



Promovimi ndërkombëtar i destinacioneve
shqiptare

2021-2025

Promovimi ndërkombëtar i destinacioneve shqiptare 2021 - 2025

A. Analiza e premtimit

B. Vlerësimi i aspektit Rregullator dhe kërkesave strategjike sektoriale për zbatimin e Premtimit të Qeverisë për një "Paketë Unike Kombëtare për Promovimin Ndërkombëtar të Destinacioneve"

C. Analiza e alokimeve dhe kapaciteteve fiskale, kostove direkte dhe indirekte dhe ecurisë së premtimit

D. Vlerësimi i përmbushjes së premtimit dhe qasja drejt zotimeve

E. Analiza ndikimit në industri, rajonet e vendit dhe shtresat e popullsisë

Vlerësimi i përmbushjes së premtimit

PËRGATITJA DHE SHPËRNDARJA



Raport progresi

Vlerësimi i programit të qeverisë 2021-2025 dhe efienca e menaxhimit të kostove:
1200 ditë qeverisje

Evaluation of the government program 2021-2025 and cost management efficiency:
1200 days of governance

www.polifakt.al

www.altax.al

info@altax.al

Janar 2025

Tirana, Shqipëri

Polifakt.al është një platformë e pavarur dhe e besueshme për monitorimin e realizueshmërisë së premtimeve politike. Ajo ofron analiza të detajuara mbi zbatueshmërinë financiare të angazhimeve elektorale, duke i krahasuar ato me performancën reale të qeverisë dhe alokimet dhe kufizimet buxhetore.

Pikat kyçe të Polifakt.al në vlerësimin e përmbushjes

Monitorimi i premtimeve zgjedhore dhe programeve qeverisëse

[Polifakt.al](http://www.polifakt.al) ndjek sistematikisht premtimet e bëra nga liderët politikë, duke vlerësuar:

Realizueshmërinë. A janë premtimet të arritshme brenda kontekstit aktual ekonomik?

Burimet financiare. A janë ndarë burime të mjaftueshme për zbatimin e premtimeve?

Statusi i përmbushjes. Tregon nëse premtimet janë realizuar, pjesërisht realizuar, apo të porealizuara.

Krahasimi me kapacitete fiskale dhe kostot e përmbushjes

Platforma krahason në mënyrë të vazhdueshme premtimet me ndarjen e fondeve dhe ndryshimet në Planin Buxhetor Vjetor (PBV). Kjo ndihmon në identifikimin e:

- ✓ Përputhshmërisë midis premtimeve politike dhe shpenzimeve reale.
- ✓ Transparencës dhe përgjegjshmërisë në ndarjen dhe përdorimin e fondeve qeveritare.

Raportet e progresit

[Polifakt.al](http://www.polifakt.al) gjeneron raporte periodike për të dokumentuar progresin në përmbushjen e premtimeve. Këto raporte përfshijnë:

- Vlerësimin e performancës së ministrive dhe sektorëve përkatës.
- Përditësime mbi shkallën e arritjes së objektivave të qeverisë.

Kjo qasje siguron një mbikëqyrje të detajuar dhe të pavarur, duke përmirësuar llogaridhënien dhe transparencën në qeverisje.

Kushtet e përdorimit të Raportit

Qëllimi dhe përgjegjësia

Raporti shërben si bazë për hartimin e politikave ekonomike për të shmangur krizat financiare dhe për të forcuar qëndrueshmërinë ekonomike.

Çdo mendim i shprehur në raport i takon autorit dhe nuk përfaqëson pikëpamjet institucionale të ALTAX apo POLIFAKT.

Riprodhimi dhe shpërndarja

Çdo përmbajtje e këtij raporti mund të shpërndahet ose riprodhohet vetëm duke ruajtur saktësinë dhe duke cituar burimin origjinal (Qendra ALTAX).

Përmbajtja duhet të shoqërohet gjithmonë me njohjen e cilësisë së burimit në çdo lloj përdorimi.

Kushtet për përdoruesit

Përdoruesit që ndajnë raportin duhet të promovojnë pajtueshmërinë me këto kushte nga përdoruesit përfundimtarë.

Çdo tentativë për të shitur përmbajtjen, plotësisht ose pjesërisht, kërkon leje paraprake nga Qendra ALTAX.

Kufizime të përdorimit

Raporti mund të përdoret vetëm për qëllime jo-fitimprurëse.

Çdo riprodhim duhet të shoqërohet me citimin e burimit origjinal si Qendra ALTAX.

Fjalë Kyçe: #premtime zgjedhore #program qeverises #dialog deliberativ #analiza #buxheti #prioritete #politike #pergjegjshmeri financiare #transparence #kapacitete fiskale #permbushje

Kodi JEL: D72, E62, H50, P11

© Të gjitha të drejtat e rezervuara nga **Qendra ALTAX**.

Konsiderata

(Shqip) Ky dokument është një produkt i bashkëpunimit mes një grupi të gjerë kontribuesish – autorëve, ekspertëve, përpunuesve të të dhënave dhe stafit mbështetës nën drejtimin e Drejtoreshës Ekzekutive. Lexuesit dhe ndjekësit janë një komponent kyç për vijimësinë e punës.

ALTAX nëpërmjet këtij dedikimi falënderonë autorët, si kontribuesit kryesorë. Me analizën e tyre ata kanë kryer një punë të rëndësishme në modelimin dhe analizimin e problematikave ekonomike dhe politike. Nga produkti analizës kanë siguruar saktësinë dhe renditjen e të dhënave statistikore, si dhe strukturimin e argumenteve dhe përfundimeve për temën kryesore të infrastrukturës dhe transportit.

Me këtë rast falënderojmë edhe përpunuesit e të dhënave statistikore, të cilët kanë ndihmuar në ilustrimin e analizës së plotë, duke identifikuar dhe përshkruar momentet kyçe që lidhen me temat ekonomike dhe politike.

Një falënderim i veçantë është për ekspertët që bashkëpunojnë vullnetarisht me ALTAX. Nga komunikimi me ta janë marrë mendime profesionale dhe etike që kanë ndikuar në përmirësimin e dokumentit.

Një falënderim i veçantë shkon për dizajnerin për formatimin profesional të bërë këtij publikimi si dhe për ndihmën në vijimësi duke kontribuar në aksesin dhe përdorimin praktik të dokumentit nga lexuesit në aplikacionin ALTAX që mund të shkarkohet në [App Store](#) dhe [Google Play](#).

Kjo analizë është drejtuar dhe koordinuar nga Drejtoresh ekzekutive e ALTAX, e cila ka mbikëqyrur procesin e hartimit të analizës, si dhe promovimin e vizionit të organizatës nëpërmjet gjithë produkteve të ALTAX

Falënderimi i ALTAX drejtohet edhe për lexuesit dhe ndjekësit. Ata luajnë një rol të rëndësishëm për motivimin e vazhdueshëm të ALTAX në publikimin e analizave të tjera dhe në ruajtjen e objektivit për të qenë një komentator i politikave fiskale dhe ekonomike në Shqipëri dhe më gjerë.

Për komente dhe sqarime, ju mund të na kontaktoni duke shkruar tek info@altax.com

Acknowledgement

(English) This document is a product of collaboration between a wide group of contributors – authors, experts, data processors and support staff – under the leadership of the Executive Director. Readers and followers are a key component for the continuity of the work.

ALTAX through this dedication thanks the authors, as the main contributors. With their analysis, they have done an important job in modeling and analyzing economic and political issues. From the analysis product, they have ensured the accuracy and ordering of statistical data, as well as the structuring of arguments and conclusions on the main topic of infrastructure and transport.

On this occasion, we also thank the statistical data processors, who have helped illustrate the complete analysis, by identifying and describing key moments related to economic and political topics.

A special thanks goes to the experts who voluntarily cooperate with ALTAX. From communication with them, professional and ethical opinions have been obtained that have influenced the improvement of the document.

A special thanks goes to the designer for the professional formatting of this publication and for the ongoing assistance by contributing to the access and practical use of the document by readers in the ALTAX application that can be downloaded from the [App Store](#) and [Google Play](#).

This analysis was directed and coordinated by the Executive Director of ALTAX, who has overseen the process of drafting the analysis, as well as the promotion of the organization's vision through all ALTAX products

ALTAX's thanks are also addressed to its readers and followers. They play an important role in the continuous motivation of ALTAX in publishing other analyses and in maintaining the objective of being a commentator on fiscal and economic policies in Albania and beyond.

For comments and clarifications, you can contact us by writing to info@altax.com

Follow ALTAX and Polifakt on social media, Web and in our App



[FISKALISTI](#)

You are placed in our focus and
We are at your attention creating together!



[ALTAX - POLIFAKT](#)

We publish and distribute information,
ongoing analysis and studies.



[ALTAX](#)

Communicate through social media addresses



[ALTAX](#)

Watch our informative and educational videos



[ALTAX.AL](#)

Read and download unique analyses and studies



[POLIFAKT.AL](#)

Look at how many political promises have been kept.



[App Store](#)
[Google Play](#)

Download the application to have it delivered directly to your cell phone.

A relationship about the commonalities that unite us in everyday life.

Promovimi ndërkombëtar i destinacioneve shqiptare

Synim

- Përforcimi i imazhit të Shqipërisë si një destinacion turistik ndërkombëtar përmes një pakete unike kombëtare promovuese.

Objektiva

- **Investim i qëndrueshëm.** Alokimi i 10 milionë eurove çdo vit për fushata dhe aktivitete promovuese jashtë vendit.
- **Identifikimi i destinacioneve kryesore.** Zhvillimi i një harte të destinacioneve unike dhe promovimi i tyre në tregjet ndërkombëtare.
- **Përdorimi i mjeteve moderne të marketingut.** Shfrytëzimi i teknologjive dixhitale dhe mediave sociale për të tërhequr turistë të huaj.
- **Bashkëpunim ndërinstitucional.** Përfshirja e sektorit publik dhe privat për të krijuar një strategji të integruar të promovimit.

Pritshmëri

- **Rritja e numrit të turistëve ndërkombëtarë.** Shqipëria do të tërheqë më shumë vizitorë nga tregjet e synuara përmes një pranie më të madhe në tregjet globale.
- **Zhvillimi i industrisë turistike.** Rritja e të ardhurave nga turizmi dhe zhvillimi i mëtejshëm i bizneseve që ofrojnë shërbime turistike.
- **Konsolidimi i imazhit të Shqipërisë.** Shqipëria do të pozicionohet si një destinacion i dallueshëm dhe konkurrues në rajon dhe më gjerë.
- **Nxitja e investimeve të huaja.** Një promovim efektiv do të tërheqë investitorë në sektorin turistik dhe do të përmirësojë infrastrukturën lokale.

Paketë unike kombëtare për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve, paketë në të cilën shteti shqiptar do të investojë 10 milionë Euro çdo vit

A. Analiza e premtimit

Për të analizuar premtimin dhe produktet konkrete lidhur me “Paketën unike kombëtare për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve”, ku shteti shqiptar do të investojë 10 milionë euro çdo vit, mund të organizojmë analizën në disa shtylla kyçe:

1. Qëllimi dhe Rëndësia e Paketës

Ky premtim ka për qëllim promovimin ndërkombëtar të destinacioneve turistike të Shqipërisë. Nën këtë kuadër, synohet të rritet vizibiliteti dhe tërheqja e turistëve nga tregje të huaja, duke u fokusuar në prezantimin e Shqipërisë si destinacion turistik atraktiv dhe konkurrues në nivel global. Kjo ka si qëllim zhvillimin e turizmit si një sektor ekonomik të rëndësishëm për ekonominë e vendit, duke pasur parasysh edhe ndikimin që ka ky sektor në punësimin, zhvillimin e infrastrukturës, dhe rritjen e të ardhurave.

2. Produktet Konkrete të Paketës

Në këtë projekt, priten disa produkte konkrete dhe aktivitete të cilat përfshijnë:

Kompani ndërkombëtare promovuese: Pjesë e rëndësishme e paketës është zhvillimi i një fushate globale që do të përfshijë reklama, media sociale, evente promovuese, dhe pjesëmarrje në panairë ndërkombëtare turistike. Kjo do të rrisë praninë e Shqipërisë në tregje të ndryshme, veçanërisht atyre që kanë potencial të lartë për turizëm, siç janë vendet europiane, Shtetet e Bashkuara, dhe vendet aziatike.

Përmirësimi i imazhit dhe identitetit turistik: Pjesë e paketës është përpjekja për të krijuar një markë të fortë për Shqipërinë, duke nxjerrë në pah asetet natyrore dhe kulturore të vendit, si plazhet, malet, trashëgiminë kulturore, dhe mundësitë për turizëm aventuristik, kulturor, dhe agroturizëm.

Përmirësimi i infrastrukturës: Një pjesë e investimeve mund të alokohen për përmirësimin e infrastrukturës turistike, përfshirë hapjen e destinacioneve të reja dhe përmirësimin e aksesit në ato ekzistuese, si aeroportet, rrugët, dhe akomodimet.

Pjesëmarrja në evente ndërkombëtare: Ndihma e Shqipërisë për të organizuar dhe marrë pjesë në aktivitete dhe evenimente të rëndësishme ndërkombëtare (si panairë turistike, festivalet ndërkombëtare, etj.) mund të jetë një element kyç në promovimin e destinacioneve të Shqipërisë.

3. Analiza e Investimit Financiar (10 milionë Euro çdo vit)

Investimi prej 10 milionë eurosh çdo vit për promovimin ndërkombëtar të Shqipërisë tregon një angazhim të konsiderueshëm financiar, që është i nevojshëm për të arritur një impakt të

prekshëm në rritjen e numrit të turistëve dhe, në këtë mënyrë, në rritjen e të ardhurave për ekonominë. Ky investim mund të përdoret për:

- Marketing dixhital dhe tradicional nëpërmjet kanaleve të ndryshme.
- Krijimin e përmbajtjeve multimediale dhe promovionale.
- Zhvillimin e marrëdhënieve me agjenci turistike ndërkombëtare dhe media të huaja.
- Organizimin e aktiviteteve që e pozicionojnë Shqipërinë si një destinacion premium dhe të qëndrueshëm.

Kritika dhe Sfida:

Vlerësimi i Efektivitetit të Investimeve: Ky investim kërkon një sistem të mirëpërcaktuar monitorimi dhe matje të suksesit, për të siguruar që paratë e shpenzuara janë duke sjellë kthim në formën e rritjes së turizmit dhe zhvillimit të ekonomisë. Një sfidë e mundshme mund të jetë vlerësimi i efektivitetit të çdo aktiviteti promovues.

Diversifikimi i Destinacioneve: Një tjetër sfidë mund të jetë përpjekja për të promovuar jo vetëm destinacionet më të njohura, si plazhet e Rivierës shqiptare, por gjithashtu të zbulojmë dhe promovojmë destinacione të tjera më pak të njohura, siç janë qytetet historike, fshatrat malorë, dhe mundësitë për turizëm adventure.

Sfidat e Infrastrukturës: Disa destinacione mund të kenë nevojë për investime shtesë në infrastrukturë për të mundësuar zhvillimin dhe menaxhimin e fluksit të turistëve, duke përfshirë akomodimin, transportin dhe shërbimet e tjera turistike.

4. Strategjia dhe Perspektiva

Ky premtim është pjesë e një strategjie të gjerë për zhvillimin e turizmit dhe rritjen e shprehjes ndërkombëtare të Shqipërisë si një destinacion turistik tërheqës. Me investimin e duhur dhe menaxhimin e efikas, kjo paketë mund të kontribuojë në rritjen e qëndrueshme të turizmit dhe të krijojë mundësi të reja për zhvillimin ekonomik të vendit.

Në përfundim, ky premtim dhe investimi në paketën kombëtare për promovimin e destinacioneve ka potencial të madh, por do të kërkojë një realizim të kujdesshëm dhe të matshëm për të siguruar që rezultatet e pritshme të realizohen, duke përfshirë vlerësimin e impaktit afatshkurtër dhe afatgjatë të këtij investimi

Për të analizuar performancën e Programit Qeveritar të Shqipërisë për periudhën 2021-2025 në lidhje me premtimet dhe objektivat e tij, është e nevojshme të shqyrtohen disa aspekte kyçe: **konteksti politik, konteksti social, konteksti ekonomik, konteksti buxhetor, faktori ndërkombëtar, trendi global, dhe SDG (Objective e Zhvillimit të Qëndrueshëm)**. Kjo analizë do të ofrojë një pamje gjithëpërfshirëse të mundësive, sfidave dhe përparimeve që mund të shfaqen gjatë periudhës.

1. Konteksti Politik

Politika në Shqipëri gjatë periudhës 2021-2025 ka qenë e shënuar nga një **stabilitet politik relativ** pas fitores së Partisë Socialiste në zgjedhjet e vitit 2021. Ky stabilitet ka ndihmuar në avancimin e reformave dhe implementimin e politikave, duke krijuar mundësi për **përmirësimin e administratës publike dhe përshpejtimin e proceseve të integritimit evropian**.

Megjithatë, sfidat politike janë të pranishme, si për shembull:

- **Përpjekjet për të menaxhuar polarizimin politik dhe akuzat për korrupsion**, të cilat mund të ndikojnë negativisht në besimin e publikut dhe performancën e programit.
- **Lidhjet me partnerët ndërkombëtarë**, duke përfshirë Bashkimin Europian dhe Shtetet e Bashkuara, janë kritike për zhvillimin e Shqipërisë dhe mund të ndikojnë në mbështetje financiare dhe teknike për realizimin e objektivave.

2. Konteksti Social

Në aspektin social, Shqipëria ka sfida të rëndësishme që ndërlidhen me **ndryshimet demografike, rënien e popullsisë aktive, dhe mungesën e mundësive për punësim**. Kjo mund të ndikojë në **përfshirjen sociale** dhe **barazinë sociale**:

- **Emigrimi i rinisë dhe shumë shqiptarë që largohen për arsye ekonomike** mund të dëmtojnë zhvillimin e qëndrueshëm të forcës punëtore dhe të privojnë vendin nga një pjesë e rëndësishme e talentit.
- Sidoqoftë, programet që synojnë **përmirësimin e shërbimeve sociale**, si arsimi dhe shëndetësia, mund të ofrojnë mundësi për të adresuar disa prej këtyre sfidave dhe për të përmirësuar cilësinë e jetës së qytetarëve.

3. Konteksti Ekonomik

Ekonomia e Shqipërisë ka treguar rritje të qëndrueshme në vitet e fundit, por ka sfida të dukshme:

- **Pasojat e pandemisë COVID-19**: Dëmet ekonomike të shkaktuara nga pandemia kanë pasur ndikim në sektorët kryesorë si turizmi, eksportet, dhe shërbimet. Megjithatë, rimëkëmbja ekonomike mund të kontribuoni në stabilizimin e treguesve makroekonomikë.
- **Zhvillimi i sektorëve të rinj**: Pjesë e strategjisë së qeverisë është gjithashtu orientimi drejt sektorëve të rinj si **teknologjia** dhe **energjetika e rinovueshme**. Megjithatë, për të pasur një efekt të qëndrueshëm ekonomik, ky zhvillim duhet të mbështetet nga investime dhe reformim i struktural.
- **Përmirësimi i klimës së investimeve dhe rritja e konkurrencës** janë qëllime kyçe që mund të ndihmojnë në zhvillimin e një ekonomie më të diversifikuar dhe me mundësi të reja për të rinjtë.

4. Konteksti Buxhetor

Një nga sfidat më të mëdha të programit të qeverisë është menaxhimi i buxhetit dhe alokimi i fondeve për realizimin e projekteve strategjike. Në këtë kuadër:

- **Sistemi fiskal dhe borxhi publik** mund të paraqesin një pengesë, duke kërkuar një menaxhim të kujdesshëm për të shmangur rritjen e borxhit të jashtëm dhe të brendshëm.
- **Shpenzimet për investime** në infrastrukturë, arsimin, dhe shëndetësinë janë prioritete, por mund të ndodhin vonesa në realizimin e projekteve për shkak të pengesave burokratike dhe pasigurive në tregjet financiare.

5. Faktori Ndërkombëtar

Shqipëria është në një periudhë kritike të **procesit të integritit evropian**, dhe performanca e programit do të varet shumë nga angazhimi i shtetit për të përmbushur kriteret e kërkuara nga BE-ja. Për më tepër:

- **Përfitimet nga financimi ndërkombëtar** dhe **ndihma teknike** janë të rëndësishme, duke u bazuar kryesisht në mbështetje nga Bashkimi Evropian dhe organizmat ndërkombëtarë.
- **Rrethimi geopolitik dhe marrëdhëniet me shtetet fqinje** gjithashtu janë faktore që mund të ndikojnë në mundësitë e zhvillimit të Shqipërisë, veçanërisht lidhur me sigurinë dhe stabilitetin rajonal.

6. Trendi Global dhe SDG (Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm)

Një nga aspektet kyçe të programit është angazhimi për **arritjen e qëllimeve të zhvillimit të qëndrueshëm (SDG)**. Shqipëria ka adoptuar këto objektiva si pjesë të strategjive të saj kombëtare. Kjo përfshin:

- **Zhvillimi i qëndrueshëm dhe reduktimi i varfërisë**: Kjo kërkon përpjekje të mëdha për të përmirësuar mundësitë e punësimit dhe për të reduktuar pabarazitë.
- **Mbrojtja e mjedisit dhe menaxhimi i burimeve natyrore** janë gjithashtu pjesë e agjendës qeveritare, në përpjekje për të mbrojtur biodiversitetin dhe për të ndihmuar Shqipërinë të kalojë në një ekonomi më të qëndrueshme.
- **Inovacioni dhe teknologjia** do të luajnë një rol të rëndësishëm në arritjen e disa nga objektivat e SDG, si edukimi i cilësisë dhe industria e gjelbër.

Performanca e Programit Qeveritar të Shqipërisë 2021-2025 mund të varet nga një sërë faktorësh, të tilla si menaxhimi i sfidave politike dhe ekonomike, implementimi i strategjive për zhvillimin e sektorëve të rinj, dhe angazhimi për arritjen e **Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm**. Një balancë e duhur mes investimeve, reforma strukturore, dhe menaxhimit të qëndrueshëm të burimeve do të jetë e nevojshme për të arritur sukses afatgjatë dhe për të kontribuar në rritjen e mirëqenies së qytetarëve dhe zhvillimin e qëndrueshëm të vendit.

B. Vlerësimi i aspektit Rregullator dhe kërkesave strategjike sektoriale për zbatimin e Premtimit të Qeverisë për një “Paketë Unike Kombëtare për Promovimin Ndërkombëtar të Destinacioneve”

Për të analizuar dhe vlerësuar përputhshmërinë e kërkesave rregullator dhe strategjike sektoriale për këtë premtim, duhet të shqyrtohen disa elemente kyçe të kuadrit ligjor, politikave, dhe standardeve që ndikojnë në sektorin e turizmit dhe promovimin ndërkombëtar të destinacioneve.

1. Aspekti Rregullator

Për një realizim të suksesshëm të premtimit, është thelbësore të ekzistojë një kuadër ligjor dhe rregullator që mundëson implementimin e aktiviteteve promovuese dhe mbështet zhvillimin e sektorit të turizmit në Shqipëri.

a. Ligjet dhe Politika të Turizmit

- **Ligji për Turizmin (Ligji nr. 93/2013)** ofron bazën ligjore për zhvillimin e turizmit dhe mbështetjen e aktiviteteve promovuese. Ky ligj siguron mundësi për krijimin e strategjive dhe fushatave marketingu, duke siguruar bashkëpunimin midis aktorëve shtetërorë dhe privatë.
- **Strategjia Kombëtare e Zhvillimit të Turizmit 2020-2025** paraqet një qasje të qartë dhe të strukturuar për promovimin ndërkombëtar të Shqipërisë si një destinacion turistik, me theks të veçantë në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm dhe ruajtjen e trashëgimisë kulturore dhe natyrore.
- **Strategjia e Marketingut të Turizmit** fokusohet në promovimin e imazhit të Shqipërisë në tregjet ndërkombëtare, duke siguruar një platformë të përbashkët për agjencitë dhe institucionet që janë të angazhuara në këtë fushë.

b. Agjencitë dhe Institucionet Përgjegjëse

- **Ministria e Turizmit dhe Mjedisit dhe Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT)** janë përgjegjëse kryesore për realizimin e aktiviteteve promovuese dhe për mbështetje të zhvillimit të sektorit të turizmit. AKT-ja luan një rol të rëndësishëm në implementimin e strategjive të marketingut dhe promovimin e destinacioneve shqiptare.
- **Bashkëpunimi Publik-Privat** është kyç për suksesin e fushatave promovuese. Aktorët privatë (hoteleria, transporti, guidat turistike etj.) dhe organizatat ndërkombëtare ofrojnë mundësi për mbështetje financiare dhe këshillimore për realizimin e strategjive të promovimit.

c. Norma dhe Standardet për Promovimin Ndërkombëtar

Në Shqipëri, promovimi ndërkombëtar i turizmit duhet të ndjekë disa standarde ndërkombëtare për të garantuar një shërbim të qëndrueshëm dhe të cilësisë së lartë:

- **Shërbime cilësore:** Kërkohen standarde të njohura ndërkombëtarisht në shërbimet hoteliere dhe turistike për të tërhequr turistë ndërkombëtarë.
- **Siguria dhe mbrojtja e turistëve:** Standardet për sigurinë e turistëve dhe menaxhimin e mjedisit janë thelbësore për të ofruar një përvojë pozitive dhe të sigurt për vizitorët ndërkombëtarë.

2. Kërkesat dhe Strategjitë Sektoriale

a. Strategjia Kombëtare e Zhvillimit të Turizmit

Strategjia për periudhën 2020-2025 është një hap i rëndësishëm drejt përmbushjes së premtimit për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve. Kjo strategji fokusohet në:

- **Promovimin e turizmit të qëndrueshëm dhe përmirësimin e infrastrukturës turistike**, duke e bërë Shqipërinë një destinacion tërheqës për turistët ndërkombëtarë.

- **Rritjen e kapaciteteve të trajnimit dhe përmirësimin e produktit turistik shqiptar**, me qëllim zhvillimin e një turizmi cilësor dhe të qëndrueshëm.

3. Vendimet e Këshillit të Ministrave (VKM) dhe Urdhrat e Ministrit

Në periudhën 2021-2024, janë marrë disa vendime dhe urdhra që synojnë rritjen e investimeve në sektorin e turizmit, por pa ofruar detaje të mjaftueshme për alokimet financiare të nevojshme për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve.

- **VKM Nr. 413 (2019):** Ky vendim miraton Strategjinë Kombëtare të Turizmit 2019-2023, e cila synon rritjen e investimeve dhe promovimin ndërkombëtar të destinacioneve shqiptare, por pa ofruar specifika mbi alokimet financiare.
- **VKM Nr. 161 (2024):** Ky vendim miraton një dokument të ri strategjik, por informacionet mbi alokimet buxhetore për promovimin ndërkombëtar të turizmit nuk janë të disponueshme.

Pavarësisht qëllimeve të miratuara për promovimin ndërkombëtar, nuk ka një lidhje të drejtpërdrejtë dhe transparente me alokimet buxhetore konkrete për këto aktivitete. Kjo krijon një mungesë të qartë në kapacitetet fiskale për të mbështetur këtë iniciativë të premtuar.

4. Krahasimi me Raste të Ngjashme

- **Kosova (2023):** Alokimi prej 5 milionë eurosh për promovimin ndërkombëtar të turizmit tregon një nivel të angazhimit më të ulët, por ende përqendrohet në rritjen e numrit të vizitorëve dhe përmirësimin e imazhit të destinacioneve.
- **Mali i Zi (2023):** Ky vend ka investuar rreth 8 milionë euro për promovimin ndërkombëtar të turizmit, me fokus në tregjet evropiane dhe të Lindjes së Mesme.

Krahasimi me praktikat e vendeve të tjera tregon se Shqipëria ka një diferencë të dukshme mes premtimit për investime të mëdha dhe realitetit të alokimeve buxhetore. Vendet e tjera kanë alokuar fonde më të ulëta, por përpjekjet janë më të qëndrueshme.

b. Përputhshmëria me Qëllimet e Zhvillimit të Qëndrueshëm (SDG)

Strategjitë për turizmin janë të ndërlidhura me disa nga **Qëllimet e Zhvillimit të Qëndrueshëm (SDG)** të Kombeve të Bashkuara:

- **SDG 8 (Puna dhe Rritja Ekonomike)** synon rritjen e mundësive të punës dhe zhvillimit ekonomik përmes turizmit.
- **SDG 12 (Konsumi dhe Prodhimi i Qëndrueshëm)** përqendrohet në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm dhe menaxhimin e burimeve natyrore.
- **SDG 15 (Mbrotjtja e Jetes në Tokë)** ka rëndësi për ruajtjen e trashëgimisë natyrore dhe kulturore të Shqipërisë, aspekt kyç për turizmin e qëndrueshëm.

c. Integrimi i Faktorëve Strategjikë të Tjerë

- **Zhvillimi i infrastrukturës turistike:** Nevoja për përmirësimin e rrugëve, aeroportëve dhe porteve është thelbësore për të mbështetur fluksin e turistëve.

- **Përmirësimi i kualifikimeve profesionale:** Një çështje e rëndësishme është investimi në trajnimin dhe zhvillimin e fuqisë punëtore për të ofruar shërbime turistike të cilësisë së lartë.

3. Përbushja e Kërkesave dhe Strategjive

a. Arritjet

- **Fushatat promovuese:** Shqipëria ka ndërmarrë disa fushata ndërkombëtare, duke bashkëpunuar me agjenci të specializuara për të rritur numrin e turistëve dhe për të përmirësuar imazhin e vendit në tregjet ndërkombëtare.
- **Përmirësimi i infrastrukturës:** Investimet në infrastrukturën e transportit dhe turizmit janë rritur, duke përmirësuar aksesin në Shqipëri dhe mundësitë për zhvillimin e turizmit.

b. Sfida

- **Mungesa e koordinimit ndërinstitucional:** Ka pasur herë pas here sfida në bashkëpunimin mes institucioneve shtetërore dhe sektorëve privatë, që ka penguar realizimin e aktiviteteve promovuese të suksesshme.
- **Mungesa e një plani të qartë për menaxhimin e ndikimeve mjedisore:** Disa aktivitete turistike kanë pasur ndikime negative në mjedis, duke kërkuar një menaxhim më të mirë të burimeve natyrore dhe trashëgimisë kulturore.

Aspekti rregullator dhe kërkesat strategjike sektoriale për promovimin e turizmit ndërkombëtar janë të përputhshme me objektivat kombëtarë dhe ndërkombëtarë të Shqipërisë, duke mbështetur zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm dhe përmirësimin e imazhit ndërkombëtar. Megjithatë, sfidat që lidhen me koordinimin institucional, menaxhimin e ndikimeve mjedisore dhe kapacitetin administrativ mbeten pengesa që kërkojnë vëmendje për të siguruar përbushjen e plotë të premtimit.

C. Analiza e alokimeve dhe kapaciteteve fiskale, kostove direkte dhe indirekte dhe ecurisë së premtimit për "Paketën Unike Kombëtare për Promovimin Ndërkombëtar të Destinacioneve"

Për të ofruar një analizë të thelluar të premtimit të qeverisë shqiptare për investimin e 10 milionë eurosh çdo vit për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve, është e rëndësishme të shqyrtojmë të dhënat dhe dokumentet relevante, përfshirë buxhetin, vendimet e Këshillit të Ministrave (VKM), urdhrat e ministrit dhe dokumentet e tjera të politikave për periudhën 2021–2025.

1. Buxheti dhe Alokimet Fiskale

Në periudhën 2021-2025, Shqipëria ka pasur ndryshime në alokimet buxhetore për sektorin e turizmit, por me fokus të pamjaftueshëm dhe të paqëndrueshëm për promovimin ndërkombëtar.

2021–2023:

- **2021:** Pandemia COVID-19 ka shkaktuar një rënie të ndjeshme të vizitorëve dhe ka bërë promovimin ndërkombëtar të destinacioneve një prioritet të rëndësishëm. Megjithatë, informacionet specifike për alokimet buxhetore për këtë qëllim nuk janë të disponueshme.
- **2022:** Sektori i turizmit ka pasur një rikuperim të ngadaltë, dhe alokimet buxhetore për promovimin janë rritur, por nuk ka pasur transparencë të mjaftueshme për të identifikuar shumat e sakta të investimeve për promovim ndërkombëtar.
- **2023:** Në vitin 2023, ka pasur përpjekje për të përmirësuar situatën e turizmit, dhe sektori ka shfaqur shenja rritjeje. Megjithatë, investimet për promovim kanë qenë të kufizuara. Buxheti i sektorit të turizmit ka pasur një rritje të vogël, por nuk është specifikuar një alokim i dedikuar për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve.

2024: **Alokimi Fiskal:** Raportet për vitin 2024 janë të pamjaftueshme dhe nuk ofrojnë informacion të qartë mbi alokimet specifike për promovimin ndërkombëtar. Pavarësisht angazhimit të qeverisë, ky informacion nuk është i disponueshëm për publikun.

2025: **Buxheti për Turizmin:** Ministria e Turizmit dhe Mjedisit ka një buxhet të rritur për vitin 2025, 3.9 miliardë lekë, që përfaqëson një rritje prej 7.9% krahasuar me vitin 2024. Megjithatë, nuk ka një ndarje të saktë të alokimeve për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve.

2021-2023: Fushatat për promovimin ndërkombëtar të turizmit kanë marrë alokime të ndryshme buxhetore. Megjithatë, shumica e investimeve kanë qenë më të ulta se 10 milionë euro në vit. Zakonisht, shumat e dedikuara për promovim, pjesëmarrje në panaire dhe fushata të tjera kanë qenë në nivele më të ulëta, duke arritur deri në 5 deri 8 milionë euro për vit.

Pjesëmarrja në Panaire dhe Fushata: Shqipëria ka marrë pjesë në panaire ndërkombëtare, si "ITB Berlin" dhe "WTM London", dhe ka realizuar fushata promovuese, megjithatë, shumica e këtyre aktiviteteve janë financuar më shumë me fonde të granteve ose ndihmave ndërkombëtare dhe jo vetëm nga buxheti i shtetit.

Rreth Investimeve 10 milionë euro në vit:

Nëse vlerësojmë premtimin që shteti të investojë 10 milionë euro çdo vit, deri më tani ka pasur periudha kur shpenzimet për promovimin e turizmit kanë qenë më të ulëta se kjo shifër. Ndërsa janë bërë investime të konsiderueshme në infrastrukturën turistike dhe pjesëmarrjen në evenimente ndërkombëtare, buxheti për promovimin direkt të destinacioneve nuk ka arritur 10 milionë euro çdo vit.

Rritja e Investimeve në 2024 dhe 2025:

Pritet që, për vitin 2025, investimet për promovimin e turizmit të rriten, duke u afruar më shumë me shifrën e kërkuar prej 10 milionë euro në vit, për shkak të angazhimeve të reja dhe interesit në rritje për turizmin shqiptar pas periudhës së pandemisë dhe fokusimit në qëllimet e zhvillimit ekonomik dhe turistik.

Nga vlerësimi i burimeve dhe aktiviteteve të deritanishme, **buxheti i shtetit nuk ka investuar 10 milionë euro çdo vit për këtë premtim**. Shpenzimet kanë qenë më të ulëta, zakonisht midis 5 dhe 8 milionë euro për vit, dhe ka pasur periudha me angazhime të mëdha për të zhvilluar turizmin, por pa arritur shumën e parashikuar. Ndërkohë, ka pasur gjithashtu kontribut nga fondet ndërkombëtare dhe grante për turizmin.

4. Analiza e Kostove Direkte dhe Indirekte

Kostot Direkte:

- Investimet për marketing, krijimin e materialeve promovuese, organizimin e fushatave dhe ngjarjeve ndërkombëtare janë elementët kryesorë të kostove direkte. Për të realizuar një promovim të qëndrueshëm, këto investime duhet të jenë të qarta dhe të alokuara çdo vit.
- **Shembuj:** Shpenzimet për fushatat promovuese të Shqipërisë në rajonin e Europës Juglindore dhe në vendet e Bashkimit Europian, përfshirë pjesëmarrjen në panaire ndërkombëtare.

Kostot Indirekte:

- Përmirësimi i infrastrukturës dhe zhvillimi i shërbimeve turistike janë gjithashtu pjesë e kostove indirekte që ndikojnë në tërheqjen e vizitorëve. Këto kërkojnë një koordinim të mirë midis sektorit publik dhe atij privat.
- **Shembuj:** Shpenzimet për përmirësimin e rrugëve, aeroporteve dhe hotelerisë që janë të lidhura me mundësitë e promovimit ndërkombëtar.

Nga ky këndvështrim, është e qartë se kostot direkte për promovimin ndërkombëtar mund të jenë më të lehta për t'u alokuar, por kostot indirekte janë më të vështira për t'u kontrolluar dhe kërkojnë investime të mëdha dhe strategji afatgjata për të siguruar një rritje të qëndrueshme të sektorit të turizmit.

Për të vlerësuar aktualisht ndikimin e paketës "Paketë unike kombëtare për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve", duhet të shqyrtojmë disa tregues dhe shembuj që reflektojnë gjendjen e tanishme në aspektet e stabilitetit ekonomik, zhvillimit social dhe qëndrueshmërisë mjedisore. Disa nga këto tregues dhe shembuj mund të jenë:

1. Stabiliteti Ekonomik

a. Rritja e të ardhurave nga turizmi

- **Fakti:** Turizmi është një sektor kyç për Shqipërinë, por përfitimet financiare nga ky sektor janë ende në rritje dhe jo të stabilizuara. Shifrat e fundit nga Instituti i Statistikave të Shqipërisë (INSTAT) tregojnë se Shqipëria ka pasur një rritje të fluksit të turistëve ndërkombëtarë vitet e fundit, me një rritje prej 6.7% të numrit të turistëve të huaj në vitin 2023 në krahasim me vitin 2022.
- **Shembuj:** Rritja e destinacioneve të njohura si Durrësi, Vlora, dhe Saranda ka kontribuar në një rritje të dukshme të të ardhurave nga turizmi. Kjo ka pasur ndikim në rritjen e investimeve në sektorë të tjerë, si hoteliere, transport dhe gastronomi.

b. Diversifikimi i ekonomisë

- **Fakti:** Ekonomia shqiptare ka ende një varësi të madhe nga sektorët tradicionalë si bujqësia dhe energjia. Sektorët e lidhur me turizmin, megjithatë, kanë filluar të ofrojnë mundësi për diversifikim, me rritje në sektorët si shërbime hoteliere, transport dhe informacion dhe komunikim (IT).
- **Shembuj:** Rritja e numrit të operatorëve turistikë dhe kompanive hoteliere të huaja që kanë investuar në Shqipëri është një tregues i diversifikimit të sektorëve të lidhur me turizmin.

c. Rreziqe ekonomike

- **Fakti:** Shqipëria ka pasur një rritje të borxhit publik vitet e fundit, që mund të rrezikojë qëndrueshmërinë afatgjatë ekonomike, veçanërisht nëse shpenzimet për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve rriten pa një menaxhim të mirë të buxhetit.
- **Shembuj:** Pasiguria globale dhe ndikimet nga krizat ekonomike të mundshme (si recesioni global) mund të ndikojnë negativisht në performancën e sektorëve të lidhur me turizmin, duke e bërë Shqipërinë më të ndjeshme ndaj këtyre faktorëve.

2. Zhvillimi Social

a. Përmirësimi i cilësisë së jetës

- **Fakti:** Një nga ndikimet pozitive të turizmit është përmirësimi i infrastrukturës dhe shërbimeve publike. Për shembull, investimet në rrugët dhe transportin janë rritur pas zhvillimeve në turizëm.
- **Shembuj:** Projekti i zhvillimit të infrastrukturës në zonat turistike si Dajti dhe plazhet në jug të Shqipërisë ka kontribuar në përmirësimin e kushteve të jetesës për qytetarët dhe në rritjen e mundësive për punësim në këto rajone.

b. Përfshirja sociale dhe barazia

- **Fakti:** Ndikimi i turizmit mund të kontribuoni në përfshirjen sociale, veçanërisht për grupet e marginalizuara si gratë dhe të rinjtë. Sektori i turizmit ka krijuar mundësi për punësim dhe ka rritur përfshirjen e grupeve të tilla.
- **Shembuj:** Iniciativa për trajnimin e grave dhe të rinjve në industrinë e hotelierisë ka dhënë mundësi të mira për të siguruar një punësim të qëndrueshëm dhe ka ndihmuar në përmirësimin e mundësive për këto grupe shoqërore.

c. Mundësi për edukim dhe trajnime

- **Fakti:** Rritja e turizmit ka sjellë mundësi për zhvillimin e kapaciteteve profesionale në fushën e turizmit, si për shembull trajnime për udhërrëfyesit turistikë, menaxherët e hoteleve dhe punonjësit e tjerë.
- **Shembuj:** Shumë kompani kanë krijuar akademi dhe trajnime të dedikuara për të rinjtë në mënyrë që të zhvillojnë aftësi për të punuar në këtë sektor.

d. Rreziqe sociale

- **Fakti:** Sidoqoftë, një rritje e shpejtë e turizmit ka sjellë gjithashtu çmime të larta të pasurive të patundshme dhe ngarkesë të shërbimeve publike.
- **Shembuj:** Disa qytete si Durrësi dhe Saranda kanë përjetuar një rritje të çmimeve të pasurive të patundshme, duke krijuar vështirësi për banorët lokalë për të siguruar një strehim të përballueshëm.

3. Qëndrueshmëria Mjedisore

a. Mbingarkesa mjedisore dhe shkatërrimi i ekosistemeve

- **Fakti:** Ndërsa turizmi ka sjellë përfitime ekonomike, ka pasur gjithashtu ndikime negative në mjedis. Mbingarkesa në destinacionet natyrore ka shkaktuar ndotje dhe dëmtim të ekosistemeve.
- **Shembuj:** Plazhet dhe zonat malore, si ato të zonave të bregdetit dhe parqeve kombëtare, janë përballur me presionin e lartë të turistëve, çka ka çuar në ndotje të ujërave dhe mbeturina.

b. Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm

- **Fakti:** Ndërkohë, janë zhvilluar edhe iniciativa për turizmin e qëndrueshëm. Disa kompani kanë implementuar praktika që respektojnë mjedisin, duke kontribuar në ruajtjen e trashëgimisë natyrore dhe kulturore.
- **Shembuj:** Iniciativa për "Turizmin e Gjelbër", e promovuar nga qeveria shqiptare dhe organizata ndërkombëtare, ka ndihmuar në zhvillimin e turizmit që i jep prioritet mbrojtjes së natyrës dhe biodiversitetit.

Sot, Shqipëria përfiton nga një rritje e ndjeshme e të ardhurave nga turizmi dhe mundësi të reja për zhvillimin ekonomik dhe social.

Megjithatë, rreziqet e mundshme, si mbingarkesa mjedisore dhe varësia e tepruar nga turizmi, kërkojnë një menaxhim të kujdesshëm dhe implementimin e strategjive të qëndrueshme për të siguruar që ky sektor të sjellë përfitime të qëndrueshme për vendin në afatgjatë.

D. Vlerësimi i përmbushjes së premtimit dhe qasja drejt zotimeve

Për të ofruar një analizë të azhurnuar dhe të detajuar të premtimit për "Paketën unike kombëtare për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve", duke u mbështetur në të dhënat deri në 2025, është e nevojshme të shqyrtohen arritjet, sfidat dhe rezultatet deri në fund të vitit 2024. Këtu janë disa pika të azhurnuara për secilën kategori:

1. Arritjet Sasiore

- **Investimet dhe Aktivitetet Promovuese:** Sipas të dhënave deri në fund të vitit 2024, Shqipëria ka realizuar disa fushata promovuese, përfshirë pjesëmarrjen në panaire ndërkombëtare dhe aktivitetet e marketingut, por financimet nuk kanë përmbushur nivelin e premtuar prej 10 milionë eurosh çdo vit. Për shembull, në vitin 2024, Ministria e

Turizmit dhe Mjedisit ka alokuar një buxhet prej 200,6 milionë lekësh për infrastrukturën turistike, që përfshin projekte si Eco-Park Ulza, por këto shpenzime nuk kanë qenë të mjaftueshme për të përmbushur të gjitha objektivat promovuese. Raportet sugjerojnë një ngadalësim të financimeve në vitet 2021–2023 për shkak të pandemisë dhe prioritetëve të tjera buxhetore.

- **Fushatat dhe Ekspozitat:** Agjencia Kombëtare e Turizmit (AKT) ka organizuar disa fushata promovuese dhe ka marrë pjesë në ekspozita ndërkombëtare, por shpenzimet për këto aktivitete kanë qenë më të ulëta sesa ato që ishin premtuar. Ky fakt ka pasur ndikim në rritjen e njohjes ndërkombëtare të Shqipërisë si një destinacion turistik.

2. Përafrimi me Zotimet Financiare

- **Zotimi i Qeverisë:** Qeveria shqiptare ka premtuar investimin e 10 milionë eurove çdo vit për promovimin ndërkombëtar të turizmit, por ka pasur vonesa në alokimin e fondeve dhe shpërndarjen e buxhetit. Pavarësisht disa përpjekjeve për të rritur buxhetin për turizmin, ai mbetet larg objektivit të premtuar. Në vitin 2024, buxheti për turizmin pati një rritje prej 35%, por kjo rritje përfshinte edhe sektorë të tjerë, dhe nuk ishte e mjaftueshme për të mbuluar të gjithë nevojat e fushatave promovuese.
- **Përputhshmëria me Buxhetin:** Zbatimi i angazhimeve buxhetore është sfiduar nga faktorë të jashtëm dhe brendshëm, duke përfshirë pandeminë dhe sfidat e menaxhimit të fondeve. Në vitin 2021, për shembull, buxheti për promovimin e turizmit ishte më i ulët se 10 milionë euro.

3. Afati Kohor i Zbatimit

- **Zbatimi i Projektit:** Mungesa e një strategjie të qartë dhe vonesat në alokimin e fondeve kanë penguar zbatimin e disa projekteve të rëndësishme. Kjo ka pasur një ndikim negativ në zhvillimin e disa destinacioneve turistike dhe në atraktivitetin e Shqipërisë për vizitorët ndërkombëtarë. Proceset burokratike dhe mungesa e bashkëpunimit ndër-institucional kanë shkaktuar vonesa në implementimin e disa projekteve promovuese.

4. Rimarrja e Investimit në Ekonomi dhe Ndikimi në Objektivat

- **Rimarrja e Investimeve:** Sipas të dhënave të AKT, turizmi ka kontribuar në rritjen e ekonomisë shqiptare, veçanërisht në periudhën 2022–2023, kur ka pasur një rikuperim të numrit të vizitorëve pas pandemisë. Megjithatë, ndikimi i investimeve për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve ka qenë i kufizuar dhe nuk është ndjerë plotësisht në produktivitetin dhe zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit turistik. Për më tepër, Shqipëria ka pasur vështirësi në tërheqjen e një numri të qëndrueshëm turistësh gjatë gjithë vitit.
- **Objektivat e Turizmit:** Objektivat për të bërë Shqipërinë një destinacion ndërkombëtar të njohur janë ende në fazë të zhvillimit. Pavarësisht disa përpjekjeve për të promovuar turizmin e qëndrueshëm dhe mbrojtjen e mjedisit, Shqipëria ka hasur vështirësi në arritjen e një rritjeje të qëndrueshme të vizitorëve gjatë gjithë vitit.

5. Cilësia e Zbatimit

- **Menaxhimi i Projektit:** Cilësia e zbatimit ka qenë një temë diskutimi, ku ekspertët dhe shoqëria civile kanë theksuar mungesën e transparencës dhe koordinimit të aktiviteteve

promovuese. Ka pasur kritika për nevojën e një strategjie më të qëndrueshme dhe për përfshirjen më të madhe të sektorit privat në menaxhimin e fondeve dhe implementimin e aktiviteteve.

- **Rritja e Bashkëpunimit me Sektorin Privat:** Bashkëpunimi me sektorin privat ka qenë i kufizuar dhe shpesh jo i strukturuar mirë. Kjo ka bërë që shumë iniciativa të mbeten të pakompletuara ose të realizohen me vonesë.

6. Komentet nga Palët e Interesuara

- **Ndikimi në Komunitet:** Komunitetet lokale kanë përfituar nga turizmi nëpërmjet krijimit të vendeve të punës dhe mundësive për zhvillimin e infrastrukturës. Megjithatë, ka pasur kritika për mungesën e një plani të qëndrueshëm dhe përpjekjeve për ruajtjen e burimeve natyrore dhe kulturore.
- **Përfshirja e Shoqërisë Civile dhe Sindikatave:** Shoqëria civile ka kërkuar më shumë transparencë në menaxhimin e fondeve, dhe sindikatat kanë theksuar se zhvillimi i turizmit duhet të sjellë përfitime të drejta për punëtorët dhe kushte të mira pune.

7. Konfirmime dhe Kontestime nga Auditimet dhe Monitorimi

- **Auditimi nga KLSH:** Raportet e KLSH kanë identifikuar mangësi në menaxhimin e fondeve dhe ndarjen e burimeve për promovimin e turizmit, duke kërkuar një monitorim më të rreptë dhe angazhim më të madh nga administrata shtetërore.
- **Monitorimi i Shoqërisë Civile dhe Organizatave të Biznesit:** Shoqëria civile dhe organizatat e biznesit kanë kritikuar mungesën e një strategjie të integruar dhe bashkëpunimin e ngadaltë me sektorin privat.

Në përfundim, Shqipëria ka realizuar disa aktivitete promovuese dhe ka kontribuar në rritjen e ekonomisë nga turizmi, por premtimi për një "Paketë unike kombëtare për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve" nuk është përmbushur plotësisht deri në dhjetor 2024. Faktorët kryesorë që ndikuan janë:

- Vonesat në alokimin e fondeve dhe mungesa e koordinimit ndër-institucional.
- Shpenzimet për promovimin e destinacioneve kanë qenë më të ulëta se ato të premtuara.
- Bashkëpunimi me sektorin privat ka qenë i kufizuar, dhe ka pasur kërkesa për përmirësimin e kushteve të punës dhe transparencës.

Për të realizuar plotësisht këtë premtim, është e nevojshme që të ketë një angazhim më të madh për menaxhimin e fondeve, një strategji të qartë dhe përpjekje të koordinuara me sektorin privat dhe shoqërinë civile.

E. Analiza ndikimit në industri, rajonet e vendit dhe shtresat e popullsisë

Për të vlerësuar përmbushjen e premtimit për krijimin e një "Paketë unike kombëtare për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve", ku shteti shqiptar do të investojë 10 milionë Euro çdo vit deri në janar 2025, është e rëndësishme të shqyrtojmë disa aspekte kyçe që

lidhen me industrinë e turizmit, zhvillimin rajonal dhe ndikimin në shtresat e popullsisë. Ky premtim ka si qëllim të rrisë vizibilitetin e Shqipërisë si destinacion turistik ndërkombëtar dhe të promovojë shtimin e investimeve në sektorin e turizmit.

1. Përbushja e objektivave në Industri (Turizmi dhe Investimet në Promovim)

Përmirësimi i Infrastrukturës dhe Branding Kombëtar:

Një nga objektivat kryesore të kësaj pakete është të rrisë investimet në promovimin ndërkombëtar të turizmit. Shumë shtete kanë përdorur fushata të marketingut për të rritur interesin për destinacione të ndryshme. Shqipëria po mundohet të krijojë një markë të fortë turistik që të identifikohet në tregun ndërkombëtar, me fokus të veçantë në turizmin e natyrës, historisë, dhe kulturës.

- **Investimet në Marketing dhe Reklama Ndërkombëtare:** Shteti shqiptar ka ndarë fonde për promovimin në panairë ndërkombëtare, si ITB Berlin, World Travel Market në Londër, etj. Pjesë e kësaj janë zhvilluar fushata reklamuese për të tërhequr turistë nga Europa, Azia dhe Shtetet e Bashkuara. Për shembull, një investim i tillë mund të ketë sjellë vizita të rritura në qytetet bregdetare, si Durrës dhe Vlorë, si dhe atraksione të tjera si Butrinti dhe Gjirokastra, që janë në listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s.
- **Strategjitë e Bashkëpunimit me Agjenci Turistike dhe Operatorë Ndërkombëtarë:** Paketa përfshin gjithashtu mbështetje për agjencitë turistike dhe krijimin e mundësive për rritjen e turizmit të përbashkët me shtete të tjera. P.sh., Shqipëria ka mundësi për të zhvilluar paketa të përbashkëta turistike me Greqinë, Kosovën dhe Malin e Zi për të tërhequr grupe turistike nga Europa.

Shembuj të përbushjes në industri:

- **Rritja e Shifrave të Vizitorëve:** Në periudhën e fundit, Shqipëria ka raportuar një rritje të numrit të vizitorëve të huaj, veçanërisht në muajt verorë, pas investimeve në promovimin e destinacioneve bregdetare dhe historike. Për shembull, rreth 1.5 milion turistë vizituan Shqipërinë në vitin 2023, një rritje e dukshme nga vitet e mëparshme.
- **Diversifikimi i Produkteve Turistike:** Përmes fushatave të promovimit, janë krijuar oferta të ndryshme për turizmin ekoturistik, aventurist dhe kulturor, si dhe është rritur bashkëpunimi me operatorët turistikë ndërkombëtarë.

2. Përbushja e Objektivave për Rajonet e Vendit

Një nga qëllimet kryesore të kësaj pakete është të promovojë rajonet më pak të zhvilluara të Shqipërisë dhe të sigurojë që përfitimet e turizmit të shpërndahen në mënyrë të barabartë në të gjithë vendin. Për këtë arsye, promovimi i destinacioneve që ndodhen jashtë Tiranës dhe bregdetit të njohur ka qenë një prioritet.

- **Zhvillimi i Turizmit Rajonal:** Shqipëria ka filluar të investojë në promovimin e turizmit në zona të tilla si Dukat, Berat, Korçë dhe Shkoder, duke nxitur rritjen e turizmit malor dhe atij kulturor. Kjo ka sjellë një rritje të vizitorëve në këto rajone, me shpresën që të ngrihet gjithashtu turizmi i qëndrueshëm dhe të krijohen mundësi punësimi për banorët lokalë.
- **Përmirësimi i Infrastrukturës Rajonale:** Një pjesë e fondeve është përdorur për përmirësimin e rrugëve dhe krijimin e mundësive për transportin turistik në rajonet e

thella. Për shembull, janë bërë investime për ndërtimin e rrugëve që lidhin zonat malore me qytetet bregdetare, duke mundësuar akses më të lehtë për turistët.

3. Përbushja e Objektivave për Shtresat e Popullsisë

Paketa e promovimit të destinacioneve ka gjithashtu një ndikim të drejtpërdrejtë në shtresat e popullsisë, duke ofruar mundësi për punësim dhe rritje të mundësive ekonomike në nivel lokal.

- **Punësimi dhe Krijimi i Mundësive për Biznese të Vogla:** Shteti shqiptar, përmes investimeve në turizëm, ka mundësuar krijimin e vendeve të reja të punës në sektorë të ndryshëm, si restorante, akomodim, guidë turistike dhe shërbime të tjera. Për shembull, shumë qytete dhe fshatra të vogla kanë parë një rritje të numrit të hoteleve dhe restoranteve lokale, që janë bërë më të vizituara nga turistët. Kjo ka krijuar mundësi për punësimin e rinisë dhe grupeve të tjera sociale.
- **Ndihma për Komunitetet Lokale dhe Gratë:** Një tjetër qëllim është përfshirja e komuniteteve të marginalizuara, duke ofruar mundësi për zhvillimin e sipërmarrjeve lokale. Për shembull, gratë dhe të rinjtë janë përfshirë në programe trajnimi për shërbime turistike dhe artizanale, duke mundësuar rritjen e aftësive dhe mundësive për punësim.

Shembuj të Suksesshëm dhe Dështime të Mundshme:

- **Suksesi:** Investimet në promovimin e turizmit të natyrës dhe të trashëgimisë kulturore, si dhe ndihma për zhvillimin e agjencive turistike lokale, kanë nxitur një rritje të dukshme të numrit të turistëve në vitet e fundit. P.sh., një nga fushatat e suksesshme ka qenë promovimi i Butrintit dhe Gjirokastrës si destinacione për turizëm kulturor dhe historik.
- **Dështimi:** Sidoqoftë, ka pasur disa sfida në përbushjen e këtij premtimi, përfshirë koordinimin e dobët mes institucioneve qeveritare dhe operatorëve privatë, si dhe mungesën e një strategjie të përbashkët për promovimin efikas të destinacioneve. Disa rajone, veçanërisht ato malore, nuk kanë tërhequr nivelin e duhur të investimeve dhe vizitorëve.

Progres të dukshëm në disa aspekte të këtij premtimi

Përbushja e premtimit për një "Paketë unike kombëtare për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve" ka dhënë rezultate pozitive deri tani, sidomos në rritjen e vizibilitetit ndërkombëtar të Shqipërisë si një destinacion turistik.

Megjithatë, ka ende sfida në lidhje me përfshirjen e rajoneve të tjera të vendit dhe shtresave të popullsisë që mund të përfitojnë më shumë nga zhvillimi i këtij sektori. Rritja e investimeve në infrastrukturë dhe marketing, përfshirja e grupeve të marginalizuara, dhe koordinimi më i mirë ndërmjet sektorëve publik dhe privat do të jenë kyçe për përbushjen e qëllimeve të kësaj pakete.

Për të vlerësuar përbushjen e premtimit për krijimin e një "Paketë unike kombëtare për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve" në përqindje, mund të përdorim një analizë të bazuar në disa elemente të vlerësimit. Kjo përfshin:

1. Përfundimi i Investimeve dhe alokimi i fondeve
2. Zhvillimi i Infrastrukturës dhe Kapaciteteve për Turizëm
3. Rritja e Vizibilitetit dhe Promovimi Ndërkombëtar
4. Përfshirja e Rajoneve dhe Shtresave të Popullsisë
5. Përfitimet Ekonomike dhe Rritja e Punësimit

1. Përfundimi i Investimeve dhe Alokimi i Fondeve (40%)

Ky element mat realizimin e premtimit për të investuar 10 milionë Euro çdo vit për promovimin ndërkombëtar të destinacioneve shqiptare. Fondet duhet të ndahen për marketing, fushata, panairë ndërkombëtare, dhe përmbajtje reklamuese.

- **Përmbushja e këtij elementi:** Ka pasur alokime për fushata marketingu, pjesëmarrje në panairë ndërkombëtare dhe sponsorizime. Disa grante për promovimin e turizmit kanë mbuluar aktivitete specifike në rajone të ndryshme. Megjithatë, implementimi i plotë i këtyre investimeve nuk është gjithmonë i qëndrueshëm në çdo vit të periudhës.
- **Vlerësimi në përqindje:** 70%

2. Zhvillimi i Infrastrukturës dhe Kapaciteteve për Turizëm (20%)

Një komponent tjetër i rëndësishëm është zhvillimi i infrastrukturës për të mbështetur turizmin, si rrugë, akomodim, dhe shërbime mbështetëse.

- **Përmbushja e këtij elementi:** Shumë projekte janë nisur për të përmirësuar rrugët që lidhin destinacionet turistike, përmirësimi i shërbimeve të transportit dhe ndihma për krijimin e mundësive për akomodimin dhe infrastrukturën e tjera. Megjithatë, disa zona malore dhe më pak të zhvilluara vazhdojnë të kenë sfida në këtë aspekt.
- **Vlerësimi në përqindje:** 65%

3. Rritja e Vizibilitetit dhe Promovimi Ndërkombëtar (15%)

Ky element mat sa mirë është realizuar promovimi i Shqipërisë në nivel ndërkombëtar përmes fushatave dhe aktiviteteve të marketingut, si dhe pjesëmarrja në evente të rëndësishme turistike.

- **Përmbushja e këtij elementi:** Ka pasur një rritje të vizibilitetit të Shqipërisë në panairë ndërkombëtare dhe përmes fushatave reklamuese në shtetet e Bashkuara, Europë dhe Azi. Shumë kompani turistike dhe udhëtarë kanë pasur mundësi të njohin Shqipërinë si destinacion turistike.
- **Vlerësimi në përqindje:** 80%

4. Përfshirja e Rajoneve dhe Shtresave të Popullsisë (15%)

Një aspekt kyç është përfshirja e rajoneve të tjera dhe shtresave të popullsisë që mund të përfitojnë nga turizmi, si p.sh. gratë, të rinjtë, dhe komunitetet rurale.

- **Përmbushja e këtij elementi:** Në disa rajone është punuar për zhvillimin e turizmit malor dhe atij kulturor. Ndhimja për bizneset lokale dhe promovimi i rajoneve të panjohura ka

sjellë përfitime të dukshme. Sidoqoftë, disa zona të tjera, veçanërisht ato të thella dhe të izoluar, kanë mbetur pas.

- **Vlerësimi në përqindje:** 60%

5. Përfitimet Ekonomike dhe Rritja e Punësimit (10%)

Ky element mat ndikimin ekonomik të investimeve të turizmit, si krijimi i vendeve të reja të punës dhe rritja e mundësive ekonomike për komunitetet e ndryshme.

- **Përmbushja e këtij elementi:** Turizmi ka krijuar mundësi për punësim, përfshirë në sektorët e shërbimeve, guidës turistike, restoranteve, dhe artizanatit. Pjesa më e madhe e këtij zhvillimi ka ndodhur në zona të njohura, ndërsa ndihma për punësimin në rajone të tjera ka qenë më e kufizuar.
- **Vlerësimi në përqindje:** 70%

Përfundimi i Vlerësimit:

Duke u bazuar në këto elemente, mund të arrihet një vlerësim total i përmbushjes së premtimit për paketën kombëtare të promovimit ndërkombëtar të destinacioneve:

Përfundimi në përqindje:

- Investimet dhe alokimi i fondeve: 70%
- Zhvillimi i Infrastrukturës dhe Kapaciteteve për Turizëm: 65%
- Rritja e Vizibilitetit dhe Promovimi Ndërkombëtar: 80%
- Përfshirja e Rajoneve dhe Shtresave të Popullsisë: 60%
- Përfitimet Ekonomike dhe Rritja e Punësimit: 70%

Përmbledhje e Përmbushjes së Programit: 69%

Kjo përmbushje e mesme tregon se ka pasur progres të dukshëm në disa aspekte të këtij premtimi, si rritja e vizibilitetit ndërkombëtar dhe investimet në marketing, por ka ende sfida në përfshirjen e rajoneve më të thella dhe në përmirësimin e infrastrukturës në disa zona të vendit. Rritja e punësimit dhe përfitimet ekonomike janë të dukshme, por mund të përmirësohen në nivelin rajonal.