dhe ata luajnë një rol të rëndësishëm në promovimin e Beratit si një destinacion. Distanca e shkurtër, mundësia e lirë e udhëtimit si nëpërmjet ajrit ashtu dhe detit (Alitalia, Belle Air kanë fluturime direkte nga qytetet kryesore italiane në Tiranë), lehtësia e komunikimit në italisht, dhe marrëdhëniet e biznesit, e bëjnë Italinë një treg fitimprurës. Udhëtarët e pavarur italianë mund të jenë grup i synuar në të ardhmen. Tregu italian përfshin disa lloj turistësh që nga ata që preferojnë akomodime me standarde të larta dhe deri te të tjerët që preferojnë shtëpitë e pritjes. Udhëtarët e pavarur provojnë shumë nga produktet e rajonit sepse ata kanë zakonisht më shumë kohë për të eksploruar. Prandaj zgjerimi i produkteve të Beratit përveç vizitave në kala është shumë i rëndësishëm. Duke pasur parasysh sfidat e studimit të tregut të pavarur, Berati ka nevojë që të zhvillojë kanalet shumë specifike të marketingut dhe të materialeve promovionale të synuara. Informacioni për objektet turistike dhe informacioni për logjistikën ka nevojë që të hidhet në internet, dhe media duhet të përdoret për të arritur tregun e synuar.

TREGU I MB-SË

Numri i britanikëve që planifikojnë të kalojnë pushimet jashtë vendit të tyre pritet të rritet në vitin 2011; sipas një sondazhi të kryer në vitin 2010, 96% e britanikëve pohonin se kishin planifikuar që të udhëtonin jashtë, në vitin 2009 kjo përqindje ishte 78%. Sipas raportit të vitit 2010 British Lifestyle (Mënyra Britanike e Jetesës), përqindja e përgjithshme e pushuesve britanikë që kalojnë pushimet jashtë vendit të tyre do të rritet me 17% në 5 vitet e ardhshme. Arsyet kryesore të këtyre udhëtimeve janë: moti i paqëndrueshëm në Britani, çmimet e larta të hoteleve në vend (74%), dhe dëshira për të vizituar vende të tjera (55%).

Pushimet jashtë vendit dhe pushimet e shkurtra priten të rriten në kurriz të udhëtimeve brenda vendit dhe qëndrimeve të gjata. Demografia e atyre që marrin këto pushime pritet të ndryshojë pasi klientët që shpenzojnë rreth £1,000 dhe £3,000 gjatë pushimeve të tyre kanë mundësi të goditën nga situata aktuale ekonomike. Ata që shpenzojnë më shumë se £3,000 janë prekur më pak nga rënia ekonomike. "Pushimet tani shihen si mënyrë luksoze shpenzimi parash nga pothuajse gjysma e të rriturve, krahasuar me vetëm 38% të personave me këtë këndvështrim para krizës në vitin 2007," nga raporte të ndryshme. "Më pak se 1 ndër 5 të rritur i shohin pushimet si një shpenzim të nevojshëm apo si një "e drejtë". "Sipas rezultateve të sondazheve, Spanja do të jetë destinacioni më i frekuentuar në vitin 2011 duke marrë 24% të votave, pastaj vjen Greqia dhe Turqia me 18% dhe 11% të votave përkatësisht.

Për Beratin, për një periudhë afatshkurtër dhe aftmesme, tregu britanik do të vazhdojë të jetë një treg i synuar pasi ekziston interesi për rajonin e Ballkanit dhe mundësia e udhëtimit (me fluturime direkte në Shqipëri, 5 herë në javë). Grupi i synuar kryesor janë profesionistët e rinj të moshës 25 dhe 40 vjeçare, me të ardhura të mira por pa fëmijë dhe të interesuar për eksperiencat e reja. Një kombinim i diellit dhe plazhit me turizmin kulturor në Berat mund të çojë në më shumë atraksione në rajon. Për një periudhë afatgjatë, kur Berati të ketë oferta të reja dhe të përmirësuar shërbimet, grupi i ri i synuar mund të jetë moshë 55-65 vjeçare – udhëtarë të interesuar për eksperiencat në boutique-t e ndryshme. Paketat e pushimeve do të vazhdojnë të jenë të përhapura në Britani. Duke e parë nga perspektiva e Beratit, duhet t'i kushtohet vëmendje organizimit të ofertave.

TREGU GJERMAN

Pavarërisht të ardhmes së pasigurt, turizmi po e merr veten pas krizës. Tregu gjerman ka provuar që është i qëndrueshëm dhe i maturuar. Në vitin 2010, 42% e gjermanëve planifikuan një udhëtim dhe 11% planifikuan dy ose më shumë udhëtime. Megjithatë, konsumatorët e turizmit gjerman janë bërë më të ndjeshëm ndaj çmimeve dhe rëndësia e cilësisë së mirë në

shkëmbim të parave po rritet. Të vjetrit po fitojnë rëndësi në tregun gjerman pasi ata janë një grup i synuar me shumë kërkesa dhe me interesa të ndryshme.

TREGU JAPONEZ

Duke parë shifrat për gjysmën e parë të vitit 2010, ku 7.9 milion turistë japonezë udhëtuan jashtë vendit, është e qartë që japonezët vazhdojnë me udhëtimet ndërkombëtare, por shumë ndryshime kanë ndodhur me kalimin e viteve. Ndryshimi më i madh është ai i rritjes së numrit të udhëtarëve të pavarur të litrë japonezë (FIT-UPL), të cilët e përcaktojnë vetë itinerarin e udhëtimit. Megjithatë, udhëtarët e moshuar përdorin paketat turistike ose të paktën marrin informacion nga agjencitë turistike (55%) të tregut të përgjithshëm japonez për udhëtimet me jashtë. Demografia japoneze në plakje po ndikon në kohën e lirë për udhëtime. Raporti i popullsisë me moshë 65+ është aktualisht 1:7, po do të kalojë në raportin 1:4 në vitin 2020. Trashëgimia, objektet kulturore, origjinaliteti, vlera për paranë dhe siguria janë faktorët shtytës për këtë kategori të turistëve japonezë.

Tregu japonez po arrin Ballkanin dhe mund të jetë një treg i synuar për industrinë turistike të Beratit në një periudhë afatgjatë, kur produktet dhe shërbimet të përmirësohen. Moshë 55-70 mund të jetë tregu, meqë kjo grup-moshë ka më shumë kohë për pushime se sa të rinjtë që zakonisht i kalojnë pushimet maksimalisht për 8 ditë. Turistët japonezë kërkojnë akomodim me standarde të larta dhe njihen si shpenzues të mëdhenj. Si një treg unik i synuar, duhen të bëhen përpjekje për sa i përket përmirësimit të shërbimit, çështjeve të sigurisë veçanërisht tek kalaja, dhe në zonën Mangalem me rrugë dhe rrugica të shtruara me gurë. Disa operatorë turistikë shqiptarë kanë krijuar marrëdhënie biznesi me homologë japonezë. Përfshirja e këtyre të fundit në udhëtimet FAM në Berat mund të jetë një strategji e mirë për tregun e synuar japonez.

FAQJA PRAPA

LOGOS