

**Agjencia Kombëtare e Arsimit, Formimit Profesional dhe Kualifikimeve
Sektori i Hartimit të Kurrikulave dhe Materialeve Mbështetëse**

MATERIAL MËSIMOR

Në mbështetje të mësuesve të profilit mësimor

“SIPËRMARRJE E AGJENCISË TURISTIKE”

Niveli IV i KSHK

Ky material mësimor i referohet:

- **Lëndës profesionale: “ GJEOGRAFIA DHE TURIZMI” Kl. 13 (L-13-353-14).**

Përgatiti:

Dhimitër Doka

Afërdita Mëhilli (Alizoti)

Ermira Mani

Tiranë, 2021

Tema 1: Gjeografia dhe turizmi

1. 1. Objekti i Gjeografisë në tërësi dhe vendi i Gjeografisë së Turizmit

Shkenca e Gjeografisë është një nga shkencat më të vjetra të dijes njerëzore dhe lindi si nevojë e përshkrimit të Tokës dhe fenomeneve të ndryshme që ndodhin në të. Por, gjatë udhëtimit të saj të gjatë, bashkë me zhvillimin e njerëzimit dhe transformimit prej tij të hapësirës, evoluoi dhe u zhvillua edhe objekti i studimit të gjeografisë. Kështu ajo kaloi gradualisht nga një gjeografi thjesht përshkruese, drejt asaj vlerësuese dhe analizuese të dukurive të shumta natyrore dhe humane që do të shoqëronin në shekuj si zhvillimet globale, ashtu edhe ato rajonale dhe lokale. Në këtë mënyrë Gjeografia ka dhënë dhe vazhdon të japi një kontribut të rëndësishëm në analizën e efekteve, pasojave dhe prognozave që ndodhin gjatë transformimit të hapësirave të ndryshme, duke u përpjekur që ti japi në kohë përgjigje pyetjeve se: ku, çfarë, si dhe pse ndodhin dhe zhvillohen fenomene të ndryshme në hapësirë.

Bashkë me evoluimin e objektit të gjeografisë u zgjerua përmbajtja e saj me disiplina të ndryshme që e përbëjnë atë. Kështu krahas gjeografisë së përgjithshme vend po kaq të rëndësishëm do zinte edhe ajo rajonale. Ndërkohë që gjeografia e përgjithshme do ta zgjeronte objektin e saj si përsa i përket gjeografisë fizike, ashtu edhe asaj humane. Pikërisht pjesë e këtij trajtimi do të bëhej edhe turizmi si një fenomen shumë i rëndësishëm që ndikon në zhvillimin dhe transformimin e hapësirave të ndryshme kudo në botë.

1. 2. Rëndësia e studimit shkencor të turizmit

Rëndësia gjithnjë në rritje e turizmit, si një fenomen me efekte të gjithanshme, ka shtruar historikisht nevojën për njohjen dhe studimin shkencor të tij, aq më tepër në kohën e sotme kur turizmi është kthyer në një fenomen masiv dhe vërehen tendenca gjithnjë e më të reja në zhvillimin e tij.

Ndonëse turizmi si fenomen është i vjetër, studimi shkencor i tij është relativisht i ri. Fillimet e këtij studimi i përkasin fundit të shekullit XIX dhe fillimit të shekullit XX, kur turizmi po merrte gjithnjë e më tepër karakterin e një fenomeni masiv dhe interesi për të po shtohej nga shumë njerëz kudo në botë.

Bazur në këtë rëndësi dhe nevojë për të njohur dhe studiuar fenomenin turizëm ka pasur autorë të shumtë që fillimisht janë përpjekur që të japin përkufizimin e tyre rreth konceptit turizëm, e më tej të merren me trajtimin e një sërë problematikash që lidhen me zhvillimin e tij.

1. 3. Lidhjet e turizmit me sfera të natyrës dhe shoqërisë

Në trajtimin shkencor të fenomenit turizëm, bazuar në dimensionet dhe reflektimet e tij të shumanëshme, ka shumë rëndësi njohja dhe studimi i lidhjeve të tij me sfera të ndryshme të jetës dhe prodhimit.



Siç duket edhe nga skema e mësipërme, turizmi paraqitet me lidhje të shumta me sfera të ndryshme, si me: mjedisin natyror, shtetin dhe politikën që mbështet zhvillimin e tij, infrastrukture dhe ekonomia, kultura, aspekte të jetës sociale dhe shoqërore etj. Njohja e këtyre lidhjeve është shumë e rëndësishme për studimin e duhur shkencor të fenomenit turizëm.

Gjithashtu, turizmi vlerësohet si një fenomen shumë dimensional (natyror, ekonomik dhe social) dhe me këtë edhe objekt studimi në këndvështrime të ndryshme. Prandaj janë shkencat e shumta që merren me studimin e tij (ekonomike, sociale, mjeksore, politike etj.) dhe midis tyre vend shumë të rëndësishëm zë edhe studimi gjeografik.

1. 4. Objekt i Gjeografisë së Turizmit

Gjeografia e Turizmit është *shkenca që merret me studimin e strukturave dhe proceseve që ndodhin në hapësirë, si rezultat i zhvillimit të turizmit*. Ndërkohë që përkufizimin e saj të përgjithshëm Gjeografia e Turizmit cilësohet si shkenca që studion *ofertën turistike, shpërndarjen e saj, mënyrën e organizimit e të përdorimit turistik të hapësirës, strategjitë, organizmat, infrastrukture si dhe elementët e mbrojtjes e të ripërtëritjes së ofertës turistike*.

Objekt i gjeografisë turistike do të bëheshin gjithashtu të gjitha aktivitetet e njerëzve në hapësira të ndryshme gjeografike gjatë kalimit të kohës së lirë dhe pushimit në to. Kështu gjeografia turistike do të zhvillohej gradualisht nga një disiplinë klasike përshkruese, drejt analizës shkencore të zonave turistike me të gjitha efektet pozitive dhe negative që shoqërojnë zhvillimin

turistik të tyre.

Një vend gjithnjë e më të rëndësishëm në studimin gjeografik të turizmit do të merrte analiza e efekteve ekologjike që shoqërojnë zhvillimin e turizmit. Kjo për arsyen se turizmi dhe mjedisi natyror janë shumë të lidhura midis tyre dhe nuk mund të kuptohen pa njëri-tjetrin.

Studimi i ofertës turistike primare që ka të bëjë me potencialet natyrore dhe historiko-kulturore që ofron një vend, zonë apo rajon i caktuar gjeografik, përbën një ndër qëllimet kryesore në trajtimin gjeografik të tij.

Në lidhje të ngushtë me këto potenciale dhe faktorë që ndikojnë në zhvillimin e turizmit analizohen motivet, format dhe llojet e lëvizjes turistike kudo në botë, si dhe arrihet në klasifikimin e hapësirave gjeografike mbi bazën e zhvillimit të turizmit në to.

1. 5. Por çfarë përfshin trajtimi i mirfilltë gjeografik i turizmit?

Impulse vendimtare të zhvillimit, gjeografisë turistike do t'i jepte autori *Poser*, i cili me studimin e tij të vitit 1939 do të jepte kontribut shumë të rëndësishëm si në trajtimin e bazave natyrore për zhvillimin e turizmit, ashtu edhe në përcaktimin e llojeve të lëvizjes turistike dhe në klasifikimin e vendeve dhe hapësirave turistike. Mbi këtë bazë autori Poser vlerësohet me të drejtë si themeluesi i Gjeografisë së Turizmit.

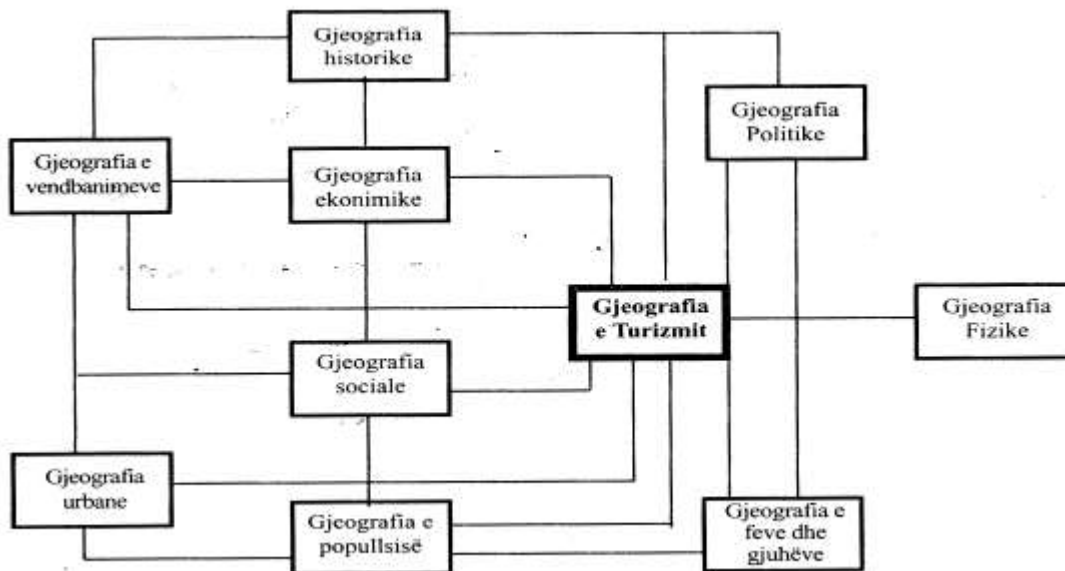
Pas Luftës së Dytë Botërore ndodhën një sërë prurjesh të reja në trajtimin gjeografik të turizmit. Objekti i studimit të tij, krahas analizës së potencialeve natyrore dhe transformit të mjedisit nga përdorimi turistik, do të zgjerohej dukshëm edhe drejt trajtimit të shumë aspekteve të reja socio-ekonomike me ndikimin e tyre në zhvillimin e turizmit, metodologjisë së studimit gjeografik në këtë fushë, si dhe dhënien e shembujve të studimit nga vende dhe zona të ndryshme turistike.

Gjithë këto zhvillime të gjeografisë së turizmit bënë që në vitet `90 të shekullit XX kjo gjeografi të zhvillohet plotësisht nga një shkencë përkrahuese drejt asaj praktike dhe aplikative.

Bashkë me këtë evoluim dhe zgjerim të objektit të studimit në kuadër të gjeografisë turistike, lindi edhe nevoja e rikonceptimit të përkufizimit se, çfarë është Gjeografia e Turizmit dhe me se merret ajo? Cilat janë synimet kryesore të studimit gjeografik të turizmit dhe ku orientohet ato?

1. 6. Vendi i gjeografisë së turizmit në trungun e shkencës së gjeografisë

Njëkohësisht me evoluimin dhe zgjerimin e objektit të studimit të Gjeografisë së Turizmit lindi edhe çështja e pozicionimit të kësaj disipline krahas pjesëve të tjera përbërëse të shkencës së Gjeografisë. Skema e mëposhtme tregon pikërisht vendin që zë Gjeografia e Turizmit në trungun e shkencës së Gjeografisë në përgjithësi.



Nga skema duket qartë se Gjeografia e Turizmit është pjesë përbërëse e Gjeografisë Humane dhe Ekonomike dhe se lidhjet më të ngushta të saj janë me disiplinat e tjera përbërëse të tyre, si me Gjeografinë Sociale, Gjeografinë e Vendbanimeve, Tregtisë, Transportit etj. Ndërkohë që Gjeografia e Turizmit ka edhe pozicionin dhe luan rolin e një disipline ndërlidhëse midis saj dhe pjesëve të tjera të Gjeografisë Humane e Ekonomike me Gjeografinë Fizike. Kjo sepse pozicioni gjeografik dhe rezurset e tjera natyrore të një hapësire të caktuar gjeografike përbëjnë gjithashtu potenciale shumë të rëndësishme turistike dhe me reflektim në gjithë efektet e tjera socio-ekonomike që sjell turizmi.

1. 7. Synimet e studimit të Gjeografisë së Turizmit në të ardhmen

E ardhmja shtron përpara gjeografisë turistike edhe shumë synime të tjera në varësi të zhvillimeve në tërësi të shoqërisë, ekonomisë dhe shkencave që merren me studimin e tyre. Kështu këto synime pritet të orientohen më tej drejt:

- paraqitjes së prognozave në formën e analizave dhe skenarëve të zhvillimit turistik të vendeve apo zonave turistike,
- hetimi në vazhdimësi i zonave turistike me ndihmë të sistemeve komplekse monitorizuese.
- analizën e formave dhe motiveve të shfaqjes tradicionalisht të udhëtimit turistik.
- evoluimi dhe zgjerimi i tregut turistik në bazë të qëllimeve dhe nevojave të grupeve të ndryshme turistike.

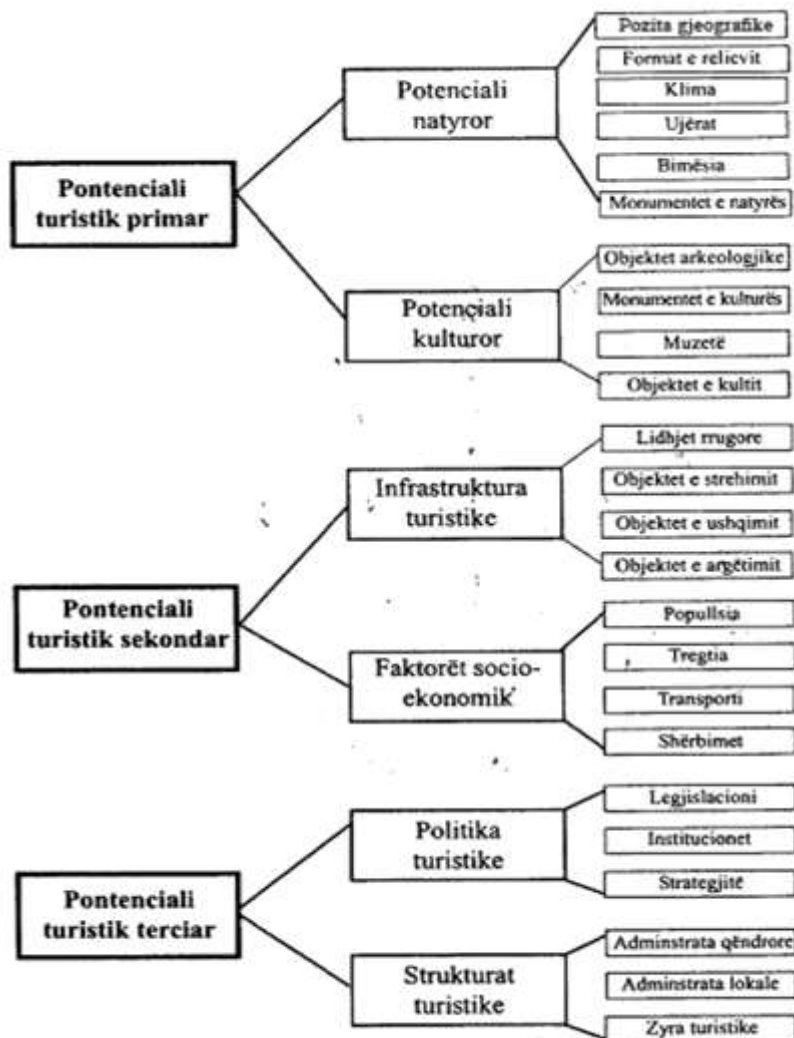
Tema 2: Elementët gjeografiko-natyrore dhe turizmi

2.1. Potencialet turistike në trajtimin e tyre gjeografik

Objekti i studimit gjeografik të turizmit përfshin në vetvete një sërë elementësh dhe problemesh. Ndër to, janë oferta gjeografiko-natyrore dhe gjeografiko-kulturore, si dy nga elementët bazë në studimin gjeografik të turizmit.

Këto së bashku formojnë potencialin turistik primar të një rajoni gjeografik, potencial i cili është gjithashtu edhe i karakterit sekondar dhe terciar.

Skema e potencialit turistik



Burimi: Dh., DOKA

Siç shikohet edhe nga skema e mësipërme, potencialet natyrore nuk do të përbënin në vetvete

potencial turistik, nëse do të mungonin njerëzit e nevojshëm dhe të interesuar për to. Prandaj, pjesë të rëndësishme e potencialit turistik të një vendi janë edhe elemente të tillë si: infrastruktura e nevojshme, struktura demografike dhe sociale e popullsisë, politika turistike, strukturat e organizimit rajonal dhe lokal të turizmit, niveli i zhvillimit ekonomik etj.

Të gjitha këto potenciale turistike së bashku formojnë ofertën turistike, përballë së cilës vendoset kërkesa turistike të cilat të dyja së bashku vënë në lëvizje tregun turistik. Fuqia dhe hapësira e një tregu turistik varet nga të gjithë faktorët e përmendur më lart, para së gjithash nga aftësia dhe mundësia e njerëzve për t'i bërë realitet potencialet turistike natyrore dhe kulturore që ofron çdo vend, rajon apo zonë, kudo në botë.

2.2. Potenciali turistik natyror

Në potencialin turistik natyror përfshihet gjithë oferta natyrore e një vendi apo zone me vlera atraktive dhe që ndikojnë në zhvillimin e turizmit. Në këtë kuptim potenciali natyror me të gjithë elementët e tij përbën bazë shumë të rëndësishme të potencialit turistik primar, krahas atij kulturor.

Analiza turistike e potencialit natyror ka të bëjë me pyetjen se si dhe në ç'mënyrë mjedisi gjeografik natyror ndikon në zhvillimin e turizmit në një hapësirë të caktuar gjeografike?

Përgjigja e kësaj pyetje lidhet me faktin se cilësia e hapësirave gjeografike arrin shkallën e aktivizimit turistik atëherë, kur potenciali natyror është i pasur me attribute atraktive. Janë pikërisht raportet midis bazës së ofertës primare (natyrore dhe kulturore) dhe kërkesave turistike që përbëjnë shkakun e qarkullimeve turistike.

Oferta primare natyrore përbën kështu pikënisjen dhe shkakun kryesor për zhvillimin turistik të një rajoni. Mënyra e përjetimit të mjedisit natyror nga turistët dhe sesa i plotëson ky mjedis nevojat e turistëve për pushim argëtim dhe çlodhje, janë probleme që duhen të kihen mirë parasysh në zhvillimin dhe jetëgjatësinë e vendeve apo zonave turistike.

Për gjeografët oferta natyrore turistike përbëhet nga motivet atraktive turistike, të cilat edhe pse nuk janë të mira materiale të prodhuara nga njeriu, kanë çmimin e vet në tregun turistik, sepse janë pjesë të mjedisit natyror, në të cilat fillon të vlerësohet atraktiviteti turistik i një vendi, rajoni apo lokaliteti.

2.3. Pozita gjeoturistike

Pozita gjeografike apo gjeoturistike e një vendi është shumë e rëndësishme për zhvillimin e turizmit. Kjo sepse nga një pozitë e tillë varet arritshmëria e një destinacioni turistik. Pikërisht, arritshmëria e një destinacioni turistik, në një kohë sa më të shkurtër dhe me një kosto sa më të favorshme, përbën faktor shumë të rëndësishëm në përzgjedhjen e vendit turistik. Në këtë kuptim pozicioni gjeografik apo gjeoturistik luan një rol shumë të rëndësishëm. Kështu sa më e favorshme të jetë pozita gjeografike e një vendi në lidhjet dhe qarkullimet turistike, aq më shumë përfiton ai nga ardhja e turistëve dhe zhvillimi i turizmit. Gjithashtu nga pozita gjeografike dhe ndikimi i saj varet edhe gjendja e shumë elementëve të tjerë natyrore, si: klima, ujërat, bimësia etj.

2.4. Rëndësia turistike e relievit

Relievi me pamjen e jashtme të formave të tij përbën një element natyror shumë të rëndësishëm për zhvillimin e turizmit. Ndikimi i tij shprehet fillimisht në efektet e optike që ai krijon me format e tij në syrin e turistit dhe sesa tërheqës ai bëhet për turistët që vizitojnë vende dhe zona të ndryshme. Kështu në përgjithësi turistët parapëlqejnë relievet me shumëllojshmëri formash në krahasim me ato monotone me pamje vetëm fushore apo malore.

Kështu, ultësirat si hapësira gjeografike zakonisht kanë dendësi më të madhe të popullsisë dhe ngarkesa të tjera të peizazhit, prandaj ato janë edhe zona kontradiktore për qarkullimet turistike. Në të kundërt janë relievet malore me pastërtinë dhe peizazhet e tyre shumë të bukura zona mjaft tërheqëse. Vetitë rekreative të zonave malore përqendrohen në shfrytëzimin e pjesëve të veçanta të tyre (majat, shpatet, rrëzat), në kombinimin e tyre me kushtet klimatike, hidrografike dhe me format e paraqitjes së jetesës në to.

Rëndësi të veçantë turistike paraqesin relievet bregdetare, të oqeaneve, deteve dhe liqeneve kudo në botë, me hapësira komplekse tërheqëse turistike ku drejtohen lëvizjet më të mëdha turistike. Bregdeti i thyer është më estetik dhe më tërheqës në pikëpamje vizuale, por bregdeti me rërë dhe me kapacitete të gjera për ndërtimin e objekteve turistike mundëson shfrytëzimin më të mirë të hapësirave të tilla gjeografike.

Nga ana tjetër ekzistojnë njëkohësisht dhe format e rralla natyrore të relievit si: shpellat, grykat, kanionet etj., që paraqiten si elementë tërheqës të zonave të ndryshme të botës, për të cilat ekziston interesim nga ana e vizitorëve, duke i kthyer ato në motive të mirëfillta të lëvizjes turistike. Mbi këtë bazë shumë shpella karstike, kanione, ujvara, e mjaft forma të tjera të veçanta të relievit, janë kthyer ndër objektet më të vizitueshme nga turistët kudo në botë.

2.5. Roli turistik i klimës

Klima është një komponent shumë i rëndësishëm në trajtimin gjeografik të turizmit dhe përbën një nga kushtet natyrore vendimtare në zhvillimin turistik të hapësirave të caktuara gjeografike. Me gjendjen e përshtatshme të motit dhe klimës lidhen jo vetëm efekte të shumta kurative e shëndetësore, por edhe kohëzgjatja e sezoneve turistike. Në varësi të kushteve klimatike dallohen zona turistike me një apo me më shumë sezona turistike.

Një sërë elementë të klimës, si: temperaturat e ajrit, reshjet, sasia e ditëve me diell apo me shtresë dëbore etj., janë përcaktues në ecurinë vjetore të sezoneve turistike. Të gjithë këta elementë klimaterikë duhen trajtuar në kuadrin e kompleksitetit të mjedisit gjeografik ku ata ndikojnë dhe nga i cili varen. Në sistemin global të ndarjes klimaterike të rruzullit tokësor, gjerësitë e ndryshme gjeografike formojnë edhe zona të ndryshme klimaterike. Secila prej këtyre zonave paraqet përveç të tjerave edhe ndikime dhe potenciale të rëndësishme turistike. Kështu duke filluar nga zona e klimës polare me temperatura gjithnjë të ulëta, me sasi të vogël të reshjeve, me dëborë dhe akull të përhershëm, me popullsi të vogël banuese etj., me gjithë bukuritë natyrore dhe mundësitë për turizëm që krijon kjo klimë, mund të flitet në këto kushte

vetëm për lëvizje të vogla turistike, kryesisht të asaj klientele turistike që ka si motiv aventurën apo studimin shkencor të zonave gjeografike që ndodhen nën ndikimin e kësaj klime.

2.6. Pasuria ujore dhe turizmi

Në kuadrin e ofertës gjeografiko-natyrore përbën një element me rëndësi të veçantë studimi pasuria ujore i vendeve apo zonave turistike. Uji, si element kryesor në të gjitha proceset jetësore, luan një rol veçanërisht të rëndësishëm edhe në qarkullimet turistike kudo në botë. Prania e deteve, liqeneve, lumenjve, burimeve natyrore etj., përbën elementë të mjedisit gjeografik me ndikim të drejtpërdrejtë në zhvillimin turistik të zonave gjeografike. Rëndësia turistike e ujit qëndron në mundësitë që krijon prania e tij për lloje të ndryshme turistike, si për banjot diellore, sportin ujor, peshkimin etj. Njerëz të shumtë dhe të moshave të ndryshme në botë merren aktualisht me sporte të ndryshme ujore dhe parapëlqejnë rrethanat e këndshme që krijon prania e ujërave. Miliona njerëz lëvizin me ditë dhe javë të tëra me anije nëpër dete e oqeanë, duke e kthyer ujin dhe anijet në objekte shumë të rëndësishme turistike.

Liqenet janë gjithashtu objekte shumë specifike hidrografike, ku mund të zhvillohen të gjitha llojet e turizmit ujor. Vetitë e veçanta fizike dhe kimike të ujit të liqeneve rrisin ndjeshëm vlerat e tyre turistike dhe tërheqin turistë në një numër gjithnjë e më rritje.

Lumenjtë, po ashtu paraqesin objekte të rëndësishme turistike. Joshja e tyre qëndron si në mundësinë e banjove diellore që krijojnë për popullsinë e zonave urbane, ashtu edhe me sportet e ndryshme ujore apo bukuritë që jepen shpesh nëpërmjet ujëvarave dhe kaskadave që ata formojnë.

Burimet e ndryshme ujore natyrore, sidomos ato termale, përbëjnë gjithashtu motive shumë të rëndësishme për lëvizjet turistike. Përveç bukurisë natyrore që krijojnë këto burime, ato shërbejnë edhe si vende kurimin për shumë pushues. Por, rëndësia e ujit për turizmin lidhet edhe me nevojat për furnizimin me ujë të objekteve turistike në përputhje me nevojat konsumuese të klientelës turistike. Problemi i ujit për pije dhe higjienë shtrohet sidomos në rajonet dhe lokalitetet turistike që i takojnë relieveve karstike. Ky problem është shpesh kyç në ndërtimin e infrastrukturës turistike, pasi një ofertë e rregullt turistike e një rajoni apo lokaliteti nënkupton furnizimin e rregullt me ujë për shfrytëzuesit turistikë.

2.7. Bota bimore dhe rëndësia turistike

Prezenca e pyjeve dhe e sipërfaqeve të tjera të gjelbërta pasuron më tej ofertën natyrore turistike të zonave të ndryshme turistike. Kur prania e gjelbërimit kombinohet me prezencën e ujit dhe të klimës së mirë, krijohen kushte ideale natyrore për zhvillimin e llojeve të ndryshme turistike. Jeta bimore paraqitet me larminë e saj në të gjitha anët e botës në formën e kateve bimore dhe të gjelbërimit sezonal të tyre. Kjo pasuri e formacioneve të ndryshme bimore krijon në shkallë të ndryshme edhe peizazhet natyrore tërheqëse në hapësirat gjeografike.

Veçanërisht në zonat ekuatoriale, ku gjatë gjithë vitit ka nxehtësi dhe lagështi të bollshme, regjistrohet edhe numri më i madh llojeve dhe formacioneve bimore, të cilat krijojnë edhe

ambiente me bukuri të rralla natyrore. Janë pikërisht këto ambiente të cilat bëhen shpesh motiv i lëvizjeve të shumta turistike. Hapësira të tilla me bukuri natyrore janë zonat më të përshtatshme për ndërtimin e infrastrukturës turistike, si për turizmin veror, ashtu edhe për atë dimëror. Pothuaj të gjitha zonat turistike në botë ofrojnë përveç të tjerave edhe potencialet e tyre të veçanta bimore, pa të cilat nuk mund të kuptohet e plotë çdo ofertë gjeografiko-natyrore. Prandaj në botimet e shumta propagandistike në fushën e turizmit është e domosdoshme të prezantohen edhe vlerat turistike të bimësisë natyrore të hapësirave të ndryshme gjeografike.

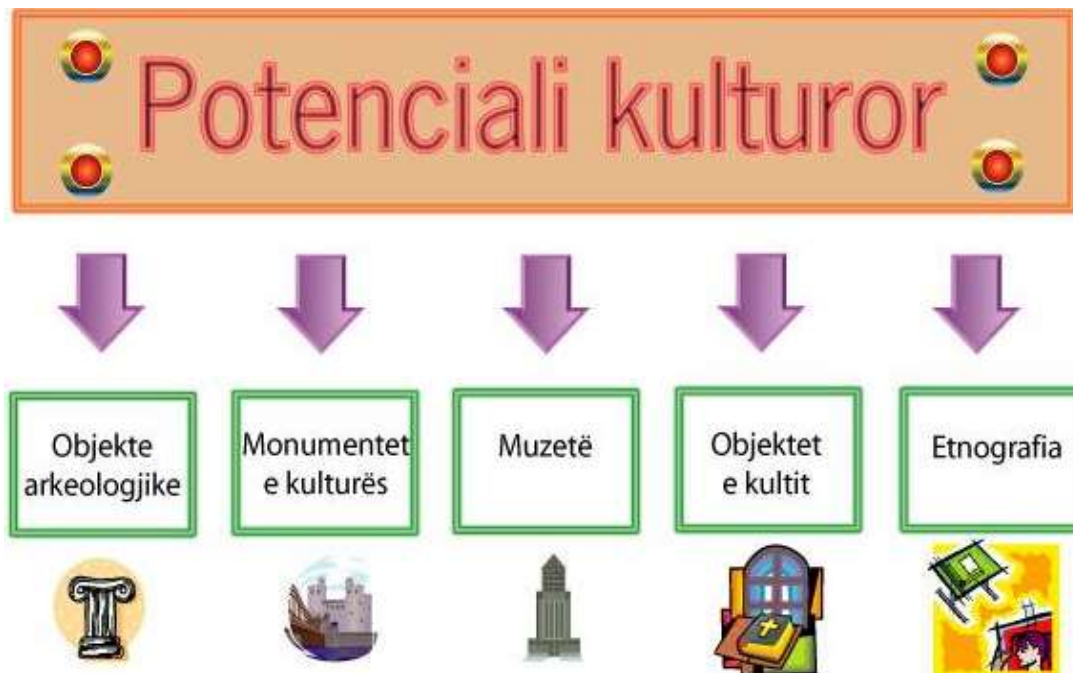
Rëndësia turistike e botës bimore rritet akoma më tepër kur ajo shoqërohet edhe nga një botë shtazore e pasur me kafshë e shpendë të ndryshme. Turistët janë të prirur që të vizitojnë zona dhe rajone të ndryshme të botës, ku kanë mundësinë të vështrojnë jetën e kafshëve dhe të shpendëve si në gjendjen e tyre të lirë mes pyje të dendur, ashtu edhe nëpër parqe apo kopshte zoologjike. Janë pikërisht disa lloje të faunës së egër, motive ekskluzive të zhvillimit turistik të vendeve që janë të pasura me to. Në shumë nga këto vende, sidomos në Afrikë, por edhe në Azi, Amerikë etj., ku jetojnë para së gjithash kafshët e egra tropikale si: luani, tigri, elefanti, gazela, xhirafa, majmuni, shpezët e ndryshme ekzotike etj., janë krijuar parqe e rezervate të tëra nacionale me vlera të pazëvendësueshme turistike.

Tema 3: Elementët gjeografiko-kulturorë dhe turizmi

3.1. Kuptimi i ofertës turistike kulturore

Krahas ofertës natyrore pjesë tjetër e pandarë e potencialit turistik primar është edhe ajo kulturore, e cila përbën gjithashtu një element mjaft të rëndësishëm në studimin gjeografik të turizmit.

Në ofertën kulturore përfshihet e gjithë trashëgimia materiale dhe shpirtërore e një vendi, e cila vihet në shërbim të turizmit. Në këtë pasuri futen të gjitha objektet historike dhe kulturore të vizitueshme nga turistët, duke filluar me qendrat dhe objektet arkeologjike, e duke vazhduar më tej me objekte të tilla si: kështjellat, kalatë, monumentet e kulturës, zonat muzeale, ndërtesat karakteristike, muzeumet, institucionet kulturore dhe sportive etj.



E gjithë kjo pasuri kulturore dhe historike paraqet kudo në botë motive tepër të rëndësishme për zgjerimin e ofertës turistike, duke sjell efekte shumë pozitive si nga ana ekonomike, ashtu edhe në drejtim të ngritjes së imazhit turistik të mjaft vendeve dhe zonave që i përmbajnë këto potenciale.

Pothuaj çdo qëndrim turistik në botë bazohet, përveç motiveve natyrore, edhe në motivet kulturore, të cilat u japin qarkullimeve turistike fizionomi më komplekse dhe krijojnë kushte për qëndrim më të gjatë në një vend turistik, duke u shoqëruar kështu me efekte të drejtpërdrejta në strukturën dhe vëllimin e konsumit turistik.

3.2. Objektet turistike

Vizitat në objekte të ndryshme kulturore e historike, kanë rëndësi të veçantë në realizimin e efekteve ekonomike që krijohen nga qëndrimet turistike në vendet ku ato ndodhen, duke ndikuar kështu ndjeshëm në përmirësimin e konsumit turistik. Me qindra objekte kulturore dhe historike kudo në botë janë nën mbrojtjen e UNESCO-s dhe Kombeve të Bashkuara, me qëllim ruajtjen e vlerave muzeale të tyre dhe vënien e tyre sa më mirë në shërbim të turizmit kulturor. Vlen të përmenden këtu objekte kulturore më famë botërore, si: Muri i madh kinez, piramidat e Egjiptit, tempujt antik të Greqisë e Romës, përmendoret arabo-islame, tempujt e vjetër të Indisë, Azisë Juglindore, Amerikës Qendrore dhe Jugore, përmendoret e stilit gotik të Francës, Italisë, stilit barok në Itali, Spanjë, Austri, Francë etj.



Akropoli në Athinë, Greqi



Koloseumi në Romë, Itali

Nën ndikimin e kishës në Europën Perëndimore mbizotëroi stili romak në arkitekturë kishtare dhe stili elegant gotik në ndikimin e laikëve. Këto stile ndërtimi na kanë lënë shumë godina tërheqëse dhe elegante me skulptura dhe kolona të mëdha e të larta. Objekte të tilla i përkasin kryesisht shekujve XII deri XV dhe gjenden sidomos në Francë, Gjermani, Itali, Austri, Angli, Poloni, Hungari etj.

Njëkohësisht me stilin barok u zhvillua edhe rilindja, fillimisht në Itali e më pas në shumë vende të tjera. Një numër i madh i monumenteve kulturore nga kjo periudhë gjenden në Romë, Versajë, Firenze etj. Disa komplekse të tëra urbanistike përbëhen nga monumente të stilit të renesansës dhe të barokut, si në Venedik, Firenze, Barcelonë, Madrid, Lisbonë etj.

Gjatë periudhës nga fillimi i kapitalizmit e deri në shekullin XIX u ndërtuan një sërë objektivesh me efekte të mëdha prezantuese për gjithë botën, ndër to vlen të përmenden objekte të tilla, si: Harku i Triumfit në Paris, Pallati i parlamentit në Londër me Big Ben, pallatet mbretërore në

Vienë, Potsdam, Budapest etj.

Bota islame ofron krahas asaj të krishterë gjithashtu objekte me vlera tepër të veçanta kulturore dhe historike. Janë një sërë objekte kulti të fesë islame e mjaft objekte të tjera të cilat paraqesin vlera të veçanta vizitonjëse për turistë nga vende të ndryshme të botës. Kështu Meka në Arabi, xhamitë e shumta të Stambollit etj., vizitohen nga miliona turistë gjatë vitit.



Kështjella Kizbuhel, Austri



Ndërtesa e Kremlinit, Moskë

Të gjitha këto konsiderohen si objektet kulturore më të vizitueshme të botës, ndërkohë që një pasuri e tillë është shumë e gjërë dhe e larmishme në vende dhe rajone të ndryshme të botës.

3.3. Rëndësia turistike

Zhvillimi i turizmit me motiv vizitën e objekteve të ndryshme kulturore e historike shoqërohet me ndikime të rëndësishme në zhvillimin në tërësi të sektorit turistik, siç janë:

- *zgjerohet aspekti turistik* duke çuar në një vlerësim më të plotë turistik të vendeve, zonave, apo hapësirave të ndryshme gjeografike.
- *zgjatet koha e qëndrimi* në një vend turistik pasi shtohen motivet e qëndrimit turistik.
- *rritet përqendrimi i turistëve* në një vend të caktuar dhe zgjerohen ndjeshëm infrastruktura turistike, me kapacitete receptive më të mëdha.
- *përshtaten më mirë pasuritë turistike* natyrore me ato kulturore duke zgjeruar dhe plotësuar kështu më mirë ofertën turistike të një vendi, zone, lokaliteti apo hapësire gjeografike.

Bazuar në këto efekte të rëndësishme turistike që sjell zgjerimi i ofertës turistike nëpërmjet përfshirjes në të të vlerave kulturore e historike, shumë vende turistike të botës kanë rritur ndjeshëm konkurrencën e tregut turistik dhe kanë përpunuar politika specifike turistike në këtë drejtim për të tërhequr një numër sa më të madh turistësh. Inkuadrimi gjithnjë e më i madh i pasurive kulturore e historike në ofertën turistike janë afirmuar për shumë vende në botë, të cilat pa një turizëm të tillë do të mbeteshin të panjohura. Kjo bën që ndonëse objektet kulturore dhe historike janë pjesë e historisë së një populli të caktuar, vlera e tyre kulturore i tejkalon kufijtë nacionalë nëpërmjet turizmit.

3.4. Motivët etnosociale në turizëm

Turizmi është i lidhur me konsumin e shumë të mirave materiale, të cilat nuk hyjnë drejtpërdrejtë në proces të prodhimit, por që nëpërmjet turizmit marrin karakterin e një malli që konsumohet. Kështu ndodh jo vetëm me ujin, diellin, klimën, borën, plazhin, por edhe me folklorin, monumentet e kulturës, aktivitetet e ndryshme sportive etj. Të gjitha këto burime natyrore e kulturore së bashku vlerësohen nëpërmjet shfrytëzimit turistik të tyre si mënyrë mjaft e mirë zhvillimi dhe konkurimi në tregun e sotëm turistik botëror, si një nga format më efikase të zhvillimit ekonomik për shumë vende të zhvilluara e të pazhvilluara të botës.

Pjesë e rëndësishme e ofertës turistike gjeografiko-kulturore është edhe pasuria etnografike që paraqet një vend, zonë, apo rajon i caktuar. Kjo ofertë përfshin gjithë pasurinë materiale dhe shpirtërore që ofron popullsisë e një vendi në fushën e turizmit. Kështu pasuri të tilla etnografike si: veshjet kombëtare, këngët, vallet, instrumentat muzikore, prodhimet e artizanatit etj., përbëjnë motive shumë të rëndësishme kulturore në fushën e turizmit dhe zgjerojnë ndjeshëm ofertën turistike. Ndërkohë në vendet e zhvilluara këto pasuri kulturore etnografike janë zbehura apo dëmtuar si rezultat i procesit të modernizimit. Në shumë vende të tjera, shpesh të pazhvilluara pasuritë kulturore ruhen mjaft mirë edhe në ditët e sotme, duke u bërë kështu një motiv shtytës në zhvillimin turistik të tyre. Shumë vende në botë mundohen t'i ruajnë të gjalla këto pasuri kulturore nëpërmjet organizimit të festivaleve dhe manifestimeve të ndryshme folklorike, duke i dhënë impulse tepër të rëndësishme lëvizjes turistike. Kjo luan një rol veçanërisht të rëndësishëm në tregun turistik. Çdo vend ofron specifikat e veta në tregun turistik me prodhimet e tij të artizanatit në formën e suvenirëve të ndryshëm, të cilat tërheqin shumë turistë, me qëllim njohje dhe blerje të tyre. Pjesa më e madhe e këtyre suvenirëve ka funksion praktik dhe dekorativ, sidomos prodhimet tekstile, përpunimi i arit, argjendit, bakrit, drurit etj. Shumë vende të botës, sidomos ato aziatike, afrikane, amerikolatinë etj., dallohen për prodhime të tilla, të cilat i prezantohen tregut turistik jo vetëm në vetë këto vende, por edhe në shumë vende të tjera të botës.

3.5. Prodhimet e artizanatit në tregun turistik

Prodhimet e artizanatit, përveç si mallra për konsum të brendshëm, janë edhe shumë të kërkuara në tregjet turistike. Disa fusha të artizanatit apo, siç quhet ndryshe fusha e “artit të zbatuar popullor”, lëvrojnë në prodhimet e qeramikës, porcelanit, tekstileve, punimeve në dru dhe në metal etj. Ky artizanat në vendet turistike vlerësohet dhe përshtatet si një formë tregtie.

Çdo vend dallon për specifikat e veta të artit popullor, të cilat i ofron në tregun turistik me prodhimet e tij të artizanatit. Këto prodhime në formën e dhuratave (suvenire) përkujtojnë një objekt, ngjarje apo dukuri artistike, të cilat tërheqin shumë vëmendjen e turistëve me qëllim njohjen dhe blerjen e tyre. Nëpërmjet tyre turistët e njohin më nga afër kulturën e një kombi.

Zakonisht në çdo vend qoftë suveniret gjenden dhe tregtohen nëpërpikat e rëndësishme kulturore, historike dhe turistike. Turistët kanë dëshirë që, kur të largohen për në shtëpinë e tyre, të marrin me vete një pjesë të kulturës apo të historisë së vendit që vizitojnë dhe këtë ata e realizojnë

nëpërmjet blerjes së prodhimeve të artizanatit si suvenire. Pjesa më e madhe e suvenireve kanë funksion si praktik, ashtudhe dekorativ, si prodhime tekstile, dryri, metali etj.

3.6. Turizmi urban

Eksperienca e qyteteve të ndryshme turistike të botës ka treguar se oferta e tyre historike dhe kulturore në shumë prej tyre ka qenë përcaktuese në zhvillimin e tyre turistik, madje në mjaft raste edhe më e suksesshme sesa oferta natyrore, e cila e ka predominimin e saj në sezone të caktuara të vitit, kur ajo kulturore si rregull është gjithëvjete. Rasti më ideal është kur në një hapësirë të caktuar urbane arrihet të kombinohen oferta kulturore me atë natyrore . Me këtë lind nevoja e trajtimit në kompleks e në bashkëveprim i të gjithë elementëve të kulturës dhe natyrës së një qyteti turistik.

Format e shfaqjes së ofertës turistike në qytete janë nga më të ndryshmet duke pasqyruar gjithë etapat që ka kaluar zhvillimi i tyre urban. Kështu periudha antike ka lënë një numër të madh objektesh e përmendoresh në gjithë botën, sidomos në Europë, zona e Mesdheut, ku lulëzoi qytetërimi i lashtë grek dhe romak. Këto objekte vizitohen nga miliona turistë nga mbarë bota dhe lëvizja turistike në Europë dhe Mesdhe nuk mund të kuptohet pa vizitën e Athinës, Romës, Napolit etj. Është një numër tepër i madh monumentesh kulturore që i përkasin kësaj periudhe, si: amfiteatri, terme, harqe triumfale, rrugë etj.

Tema.4 Faktorët social-ekonomikë dhe turizmi

4.1. Ndikimet e industrisë së turizmit

Vendndodhja gjeografike e Shqipërisë ndikon në karakteristikat e ekonomisë së saj të turizmit. Klima lokale dhe terreni, favorizojnë zhvillimin e një industrie turistike gjatë gjithë vitit. Në vitet e fundit, turizmi është bërë një nga sektorët më të rëndësishëm në rritjen e ekonomisë shqiptare dhe është konsideruar nga qeveria, si një nga motorët kryesorë të rritjes kombëtare. Shqipëria po rekomandohet gjithnjë e më shumë, si një destinacion turistik nga operatorë turistikë të ndryshëm dhe udhëzuesit ndërkombëtarë të udhëtimit. Faktorë të ndryshëm mund të ndikojnë në industrinë e turizmit, të cilat klasifikohet në *faktorë social dhe kulturor, ekonomik dhe mjedisor*.

Ndikimi social dhe kulturor i turizmit - Ndikimi social dhe kulturor nënkupton ndikimin që krijojnë në aspektin e ndryshimeve sociale në jetën e banorëve lokalë, përmirësimet në infrastrukturë, ndryshimet e stilit të jetesës etj. Turizmi mund të ketë efekte të ndryshme në aspektet sociale dhe kulturore të jetës në një rajon të caktuar në varësi të pikave të forta të rajonit. Efekti mund të jetë pozitiv ose negativ. Turizmi ka qenë një dukuri kryesore sociale e shoqërive gjatë gjithë kohës. Ajo është e motivuar nga dëshira e natyrshme e çdo qenieje njerëzore për përvojë të re, aventurë, edukim dhe argëtim. Frymëzimi për turizmin përfshin edhe interesat sociale, fetare dhe të biznesit.

Ndikimi ekonomik i turizmit - Ndikimi ekonomik mund të matet në terma të përfitimeve

monetare dhe zhvillimit të përgjithshëm ekonomik të shoqërisë. Industria e turizmit ka kontribuar në rritjen ekonomike të një vendi nëpërmjet faktorëve si industrializimi, arsimi, teknologjia e avancuar, numri më i lartë i profesionistëve të kualifikuar, hapja e tregjeve të huaja, politikat tregtare liberale, etj. Faktorët e mësipërm nxisin kolektivisht rritjen ekonomike të vendit duke çuar në një rritje të të ardhurave dhe të mirave të disponueshme.

Ndikimi mjedisor i turizmit - Ndikimi në mjedis i referohet ndikimit në natyrë dhe në zonat përreth. Mjedisi është atmosfera rrethuese ose kusht për ekzistencë. Ndikimi i turizmit në mjedis është pozitiv dhe negativ.

4.2. Turizmi si aktivitet ekonomik

Turizmi përbëhet nga numër i madh veprimtarish ekonomike dhe jo ekonomike, të cilat së bashku bëjnë pjesë në kënaqësinë e nevojave të turistëve të vendit dhe atyre të jashtëm. Turizmi konsiderohet të jetë një pasuri ekonomike. *Si një nga sektorët më të mëdhenj ekonomikë në botë, udhëtimi dhe turizmi krijon vende pune, nxit eksportet dhe gjeneron prosperitet në mbarë botën. Pra, turizmi vazhdon të bëjë një ndryshim të vërtetë në jetët e miliona njerëzve duke nxitur rritjen, duke reduktuar varfërinë dhe duke nxitur zhvillimin.*

Rëndësia e turizmit, si një mjet për zhvillimin ekonomik dhe gjenerimin e punësimit, veçanërisht në zonat e largëta dhe të prapambetura, është dokumentuar mirë në mbarë botën ashtu dhe në Shqipëri. Turizmi është sektori më i rëndësishëm ekonomik në Shqipëri, i cili ka mundësi të rritet me ritme të larta dhe mund të bëjë zhvillim të konsiderueshëm të destinacioneve. Kërkesa për konsum, që buron nga shpenzimet turistike, krijon gjithashtu më shumë punësim dhe gjeneron një efekt shumëfishues në ekonomi.

Turizmi sjell me vete potencial të madh ekonomik për një destinacion që dëshiron të zhvillojë industrinë e tij turistike. Punësimi, shkëmbimi i valutës, importet, fitimet nga këmbimet (valuta) e huaja dhe taksat janë vetëm disa nga mënyrat se si turizmi mund të sjellë para në një destinacion.

Konsumi turistik është një agregat i shprehur në terma monetare në lidhje me shpenzimet e bëra nga kërkesa turistike mbi një seri shërbimesh dhe produktesh. Duke ditur karakteristikat e sektorit turistik themi se volumi i konsumit turistik është ekuivalent me volumin e prodhimit.

Turizmi sjell shumë përfitime si:

- Rritja dhe nxitja e aktiviteteve ekonomike
- Rritja e të ardhurave të industrisë në shkallë të gjerë
- Imazhi i përmirësuar i markës së vendit
- Burimi i fitimeve nga këmbimet (valuta e huaj)
- Burim i gjenerimit të punësimit
- Lidhja dhe rritja me zonat lokale, rajonale, etj
- Lidhja globale
- Përmirësimi i infrastrukturës dhe standardeve të jetesës
- Rritja kulturore
- Përmirësimi i shoqërisë

- Futja e teknologjive të reja

Kështu udhëtimet dhe turizmi mund t'i japin shtysë ekonomisë për sa i përket shpenzimeve konsumatore, krijimit të vendeve të punës dhe më shumë. Ky sektor po nxit rritjen në industri, në fakt duke i shtyrë ato industri dhe ekonomi të arrijnë më të mirën. Promovimi i turizmit, në veçanti i turizmit ndërkombëtar, mund të na sjellë: më shumë vende pune, këmbim valutë dhe rritje të PBB-së. Turizmi mund të luajë një rol dinamik në rritjen ekonomike të vendit duke e krahasuar me ekonominë e vendeve të zhvilluara. Turizmi rrit gjithashtu të ardhurat nga valuta përmes tregtisë së mallrave dhe importimit të kapitalit, mallrave, shërbimeve të kërkuara dhe segmentet e prodhimit të një ekonomie.

4.3. Impaktet positive të industrisë së turizmit në ekonomi.

Çfarë mund të bëjë turizmi për një ekonomi?

- Shpesh, turizmi është një koncept tepër intensiv i punës. Me këtë u tha se krijimi i vendeve të punës për të kënaqur kërkesën është një domosdoshmëri. Disa industri të mëdha që ndikohen nga turizmi janë transporti, mikpritja (hotelet), restorantet dhe shitësit me pakicë (veçanërisht ato që shesin mallra lokale). Me rritjen e turizmit, rritet edhe nevoja për punonjës në secilën prej këtyre industrive.
- Disa destinacione turistike tërheqin vizitorë bazuar në peizazhet e tyre mahnitëse. Turizmi ndikon drejtpërdrejt në aftësinë e një ekonomie për të ruajtur natyrën.
- Mbështetje e drejtpërdrejtë për ekonominë lokale. Nëse turizmi menaxhohet mirë dhe pjesa më e të ardhurave shpenzohet në bizneset lokale, ekonomia do të përjetojë një nxitje të drejtpërdrejtë. Ekziston një koncept i quajtur efekti i shumëfishuesit që teorizon nëse paratë shpenzohen në nivel lokal, më shumë se sa ka gjasa të qëndrojnë në ekonominë lokale. Kjo mund të ketë implikime të mëdha, pozitive në një ekonomi në afat të gjatë.

Turizmi luan një rol të rëndësishëm në rritjen e ekonomisë së një vendi. Industria e turizmit ndikon në rritjen e Produktit të Brendshëm Bruto (PBB). Kjo industri mund të ndikojë në përfitimet e ekonomisë direkt ose indirekt. Mbështetja ekonomike për hotelet, çmimet me pakicë, çmimet e udhëtimit, etj renditen nën kategorinë e përfitimit të drejtpërdrejtë (direkt). Ndërsa shpenzimet qeveritare në infrastrukturë dhe investimet e brendshme në burimet njerëzore të këtij sektori renditen në kategorinë e përfitimeve indirekte. Le të shohim më në detaje impaktet positive në ekonominë e një vendi nga ndikimi i industrisë së turizmit dhe udhëtimit:

1. **Të ardhurat dhe punësimi** – Kjo industri prodhon një numër të konsiderueshëm mundësisht punësimi për njerëzit. Ky sektor ofron mundësi për menaxherë hotelesh, kuzhinierë, personel shërbimi, agjentë udhëtimi, etj. Prandaj, kjo industri është një instrument i dobishëm në rritjen e normës së punësimit, në këtë mënyrë rritje edhe e Produktit të Brendshëm Bruto (PBB).
2. **Fitimet nga këmbimet (valuta) e huaja** – Turizmi është një burim kryesor i fitimeve nga këmbimet valutore të huaja. Rritja e këmbimit valutë rezulton në një rritje të numrit

të turistëve për sipërmarrje jashtë vendit, rritja e shpenzimeve të tyre do të ndikojë pozitivisht në kohëzgjatjen e qëndrimit të tyre dhe anasjelltas. Kjo gjë krijon një ndikim të rëndësishëm në ekonomi.

3. **Zhvillimi i infrastrukturës** – Turizmi promovon zhvillimin e infrastrukturës në një mënyrë që është e dobishme për pritësin. Kujdesi shëndetësor, hotelet, restorantet, etj, mund të ndikojë pozitivisht në qëndrimin e turistëve dhe promovon zhvillimin e turizmit.
4. **Promovon paqe dhe stabilitet** – Turizmi gjithashtu promovon paqe dhe stabilitet në shoqëri. Të ardhurat dhe mundësitë e punësimit të ofruara nga industria u japin njerëzve një ndjenjë stabiliteti në sfondin e tyre ekonomik, duke diversifikuar ekonominë dhe paqe mendore për një të ardhme të sigurt. Kjo promovon ndërgjegjësimin mjedisor si dhe marrëdhëniet ndërkulturore.

4.4. Funkzioni i turizmit për rritje të punësimit

Turizmi është kthyer në një sektor të rëndësishëm që ka ndikim në zhvillimin e ekonomisë së vendit. Përfitimet kryesore të turizmit janë krijimi i të ardhurave dhe krijimi i vendeve të punës. Për shumë rajone dhe vende është burimi më i rëndësishëm i mirëqënies. Aftësia e ekonomisë kombëtare për të përfituar nga turizmi varet nga disponueshmëria e investimeve për të zhvilluar infrastrukturën e nevojshme dhe nga aftësia e saj për të plotësuar nevojat e turistëve. Njëra nga ndikimet më të mëdha të turizmit është kontributi i tij për rritjen e punësimit. Kjo është shumë e rëndësishme për çdo shtet sepse në atë mënyrë zgjidhen pyetjet më ekzistenciale të njerëzve dhe zvogëlohen problemet sociale në vend. Fuqia punëtore është faktori më kryesor në turizëm. Turizmi angazhon numër të madh të punëtorëve për kryerjen e shërbimeve të shumta.

Karakteristikat e punësimit në sektorin e turizmit.

Mundësitë e punësimit në sektorët e turizmit dhe të hotelerisë mund të krijohen drejtpërdrejt ose tërthorazi. Punësimi i drejtpërdrejtë përbën mundësitë për punë të mbështetura direkt në udhëtime dhe turizëm. Për shembull punësimi në hotele, restorante, agjenci udhëtimesh, zyra informacioni turistik, muzeume, zona të mbrojtura si parqe kombëtare, bujtina, transport lokal (në pronësi të shtetit linjat ajrore dhe hekurudhore, objektet e transportit privat), etj.

Turizmi dhe mikpritja gjithashtu mbështet punësimin indirekt në aktivitete si furnitorë restorantesh, kompani ndërtimi, mirëmbajtje e objekteve turistike, prodhues të ndryshëm artizanal, shërbimet e kontabilitetit, etj, të cilat janë pak a shumë të varura nga kompanitë që ofrojnë punësim të drejtpërdrejtë për të ardhurat e tyre.

Në një industri intensive pune si turizmi dhe mikpritja ka të ngjarë të arrihet pjesa më e madhe e të ardhurave nga pagat dhe guidat e paguara për ata që punojnë në punë qoftë drejtpërdrejt duke u shërbyer nevojave të turistëve ose duke përfituar në mënyrë indirekte nga turistët ashtu dhe në mënyrë jo të drejtpërdrejtë. Në industrinë e turizmit kërkohet një numër i madh i fuqisë punëtore për të ofruar shërbime për turistët. Për këtë fakt, sektorët e turizmit dhe hotelerisë bashkë me industrinë mbështetëse ofrojnë mundësi të larmishme punësimi. Si një nga sektorët më të mëdhenj ekonomikë në botë, udhëtimi dhe turizmi krijon vende pune, nxit eksportet dhe gjeneron prosperitet në mbarë botën.

4.5. Efektet në zhvillimin ekonomik lokal/rural

Turizmi mund të ndikojë pozitivisht në zhvillimin ekonomik lokal/rural në mënyrat e mëposhtme:

- stimulimi i krijimit dhe rritjes së ndërmarrjeve të reja;
- duke sjellë një treg eksporti drejt pragut të shumë sektorëve (bizneset që fillojnë të shesin produktet për turistët dhe për të gjetur sukses mund të përfundojnë si eksportues, duke ndihmuar kështu ekonominë të diversifikohet);
- stimulimi i zhvillimit të infrastrukturës së re dhe shërbimeve të transportit;
- duke shkuar paralelisht me përmirësimin e aftësive të fuqisë punëtore (ajo ofron stimuj për njerëzit lokalë/rurale që të mësojnë gjuhë të reja dhe aftësi për shërbimin ndaj klientit);
- duke kontribuar në bazën tatimore të qeverisë kombëtare, dhe ndonjëherë duke paguar tarifa ose licenca për pushtetin vendor dhe
- ofrimi i stimujve dhe fondeve për burimet natyrore, kulturore dhe historike që do të menaxhohen në mënyrë më të qëndrueshme.

Tema 5: Rajoni gjeografiko-turistik i Ballkanit

5.1. Pozita gjeografike

Rajoni i Ballkanit shtrihet midis detit Adriatik në perëndim dhe Detit të Zi, Marmara dhe atij Egje në lindje, rrjedhjes së poshtme të Danubit, luginës së Savës në veri dhe detit Mesdhe në jug. Brenda këtyre kufijve, gadishulli i Ballkanit ka një shtrirje rreth 950 km veri-jug dhe 1200 km lindje-perëndim, ndërsa sipërfaqja e tij është 505.578 km katror. Rajoni kufizohet në veri-perëndim me Italinë dhe Austrinë, në veri me Hungarinë dhe Ukrainën, në verilindje me Moldavinë.

5.2. Detet dhe tipet e bregdetit.

Detet që lagin rajonin Ballkanik i përkasin Mesdheut. Në to ndodhet një numer i madh ishujsh, shumica e të cilëve u përkasin shteteve të Europës Juglindore. Brigjet perëndimore të rajonit i lagin ujrat e deteve Adriatik dhe Jon. Në lindje, rajoni i Ballkanit laget nga ujrat e detit Egje, Marmara dhe Detit të Zi. Nëpërmjet detit Egje, Marmara, Detit të Zi, dhe ngushticave të Dardaneleve dhe të Bosforit, që lidhin këto dete, rajoni i Ballkanit ndahet nga gadishulli i Azisë së Vogël dhe njëkohësisht nga kontinenti i Azisë. Kanali i Otrantos rreth 75 km i gjerë e ndan atë nga gadishulli Apenin. Rajoni i Ballkanit dallohet për një vijë bregdetare të gjatë dhe dendësisht të përthyer, me shume kepe dhe gjire të përshtatshme, për ndërtimin e porteve.

5.3. Relievi

Në përgjithësi mbizotëron relievi kodrinor - malor, i cili shtrihet në trajtë vargjesh ose blloqesh, lidhur me një shtrirje të tillë edhe të strukturave ku ato janë modeluar. Midis tyre veçojmë vargmalet Dinarike, Durmitorit, ato të krahinës Malore Jugore e Qëndrore të Shqipërisë. Krahas vargjeve malore e atyre kodrinore në relievin e Ballkanit përfshihen dhe ultësirat, fushëgropat e gropat ndërmalore, duke krijuar kontraste morfologjike të shprehura midis tyre. Një shtrirje

relativisht të gjerë kanë dhe pllajrat me reliev kodrinor, si ajo e Transilvanisë, ajo e Moldavisë dhe Dobruxhës.

5.4. Klima e gadishullit Ballkanik.

Gadishulli i Ballkanit shtrihet në zonën e klimës subtropikale mesdhetare, tranzitore dhe mesatare, e cila lidhet drejtpërdrejt me pozitën e saj, ndërmjet detit Mesdhe dhe Ultësirës së Evropës Lindore, lidhjen e gjerë me kontinentin e Evropës, depërtimin e deteve në brendësi të saj, praninë e pellgjeve ndërmallore dhe shtrirjen e vargjeve malore. Këta faktore kanë ndikuar në ndarjen e këtij rajoni në tri zona klimatike, si ajo mesdhetare, tranzitore dhe mesatare.

5.5. Pasuritë ujore të gadishullit të Ballkanit.

Në gadishullin e Ballkanit, rrjeti ujqor përfaqësohet nga lumenj me përmasa të ndryshme, liqene të shumta me madhësi e origjina të ndryshme dhe ujra nëntoksore mjaft të pasur. Lumi më i madh i Ballkanit dhe i dyti në Evropë pas Vullgës, është Danubi, i cili përfundon në Detin e Zi, me një deltë mjaft të gjere. Në rajonin e Ballkanit ka një numër të madh liqenesh si, ai i Shkodrës, i Ohrit, i Prespës, i Janinës, etj.

5.6. Tokat e rajonit Ballkanik

Në përbërësit e tjerë natyror mjaft të rëndësishëm të këtij rajoni janë dhe tokat, të cilat shërbejnë si një nga mjetet kryesore të prodhimit, veçantërisht atij tokësor. Rajoni dallohet për një shumëllojshmëri tokash. Veçohen katër lloje tokash, toka të hirta kafe, toka e kafejta (malore), toka e murrme mujore dhe tokat livadhore malore.

5.7. Flora dhe Fauna.

Shtrirja e këtij rajoni në tri zona klimatike, përbërja litologjike e larmishme, kushtet e një relievi kodrinor-malor me kontraste morfologjike të theksuara dhe tipet e ndryshme të tokave kanë përcaktuar një shumëllojshmëri të florës dhe faunës së tij. Dallohen 4 kate të mbulesës bimore, si shkurret mesdhetare, dushqet, ahishtet, haloret dhe kullotat alpine.

5.8. Vlerësimi fiziko-ekonomik i rajonit të Ballkanit.

Gadishulli i Ballkanit shtrihet midis tri kontinenteve (Euro-Aziatik dhe Afrikan), detit Mesdhe dhe Detit të Zi, duke përbërë një udhëkryq rrugësh detare, tokësore dhe ajrore të rëndësishme për zhvillimin historiko-ekonomik të tij. Hapja e gjerë e këtij gadishulli ndaj deteve të lartëpërmendura, veçantërisht të Mesdheut (Adriatik, Jon, Egje) i kanë dhënë një shtytje të fuqishme zhvillimit të turizmit detar, që është një degë e rëndësishme e ekonomisë së këtij rajoni. Këtij fakti i duhet shtuar gjithashtu edhe zhvillimi i turizmit të bardhë sidomos gjatë dekadave të fundit. Gadishulli i Ballkanit është një nga rajonet me popullsi shumëetnike e banuar nga tri etni të mëdha, ilirët, trakët dhe helenet. Ky rajon ka trashëguar një pasuri të rrallë kulturore dhe shkencore.

Ky rajon ka kushte të përshtatshme të disa llojeve të turizmit në detin Mesdhe, Egje dhe Detin e Zi.

- Plazhet e gjera favorizojnë zhvillimin e turizmit balnear.
- Zonat malore, ku dëbora është e përhershme gjatë gjithë dimrit, janë të përshtatshme për zhvillimin e sporteve dimërore.
- Ujrat termale dhe termominerale mundësojnë zhvillimin e turizmit kurativ.

- Trashëgimia historike-kulturore nxit zhvillimin e turizmit kulturor dhe shkencor.
- Pozita midis tri kontinenteve favorizon zhvillimin e turizmit tranzit dhe të biznesit, etj.

Tema 6: Rajonet gjeografiko-turistike në kontinentin Evropian

6.1. Pozita gjeografike

Evropa zë një pozicion qëndror krahasuar me kontinentet e tjera. Në veri, në perëndim e në jug kufijtë gjeografik të Evropës janë përkatësisht nga deti i ngrirë i Artikut, nga oqeani Atlantik e deti Mesdhe, që lagin brigjet e tij. Kufiri lindor kalon në malet Urale, që ndajnë Evropën nga Azia.

6.2 Relievi i Evropës

Evropa paraqet një lartësi mesatare rreth 340 m mbi nivelin e detit. Shumica e territorit zihet nga fusha e kodra. Malet e reja janë të përqëndruara nga perëndimi drejt lindjes si nje vijë e gjatë, Alpet, Pirenejtë, Karpatet. Malet e vjetra, me lartësi modeste shtrihen në pjesën qëndrore e veriore të kontinentit si malet Skandinave, Urale, etj. Fushat e mëdha, hapen në pjesën qëndrore të kontinentit, si Ultësira Franceze, Ultësira Padane, Hungareze, Gjermane, etj.

6.3. Lumenjtë e Evropës

Lumenjtë e Evropës kanë gjatësi modeste. Vetëm në pjesët lindore, lumenjtë kanë gjatësi të dukshme, si, Vollga lumi më i gjatë në Evropë. Lumenj të tjerë janë Elba, Reni, Tago, Danubi, Dnjepr, Don, etj. Liqenet, janë me origjinë akullnajore si Ladoga, Onega, Gjenevës, Zyrihut, etj. Oqeani Atlantik e deti Mesdhe futen thellë në territorin Evropian, duke krijuar dete të brendëshme, gjire, ishuj e gadishuj, si deti Balltik, deti i Norvegjisë, deti i Veriut, gadishulli Skandinav, Iberik, ishuj si Islanda, Irlanda, etj.

6.4. Klima e Evropës

Evropa paraqet një larmi klimatike nga një rajon në tjetrin, që kushtëzohet nga një sërë faktorësh klimatik. Evropa është një gadishull i madh, i lagur nga Mesdheu dhe Atlantiku, që ndikojnë shumë në klimën e Evropës. Shtrirja e maleve nga veriu në jug me lartësi të vogël, gjithashtu ka ndikime në klimën e Evropës. Dallohen 4 tipe kryesore klimash: klima atlantike, mesdhetare kontinentale dhe klima e ndërmjetme midis atlantikes dhe kontinentales.

6.5. Bimësia

Bimësia është e lidhur me klimën e larmishme dhe natyrën e tokës, si dhe me ambientin në përgjithësi. Ajo varion sipas zonave klimatike, si shkurre mesdhetare, pyje konifere, tundra, stepat, pyjet gjetherënëse, etj.

6.6 Turizmi

Evropa është kontinenti me numrin më të madh të turistëve në botë. Aspekti më interesant është dashuria nga vetë evropianët për kontinentin e tyre duke përbërë 80% të fluksit turistik kontinental. Zonat që tërheqin flukset turistike më të rëndësishme janë zona Mesdhetare dhe ajo e Evropës Perëndimore, por në rritje të vazhdueshme është dhe Evropa Juglindore dhe ajo Lindore. Lidhur me fluksin turistik, kontinenti ynë ndahet në tre zona të ndryshme: Evropa Veri-Perëndimore, Evropa Lindore e Evropa Mesdhetare.

6.7. Turizmi në Evropën Veri –Perëndimore

Brigjet atlantike të Evropës për shkak të kushteve klimatike dhe ambjentale më pak të favorshme tërheqin më pak turistë, kryesisht të rinj, që praktikojnë sporte si sërifi, etj. Zonat më të populluara me turistë janë Franca, Spanja, Britania e Madhe. Turizmi në këtë zonë ka të bëjë me lëvizjen turistike të qendrave të mëdha (Kopenhagen, Oslo, Stokholm e Helsinki, Londra, Irlanda, Skocia) për peizazhet e tyre, që thithin shumë turistë të cilët, duan natyrën e peizazhin.

Alpet dhe turizmi natyror

Zonat malore sigurojnë rreth 8% të lëvizjes turistike të kontinentit. Alpet janë destinacioni kryesor turistik malor në kontinent, ndiqen nga Pirenejt, Alpet Skandinave, Karpitet , Ballkanet, Rodopet në Ballkan. Zonat malore vizitohen çdo vit nga miliona turiste (80 milion në total ku shumica janë skiatore).

Parqet natyrore

Oferata turistike evropiane përfshin rreth 359 parqe kombetare , 41 prej të cilave mbrohen nga UNESCO. Këto parqe ofrojnë kushte si për tuzëm natyror, qoftë edhe për atë historik e kulturor.

6.8 Turizmi në Evropën Lindore është i zhvilluar në qytete si Praga, Budapesti, Moska, për historinë e bukuritë e tyre artistike, apo turizmi balnear në Detin e Zi e liqenin Balaton.

Turizmi ujor

Interenaret lumorë janë destinacione turistike evropiane në rritje. Lundrimet nëper lumenj ofrojnë mundësinë për të njohur historinë dhe kulturën e vendeve që përshkojnë lumenjtë Danubi, Volla , Sena, Reni, Luara ku anijet me turistë ndalojnë në destinacione natyrore e historike të Evropës.

6.9 Turizmi në Zonën Mesdhetare

Në këtë rajon turizmi masiv është shumë i përhapur. Deti Mesdhe është pika më e fortë në Evropë, si për turizmin balnear qoftë për turizmin historik e kulturor.

Turizmi veror është zhvilluar në shumë zona bregdetare të Evropës Mesdhetare si Italia, Greqia, Spanja, por edhe forma turistike të tjera si, turizëm kulturor, nëpër qendra arkeologjike. Gjithashtu, janë të zhvilluara edhe forma të tjera turizmi, si agroturizëm, në zona të hapura në

kontakt me natyrën e ajrin e pastër, eskursionet në male, nëpër parqe natyror, etj. Trashëgimia e pasur arkeologjike, historike e artistike, prezenca e brigjeve sugjестive të deteve të bukura, mikpritja e banorëve, e bëjnë zonën mesdhetare, një nga zonat me fluks turistik të madh. Në dhjetëvjeçarët e fundit në shoqërinë evropiane po rritet ndërgjegjësimi për ambientin dhe pasurinë kulturore e lokale dhe kjo ka çuar në një shfrytëzim më të përgjegjshëm turistik të territorit dhe një ofertë turistike më të evoluar. Krahasuar me modelin “det e diell” të turizmit masiv, sot tregu kërkon një model të zhvillimit të turizmit më të ekuilibruar.

Tema 7: Rajonet gjeografiko turistike në botë

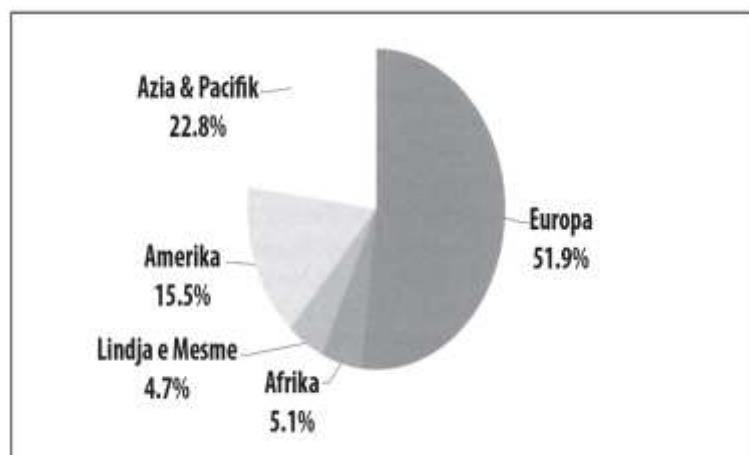
7.1. Përmasat e zhvillimit të turizmit në botë

Turizmi përbën sot padyshim njërin nga aktivitetet më të rëndësishëm botëror për nga përmasat dhe efektet ekonomike që ai sjell. Kështu sipas të dhënave të Organizatës Botërore për Turizmin, në lëvizjen turistike ndërkombëtre në vitin 2019 ishin përfshirë mbi 1.3 miliardë njerës dhe nga aktiviteti i turizmit u përfituan 1.3 trilion euro. Gjithashtu po sipas kësaj organizate parashikohen tendenca rritje me hapa të shpejta të fenomenit edhe në të ardhmen.

Njëkohësisht me rritjen e përmasave dhe rëndësisë së fenomenit është vërejtur edhe përhapja gjithnjë e më madhe gjeografike e tij. Kjo ka bërë që harta turistike të përfshijë sot të gjithë rruzullin tokësor dhe nuk ka më pjesë të tij të pa “shkelur nga këmba” e turistit.

Europa përballon mbi gjysmën të gjithë lëvizjes turistike, duke u cilësuar jo vetëm si djepi i lindjes së turizmit, por edhe kontinenti më i rëndësishëm turistik i botës. Mbi 600 milionë turistë regjistrohen mesatarisht çdo vit në Europë, të cilët sjellin një efekt financiar mbi 500 bilion euro. Rreth 10% i të gjithë të punësuarve të Europës ose gati 40 milionë njerëz, i përkasin sektorit turistik.

Ardhjet e turistëve në hapësirat kryesore



Pas Europës renditet kontinenti Aziatik bashkë me ishujt e Pacifikut, duke përballuar rreth 23%

të lëvizjes turistike ndërkombëtare. Një rritje e tillë është vërejtur veçanërisht vitet e fundit parasëgjithash nga roli i Kinës, duke ia kaluar edhe kontinentit amerikan, i cili përballon mbi 15% të lëvizjes turistike botërore. Po kështu është rritur edhe roli dhe pesha e kontinentit Afrikan me mbi 5% dhe Lindja e Mesme me rreth 5%.

7.2. Tendencat e zhvillimit të turizmit

Bazuar në këto zhvillime janë vërejtur deri më sot disa tendenca të përgjithshme të zhvillimit rajonal të turizmit, siç janë:

1- *Është rritur rëndësia ekonomike* që ka turizmi lidhur me të ardhurat valutore që ai sjell, si në zonat turistike tradicionale (Mesdheu, Europa Qendrore, Azia Juglindore), ashtu edhe në zona të reja turistike (zona e Karaibeve, shtetet ishullore të Pacifikut, vendet afrikane etj).

2- *Është vërejtur rritje e intensitetit turistik*, d.m.th. numri i turistëve për njësi të sipërfaqes në zonat turistike. Një rritje e tillë vërehet sidomos në vendet turistike të Azisë Juglindore e me radhë në Europën Qendrore, Europën Juglindore, në Karaibe etj. Kuptohet që në shtetet e vogla ishullore ky intensitet është më i madh nga që edhe sipërfaqja e tyre është e vogël. Në shtetet me sipërfaqe të madhe, sidomos të Europës, ky intensitet është më i vogël, megjithatë për pjesë të veçanta turistike të tyre ai paraqitet shumë i lartë.

3- *Është rritur rëndësia turistike e mjaft zonave dhe vendeve*, të cilat më parë nuk dalloheshin për zhvillim të turizmit. Këtu futen zona të tilla si: pjesë të Afrikës së Jugut, të Amerikës Qendrore, të Mesdheut Lindor, Azisë Qendrore e Jugore etj.

4- Si e gjithë ekonomia botërore edhe turizmi *po bëhet gjithnjë e më tepër fenomen global* dhe po dominohet nga pak shtete më të fuqishme të botës. Kjo po rrit ndjeshëm konkurrencën në fushën e turizmit, siç tregojnë edhe të dhënat e mëposhtme.

Vendet	Numri i turistëve në %
5	39.5
10	57.4
15	68.8

Vendet	Të ardhurat në %
5	46.1
10	61.0
15	67.7

Nga këto të dhënat rezulton që vetëm 5 vendet më të rëndësishme turistike të botës përballojnë mbi 35% të numrit të përgjithshëm të turistëve ndërkombëtarë. Mbi 50% të këtij numri e zotërojnë vetëm 10 vende të botës, e madje mbi 65% vetëm 15 vende.

E njëjta gjë ndodh edhe me shpërndarjen e të ardhurave nga turizmi, ku vetëm 5 vende sigurojnë mbi 45% të tyre, 10 vende mbi 60% dhe 15 vende mbi 65%.

7.3. Turizmi në Evropë

Në kuadër të gjithë botës, Evropa përballon mbi gjysmën të gjithë lëvizjes turistike, duke u cilësuar jo vetëm si djepi i lindjes së turizmit, por edhe kontinenti më i rëndësishëm turistik i

botës. Mbi 600 milionë turistë regjistrohen mesatarisht çdo vit në Evropë, të cilët sjellin një efekt financiar mbi 500 bilion euro. Rreth 10% i të gjithë të punësuarve të Evropës ose gati 40 milionë njerëz, i përkasin sektorit turistik.

Evropa është jo vetëm kontinenti më i rëndësishëm pritës i turistëve, por njëkohësisht edhe furnizuesi më i rëndësishëm me turistë. Të gjitha këto tregojnë për rëndësinë e madhe që ka turizmi për Evropën.

Ndonëse Evropa mban peshën kryesore në gjithë lëvizjes turistike në botë, midis pjesëve përbërëse të saj vërehen ndryshime në rolin që luajnë dhe peshën që mbajnë. Tabela e mëposhtme i shpreh qartë ndryshime të tilla.

Ecuria e numrit të turistëve në Evropë (në milion)

Vitet	1990	2000	2010	2015	2016	Rritja në % (1990–2016)
Europa	261.5	386.5	489.0	603.7	616.2	135.6 %
Evropa Veriore	28.7	44.8	62.8	75.4	80.2	179.4 %
Evropa Perëndimore	108.6	139.7	154.4	181.4	181.5	67.1 %
Evropa Qëndrore dhe Lindore	33.9	69.6	98.5	121.4	126.0	271.7 %
Evropa Jugore dhe Mesdheu	90.3	132.6	173.3	225.5	228.5	153.0 %

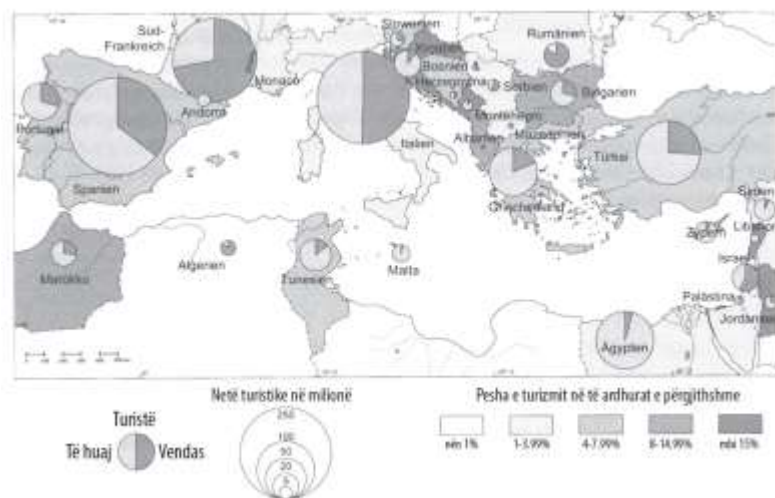
Nga të dhënat e tabelës duket qartë që Evropa Perëndimore ka mbajtur dhe mban peshën kryesore në lëvizjen turistike të Evropës. Pas saj renditet Evropa Jugore dhe Mesdheu si rajon shumë i rëndësishëm turistik. Ndërkohë që rritje e konsiderueshme është vërejtur dy dekadat e fundit në Evropën Veriore me fuqizimin e mëtejshëm turistik të Britanisë së Madhe dhe vendeve skandinave. Por akoma më e madhe dhe e shpejtë është vërejtur kjo rritje veçanërisht në vendet e Evropës Qëndrore dhe Lindore pas rënies së sistemit komunist, duke filluar nga vitet 90-të të shekullit XX-të e në vazhdim.

7.4. Hapësira Mesdhetare - zona më e rëndësishme e turizmit detar

Mesdheu përbën rajonin më të rëndësishëm turistik në botë. Rreth 1/3 e gjithë lëvizjes botërore është përqendruar në Mesdhe, sidomos në sezonin veror. Për numrin më të madh të vendeve mesdhetare, turizmi renditet ndër aktivitetet kryesore ekonomike. Ai përbën shembullin më tipik të rajonit me turizëm masiv duke u cilësuar me të drejtë si “banja diellore e Europës”.

Peizazhet tërheqëse të hapësirës mesdhetare, klima e mirë, plazhet e bukura, pasuria e veçantë kulturore etj., e kanë bërë këtë hapësirë, pikën kulmore të tërheqjes turistike ndërkombëtare. Rreth 90% e fluksit turistik në Mesdhe është i përqendruar në hapësirat bregdetare të tre shteteve: Francës, Spanjës dhe Italisë.

Pesha e turizmit në vendet mesdhetare



Në rajonet bregdetare të shteteve mesdhetare midis Portugalisë dhe Greqisë regjistrohen çdo vit mesatarisht rreth 1 miliardë netë të fjetura. Në sezonin veror numri i turistëve këtu është sa dyfishi i popullsisë banuese vendase.

7.5. Alpet e Europës - zona më e rëndësishme në botë për turizmin e bardhë

Alpet e Europës përbëjnë zonën më të rëndësishme të turizmit botëror në gjysmën e ftohtë të vitit, kryesisht nën motivin e sportit dimëror. Ndërsa në verë zona e Alpeve Europiane konkurohet nga ajo mesdhetare, në dimër nuk ekziston një konkurrencë e tillë. Kjo ia rrit edhe më shumë rëndësinë turistike zonës së Alpeve në stinën e ftohtë të vitit. Me një shtrirje gjeografike në vijë ajrore prej 1 200 km gjatësi dhe 130-250 km gjerësi, alpet europiane fillojnë nga gjiri i Gjenevës në perëndim, deri në Vjenë në lindje. Me një sipërfaqe rreth 220 000 km², në këto male përfshihen 5 shtete: Zvicra, Austria, Gjermania, Franca dhe Italia.

Në zonën e alpeve banon një popullsi rreth 7 milionë banorë, 3 prej të cilave në malet e larta. Ndërkohë që kapaciteti turistik i kësaj zone është rreth 3 milionë shtretër dhe vizitohet mesatarisht çdo vit nga mbi 40 milionë turistë, të cilët realizojnë rreth 500 milionë netë të fjetura.

Në krahasim me hapësirën mesdhetare, alpet europiane u zhvilluan më vonë nga pikëpamja turistike. Kështu deri në fillimin e revolucionit industrial në Europë, alpet ishin një zonë pothuaj e izoluar totalisht. Me zhvillimin e këtij revolucioni filloi ndërtimi i hekurudhave edhe në zonat e larta alpine. Si fazë e parë e eksplorimit të alpeve do të cilësohej ajo nga viti 1880 deri në vitin 1914. Por, si fazë e fillimit të turizmit dimëror në zonën e alpeve, konsiderohet ajo e periudhës 1914 – 1950. Megjithatë edhe në këto vite nuk do të bëhej fjalë akoma për zhvillimin e një turizmi masiv në alpe. Një fazë e tillë filloj pas Luftës së Dytë Botërore e në vazhdim.

7.6. Shtetet me më shumë turistë

Në bazë të numrit të turistëve të regjistruar mesatarisht në çdo vit, Organizata Botërore e

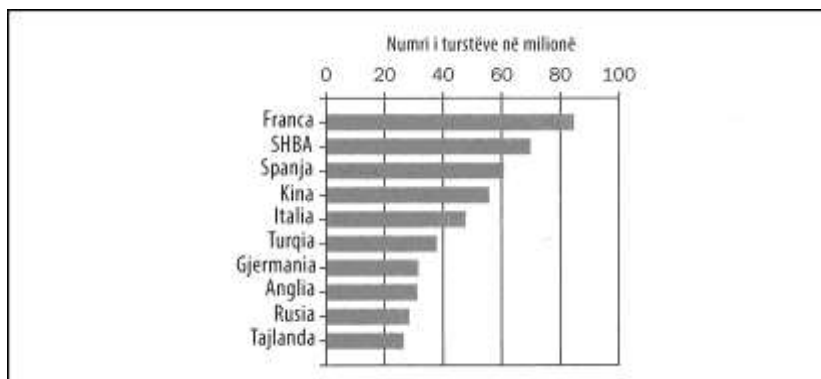
Turizmit i klasifikon shtetet më të zhvilluara turistike në botë, të cilët jepen si në tabelën e mëposhtme.

Vendet me numrin më të madh të turistëve në botë (në milion)

<i>Emri i shtetit</i>	1995	2005	2017	Ndryshimi i vendit që zë		
				1995	2005	2017
1. Franca	61.5	75.9	86.9	1	1	1
2. SHBA	44.8	49.2	76.9	2	3	3
3. Spanja	41.2	55.9	81.8	3	2	2
4. Italia	35.5	36.5	58.3	4	5	5
5. Kina	26.1	46.8	60.7	5	4	4
6. Anglia	25.8	28.0	37.6	6	6	7
7. Meksika	21.7	21.9	39.3	7	7	6
8. Hungaria	20.7	10.1	15.8	8	15	15
9. Polonia	19.4	15.2	18.4	9	12	14
10. Kanada	17.3	18.7	20.8	10	11	13
11. Austri	16.6	19.9	29.5	11	10	10
12. Gjermani	14.5	21.5	37.5	12	8	9
13. Hong Kong	11.7	14.7	27.9	13	13	11
14. Greqia	10.1	14.2	27.2	14	14	12
15. Turqi	7.1	20.2	37.6	15	9	8

Mbi bazën e këtij koncentrimi kaq të madh të turizmit në pak vende, veçohen sot 10 vendet që regjistrojnë numrin më të madh të turistëve në botë

Dhjetë vendet me numrin më të madh të turistëve në botë



të

në të ardhmen. Kështu nga njëre anë pritet të rritet edhe më shumë pjesmarrja e njerëzve në lëvizjen turistike dhe rritje e të ardhurave nga turizmi për shumicën e vendeve që ofrojnë atë. Nga ana tjetër pritet që më të fuqishmit do vazhdojnë të fuqizohen dhe dominojnë zhvillimin e turizmit në botë.

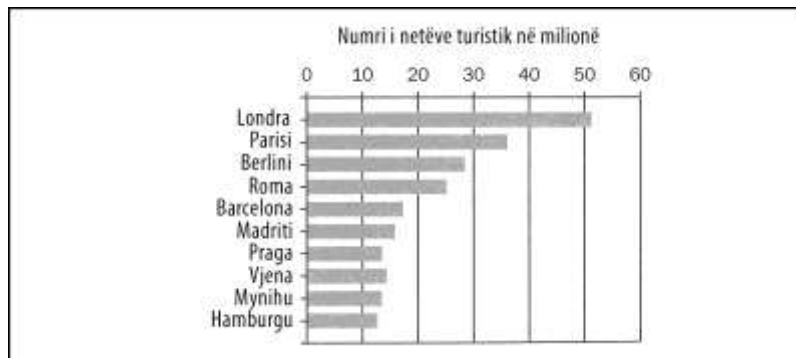
Tendenca të tilla në ecurinë e zhvillimit të turizmit në botë priten thellohen edhe më tej

7.7. Qytet kryesore turistike të Evropës

Me interes është edhe analiza e qyteteve që mbajnë peshën kryesore të qarkullimit turistik në

Evropë. Në grafikun e mëposhtëm renditen 10 qytetet europiane me numrin më të madh të netëve turistike.

Dhjetë qytetet europiane me numrin më të madh të netëve turistik



7.8. Turizmi në kuadër të Bashkimit Evropian

Midis vendeve të ndryshme të Evropës peshën kryesore si furnizues dhe pritës të lëvizjes turistike e mbajnë vendet anëtare të Bashkimit Evropian. Ndërkohë që edhe midis vetë tyre ka ndryshime në peshën që mbajnë dhe rolin që luajnë si furnizues apo pritës të lëvizjes turistike. Tabela e mëposhtme na jep një pasqyrë të qartë në këtë drejtim.

Vende kryesisht furnizuese me turistë	Vende furnizuese dhe pritëse turistësh	Vende kryesisht pritëse turistësh
Belgjika	Danimark	Austria
Gjermania	Estonia	Bullgaria
Finlanda	Irlanda	Franca
Britania e Madhe	Letonia	Greqia
Litauen	Luksemburgu	Italia
Hollanda	Rumania	Kroacia
Suedia	Slovenia	Malta
Cekia		Polonia
		Portugalia
		Sllovakia
		Spanja
		Qipro

Bazuar në këtë trajtim të përgjithshëm të zhvillimit të turizmit në botë mund të thuhet se tendenca e kësaj zhvillimi do të jetë në rritje të mëtejshme dhe krahas hapësirave të njohura turistike do të krijohen edhe shumë të reja.

Tema 8: Oferta gjeografike- natyrore dhe kulturore e Shqipërisë në turizëm

Shqipëria ka potenciale të mëdha natyrore, historike dhe të trashëgimisë kulturore. Në Shqipëri ka një numër të madh atraksionesh natyrore që nga bregdeti i Adriatikut e Jonit, deri te parqet kombëtare e natyrore, zonat e mbrojtura etj.

8.1. Hapësira bregdetare shqiptare si kompleksi më i rëndësishëm turistik në vend.

Vlerat rekreative dhe atraktive të një hapësire të caktuar gjeografike, përcaktojnë potencialin dhe shkallën e qarkullimit turistik. Sa më të larta të jenë këto vlera, aq, më e madhe, është premisa e qarkullimit turistik. Por, jo të gjitha llojet e hapësirave gjeografike kanë vlera të njëjta atraktive dhe rekreative. Hapësirat bregdetare, si element i ofertës primare turistike përbëjnë kompleksin më të rëndësishëm turistik, ku përqendrohen qarkullimet më të mëdha turistike të botës. Hapësira e bregdetit të Shqipërisë, për shkak të pozitës së vendit tonë në pellgun e Mesdheut dhe Adriatikut jugor, të shumëllojshmërisë së jashtëzakonshme morfometrike dhe morfologjike të brigjeve, të klimës tipike subtropikale mesdhetare, peizazheve dhe ekosistemeve specifike, biodiversitetit të lartë dhe një rradhë faktorësh të tjerë natyrore dhe antropogjene (socio-kulturor) kanë vlera shumë të mëdha atraktive dhe rekreative, gjë për të cilat mund të zhvillohet një qarkullim i madh turistik cilësor në nivele të tilla që, mund të konkurohet me sukses turizmi i vendeve fqinje.

8.2. Kushtet natyrore janë të parat që kushtëzojnë një vend apo hapësirë gjeografike, si objekt i zhvillimit turistik në kuadrin e ofertës primare turistike. Bregdeti shqiptar karakterizohet nga një numër shumë i madh gjiresh, kepash, e gadishuj shkëmbore, nga plazhet zallore e ranore, nga gremina, nga shkëmbinj nën e mbi ujorë. Shtrirja e gjatë e vijës bregdetare, gjerësia e konsiderueshme e saj, janë ato faktorë hapsinore të përshtatshëm që sigurojnë kapacitete të mëdha për ndërtimin e objekteve turistike, receptive dhe akomoduese (hotele, e motele, restorante dhe bare, fshatra turistik, objekte komplementare komunale, tregtare e shërbimi, mjedise sportive e lojrash për fëmijë, etj). Një objekt shumë i rëndësishëm turistik i rivierës shqiptare është ishulli i Sazanit, ishulli më i madh në Shqipëri, me greminat madhështore e bimësinë mesdhetare.

8.3. Klima.

Faktori kryesor që kushtëzon vlerat atraktive dhe rekreative të bregdetit shqiptar është klima e tij tipike subtropikale mesdhetare e në rradhë të parë temperaturat mesatare të gjysmës së ngrohtë të vitit (15-24 gradë celcius) që sigurojnë një sezon balnear të gjatë rekreativ. Vlerat rekreative të bregdetit jonian shqiptar rriten dhe nga kurora e maleve që e shoqërojnë atë në të gjithë shtrirjen e tyre që ngrihen deri në 2045 m (Maja e Cikës).

8.4 Bimësia.

Bregdeti shqiptar është përfaqësuesi me i rëndësishëm dhe me tipik i bimësisë mesdhetare subtropikale , i drurëve dhe i shkurreve mesdhetare me gjelbërim të përhershëm, jo me pak atraktive janë dhe pyjet e pakta (ai i Llogarasë) si dhe bimët e kultivuara (agrumet, ullinjët) pyjet konifere, etj

8.5 Hidrografia.

Elementet hidrografik paraqiten gjithashtu me rëndësi. Lumenjtë, përrenjtë malore, liqenet, kënetat, lagunat, burimet nëntokësore e sidomos ato bregdetare e nën detare, ujvarat, etj.

8.6 Vlerësimi turistik i objekteve dhe vlerave historike dhe etnosociale të bregdetit.

Në kategorinë e ofertës primare turistike, vend të veçantë zënë dhe motivet etnosociale e kulturore -historike. Një pjesë e madhe e qarkullimit turistik realizohet pikërisht për motive të tilla. Ky është quajtur turizëm kulturor, i cili është i lidhur ngushtë me konsumin specifik të të mirave shpirtërore-kulturore, të cilat ndonëse nuk futen në procesin e drejtpërdrejtë të prodhimit, në turizëm marrin karakterin e një malli që konsumohet, por pa u shteruar, po kështu edhe dielli , klima, bora, plazhi etj. Ata paraqiten si faktorë specifikë atraktivo –turistik për nga përmbajtja, por, të cilat, prodhojnë efektet e duhura social- ekonomike. Bregdeti shqiptar, edhe në këtë drejtim ka vlera të konsiderueshme. Këto vlera përfshijnë jetën komplekse të banoreve bregdetas, anën materiale shpirtërore, të kaluarën historike e të tashmen , mënyren e jetesës, doket e zakonet veshjet tradicionale, etj. Por, një vlerë të madhe turistike kanë objektet kulturore-historike e arkeologjike . Ato ushtrojnë një efekt të madh në qarkullimin turistik, sidomos tek ai i drejtimit kulturor. E gjithë e kaluara e popullit shqiptar, kultura ilire dhe ajo antike greko-romake e pellgut të Mesdheut gjendet e përfaqësuar nga monumente të mëdha me rëndësi të jashtëzakonshme duke filluar me monumentin më të shquar arkeologjik shqiptar dhe një nga më të shquarit e botës antike , Butrintin dhe deri te keshtjella e Lëkurasit, Sopotit, Porto-Palermos, Himarës, Kaninës etj. Këto objekte tërheqin mijëra turistë çdo vit.

8.7 Drejtimitet e zhvillimit të turizmit në bregdetin shqiptar

Shqipëria ofron befasi dhe larmi të madhe të peisazheve, të cilat ndryshojnë nga fushat bregdetare, në malet e larta, terrenet e thyera, liqenet e mëdhenj e të vegjël, lugina spektakolare të lumenjve, pyjet, etj. Klima është mjaft e favorshme për të mbështetur çdo lloj aktiviteteve turistike, pasi Shqipëria veçon për numrin e madh të ditëve me diell. Llogaritet që 80 – 90 % e ditëve të vitit janë me diell, ose mesatarisht 2.200 orë. Falë kësaj klime, sezoni i plazhit zgjat nga 4-5 muaj në vit. Bregdeti shqiptar shtrihet në 450 km, duke përfshirë lagunat e shumta përgjatë bregdetit të Detit Adriatik, ndërsa pjesa që laget nga deti Jon paraqet plazhe të mrekullueshme në peisazhe hera-herës malore. Të dy detet, Adriatik dhe Jon, kanë tipare të ndryshme fizike nga njëri-tjetri. Bregdeti Adriatik, që shtrihet nga kufiri me Malin e Zi në veri, deri në Gjirin e Vlorës në jug, shquhet për plazhet e cekëta e ranore, shumë të favorshme për pushimet e familjareve me fëmijë. Në shumë zona, plazhet rrethohen nga pyje pishash dhe ndodhen në gjire të favorshme natyrore. Plazhet më të përmendura përgjatë bregdetit Adriatik janë të Velipojës, Shëngjinit,

Gjirit të Lalëzit, Durrësit, Golemit, Spillesë, Divjakës, Semanit dhe Darëzezit. Këtu gjenden një sërë lagunash të cilat përbëjnë ekosisteme shumë të favorshme për florën dhe faunën, e në mënyrë të veçantë për botën e shpendëve ujore. Përveç lagunës së Kune Vainit në afërsi të Lezhës, një tjetër, ajo Karavastasë me sipërfaqe 44 km² përbën lagunën më të madhe të bregdetit. Ajo është pika më perëndimore në Evropë ku folezon pelikani kaçurrel. Karavastaja është pjesë e Konventës Ndërkombëtare të RAMSAR që prej vitit 1995. Këto pika natyrore janë shumë të favorshme për ekoturizmit, observimin e shpendëve ujore, etj dhe vitet e fundit po kthehen në vende mjaft të vizitueshme nga turistët e huaj. Bregdeti Jonian, që njihet ndryshe si "Riviera Shqiptare", shtrihet nga Vlora në Jug, deri në kufirin me Greqinë. Ky bregdet i lartë i tipit shkëmbor, ka në gjatësinë e vet plot plazhe të vegjël me zalle, duke dalluar për cilësinë mjaft të lartë të ujërave detare dhe thellësinë e tyre. Mjaft të preferuara nga të rinjtë, plazhet e Jonit afrojnë mundësi të shumta për zhvillimin e sporteve ujore, zhytjet nënujore, ndërsa përgjatë Gadishullit të Karaburunit mund të njihen edhe me mbetet e anijeve që nga kohët ilire dhe romake. Plazhet më të zgjedhur janë Dhërmiu, Jala, Himara, Qeparoi, Borshi, Ksamili. Qyteti më jugor, që mbyll këtë bregdet në kufijtë shqiptarë është Saranda, afër të cilës gjendet Butrinti i njohur në periudhën antike, vitet e fundit po tërheq përherë dhe më shumë interesin nga kompani të huaja për ngritjen e hoteleve 5 dhe 4 yje, vilave, fushave të golfit dhe mjediseve sportive. Vitet e fundit portet shqiptare të Durrësit, Vlorës dhe Sarandës janë kthyer në stacione qëndrimi për "krocierat" ndërkombëtare, që lundrojnë nëpër Mesdhe. Në Gjirin e Vlorës pranë qytezës së vogël të Orikumit gjendet porti i jahteve, "Marina Orikum", me kapacitet parkimi për 650 jahte, duke u bërë pikë e preferuar për ankorimin e tyre sidomos nga turistët që vijnë nga Italia fqinje. Pasi të zbulosh vijën bregdetare turistike, jo pak befasi afron pjesa e brendshme e Shqipërisë malore, ku 2/3 e tokës zihen nga kodra dhe malet, që janë një tjetër potencial i madh për zhvillimin e turizmit malor dhe aktiviteteve out-going . Në bregdetin shqiptar duhet të zhvillohet ai lloj turizmi që bën të mundur ruajtjen e vlerave të mëdha natyrore dhe njerzore të saj, d.m.th vlerat kulturore-historike të saj. Zhvillimi i turizmit elit, i specializuar vetëm në turizmin kulturor shihet si drejtim kryesor. Zhvillimi i turimit rural gjithashtu, shihet si drejtim tjetër, me fshatra turistike, duke ruajtur karakteristikat urbanistike e ndërtime të zones.

8.8.Turizmi natyror

Shqipëria është vlerësuar për natyrën dhe peizazhet e saj të bukura. Zonat natyrore dhe rurale të Shqipërisë ofrojnë mundësi për zhvillimin e turizmit rural, malor e ekoturizmit dhe veprimtarive në natyrë (rafting,hedhje me parashute sportive, ciklizem malor, peshkim, trekking, ngjitje alpinistike, ecje në natyrë hiking, shëtitje me kuaj ,turet studimore) etj. Turizmi mlor ka pasur zhvillime pozitive, si rrjedhojë e të cilave janë stabilizuar një numër i konsiderueshëm turesh te organizuar në Theth, Vermosh, Lepushë,Valbonë, dhe Tropojë, në Alpet Shqiptare, Diber, etj. Zonat malore te shtrira kudo Shqipërisë me relief me thyerje të bukura të kodrave dhe maleve madhështore si, Korabi, Valbona, Thethi, Dardha, Voskopoja, Tomorri, Cika si dhe parqeve Kombetare si Llogaraja, Dajti, Bozdoveci janë të jashtëzakonshme me pyje fantastike, lumenj befasues, shpella karakteristike dhe ujore për t'u eksploruar, pista natyrore për ski dhe shkëmbinj

për t'u ngjitur. Liqenet e vegjel dhe të mëdhenj të Ohrit, Shkodrës, Shirokës dhe Zogaj, Prespës me plazhe shkëmbore dhe ranore, si dhe 12 liqenet ekzotike të Lurës ofrojnë një panoramë tërheqese dhe vende të kendshme, jo vetëm për banjo dielli. Një thesar i tillë pasurish që Shqipëria zotëron e bën një vend me bukuri tërheqese të shumë alternativave interesante që çdo vizitor do të donte t'i shijonte. Një vend ku jeta e lashtë dhe moderne ndërthuren, duke ndërthurur hijeshinë e te kaluarës dhe forcën e të ardhmes. Zonat më popullore për turizmin malor janë Alpet e Shqipërisë në veri, në kufi me Malin e Zi dhe Kosovën. Zonat si, Parku Kombëtar i Thethit, Vermoshi, Razma dhe lugina e Valbonës, janë pika turistike të njohura dhe të frekuentuara ndërkombëtarisht. Gjithë turizmi malor në Alpet është i organizuar me akomodime në guest-house (shtëpi karakteristike të tipit kulla), ku afrohet vetëm ushqim tradicional organik. I njëjti lloj turizmi malor afrohet gjithashtu edhe në Juglindjen e Shqipërisë, në rajonin e Korçës me pikat e njohura turistike si Voskopoja, Dardha, Vithkuqi, etj. Në këto zona krahas bukurive natyrore, pistave natyrale për ski, vizitorët mund të njihen me kulturën mesjetare shqiptare duke vizituar objekte të trashëgimisë kulturore e religjioze, siç janë komplekset e kishave në Voskopojë e Vithkuq.

Në mes të Shqipërisë gjenden zona të njohura për aktivitete në natyrë (out-going) ku preferohen sportet e rafting në Luginën e Osunit pranë qytetit të Çorovodës, në Lumin Vjosa pranë Përmetit ku gjenden dhe ujra termale, në Shalë e Devoll. Për sportet ajrore në qafën e Llogarasë dhe malet e Moravës, biçikletat malore në Theth, turet me biçikleta rreth liqenit të Shkodrës, etj

Nga ana tjetër kësaj kategorie i shtohet edhe turizmi në zonat e mbrojtura mjedisore. Baza e sistemit të zonave të mbrojtura mjedisore konsiston në 15 parqe kombëtare, disa rezervate natyrore dhe biodiversitetit në vend.

8.9. Turizmi tematik

Në këtë kategori përfshihen një sërë formash specifike të turizmit si agroturizmi, turizmi i eventeve dhe biznesit, turizmi kulturor (trashëgimi historike, i besimit) turizmi enogastronomik dhe turizmi shëndetsor (termal, mirëqënies dhe mjeksor). Arkeologjia, trashëgimia e kulturave identifikohen si pikat e forta të Shqipërisë nga vizitorët. Destinacione kryesore të vizituara janë Shkodra, Lezha, Kruja, Durrësi Tirana Fieri Berati, Korca, Permeti, Gjirokastra, Saranda. Në Shqipëri ka rreth 2000 monumente kulture duke e renditur atë në vendin e dytë në pellgun e Mesdheut për nga dendësia e monumenteve të kulturës. Qëndrat historike të Beratit e Gjirokastrës dhe Butrinti janë pjesë e trashëgimisë botërore dhe mbrohen nga UNESCO.

Edhe parqet arkeologjike të Apolonisë, Shkodrës, Bylisit, Amantia dhe muzetë kombëtar në Tiranë, Krujë, Berat, Shkodër, Korçë, përfaqësojnë një potencial të rëndësishëm të ofertës turistike. E ndodhur në një pozitë mjaft të favorshme gjeografike, Shqipëria njihet si vend i një qytetërimi të lashtë, ku kanë kaluar dhe janë prezente shumë kultura, ndër të cilat gjurmët ilire, greke, romake, bizantine, postbizantine, otomane dhe veneciane. Në Shqipëri gjen bashkë të qëndrojnë afër njëri-tjetrit manastiret bizantine me minaretë e xhamive, apo gjurmët e ngulimeve antike greke në Butrint e Apolloni. Shqipëria ka tre site, pjesë të trashëgimisë

botërore të UNESCO-s. Parku Arkeologjik i Butrinit ndodhet në skajin më jugor të vendit, afër Sarandës dhe pranë kufirit me Greqinë dhe ishullin e Korfuzit. Është pika arkeologjike më e frekuentuar nga turistët vendas dhe të huaj, ndërsa vlerësohet si një prej siteve më të rrallë në Evropë. E quajtur si një "Trojë e dytë" për shkak të mitologjisë së saj, rrënojat e shumta të periudhave helene, romake, bizantine e veneciane janë të rrethuara nga një xhungël e vërtetë sub tropikale me dafina dhe drurë të lartë, që përbën një ekosistem më vete. Për këtë arsye, Butrinti ka statusin dhe të Parkut Kombëtar.

Dy sitet e tjera të UNESCO-s janë qytetet me arkitekturë tipike, Berat dhe Gjirokastrë. Në Berat (120 km në jug të Tiranës) gjendet një kala, që banohet prej mbi 2.500 vitesh e deri në ditët e sotme. Aty ka një kompleks kishash para dhe postbizantine, në një prej të cilave është vendosur Muzeu Ikonografik i Onufrit, një prej ikonografëve më të shquar shqiptarë të shek XVI, punimet e të cilit gjenden edhe në kisha e manastire në vende të tjera të Ballkanit. I vendosur në kodra, Berati quhet dhe "qyteti i një mbi një dritareve" për shkak të arkitekturës së rrallë që paraqesin lagjet me ndërtime mesjetare deri në ditët e sotme.

Site i tretë i UNESCO-s, Gjirokastra, gjendet në jug të Shqipërisë dhe dallon për ndërtesat e gurta dhe çatitë me rasa guri gjithashtu. Në Gjirokastrë gjendet kështjella më e madhe e Shqipërisë, ku çdo katër vjet organizohet festivali "Folklorik Kombëtar", ku performojnë grupet popullore nga gjithë krahinat e Shqipërisë si dhe nga shqiptarët nga Kosova, Maqedonia, Mali i Zi, arbëreshet e Italisë dhe arvanitasit në Greqi. Shqipëria ruan sot edhe një rrjet parqesh arkeologjike, kështjella të periudhave të ndryshme, ura të vjetra, kisha e manastire bizantine e postbizantine, xhami të periudhës otomane, pazare mesjetare, ku spikat Pazari i Krujës.

Tema 9: Modele të zhvillimit të turizmit në Shqipëri

9.1 Pikësynimet kryesore të politikave në fushën e turizmit

Turizmi është tashmë një sektor ekonomik me ndikim të madh që synon të plotësojë kërkesat e qytetarëve shqiptarë dhe turistëve të huaj për vizita kulturore, kohën e lirë, shëndetin dhe sportin, akomodimin, ushqimin dhe argëtimin, etj, duke ndryshuar pozitivisht strukturën ekonomike, duke krijuar vende të reja pune dhe të ardhura të konsiderueshme, si dhe duke kontribuar në zhvillimin social dhe ekonomik të vendit.

Projektimi dhe krijimi i një imazhi cilësor dhe të qëndrueshëm të Turizmit, në Shqipëri, nëpërmjet përdorimit të sigurt dhe të kontrolluar të burimeve dhe potencialeve lokale, duke u fokusuar në atë çka Shqipërinë e bën unike dhe duke garantuar shërbime, në përputhje me standardet ndërkombëtare, janë kyçi për garantimin e zhvillimit të turizmit të përgjegjshëm dhe të qëndrueshëm në vend.

Pikësynimet kryesore të politikave në fushën e turizmit janë:

- ✓ Vlerësimi i turizmit si sektor strategjik dhe prioritar i ekonomisë;

- ✓ Mbështetja e turizmit duke krijuar kushte të favorshme ligjore, ekonomike dhe strukturore për zhvillimin e tij;
- ✓ Sigurimi i zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit duke krijuar kuadrin e plotë të ligjeve dhe rregulloreve dhe zbatimi i një procesi të koordinuar planifikimi për të mbrojtur dhe përmirësuar mjedisin dhe strukturat sociale;
- ✓ Centralizmi i procesit të planifikimit në turizëm, reformim i institucioneve, agjencive që merren me turizmin;
- ✓ Vendosje e rregullt në treg e të gjithë operatorëve ekonomikë në fushën e turizmit (agjenci, operatorë turistikë, udhërrëfyes dhe struktura mikpritëse);
- ✓ Përmirësimi i legjisllacionit i cili do të shoqërohet edhe me përmirësimin e të dhënave si mjeti kryesor për matjen ekonomike të turizmit;
- ✓ Mobilizim i aktorëve që merren me turizmin dhe komunikim i vazhdueshëm me komunitetin;
- ✓ Kontroll i cilësisë dhe i standardeve në strukturat mikpritëse;
- ✓ Gjithashtu, synohet të zhvillohet një platformë e integruar, aktive dhe me impakt social, ku roli i komunitetit dhe sektorit privat do të jenë çelësi i menaxhimit të sezonalitetit dhe kthimit të Shqipërisë, në një destinacion turistik për të katër – stinët.

9.2 Programi i 100 fshatrave. Zhvillimi i agroturizmi në Shqipëri

Programi i 100 fshatrave synon të krijojë për herë të parë modelin e suksesit në zhvillimin e integruar rural të vendit, sipas standardeve më të mira evropiane i bazuar në Programin e Integruar për Zhvillimin Rural (PIZHR). Këto fshatra janë zgjedhur mbi bazën e potencialit të tyre turistik dhe pritet të shndërrohen në qendra të turizmit rural. Në total, do të jenë mbi 200 ndërhyrje në infrastrukturë, përfshi rrugë, sheshe, kanalizime, ujësjellësa, rehabilitim objekesh kulturore apo objektesh të trashëgimisë historike.

Agroturizmi dhe turizmi rural janë veprimtari të cilat kanë një potencial të lartë zhvillimi për zonat rurale në Shqipëri dhe tashmë në shumë fshatra të Shqipërisë kanë filluar të funksionojnë ferma që ofrojnë shërbime në agroturizëm dhe kanë arritur në një kohë të shkurtër rezultate shumë të mira ekonomike dhe sociale (Thethi, Voskopoja, Dardha etj.).

Në kuadër të programit të 100 fshatrave do të mbështetet me instrumente financiare dhe fiskale krijimi i një rrjeti fermash agroturistike, që plotësojnë kriteret dhe standardet e përcaktuara, të cilat do të jenë baza e rrjetit shqiptar të agroturizmit. Mbështetja për të krijuar një masë kritike të numrit të sipërmarrjeve të agroturizmit në Shqipëri do të shërbejë për rritjen e punësimit në zonat rurale, krijimin e një destinacioni dhe “marke” të veçantë të agroturizmit në Shqipëri, krahas ofertave të tjera turistike, si dhe për ruajtjen e trashëgimisë kulturore dhe vlerave tradicionale të fshatit shqiptar.

Lista me 100 fshatrat:

Qytet	Fshat
Shkodër, Malësi e Madhe	Lëpushë, Razëm/Vrith, Theth, Drishtë, Qelëz, Kryezi, Mjedë, Zogaj
Kukës, Tropojë	Valbonë, Cahan, Shtiqen, Shishtavec
Lezhë	Fishtë, Ishull-Lezhë, Orosh, Skuraj, Kukël
Dibër, Bulqizë	Radmirë, Bushkash, Rabdishtë, Zerqan, Guri i Bershë
Durrës, Krujë	Halilaj, Shetaj, Radë, Metaliaj, Shënvllash, Gjepalaj
Tiranë, Kavajë	Prezë, Marikaj, Shesh, Laknas, Shëngjergj, Pëllumbas, Pezë, German, Karpen, Vilë Bashtovë
Elbasan, Librazhd	Stëblevë, Dardhë, Rrajcë, Skënderbej, Shushiucë, Gjinar, Shënavllash, Sotirë, Shtremen, Pajovë, Seferan
Lushnjë, Fier	Goricaj, Krutje, Ardenicë, Libofshë, Luar, Siceqë, Hekal, Çakran
Berat, Skrapar, Kuçovë	Kozarë, Malas Breg, Roshnik, Qafë Dardhë, Kapinovë, Blezenckë
Vlorë, Sarandë	Zvërnec, Drashovicë, Plloçë, Kaninë, Dhërmi/Vuno, Kuç, Lukovë, Rusan, Çukë, Mesopotam, Mursi, Tragjas
Gjirokastrë	Kalivaç, Nivicë, Peshtan, Kosinë, Malëshovë, Leuse, Antigone, Zhulat, Dhoksat, Lazarat, Nepravishtë, Sotirë
Korçë, Pogradec	Lin, Tushemishtë, Gurras, Zvirinë, Zaroshkë, Voskopoje, Boboshticë, Dardhë, Arrëz, Nikolicë, Rehovë, Borovë

Këto fshatra janë zgjedhur mbi bazën e potencialit të tyre turistik dhe pritet të shndërrohet në qendra të një lloji turizmi të ri, të panjohur deri më parë në vendin tonë, turizmi rural.

9.3 Mjedisi ku jetojmë. Rëndësia e ruajtjes së mjedisit

“Një konservator i vërtetë është një njeri që e di se bota nuk është dhënë nga baballarët e tij, por huazuar nga fëmijët e tij.”

John James Audubon

Çfarë është Ruajtja e Mjedisit?

Ruajtja e mjedisit është një praktikë që hap rrugën për mbrojtjen e mjedisit dhe burimeve natyrore në nivele individuale, organizative dhe qeveritare.

Ka çështje të ndryshme thelbësore mjedisore që po dëmtojnë rëndë jetët e njerëzve. Duke filluar nga mbipopullimi, çështjet hidrogjike, hollimi i ozonit, ngrohja globale të shpyllëzimi, shkretëtirëzimi dhe ndotja, të gjitha këto çështje paraqesin një kërcënim të rëndë për ekzistencën e njerëzimit. Nëse ruajtja e mjedisit po bëhet një lëvizje masive efektive, është e kotë të pritjet rritje pozitive, veçanërisht në epokën e mediave dixhitale, e cila ka potencialin për të sjellë një revolucion për të shpëtuar planetin tonë nga shkatërrimi.

Rëndësia e ruajtjes së mjedisit

Nevoja thelbësore për të shpëtuar mjedisin nga degradimi i mëtejshëm shprehjet nëpërmjet pikave të mëposhtme:

- ✓ Për të reduktuar ndotjen e ajrit, ujit dhe tokës;
- ✓ Për të lehtësuar ruajtjen e burimeve natyrore për brezat tanë të ardhshëm;
- ✓ Për të garantuar mbrojtjen e biodiversitetit;
- ✓ Për të zbatuar zhvillimin e qëndrueshëm;
- ✓ Për të rivendosur ekuilibrin ekologjik;
- ✓ Për të shpëtuar planetin tonë nga pasojat e dëmshme të ngrohjes globale.

9.4 Turizmi i qëndrueshëm

Turizmi i përgjegjshëm vë më shumë theksin në përgjegjësinë e industrisë së turizmit përmes gjenerimit të përfitimeve më të mëdha ekonomike për banorët vendas dhe përmirësimit të mirëqenies së komuniteteve pritëse, përmirësimit të kushteve të punës, përfshirjes së banorëve vendas në vendime që ndikojnë në jetën dhe shanset e tyre të jetës.

Sipas Organizatës Botërore të Turizmit, **turizmi i qëndrueshëm** është "turizëm që merr parasysh plotësisht ndikimet e tij aktuale dhe të ardhshme ekonomike, sociale dhe mjedisore, duke adresuar nevojat e vizitorëve, industrisë, mjedisit dhe komuniteteve pritëse". Kështu, turizmi i qëndrueshëm ka për qëllim:

- Përdorimin optimal të burimeve mjedisore që përbëjnë një element kyç në zhvillimin e turizmit, duke ruajtur proceset thelbësore ekologjike dhe duke ndihmuar në ruajtjen e trashëgimisë natyrore dhe biodiversitetit.
- Respektimin e autenticitetit socio-kulturor të komuniteteve pritëse, ruajtjen e trashëgimisë së tyre kulturore të ndërtuar, ringjalljen e vlerave tradicionale si dhe kontribimin në mirëkuptimin dhe tolerancën ndërkulturore.
- Sigurimin e operacioneve ekonomike të qëndrueshme dhe afatgjata, duke ofruar përfitime socio-ekonomike për të gjitha palët e interesuara që janë të shpërndara në mënyrë të drejtë, duke përfshirë punësim të qëndrueshëm dhe mundësi për të fituar të ardhura dhe shërbime sociale për komunitetet pritëse, dhe duke kontribuar në zbutjen e varfërisë.

Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit kërkon pjesëmarrjen e informuar të të gjithë aktorëve përkatës, si dhe liderhipin e fortë politik për të siguruar pjesëmarrje të gjerë dhe ndërtimin e konsensusit. Arritja e turizmit të qëndrueshëm është një proces i vazhdueshëm dhe kërkon

monitorim të vazhdueshëm të ndikimeve, duke futur masat e nevojshme parandaluese dhe/ose korrigjuese sa herë që është e nevojshme.

Turizmi i qëndrueshëm duhet gjithashtu të ruajë një nivel të lartë kënaqësie turistike dhe të sigurojë një përvojë domethënëse për turistët, duke rritur ndërgjegjësimin e tyre për çështjet e qëndrueshmërisë dhe duke promovuar praktikën e turizmit të qëndrueshëm mes tyre.