



Parku Kombëtar i Lumit Vjosa + Lugina
MASTER PLANI PËR TURIZMIN
2024-2033

Draft 11 dhjetor 2023

Tabela e Përmbajtjes

Lista e akronimeve	5
Termet kyçe	6
I. Hyrje	7
A. Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa.....	7
B. Lugina e Vjosës, Komunitetet dhe Kultura	8
C. Qëllimi i Master Planit të Turizmit	12
D. Metodologjia për Zhvillimin e Master Planit të Turizmit.....	13
II. Kuadri strategjik	15
A. Vizioni i përbashkët dhe Parimet Udhëzuese	15
B. Drejtimi strategjik	16
III. Vlerësimi diagnostikues i sektorit të turizmit	17
A. Analiza e situatës së turizmit në PKLEV & peizazhin përreth	17
B. Konteksti i turizmit kombëtar dhe rajonal.....	22
C. Tendencat dhe Kërkesa e Turizmit Ndërkombëtar dhe Vendas.....	24
C.1. Udhëtari entuziast i natyrës	25
C.2. Udhëtari aventurier.....	26
C.3. Udhëtari i ndërgjegjshëm në aspektin kulturor	28
C.4. Udhëtari SAVE (shkencor, akademik, vullnetar dhe edukativ).....	29
D. Mjedis i favorshëm për turizmin	30
IV. Analiza dhe prioritizimi i mundësisë.....	32
A. Kuadri i Planifikimit të Turizmit	32
B. Qasja e mbarë luginës së Vjosës ndaj Interpretimit Tematik.....	33
V. Rekomandime dhe Masa.....	34
A. Shtylla e qëndrueshmërisë	36
A.1. Qëndrueshmëria Mjedisore - Të bëhet një destinacion i certifikuar i turizmit të qëndrueshëm	36
Masa A.1.a Leave no Trace:	36
Masa A.1.b Programi i Sigurimit të Cilësisë - 'Marka e Cilësisë së Vjosës'	38
Masa A.1.c Certifikimi GSTC i Destinacionit.....	39
A.2. Fondacioni PKLEV	40
Masa A.2.a Zhvillimi i Programit të Shërbimeve Tregtare të Fondacionit Vjosa dhe Planit të Biznesit.	41

A.3. Përfshirja dhe pjesëmarrja e komunitetit:	43
Masa A.3.a Ruajtja e Përpjekjeve Fillestare për Angazhimin e Komunitetit	43
Masa A.3.b Programi Komunitar Afatgjatë	44
B. Shtylla financiare.....	45
B.1. Marka dhe Marketingu	45
Masa B.1.a Strategjia e Markës dhe Marketingut.....	47
Masa B.1.b Program marketingu	48
B.2. Promovimi i Investimeve për Turizëm të Qëndrueshëm	49
Masa B.2.a Strategjia e Investimeve Publike për Turizmin.....	49
Masa B.2.a Strategjia e Investimeve Private për Turizmin	50
B.3. Inkubatori/Përsheptuesi i Zhvillimit të Produkteve dhe Turizmit.....	52
Masa B.3.a Inkubatori/Përsheptuesi i Biznesit së Turizmit.....	52
Masa B.3.b Nisma Vendore të Artizanatit	53
B.4. Infrastruktura turistike e lidhur me parkun	53
Masa B.4.a Qendrat dhe Stacionet e Informacionit	54
Masa B.4.b Infrastruktura e rekreacionit	55
Masa B.4.c Infrastruktura digjitale	56
B.5. Produktet e turizmit që gjenerojnë të ardhura	57
Masa B.5.a Turizmi brenda parkut	57
Masa B.5.b Në park dhe luginë: Turizmi shkencor, akademik, vullnetar dhe edukativ (SAVE)	58
Masa B.5.c Turizmi në luginë.....	59
C. Shtylla e Kapitalit Njerëzor.....	62
C.1. Forcimi i Kapaciteteve të Stafit dhe Partnerëve të Parkut/Fondacionit	62
C.2. Trajnime mbi turizmin për biznes, vende dhe atraksione	63
C.3. Trajnime dhe Ndërgjegjësimi i Komunitetit	64
D. Shtylla e qeverisjes dhe e politikave	65
D.1. Menaxhimi i parkut dhe i vizitorëve	65
D.2. Menaxhimit i riskut dhe sigurisë.....	67
D.3.Mundësuesit ligjorë dhe institucionalë	68
VI. Modeli i biznesit të konsoliduar në park.....	70
A. Të ardhura ilustruese të turizmit të parkut/Fondacionit (rasti bazë)	72
B. Të ardhura ilustruese të turizmit të parkut/Fondacionit (rasti optimal)	73
C. Kosto ilustruese të Turizmit të parkut/Fondacionit.....	74
VII. Monitorimi, Vlerësimi dhe Menaxhimi.....	75
C. Monitorimi dhe Vlerësimi i Master Planit për Turizmin	75
B. Monitorimi i zbatimit brenda parkut	75
C. Monitorimi i zbatimit brenda Luginës	76
VIII. Përmbledhje dhe Konkluzione	77

Lista e akronimeve

ATTA	Shoqata e Tregtisë së Udhëtimeve dhe Aventurave
B&B	Fjetje dhe mëngjes
CUA	Autorizim për Përdorim Tregtar
DMO	Organizata për Menaxhimin e Destinacionit
DMMO	Organizata për Menaxhimin dhe Marketingun e Destinacionit
F&B	Ushqim dhe Pije
GIZ	Bashkëpunimi gjerman për zhvillim
GPS	Sistemi Global i Pozicionimit
GSTC	Këshilli Global i Turizmit të Qëndrueshëm
INSTAT	Instituti i Statistikave
ISO	Organizata Ndërkombëtare për Standardizimin
IUCN	Bashkimi Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës
LNT	Leave no Trace
LTO	Organizata Vendore e Turizmit
AKZM	Agjencia Kombëtare e Zonave të Mbrojtura
OJQ	Organizatë jo-qeveritare
NOLS	Shkolla Kombëtare e Drejtimit në Natyrë
PPP	Partneriteti Publik-Privat
QMS	Sistemi i menaxhimit të cilësisë
SAVE	Shkencor, Akademik, Vullnetar dhe Edukativ
OZHQ	Objektiva të Zhvillimit të Qëndrueshëm
PSP	Procedura Standarde të Punës
TEDA	Zona të Teknologjisë dhe Zhvillimit Ekonomik
UNESCO	Organizata e Kombeve të Bashkuara për Edukim, Shkencë dhe Kulturë
UNWTO	Organizata Botërore e Kombeve të Bashkuara për Turizmin
PKLEV	Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa
WTTC	Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit

Termet kyçe

Natyrë/Ekoturizmi - "Aktivitet turistik i bazuar në natyrë, ku motivimi thelbësor i vizitorit është të vëzhgojë, të mësojë, të zbulojë, të përjetojë dhe të vlerësojë diversitetin biologjik dhe kulturor me një qëndrim të përgjegjshëm për të mbrojtur integritetin e ekosistemit dhe për të përmirësuar mirëqenien e komunitetit lokal. Ekoturizmi rrit ndërgjegjësimin për ruajtjen e biodiversitetit, mjedisit natyror dhe pasurive kulturore si midis vendasve ashtu edhe mes vizitorëve dhe kërkon procese të veçanta menaxhimi për të minimizuar ndikimin negativ mbi ekosistemin."

- UNWTO

Turizëm i qëndrueshëm - "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".

- UNWTO

Turizmi SAVE - "Turizëm shkencor, akademik, vullnetar dhe edukativ:

- **Turizëm shkencor** - udhëtim që ndihmon destinacionet me njohuri dhe mbështetje për të mbrojtur mjedisin... i kryer nga profesionistë në një fushë të caktuar ekspertize.
- **Turizëm akademik** - udhëtim nga profesorë, kërkues dhe studentë për qëllime akademike... si p.sh. programe studimi jashtë vendit, punë kërkimore për tezat, punë pasuniversitare, etj.
- **Turizëm vullnetar** - udhëtim me qëllim të vullnetarizmit në projekte dhe aktivitete në kombinim me elementet konvencionale të udhëtimit turistik.
- **Turizëm edukativ** - [udhëtim] me përvoja mësimore dhe mundësi për vetë-përmirësim, zhvillim në punë, rritje në karrierë, vetë aktualizim, etj.

● *Qendra e BE-së për Promovimin e Importeve*

Turizëm aventure - "Turizëm i cili zakonisht zhvillohet në destinacione me veçori dhe peizazhe specifike gjeografike dhe tenton të shoqërohet me një aktivitet fizik, shkëmbim kulturor, ndërveprim dhe angazhim me natyrën. Kjo përvojë mund të përfshijë një lloj risku real ose të perceptuar dhe mund të kërkojë përpjekje të konsiderueshme fizike dhe/ose mendore."

- UNWTO

Turizëm kulturor - "Aktivitet turistik ku motivimi thelbësor i vizitorit është të mësojë, të zbulojë, të përjetojë dhe të konsumojë atraksionet/produktet kulturore të prekshme dhe të paprekshme në një destinacion turistik. Këto atraksione/produkte kanë të bëjnë me një sërë tiparesh dalluese materiale, intelektuale, shpirtërore dhe emocionale të një shoqërie që përfshijnë artin dhe arkitekturën, trashëgiminë historike dhe kulturore, trashëgiminë e kulinarisë, letërsinë, muzikën, industrinë krijuese dhe kulturat në zhvillim me stilin e tyre të jetesës, sistemet e vlerës, besimet dhe traditat."

- UNWTO

I. Hyrje

A. Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa

Me rrjedhje 272 kilometra nga veriu i Greqisë drejt Detit Adriatik, lumi i fuqishëm Vjosa përfaqëson shumë nga tiparet më të mira të pazbuluara të rajonit të luginës që e quan shtëpi dhe të vetë Shqipërisë: natyror, ushqyes dhe i vazhdueshëm. Që prej datës 15 mars 2023, ky lum simbolik dhe ekologjikisht i rëndësishëm, së bashku me degët e tij kryesore përfshirë Drinon me Kardhiqin, Bënçën dhe Shushicën, është kodifikuar si Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa (PKLEV), i pari i këtij lloji në botë (Figura 1).

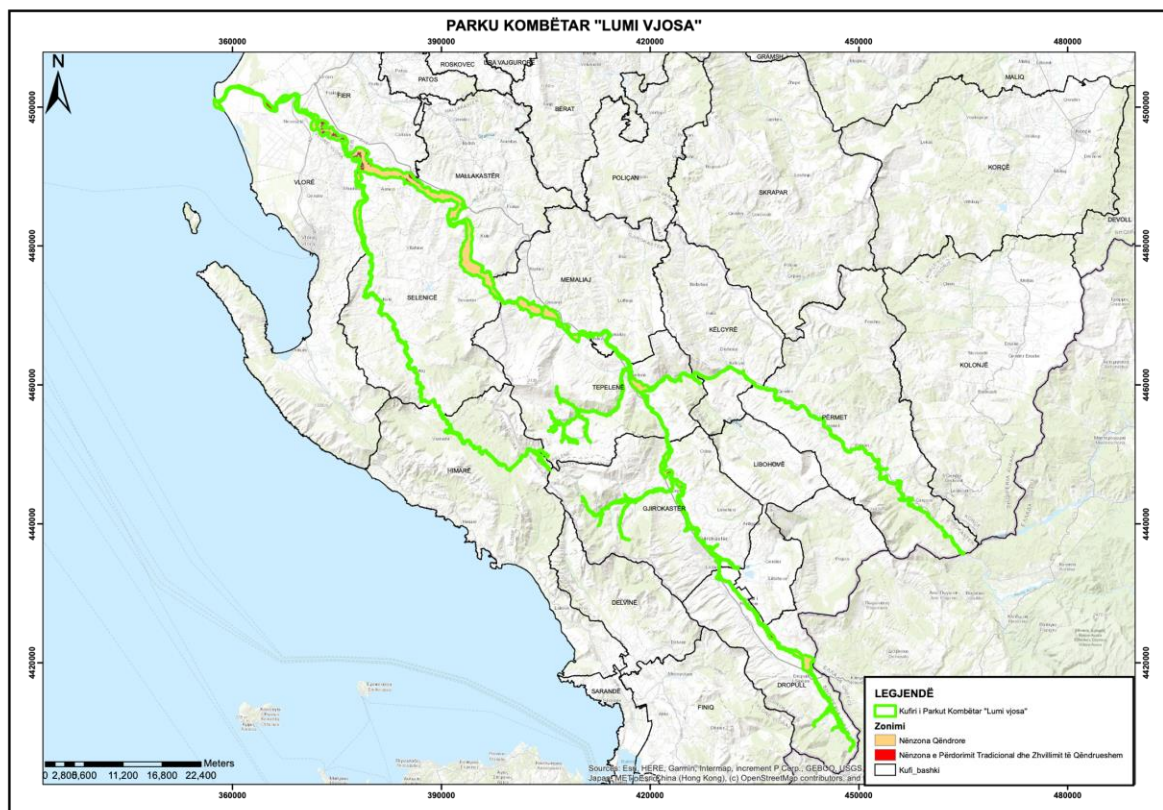


Figura 1. Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa¹

Si një veçori gjeologjike, zona që përmban PKLEV ndryshon në mënyrë dramatike nga fillimi deri në fund, duke shfaqur një shumëllojshmëri të gjerë të formave të tokës dhe sjelljeve të tokës që përforcojnë veçorinë dalluese të parkut në krahasim me konkurrentët e tjerë natyrorë aty pranë dhe globalisht. Në të gjithë gjatësinë e tij lumi Vjosa - dhe tani PKLEV - zakonisht ndahet në tre seksione me karakteristika të ndryshme gjeologjike.

1. Vjosa e Epërme - Nga burimi i lumit në Greqi drejt Shqipërisë juglindore. Ky seksion i lumit dallohet nga kanionet dhe grykat e thepisura që e rrethojnë.
2. Vjosa e Mesme - Një zonë e fushës së përmytur e ujërave të degëzuar nga lumi Drino. Ky seksion i lumit është i njohur për brigjet e mëdha me rërë dhe zhavorr të formuara nga lumi i degëzuar dhe flora e dallueshme e fushës së përmytjes.

¹ Nga Plani i Interpretimit dhe Përvojës së vizitorëve në PKLEV 2023-2032

3. Vjosa e Poshtme - Një ultësirë që përfundon me deltën e Vjosës në detin Adriatik. Ky seksion i lumit përkufizohet nga një rrugë me gjerësi dhe gjarpërim më të madh.

PKLEV konsiderohet një park kombëtar i Kategorisë II të IUCN, që përfaqëson një zonë të madhe me rëndësi ekologjike, të menaxhuar kryesisht për mbrojtjen e biodiversitetit vendas, strukturave ekologjike dhe proceseve natyrore të paprekura. Përgjatë lumit 75% është nën mbrojtje të rreptë, me 25% që mbetet ku lejohet njëfarë fleksibiliteti në aspektet e vizitave nga njerëzit dhe rekreacionit. PKLEV është i dallueshëm për faktin se kufijtë e tij janë të kufizuar kryesisht me vetë ujën dhe brigjet e lumit. Lumenjtë e egër, sipas përkufizimit, ekzistojnë të paprekur dhe të papenguar nga ndërtime, barrierat dhe aksesit i pakufizuar. Vjosa dhe degët janë në këtë kuptim veçoritë dominuese të peizazhit të tyre dhe më të nevojshme për t'u mbrojtur individualisht si zona të parkut.

Nga gjithsej 12,727 ha, sipërfaqja ujore përbën 47.3% të sipërfaqes së parkut, me një shtesë prej 36.1% që vjen nga zonat bregdetare dhe fushat e përmytura dhe vetëm 9.5% dhe 7.1% për sipërfaqet e përgjithshme të tokës dhe tarracat e lumenjve, përkatësisht. Qëndrueshmëria u konsiderua në mënyrë gjithëpërfshirëse pasi u vendosën kufijtë dhe zonat e PKLEV, përmes një kriteri të bazuar në faktorët hidro-morfologjik (d.m.th. mjedisor) dhe pronësinë e tokës (d.m.th. socio-kulturor). Në këtë mënyrë, parku është projektuar për të pasqyruar nevojat e tokës dhe komunitetit të luginës më të gjerë të lumit Vjosa në periudhën afatgjatë.

Aktivitetet turistike, veçanërisht rafting, noti, peshkimi për konsum lokal dhe ecjet e gjata kanë ndodhur në dhe rreth lumit që para krijimit të parkut. Me krijimin e parkut, këto aktivitete do të duhet të menaxhohen për të siguruar që ato të mos ndikojnë negativisht te parku. Gjithashtu, lumi është një pjesë qendrore e përvojës turistike dhe estetikës së të gjithë rajonit dhe duhet të konsiderohet si pjesë e përpjekjeve më të gjera të menaxhimit të parkut që janë planifikuar për parkun. Ky Master Plan i Turizmit eksploron kontekstin aktual të turizmit për rajonin, si dhe përcakton një udhërrëfyes dhe prioritete për turizmin brenda dhe përreth parkut gjatë 10 viteve të ardhshme.

B. Lugina e Vjosës, Komunitetet dhe Kultura

Me 6710 kilometra katrorë, Lugina e Lumit Vjosa zë 16% të territorit të Shqipërisë dhe luan një rol të rëndësishëm në lidhjen e rajoneve të ndryshme gjeografike, ekologjike dhe kulturore të vendit. Biodiversiteti i luginës konsiderohet jashtëzakonisht i lartë, një "ekosistem dinamik, pothuajse natyror, që është unik në rajon dhe Europë" sipas një Plani të mëparshëm të Zhvillimit të Ekoturizmit të Vjosës.

Rajoni është shtëpia e të paktën 1,175 specieve unike, duke përfshirë 13 kafshë të kërcënuara globalisht dhe 2 lloje bimësh vaskulare të kërcënuara. 50 kafshë dhe 24 bimë vaskulare brenda luginës së lumit Vjosa janë gjithashtu të përfshira në 'Listën e Kuqe' kombëtare të Shqipërisë të specieve të kërcënuara.

Brenda kufijve të luginës mund të gjenden një sërë monumentesh të dallueshme biologjike, gjeologjike dhe hidrologjike që shërbejnë si habitate për botën e larmishme të kafshëve të egra (Tabela 1), së bashku me 10 zona të mbrojtura përfshirë Bredhin e shquar të Parkut Kombëtar Hotovë-Dangëlli dhe Bredhin e tij unik të Maqedonisë. Në total, 110 vende janë klasifikuar si monumente natyrore brenda rajonit të luginës së Vjosës (Figura 2).

Biologjike	Grumbulli pyjor i Polmenit
------------	----------------------------

	Gështenja e Teqesë së Frashërit Pylli i Ropushës Selvitë e Radovës
Gjeologjike	Kanioni i Lengaricës Shpella e Pëllumbave Perëndia e Boroçkës Kanioni i Kamenckes Bokërrimat e Dangllisë Shpella e Petranikut në Këlcyrë Gryka e Këlcyrës
Hidrologjike	Ujërat termale të Bënjës Uji i zi në Këlcyrë

Tabela 1: Monumente të Luginës së Lumit Vjosa

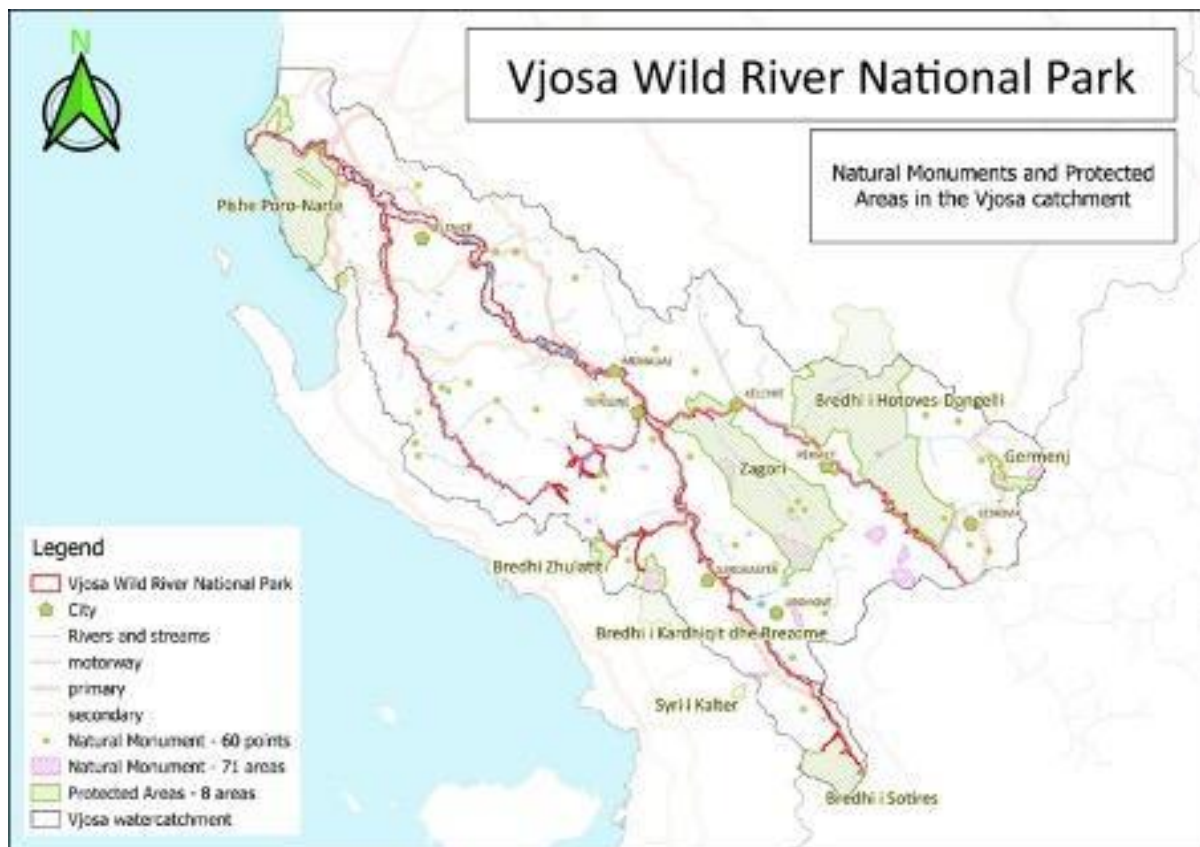


Figura 2. Harta e Monumenteve Natyrore & Zonave të Mbrojtura në Luginën e Lumit Vjosa²

Përveç mrekullive natyrore, lugina e lumit Vjosa është gjithashtu shtëpia e 300 vendeve monument kulture të cilat ilustrojnë trashëgiminë kulturore afatgjatë të rajonit (Figura 3). Vjosa dhe lumenjtë e saj kanë luajtur një rol të pamohueshëm të rëndësishëm në zhvillimin e kësaj historie. Vendbanimet e njerëzve brenda luginës datojnë në periudhën e Paleolitit të Mesëm, midis viteve 100,000 dhe 30,000 para Krishtit. Ndër shekuj që nga ajo kohë, lugina është rritur, me vende të përhershme që tregojnë një histori të ndërthurjes së kulturave, gjuhëve, ideve dhe traditave. Vendbanimet,

² Nga Plani i Menaxhimit të PKLEV 2023-2032

fortifikimet, qendrat fetare, urat dhe rrugët i shtohen panoramës historike dhe kulturore të zonës. Shembujt më të spikatur të arkitekturës së sotme janë mbetje nga periudha bizantine dhe osmane e Shqipërisë, siç është qendra historike e Gjirokastrës, një vend i Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s që nga viti 2005.



Figura 3. Harta e Monumenteve Kulturore në Luginën e Lumit Vjosa³

Trashëgimia kulturore jomateriale u zhvillua krahas strukturave fikse dhe ka vazhduar në traditat e kulinarisë, veshjeve, artizanatit, letërsisë, këngës dhe vallëzimit të luginës së lumit Vjosa të kohëve moderne. Disa shembuj të traditave të luginës shquhen si krijime krejtësisht unike nga shoqëria njerëzore, siç është metoda e të kënduarit të ISO polifonisë e cila është përfshirë nga UNESCO në listën e tij të trashëgimisë kulturore jomateriale.

Sot, trashëgimia e gjallë e luginës së lumit Vjosa qëndron në komunitetet e saj të shumta, ku më të mëdhatë përfshijnë qytetet e Gjirokastrës, Këlcyrës, Përmetit, Fierit dhe Vlorës. Qytetarët e këtyre qyteteve dhe qyteteve më të vogla marrin pjesë aktivisht si në trashëgiminë e tyre ashtu edhe në ndërveprimet me lumin Vjosa, shpesh njëkohësisht dhe me një frymë shpirtërore të lindur. Për shumë njerëz, lumi është një burim pushimi dhe çlodhjeje, një vend ku krijohen kujtime dhe gjendet frymëzimi dhe një simbol i identitetit të tyre.

Thënë kështu, diversiteti mjedisor i luginës së lumit Vjosa përballlet me disa sfida nga aktivitetet ekzistuese dhe potenciale në rajon që burojnë nga komunitetet dhe të cilat bazohen te lumi si burim. Urbanizimi mbetet dhe do të vazhdojë të rritet si një ndikim i rëndësishëm në shëndetin e ekosistemit, veçanërisht në mënyrën se si qytetet dhe qytezat trajtojnë ndotjen e ujërave të zeza dhe menaxhojnë mbetjet në përgjithësi. Nënproduktet e mbetjeve nga sektorët kryesorë të ekonomisë gjithashtu ndikojnë në shëndetin e burimeve natyrore të luginës. Këto industri janë të rëndësishme, ndonëse të

³ Nga Plani i Menaxhimit të PKLEV 2023-2032

rregulluara në mënyrë jo të vijueshme, sepse e bëjnë përshtatjen për bashkëjetesë një qëllim më realist se sa eliminim të plotë. Nxjerrja e gurit gëlqeror, zhavorrit dhe bitumit nga minierat dhe guroret ka prishur historikisht shtretërit e lumenjve, ndërsa nxjerrja e naftës dhe gazit ndodh zakonisht veçanërisht në rajonin e Vjosës së poshtme.

Aktualisht në luginë jetojnë rreth 70,000 banorë. Bujqësia dhe Akuakultura janë industri jetike jo vetëm për rajonin, por edhe për Shqipërinë në përgjithësi - 38% e bujqësisë së vendit ndodh në luginë. Përdorimi i tokës, ndotja nga rrjedhjet dhe mbetjet e fermave të peshkut, dhe menaxhimi jo konsistent i ujitjes nga këto praktika përbën kërcënime të rregullta ndaj mjedisit që duhet të merren parasysh gjatë zbatimit të nismave të reja të turizmit.

Faktorët mjedisorë në luginën e lumit Vjosa ndërveprojnë vazhdimisht me kulturat e shumta të komuniteteve të luginës në shumë mënyra të prekshme dhe të paprekshme, duke përfshirë aktivitete ekonomike jo ndërhyrëse. Aktiviteti është i përqendruar më së shumti në bashkitë pranë luginës të Përmetit, Këlcyrës dhe Tepelenës , por shtrihet në qytete dhe fshatra si Frashër, Benjë, Odriçan, Kosovë, Leusë, Kosiine dhe Maleshove. Në nivel rajonal, natyra është e lidhur me disa shtylla ekonomike si lloje të ndryshme të bujqësisë (p.sh. vera, mishi, produktet e qumështit, frutat), punimet e trashëgimisë (p.sh. bakër-punues, përpunimi i drurit, pastiçeritë, lapidarët) dhe disa forma të bimëve mjekësore. Thënë kjo, çdo komunitet përmban një përzierje të ndryshme të aktiviteteve dhe faktorëve shtytës ekonomikë, ndër të cilët është sektori i turizmit (shihni Tabelën 2).

Përmet	Industritë kryesore: bujqësia, agropërpunimi, shërbimet, turizmi
	Statusi i turizmit: në rritje, një numër OJQ-sh dhe të tjerë kanë mbështetur zhvillimin e turizmit të aventurës dhe turizmit të ngadaltë, duke përfshirë rafting, ecje në këmbë dhe çiklizëm. Në këtë zonë ndodhet një grup shumë aktiv i aktorëve të turizmit.
Këlcyra	Industritë kryesore: bujqësia, prodhimi i mallrave, pylltaria, peshkimi, disa industri
	Statusi i turizmit: i pazhvilluar; duhet të bazohet në mbrojtjen natyrore dhe kulturore
Tepelena	Industritë kryesore: bujqësia, turizmi, peshkimi, pylltaria, grumbullimi i disa bimëve medicinale
	Statusi i turizmit: janë krijuar disa vende të njohura turistike, duke përfshirë trashëgiminë e ndërtuar, veçoritë natyrore dhe shërbimet e agroturizmit
Gjirokastra	Industritë kryesore: turizmi, mbrojtja e veshjeve dhe këpucëve, bagëtia dhe blegtoria në zonat rurale
	Statusi i turizmit: rritje e konsiderueshme, me status të trashëgimisë së UNESCO-s, por që ka nevojë për promovim dhe kapacitet më të lartë; aktualisht kontribuon me 30% të të ardhurave rajonale
Memaliaj	Industritë kryesore: shërbime dhe bujqësia e biznesit të vogël, blegtoria, vreshtaria, grumbullimi i bimëve medicinale, turizmi
	Statusi i turizmit: i bazuar kryesisht te lumi dhe historia/kultura; ish-qyteti i minierës së qymyrit, tashmë i mbyllur, por nuk vihet re asnjë zhvillim si veçori turistike
Selenica	Industritë kryesore: bujqësia, blegtoria, shërbimet, minierat e bitumit (1 minierë historike), vendburimet e naftës (zona e Vlahinës)
	Statusi i turizmit: i pazhvilluar, nuk vihet re turizëm përgjatë aksesit të saj në lumë (Shushica , një degë) apo trashëgimi minerare
Vlora, Kolonja, Dropulli, Himara	Industritë kryesore: të ndryshme - Vlora si një qytet port i rëndësishëm dhe qendër tregtare, me një sektor turistik me volum të lartë në rritje
	Statusi i turizmit: Ka të ngjarë të bëhet një portë kryesore hyrëse në park, veçanërisht me zhvillimin e rrugës së re Tepelenë - Nivicë - Kuç - Vlorë. Disa operatorë turistikë gjithashtu kanë filluar të ofrojnë aktivitete në këtë qark.

Tabela 2: Statusi ekonomik dhe i turizmit të komunitete kryesore të luginës së Lumit Vjosa

C. Qëllimi i Master Planit të Turizmit

Qëllimi i Master Planit të Turizmit është të ofrojë një kuadër për zhvillimin dhe menaxhimin e turizmit brenda luginës së lumit Vjosa. Ky përfshin Parkun Kombëtar të Lumit të Egër Vjosa (PKLEV) si veçoria kryesore orientuese dhe peizazhin përreth, të përcaktuar gjerësisht si zona e pellgut ujëmbledhës të

luginës së Vjosës. Lugina më e gjerë përfshin PKLEV dhe pjesë të zonave të tjera të mbrojtura, si edhe qytete, fshatra dhe toka rurale që janë pjesë e luginës.

Arsyeja për të parë përtej PKLEV në këtë plan është se zona brenda kufijve të miratuar të parkut kufizohet vetëm me kanalin e lumit dhe brigjet. Një numër i kufizuar aktivitetesh turistike lejohen brenda kësaj zone dhe nuk do të ndërtohet asnjë infrastrukturë turistike shtesë. Prandaj, infrastruktura dhe aktivitetet e turizmit që janë të përqendruara në park duhet të vendosen kryesisht jashtë parkut, duke e bërë të rëndësishëm qëllimin më të gjerë. Aktivitetet e turizmit brenda luginës gjithashtu kanë ndikime të drejtpërdrejta në lumë, duke dhënë arsye shtesë për të fokusuar planifikimin e turizmit në nivelin e destinacionit të luginës për të ndihmuar në orientimin e turizmit në të gjithë peizazhin që mund të ndikojë te parku.

Objektivat e planit janë të kontribuojë në mirëqenien dhe zhvillimin e komuniteteve lokale, duke mos kompromentuar objektivin kryesor të PKLEV, që është mbështetja e proceseve natyrore që janë kritike për ruajtjen e biodiversitetit vendas dhe veçorive kulturore të zonës.

Ky plan bazohet gjithashtu në punimet e mëparshme, duke përfshirë një Studim fillestar Fizibiliteti të PKLEV për parkun, një Studim të Ekoturizmit dhe Turizmit të Qëndrueshëm të Parkut Kombëtar të Lumit të Egër Vjosa (2022) dhe një Plan Zhvillimi të Ekoturizmit të Vjosës së Epërme (2021). Të gjitha dokumentet mbështesin hartimin e planeve të turizmit me destinacion specifik, por veçanërisht ky i fundit që lexon "Sipas analizës së vitit 2018 për Ligjin Nr.93/2015 "Për Turizmin", legjislacioni aktual ofron një arkitekturë të qartë të institucioneve përgjegjëse për zhvillimin e turizmit në nivel kombëtar dhe lokal." Më tej plani propozon "njësi territoriale të turizmit", një strukturë e cila është shtjelluar në këtë dokument. Këto plane theksojnë një sërë vlerash dhe qëllimesh të përbashkëta, duke përfshirë:

"Përfshirja e PKLEV dhe ruajtja e standardeve të parkut kombëtar të Kategorisë II të IUCN (d.m.th., 75%+ mbrojtje e zonës nëpërmjet zonimit me dispozita të përforcuara ligjore dhe rregullatore);

"Përfitimi nga rëndësia ekzistuese e luginës së Vjosës si një destinacion turistik [i qëndrueshëm] si dhe nga vlera strategjike e zhvillimit të tërheqjes së sektorit në malet dhe lumenjtë e Shqipërisë së Jugut, përtej pasurive bregdetare."

Gjithashtu, ky plan është pjesë dhe kontribuon në një përpjekje më të gjerë planifikimi dhe qeverisjeje, për të krijuar një Plan Menaxhimi të Integruar për PKLEV. Përtej Master Planit të Turizmit, komponentë shtesë përfshijnë një Plan Menaxhimi të Parkut dhe Planin e Interpretimit, si dhe një Vlerësim të Fizibilitetit të Turizmit në Komunitet. Së bashku këto plane të integruara dhe aktivitete mbështesin mbrojtjen dhe menaxhimin e përgjithshëm të parkut si dhe forcimin e ekonomive vendore.

D. Metodologjia për Zhvillimin e Master Planit të Turizmit

Ky dokument u përgatit nga një ekip i NatureScapes, me mbështetjen e Active Albania dhe Planeterra. Metodologjia e përdorur nga ekipi i planifikimit përfshinte hapat e mëposhtëm:

1. **Kuptimi i kontekstit:** Një vlerësim fillestar diagnostikues i situatës aktuale të turizmit në Luginën e Vjosës, duke u mbështetur në kërkimet dhe planet e publikuara, si edhe në bisedat me organizatat kryesore si AKZM, Ministria e Turizmit dhe Mjedisit dhe të tjera. Ky hap diagnostikues ndihmoi në paraqitjen e kontekstit për ekipin dhe në kuptimin e masave dhe studimeve të mëparshme.

Kërkimi i literaturës përfshinte të dhëna nga Strategjia Kombëtare Shqiptare për Zhvillimin e Qëndrueshëm të Turizmit 2019 – 2023, Kuadri ligjor dhe institucional i Këshillit Shqiptar të Investimeve për turizmin, INSTAT - Shifrat e Turizmit në Shqipëri, Studimi i Fizibilitetit për PKLEV (2022), Plani i Zhvillimit të Ekoturizmit në Vjosën e Epërme (2021), Studimi i Konceptit të Ekoturizmit dhe Turizmit të Qëndrueshëm të Parkut Kombëtar të Lumit të Egër Vjosa (2022) si edhe dokumente të tjera të rëndësishme për parkun dhe turizmin në peizazh.

2. **Angazhimi i palëve të interesuara:** ekipi zhvilloi dy vizita të veçanta në terren, e para, një vizitë studimore në qershor 2023 e fokusuar në takime me palët kryesore të interesuara dhe vizita në terren përgjatë lumit, dhe e dyta në shtator 2023 e fokusuar më shumë në seminare për angazhimin e gjerë të palëve të interesuara për të mbledhur informacion nga palët e interesuara në rajon, për të kuptuar aspiratat, mundësitë, nevojat dhe çështjet e turizmit si dhe idetë për mënyrën e zhvillimit të turizmit në rajon.
3. **Analiza & Vlerësimi Diagnostikues:** Qëllimi i analizës dhe hapit diagnostikues ishte të përcaktohej se si mund të zhvillohej oferta turistike rajonale për të siguruar më së miri mbrojtjen e ekosistemeve të lumit Vjosa dhe përfitimin e komuniteteve lokale nëpërmjet turizmit. Kjo krijoi bazën për rekomandimet e ekipeve dhe masat.
4. **Hartimi, rishikimi dhe vlerësimi:** Drafti i master planit të turizmit u përpilua dhe u nda me aktorët kryesorë të përfshirë në planifikimin e integruar për parkun. Dokumenti u redaktua dhe u përditësua përpara se të ndahej me aktorë më të gjerë në rajonin e Luginës së Vjosës për kontributet dhe komentet e tyre, përpara se të finalizohet dokumenti përfundimtar.

II. Kuadri strategjik

A. Vizioni i përbashkët dhe Parimet Udhëzuese

Bashkimi i luginës së lumit Vjosa nën një plan të vetëm kërkon një vizion të përbashkët dhe një sërë parimesh udhëzuese për zhvillimin e turizmit në rajon. Përpyekjet e mëparshme në rajon dhe për parkun kombëtar kanë identifikuar disa prej tyre. Për Shqipërinë në tërësi, Strategjia Kombëtare përcaktoi vizionin e saj të përgjithshëm si “monitorimi dhe mbështetja e Organizatave për Menaxhimin e Destinacioneve (DMO), aktivitetet e tyre (si në krijimin ashtu edhe në koordinimin) dhe zbatimin e programeve të asistencës për zhvillimin dhe promovimin e turizmit”. Së dyti, por gjithashtu e rëndësishme në këtë vizion ishte pjesëmarrja aktive e organizatave dhe donatorëve vendorë. Të njëjtat vlera kanë pasur projektet e mëparshme për zhvillimin e Parkut Kombëtar të Lumit të Egër Vjosa dhe zonës përreth tij (Tabela 3).

Plani i Zhvillimit të Ekoturizmit (2021)	Studim Fizibiliteti (2022)
Vizioni: përmirësimi i jetesës së njerëzve dhe komuniteteve në Vjosën e Epërme, duke u bërë kampion kombëtar dhe rajonal për zonat e mbrojtura dhe duke u njohur globalisht për peizazhet e egra lumore dhe tokësore që ofrojnë eksperiencë unike për vizitorët.	Vizioni: zhvillimi i turizmit në parkun kombëtar të lumit të egër Vjosa në një mënyrë të qëndrueshme mjedisore, kulturore dhe socio-ekonomike që përmbush standardet e mbrojtjes të IUCN dhe përmirëson jetën e komuniteteve në Luginën e Lumit Vjosa.

Tabela 3: Deklarata e Misionit të Raporteve të mëparshme

Për qëllimin e këtij Master Plani për Turizmit, elementët e këtyre vizioneve janë kombinuar për një vizion të përditësuar për turizmin në peizazh:

Vizioni për turizmin në Luginën e Vjosës është që të bëhet një model i njohur globalisht për turizmin e qëndrueshëm, përmes menaxhimit novator të PKLEV si edhe zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit që mbron natyrën dhe përmirëson jetën e komuniteteve në luginë.

Plani i Zhvillimit të Ekoturizmit 2021 është gjithashtu i vlefshëm për të përshkruar shumë parime udhëzuese të nevojshme për vendosjen e një themeli efektiv për parkun. Këto janë renditur më poshtë dhe në disa raste modifikohen për kontekstin aktual që të përfshijnë:

1. Përafrimin me objektivat e zonës së mbrojtur dhe dokumentin e politikave për ruajtjen e biodiversitetit (2015-2020) për të siguruar që ruajtja e biodiversitetit të jetë prioriteti numër një
2. Inkurajimin e krijimit të organizatës për menaxhimin dhe marketingun e destinacionit (DMMO) për të integruar turizmin e qëndrueshëm që të zhvillohet dhe të lulëzohet, në përputhje me Strategjinë Kombëtare të Turizmit të Qëndrueshëm (2019-2023)
3. Përafrimin e aktiviteteve për zhvillimin e turizmit me kriteret globale të turizmit të qëndrueshëm dhe objektivat OZHQ
4. Promovimin e modeleve të përgjegjshme të biznesit që kur të jetë e mundur të angazhojnë dhe të jenë në të mirë të banorëve vendas, të zvogëlojnë ndikimin mbi pasuritë natyrore dhe të ofrojnë avantazhet e konservimit

5. Përdorimin e të dhënave bazë dhe të një programi monitorimi për të vlerësuar dhe minimizuar ndikimet negative mbi natyrën, kulturën dhe komunitetet pritëse
6. Krijimin e partneriteteve që ndihmojnë për mbrojtjen dhe përmirësimin e pasurive natyrore, kulturore dhe ekonomike të luginës

B. Drejtimi strategjik

Raportet e mëparshme të zhvillimit që përfshinin parkun kombëtar të lumit të egër Vjosa kishin mbivendosje dhe ndryshime në mënyrën se si ato i strukturonin propozimet e tyre për parkun. Temat dhe ngjashmëritë e tyre ofrojnë udhëzime për atë që dihet mirë dhe për fushat që përfitojnë nga mbulimi më i plotë.

Plani i Zhvillimit të Ekoturizmit 2021 e përqendroi analizën e tij në 6 'Fusha Strategjike Biznesi' të cilat u ideuan si tema për të udhëhequr veprimet në mënyrë të njëanshme mes grupeve të aktorëve të ekoturizmit. Këto fusha ishin: 1) Jeta e lidhur me lumenjtë; 2) Aventura e lehtë dhe e orientuar drejt natyrës; 3) Përvoja kulturore dhe kulinare; 4) Historia dhe arkeologjia; 5) Vëzhgimi i jetës së egër; dhe 6) Turizmi familjar me përvojë.

Brenda secilës fushë, raporti përcaktoi motivimet kryesore të segmenteve turistike të cilat ishin të angazhuara me temën, si dhe aktivitetet e saj kryesore dhe pikat unike të shitjes që do të tërhiqnin turistët. Raporti gjithashtu zbërtheu rekomandimet në 4 programe të veçanta pune që do të zbatoheshin në të gjitha temat: 1) Forcimi i planifikimit dhe menaxhimit të turizmit; 2) Zhvillimi dhe diversifikimi i produkteve të ekoturizmit; 3) Lidhjet e konservimit dhe masat monitoruese; dhe 4) Marketingu dhe interpretimi i vendit.

Raporti i Fizibilitetit 2022, duke theksuar gjithashtu qëndrueshmërinë mjedisore në strukturën dhe rekomandimet e tij, u fokusua edhe në çështjet e qëndrueshmërisë sociale të luginës. Drejtimi i raportit të vitit 2022 përfshinte adresimin e boshllëqeve të shumta në mjetet aktuale të jetesës që kufizuan qëndrueshmërinë afatgjatë të rajonit, siç është migracioni nga fshatrat në qytete nga të rinjtë shqiptarë dhe mundësitë e pamjaftueshme të zhvillimit për sipërmarrje të reja. Në këtë mënyrë, Studimi i Fizibilitetit u pa si një "model fari ndriçues" për të ndikuar dhe për t'u përsëritur nga destinacione të tjera ndërkombëtare që kërkojnë të arrijnë sukses të ngjashëm zhvillimi.

Drejtimi strategjik i këtij Master Plani për Turizmin bazohet në këto njohuri të mëparshme, me një fokus njësoj të ngjashëm te turizmi i qëndrueshëm që mbështet mbrojtjen e parkut kombëtar të lumit të egër Vjosa, ndërkohë që stimulon zhvillimin ekonomik të vendit nëpërmjet turizmit. Tregjet e synuara përputhen me sa më sipër, por fokusohen në tregje që kanë udhëtarë me vlerë të lartë, me ndikim të ulët, që kërkojnë përvoja unike natyrore dhe kulturore të cilat janë të qëndrueshme dhe ofrojnë përfitime lokale. Profilet për këto tregje turistike diskutohen në kapitullin vijues dhe udhëzojnë rekomandimet dhe masat për llojin e produkteve turistike që mund të zhvillohen në rajon.

III. Vlerësimi diagnostikues i sektorit të turizmit

A. Analiza e situatës së turizmit në PKLEV & peizazhin përreth

Nga numri i përgjithshëm i vizitorëve që mbërrijnë në Shqipëri çdo vit për turizëm, vetëm një përqindje e vogël historikisht kanë kërkuar luginën e lumit Vjosa gjatë qëndrimit në vend. Pavarësisht kësaj, luginë e pozicionon veten me këtë sukses përmes kombinimit të veçorive natyrore dhe përzierjes së kulturës historike dhe asaj në zhvillim, ku të gjitha këto janë të kërkuara globalisht. Për të përmbushur këtë kërkesë, destinacionet natyrore dhe kulturore, duke përfshirë Gjirokastrën, Cirkun e Nëmërçkës , Grykën e Këlcyrës, Lagunën e Nartës dhe Dunat e Rërës, si dhe Kanionet dhe Ujëvarat e Nivicës janë konsideruar si lokacione prioritare që mund të balancojnë pritshmëritë e vizitorëve me kapacitetin lokal, megjithëse ka edhe shumë vende të tjera dhe mund të zhvillohen më tej. Shihni tabelën 4 për një listë të vendeve kryesore.

Vendi	Prioriteti	Kulturor, natyror ose të dyja	Ngjarje ose veçori të dukshme
Gjirokastra	Parësor	Të dyja - luginë natyrore me qytetin e vjetër të UNESCO-s me xhaminë, pazarin dhe muzeun etnografik	Kalaja e Gjirokastrës, Festivali Folklorik Kombëtar (çdo 5 vjet)
Cirku i Nëmërçkës	Parësor	Natyror	Forma e dallueshme e "kolltukut" dhe përbërja gjeologjike
Gryka e Këlcyrës	Parësor	Natyror	Aktivitete eksplorimi të shpellave dhe ujore, dy shpella, Uji i Zi i Këlcyrës, burimi i ftohtë, ujëvarat
Laguna e Nartës dhe dunat me rërë	Parësor	Natyror	Laguna: Zona e shpendëve dhe bimëve (p.sh. flamingot), ishujt e lagunës me një manastir, ujë të njelmët Dunat: natyrshëm të dukshme
Kanioni dhe Ujëvarat e Nivicës	Parësor	Të dyja - veçori natyrore dhe prani e fortë e trashëgimisë në shtigjet dhe ritualet e lashta	Gjatësia e dukshme (ndër më të gjatat në Europë), praktika të dallueshme kulturore, habitat i rëndësishëm i shpendëve dhe lundërzave
Lumi, Kisha & Akuadukti i Bençës	Dytësor	Kulturor	Struktura mesjetare (të rindërtuara)
Përmet	Dytësor	Të dyja - kryesisht kulturor i ndërtuar mbi atraksionet natyrore	Qyteti 'i gjelbër' i trëndafilave, trashëgimia e muzikës popullore dhe letërsisë, Festivali Përmeti

			Multikulturor, "Qyteti i gurit" me rrënoja dhe pamje
Tepelenë	Dytësor	Të dyja - rajon natyror me zona të shumta vizitorësh	Pamje panoramike, Ura e Beçishtit, Kalaja e Ali Pashës, Teqeja e Kostanit, Uji i Ftohtë Tepelenë, Muzeu Etnografik
Memaliaj	Dytësor	Të dyja - rajon natyror me zona të vizitorëve	Kështjella e Kalivaçit, shpella e eremitëve në Ylyncë, ndërtesat e Ali Pashë Tepelenës, monumenti natyror rrapë i Dames, rrepet e Dervenit
Selenicë	Dytësor	Të dyja - natyrore me zona për vizitorët	Qyteti dhe kisha e vjetër armene, ura e Bratit dhe e Slapit, Kalaja e Olimpias në Mavrovë, Kurora e Malit Sevaster, Ura e Frengut
Shpella e Petranikut	Dytësor	Natyror	Aktivitete eksplorimi të shpellave
Këlcyrë	Dytësor	Kulturor	Rrënojat arkeologjike të pallatit të Ali Beut

Tabela 4: Vende të Luginës së Lumit Vjosa

Vitet e fundit vihet re një rritje interesi për luginën e lumit Vjosa nga turistët. Atraksionet e kombinuara të Përmetit, Gjirokastrës dhe Tepelenës, mes rajoneve turistike më të njohura të luginës, mirëpritën afërsisht 200,000 vizitorë në vit në vitin 2022. Shkalla e rritjes së tyre ka qëndruar pak a shumë në 15% që nga viti 2015, duke treguar se pavarësisht se nuk është një destinacion kryesor për të gjithë vizitorët, popullariteti i luginës së lumit Vjosa po rritet dhe ndërgjegjësimi i turistëve po rritet. Infrastruktura e akomodimit, të paktën në shifra të papërpunuara, e mbështet këtë konkluzion. 20% e numrit total të objekteve akomoduese në Shqipëri ndodhen në zonën që shtrihet nga Fieri në Gjirokastrë. Ky mbulim është i dukshëm, por gjithashtu mund të shpjegohet pjesërisht me faktin që rajoni ka objekte më të vogla akomodimi dhe më pak hotele me numër të madh dhomash (d.m.th hotele të mëdha) krahasuar me zona të tjera të vendit, si Tirana, si edhe popullsia relativisht të madhe në Fier dhe Vlorë krahasuar me pjesën më të madhe të Shqipërisë.⁴

Brenda këtyre komuniteteve ka shumë elementë kulturorë të luginës të cilat janë dalluese për Shqipërinë dhe Ballkanin. Rrënojat që datojnë në periudhat bizantine dhe mesjetare janë ndër më të vjetrat e Europës, duke përfshirë struktura të dukshme si Kisha e Shën Mërisë si në Ogdunan ashtu edhe në Kosinë, urat osmane të Babos dhe Limarit dhe Kalaja Ilire. Shumë prej këtyre vendeve, duke qenë me natyrë fetare, janë edhe vende të ngjarjeve kulturore që tërheqin vizitorë vendas dhe të huaj dhe janë burime të turizmit të përsëritur. Festalet vjetore përfshijnë festën e San Pandelimonit dhe festën e Shën Mërisë së Kosinës. Ngjarje të tjera të trashëgimisë janë më moderne, duke përfshirë ditën e nderimit në Frashër që njih historinë e qytetit si qendër për poezinë dhe jetën e tre vëllezërve patriotë të familjes Frashëri. Tregje të shumta, festime dhe elementë të tjerë të jetës së përditshme e popullojnë më tej rajonin me përjetimin nga vizitorët të kulturës së veçantë në zhvillim.

Jashtë qyteteve të luginës, atraksionet kryesore natyrore, duke përfshirë burimet termale në Benjë dhe Kanionet e Lengaricës, kanë qenë veçanërisht të famshme, dhe kanë çuar në përqindje më të larta

⁴ Dr. Marta Muco, 2020

pjesëmarrjeje në aktivitetet e jashtme dhe aventureske të rajonit. Vizitat sezonale, që historikisht kryhen në muajt e verës, janë shtrirë për një periudhë më të gjatë, nga prilli në tetor, veçanërisht brenda Vjosës së Epërme. Numri i turistëve të fundjavës po rritet gjithashtu, i përfaqësuar kryesisht nga familjet, por edhe nga afërsisht 5,000 turistë që kërkojnë aventura të cilët vizitojnë luginën çdo vit.

Turizmi i aventurës në luginën e lumit Vjosa dominohet nga një sërë aktivitetesh, ku më të rëndësishmet përfshijnë rafting, kamping, ecje, not dhe kulinari. Aktivitete të tjera të mundshme për vizitorët, por që nuk konsiderohen si jetike për turizmin e rajonit, përfshijnë kajakun dhe kanoet, peshkimin, eksplorimin e shpellave, vëzhgimin e zogjve, çiklizmin, ngjitjen dhe sportet në kanione. Çdo aktivitet ndryshon në kontributin e tij në jetesën lokale dhe në nivelin e tij të organizimit. Disa shembuj, të tillë si rafting dhe kulinaria, janë më ndërveprues midis banorëve dhe shpesh përfshijnë dhënien me qira, guidat ose shkëmbimin e shërbimeve. Aktivitete të tjera konsiderohen si më të lira dhe të pavarura, si kampingu dhe peshkimi, të cilat si rezultat i rregullimit të dobët mund të bëhen pothuajse kudo përgjatë lumit, megjithëse kjo do të ndryshojë me krijimin e parkut. Shihni Tabelën 5 për një zbrëthim të plotë të aktiviteteve kryesore të turizmit.

Aktiviteti	Prioriteti	Zona kryesore	Angazhimi	Niveli i organizimit	Qasja me ekoturizmin
Rafting	Parësor	Vjosa e epërme - Përmet dhe drejt lindjes	8,000 est. 2023	Operatorët përfshijnë kompani të shumta të licencuara 6 kompani lokale që operojnë gomonet për 7 persona	I dobët - rregullim i kufizuar dhe disa ndikime; lejohen ata që bëjnë rafting në mënyrë individuale, pa pasur nevojë për leje ose guidë
Kamping	Parësor	Në të gjithë zonën, zakonisht përgjatë brigjeve të lumenjve	Nuk ka të dhëna	3 operatorë të licencuar; por edhe të pavarur	I dobët - nuk ka rregullore kundër kampingut të lirë
Kulinari	Parësor	Përmet, Tepelenë, dhe Gjirokastrë	I lartë, një nga aktivitetet më të rëndësishme ekzistuese	Organizuar kryesisht përmes restoranteve dhe disa operatorëve turistikë	I mirë, ushqimi prodhohet në vend dhe shitet sipas standardeve tradicionale
Ecja në këmbë	Parësor	Në të gjithë zonën, përgjatë Vjosës dhe degëve të lumenjve	Nuk ka të dhëna	Po, ose gjithashtu i pavarur	Nuk dihet, shtigjet janë kryesisht me një kah dhe të mirë përcaktuara, por nuk ka monitorim të qartë
Notimi	Parësor	7 pika kryesore përgjatë lumit	I kufizuar, për shkak të temperaturës së ujit	Po, ose gjithashtu i pavarur	Nuk dihet - angazhim i kufizuar, por edhe mundësi e kufizuar si aktivitet
Kajak/kano e	Dytësor	Afër Tepelenës, Grykës së Këlcyrës dhe fshatit Muzinë Finiq	Nuk ka të dhëna	Po - kryesisht përmes operatorëve të tillë si Albania Rafting	I moderuar - mundësi e kufizuar për ndotje dhe angazhimi më i drejtpërdrejtë me operatorët
Peshkim	Dytësor	Gjatë gjithë kohës	I kufizuar - kryesisht aktivitet lokal	Jo - kryesisht i pavarur, por operatorë gjatë verës për ekskursione për peshkim me grep	I ulët - mundësi të mira të komunitetit, POR të rregulluara dhe të menaxhuara dobët me dëmtim të mundshëm në ekuilibrin e botës së

					egër
Eksplorimi i shpellave	Dytësor	Gryka e Këlcyrës (ana e lindjes)	Nuk ka të dhëna	Nuk dihet, por ndoshta nga operatorët për shkak të çështjeve të sigurisë	Nuk ka të dhëna

Tabela 5: Aktivitetet e Luginës së Lumit Vjosa

Rritja e interesit për këto aktivitete ka çuar në investime për akomodime, shtigje dhe guida ndërkombëtare të reja. OJQ CESVI po eksploron gjithashtu zhvillimin e qendrave të vizitorëve në vende të tilla si Përmeti. Megjithatë, mungesa e vazhdueshme e informacionit në terren (p.sh. tabelat, hartat e shtigjeve), e shërbimeve (tualetet, parkimi, etj.), pajisjeve të sigurisë, operatorëve turistikë të specializuar në aktivitete të veçanta dhe një mënyrë përgjithësisht e dobët komunikimi për aktorët e turizmit në rajon janë përmendur si kufizime ndaj zhvillimit në periudhën afatgjatë. Po kështu, jo të gjitha aktivitetet janë të disponueshme njësoj përgjatë parkut ose luginës. Rafting, për shembull, është i kufizuar në shtrirjet e lumit ku kushtet e tij të ujit e lejojnë zhvillimin e aktivitetit si me siguri ashtu edhe me emocion (Figura 4).

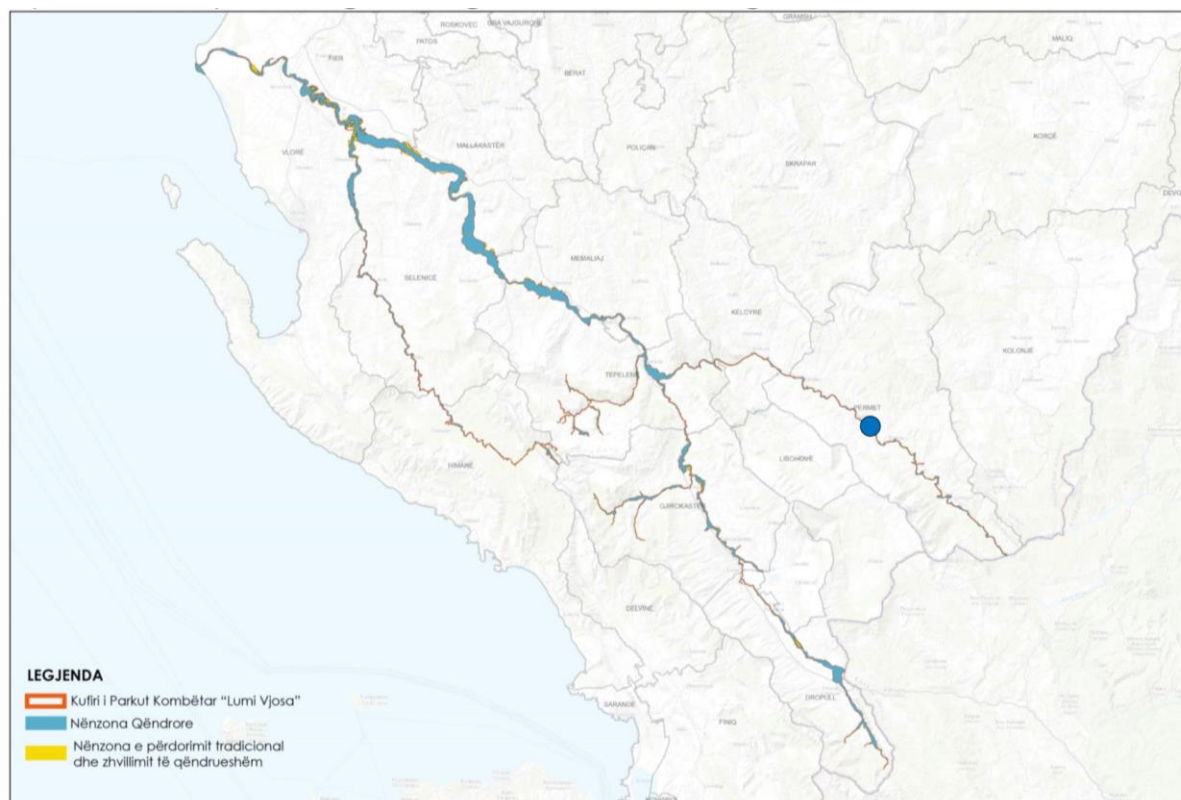


Figura 4. Vendndodhja e aktiviteteve të rafting përgjatë vijës ujore të Luginës së Lumit Vjosa

Për shkak se rregullorja ose nuk ekziston ose nuk zbatohet, shumë aktivitete dhe operatorë gjithashtu nuk janë aktualisht në përputhje me konceptet e qëndrueshmërisë dhe ekoturizmit të promovuara në krijimin e PKLEV. Duke marrë parasysh që këta elementë po rriten në kërkesën e turistëve pas pandemisë, mungesa e veprimtarive të qëndrueshme përbën një pengesë potenciale për suksesin afatgjatë të turizmit në luginën e lumit Vjosa. Vlerësimi i potencialit ekzistues në raportet e mëparshme tregon "dukuri jashtëzakonisht të kufizuara të asaj që do të përkufizohej si një aktivitet ekoturizmi [kontribuon në ruajtjen, është në të mirë të komuniteteve lokale dhe përfshin interpretimin e natyrës]". Asnjë nga aktivitetet që kualifikohen si ekoturizëm nuk janë në gjendje të

mbështesin konservimin financiarisht ose nëpërmjet praktikave të bazuara në vullnetarizëm. Shumë oferta që kanë cilësi të përshtatshme për ekoturizëm janë të pranishme në luginë, por nuk kanë arritur statusin e zbatueshëm 'eko' për shkak të kombinimeve të nënvlerësimit të tregut ose vendndodhjes jo optimale. Këto produkte dhe shërbime do të përfitojnë shumë nga përpjekjet më të mëdha administrative në një sërë fushash mjedisore kryesore, duke përfshirë menaxhimin më efektiv të mbetjeve, përpjekjet për ripyllëzimin dhe reduktimin e përgjithshëm të praktikave të biznesit nxjerrës dhe varfërues të tokës.

Potenciali i turizmit natyror (turizmi i bazuar në atraksionet natyrore si vëzhgimi i shpendëve, shikimi i yjeve, kampingu, shëtitjet dhe vizitat në parqe) kufizohet gjithashtu nga mungesa e infrastrukturës cilësore të disponueshme për përdoruesit dhe profesionistët e industrisë së turizmit. Vitet e fundit janë ndërmarrë hapa për të adresuar këtë boshllëk, por janë ende të kufizuara në shtrirje. Kanë filluar përpjekjet për krijimin e një Qendre Informacioni për Vizitorët në Tepelenë dhe krijimin e një inkubatori të ri për ushqimin tradicional për të mbështetur ofruesit e shërbimeve lokale të trashëgimisë, si edhe një sërë shtigjesh të reja që janë shembuj të përparimit në peizazh.

Infrastruktura jomateriale është zhvilluar gjithashtu zakonisht për të mbështetur këto projekte, duke përfshirë një kalendar ngjarjesh dhe një udhëzues të shtigjeve në internet, të cilat janë vënë që të dyja në dispozicion të publikut. Infrastruktura shtesë jomateriale nevojitet akoma në një sërë fushash kyçe si trajnimi i biznesit, për shembull. Një *Ekoturizëm dhe Turizëm i Qëndrueshëm* i vitit 2022: *Studim i Konceptit* identifikoi disa boshllëqe thelbësore në ofertën aktuale të përvojave nga operatorët dhe menaxherët e turizmit, duke përfshirë mungesën e përgjithshme të shumëllojshmërisë, një çmim të ulët të shërbimeve për të qenë të qëndrueshme dhe cilësinë përgjithësisht të dobët të shërbimit që rrjedh nga mungesa e konkurrueshmërisë.

B. Konteksti i turizmit kombëtar dhe rajonal

Brenda Shqipërisë, sektori i turizmit mbikëqyret kryesisht nga Ministria e Turizmit dhe e Mjedisit, e cila ndër detyrat e saj është përgjegjëse për hartimin dhe zbatimin e politikave për turizmin, përfshirë ato që synojnë rregullimin dhe mbrojtjen e mjedisit. Kjo përfshin luginën më të gjerë të lumit Vjosa. Turizmi në Shqipëri në tërësi është zhvilluar ngadalë, por gjithnjë e më shumë gjatë 2 dekadave të fundit, i ndihmuar nga rritja e ndërgjegjësimit për Ballkanin si një destinacion turistik, rimëkëmbja rajonale dhe investimet për aksesueshmëri nëpërmjet platformave të rezervimit në internet dhe rrugëve ajrore.

Zhvillimi i turizmit ka nxitur një fokus në rritje në këtë sektor në vend. Në vitin 2019, Shqipëria prezantoi një Strategji të re Kombëtare për Zhvillimin e Turizmit të Qëndrueshëm, e cila u zbatua deri në vitin 2023. Një strategji e re kombëtare për turizmin (2024-2030) është gjithashtu në fazat e hershme të prokurimit me mbështetjen e GIZ. Ndër elementët e tjerë të theksuar brenda planeve dhe të rëndësishëm për zhvillimin e luginës së lumit Vjosa është turizmi natyror dhe një nënkomponent, ekoturizmi, i përkufizuar si çdo aktivitet me "një eksperiencë njerëzore në thelb kuptimplotë që lidhet drejtpërdrejt me një mjedis të veçantë të jashtëm - ajrin, ujin, kodrat, malet etj." dhe ndikimi i tij është i matshëm."

Të dhënat mbështesin konkluzionin që kërkesa për turizmin natyror shqiptar vetëm do të vazhdojë të rritet. Mbi 7 milionë vizitorë mbërritën në Shqipëri për të pushuar, për të vizituar të afërmit etj. në vitin 2022. Rreth 1.3 milionë vizitorë mbërritën në Shqipëri për qëllime turizmi natyror, një rritje prej 23% krahasuar me të njëjtën periudhë vetëm një vit më parë.⁵ Ndër zonat dhe vendet më të njohura për turistët e natyrës në vend janë:

⁵ INSTAT Statistikat për turizmin 2022

- Korça: Parku Kombëtar i Prespës , Liqenet Akullnajore të Ersekës , Pylli i Fazanëve, Burimet e Vronomerit, Lugina e Gjergjovicës Liqeni i Pogradecit, Bredhi i Drenovës, Guri i Nikës.
- Shkodra: Thethi, Valbona, Lumi i Gashit, Liqeni i Shkodrës, Lugina e Shalës
- Fieri: Parku Kombëtar Divjakë-Karavasta, Nartë-Pishë Poro
- Durrësi: Kepi i Rodonit, Shkëmbi i Kavajës, Rrapi i Ballabanecit, Sarisalltik, Rrushkull , Krastë-Verjon
- Vlora: Butrinti, Karaburun -Sazan, Llogora, Ishujt e Ksamilit, Syri i Kalter

Në vitin 2021, Mirela Kumbaro Furxhi mori postin e ministrit aktual të Turizmit në Shqipëri, periudhë kjo që përkon me marrëveshjen e prillit 2021 të ministrave rajonalë për turizmin në Ballkanin Perëndimor 6 (Shqipëri, Bosnjë dhe Hercegovinë, Kosovë, Maqedoni e Veriut, Mal i Zi dhe Serbi) për Deklaratën e Tiranës, një doktrinë formale e bazuar në rimëkëmbjen e industrisë së turizmit nëpërmjet mbështetjes dhe rritjes së praktikave të turizmit të qëndrueshëm. Marrëveshja u nxit pjesërisht nga varësia e thellë rajonale ndaj turizmit si industri, me një kontribut mesatar prej 15% të drejtpërdrejtë në PBB krahasuar me një mesatare globale prej 10.3%.

Në Shqipëri, turizmi ka qenë historikisht edhe më me ndikim, duke kontribuar 21.2% në PBB-në kombëtare dhe direkt përgjegjës për 244,000 vende pune në vitin 2019, me 20% të punësimit në mbarë vendin të lidhur në një farë mënyre me turizmin dhe aktivitetet e lidhura me udhëtimin. Nga 11 milionë vizitorë ndërkombëtarë (2019) në shtetet e Ballkanit Perëndimor, kontributi i Shqipërisë me mbi gjysmën e të gjitha prurjeve (6.4 milionë) ka qenë veçanërisht i rëndësishëm. 96% e të cilëve ishin vizitorë për një natë. Kjo shifër përfshin jo vetëm turistët, të cilët historikisht kanë qenë të lidhur me destinacionet detare dhe bregdetare, por edhe vizitorët për punë dhe tranzit, si edhe emigrantët afatgjatë. Megjithatë, siç theksohet më sipër, mbi një milion janë udhëtarë me bazë natyrën.

Pasiguria mbi efektet e vazhdueshme të Pandemisë COVID-19 në numrin e vizitorëve u shumëfishua me fillimin e konfliktit të Ukrainës në shkurt 2022. Megjithatë, pavarësisht uljes me rreth 70,000 turistë ukrainas në Shqipëri, sektori i turizmit në vend ka treguar qëndrueshmëri. Rritja e vizitave në Shqipëri në vitin 2022 ishte 30% krahasuar me vitin 2019, më e lartë se çdo vend në botë me një popullsi mbi 5 milionë banorë. Kjo rritje është pjesërisht për shkak të mbështetjes së madhe të Shqipërisë në tregjet e tjera ballkanike dhe më gjerë europiane, të cilat përbëjnë 91% të të gjithë turistëve (Tabela 6). Gjithashtu është e rëndësishme që 70% e vizitorëve në vend, si në nivel rajonal ashtu edhe global, janë me origjinë shqiptare. Sipas INSTAT-it, turizmi shqiptar është mbështetur ndjeshëm edhe nga tregje të veçanta fqinje si Kosova, e cila kontribuon me 45% të të gjithë vizitorëve jorezidentë. Shumë nga këta vizitorëve do të jenë për qëllime pune dhe qëllime jo argëtimi.

Shteti	Numri i mbërritjeve
Të tjerë të Europës Jugore (p.sh Kosovë)	2,250,000
Maqedonia e Veriut	754,000
Greqi	597,000
Itali	468,000
Mal i Zi	367,000
Gjermani	166,000
Mbretëri e Bashkuar	133,000
Poloni	132,000

Shtetet e Bashkuara	119,000
Turqi	92,000
Francë	73,000
Serbi	68,000
Zvicra	65,000
Bullgari	46,000
Suedi	44,000

Tabela 6. Tregjet kryesore burimore për Shqipërinë në 2019 sipas mbërritjeve gjithsej

C. Tendencat dhe Kërkesa e Turizmit Ndërkombëtar dhe Vendas

Përtej Ballkanit, industria e turizmit po përjeton ndryshime të mëdha në vendimmarrjen e udhëtarëve. Këto ndryshime pasqyrojnë qëndrimet e tendencës ndaj koncepteve të qëndrueshmërisë, veçanërisht mes tregjeve burimore kryesore që lidhen me Shqipërinë. Rritja e prurjeve nga vendet europiane me të ardhura të larta si Spanja, Italia, Belgjika dhe Holanda përfaqëson tregje që e kanë identifikuar atë si një destinacion "të parrahur" me mundësi tërheqëse për turizmin natyror, kulturor dhe aventurën.

Dekadat e fundit kanë parë një revolucion në udhëtimet gjatë kohës së lirë. Ndryshimet në kërkesën e konsumatorit kanë prishur industrinë në mënyra themelore. Megjithëse çlodhja është ende motivuesi kryesor për udhëtimet gjatë kohës së lirë, ku mbizotërojnë pushimet në kohë me diell dhe në plazh, udhëtarët gjatë kohës së lirë presin, dhe në shumë destinacione, shijojnë një zgjedhje shumë më të madhe të aktiviteteve dhe përvojave. Rritja e mundësive të zgjedhjes së udhëtimeve të kohës së lirë dhe ndërmarrja e llojeve dhe segmenteve të reja të udhëtimit, së bashku me ndryshimet shoqërore si rritja e pasurisë, urbanizimi dhe ndryshimet demografike, do të vazhdojnë të ndikojnë në zhvillimin e turizmit në Vjosë. Duhet të theksohen një sërë tendencash kryesore globale.

- Nevojat e udhëtarëve po bëhen më të sofistikuar dhe po kërkojnë përvoja udhëtimi më autentike dhe të diferencuara.
- Po rritet rëndësia e grupeve të vogla dhe përvojave të udhëtimit të personalizuar.
- Kërkesa e udhëtarëve të pasur është zhvendosur në mënyrë vendimtare nga përvojat e standardizuara të udhëtimit, drejt përvojave të udhëtimit transformuese, të paharrueshme dhe që 'ndryshojnë jetën', veçanërisht ato me lidhje me komunitetin lokal.
- Bazuar në studimin e tij të vitit 2022 me mbi 30,000 turistë nga 32 vende, Raporti për Udhëtimin e Qëndrueshëm i Booking.com zbuloi se 71% e udhëtarëve globalë thonë se duan të udhëtojnë në mënyrë më të qëndrueshme gjatë 12 muajve të ardhshëm, një rritje prej 10% krahasuar me të dhënat e kompanisë për vitin 2021 (të cilat gjithashtu treguan një rritje të ndjeshme nga vitet e mëparshme). Një studim nga Expedia dhe Wakefield tregoi se 90% e konsumatorëve kërkonin opsione të qëndrueshme kur udhëtonin, ndërsa një raport i vitit 2021 nga Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit zbuloi se 83% e udhëtarëve të anketuar do ta bëjnë udhëtimin e qëndrueshëm një prioritet në të ardhmen.
- Pas dekadash që koncepti i 'qëndrueshmërisë' u lidh pothuajse ekskluzivisht me ndikimin e udhëtimit dhe turizmit në planet, Raporti i Udhëtimit të Qëndrueshëm i Booking.com 2022 zbuloi se aspekti i njerëzve për turizmin ka një rëndësi në rritje. Fokusi historik i turizmit në aspektet e gjelbra/eko të ndikimeve të tij shpesh lidhej me ruajtjen e burimeve natyrore, për

shembull, menaxhimin e mbetjeve, ujit dhe energjisë. Megjithatë, tani, udhëtarët duan që turizmi jo vetëm të jetë 'i gjelbër' (në të mirë të planetit), por edhe të jetë 'i mirë' (në të mirë të njerëzve dhe komuniteteve lokale), duke përfshirë ruajtjen e trashëgimisë kulturore (84%), nevojën për ndikime pozitive në ekonomi për komunitetet lokale (76%), dhe dëshirën për përvoja autentike në udhëtim (73%).

- Rëndësia e udhëtimit të bazuar te natyra është rritur ndërsa UNWTO ka regjistruar që 40% e të gjithë udhëtarëve ndërkombëtarë janë të interesuar të shohin botën e egër. Udhëtimi eksperimental në natyrë për entuziastët e botës së egër vazhdon të jetë një segment tregu shumë fitimprurës. Sipas UNWTO, rreth 12-14 milionë udhëtime globalisht kanë natyrën dhe botën e egër si motivimin kryesor të udhëtimit, një treg që po rritet me 10-12% në vit.
- Udhëtimi kulturor dhe i trashëgimisë mbetet një segment kyç. Raporti i UNWTO Turizmi dhe Sinergjitë Kulturore zbuloi se nga 69 shtetet anëtare të anketuara, 47% e vizitorëve ndërkombëtarë ishin 'turistë kulturorë'.
- Udhëtimi për aventurë tashmë është bërë i zakonshëm dhe është segmenti me rritje më të shpejtë në turizëm. Udhëtimi për aventurë përkufizohet si kombinimi i një aktiviteti me atraksionet ose përvojat natyrore ose kulturore. Sipas këtij përkufizimi ATTA ka vlerësuar se 80% e të gjithë udhëtarëve do të marrin pjesë në të paktën një aktivitet udhëtimi aventurë gjatë pushimeve të tyre.
- Bazuar në Raportin Vjetor të Situatës së Industrisë (qershor 2023) të Shoqatës së Tregtisë së Udhëtimeve të Aventurave (qershor 2023), 68% e operatorëve turistikë të anketuar kanë marrë tashmë ose janë duke ndjekur në mënyrë aktive një formë të certifikimit për qëndrueshmërinë. Kjo shifër shënon një rritje të ndjeshme nga 45% e raportuar në vitin e kaluar (2021). Megjithatë një sfidë e përmendur shpesh nga operacionet ndërkombëtare është gjetja e furnizuesve që janë gjithashtu të certifikuar, dhe kështu nëse Lugina e Vjosës do të tërheqë këto tregje, nevojiten përpjekje më të mëdha për forcimin e qëndrueshmërisë së sektorit të turizmit në rajon.

Duke krahasuar vizitorët para dhe pas pandemisë COVID-19, ka një ndryshim të dukshëm në prioritetet dhe kërkesat që paraqesin mundësi mbi të cilat duhet të bazohet Shqipëria, veçanërisht kur bëhet fjalë për katër profile kyçe të udhëtarëve:

C.1. Udhëtari entuziast i natyrës

Sipas studimit të UNWTO, 4 nga 5 të gjithë turistët kanë interes të përjetojnë natyrën dhe të shohin botën e egër gjatë një udhëtimi në kohën e lirë. Entuziastët e natyrës janë ata që ndjekin interesat e tyre me veprime të qëllimshme. Vlerësimet e fundit numërojnë mes 12 dhe 14 milionë udhëtime të kryera çdo vit, ku natyra dhe bota e egër ishin motivimi kryesor i udhëtimit, një shifër që po rritet me afërsisht 10 deri në 12% nga viti në vit. Si segment, turizmi i bazuar në natyrë pritet të rrisë madhësinë e tregut të tij ekonomik nga 181,1 miliardë dollarë në vitin 2019 në 333,8 miliardë dollarë në vitin 2027. Si një parashikim para pandemisë, ka të ngjarë që ky të jetë një nënvlerësim.

Mes të gjithë udhëtarëve, ata që klasifikohen si entuziastë të natyrës:

- 33% janë udhëtarë që vlerësojnë mundësitë për të parë botën e egër të rrallë dhe unike
- 29% janë udhëtarë që duan të jenë në gjendje të afrohen me botën e egër
- 25% janë udhëtarë që tërhiqen të paktën pjesërisht nga një destinacion i cili ka një shumëllojshmëri të madhe të botës së egër
- 18% janë udhëtarë që dëshirojnë të marrin informacion për botën e egër
- 80% janë udhëtarë që janë të etur të eksplorojnë peizazhe të paprekura, të vëzhgojnë botën e egër të rrallë dhe të përfshihen në aktivitete që kanë ndikim minimal në mjedis.

Karakter udhëtimi: Simoni përzgjedhësi i natyrës

Simoni ka qenë gjithmonë i interesuar për diversitetin natyror të botës. Me fëmijët e tij tani më të rritur dhe me para mënjanë, ai dhe gruaja e tij kanë kohë për të eksploruar përsëri dhe po kënaqen duke kërkuar mjedise natyrore që nuk mund t'i gjejnë në vendin e tyre. Shpesh, vendimi i Simonit se ku të shkojë bazohet në faktin sa të ndryshme janë gjeografia, kafshët dhe bimët. Premtimi i parkut të lumit të egër Vjosa për një udhëtim nga mali në det duket si një mundësi e përkryer për të zbuluar një vend të tërë gjatë një vizite. Edhe pse akoma dëshiron të qëndrojë në hotele të vërteta, Simoni është i gatshëm të sakrifikojë pak rehati si pjesë e udhëtimit nëse kjo do të thotë të shohësh një Shqipëri autentike dhe të egër me ritmin e tij, duke zgjedhur aktivitetet që i përshtaten më së miri planifikimit të tij dhe stilit më të lehtë të jetës.

Entuziastët e natyrës gjithashtu mund të ndahen më tej në profile nën-tregu, shumë prej të cilëve mbeten të rëndësishëm për turizmin në Luginën e Vjosës. Këto profile përfshijnë:

- Ekoturistët e përkushtuar - turistë të cilët kanë prioritet zgjedhjet e udhëtimit etik dhe të qëndrueshëm, duke mbështetur destinacionet dhe iniciativat që janë në përputhje me mbrojtjen e mjedisit, ruajtjen e biodiversitetit dhe praktikat e qëndrueshme, sidomos për komunitetet lokale.
 - Demografia e dallueshme: Gjenerata Y (lindur nga 1981 deri në 1996), Gjenerata Z (lindur nga 1997 në 2010).
 - Vendet e dallueshme: Gjermania, Holanda, Franca, Spanja, Suedia, Belgjika
- Vëzhguesit e botës së egër dhe zogjve - turistë të cilët kërkojnë ndërveprim me kafshët si një motiv parësor ose dytësor dhe preferojnë habitate të paprekura me përvoja të cilësisë së vëzhgimit më shumë destinacionet më të njohura.
 - Demografia e dallueshme: Baby Boomers (lindur 1946-1964), Gjenerata X (lindur 1965-1980)
 - Vendet e dallueshme: Mbretëria e Bashkuar, Holanda, Gjermania, Suedia, Italia, Spanja, SHBA, Australia
- Udhëtarët e mirëqenies të bazuar në natyrë - turistë që e shohin natyrën si një mundësi pushimi dhe çlodhjeje dhe kërkojnë aktivitete për përtëritje dhe mirëqenie më të mirë.
 - Vendet e dallueshme: Gjermania, Mbretëria e Bashkuar, Franca, Holanda, Spanja, Italia, Austria, Belgjika, Skandinavia (rajoni).

Brenda luginës së lumit Vjosa, atraksionet më tërheqëse për këtë profil turisti janë monumentet e shumta biologjike, gjeologjike dhe hidrike që kanë fituar popullaritet mes vendasve dhe turistëve ndërkombëtarë, duke përfshirë shumë prej tyre që lidhen drejtpërdrejt me vetë lumin Vjosa.

C.2. Udhëtari aventurier

Për këta turistë, udhëtimi është një mundësi për arratisje sfiduese në aspektin fizik, në një sfond të terrenit të parrahur. Turizmi i aventurës ka parë një rritje të krahasueshme të popullaritetit si rezultat i pandemisë dhe tani është segmenti me rritje më të shpejtë në turizëm me 29% CAGR gjatë dekadës së ardhshme. Rritja është veçanërisht e pranishme midis brezit të ri dhe udhëtarëve në grup, segmenti më i madh i tregut të turizmit. Udhëtarët aventurë priren të kenë udhëtime më të gjata, mesatarisht 8 net, dhe të shpenzojnë më shumë, afërsisht 3,000 dollarë për udhëtim, krahasuar me vetëm 1100 dollarë për turistët e paketave me një natë qëndrimi, (burimi: IMARC Group, Global Adventure Travel

Report 2023). Udhëtimet e tyre zakonisht shpërndahen përgjatë stinëve, dhe nuk kufizohen vetëm në muajt e verës. Ajo që është më e rëndësishme është që mundësia për ndikim lokal është më e lartë se shumë forma të turizmit. Parashikimi i parave që qëndrojnë brenda komuniteteve varion nga 60 në 76% me një mesatare prej 1400 dollarësh më shumë që kontribuohen në ekonominë lokale krahasuar me turistin e paketës me një natë qëndrimi.

Karakter udhëtimi: Elena, eko-aventuriere

Elena është një eko-aventuriere entuziaste, e nxitur nga dashuria e saj për përvojat përfshirëse në një mjedis të virgjër natyror. Ajo kërkon destinacione të përkushtuara thellësisht në ruajtjen e mjedisit dhe ruajtjen e biodiversitetit. Joshja e parkut kombëtar të lumit të egër Vjosa qëndron në përpjekjet e tij të përkushtuara për të mbrojtur ekosistemet unike. Elena dëshiron emocionet e kajakut, ecjes dhe vëzhgimit të botës së egër, të gjitha këto ndërkohë që dëshmon rolin kryesor të parkut në ruajtjen e biodiversitetit. Akomodimet eko-miqësore dhe programet edukuese që thellojnë vlerësimin e saj për ruajtjen e mjedisit janë një domosdoshmëri për Elenën.

Raportimi i vitit 2022 mbi turizmin e aventurës nga Shoqata e Tregtisë së Udhëtimit të Aventurës ofron një pasqyrë të vlefshme për faktorët më të rëndësishëm që ndikojnë në segment në nivel global, shumë prej të cilëve janë të rëndësishëm për zhvillimin e Luginës së Lumit Vjosa. Këta faktorë përfshijnë, sipas radhës:

Motivime kryesore të udhëtarëve aventurierë:

1. Eksperienca të reja
2. Shtigje të parrahura
3. Udhëtimi si vendas
4. Takimet kulturore
5. Aventura si një simbol statusi
6. Qëllimet e mirëqenies/përmirësimit
7. Llastimi dhe luksi
8. Aventura popullore
9. Detoks digjital
10. Doza e adrenalinës/sfida

Preferencat kryesore të llojit të udhëtimit aventurier:

1. Itinerare të personalizuar
2. Destinacione/shtigje të largëta
3. Udhëtime të drejtuara nga ekspertë/specialistë
4. Itinerare udhëtimi të ngadalta
5. Itinerare të gjelbërta/pa lodhje
6. Udhëtimi vetëm
7. Udhëtimi me familjen
8. Udhëtim jashtë pikut
9. Kohëzgjatja më e gjatë
10. Udhëtim vendas/rajonat

Preferencat kryesore të aktivitetit në tendencë

1. Ecja/shëtitja
2. Kulturor
3. Kulinari

4. Çiklizëm (mal/jashtë rrugës)
5. Safari / bota e egër
6. Shëndeti në fokus
7. Çiklizëm (elektrik)
8. Çiklizëm (rrugë e asfaltuar)
9. Fotografimi i natyrës dhe kafshëve të egra
10. Vëzhgimi i zogjve
11. Kamping
12. Vozitje me kanoe
13. Kajak/det/ujëra të shkumëzuar
14. Rafting
15. Ngjitje

Turizmi brenda luginës së lumit Vjosa paraqet një sërë opsionesh të cilat u shërbejnë si aventurierëve të fortë ashtu edhe atyre të butë. Aktivitetet jo të motorizuara, veçanërisht kajaku, ecja, çiklizmi dhe ngjitja në shkëmb janë mundësi veçanërisht të fuqishme për t'u konsideruar. Ndërsa këto aktivitete nuk do të jenë të gjitha të zbatueshme për PKLEV dhe statusin e tij unik të mbrojtjes, natyra e egër e lumit dhe luginës më të gjerë ka të ngjarë të tërheqë vlerësimin e këtij profili për bukurinë natyrore vërtet të paprekur.

C.3. Udhëtari i ndërgjegjshëm në aspektin kulturor

Më shumë të interesuar për njerëzit sesa për natyrën (megjithëse ende shpesh të interesuar për natyrën), këta udhëtarë kërkojnë kulturën dhe historinë si interesin e tyre parësor të udhëtimit përmes aktiviteteve që përfshijnë muzetë, vendet historike, festivalet, si edhe përvojat e artit dhe kulturës. Udhëtarët kulturorë janë ndër profilet më të mëdha të tregut në turizëm sot - afërsisht 47% e të gjithë turistëve, sipas UNTWO. Ndërsa motivimet ndryshojnë, dëshira kryesore e shumë njerëzve është të takohen dhe të shkëmbejnë botëkuptime me njerëz në një destinacion, të mësojnë gjatë rrugës duke përjetuar stile jetese tradicionale dhe duke mbështetur praktika të qëndrueshme pavarësisht nga pengesat e mundshme gjuhësore.

Karakter udhëtimi: Sharon entuziaste kuzhine

Sharonit i ka pëlqyer gjithmonë të mësojë rreth ushqimeve të reja nga e gjithë bota. Tani që është më e vjetër, ajo përdor udhëtimin për të vizituar ata që e bëjnë ushqimin më të mirë, për të dëgjuar historitë e tyre dhe për ta sjellë atë në shtëpi në kuzhinën e saj. Parku Kombëtar i lumit të egër Vjosa është interesant për të, por ajo gjithashtu dëshiron të udhëtojë përtej lumit në qytete dhe fshatra për të shijuar verërat e shumta, rakinë, frutat, mishin dhe produktet e djathit të Shqipërisë, ndoshta gjatë një festivali lokal. Sharon shpreson të marrë pjesë në klasa gatimi dhe ndoshta të kërkojë edhe për përbërës. Ajo nuk ka buxhet, por akoma dëshiron t'i shpenzojë paratë e saj për aktivitete që e afrojnë me banorët vendas. Sigurisht, ajo gjithashtu do të duhet të blejë suvenire të punuara me dorë për familjen e saj në vendlindje.

Studimet para-pandemisë mbi turistët kulturorë zbuluan fillimin e shumë tendencave dhe preferencave të cilat vetëm janë forcuar pasi turistët janë kthyer për të udhëtuar jashtë vendit. Këto përfshijnë:

Motivime të rëndësishme për udhëtarët kulturorë:

- të mësojnë nga vende, njerëz dhe përvoja të reja
- të angazhohen në aktivitete të ndryshme në disa vende
- të mbështetin nivelin lokal dhe të krijojnë ndikime pozitive
- të shijojnë natyrën dhe peizazhin
- të hanë dhe të mësojnë për ushqimin/pijen
- të relaksohen, të rivendosin, të mësojnë dhe të meditojnë
- të vizitojnë destinacionet e dëshiruara

Aktivitetet e preferuara të turistëve kulturorë:

1. të vizitojnë vende dhe ndërtesa të njohura historike
2. të vizitojnë ndërtesa me rëndësi arkitekturore
3. të mësojnë për traditat e zonës
4. të vizitojnë tregjet e artizanatit
5. të marrin pjesë në ture arkitektonike/kulturore
6. të marrin pjesë në shfaqje
7. të marrin pjesë në festivale kulturore
8. të vizitojnë indigjenët/fiset dhe fshatrat e tyre
9. të vizitojnë një sit të trashëgimisë botërore të UNESCO-s

Lugina e lumit Vjosa ka zhvilluar një themel të fortë të traditës dhe trashëgimisë ku do të tërhiqen shumë turistë kulturorë. Rrënjët e thella të rajonit që përfshijnë trashëgimitë parahistorike, mesjetare dhe moderne kanë lënë vendet dhe përvojat që ofrojnë diçka për shumicën e llojeve të udhëtarëve socialë. Thënë kjo, disa aktivitete, veçanërisht shkëmbimet e aftësive në formën e suvenireve, kurset gastronomike dhe seminarët, dhe përvojat lokale të stilit të jetesës, duke përfshirë qëndrimet në shtëpi, të gjitha kanë parë një rritje veçanërisht të madhe vitet e fundit dhe janë veçanërisht të përshtatshme me pikat e forta të luginës.

C.4. Udhëtari SAVE (shkencor, akademik, vullnetar dhe edukativ)

Profili turistik SAVE është një kombinim i katër nëngrupeve të cilat motivohen nga motive të ngjashme për të fituar njohuri dhe kontribut, edhe pse aktivitetet e tyre specifike ndryshojnë. Këto nëngrupe përfshijnë:

- Shkencëtarët - profesionistë të rinj në karrierë deri te ata në mes të karrierës që kërkojnë të marrin pjesë dhe të zhvillojnë marrëdhënie afatgjata me destinacionin, që kthehen rregullisht.
- Akademikët - studentë të universitetit dhe profesionistë të rinj, që udhëtojnë për një temë specifike, por jo domosdoshmërisht bazuar në vizitë të përsëritur.
- Vullnetarët - ata që udhëtojnë për të marrë pjesë në projekte të komunitetit dhe të konservimit, të cilët qëndrojnë më gjatë se shumica, por me më pak shpenzime.
- Udhëtime edukative - zakonisht udhëtarët në grup dhe shpesh në moshë shkolle ose universitare, por me itinerare më të strukturuar se akademikët ose shkencëtarët.

Karakter udhëtimi: Karlos, Udhëtar vullnetar/akademik

Karlos është një avokat i palëkundur për konservimin, që përshkon botën me një qëllim. Roli kryesor i parkut kombëtar të lumit të egër Vjosa në ruajtjen e një ekosistemi jetik lumor e tërheq atë si magnet. I etur për të pasur një ndikim të prekshëm, Karlos përfaqon mundësitë e vullnetarit, kryeson restaurimin e habitatit dhe angazhohet në mënyrë aktive me komunitetet lokale. Akomodimet që përputhen me vlerat e tij bëhen një vendstrehim pas një dite pune konservimi dhe një vend për t'u shoqëruar me të tjerët në grupin e tij. Karlos e sheh vizitën e tij si një mundësi për të lënë një shenjë pozitive të përhershme, duke përforcuar trashëgiminë e konservimit të parkut. Ai gjithashtu mund të përdorë përvojën për të çuar përpara interesat e tij akademike (ndonjëherë për kredite akademike).

Përveç mundësive SAVE që do të shfaqen me zhvillimin e qendrave të kërkimit dhe njohurive të lidhura me PKLEV, dy nën-tregje të tjerë të këtij profili - astroturizmi dhe turizmi fotografik - kanë treguar rritje të madhe mes audiencës në shkallë globale. Nisur nga tërheqja natyrore e luginës së lumit Vjosa si në tokë ashtu edhe në qiell, këto zona duhet të konsiderohen gjithashtu si të tilla që kanë potencial të rëndësishëm për pikat e forta të rajonit.

D. Mjedis i favorshëm për turizmin

Për të arritur qëllimet dhe për të përmbushur masat e kërkuara, Master Plani konsideron edhe mjedisin e favorshëm për zhvillimin e turizmit në Luginën e Vjosës. Qeverisja rajonale dhe kombëtare janë aktorët kryesorë në mundësimin e investimeve në turizëm, zhvillimin e ndërmarrjeve dhe rritjen e tregut të punës. Aktorë të tjerë mund të përfshijnë OJQ-të dhe agjencitë donatore që ofrojnë ndihmë për zhvillimin e ndërmarrjeve dhe trajnimin.

Qëllimi i një strategjie mundësuese është të përdorë masat ekzistuese mbështetëse, të rekomandojë masa shtesë mundësuese dhe gjithashtu të marrë në konsideratë çdo pengesë ose kufizim që në mënyrë të panevojshme kufizojnë zhvillimin e turizmit. Normalisht një strategji mundësuese konsideron liberalizimin e rregulloreve kufizuese, por në rastin e Vjosës kërkohen edhe disa shtrëngime apo kufizime të rregulloreve që lidhen me turizmin, për të mbrojtur karakterin ekologjik të lumit Vjosa dhe për të mundësuar tranzicionin e turizmit me volum të lartë me buxhet aktual në turizëm me vlerë më të lartë, me ndikim më të ulët.

Mbështetja për turizmin e Luginës së Lumit Vjosa në formën e një mjedisi të favorshëm arrin përmes rrugëve të shumta. Ndoshta më të fuqishmet mes tyre janë mjetet, shërbimet dhe programet e krijuara për bizneset. Si në luginë ashtu edhe në mbarë Shqipërinë gjerësisht, një rritje e partneriteteve ka lidhur bizneset me shoqatat ndërkombëtare të lidhura me turizëm më të qëndrueshëm dhe me cilësi të lartë. Një rast specifik për sektorin e aventurës, ku Universiteti i Sporteve në Tiranë ka bashkëpunuar me Federatën Botërore të Rafting për iniciativat e trajnimit për guidat e raftingut, tregon dobinë e këtyre partneriteteve në shkëmbimin e njohurive dhe aftësive përkatëse.

Bashkëpunimet të bazuara në ushqime theksojnë gjithashtu aftësinë e banorëve të Luginës së lumit Vjosa dhe më gjerë për të rritur kapacitetin e ofertave të tyre. Slow Food Alliance, një fondacion që ndihmon tranzicionin e bizneseve të kulinarisë drejt produkteve më selektive dhe me standarde më të larta, hyri në Shqipëri në vitin 2015 dhe është rritur duke përfshirë 21 kuzhinierë në të gjithë vendin deri më sot. Këto partneritete përveç kanaleve direkte dhe indirekte po lidhin tashmë ofruesit vendas të trashëgimisë ushqimore dhe infrastrukturën e prodhimit brenda luginës.

Gjithashtu, shembuj të mjedisit të favorshëm për bizneset shtrihen në iniciativat e qëndrueshmërisë të cilat bashkëtojnë si politikë dhe rregullore nga qeveria shqiptare dhe më gjerë. 'Balkan Green', nga faqja e saj e internetit e përshkruar si një "proces afatgjatë zhvillimi për rajonin", vepron si një burim për edukimin e bizneseve mbi marrjen e certifikatave të ekoturizmit dhe qëndrueshmërisë të njohura globalisht, të cilat do t'i fuqizojnë ato në periudhën afatgjatë. Nisma mbulon më shumë sesa vetëm Shqipërinë, duke ofruar një rrjet që lidh vendin me praktikues të tjerë në Bosnjë dhe Hercegovinë, Malin e Zi, Maqedoninë e Veriut dhe Slloveninë, së bashku me shtetet e tjera të Ballkanit (potencialisht) në të ardhmen.

IV. Analiza dhe prioritizimi i mundësisë

A. Kuadri i Planifikimit të Turizmit

Për të arritur objektivat e Master Planit për Turizmin dhe për të nxitur zhvillimin e turizmit dhe të ardhurat në Luginën e Vjosës, do të zhvillohet një kuadër gjithëpërfshirës për të drejtuar investimet dhe veprimet e ardhshme. Masat e këtij kuadri përshkruhen më në detaje në pjesën Rekomandime dhe Masa të këtij dokumenti dhe do të përqendrohen rreth konceptit të forcimit të "Qendrave të Vizitorëve" që përfshijnë zona të veçanta gjeografike brenda luginës.

Organizatave lokale të turizmit, të tilla si organizatat për marketingun e destinacionit (DMO) janë një komponent kyç i zhvillimit të qendrave turistike, por kuadri shkon përtej një organizate të vetme për të parë të gjithë komponentët e nevojshëm për të planifikuar, zhvilluar dhe menaxhuar turizmin në një vend.

Vendndodhjet e qendrave të vizitorëve do të luajnë një rol jetik në zhvillimin dhe forcimin e turizmit në rajon dhe do të përqendrojnë zhvillimin e turizmit në zona specifike, tashmë të urbanizuara. Përcaktimi i 'Qendrave të Vizitorëve' specifike duhet të bëhet përmes procesit të angazhimit të komunitetit (shihni rekomandimet në Marketingu & Marka), por mund të përfshijë vendndodhjet dhe temat e mëposhtme:

- Qarku Gjirokastrë - Guri/Qendra e Kulturës
- Përmet & Këlcyrë - Qendra e aventurës
- Zona e Tepelenës dhe Fierit - Qendra e Artit dhe Zanatit
- Vlorë - Qendra Bregdetare e Botës së Egër

Qendrat e vizitorëve do të lidhen nëpërmjet 'traversës' që arrin në park dhe zonave të tjera natyrore dhe rurale të luginës për aktivitete turistike, rekreacion dhe eksperiencë. Këto do të jenë aktivitete pa sforcim, ku çdo zhvillim i rëndësishëm fokusohet në qendra, duke e lënë parkun dhe zonat përreth në një gjendje sa më të paprekur.

Çdo qendër e vizitorëve ka vlera të veçanta natyrore dhe kulturore që tërheqin vizitorët, duke ofruar lloje dhe nivele të ndryshme të përvojave dhe objekteve të lidhura me turizmin. Gjithashtu, çdo Qendër ka një sërë qëllimesh dhe objektivash për të udhëhequr masat specifike të vendit të identifikuar në planin e turizmit dhe përpjekjet e planifikimit të ardhshëm. Për të zbatuar në mënyrë efektive këtë kuadër, Qendrat e Vizitorëve mund të strukturohen rreth gjashtë kategorive të investimeve dhe masave:

1. Qendra shërbimi
2. Qendra të vizitorëve dhe kulturore
3. Përvojat e vizitorëve
4. Infrastruktura e vizitorëve
5. Interpretimi
6. Investimi privat

Eksplorimi i mundësive për investime të ardhshme dhe masa brenda çdo qendre do të shqyrtohet më tej në pjesën V, duke mundësuar një kuptim më të detajuar të mënyrës së zbatimit të këtij kuadri. Është thelbësore të krijohen përkufizime të qarta për secilën fushë, duke siguruar një kuptim të përbashkët mes palëve të interesuara për qëllime të planifikimit efektiv.

Lugina dhe lumi i Vjosës janë gjithashtu të lidhur me Greqinë dhe ekzistojnë mundësi për të lidhur dhe lidhur qendrat e turizmit atje me ato në rajonin e luginës së Vjosës në Shqipëri, duke stimuluar turizmin ndërkufitar dhe duke zgjeruar më tej përvojën që vizitorët mund të kenë përgjatë gjithë shtrirjes së lumit.

Duke përafruar përpjekjet përmes këtij kuadri planifikimi dhe duke investuar në Qendrat e Vizitorëve të identifikuar dhe lidhjet me destinacione të tjera turistike, ne mund të përfitojmë në maksimum nga potenciali i Luginës së Vjosës si një destinacion i lulëzuar turizmi ndërkohë që ruajmë trashëgiminë e saj unike natyrore dhe kulturore. Politikat dhe rregulloret e hartuara për PKLEV dhe luginën e Vjosës do të jenë gjithashtu të rëndësishme për krijimin e një mjedisi të favorshëm për turizmin e qëndrueshëm.

B. Qasja e mbarë luginës së Vjosës ndaj Interpretimit Tematik

Komunikimi efektiv i rëndësisë universale të PKLEV dhe luginës ku shtrihet është i rëndësishëm për edukimin dhe informimin e banorëve vendas, si dhe ofrimin e kontekstit dhe mundësive mësimore për vizitorët në rajon.

Ky mesazh gjithëpërfshirës dhe metodat për informimin e vizitorëve dhe banorëve për parkun janë të detajuara në Planin e Interpretimit dhe Përvojës së Vizitorëve, të përpiluar në një dokument të veçantë si pjesë e Planit të përgjithshëm të Menaxhimit të Integruar për parkun. Ky program sillt rreth krijimit të një përvoje pasuruese, edukative dhe të aksesueshme për çdo vizitor. Një qendër moderne e vizitorëve në Tepelenë do të shërbejë si gur themeli i programit, duke ofruar ekspozita interaktive dhe me staf interpretimi të mirëinformuar. Stacione të informacionit thelbësor do të vendosen në mënyrë strategjike në Vlorë dhe Përmet, për të orientuar vizitorët që hyjnë në Luginën e Vjosës.

Pikat e interpretimit përgjatë lumit do të ofrojnë shtigje dhe tabela interpretimi, duke siguruar një lidhje të ngushtë midis vizitorëve dhe rëndësisë së lumit. Një spektër i gjerë aktivitetesh interpretimi dhe edukimi do t'i ofrohet vizitorit të interesuar për të mësuar rreth parkut. Në epokën digjitale, aplikacionet celulare dhe faqet interaktive të internetit do t'i japin vizitorëve mundësinë e tureve të vetë-drejtuara dhe një pasuri të përmbajtjes edukative. I gjithë personeli, veçanërisht udhërrëfyesit, do t'i nënshtrohen trajnimeve mbi historinë natyrore, kulturore të parkut dhe praktikën e turizmit të qëndrueshëm. Duke përqafuar kulturën lokale, programi do të mbështesë komunitetin lokal duke pasuruar përvojën për të gjithë.

Premisat e interpretimit

Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa është një zonë e mbrojtur e kategorisë II të IUCN dhe është i vetmi lumë Vjosa, degët e tij dhe të gjitha ato zona të dallueshme gjeomorfologjike ku uji dhe zhavorri ruhen për të mbështetur rrjedhën plotësisht natyrore të lumit. Fushat më të larta, shpatet me bimësi për kullota pyjore, malet mahnitëse dhe vendbanimet e "Luginës së Vjosës" janë lënë jashtë kufijve të parkut kombëtar, por janë pjesë e përvojës së përgjithshme të vizitorëve.

Prandaj, interpretimi për luginën përfshin parkun kombëtar dhe luginën kufitare. Për parkun, theksi vihet te vlerat natyrore të lumit të fundit të madh të paprekur në Ballkan, por edhe për të ndikuar në perceptimin e njerëzve që ky lumë ka nevojë dhe meriton mbrojtje më të rreptë. Përmbajtje të tjera interpretimi, duke përfshirë lidhjet me trashëgiminë kulturore dhe arkeologjike, vlerat dhe traditat e peizazhit, veçoritë e tjera natyrore, trashëgiminë kulinare, etj., paraqiten në kontekstin e 'luginës së

Vjosës' më të gjerë. Lugina është gjithashtu zona ku do të zhvillohet infrastruktura e nevojshme për vizitorët dhe kënaqësinë e vizitorëve.

V. Rekomandime dhe Masa

Vizioni dhe Qëllimet

Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa shtrihet përgjatë 400 km rrugë ujore të paprekura, që pret mbi 1000 specie dhe ku ndodhen 300 monumente kulturore ndërsa lumi rrjedh nga kufiri grek deri në detin Mesdhe. Shumë komunitete jetojnë në luginën që mbështet lumin dhe parkun, i cili ka qenë pjesë e trashëgimisë së tyre për breza. Natyra unike e egër dhe piktoreske e parkut dhe luginës janë gjithnjë e më shumë me interes për vizitorët që duan të ndajnë qetësinë e parkut dhe njerëzit dhe kulturën që e rrethon atë. Komunitetet lokale gjithashtu duan të ndajnë rajonin e tyre me të tjerët dhe duke e bërë këtë të ndihmojnë në rritjen e punësimit dhe përfitimeve ekonomike të tyre lokale, të financojnë mbrojtjen e parkut dhe të festojnë kulturat lokale.

Megjithatë, ashtu si me ftesën që i bëhet dikujt për të ardhur në shtëpi, komuniteti u kërkon vizitorëve të zbatojnë pesë rregulla të thjeshta:

- të respektojnë mikpritësit dhe praktikat kulturore të rajonit
- të marrin me vete bagazhe për rrobat dhe të lenë çdo bagazh tjetër në shtëpi
- të mbrojnë mjedisin natyror të luginës, duke lënë vetëm gjurmët e këpucëve dhe duke bërë vetëm foto... si dhe sigurisht, disa suvenire lokale
- të shijojnë peizazhin unik, skenik, të qetë dhe aventuresk dhe të ndihmojnë që fëmijët e tyre të mund të kthehen për të bërë të njëjtën gjë
- të respektojnë vizitorët e tjerë të peizazhit në mënyrë që ata ta shijojnë atë po aq sa ju

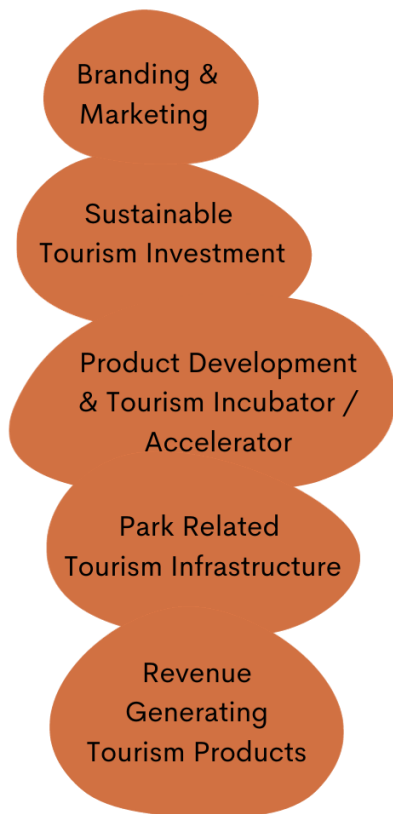
Këto janë rregullat që vizitorëve u kërkohet t'u përmbahen kur vizitojnë Luginën e Vjosës, si dhe parimet udhëzuese për zhvillimin e turizmit në luginë, me fokus krijimin e turizmit me cilësi të lartë, me vlerë të lartë dhe me ndikim të ulët. Lloji i vizitorëve që lugina kërkon të tërheqë janë ata që kërkojnë përvoja të qëndrueshme turistike të bazuara në natyrë, ku ata mund të angazhohen me njerëzit e zonës në mënyra kuptimplota që janë në të mirë si të vizitorit ashtu edhe të mikpritësit, duke mbrojtur mjedisin e luginës.

Prandaj ky treg është fokusi i rekomandimeve të Master Planit për Turizmin. Rekomandimet ndahen në tre "Shtylla", Financiare, Kapitali Njerëzor dhe Qeverisja dhe Politika, të cilat të gjitha mbështesin Qëndrueshmërinë si themelin bazë për turizmin në peizazh (Figura 5).

A. Sustainability



B. Financial



C. Human Capital



D. Governance & Policy



Figura 5. Struktura e rekomandimeve

A. Shtylla e qëndrueshmërisë

Qëndrueshmëria është në qendër të vizionit për Parkun Kombëtar të Lumit të Egër Vjosa dhe luginën në të cilën ai rrjedh. Kjo përfshin mbrojtjen e ekosistemit thelbësor të lumit dhe nxitjen e zhvillimit të qëndrueshëm dhe shërbimeve të ekosistemit për lumin në mjedisin përreth; angazhimin e komuniteteve që janë të lidhura me lumin, për t'u siguruar që ato të jenë pjesë e procesit të zhvillimit të rajonit; dhe rritjen e përfitimeve ekonomike që komunitetet lokale nxjerrin nga turizmi në luginë në mënyra që përmirësojnë gjithashtu sistemet ekologjike të peizazhit. Për të adresuar këto nevoja, tre masa thelbësore rekomandohen nën këtë kapitull, fokusi në krijimin e një kuadri për **turizmin e qëndrueshëm të certifikuar**, një **organizatë për mbarë luginën** që mund të menaxhojë turizmin në të gjithë rajonin dhe sisteme për të siguruar që **komuniteti lokal** të jetë pjesë qendrore e masave të propozuara.

A.1. Qëndrueshmëria Mjedisore - Të bëhet një destinacion i certifikuar i turizmit të qëndrueshëm

Për të vënë në veprim vizionin që lugina të bëhet një destinacion model i qëndrueshëm, qëllimi afatgjatë për parkun dhe luginën është të bëhet një destinacion i certifikuar i turizmit të qëndrueshëm, nëpërmjet një organi certifikimi të akredituar të Këshillit Global të Turizmit të Qëndrueshëm (GSTC). Ky proces ka të ngjarë të zgjasë të paktën dhjetë vjet, kështu që propozohen gjithashtu një sërë hapash afatshkurtër që mund të ndihmojnë rajonin të ecë drejt këtij qëllimi afatgjatë.

Hapi i parë është miratimi i parimeve "Leave no Trace" për parkun dhe luginën, që përfshijnë edukimin e personelit të turizmit dhe parkut si dhe ndërgjegjësimin e mbarë publikut. Kjo do të arrijë kulmin duke u njohur si një 'Vend Standard i Artë' nga organizata Leave No Trace. Kjo do të fokusohet fillimisht në pjesën e epërme dhe të mesme të lumit dhe më pas do të vijojë në seksionin e poshtëm, ku programi mund të ketë nevojë të përshtatet me më shumë realitete të turizmit masiv që ekzistojnë në këtë zonë.

Paralelisht mund të krijohen programe për të zhvilluar standarde, udhëzime dhe për të nxitur bizneset (ekzistuese dhe të reja) që të adoptojnë praktika dhe teknologji të qëndrueshme, bazuar në kriteret e GSTC për kompanitë e qëndrueshme. Si një masë afatmesme, do të krijohet Sistemi i Menaxhimit të Cilësisë Vjosa (SMC) dhe Marka e Cilësisë së PKLEV që ofron një sistem lokal përmes të cilit bizneset mund të njihen si miratues të iniciativave të qëndrueshmërisë në luginë.

Masa A.1.a Leave no Trace:

Leave No Trace ([LNT](#)) është një organizatë jofitimprurëse e njohur ndërkombëtarisht që është e përkushtuar për të mbrojtur mjedisin e jashtëm duke mësuar dhe frymëzuar njerëzit që ta shijojnë atë me përgjegjësi. Lëvizja u themelua në SHBA përmes një bashkëpunimi të Shërbimit të Parkut Kombëtar të SHBA-ve, Shërbimit Pyjor të Shteteve të Bashkuara dhe Byrosë së Menaxhimit të Tokës në përgjigje të dëmit ekologjik të shkaktuar nga rekreacioni në shkretëtirë. LNT ofron burime edukative për të mësuar sjelljet etike që minimizojnë ndikimet e dëmshme për një gamë të gjerë ekosistemesh dhe aktiviteteve në natyrë, të organizuara në shtatë parime.

1. Planifikoni paraprakisht dhe përgatituni
2. Udhëtoni dhe ngrini kampin në sipërfaqe të qëndrueshme
3. Hidhni mbeturinat në vendin e duhur
4. Lini atë që gjeni
5. Minimizoni ndikimet e zjarrit të kampit.

6. Respektoni jetën e egër
7. Respektoni vizitorët e tjerë

Trajnimi Leave No Trace duhet të jetë kërkesa minimale për të gjithë punonjësit e Parkut ose Fondacionit (shihni pjesën A.2.) si dhe mbajtësit e lejeve dhe punonjësit e tyre që operojnë brenda parkut ose në tokat e menaxhuara nga Fondacioni. Parimet e LNT duhet t'u mësohen ofruesve lokalë të aktiviteteve në natyrë dhe t'u komunikohen vizitorëve në luginën e Vjosës.

Ekzistojnë tre nivele të trajnimit të certifikuar nga Leave No Trace. Niveli bazë është trajnimi për **ndërgjegjësim** i cili zgjat nga 2 orë deri në një ditë dhe mund të kryhet online pa pagesë. Ai rekomandohet për ndërgjegjësimin e përgjithshëm brenda komunitetit dhe bizneseve të turizmit në luginë. Niveli tjetër është një certifikatë **trajneri** që zgjat dy ditë dhe një natë në terren. Akreditimi i trajnerëve u lejon mbajtësve të ofrojnë seminare ndërgjegjësimi falas ose për qëllime fitimi. Ky rekomandohet për punonjësit e Fondacionit dhe mbajtësit e lejeve.

Niveli më i lartë i trajnimit është **Master Edukues**, një kurs 4-5-ditor me prezencë që përfshin të paktën dy net në terren. Master-edukuesit mund të ofrojnë certifikata të trajnerit dhe ndërgjegjësimi. Ky rekomandohet për të paktën pesë punonjës të Parkut/Fondacionit dhe të tjerë në komunitet (profesionistë të turizmit, si përfaqësues të kompanive të rafting) në mënyrë që ata të mund të trajnojnë dhe të certifikojnë të tjerët në destinacion.

Instrukturët për këtë kurs mund të ofrohen nga NOLS (National Outdoor Leadership School - <https://www.nols.edu/en/about/about/>) një organizatë jofitimprurëse që ofron edukim në natyrë dhe ekspedita në shkretëtirë. Organizata ofron kurse për etikën mjedisore dhe aftësitë teknike në natyrë, mjekësinë në shkretëtirë, menaxhimin e riskut, gjykimin dhe udhëheqjen.

Hapat drejt suksesit:

- Rekomandohet që NOLS të kontraktohet për të ardhur në Shqipëri për të trajnuar të paktën 12 Master Edukues në Luginën e Vjosës; këta edukues më pas mund të ofrojnë një seri kursesh vjetore për 'trajnerë' për bizneset turistike dhe seminare publike për vendasit dhe vizitorët. Trajnimi i certifikuar i mësuesve Master LNT duhet të përfshijë rojet e parku, nëpunësit e turizmit të Fondacionit, instruktorët udhërrëfyes, bizneset e aventurës në natyrë dhe stafin e AKZM-së.
- Parku/Fondacioni ofron një ditë ose gjysmë dite trajnimi ndërgjegjësimi për LNT për grupet e shkollave dhe të rinjve dhe bizneset lokale të turizmit
- Parku/Fondacioni ofron kurse vjetore të certifikimit për trajner të Leave No Trace për punonjësit e tij dhe mbajtësit e lejeve dhe bizneset e tjera të interesuara (staf)
- Përgatitja dhe vendosja e sinjalistikës informuese LNT për të udhëhequr sjelljen e vizitorëve brenda dhe përreth parkut.
- Koordinimi i palëve të interesuara për të krijuar një rrjet destinacioni Leave no Trace të ngjashëm me rrjetet e destinacionit LNT në Irlandë dhe Danimarkë.

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Parku dhe Luginë	Prioritet afatshkurtër/i lartë	Fillimi 2024-2025, pastaj program në vazhdimësi

Masa A.1.b Programi i Sigurimit të Cilësisë - 'Marka e Cilësisë së Vjosës'

Si një hap i lokalizuar drejt qëndrueshmërisë, destinacioni i Vjosës do të zhvillojë një skemë klasifikimi dhe certifikimi të sigurimit të cilësisë, **Marka e Cilësisë së Vjosës**, për turizmin dhe bizneset e turizmit në peizazh. Marka e cilësisë do të jetë një etiketë e qëndrueshmërisë dhe cilësisë që u jepet bizneseve që arrijnë standarde bazë, të ndërmjetme ose të shkëlqyera në qëndrueshmëri dhe cilësi. Klasifikimi nënkupton një miratim të biznesit nga Fondacioni Vjosa ose parku dhe përcaktohet nga niveli i certifikimit të sigurimit të cilësisë së arritur. Për ofruesit e akomodimit, klasifikimi do të pasqyrojë pjesërisht klasifikimin e detyrueshëm ekzistues të akomodimeve në Shqipëri (Urdhër nr. 267 “Për miratimin e rregullores për mënyrën, kriteret dhe procedurën e kategorizimit të objekteve akomoduese”), por do të përfshijë edhe kriteret shtesë të qëndrueshmërisë dhe cilësisë.



Duke përmbushur kriteret, bizneset fitojnë etiketën e certifikimit që mund ta përdorin si një etiketë të verifikuar në mënyrë të pavarur për biznesin e tyre. Bizneset e certifikuara mund të mblidhen së bashku në itineraret e turizmit të qëndrueshëm dhe të promovohen nga Fondacioni dhe partnerë të tjerë. Produkte të tilla si puna e dorës mund të shiten gjithashtu në qendrën e vizitorëve dhe përmes pjesëmarrësve të tjerë të Markës së Cilësisë (p.sh. hotele, restorante). Etiketa mund të përdoret nga bizneset e certifikuara në marketingun dhe materialet e tyre promovuese. Bizneseve që operojnë në park do t'u kërkohet të kenë një etiketë dalluese.

Integrimi i këtyre masave do të arrihet nëpërmjet krijimit të një Sistemi të Menaxhimit të Cilësisë (SMC), një grup masash të ndërlidhura ose ndërvepruese të cilat do të arrijnë objektivat e qëndrueshmërisë dhe cilësisë së destinacionit për produktet e turizmit, si edhe bizneset e lidhura me to, si zanatet dhe suveniret. Këto përfshijnë përvoja dhe shërbime të përmirësuara të përshtatura për tregje me shpenzime më të larta, praktikat e qëndrueshme të biznesit dhe menaxhimin efektiv të riskut dhe sigurisë. SMC do t'u ofrohet të gjitha bizneseve të turizmit në rajon, siç janë akomodimet dhe shërbimet turistike. Masat e menaxhimit të cilësisë do të përfshijnë programe trajnimi, stimuj investimi dhe një markë.

Shembuj të kriterëve mund të përfshijnë:

- Çdo biznes duhet të jetë i regjistruar ligjërisht në përputhje me ligjin shqiptar të turizmit
- Përfaqësues të biznesit të kenë përfunduar kurset e trajnimit për zhvillimin e produktit dhe biznesin e ofruar nga Fondacioni Vjosa
- Hapat fillestare drejt qëndrueshmërisë (p.sh. programi për eliminimin/reduktimin e plastikës për një përdorim, skemat e menaxhimit të ujit, blerjet lokale dhe programet e qëndrueshmërisë së menysë, etj.)
- Për standardin më të lartë, biznesi ka arritur akreditimin nga një program i miratuar nga GSTC për Turizmin e Gjelbër siç janë destinacionet Green Step dhe Green të GSTC.

Hapat drejt suksesit:

- Hartimi i udhëzimeve dhe standardeve për Markën e Cilësisë së Vjosës përmes konsultimeve me ekspertë dhe komunitetin
- Zhvillimi i materialeve të programit dhe kolaterale të markës së Markës së Cilësisë së Vjosës
- Fushata brenda luginës për të informuar njerëzit rreth programit dhe për të miratuar programin
- Program trajnimi për bizneset e interesuara për t'u certifikuar nga Marka e Cilësisë së Vjosës

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatmesëm/aktualisht i mesëm	Fillimi 2026-2027, pastaj program në vazhdimësi

Masa A.1.c Certifikimi GSTC i Destinacionit

Këshilli Global i Turizmit të Qëndrueshëm (GSTC) ofron një grup të përbashkët kriteresh që përfaqësojnë një standard ndërkombëtar të qëndrueshmërisë, i cili mund të monitorohet dhe të pranohet në mënyrë të pavarur (nga organet e njohura të certifikimit të GSTC). Kriteret japin udhëzimet për një Fondacion Vjosa për të mbështetur luginën që të bëhet më e qëndrueshme. Ato gjithashtu u ofrojnë vizitorëve të mundshëm sigurinë se destinacioni funksionon në një nivel të lartë qëndrueshmërie dhe është një faktor i fortë dallues në treg, veçanërisht me një kërkesë në rritje mes udhëtarëve për qëndrueshmëri.

Kriteret e GSTC për destinacionet organizohen rreth katër temave kryesore:

- Menaxhimi i qëndrueshëm;
- Ndikimet socio-ekonomike;
- Ndikimet kulturore;
- Ndikimet mjedisore (duke përfshirë konsumin e burimeve, reduktimin e ndotjes dhe ruajtjen e biodiversitetit dhe peizazheve).

Më shumë për kriteret për destinacionet mund të lexoni [këtu](#).

Masat A.1.a dhe A.1.b janë ideuar si masa specifike për të përmirësuar qëndrueshmërinë e destinacionit në periudhën afatshkurtër dhe për të ndërmarrë hapat fillestarë drejt qëndrueshmërisë së destinacionit. Për të arritur qëndrueshmëri afatgjatë, Fondacioni Vjosa duhet të përdorë kriteret si udhëzime për të zhvilluar një plan veprimi GSTC. Ai duhet të zhvillohet paralelisht me zhvillimin e Markës së Cilësisë së Vjosës, në mënyrë që ato të pretendohen të gjitha, megjithatë zbatimi i planit të veprimit të GSTC do të bëhet gjatë një periudhe më të gjatë kohore.

Plani i veprimit do të sigurojë programim shtesë për bizneset, vendet dhe atraksionet për të edukuar dhe ndërgjegjësuar mbi teknikat e qëndrueshme, për të udhëhequr politikat si edhe për të matur ndikimin në mënyrë që Fondacioni Vjosa të mund të marrë përfundimisht certifikimin si një destinacion i qëndrueshëm. Angazhimi i drejtpërdrejtë me GSTC dhe/ose partnerët e tij zbatues pasi të jenë ndërmarrë hapat e parë fillestarë (A.1.a dhe A.1.b), do të ndihmojë në drejtimin e këtyre hapave afatgjatë. Disa masa fillestare shtesë janë renditur gjithashtu më poshtë.

Hapat drejt suksesit:

- Zhvillimi i planit të veprimit të GSTC
- Plani i zbutjes dhe përshtatjes së klimës
- Zhvillimi i udhëzimeve dhe programeve nxitëse për ndërtimin dhe rinovimin e strukturave duke përdorur parimet e ndërtimit të gjelbër ose praktika të tjera të biznesit të gjelbër. Stimujt mund të përfshijnë miratimin e planifikimit të shpejtë dhe regjistrimin në kadastrë, heqjen e taksave, huatë dhe grantet
- Trajnim për të gjithë partnerët mbi standardet GSTC dhe zbatimin lokal
- Programi i menaxhimit të mbetjeve dhe konsumit të qëndrueshëm për luginën

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Parku dhe Luginë	Prioritet afatgjatë/aktualisht i ulët	2026-2033

A.2. Fondacioni PKLEV

Sipas kriterëve të GSTC për destinacionin, destinacioni i Luginës së lumit Vjosa kërkon një organizatë efektive përgjegjëse për një qasje të koordinuar ndaj turizmit të qëndrueshëm në rajon. Ky subjekt duhet të përfshijë angazhimin e qeverisë/ sektorit publik, sektorit privat dhe shoqërisë civile. Ky organ duhet të ketë të përcaktuara përgjegjësitë ligjore, mbikëqyrjen dhe aftësitë e zbatimit për menaxhimin e çështjeve socio-ekonomike, kulturore dhe mjedisore. Organizata duhet të financohet në mënyrë adekuate, të punojë me një sërë organesh për ofrimin e menaxhimit të destinacionit, të ketë akses në personel të mjaftueshëm (përfshirë personelin me përvojë në turizëm dhe qëndrueshmëri) dhe të ndjekë parimet e qëndrueshmërisë dhe transparencës në veprimtarinë dhe transaksionet e saj.

Prandaj rekomandohet që të krijohet një Fondacion PKLEV (Fondacioni) që do të plotësonte këtë nevojë organizative për destinacionin. Fondacioni do të jetë organi qendror për nxitjen e turizmit të qëndrueshëm, menaxhimin dhe marketingun e destinacionit, si dhe funksione të tjera që lidhen me menaxhimin dhe ruajtjen e parkut. Ai do të ketë fokus të fortë komunitetin, duke ofruar një forum përmes të cilit komuniteti mund të mësojë për turizmin e qëndrueshëm, të ofrojë mundësi dhe stimuj për të zhvilluar biznese të qëndrueshme turistike dhe të mbështesë shërbimet publike si transporti i qëndrueshëm brenda luginës.

Fondacioni, së bashku me AKZM, do të jetë gjithashtu organi kryesor zbatues i këtij Master Plani për Turizmin, duke u bazuar në planin me zonimin e mbarë luginës për turizmin (Qendrat turizmi) dhe planifikimin specifik të vendeve dhe zonave jo turistike për zhvillimin e zonave të përshtatshme të turizmit. Fondacioni do të ofrojë gjithashtu një rol monitorues për të siguruar që turizmi të zhvillohet në një mënyrë të qëndrueshme dhe gjithëpërfshirëse në komunitet.

Duhet të krijohet një komitet këshillimor që fillimisht drejton krijimin e një plani veprimi për zhvillimin e Fondacionit dhe më pas mbikëqyr zbatimin e tij për të krijuar formalisht fondacionin. Kjo do të përfshijë rishikimin e strukturës më të përshtatshme për organizatën (p.sh. fondacioni në pronësi të shtetit, PPP, etj.). Komiteti duhet të përbëhet nga qeveria (e udhëhequr nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit dhe AKZM), mbështetës të mëdhenj financiarë (si Patagonia dhe IUCN, ndoshta edhe organizata donatore), aktorë të sektorit privat të turizmit dhe përfaqësues të shoqërisë civile lokale.

Fondacioni do të strukturohet për të përfshirë një njësi për menaxhimin e parkut, si edhe një njësi për menaxhimin dhe marketingun e destinacionit turistik për parkun dhe luginën. Organizata do të themelohet bazuar në katër shtylla të qëndrueshmërisë, duke mbështetur masat në secilën prej këtyre fushave (Figura 6). Nevojitet një plan i detajuar biznesi dhe veprimtarie për Fondacionin, duke përfshirë aktivitetet e tij në park dhe turizëm, për të siguruar një udhërrëfyes për qëndrueshmërinë afatgjatë të organizatës dhe përpjekjeve të saj.

Si pjesë e planit të biznesit dhe veprimtarisë, komiteti këshillimor do të jetë gjithashtu përgjegjës për identifikimin dhe sigurimin e fondeve për të mbështetur themelimin e tij dhe funksionimin afatgjatë të Fondacionit. Për më shumë informacion mbi të ardhurat indikative për qëndrueshmërinë financiare afatgjatë të Fondacionit dhe veprimtaritë e parkut, shihni pjesën e këtij raporti mbi 'Modelin e Biznesit të Konsoliduar të Parkut'. Ky Master Plan për Turizmin, së bashku me dokumentet e tjera të planifikimit në lidhje me parkun dhe luginën përreth do të formojnë planin afatgjatë që Fondacioni do të jetë përgjegjës të zbatojë.

Fondacioni do të ketë një ekip ekzekutiv, si dhe ekipin e menaxhimit të parkut dhe ekipin e menaxhimit të destinacionit dhe marketingut. Propozohet që ekipi i Menaxhimit dhe Marketingut të Destinacionit të përbëhet nga një personel fillestar prej shtatë punonjësish, ku të përfshihet:

- Drejtori i Turizmit/Tregtisë - menaxhimi i përgjithshëm i njësisë
- Nëpunësi i lejeve, koncesioneve dhe të ardhurave - përgjegjës për menaxhimin e koncesioneve turistike, lejeve dhe marrëveshjeve për gjenerimin e të ardhurave me partnerët dhe brenda vendeve të Fondacionit (p.sh. qendrat e vizitorëve, etj.)
- Nëpunësi i marketingut - përgjegjës për promovimin e luginës dhe parkut si destinacion turistik
- Nëpunësit e turizmit (3) - Një për secilin, lumin e epërm, të mesëm dhe të poshtëm me përgjegjësi për të kontrolluar lejet e atyre që hyjnë në park, për t'iu përgjigjur nevojave të vizitorëve dhe për të qenë pika kryesore e kontaktit për organizatat lokale të turizmit (numri i nëpunësve mund të rritet në të ardhmen)
- Nëpunësi i Angazhimit të Partnerëve dhe Klientëve - përgjegjës për menaxhimin e programit të angazhimit të klientëve për Fondacionin dhe zbatimin e Markës së Cilësisë dhe partneritetet

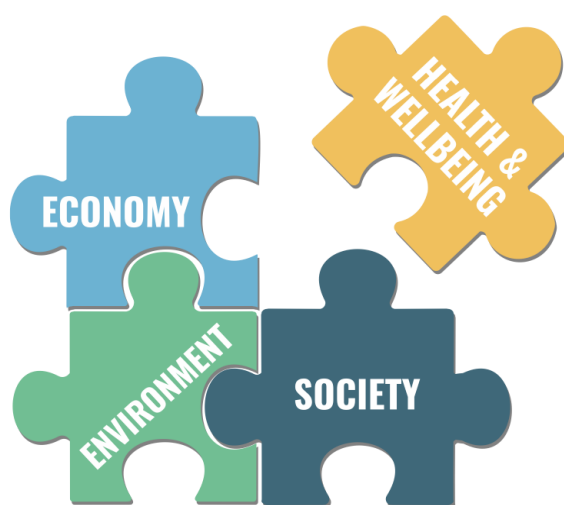


Figura 6. Totali i katërfishtë i qëndrueshmërisë⁶

Brenda ekipit ekzekutiv mund të ketë gjithashtu një nëpunës komunikimi dhe nëpunës për kontaktin me/trajnimin e komunitetit që do të udhëheqë dhe mbështesë angazhimin e komunitetit dhe aktivitetet e trajnimit për Fondacionin.

Masa A.2.a Zhvillimi i Programit të Shërbimeve Tregtare të Fondacionit Vjosa dhe Planit të Biznesit.

Në përputhje me qëllimin e gjenerimit të të ardhurave për të mbështetur mbrojtjen e parkut dhe turizmin e qëndrueshëm në luginë, Fondacioni PKLEV do të duhet të zhvillojë një program për shërbimin tregtar dhe një plan biznesi gjithëpërfshirës, duke integruar mundësitë e turizmit me burime të tjera të të ardhurave (për shembull për shërbimet e ekosistemit, nëse janë të lejuara).

Shërbimet Tregtare

Menaxhimi i produkteve dhe shërbimeve të turizmit, gjenerimi i të ardhurave dhe zhvillimi i biznesit duhet të menaxhohet nëpërmjet ekipit të DMMO. Shërbimet Tregtare do të përfshijnë të gjitha shërbimet tregtare për vizitorët në territorin e kontrolluar nga Fondacioni Vjosa, jo vetëm PKLEV, por

⁶ Burimi: W.M. Purcell dhe M. Nikolova. 11/18/2021. “SERIA E PUNIMEVE: Pursuing Sustainability in the Travel & Tourism Sector From a Triple to a Quadruple Bottom Line Sustainability: The Case for Adding ‘Health and Well-being’ to Sustainable Travel and Tourism”.

edhe shfrytëzimin e tokave të tjera joproductive (jo bujqësore) në pronësi të shtetit, të cilat mund të menaxhohen nga Fondacioni, në mënyrë që të gjenerohen të ardhura për konservimin dhe të përmirësohet përvoja e vizitorëve. Këto parcela toke duhet të identifikohen në të gjithë luginën (shih B.2), duke përfshirë identifikimin e agjencisë që mban titullin. Këto parcela toke do të bashkon në një 'paketë' për t'u transferuar në Ministrinë e Turizmit (ose AKZM) me një vendim të vetëm të Këshillit të Ministrave. Ministria/AKZM do të mbajë pronësinë e tokës, por do t'ia transferojë të drejtat e menaxhimit Fondacionit Vjosa. Më pas, Fondacioni mund t'i japë këtë tokë me qira bizneseve të synuara të turizmit të qëndrueshëm ose aktiviteteve për përdorim publik (siç përcaktohet më vonë në këtë Master Plan), duke gjeneruar kështu të ardhura nga qiraja.

Shërbimet tregtare mund të përfshijnë biznese vendore të palëve të treta të autorizuara nga kontratat koncesionare, autorizimet e përdorimit tregtar (CUA) dhe qiratë. Një gamë e gjerë aktiviteteve dhe shërbimesh mund të ofrohen përmes programit.

Modelet e të ardhurave

Përveç ofrimit të produkteve, aktiviteteve dhe shërbimeve të brendshme, Fondacioni mund të përdorë dhe të mbështesë sektorin privat lokal për të zhvilluar përvoja të përmirësuara të vizitorëve dhe për të gjeneruar të ardhura.

Një **operacion koncesioni** është një mënyrë për të ofruar shërbime tregtare për vizitorët si ushqimi, akomodimi dhe shitja me pakicë nëpërmjet një pale të tretë (koncesionarit) brenda tokave të menaxhuara nga Fondacioni. Këto shërbime duhet të jenë të nevojshme dhe të përshtatshme për përdorimin nga vizitorët dhe për kënaqësinë e vizitorëve. Kontratat e koncesionit janë përgjithësisht të vlefshme për 10 vjet ose më pak, por mund të zgjasin deri në 20-30 vjet, në varësi të nivelit të investimit që biznesi do të duhet të bëjë në tokë. Kontratat e koncesionit dhe CUA përcaktojnë gamën e objekteve, akomodimit dhe llojeve të shërbimeve që koncesionari pranon të ofrojë. Duke mirëpritur sektorin privat si partner në mbështetjen e parkut, fondacioni mund të zgjerojë gjithashtu bazën ekonomike të luginës dhe komuniteteve që rrethojnë zonën e mbrojtur.

Autorizimet për përdorim tregtar u jepen bizneseve private për të lejuar aktivitete tregtare në shkallë të vogël. CUA-të mund të jepen për të autorizuar shërbimet që: janë të përshtatshme për vizionin dhe qëllimet e fondacionit, do të kenë ndikim minimal në ruajtjen e zonës së mbrojtur dhe janë në përputhje me të gjitha planet e zbatueshme të menaxhimit, politikat e parkut dhe rregulloret e IUCN.

Qiraja mund të përfshijë tokën ose pronat e menaxhuara nga Fondacioni. Prona e dhënë me qira duhet të përdoret për një aktivitet dhe në një mënyrë që është në përputhje me qëllimet e përcaktuara me ligj për parkun. Qiradhënia duhet të konsiderohet për tarifën e qirasë që janë të paktën të barabarta me vlerën e drejtë të tregut të pronës së dhënë me qira. Qiratë mund të jepen deri në 60 vjet për të ofruar një mundësi të qëndrueshme qiradhënieje nisur nga kërkesat e investimit dhe faktorë të tjerë përkatës.

Produktet turistike të brendshme të Parkut dhe Luginës mund të zhvillohen gjithashtu nga Fondacioni. Këto produkte turistike do të përfshijnë eksperiencën konservimi me pjesëmarrje, të cilat kërkojnë lehtësim të ekspertëve, si dhe aktivitete dhe përvoja që mund të mbahen në Qendrën e Vizitorëve të Parkut. Këto oferta mund ose mund të mos kërkojnë furnizues tregtarë si pjesë e dorëzimit, por ato do të jenë të markuara dhe të menaxhuara nga Fondacioni. (Shihni gjithashtu B.5.).

Zhvillimi i Planit të Biznesit

Është e domosdoshme që një nga masat e para të fondacionit Vjosa të jetë zhvillimi i një plani biznesi turistik gjithëpërfshirës, me elementët e mëposhtëm.

1. Vizioni - Çfarë do të arrijnë shërbimet tregtare në Vjosë? Cilat janë qëllimet tregtare ose statusi që duhen arritur? (Si duket sukcesi për ekipin e shërbimeve tregtare pas 10 vitesh?) Kjo duhet të zhvillohet nga të gjithë punonjësit e shërbimeve tregtare
2. Misioni (tregtar) - Një deklaratë publike për atë që ofron Fondacioni Vjosa për vizitorët dhe pse Fondacioni Vjosa e bën atë kaq mirë, çfarë i bën ato oferta kaq tërheqëse?.
3. Analiza e kërkesës së tregut, duke përputhur ofertat e Vjosës me tregjet e synuara. Kjo pjesë duhet të përfshijë një analizë të detajuar psikografike të konsumatorëve të synuar. Çfarë i frymëzon ata të udhëtojnë? Si udhëtojnë? Cilat janë dëshirat dhe nevojat e tyre gjatë një vizite? Ku ndodhen ata? Si mund të kontaktohen ata (cilat kanale mediatike përdorin)?
4. Analiza konkurruese e ofertës turistike të Vjosës. Si përputhen ofertat turistike apo si i tejkalojnë ato destinacionet konkurruese, cilat janë mangësitë, boshllëqet e produktit në ofertën turistike? Çfarë vlere i ofron Vjosa një vizitori, krahasuar me destinacione të ngjashme?
5. Plani Financiar - detajimi i qëllimeve financiare, investimeve të vlerësuara, kostove fikse dhe operative, çmimeve të produktit dhe kufijve të fitimit, si dhe burimeve të financimit dhe kostove
6. Masat për të përmbushur qëllimet dhe afatet e përcaktuara
7. Treguesit kryesorë të performancës
8. Afati kohor për rishikim dhe përditësime të planit të biznesit.

Plani i biznesit është thelbësor për sigurimin e investimeve dhe financimit. Ai gjithashtu do të udhëheqë dhe drejtojë masat e Ekipit të Shërbimeve Tregtare. Plani i Biznesit i Turizmit në Vjosë duhet të zhvillohet së bashku me planin e marketingut tregtar.

Hapat drejt suksesit:

- Krijimi i komitetit këshillimor të Fondacionit
- Zhvillimi i planit të biznesit dhe veprimtarive të Fondacionit, duke përfshirë planin financiar dhe strategjinë e financimit
- Përcaktimi i tokës së mundshme për transferim te Fondacioni (shihni gjithashtu B.2.)
- Regjistrimi dhe formimi ligjor i Fondacionit

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Parku dhe Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024

A.3. Përfshirja dhe pjesëmarrja e komunitetit:

Një shtyllë thelbësore e Fondacionit Vjosa është angazhimi i komunitetit në mbrojtjen e parkut dhe aktivitetet e qëndrueshme ekonomike që mund të inkurajohen në luginë. Pasi të krijohet Fondacioni, ai do të mbështesë shumë nga aktivitetet e përshkruara në këtë strategji, duke përfshirë lehtësimin e konsultimeve të rregullta me palët e interesuara të komunitetit lokal për të siguruar që përpjekjet sociale dhe ekonomike të drejtohen në nivel lokal. Megjithatë, Fondacioni, do të marrë kohë për t'u krijuar dhe angazhimi i komunitetit që është iniciuar përmes kësaj përpjekjeje planifikimi do të duhet të vazhdojë në periudhën afatshkurtër, në mënyrë që të mos heqë të drejtën e komunitetit të luginës.

Masa A.3.a Ruajtja e Përpjekjeve Fillestare për Angazhimin e Komunitetit

Aktivitetet afatshkurtra që mbajnë dhe bazohen në përpjekjet e angazhimit të komunitetit deri më sot duhet të vazhdojnë me komunikime të planifikuara rregullisht të komunitetit për të informuar

anëtarët e komunitetit rreth përpjekjeve dhe aktiviteteve rajonale, si edhe me takime periodike në qendrat kryesore të komunitetit (të paktën çdo 6 muaj). Komuniteti përfshin banorët vendas, profesionistët e turizmit, pushtetin vendor, shoqërinë civile, akademinë, etj.

Këto takime do të jenë informative, por edhe me fokus praktik. Fokusi i parë praktik do të jetë në angazhimin e komunitetit për përcaktimin e markës dhe historive të rajonit që do të ndihmojnë në tërheqjen e vizitorëve të synuar me vlerë të lartë për luginën. Kjo do të mbështesë përpjekjet e aktiviteteve të marketingut (B.1.), dhe do të udhëhiqet, në bashkëpunim, nga anëtarët e stafit të Fondacionit për komunikimin, komunitetin dhe marketingun.

Për secilën nga tre rajonet e luginës (të epërme, të mesme dhe të ulët) do të krijohet një komitet komuniteti që do të këshillojë dhe që do të mund të ketë rol vendimmarrës në planet dhe masat e Fondacionit.

Çdo komitet do të përbëhet nga pushteti vendor dhe bashkitë, sektori privat i turizmit dhe shoqëria civile nga çdo zonë. Ky komitet do të ndihmojë në përhapjen e fjalës në lidhje me aktivitetet e Fondacionit/Parkut, do të ndajë njohuri lokale për nevojat dhe çështjet, si dhe do të mbështesë përpjekjet e angazhimit të komunitetit.

Hapat drejt suksesit:

- Hartimi i strategjisë së komunikimit për përditësimin e rregullt të komunitetit (buletini, What's App, radio lokale dhe kanale të tjera)
- Programimi i seancave të rregullta të angazhimit të komunitetit në komunitete (minimumi çdo 6 muaj)
- Fokusi i Sesionit 1 për Komunitetin: marka dhe historitë e rajonit
- Fokusi i Sesionit 2 për Komunitetin: rishikim dhe vlerësim i strategjisë për markën dhe historinë
- Krijimi i komiteteve formale rajonale të komunitetit, me rol vendimmarrës brenda Fondacionit

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024

Masa A.3.b Programi Komunitar Afatgjatë

Pasi të krijohet Fondacioni, ai do të bëjë përpjekje për komunikim dhe angazhim të komunitetit, duke vazhduar me takimet e planifikuara rregullisht si dhe me rezultatet e komunikimit për komunitetin. Përveç kësaj, do të mbështeten ngjarjet dhe festivalet e udhëhequra nga komuniteti (në mënyrë ideale duke u bazuar mbi ngjarjet/festivalet ekzistuese) që festojnë parkun, kulturën rajonale dhe aktivitete të tjera që forcojnë lidhjen midis stafit të parkut, organizatave mbështetëse në rajon (OJQ-të, etj.) dhe palëve të interesuara të komunitetit. Këto aktivitete mund të përdoren gjithashtu si mënyra për të promovuar rajonin te vizitorët e mundshëm (Shihni B.1.).

Ndërsa përpjekjet e angazhimit të komunitetit në vitin 2024 u përqendruan në markën dhe historitë e rajonit, përpjekjet për angazhimin e komunitetit në vitin 2025 do të fokusohen në planifikimin rajonal në zona, me një përqendrim në zonat turistike brenda luginës që siguron mbrojtjen afatgjatë të ekosistemeve të parkut dhe luginës. Kjo do të lidhet me konceptin për zhvillimin e qendrave

turistike (shihni pjesën Kuadri i Planifikimit për Vizitorët). Këto përpjekje do të ndihmojnë për t'u bazuar në masat e nisura në vitin 2024 (shihni masat) për të çuar më tej bisedat rreth llojit të turizmit që duhet të ndodhë brenda luginës dhe ku duhet të ndodhë. Përpjekja për zonimin e turizmit duhet të udhëhiqet nga ekspertët për të ndihmuar në përcaktimin e mendimeve fillestare mbi zonat dhe aktivitetet, por duhet të ketë një komponent të fortë të angazhimit të komunitetit që mbledh të dhëna dhe udhëzime në nivel lokal. Kjo do të plotësojë përpjekjet e tjera për planifikimin hapësinor për parkun. Zonimi i turizmit do të përqendrohet në modelin qendra-dhe-pika, duke përqendruar infrastrukturën kryesore të ndërtuar turistike në zonat tashmë të urbanizuara, dhe pika që shpërndajnë vizitorët në peizazhin përreth në mënyra të qëndrueshme për t'u përfshirë dhe për të shijuar natyrën, aktivitetet dhe përvojat kulturore.

Hapat drejt suksesit:

- Mbështetja e festivaleve lokale përmes pjesëmarrjes për të nxjerrë në pah parkun, masat lokale dhe për të përditësuar/informuar banorët
- Promovimi i festivaleve si pjesë e përpjekjeve të marketingut për të tërhequr vizitorët
- Drejtimi i angazhimit të komunitetit si pjesë e përpjekjeve specifike të zonimit turistik të rajonit për të ndihmuar në përcaktimin e zonave të përdorimit të turizmit brenda luginës.

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatmesëm/i mesëm	2025 dhe në vazhdim

B. Shtylla financiare

Qëndrueshmëria financiare e destinacionit të parkut kombëtar të lumit të egër Vjosa dhe mbarë luginës është thelbësore për mbrojtjen e peizazhit dhe mbështetjen e komuniteteve që jetojnë në rajon. Turizmi është një shtytës i rëndësishëm i kësaj qëndrueshmërie ekonomike. Komponenti ekonomik i strategjisë së turizmit për parkun dhe luginën u fokusua në sa më poshtë: **marketingun dhe markën** e produkteve të turizmit të qëndrueshëm në luginë dhe në park për të siguruar që vlera e tyre të realizohet mes vizitorëve; **investime** për të mbështetur zhvillimin e produkteve të turizmit të qëndrueshëm që përputhen me kërkesat e tregut të ri turistik; **diversifikimin** e produkteve, shërbimeve dhe përvojave të ofruara brenda dhe përreth parkut për të ofruar një eksperiencë më tërheqëse turistike për vizitorët; dhe **zhvillimin** e infrastrukturës së nevojshme për të mbështetur të gjitha këto aktivitete për vitet në vijim pa ndikuar negativisht në mjedisin e zonës.

B.1. Marka dhe Marketingu

Vlerësimi diagnostikues i marketingut për Vjosën bazohet në intervista dhe takime me aktorë të turizmit si nga sektori privat ashtu edhe nga ai publik, në ture për njohjen e aseteve të rëndësishme turistike në luginën e Vjosës si edhe në një analizë të nismave ekzistuese të marketingut në nivel kombëtar dhe rajonal.

Konteksti kombëtar

Strategjia kombëtare shqiptare për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm 2019 – 2023 identifikoi se “Ka qenë prej kohësh nevoja për një Strategji të re Shqiptare për Markën dhe Marketingun e Turizmit.

Strategjia e markës kombëtare të propozuar do të fokusohet në produktet autentike shqiptare, si mite, histori dhe atraksione... për të modeluar një fabul për Shqipërinë turistike”.

Është e qartë që në vitin 2023, fokusi i Shqipërisë në turizmin autentik dhe kulturalisht të veçantë nuk është artikulluar në zhvillimin e një imazhi të markës ose në përvojën aktuale të vizitorëve. Në realitet, Shqipëria ofron kryesisht një eksperiencë turistike më të përgjithshme të fokusuar në diell dhe plazh për vizitorët, një situatë e cila do të vazhdojë sepse qeveria synon të mbështesë zhvillimin e më shumë resorteve turistike, veçanërisht përgjatë vijës bregdetare jugore. Sipas një analize të Bankës Botërore në vitin 2023, *“Shqipëria njihet si një destinacion plazhi për turistët që zakonisht preferojnë qëndrime më të shkurtra me nivele të ulëta shpenzimesh individuale – një profil i lidhur me një zinxhir të pa diversifikuar të vlerave turistike me një gamë të kufizuar atraksionesh dhe aktiviteteve”.* (burimi: Turizmi 2.0 në Shqipëri: Një mundësi e re për rritje të qëndrueshme – Perspektiva Europiane shkurt 2023).

Lugina e Vjosës ka potencialin t'i ofrojë Shqipërisë një destinacion të ndryshëm nga tregu i detit dhe i rërës që mbizotëron aktualisht. Bazuar në tregjet ekzistuese dhe duke tërhequr tregje të reja që janë më të rafinuara dhe me vlerë më të lartë për vizitorët. Ky produkt duhet të bazohet në atraksione unike kulturore dhe natyrore plus në përvojën tërheqëse dhe të qëndrueshme të vizitorëve. Pa këtë alternativë ndaj tregut të diellit dhe rërës, Shqipëria rrezikon që një markë e përgjithshme turistike me çmime të ulëta, tepër sezonale, të ngulitet në mendjen e vizitorëve të mundshëm, një pozicion tregu të jetë i vështirë për të ndryshuar dhe të mos realizojë potencialin e plotë turistik të vendit.

Lugina e Vjosës

Zhvillimi i një 'marke' të fortë të destinacionit të lumit të egër të Vjosës dhe strategjisë së marketingut për të gjithë luginën dhe parkun do të mbështesë një riorganizim kombëtar të ofertës turistike të Shqipërisë drejt vizionit të përshkruar në Strategjinë Kombëtare. Fushata ndërkombëtare për mbrojtjen e luginës së lumit Vjosa ka komunikuar tashmë disa pritshmëri tërheqëse të markës për rajonin e Vjosës, se Vjosa është vërtet 'e egër', e fundit e llojit të saj në Europë, një rajon i virgjër, autentik me kulturë të ruajtur mirë dhe atraksione natyrore. Deklarimi i statusit të Parkut Kombëtar për Vjosën do të krijojë gjithashtu një pritshmëri që të jenë në dispozicion përvojat e vizitorëve dhe komoditetet e zhvilluara mirë, të ngjashme me ato të ofruara në Parqet Kombëtare Europiane dhe që të menaxhohen ndikimet negative të vizitorëve dhe që të mbrohet ekologjia e lumit.

Komunikimi i 'markës' së destinacionit të lumit të egër Vjosa dhe identifikimi si destinacion turistik për vizitorët e mundshëm është një masë kyçe e hershme, por edhe e vazhdueshme për Fondacionin/parkun Vjosa dhe aktorë të tjerë të turizmit në peizazh. Me shumë destinacione konkurruese që udhëtarët mund të vizitojnë anembanë botës, është thelbësore që pozita dalluese e parkut dhe luginave si një park i lumit të egër dhe destinacioni i qëndrueshëm të jenë shtytësit kryesorë për aktivitetet e marketingut. Është gjithashtu e rëndësishme që biznesi dhe atraksionet në të gjithë luginën të jenë pjesë e kësaj përpjekjeje për të krijuar një destinacion tërheqës për vizitorët. Identifikimi i një marke të vetme do të krijohet për të gjithë rajonin, me një nën-markë të veçantë për parkun që nxjerr në pah historinë e tij unike dhe tregon se si integrohet si pjesë e përvojës së përgjithshme turistike të destinacionit të luginës.

Përcaktimi i një **marke** të qëndrueshme me ndikim të lartë për të komunikuar imazhin dhe përvojën e vizitorëve të ofruar në luginë është një hap i parë i rëndësishëm. Financimi për përpjekjet e marketingut, si dhe iniciativat e komunitetit dhe të konservimit do të burojnë nga një tarifë ndaj vizitorëve (për person për qëndrim) që kalojnë natën në rajon si dhe burime të tjera të të ardhurave të përshkruara në pjesën "Modeli i biznesit" të këtij raporti.

Masa B.1.a Strategjia e Markës dhe Marketingut

'Marka' e një destinacioni në thelb është pritshmëria që kanë vizitorët e mundshëm për përvojën që do të kenë në një destinacion. Hapi i parë për zhvillimin e një strategjie efektive për markën dhe marketingun është artikulumimi i kuptimit të markës për parkun dhe luginën. Cila është pritshmëria që duam të krijojmë dhe për kë? A është kjo pritshmëri e saktë tani apo në të ardhmen? A është aspiruese dhe tërheqëse për tregjet tona të synuara?

Ky plan tashmë i është përgjigjur disa prej këtyre pyetjeve. Tregjet e synuara të identifikuar janë udhëtarët me eksperiencë dhe aventura me shpenzime më të larta, entuziastët e kulturës dhe jetës së egër. Pritshmëria e dëshiruar për të krijuar dhe komunikuar bazohet në atraksione natyrore dhe kulturore të pacenuara, aktivitete dhe përvoja me vlera të larta, unike dhe autentike, një standard shërbimi dhe akomodimi të mirë dhe praktika turizmi të qëndrueshëm në përputhje me standardet më të mira ndërkombëtare. Kjo do të bazohet gjithashtu në "Qendrat e Vizitorëve" të diskutuar në pjesën "Kuari i Planifikimit të Vizitorëve". Gjatë përpjekjeve për angazhimin e palëve të interesuara në lidhje me markën, nën-markat e çdo 'qendër vizitori' do të përcaktohet dhe zgjerohet gjithashtu.

Strategjitë e 'markës' dhe marketingut të destinacionit të lumit të egër të Vjosës duhet të përfshijnë gjithashtu komunitetet lokale si një 'treg' të synuar për disa nga objektivat e tyre të marketingut. Mbështetja lokale për parkun është thelbësore, kështu që një strategji marketingu për parkun duhet gjithashtu të komunikojë markën e parkut, qëllimet dhe përfitimet e tij për komunitetet lokale.

Duke qenë se premtimi i markës duhet të jetë i tillë që destinacioni i Vjosës mund të përmbushë, në mënyrë të vazhdueshme, atëherë thelbësore për krijimin e markës do të jetë dizajni dhe zhvillimi i produktit për të siguruar që përvojat dhe aktivitetet e ofruara të mbështesin 'markën' e lumit Vjosa. Një markë efektive për Vjosën do të kërkojë gjithashtu harmonizim mes të gjithë aktorëve, veçanërisht agjencive të marketingut dhe bizneseve. Strategjia e komunikimit për markën e Vjosës duhet të jetë e vazhdueshme. Kërkohen konsultime publike për të përcaktuar një vizion të përbashkët për zhvillimin e turizmit midis të gjithë aktorëve. Ky vizion duhet të përdoret më pas për të dhënë mesazhe dhe udhëzime të përbashkëta të markës për rajonin dhe për të udhëhequr zhvillimin e një strategjie marketingu. Strategjia do të jetë një dokument dhe një markë, por do të kombinojë zonat e fokusit në luginën e lumit Vjosa dhe PKLEV.

Hapat drejt suksesit:

- Formulimi i një strategjie gjithëpërfshirëse marketingu dhe tërësie masash të ideuara për të arritur tregjet e synuara. Kjo do të përfshijë një strategji të marketingut digjital, duke përdorur mediat sociale, faqet e internetit dhe reklamat në internet për të arritur një audiencë më të gjerë dhe për të nxitur interesin.
- Zhvillimi i pozicionit të markës së parkut dhe luginës më të gjerë për ta përfshirë në strategjinë e marketingut, në konsultim me aktorët e turizmit
- Zhvillimi i një Emri dhe Slogani tërheqës për Parkun për të qenë në krye të strategjisë së marketingut
- Zhvillimi i një tërësie udhëzimesh për markën dhe planit për përmbajtjen për të udhëhequr strategjinë e marketingut
- Angazhimi i komunitetit për të përcaktuar identitetin e markës dhe gjithashtu për të përcaktuar nën-markat e bazuara në 'qendrat e vizitorëve' përgjatë luginës
- Komunikimi i udhëzimeve për markën me partnerët kryesorë, punonjësit, bizneset e turizmit, agjencitë lokale të promovimit të turizmit (LTO dhe DMOs), palët e tjera të interesuara dhe grupet e komunitetit

- Si pjesë e sa më sipër, zhvillimi i një strategjie komunikimi në situata krize që adreson çdo ngjarje apo sfidë negative duke ruajtur imazhin pozitiv të parkut.

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024/2025

Masa B.1.b Program marketingu

Strategjia e marketingut duhet të jetë një plan i përshtatur i rishikuar çdo vit me masa specifike promovuese të përcaktuara në baza vjetore. Çdo masë do të adresojë një objektivi specifik marketingu, duhet të ketë një kosto të caktuar dhe të përfshijë afatet për dorëzim. Strategjia e marketingut do të zhvillohet dhe zbatohet nga njësisia DMMO e Fondacionit Vjosa; do të caktojë role për të gjitha palët e interesuara që të sigurohet zbatimi i udhëzimeve për markën. Strategjia gjithashtu do të detajojë përmbajtjen e marketingut, kanalet, mjetet dhe proceset e nevojshme për të arritur qëllimet e zbatueshme.

Do të përcaktohen udhëzime se si të zhvillohet dhe të jepet mesazhi i duhur për llojet e duhura të tregut, të përbërë nga udhëtarë me vlerë të lartë dhe me fokus te qëndrueshmëria. Prioritetet shtesë afatshkurtra përfshijnë mbledhjen e përmbajtjes së nevojshme për të treguar historinë e rajonit dhe krijimin e platformave/kanaleve për të promovuar në mënyrë efektive parkun dhe luginën. Këto do të përmbliidhen në një strategji marketingu për DMMO-në e parashikuar nga Fondacioni Vjosa që do të nxisë aktivitetet e marketingut të rajonit.

Hapat drejt suksesit:

- Prodhimi i fotove, videove dhe përmbajtjes multimediale me cilësi të lartë që nxjerrin në pah peizazhet e ndryshme të parkut, jetën e egër, aktivitetet dhe kulturën lokale
- Zhvillimi i materialeve të komunikimit për të adresuar nevojat dhe interesat e segmenteve të ndryshme të vizitorëve, duke theksuar përvojat, aventurat dhe mundësitë arsimore
- Ruajtja e një gjuhë vizuale të njëjtë në të gjitha materialet e komunikimit, duke siguruar njohjen e markës dhe duke përforcuar identitetin e parkut
- Krijimi i partneritetit me markat e ndërgjegjshme për mjedisin, agjencitë e udhëtimit dhe rrjetet e turizmit të qëndrueshëm për të rritur vizibilitetin e parkut dhe për të tërhequr udhëtarë të përgjegjshëm
- Organizimi i takimeve për të zhvilluar një llogari kyçe të tregtisë së udhëtimeve dhe planin e segmentimit të tregut
- Zbatimi i etiketimit gjeografik dhe kufizimit gjeografik në përpjekjet e marketingut digjital për të synuar vizitorët e mundshëm bazuar në vendndodhjen dhe interesat e tyre gjeografike
- Krijimi i partneritetit me ndikues të ndërgjegjshëm për mjedisin dhe krijues të përmbajtjes për të shfaqur praktikata e qëndrueshme të parkut dhe përvojat unike
- Zhvillimi i uebinareve, përgatitja e artikujve dhe përmbajtjes multimediale që edukojnë audiencën rreth përpjekjeve të ruajtjes së parkut dhe praktikave të qëndrueshme
- Prezantimi i fushatave sezonale që përputhen me ofertat e parkut gjatë periudhave të ndryshme të vitit, duke tërhequr vizitorë me përvoja unike
- Përfshirja e mesazheve në lidhje me praktikata e qëndrueshme të parkut, ndikimin e mjedisit dhe përfitimet e komunitetit në materialet e markës

- Sigurimi i vënies në dispozicion të materialeve të markës dhe komunikimi në shumë gjuhë për t'u kujdesur për vizitorët ndërkombëtarë
- Marrja pjesë në ngjarjet përkatëse të udhëtimit dhe konservimit, ekspozita dhe panairë për të promovuar parkun dhe për të krijuar partneritete.
- Tërheqja e ngjarjeve të rëndësishme ndërkombëtare në turizmin e qëndrueshëm në Luginën e Vjosës, të tilla si ngjarja Adventure Next e Shoqatës së Tregtisë së Udhëtimit të Aventurës
- Prezantimi i fushatave tërheqëse vizualisht nëpër tabela digjitale dhe platforma online për të tërhequr vëmendjen dhe për të ngjallur interesin
- Krijimi i partneriteteve me atraksione, akomodime dhe biznese aty pranë për të promovuar kolektivisht ofertat e rajonit
- Angazhimi i medias lokale dhe ndërkombëtare për të ndarë historitë e përpjekjeve për ruajtjen e parkut, përfshirjen e komunitetit dhe përvojat unike
- Shfrytëzimi i vlerësimeve nga vizitorët për të bërë përmirësime dhe rregullime, duke treguar reagimin dhe përkushtimin e parkut ndaj cilësisë
- Krijimi i mallrave të markës së parkut si veshje, aksesore dhe suvenire që vizitorët mund t'i blejnë si kujtime nga përvoja e tyre
- Organizimi i ngjarjeve sezonale, festivaleve dhe festimeve që nxjerrin në pah trashëgiminë kulturore të parkut, biodiversitetin dhe traditat e komunitetit

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2025, pastaj në vazhdimësi

B.2. Promovimi i Investimeve për Turizëm të Qëndrueshëm

Baza financiare e nevojshme për të krijuar biznese, produkte, shërbime të reja, etj. në luginë do të kërkojë investime nga subjektet private, organizatat donatore, organizatat joqeveritare dhe qeveria. Këta investitorë ka të ngjarë të përcaktojnë nëse do të ofrojnë kapital bazuar në mënyrën se si ata janë në një linjë me misionin e rajonit për të zhvilluar turizmin me qëndrueshmërinë në thelb të tij dhe fitimet e mundshme nga këto investime. Në varësi të organizimit, këtu do të përfshihen fitime financiare, sociale dhe/ose ekologjike.

Zhvillimi i shpejtë i turizmit në Shqipëri tashmë ka stimuluar rritjen e investimeve, veçanërisht në akomodim. Në mungesë të një strategjie gjithëpërfshirëse investimi, të përafuar me markën e re të destinacionit, ekziston rreziku që zhvillimet e papërshtatshme ose të paqëndrueshme mund të zvogëlojnë tërheqjen e Luginës së Vjosës nga segmentet e tregut të synuar me shpenzime të larta. Për të inkurajuar investime më të përshtatshme, Fondacioni Vjosa duhet të marrë një qasje proaktive ndaj investimeve dhe të zhvillojë një strategji të integruar investimi për investimet publike dhe private.

Masa B.2.a Strategjia e Investimeve Publike për Turizmin

Fondacioni Vjosa do të luajë një rol qendror në inkurajimin dhe koordinimin e investimeve publike në peizazh. Këtu do të përfshihen qeverisja kombëtare dhe lokale, donatorët dypalësh dhe shumëpalësh, organizatat joqeveritare dhe të tjerë. Fokusi i strategjisë së investimeve publike për turizmin do të vihet te projekte 'të forta' dhe gjithashtu 'të lehta'. Investimet e forta ofrojnë infrastrukturën publike për turizmin të nevojshme për të lehtësuar turizmin në peizazh, të tilla si qendrat e informacionit për vizitorët, shtigjet dhe sinjalistikat (shihni B.4.). Toka shtetërore për investime publike 'të forta' do të

identifikohet dhe do t'i transferohet Fondacionit Vjosa për menaxhim dhe zhvillim.

Investimet e lehta do të përfshijnë mbështetjen për projektet që lehtësojnë zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në peizazh, të tilla si inkubatori i turizmit (shihni B.3.) dhe programet e qëndrueshmërisë (shihni A.1.). Strategjia e investimeve publike për turizmin do të konsolidojë informacionin mbi këto programe dhe do të përshkruajë hapat për mbledhjen e fondeve për ato nga financues potencialë.

Do të krijohet një 'Grup Pune me Donatorë për Vjosën' me përfaqësues kyç të qeverisë dhe donatorëve, i cili do të koordinojë financimin dhe projektet e donatorëve në mbështetje të Strategjisë Publike të Investimeve për Turizmin. Këto programe mund të mbështesin drejtpërdrejt Fondacionin, ose të funksionojnë paralelisht në mbështetje të objektivave të përgjithshme të Fondacionit dhe rajonit. Fondacioni do të parashikojë një rol sekretariati për këtë 'Grup', i cili do të ndihmojë në koordinimin e aktiviteteve. Grupi do të shërbejë si një forum për ata që kanë burime për të shqyrtuar nevojat dhe mundësitë për investime publike në rajon dhe për të mbështetur peizazhin ku përshtatet me qëllimet e tyre organizative dhe programore. Qëllimi me Grupin nuk është të grumbullojë fondet, ose të diktojë se si organizatat do t'i shpenzojnë fondet e tyre, por është më shumë i fokusuar në koordinimin ndërmjet partnerëve për të pasur ndikimin më të madh të mundshëm.

Hapat drejt suksesit:

- Krijimi i 'Grupit të punës së Donatorëve të Vjosës' i qeverisë dhe donatorëve për të koordinuar dhe fokusuar investimet publike në rajon
- Identifikimi i tokës shtetërore për investime publike në turizëm dhe puna me qeverinë për transferimin e menaxhimit të tokës te Fondacioni Vjosa

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024 - 2025

Masa B.2.a Strategjia e Investimeve Private për Turizmin

Strategjia e zhvillimit të turizmit në Luginën e Lumit Vjosa do të përfshijë mundësi specifike investimi në rajon që do të ndihmojnë në ndërtimin e një industrie të turizmit të qëndrueshëm si edhe një paketë stimuluesh për të inkurajuar investimet e brendshme dhe për të katalizuar aktivitetin sipërmarrës në turizëm. Fokusi i këtij programi do të jetë te produktet specifike "dalluese" të turizmit të cilat ose do të gjenerojnë të ardhura për parkun/Fondacionin, ose do të modelojnë praktikatat më të mira në turizmin e qëndrueshëm në rajon.

Do të zhvillohet një portofol investimi 'i dallueshëm' për investime prioritare, duke u mbështetur në idetë e përshkruara në pjesën B.5.c të këtij dokumenti. Do të inkurajohen gjithashtu propozime për ide të reja që do të mbështesin industrinë e turizmit të qëndrueshëm dhe novator në luginë dhe që përshtaten me qëllimet e Fondacionit. Kriteret për llojin e investimit turistik privat që do të promovohet do të zhvillohen së bashku me përshkrimet e detajuara të portofolit fillestar të projekteve.

Portofoli do të identifikojë lokacionet optimale ('parcelat' e zhvillimit) për investimet e sektorit privat në infrastrukturë ose shërbime specifike turistike. Kjo do të përfshijë tokën në pronësi të shtetit e cila

do të vihet në dispozicion me qira afatgjatë që investitorët të zhvillojnë biznese specifike turizmi mbi atë tokë. Qiraja nga toka do të sigurojë të ardhura për funksionimin e parkut. Qiratë do të specifikojnë llojet e përshtatshme të biznesit për tokën dhe udhëzimet për funksionimin e biznesit në atë tokë.

Aktivitetet e investimit do të punojnë për të stimuluar pronësinë lokale, aty ku është e përshtatshme me investime nga jashtë zonës. Bizneset e mbështetura duhet të respektojnë ose të arrijnë përmbushjen e standardeve ndërkombëtare për turizmin e qëndrueshëm (ISO 20611, ISO 23405, GSTC) brenda një periudhe kohore të rënë dakord pasi të jenë hapur. Për një listë të bizneseve të mundshme, ju lutemi të shihni pjesën B.5.c.

Portofoli i Investimeve të Vjosës do të punojë gjithashtu me qeverinë për të ofruar stimuj investimesh si burime bashkëfinancimi, stimuj tatimorë (heqje e taksave) dhe procedura të thjeshta planifikimi për investimet 'dalluese'. Nëpërmjet 'Klubit të Lumit të Egër' mund të shfrytëzohen edhe aktivitete të tjera mbështetëse nga partnerët donatorë. Stimujt e investimeve do të mbështesin zhvillimin e ofertave turistike të qëndrueshme, me vlerë më të lartë dhe volum të ulët, nga të cilat përfitojnë drejtpërdrejt komunitetet lokale.

Sipas legjislacionit shqiptar për Zonat e Teknologjisë dhe Zhvillimit Ekonomik (TEDA), në vitin 2015 u krijuan zona të veçanta të lira ekonomike, duke i ofruar bizneseve përjashtimin nga pagimi i tatimit mbi fitimin për pesë vitet e para – nga dita kur ata fillojnë aktivitetin e tyre në zonë. 'Institucione specifike' në çdo fushë lehtësojnë procedurat dhe ndihmojnë bizneset 'të shmangnin burokracinë'. Vlora (rrethi i Vlorës, rreth 230 hektarë) u përcaktua si një nga 4 zonat e veçanta ekonomike. Kjo skemë duhet të zgjerohet për të përfshirë biznesin turistik që kualifikohet nën programin e portofolit të investimeve 'dalluese' në luginën e Vjosës.

Një program inkubatori sipërmarrës do të fokusojë gjithashtu mbështetjen për investime nga banorët dhe të rinjtë në sipërmarrjet e reja të turizmit dhe do të ndihmojë në adresimin e 'rrjedhjes së trurit' të talenteve të rinj ruralë nga Lugina e Vjosës (Shihni Pjesën B.3.).

Hapat drejt suksesit:

- Zhvillimi i një liste (portofol) të mundësive për investime prioritare në çdo qendër turistike
- Identifikimi i parcelave specifike të tokës shtetërore në luginë që mund të menaxhohen nga programi dhe puna me qeverinë për transferimin e menaxhimit të tokës te Fondacioni Vjosa (shënim: toka nuk do të shitet, por do të jepet me qira vetëm për aktivitet privat)
- Vendosja e kriterëve për investimet "dalluese" të turizmit dhe një strukturë për operacionet e portofolit (duke siguruar të dhëna financiare dhe qëndrueshmërie)
- Përcaktimi i paketës stimuluese me shtetin për investime 'dalluese'
- Zhvillimi i një strategjie për promovimin e investimeve, duke përfshirë materialin kolateral për investimet
- Publikimi i një harte online të investimeve në turizëm. Portali do të detajojë planin e promovimit të investimeve të Luginës dhe do të identifikojë stimujt dhe mundësitë e biznesit në secilën nga fushat dhe sektorët prioritarë të investimeve
- Fillimi i aktiviteteve të promovimit të investimeve

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024 - 2025

B.3. Inkubatori/Përsheptuesi i Zhvillimit të Produkteve dhe Turizmit

Forcimi dhe krijimi i produkteve të reja të turizmit, përvojave dhe bizneseve të lidhura me to, që bazohen në temën e qëndrueshmërisë së PKLEV, do të jenë të nevojshme për të kënaqur komunitetin dhe vizitorët. Si forcë drejtuese për turizmin e qëndrueshëm në luginë, roli i Fondacionit do të përfshijë orientimin e krijimit të sipërmarrjeve që përfitojnë nga burimet e ndryshme natyrore dhe kulturore të rajonit, si edhe tërësia ekzistuese dhe e dëshiruar e aftësive të komunitetit. Forcimi i kapaciteteve të shumë llojeve të bizneseve do të kërkojë përdorimin e asistencës direkte dhe indirekte, si dhe një shkallë të madhe fleksibiliteti, dhe duhet të konsiderohet si një proces i vazhdueshëm për të mbështetur komunitetin që të shfrytëzojë turizmin në të mirën e tij dhe të parkut/luginës.

Ndër projektet më të rëndësishme afatshkurtra është krijimi i një inkubatori/përsheptuesi të dedikuar për të mbështetur në mënyrë selektive sipërmarrjet e markës (p.sh. eko-ture, aktivitete të bazuara në kulturë, fotografi të natyrës dhe aktivitete aventure) përmes trajnimit dhe mentorimit gjatë zhvillimit dhe shkallëzimit të hershëm të rëndësishëm. Projektet e inkubatorëve/përsheptuesve ofrojnë gjithashtu një mundësi të veçantë për t'u bazuar mbi vlerat unike kulturore të luginës në mënyra që plotësojnë turizmin, siç është përfshirja e komuniteteve artizanale dhe kulinare. Përpjekjet në këtë fushë duhet të drejtohen nga Fondacioni, por mund të zbatohen nga partnerë të tjerë mbështetës, siç janë organizatat donatore ndërkombëtare. Kjo mund të lehtësohet nëpërmjet 'Klubit të Lumit të Egër' (B.2.a).

Masa B.3.a Inkubatori/Përsheptuesi i Biznesit së Turizmit

Programi i inkubatorit/përsheptuesit të turizmit në Vjosë do të ofrojë një paketë gjithëpërfshirëse mbështetjeje për sipërmarrjet start-up dhe bizneset ekzistuese që kërkojnë të rriten për t'i ndihmuar ato që të zhvillojnë përvoja dhe aktivitete të vizitorëve me vlerë të lartë. Mbështetja do të jepet në formën e seminareve dhe master klasave të trajnimit për zhvillimin e biznesit dhe produktit, mentorimin dhe këshillimin për çështjet ligjore dhe të biznesit, hapësirën për zyra (nëse nevojitet), mbështetjen e marketingut për të ndihmuar bizneset të arrijnë tregje të reja të synuara dhe disa mikro-grante për investime kapitale në ofertat turistike. Bizneset dhe sipërmarrësit vendorë pjesëmarrës të fazës së hershme dhe në zhvillim do të ftohen të aplikojnë për programin përmes disa takimeve të informimit publik. Aplikantët e suksesshëm do t'i bashkohen një inkubatori ose përsheptuesi prej rreth 10 ndërmarrjesh secili në vitin e parë për të marrë mbështetje përmes programit. Përzgjedhja e ndërmarrjeve të kualifikuara do të përcaktohet nga lloji i produkteve të turizmit dhe faktorë të tjerë. Programi duhet të zgjasë rreth 10-12 muaj me grupe të reja të inkubatorëve/përsheptuesve të prezantuar çdo vit sipas nevojës.

Çmimet me grante për Startup-e dhe Lehtësuesit, të cilat janë dhënë nga Ministri i Shtetit për Mbrojtjen e Sipërmarrjes në rajon, duhet të zgjerohen. Një raund i ri granti do të ofrohet për sipërmarrësit e turizmit në luginën e lumit Vjosa. Ashtu si me skemën e mëparshme, masa e mbështetjes financiare do të varet nga faza e zhvillimit të start-up.

Hapat drejt suksesit:

- Program ndërgjegjësimi për të nxjerrë në pah rastet studimore dhe modelet nga vende të tjera për produktet e mundshme të turizmit në rajon si edhe tendencat e tregut për të kuptuar se çfarë dëshiron tregu
- Informimi dhe edukimi i sipërmarrësve vendas për mundësitë e qëndrueshme të jetesës në turizëm përmes një programi 'Konceptualizimi dhe përmirësimi i produktit tuaj turistik'

- Krijimi i një inkubatori/përshpejtuesi sipërmarrës të turizmit për të mbështetur NVM-të lokale të turizmit
- Sqarimi i udhëzimeve për biznes start-up dhe mbikëqyrja e një "One stop shop" për të lehtësuar krijimin e NVM-ve
- Mbështetja e NVM-ve lokale për të marrë fondet e disponueshme dhe mbështetje tjetër
- Ofrimi i seminareve për bizneset lokale për të adoptuar praktika miqësore me mjedisin, duke krijuar një rrjet partnerësh të përkushtuar ndaj qëndrueshmërisë

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatmesëm/i lartë	2024-2027

Masa B.3.b Nisma Vendore të Artizanatit

Një sektor i rëndësishëm i industrisë për rritjen e ofertës së turizmit kulturor janë artizanët dhe krijuesit e punës së dorës, edhe si furnizues të suvenireve dhe dhuratave autentike të prodhuara në vend, por edhe si lehtësues të mundshëm të përvojave pjesëmarrëse në turizmin kulturor. Artizanët do të kualifikohen për programin e inkubatorit / përshpejtuesit të përshkruar në B.3.a, por do të marrin gjithashtu mbështetje nga Fondacioni për të zhvilluar produkte artizanale të bashkë-markueshme që do të shiten përmes pikave të shitjes me pakicë në Qendrën e Vizitorëve si edhe në vende të tjera ku janë krijuar kanale shpërndarjeje me pakicë, si hotelet që janë pjesë e programit Marka e Cilësisë Vjosa. Anëtarët e 'Klubit të Lumit të Egër' mund të angazhohen gjithashtu për të mbështetur artizanët vendas në zhvillimin dhe instalimin e artit publik që nxjerr në pah dhe feston parkun, si murale, skulptura, etj. në hapësirat publike. Këto instalime ndihmojnë për të edukuar dhe frymëzuar banorët dhe vizitorët. Ngjarjet dhe hapësirat e artit duhet të mbështeten gjithashtu si mënyra për t'u angazhuar me komunitetin dhe si pjesë e promovimit të turizmit në rajon.

Hapat drejt suksesit:

- Bashkëpunimi me prodhuesit vendas për të krijuar produkte të markës së parkut, duke gjeneruar të ardhura si për parkun ashtu edhe për sipërmarrësit vendas.
- Organizimi i tregjeve të rregullta artizanale ku artizanët vendas mund të shfaqin dhe t'u shesin vizitorët punën e dorës dhe produktet e tyre.
- Inkurajimi i investimeve në qendrat e artit që ofrojnë seminare, ambiente qëndrimi dhe ekspozita që festojnë bukurinë dhe trashëgiminë kulturore të parkut.

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatmesëm/i mesëm	2025-2028

B.4. Infrastruktura turistike e lidhur me parkun

Aftësia e parkut dhe e mbarë luginës për të pritur vizitorë në mënyrë të qëndrueshme do të varet kryesisht nga infrastruktura që është në vend për të mbështetur shërbimet e tij. Kjo infrastrukturë duhet të përfshijë si strukturat fizike ashtu edhe platformat dhe mjetet digjitale që mbështesin rajonin online. Me përjashtim të një numri të vogël pikash hyrëse në lumë për rafting, etj., infrastruktura (si shërbimet e rekreacionit, tualetet, tavolinat e piknikut, vendet e kampingut, sinjalistika, parkimi etj.)

do të vendosen kryesisht jashtë parkut, por është e nevojshme të menaxhohet fluksi i vizitorëve në mënyrë që të minimizohen ndikimet në lumë. Toka për këtë infrastrukturë do të duhet të blihet, ose ndryshe të sigurohet nga toka në pronësi të shtetit.

Prioritetet afatshkurtra për parkun përfshijnë zhvillimin e qendrës së vizitorëve, stacioneve të vizitorëve, rrjeteve të shtigjeve, kioskave të informacionit, zonave të parkimit dhe sinjalistikës në vende strategjike përgjatë lumit, stacioneve të menaxhimit të sigurisë, veçanërisht në zonat ku rafting dhe aktivitete të ngjashme ndodhin brenda parkut, dhe infrastrukturën digjitale për të ofruar informacion të aksesueshëm për vizitorët dhe komunitetin, si dhe një kanal për pagesat, etj.

Informacioni i dhënë në këtë pjesë është një përmbledhje e nevojave për turizëm në peizazh, dhe lidhet me 'Planin e Interpretimit dhe Përvojës së Vizitorëve' të veçantë të zhvilluar si një dokument plotësues.

Masa B.4.a Qendrat dhe Stacionet e Informacionit

Vendet e informacionit dhe edukimit përgjatë lumit janë qendra të rëndësishme ku vizitorët mund të mësojnë rreth parkut dhe peizazhit më të gjerë, si edhe të organizojnë aktivitete. Që nga tetori 2023 është publikuar një tender nga AKZM për projektimin e Qendrës Multifunkionale dhe Stacioneve të Informacionit si dhe një master plan interpretimi për PKLEV. Qendra e vizitorëve është parashikuar në Tepelenë, me dy stacione informacioni shtesë të ngritura në Vlorë dhe Përmet. Së bashku këto do të ofronin një 'qendër' interpretimi në secilin nga tre seksionet e luginës (i epërm, i mesëm dhe i poshtëm). Vendndodhjet specifike për lokacionet do të përcaktohen përmes procesit të master-planifikimit të interpretimit.

Qendra e vizitorëve dhe stacionet janë gjithashtu qendra administrative logjike për stafin e parkut/Fondacionit, ku mund të vendosen zyrat dhe hapësirat e takimeve. Nëse planifikohet mirë, hapësira e qendrës së vizitorëve dhe sallat e takimeve mund të jenë gjithashtu një burim të ardhurash, duke marrë me qira objektin për takime dhe aktivitete për të gjeneruar të ardhura për parkun/Fondacionin. Suveniret dhe një kafene mund të vihen gjithashtu në dispozicion për të ardhura shtesë nëpërmjet dhënies me qira të hapësirës së kafenesë një operatori privat dhe suvenireve dhe produkteve artizanale të markës Vjosa (Shih B.3.b).

Përveç kësaj, Qendra Kërkimore Vjosa në Tepelenë mund të parashikohet gjithashtu të luajë një rol shtesë si qendër/stacion vizitorësh, por do të ofrojë një hapësirë për të tërhequr dhe angazhuar organizatat universitare dhe kërkimore që studiojnë ekosistemet e lumenjve dhe luginës, si dhe një vend për programin edukativ, duke përfshirë kampet dhe përvojat turistike. Qendra e kërkimit dhe edukimit do të krijonte një hapësirë gjithëpërfshirëse për vizitorët nga Shqipëria dhe ndërkombëtarisht, do të tërhiqte kërkime që mund të rritin gjithashtu ndërgjegjësimin për peizazhin dhe të gjenerojnë të ardhura për parkun/Fondacionin.

Vendndodhjet strategjike pranë, por jo ngjitur lumit duhet të përdoren gjithashtu për sinjalistikën informuese rreth parkut dhe, në vendet më të njohura, një kioskë informacioni më të gjerë. Kioskat duhet të vendosen në zonat kryesore të nisjes së anijeve, vendndodhjet e notit dhe urat piktoreske, si edhe në qytete dhe fshatra të tjera përtej atyre ku do të shkojë një qendër/stacion vizitorësh. Shenjat më themelore rreth parkut mund të vendosen në pikat e shtigjeve, zonat e parkimit, etj.

Hapat drejt suksesit:

- Përcaktimi i lokacioneve për qendra, stacione, kioska dhe sinjalistikë me faza për zhvillimin dhe instalimin e tyre
- Krijimi i materialeve interpretuese për sinjalistikën standarde dhe kioskat (bazuar në planin e interpretimit dhe të përvojës së vizitorëve)

- Studim fizibiliteti për qendrën kërkimore dhe edukuese
- Krijimi i qendrës së interpretimit dhe stacione të pajisura me shfaqje interaktive, ekspozita dhe burime edukative, duke rritur të kuptuarin e rëndësisë së parkut nga vizitorët
- Zhvillimi i qendrës kërkimore dhe edukuese

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatmesëm/i lartë	2024 - 2027

Masa B.4.b Infrastruktura e rekreacionit

Nuk mund të ndërtohet asnjë infrastrukturë brenda vetë parkut, por është e rëndësishme infrastruktura e rekreacionit që u mundëson vizitorëve të shohin dhe të përjetojnë lumin, pa ndikuar negativisht në të, si nga perspektiva e edukimit dhe përvojës së vizitorëve, ashtu edhe nga perspektiva e menaxhimit të vizitorëve. Shtigjet e mirë projektuara dhe të planifikuara, strukturat e vendpamjes, zonat e parkimit, ndalesat në rrugë, tualetet dhe koshat e mbeturinave, si dhe sinjalistika informuese, të gjitha do të ndihmojnë në fokusimin dhe menaxhimin e fluksit të vizitorëve në zonat ku ata mund të përjetojnë parkun me ndikim minimal.

Një fazë e dytë e master planit të interpretimit të parashikuar për zhvillimin e qendrës/stacionit të vizitorëve të parkut (B.4.a.), do të duhet të jetë një infrastrukturë rekreacioni dhe master plan aksesit për të identifikuar vendndodhjet kyçe përgjatë lumit për zhvillimin e shtigjeve me ndikim të ulët dhe për vënien në vend të planifikimit të nivelit të vendndodhjeve për realizimin e tyre. Shtigjet mund të përfshijnë ato pa mjete motorike, si ecje (për të gjitha llojet e vizitorëve, të aftësive të ndryshme, duke përfshirë karriget me rrota), ecjet e gjata në këmbë (shtigje më të thyera të shënuara), kalërimin dhe çiklizmin, si edhe platforma panoramike. Plani do të shikojë gjithashtu shtigjet e mjeteve motorike, duke përdorur rrjetet ekzistuese rrugore, për udhëtime me makinë në rajon si dhe rrugë të transportit publik.

Për rrugën e transportit publik, ajo mund të zhvillohet si një shërbim me bileta hap pas hapi për vizitorët dhe banorët ndërmjet zonave kryesore urbane dhe rurale përgjatë lumit. Ai do të inkurajonte mjetet publike dhe jo private për të lëvizur gjatë peizazhit dhe gjithashtu do të lidhej me fillimet e shtigjeve pa mjete motorike. Për të qenë efektiv, kjo duhet të parashikohet si një partneritet publik-privat me një operator turistik privat që drejton veprimtarinë dhe shtetin dhe me Fondacionin që mbështet përpjekjet. Ky projekt do të krijohet si një investim 'dallues' për parkun (shihni B.2.a.).

Rafting është një aktivitet kryesor brenda parkut, dhe megjithëse infrastruktura e re nuk lejohet në park, pikat e hyrjes në lumë ekzistojnë dhe do të lejohen në zona të veçanta. Pikat specifike të hyrjes do të përcaktohen në planin e menaxhimit të parkut. Parkimi, tualetet, zonat e vendosjes së varkave, sinjalistika dhe tavolinat e piknikut me vendet e mbeturinave do të duhet të caktohen në çdo vend, por jashtë kufirit të parkut. Toka për këto shërbime do të duhet të merret ose të sigurohet përmes tokës në pronësi të shtetit.

Hapat drejt suksesit:

- Master plani i infrastrukturës së rekreacionit
- Marrëveshje për blerje/transferim toke për shtigje dhe infrastrukturë tjetër
- Zhvillimi i përshkrimit dhe thirrjes për një investim 'dallues' - Rruga e transportit të qëndrueshëm publik të Vjosës
- Stabilizimi i pikës së hyrjes në lumë

- Zhvillimi i infrastrukturës së pikës së hyrjes në lumë
- Zhvillimi i shtegut

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatgjatë/i mesëm	2025 - 2030

Masa B.4.c Infrastruktura digjitale

Informacioni që jepet në qendrat e vizitorëve, stacionet e informacionit dhe nëpërmjet sinjalistikës është komponent i rëndësishëm për informimin dhe edukimin e vizitorëve dhe banorëve. Megjithatë për nga natyra e tyre ato janë statike dhe të vendosura në një vendndodhje fizike specifike. Me mbi 400 km lumë që përbëjnë parkun, ka zbrazëtira të mëdha gjeografike që nuk do të kenë infrastrukturë të interpretimit fizik përgjatë tij. Informacioni digjital mund të plotësojë këtë boshllëk dhe është një shtresë e rëndësishme për të informuar, edukuar dhe për t'u përfshirë me njerëzit përgjatë lumit, si edhe me të tjerë që mendojnë ta vizitojnë.

Duke u bazuar në [faqen aktuale të Vjosës në internet](#), do të zhvillohet një portal destinacioni më i gjërë si dhe një aplikacion në celular. Portali online do t'u ofrojë vizitorëve informacion mbi parkun dhe luginën, si dhe informacione praktike për lëvizjen, vendet e qëndrimit, gjërat që mund të bëhen, etj. Faqja do të listojë aktivitetet dhe përvojat që promovohen nga parku/Fondacioni si dhe do të ofrojë një mundësi për të rezervuar aktivitetet në park. Portali do të jetë në shumë gjuhë.

Do të jetë gjithashtu i disponueshëm një aplikacion plotësues, i aktivizuar me GPS, që u lejon vizitorëve të mësojnë rreth parkut pa lidhje interneti përmes tureve të drejtuara nga vetë ata, ndërsa eksplorojnë rajonin, si dhe të bëjnë rezervime, etj. Në aplikacion do të integrohet edhe një mundësi për të mbështetur kontributin shkencor të qytetarëve përmes vëzhgimit të botës së egër, raportimit të problemeve, etj. Sinjalet fizike, kioskat dhe materialet e tjera që zhvillohen brenda luginës do të kenë gjithashtu një kod QR në to që mund t'i nxitin vizitorët të shkarkojnë aplikacionin ose të eksplorojnë faqen e internetit (shihni B.4.a. dhe B.4.b.) .

Hapat drejt suksesit:

- Zhvillimi i përmbajtjes dhe strukturës së portalit të internetit Vjosa
- Zhvillimi i aplikacionit Vjosa
- Krijimi i sistemit të kontributit shkencor të qytetarëve duke mbledhur dhe rishikuar informacionin e gjeneruar nga publiku (mundësisht përmes qendrës së propozuar të kërkimit dhe edukimit)
- Integrimi me sinjalistikën fizike (kodet QR)

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024

B.5. Produktet e turizmit që gjenerojnë të ardhura

Për të mbështetur PKLEV dhe për të gjeneruar të ardhura për parkun, është e nevojshme që parku të ofrojë aktivitete dhe shërbime turistike kundrejt tarifave. Disa nga këto mund të ndodhin brenda parkut dhe të tjera jashtë parkut, por të mbikëqyrura si produkte turistike të parkut. Meqë misioni i AKZM-së është të mbrojë dhe të menaxhojë parkun dhe jo të drejtojë aktivitete të turizmit, rekomandohet që, aty ku është e mundur, të jepet me koncesion parku/Fondacioni ose të ofrohet leje aksesit për shërbimet dhe aktivitetet e turizmit nga operatorët privatë, sipas udhëzimeve të rrepta të menaxhimit. Operatorët dhe shërbimet profesionale të turizmit do të paguajnë tarifën e koncesionit ose lejes të AKZM/Fondacionit për këtë mundësi (Shihni pjesën e Modelit të Biznesit të Parkut për më shumë detaje). Kjo gjithashtu ofron mundësi për banorët dhe bizneset vendase për të përfituar nga parku. Aksesit në tokën jashtë parkut, por aty pranë, që mund të menaxhohet nga Fondacioni si 'toka të të ardhurave' për aktivitetet e turizmit, është gjithashtu e rëndësishme për t'i dhënë parkut asetet themelore mbi të cilat të gjenerojë të ardhura që do të mbështesin veprimtarinë e tyre.

Masa B.5.a Turizmi brenda parkut

Aktivitetet turistike në park janë të kufizuara dhe do t'u kërkohet të përmbushin standardet strikte të praktikës, por mund të përfshijnë aktivitetet e renditura më poshtë. Do të zhvillohen udhëzime, standarde dhe procedura standarde të punës (PSP) për veprimtarinë turistike në park, si edhe ato që janë të markuara dhe mbikëqyrura nga Fondacioni jashtë parkut (Shihni gjithashtu B.5.c.). Do të zhvillohen gjithashtu lejet dhe marrëveshjet koncesionare tip dhe strukturat për koncesionet në park si dhe ato për tokat e menaxhuara nga qeveria/Fondacioni në luginë.

Rafting & Kajak: Veprimtaritë tregtare të rafting dhe kajakut do të lejohen përgjatë shtrirjeve specifike, aktualisht të shfrytëzuara, të parkut dhe me vende të caktuara për vendosje dhe tërheqje (gjithashtu ato në përdorim aktualisht). Fillimisht fokusi do të jetë në pjesën e sipërme dhe të mesme të lumit nga kufiri grek deri në Përmet, Këlcyrë dhe Tepelenë. Pasi të përfundojë studimi i kapacitetit mbajtës (D.1.), bazuar në këtë studim mund të shtohen ose jo rrugë shtesë.

Çdo veprimtari tregtare për rafting do të duhet të aplikojë për një leje nga parku/Fondacioni për të kryer ture rafting në lumë. Leja duhet të rinovohet çdo katër vjet dhe të shoqërohet me trajnimin e kërkuar, të ofruar nga Fondacioni me një kosto që e paguajnë operatorët, për të gjithë punonjësit që do të operojnë në lumë. Trajnimi do të mbulojë çështjet e leave-no-trace, qëndrueshmërisë dhe sigurisë në lidhje me rafting në lumë.

Mbajtësit të lejes do t'i kërkohet të paguajë një tarifë fikse vjetore të lejes për Fondacionin/parkun, si dhe një tarifë fikse për person për çdo vizitor jo-udhërrëfyes në mjet lundrimi. Lejet e kompanisë dhe të vizitorëve individualë do të kontrollohen nga punonjësit i Fondacionit të hyrja e parkut. Tarifat do të rriten pas dy vitesh bazuar në një përqindje përshkallëzimi të rënë dakord. Tarifat do të jenë të vendosura dhe konsistente për të gjithë operatorët.

Numri total i operatorëve që marrin leje si dhe numri total i vizitorëve për mbajtës të lejes do të vendoset për të siguruar ndikim minimal në mjedisin e parkut dhe një përvojë unike për vizitorët. Fillimisht parashikohet që kompanive shqiptare t'u vihen në dispozicion maksimumi gjashtë leje për rafting/kajak. Ky është vlerësimi i numrit aktual të kompanive që operojnë në lumë. Aktivitetet e këtyre operatorëve do të monitorohen nga afër. Pasi të përfundojë studimi i kapacitetit mbajtës (D.1.), numri i lejeve të lejuara të kompanisë mund të zgjerohet nëse kjo konsiderohet e mundur nga studimi. Do të bëhet gjithashtu një planifikim për oraret e nisjes në mënyrë që të shpërndahen grupet e rafting në lumë dhe të shmanget mbipopullimi në lumë, si dhe vendet e vendosjes dhe tërheqjes.

Për më shumë informacion mbi tarifën, ju lutemi shihni pjesën e Modelit të Biznesit të Parkut për të ardhurat ilustruese për Fondacionin. Leja do të angazhojë veprimtarinë tregtare për një sërë

standardesh dhe udhëzimesh që ato duhet të plotësojnë si dhe pagesën e tarifave të kërkuara. Nëse zbulohet se shkelin këto standarde dhe udhëzime ose nuk paguajnë tarifa, leja e tyre do të revokohet dhe nuk mund të rinovohet për të paktën katër vjet.

Ekskursione edukuese: Mund të kryhen gjithashtu ekskursione me ndikim të ulët në lumë dhe në brigjet e lumit. Këto do të kryhen nga udhërrëfyes/operatorë privatë sipas një sistemi lejesh të ngjashëm me atë të përshkruar për rafting/kajak dhe me një strukturë të ngjashme tarife (tarifa fikse e lejes vjetore dhe tarifa fikse për vizitorët pa guidë, që i paguhet Fondacionit), si dhe standardet dhe udhëzimet të cilave mbajtësit e lejeve duhet t'u përmbahen. Udhërrëfyesve që drejtojnë këto ekskursione do t'u kërkohej të kenë certifikim formal trajnimi për udhërrëfyes (bazuar në standardet kombëtare), duke përfshirë interpretimin e bazuar në natyrë dhe gjithashtu të certifikohen si trajner për leave-no-trace.

Një plan ekskursioni edukues do të krijohet nga Fondacioni, studiuesit vendas, OJQ-të e konservimit, AKZM, udhërrëfyesit dhe palët e tjera relevante të interesuara do të konsultohen për të përcaktuar vendet përgjatë lumit ku mund të zhvillohen ekskursione edukuese dhe cilat aktivitete lejohen. Çdo vend ekskursioni edukues (shtrirja e përcaktuar e lumit) do të ketë një leje ekskluzive të lidhur me të, e cila do t'u vihet në dispozicion udhërrëfyesve/operatorëve për aplikim përmes një procesi tenderimi konkurrues. Lejet do të jepen për katër vjet. Tarifat do të rriten pas dy vitesh bazuar në një përqindje përshkallëzimi të rënë dakord.

Hapat drejt suksesit:

- Hartimi i udhëzimeve, standardeve dhe procedurave standarde të punës (PSP) për produktet dhe operatorët turistikë të markës së parkut/Fondacionit
- Zhvillimi i lejeve dhe marrëveshjeve koncesionare tip dhe strukturave, si edhe procedurave të aplikimit
- Hartimi i një plani ekskursioni edukues
- Trajnimi i punonjësve të Fondacionit/parkut lidhur me turizmin
- Krijimi i një programi trajnimi për mbajtësit e lejes për rafting/kajak dhe udhërrëfyesit e ekskursioneve edukuese
- Bashkëpunimi me mbajtësit e mundshëm të lejeve për të krijuar sisteme për pagesat, oraret e nisjes, procedurat e emergjencës, etj.

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024 - 2025

Masa B.5.b Në park dhe luginë: Turizmi shkencor, akademik, vullnetar dhe edukativ (SAVE)

Parku ka një pozicion unik për të kombinuar aktivitetet kërkimore dhe konservuese që kryhen brenda dhe përreth parkut me mundësitë praktike edukuese të banorëve shqiptarë (veçanërisht të rinjtë) si dhe të vizitorëve ndërkombëtarë që kërkojnë një përvojë edukimi të bazuar në natyrë që i shërben destinacionit që vizitojnë. Kjo do të ishte një shtrirje e Ekskursioneve Edukuese, por specifike për tregun SAVE. Vendndodhja fizike e programit mund të jetë në Qendrën Kërkimore Vjosa në Tepelenë ose në ndonjë vend tjetër të përshtatshëm (B.4.a).

Programi do të fokusohet në angazhimin dhe tërheqjen e institucioneve shkencore dhe akademike në peizazh për të studiuar ekosistemet brenda luginës. Këto institucione partnere do të mbështesin të kuptuarit më të mirë të sistemeve natyrore të parkut, do të rrisin ndërgjegjësimin në nivel ndërkombëtar për rajonin dhe do të sjellin të ardhura përmes aktiviteteve të tyre programuese. Fondacioni mund të përcaktojë përvojat e përshtatura të vizitorëve për vullnetarët dhe udhëtarët për qëllime edukimi mbi aktivitetet shkencore dhe akademike në zonë. Këta udhëtarë mund të gjenden përmes institucioneve akademike dhe operatorëve turistikë të specializuar. Kompani të tilla si Biosphere Expeditions dhe Rewilding Europe kujdesen që entuziastët e botës së egër të marrin pjesë në kërkime thelbësore dhe kuptimplota të konservimit dhe rehabilitimit të habitatit dhe janë partnerë të fortë, së bashku me operacione të tjera të ngjashme.

Aktivitetet e vizitorëve do të mbështesin kërkimin brenda peizazhit (d.m.th. ata do të marrin pjesë në aktivitete kërkimore), ata do të mësojnë nga përvoja që po mbështesin si dhe do të gjenerojnë të ardhura për Fondacionin dhe bizneset lokale. Disa aktivitete edukuese për studentët shqiptarë do të ofrohen gjithashtu me tarifa më të ulëta. Përveç aktiviteteve kërkimore dhe të konservimit brenda dhe rreth parkut, programi SAVE mund të fokusohet gjithashtu në iniciativat e ripyllëzimit (ku vizitorët mund të përfshihen edhe nëpërmjet mbjelljes së pemëve).

Hapat drejt suksesit:

- Hartimi i një strategjie specifike SAVE/të Qendrës Kërkimore dhe Edukative
- Krijimi i kontakteve të partneritetit me institucionet akademike dhe kërkimore, si edhe me kompanitë e udhëtimit për qëllime edukimi
- Krijimi i programeve të edukimit për shkollat, universitetet dhe organizatat, duke ofruar përvoja të përshtatura me kurrikulën që nxisin të mësuarit dhe vlerësimin për natyrën
- Zhvillimi i seminareve, kurseve dhe programeve vullnetare për konservimin mbi tema si bujqësia e qëndrueshme, konservimi i natyrës dhe zejtaria tradicionale
- Ofrimi i programeve të edukimit në natyrë për grupet e të rinjve, duke u fokusuar në ndërgjegjësimin mjedisor, punën në ekip dhe zhvillimin e lidershit për studentët shqiptarë
- Zhvillimi i ofertës të sekuestrimit të karbonit me mbjelljen e pemëve, në mënyrë ideale përgjatë skajit të rekomanduar të parkut, për të reduktuar erozionin, për të gjeneruar të ardhura dhe për të shtuar ofertat e ekoturizmit

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatmesëm/i mesëm	2025 - 2030

Masa B.5.c Turizmi në luginë

Siç u diskutua në B.2.a., toka në pronësi të shtetit që mund të transferohet nën menaxhimin e Fondacionit do të duhet të identifikohet, së bashku me një plan për përdorimin e mundshëm të çdo pjese toke. Udhëzimet, standardet dhe procedurat standarde të punës për operacionet turistike si dhe koncesionet model të përshkruara në B.5.a do të zhvillohen gjithashtu për të përfshirë këto produkte turistike.

Produktet e mundshme turistike që ndodhen jashtë parkut, por të bashkë-markuara me parkun/Fondacionin dhe që përdorin tokën e menaxhuar nga parku janë renditur më poshtë. Këto do të jenë gjithashtu fokusi i investimeve turistike "dalluese" për aktivitetin investues të përshkruar në B.2.a. Këto produkte turistike do të drejtohen nga organizata private, por do të zbatohen nëpërmjet

një marrëveshjeje qiraje/koncesioni me Fondacionin për tokën e menaxhuar nga Fondacioni. Fondacioni do të marrë të ardhura mujore nga qiraja për këto veprimtari. Produkte të tjera 'dalluese' mund të identifikohen dhe të shtohen në këtë listë nga Fondacioni.

Investimet fillestare turistike 'dalluese' mund të përfshijnë:

- Parqet dhe atraksionet aventureske,
- Vend kampingjet miqësore me mjedisin me ndikim të ulët
- Ofruesit e akomodimit rural dhe qëndrimeve në pronësi lokale
- Ekolozha të certifikuara në mënyrë të qëndrueshme
- Kompani të certifikuara në mënyrë të qëndrueshme që ofrojnë eksperiencë me guidë të bazuara në natyrë (vëzhgim i botës së egër, rafting, ecje, kajak, kujdes personal, kulinari, prodhim artizanal, agroturizëm, art dhe muzikë)
- Shtegun e Transportit të Qëndrueshëm të Vjosës (Shihni B.4.b.)
- Përvojat e udhëtimit SAVE (shihni B.5.b.)
- Vendet e parkimit

Përveç produkteve turistike të përshkruara më sipër, ekzistojnë një sërë mundësish të tjera për gjenerimin e të ardhurave për parkun dhe Fondacionin.

Mallra dhe Produkte Artizanale të Markës. Siç përshkruhet në 5.3.b, do të krijohet një program artizanati me artizanët vendas për të promovuar artin lokal në lidhje me parkun, si edhe produkte artizanale të bashkë-markuara. Këto produkte do të shiten përmes qendrës së vizitorëve/dyqaneve të dhuratave si dhe përmes bizneseve turistike që marrin pjesë në Markën e Cilësisë Vjosa (A.1.b), të cilët do të veprojnë si rishitës.

Përveç produkteve artizanale vendase, do të zhvillohen dhe shiten edhe mallra të tjera të markës, si veshje, kalendarë, libra, artikuj dhuratash, etj. Një punonjës i Fondacionit do të jetë përgjegjës për mallrat për faqet e Fondacionit dhe rishitjen përmes pjesëmarrësve të Markës së Cilësisë Vjosa.

Veshjet e markës Vjosa mund të zhvillohen për parkun si dhe për shpërndarje dhe shitje më të gjerë jashtë zonës, ku një pjesë e të ardhurave mbështesin Fondacionin për të kryer programin e konservimit, parkut dhe komunitetit. Shembuj të iniciativave të ngjashme me Shërbimin Kombëtar të Parkut në SHBA përfshijnë '[Projektin e Parqeve](#)' (Figura 7) si dhe [iniciativat](#) nga REI, LL Bean dhe të tjerë.

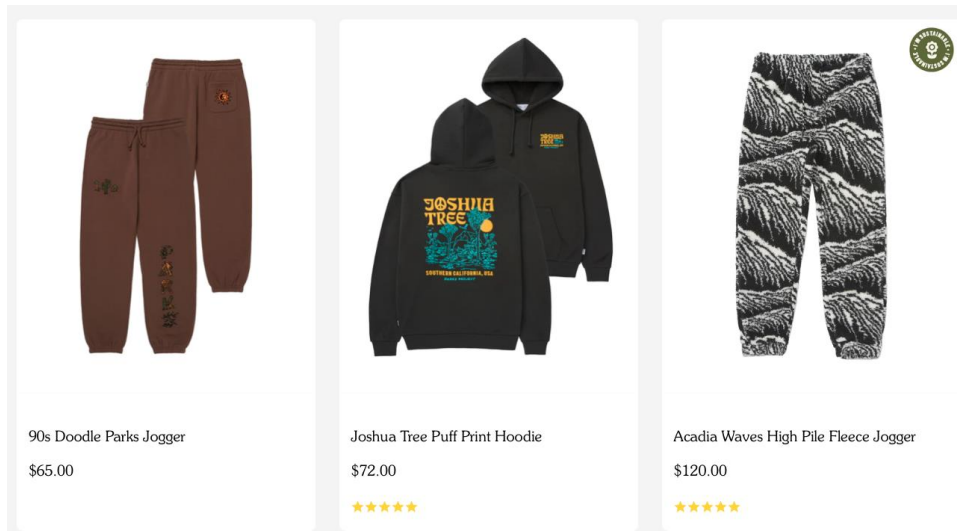


Figura 7: Veshje për projektin e Parkut

Tur me dron dhe virtual: Një mundësi shtesë dhe përvojë unike turizmi që mund të adoptohet nga Fondacioni janë përvojat e turit virtual. Përvoja do t'i çojë vizitorët dhe ata online anembanë botës në një udhëtim 'të udhëhequr' rreth luginës dhe do të eksplorojë rajonin nga një perspektivë e vështirë për t'u arritur në ndonjë mënyrë tjetër. Kjo do të ishte përmbajtje e rekomanduar (jo drejtpërdrejt) e videos së luginës. Ky aktivitet mund të bazohet jashtë qendrës/stacioneve të vizitorëve ose vendndodhjeve të tjera përgjatë luginës.

Gjithashtu, dhe duke përdorur të njëjtën teknologji, ture virtuale mund të ofrohen përmes përvojave të Airbnb (ose platformave të ngjashme), që njerëzit kudo në botë të eksplorojnë parkun virtualisht. Kjo përvojë do të kombinojë një mikpritës (udhërrëfyes) vendas, i cili do të angazhohet me vizitorët virtualë në një kohë të paracaktuar dhe për një kohëzgjatje të caktuar (p.sh. një tur për 2 orë). Mikpritësi do të flasë për parkun, do të fluturojë përgjatë parkut (me dron) për të treguar bukurinë e tij drejtpërdrejt dhe më pas do të përfshijë përvojat lokale virtualisht me të ftuarin, si për shembull duke vizituar një artizan vendas për të parë se çfarë dhe si prodhohen punimet artizanale lokale, duke vizituar një fermë lokale për të mësuar rreth praktikave bujqësore, etj. Vizitorët virtualë do të jenë në gjendje të bëjnë pyetje dhe të ndërveprojnë me mikpritësit gjatë vizitës së tyre. Të ardhurat do të krijohen nga shitja e këtyre tureve.

Krijimi i lojërave: Një 'escape room' me temë konservimin mund të krijohet si pjesë e Qendrës së Vizitorëve për të ofruar mënyra tërheqëse për të mësuar rreth luginës dhe kërcënimeve ndaj rajonit. Një iniciativë afatgjatë mund të eksplorohej gjithashtu nga Fondacioni në të ardhmen duke krijuar një partneritet ndërmjet Fondacionit dhe një kompanie video-lojërash për të krijuar një video lojë të parkut. Kjo mund të bëhet në një linjë me lojëra të tipit 'Settlers' dhe/ose 'Indiana Jones' ku lojtarët duhet të zgjidhin çështje të ndryshme dhe aventurëske të konservimit, kërcënimit dhe të mposhtin 'të këqijtë' që përpiqen të bëjnë gjëra që nuk duhet t'i bëjnë, me qëllim që të mbrojnë dhe të përmirësojnë parkun. Nëse loja është e suksesshme, mund të gjenerojë të ardhura nga honoraret për parkun, si dhe të funksionojë si një mjet i rëndësishëm promovues për të përhapur fjalën për peizazhin.

Hapat drejt suksesit:

- Identifikimi i tokës shtetërore në luginë dhe puna me qeverinë për transferimin e menaxhimit të tokës te Fondacioni Vjosa për dhënie me qira për aktivitete të turizmit të qëndrueshëm
- Hartimi i udhëzimeve, standardeve dhe procedurave standarde të punës për produktet dhe operatorët turistikë të markës së parkut/Fondacionit

- Zhvillimi i marrëveshjeve tip të qirasë/koncesionit dhe strukturave
- Inicimi i thirrjes për investitorë potencialë dhe biznese turistike për parcelat e tokës
- Zhvillimi i një plani mallrash dhe identifikimi i produkteve dhe shërbimeve të mundshme
- Zhvillimi dhe inventarizimi i mallrave
- Shitjet dhe kontakti me kanalet e tregtimit për të instaluar mallra dhe për të krijuar program
- Plani i turizmit me dron/virtual
- Krijimi i programit të tureve me dron/virtual brenda qendrave/stacioneve të vizitorëve (ose vendndodhjeve të tjera)
- Materializimi i konceptit të krijimit të lojërave dhe kompanive të mundshme të synuara të video lojërave

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024 - 2026

C. Shtylla e Kapitalit Njerëzor

Për të siguruar suksesin e turizmit në park dhe në luginë, si dhe që banorët vendas të përfitojnë nga turizmi, nevojitet fuqi punëtore vendase e mirë-trajnuar dhe e aftë. Kjo përfshin ngritjen e kapaciteteve të punonjësve të parkut/Fondacionit dhe punonjësve të bizneseve turistike, vendeve dhe atraksioneve. Gjithashtu përfshin ndërgjegjësimin për komunitetin e gjerë që të kuptojë turizmin në peizazh.

Në lidhje me vizionin e përgjithshëm të qëndrueshmërisë për destinacionin, sipas kriterëve të destinacionit GSTC, Fondacioni duhet të inkurajojë dhe të mbështesë mundësitë e karrierës dhe trajnimet për turizmin. Ndërmarrjet turistike të destinacionit, vendet dhe atraksionet duhet gjithashtu të angazhohen për të ofruar mundësi të barabarta për punësimin, trajnimin dhe avancimin lokal, duke përfshirë gratë, të rinjtë, pakicat dhe njerëzit me aftësi të kufizuara.

C.1. Forcimi i Kapaciteteve të Stafit dhe Partnerëve të Parkut/Fondacionit

Ka shumë role dhe aftësi të nevojshme që një park kombëtar të menaxhohet dhe të funksionojë siç duhet. Meqë menaxhimi i turizmit dhe vizitorëve janë komponentë kritikë të veprimtarisë së parkut, të kuptuarit të turizmit nga të gjithë punonjësit dhe zhvillimi i aftësive specifike për ata që luajnë rol në vijën e parë me vizitorët dhe palët e interesuara të turizmit është thelbësor. Kjo është gjithashtu e rëndësishme për stafin që luan rol të rëndësishëm në mbarë peizazhin në zhvillimin e turizmit të lidhur me parkun si dhe me luginën më të gjerë. Kjo përfshin qeverisjen vendore dhe stafin e organizatave të menaxhimit të destinacioneve që promovojnë turizmin në nivel rajonal, si dhe staf të nivelit kombëtar, si në AKZM dhe Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit.

Prezantimi i menaxhimit të turizmit dhe vizitorëve për të gjithë punonjësit e parkut, fondacionit dhe partnerët do të ndihmojë që të sigurohet të kuptuarit e gjerë të turizmit mes punonjësve. Edhe nëse ata nuk janë të përfshirë drejtpërdrejt me vizitorët, kjo do të ndihmojë që të kuptojnë dinamikën e përfshirë ndërmjet mbrojtjes dhe veprimtarisë së përdorimit të parkut dhe vizitorëve.

Trajnimi më i specializuar për menaxhimin do të përfshijë gjithashtu përmirësimin e aftësive në nivel lokal për të planifikuar dhe menaxhuar turizmin brenda dhe rreth parkut në një mënyrë të qëndrueshme (shihni gjithashtu menaxhimin e rrezikut dhe planifikimin e turizmit në Shtyllën e Qeverisjes). Parku duhet të ketë të paktën tre punonjës të përkushtuar për turizmin (ndoshta më shumë), të shpërndarë përgjatë gjatësisë së lumit, të cilët të jenë të trajnuar për të mbikëqyrur përdorimin e lejuar të parkut në zonën e tyre, si dhe të kenë aftësi udhëzuese dhe menaxhuese të vizitorëve. Këta persona do të jenë pika e drejtpërdrejtë e kontaktit ndërmjet parkut dhe aktorëve të turizmit të sektorit privat (p.sh. guidat, operatorët turistikë, etj.) si dhe parkut dhe vizitorëve.

Hapat drejt suksesit:

- Zhvillimi dhe zbatimi i trajnimit për menaxhimin e turizmit dhe të vizitorëve për të gjithë punonjësit
- Krijimi i videove të trajnimit të ripërdorshme, manualeve, etj. që do të kërkohen për të gjithë punonjësit e ri të punësuar dhe që mund të përdoren pa pasur nevojë të punësohet një trajner sa herë që punësohet staf i ri
- Krijimi i një plani trajnimi të vazhdueshëm për punonjësit e Fondacionit dhe partnerët e lidhur
- Zbatimi i trajnimit të Guidës së nëpunësit të turizmit për punonjësit e veprimtarive në PKLEV.
- Zbatimi i Trajnimit për Menaxhimin për punonjësit e Fondacionit dhe AKZM-së.
- Zbatimi i Trajnimit të Certifikimit për Qëndrueshmërinë për një ekip të përbashkët menaxhimi që ka për detyrë të realizojë njohjen e destinacionit për qëndrueshmëri.

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Park	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024-2025

C.2. Trajnime mbi turizmin për biznes, vende dhe atraksione

Në nivelin e luginës së gjerë, vizioni për destinacionin është një ofertë turistike me cilësi të lartë dhe me vlerë të lartë që tërheq vizitorët e interesuar për një përvojë të qëndrueshme turistike të bazuar në natyrë. Ky synim ndahet nga shumë aktorë të turizmit në peizazh dhe për ta arritur atë, bizneset e turizmit, vendet dhe atraksionet e rajonit kanë nevojë për mbështetje në përmirësimin e aftësive të tyre për të ofruar nivelin e pritshëm të shërbimit.

Siç u përmend në pjesën e qëndrueshmërisë, kjo do të fillojë me trajnimin 'leave no trace' për të gjithë aktorët e turizmit në zonë që angazhohen drejtpërdrejt me vizitorët (A.1.a). Programi i trajnimit do të rrënjosë njohuritë bazë të qëndrueshmërisë brenda sektorit të gjerë të turizmit, si dhe aftësinë që këta individë t'ua përcjellin këtë informacion vizitorëve gojarisht, si edhe nëpërmjet sinjalistikës dhe praktikave të punës.

Nëpërmjet partnerëve mbështetës fillimisht dhe më pas përmes fondacionit të propozuar Vjosa, do të zbatohen gjithashtu programe trajnimi për palët e interesuara në turizëm, duke përfshirë trajnimin e udhërrëfyesve, teknikat e të treguarit dhe interpretimit specifik për ekosistemet e parkut dhe luginës, aftësitë e mikpritjes, trajnimin për ndihmën e parë dhe trajnime të tjera potencialisht të identifikuar nga palët e interesuara lokale.

Shembull: Akademia e gjeneratës së ardhshme të turizmit

Kjo funksionon e fokusuar në dy objektiva:

- të përgatitë një brez të ri specialistësh për industrinë e hotelerisë dhe turizmit

- të ofrojë trajnime për përfaqësuesit e industrive të lidhura me turizmin sipas kritereve ndërkombëtare, në një formular aplikimi të përshtatur me nevojat aktuale të mjedisit të biznesit.

Komponentët shtesë përfshijnë një ditar/blog të informacionit mbi turizmin që ofron të dhëna statistikore të përdorura për kërkimin e tregut, zhvillimin e produkteve të turizmit, dhe strategjinë e marketingut dhe marrëdhënieve me publikun.

Hapat drejt suksesit:

- Trajnimi Leave No Trace për palët e interesuara të turizmit, duke theksuar sjelljen e përgjegjshme për të minimizuar shqetësimet ndaj botës së egër dhe ekosistemeve
- Trajnimi i udhërrëfyesve lokalë për parimet dhe praktikatat e mira udhëzuese, temat me përmbajtje specifike që lidhen me ekosistemin e parkut/luginës dhe për tregimin efektiv mbi destinacionin që të rritet angazhimi i vizitorëve. Kjo do të shfrytëzojë dhe do të bazohet në procesin aktual të trajnimit dhe licencimit të guidave në Shqipëri
- Trajnimi për mikpritjen për punonjësit e vijës së parë të turizmit
- Trajnimi për ndihmën e parë për punonjësit e vijës së parë të turizmit dhe guidat që kryejnë aktivitete aventure/në natyrë

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatmesëm/i mesëm	2025-2027

C.3. Trajnime dhe Ndërgjegjësimi i Komunitetit

Përveç palëve të interesuara në turizëm, nevojitet angazhimi, informimi dhe edukimi i banorëve të rajonit për parkun, turizmin dhe parimet e qëndrueshme që lidhin këta së bashku. Programet e ndërgjegjësimit të komunitetit do të përfshijnë programin e zgjeruar "Leave No Trace" për komunitetin më të gjerë, nëpërmjet trajnimeve prezantuese (2 orë) si dhe një fushatë ndërgjegjësimi në peizazh që informon banorët lokalë (si dhe vizitorët) se si të veprojnë, në mënyrë të qëndrueshme në rajon. Elementet e kësaj do të integrohen gjithashtu në të gjitha aktivitetet e angazhimit të komunitetit (takime, trajnime, festivale dhe ngjarje) për të përforcuar mesazhin. Mënyrat efektive për të angazhuar komunitetin shpesh përfshijnë shkollat, duke ofruar programe për fëmijët që më pas angazhojnë prindërit dhe anëtarët e tjerë të familjes në aktivitete.

Përveç kësaj, nevojitet forcimi i kapaciteteve të anëtarëve të komunitetit për të zhvilluar turizmin, ose sipërmarrjet e lidhura me turizmin në komunitetet e tyre, në të mirë të komuniteteve të tyre si dhe lidhjes pozitive ndërmjet komunitetit dhe parkut. Një plan i detajuar për këto aktivitete është përshkruar në Planin e Veprimit të Planeterra 'Turizmi Komunitar - Vjosa'. Elementet e këtij plani përfshijnë:

- Angazhimin e palëve të interesuara dhe forcimin e kapaciteteve (tashmë ka filluar, por do të duhet të vazhdohet me trajnime të synuara dhe përpjekje për forcimin e kapaciteteve që u mundësojnë anëtarëve të komunitetit të kuptojnë turizmin dhe të konceptojnë mundësitë e tyre të biznesit)
- Zhvillimin e produktit (trajnimi, mbështetja dhe mentorimi për zhvillimin e sipërmarrjeve të turizmit si dhe aftësitë për t'i menaxhuar ato në mënyrë efektive. Kjo përfshin gjithashtu grupimin e ndërmarrjeve të turizmit të lidhura në rrjet për të krijuar itinerare disa-ditore)

- Marketingun dhe promovimin (duke treguar historinë e përvojave turistike të ofruara nga komuniteti nëpërmjet promovimit të tregtisë së drejtpërdrejtë dhe të udhëtimit, ngjarjeve dhe fushatave të ndërgjegjësimit. Kjo do të duhet gjithashtu të lidhet me përpjekjet e tjera të marketingut në rajon)
- Infrastruktura dhe Shërbimet (sigurohuni që infrastruktura për të marrë produktet turistike të jetë e mjaftueshme si dhe shërbimet e lidhura me to, si akomodimet, guidat, qendrat e informacionit, etj.)
- Partneritetet dhe Bashkëpunimin (krijimi dhe forcimi i partneriteteve me donatorët, institucionet arsimore, OJQ-të, pushtetin vendor dhe të tjerë që mund të mbështesin përpjekjet e sipërmarrjeve të turizmit në komunitet)
- Monitorimin dhe Vlerësimin (krijoni sisteme që mund të gjurmojnë suksesin dhe të ofrojnë udhëzime për ndërmarrjet mbi fushat e përmirësimit ndërsa ato vazhdojnë përgjatë rrugëtimit të tyre të zhvillimit të turizmit)

Hapat drejt suksesit:

- Zbatimi i Planit të Veprimit të Planeterra për Turizmin Komunitar - Vjosa
- Zhvillimi i programeve që edukojnë dhe fuqizojnë komunitetet rreth parkut dhe turizmit
- Zhvillimi i programeve që edukojnë dhe fuqizojnë komunitetet rreth praktikave të qëndrueshme
- Mbikëqyrja e fushatave të edukimit dhe ndërgjegjësimit të komunitetit mbi temat kryesore të turizmit, duke përfshirë menaxhimin e vizitorëve dhe tendencat në zhvillim.
- Zhvillimi, publikimi dhe ofrimi i trajnimit mbi një kod sjelljeje për mikpritësit vendas

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Lugina	Prioritet afatshkurtër dhe afatmesëm/i mesëm	2024-2027

D. Shtylla e qeverisjes dhe e politikave

Qeverisja dhe politika janë faktorë kyç që bëjnë të mundur që turizmi të ndodhë në mënyrë efektive në destinacion dhe gjithashtu monitorimin dhe menaxhimin e turizmit për të siguruar që ai të mos ketë ndikime negative mjedisore dhe sociale në zonë. Kjo përfshin menaxhimin e vizitorëve brenda dhe përreth parkut, sistemet e riskut dhe sigurisë, si dhe kuadrin ligjor që mbështet parkun, komunitetin dhe bizneset turistike.

Normalisht qëllimi i një shtylle qeverisjeje dhe politikash është të reduktojë pengesat rregullatore për zhvillimin e turizmit. Megjithatë, konsiderata kryesore për Vjosën është mbrojtja e mjedisit natyror, me qëndrueshmërinë si shtyllë ndërsektoriale. Situata në Vjosë do të kërkojë jo vetëm liberalizimin e disa rregulloreve të turizmit dhe planifikimit, por në shumë raste do të nevojiten kufizime të reja, ose minimalisht do të duhet të zbatohen ligjet ekzistuese, për të siguruar zhvillimin me vlera të larta në krahasim me turizmin me volum të lartë dhe për të mbrojtur parkun.

D.1. Menaxhimi i parkut dhe i vizitorëve

Menaxhimi efektiv i turizmit dhe ndërveprimit me vizitorët brenda dhe rreth parkut do të jetë kritik për qëndrueshmërinë dhe suksesin afatgjatë të parkut. Një hap fillestar në sigurimin e menaxhimit

efektiv është një studim specifik i kapacitetit mbajtës të parkut dhe planifikimi i zonave/hapësinore për të kuptuar dhe ofruar një udhëzues të mbrojtur për numrin e vizitorëve që mund të jenë në zona specifike brenda dhe përreth parkut. Kjo analizë duhet të përfshijë gjithashtu planet turistike specifike të zonës brenda secilës zone që ofrojnë planifikimin e detajuar për aktivitetet turistike në çdo zonë, bazuar në kapacitetin mbajtës.

Përpara se të jenë të disponueshme rezultatet e një studimi të kapacitetit mbajtës, parku duhet të kërkojë të mbajë afërsisht të njëjtat nivele përdorimi për aktivitetet në park të cilat po ndodhin aktualisht. Bisedat fillestare me ekspertët tregojnë se ndikimi nga nivelet aktuale të përdorimit të rafting, etj. është i menaxhueshëm dhe për këtë arsye ka të ngjarë të mos e tejkalojë aktualisht kapacitetin e peizazhit. Duke qenë se vetë Fondacioni dhe studimi i kapacitetit mbajtës mund të kërkojnë kohë për t'u zhvilluar, do të nevojitet një leje bazë afatshkurtër (1-vjeçare) për të siguruar që të mos preken veprimtaritë aktuale të turizmit (veçanërisht rafting).

Paralelisht me këtë proces, mund të zhvillohen një grup "standardesh dhe udhëzuesish të turizmit të qëndrueshëm" të standardizuar që ofrojnë parimet udhëzuese për turizmin në luginë dhe në park (Shihni gjithashtu B.5.a.). Kjo do të përfshijë gjithashtu marrëveshje standarde koncesioni/leje për veprimtarinë e turizmit të parkut/sectorit privat, procedurat standarde të punës (PSP) për stafin dhe profesionistët e turizmit, si edhe lista kontrolli dhe mjete të tjera për të realizuar punën e tyre. Një strategji komunikimi (përfshirë materialet informuese) do të ndihmojë gjithashtu në informimin e të gjitha palëve të interesuara dhe vizitorëve për rolet dhe përgjegjësitë e tyre.

Do të krijohet gjithashtu një kornizë gjithëpërfshirëse e monitorimit dhe vlerësimit, me udhëzime dhe mjete zbatimi për të monitoruar ndikimin e turizmit dhe për të siguruar ekzistencën e vlerësimit për të përshtatur praktikatat e menaxhimit që të adresojnë problemet që lindin në lidhje me turizmin. Kjo mund të zhvillohet krahas marrëveshjeve standarde të koncesionit/lejeve, etj. Ky kuadër monitorimi dhe vlerësimi do të zhvillohet dhe mbikëqyret nga Njësia e Menaxhimit të Parkut brenda Fondacionit, në mënyrë që njësia e turizmit të mos e monitorojë veten.

Hapat drejt suksesit:

- Përgatitja e lejes bazë afatshkurtër 1-vjeçare për veprimtarinë aktuale të turizmit në park (rafting), ndërkohë që krijohen sisteme afatgjata
- Zbatimi i vlerësimit të kapacitetit mbajtës të vizitorëve për aktivitetet dhe vendet specifike brenda parkut dhe brenda një zone të përcaktuar rreth parkut për të parandaluar mbipopullimin dhe për të siguruar një përvojë cilësore.
- Kryerja e zonimit të parkut dhe zonave përreth për të udhëhequr llojin e turizmit të lejuar në çdo zonë
- Hartimi i udhëzimeve, standardeve dhe protokolle PSP që punonjësit t'i zbatojnë në lidhje me turizmin
- Zhvillimi i strategjive të komunikimit që inkurajojnë ndërveprim të respektueshëm ndërmjet vizitorëve dhe traditave lokale.
- Krijimi i një kuadri të fuqishëm monitorimi dhe vlerësimi për të vlerësuar efektivitetin e iniciativave të turizmit dhe qëndrueshmërinë me kalimin e kohës dhe që i jep informacion nivelit drejtues të parkut

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Parku dhe Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024-2025

D.2. Menaxhimit i riskut dhe sigurisë

Për shkak të natyrës së egër të parkut dhe llojit të aktiviteteve turistike që ndodhin brenda dhe rreth tij, është i rëndësishëm një plan dhe program i detajuar i menaxhimit të riskut dhe sigurisë. Mungesa e planifikimit të duhur të sigurisë në luginën e lumit Vjosa përfaqëson një risk të konsiderueshëm për sigurinë e vizitorëve, mbrojtjen e mjedisit dhe gjithashtu riskun e reputacionit për 'markën' e Vjosës që lind nga ngjarjet negative dhe mbulimi negativ i medias. Sipas IUCN 'Studimi i Fizibilitetit për Vjosën', kërkimi i fokus grupeve, planifikimi dhe menaxhimi i sigurisë dhe riskut nuk është sistematik ose gjithëpërfshirës brenda bizneseve të turizmit të sektorit privat ose institucioneve publike në zonë. Operatorët turistikë me vlerë të lartë nga Europa Perëndimore dhe Amerika e Veriut janë shumë kundërshtues ndaj rrezikut dhe kanë nevojë për siguri nga furnitorët vendas që konsideratat e riskut dhe sigurisë janë parësore.

Një hap fillestar në zbatimin e planit të menaxhimit të riskut dhe sigurisë është krijimi i sistemeve brenda punonjësve të parkut/Fondacionit dhe procedurave të tyre të punës, duke përfshirë trajnimin për sigurinë dhe emergjencat, si dhe trajnimet e rregullta për sigurinë/emergjencat së bashku me komunitetin dhe shërbimin e urgjencës në luginë. Të paktën një anëtar i stafit të parkut/Fondacionit duhet të ketë përgjegjësinë kryesore për sigurinë dhe reagimin ndaj emergjencave.

Komisionet e sigurisë në sektorët e sipërm, të mesëm dhe të poshtëm të parkut do të krijohen për të përfshirë stafin e Fondacionit, shërbimet e urgjencës dhe komunitetin. Komisionet do të mbledhen të paktën çdo 6 muaj për të rishikuar planet dhe procedurat. Duhet të përgatitet një hartë e luginës me zona të numëruara (për të lejuar identifikimin e shpejtë të vendndodhjeve), pikat e hyrjes dhe evakuimit të lumit dhe objektet shëndetësore në afërsi dhe detajet e kontaktit. Kjo do të ishte një nga detyrat e komisionit të sigurisë.

Si pjesë e planit të menaxhimit të riskut dhe sigurisë, infrastruktura e sigurisë duhet gjithashtu të identifikohet dhe të zhvillohet në zonat kryesore turistike, si shtigjet, ujëvarat, pikat e vendosjes/tërheqjes, etj. Do të kërkohen gjithashtu pajisje emergjence, duke përfshirë pajisje të shpëtimit në ujë në zonat shumë të vizituara, kabinat e thirrjeve emergjente, stacionet e ndihmës së parë dhe monitorimit të motit/gjeologjik në lumë për paralajmërimin e hershëm për përmbytje, etj. Monitorimi i rregullt i kësaj pajisjeje dhe infrastrukturës së sigurisë do të integrohet në procedurat standarde të punës të planit të menaxhimit të riskut dhe sigurisë.

Në zonat me trafik të lartë të vizitorëve do të vendoset sinjalistikë e qarta dhe materiale të tjera informative. Profesionistëve të turizmit që operojnë brenda parkut ose në tokat e menaxhuara nga Fondacioni do t'u kërkohet gjithashtu të japin informacion për sigurinë për vizitorët përpara se të hyjnë në park (udhëzimet e parashikuara në planin e menaxhimit të riskut dhe sigurisë së parkut) dhe të kenë pajisje të caktuara sigurie si kutitë e ndihmës së parë, pajisje për sigurinë e ujit/shpëtimit, sinjalizues emergjence me GPS, etj. Certifikimi për ndihmën e parë do të kërkohet gjithashtu për profesionistët e turizmit që kryejnë aktivitete të caktuara, si rafting, shëtitje në natyrë, etj. brenda ose të lidhur me parkun/Fondacionin.

Hapat drejt suksesit:

- Krijimi i planit dhe programit për menaxhimin e riskut dhe sigurisë
- Zhvillimi i planeve të detajuara të evakuimit në raste emergjence dhe i hartës me rrugë të qarta, pika grumbullimi dhe kanale komunikimi për të udhëhequr stafin dhe vizitorët gjatë krizave.

- Realizimi i Trajnimit për Reagimin Emergjent/ Trajnimit për reagimin e shpejtë në Ujë për guidat dhe punonjësit
- Kryerja e stërvitjes dhe simulimeve të rregullta për sigurinë që stafi dhe reaguesit e emergjencës të jenë të përgatitur mirë për skenarë të ndryshëm.
- Bashkëpunimi me komunitetet lokale për të krijuar komisione sigurie që monitorojnë dhe adresojnë shqetësimet e sigurisë brenda dhe rreth parkut.
- Krijimi i bashkëpunimit të fortë me organet e zbatimit të ligjit, shërbimet mjekësore dhe shërbimet e urgjencës për përgjigje të shpejta dhe të koordinuara.
- Vendosja e rojeve të parkut ose nëpunësit e turizmit në mënyrë strategjike si pika sigurie të cilëve vizitorët mund t'u kërkojnë ndihmë, informacion ose ndihmë në rast urgjence.
- Instalimi i sistemeve të besueshme të komunikimit, duke përfshirë kabinat e thirrjeve të emergjencës dhe telefonat satelitorë, për të lehtësuar komunikimin e shpejtë gjatë emergjencave.
- Instalimi i stacioneve të monitorimit të motit për të ofruar të dhëna në kohë reale për ndryshimin e kushteve të motit, duke mundësuar vendime në kohë që të garantohet siguria e vizitorëve.
- Krijimi i një qarku reagimi për shqetësimet dhe incidentet e sigurisë për të përmirësuar vazhdimisht protokollat dhe strategjitë e sigurisë.
- Krijimi i inspektimeve rutinë në infrastrukturën e parkut, duke përfshirë shtigjet, urat dhe objektet, për të identifikuar dhe trajtuar rreziqet e mundshme të sigurisë.
- Shpërndarja e informacionit për sigurinë përmes broshurave, sinjalistikës, faqeve të internetit dhe qendrave të vizitorëve për të edukuar vizitorët rreth risqeve dhe masave paraprake të mundshme.
- Vendosja e shenjave paralajmëruese të qarta dhe informuese në zonat me risk të lartë, të tilla si shtigje të pjerrëta, brigjet e lumenjve, ujëvarat dhe habitatet potencialisht të rrezikshme të kafshëve të egra.
- Zbatimi i orientimeve të detyrueshme të sigurisë për të gjithë mbajtësit e lejeve, duke u siguruar që ata të jenë të vetëdijshëm për rregullat e parkut, risqet e mundshme dhe procedurat e emergjencës.

Vendndodhja	Prioriteti	Koha e zbatimit
Parku dhe Lugina	Prioritet afatshkurtër/i lartë	2024-2025

D.3. Mundësuesit ligjorë dhe institucionale

Për të menaxhuar në mënyrë efektive turizmin brenda të gjithë destinacionit, rekomandohet që të krijohet një Fondacion i Parkut Kombëtar të Lumit të Egër Vjosa, i cili do të ofrojë një ombrellë për turizmin, si dhe aktivitetet e menaxhimit të parkut në peizazh. Ky subjekt propozohet si një bashkëpunim mes qeverisë shqiptare dhe partnerëve mbështetës. Kur të krijohet, do t'i duhet statusi ligjor për të zbatuar aktivitete të lidhura me turizmin dhe për të krijuar partneritete që do të zhvillojnë turizmin në mënyrë të qëndrueshme në rajon.

Struktura e saktë dhe procesi janë duke u vlerësuar dhe do të konfirmohen nga AKZM dhe Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, por cilido qoftë vendimi, do të duhet të formohet një Organizatë e Menaxhimit dhe Marketingut të Destinacionit (DMMO) si njësi e Fondacionit. Kjo njësi do të jetë përgjegjëse për sa vijon:

- Planifikimin e turizmit për parkun dhe luginën

- Menaxhimin e aktiviteteve turistike në park dhe në tokat e Fondacionit, duke përfshirë dhënien e lejeve, dhënien me koncesion dhe mbledhjen e tarifave
- Zhvillimin e turizmit dhe mbikëqyrjen mbi tokat e menaxhuara nga Fondacioni brenda luginës
- Trajnimin për turizmin dhe aktivitetet e zhvillimit të produktit turistik të komunitetit
- Promovimin e investimeve në turizëm
- Marketingun turistik të luginës dhe parkut
- Menaxhimin e riskut dhe sigurisë për turizmin brenda dhe përreth parkut

Propozohet që Fondacioni, në bashkëpunim me bashkitë vendore, të krijojë një 'Tarifë për lumin Vjosa' që mbështet aktivitetet e Fondacionit dhe parkut. Për më shumë informacion mbi tarifën, ju lutemi shihni pjesën Modeli i Biznesit të Parkut. Fondacioni do të përdorë fondet që merr për të mbështetur turizmin në luginë (në avantazh të banorëve dhe qeverive të rajonit ku mblidhet tarifa). Duhet të theksohet se kjo tarifë nuk është një taksë ndaj banorëve vendas, por ndaj vizitorëve të rajonit. Në fakt, kjo taksë dhe turizmi i zgjeruar dhe me vlerë më të lartë në zonë, ka të ngjarë të ndihmojë në uljen e taksave që banorët vendas duhet të paguajnë.

Paralelisht me këtë, duhet që të gjithë aktorët e përfshirë, lokalë dhe kombëtarë, të nxisin zbatimin e rregulloreve aktuale, veçanërisht në lidhje me rregulloret mjedisore, në mënyrë që të arrihet vizioni për qëndrueshmërinë dhe turizmin në luginë.

Hapat drejt suksesit:

- Krijimi i një ekipi të dedikuar të Organizatës për Menaxhimin dhe Marketingun e Destinacionit, nën Fondacionin, përgjegjës për zbatimin e këtij master plani për turizmin
- Puna me qeveritë vendore për të vendosur një 'Tarifë Konservimi të Vjosës' për të kanalizuar fondet në mbështetje të zbatimit të master planit për turizmin, në mbështetje të parkut dhe përpjekjeve të bashkisë për turizëm.
- Zbatimi i ligjeve EP të Shqipërisë, miratimi i akteve nënligjore lokale të EP për t'u përafuar me Acquis të BE-së

VI. Modeli i biznesit të konsoliduar në park

Krahas mbështetjes financiare të qeverisë dhe mbështetjes afatshkurtër dhe afatmesme nga donatorët, turizmi është një burim i rëndësishëm dhe i qëndrueshëm financimi për funksionimin e parkut dhe fondacionit. Informacioni më poshtë jep projeksione ilustruese mbi të ardhurat e mundshme nga turizmi për parkun/Fondacionin për një periudhë 10-vjeçare, sapo parku/Fondacioni të bëhet funksional. Këto shifra janë vlerësime indikative të bazuara në të dhënat e disponueshme dhe janë dhënë si një shembull ilustrues i asaj që mund të arrihet për parkun/Fondacionin nga turizmi.

Një analizë gjithëpërfshirëse dhe modelim i mundësive të të ardhurave nga turizmi për Parkun/Fondacionin nuk është objekt i Master Planit për Turizmin. Siç u përmend në pjesën 'Rekomandime dhe Masa' të këtij dokumenti, një hap tjetër me prioritet të lartë është zhvillimi i një plani biznesi gjithëpërfshirës për parkun/Fondacionin që do të fokusohet në aktivitetet e rekomanduara të gjenerimit të të ardhurave të propozuara në këtë dokument. Analiza e çdo burimi të të ardhurave, si dhe detaje të mëtejshme dhe qartësim i parashikimeve ilustruese financiare të dhëna më poshtë do të duhet të bëhet gjatë planifikimit të biznesit.

Mallrat dhe shërbimet e mëposhtme mund të gjenerojnë të ardhura për Parkun/Fondacionin dhe të përmirësojnë përvojën e vizitorëve (duke i shtuar vlerë ofertës turistike) pa prodhuar ndikime të dëmshme në lumin Vjosa. Siç përshkruhet në pjesën 'Rekomandime dhe Masa', rekomandohet që shumica e shërbimeve tregtare t'u jepen operatorëve profesionistë të palëve të treta, për tarifat që i paguhen Parkut/Fondacionit. Disa produkte dhe shërbime mund të ofrohen ende drejtpërdrejt nga parku/Fondacioni, në varësi të strukturës përfundimtare të menaxhimit të vendosur dhe ato janë ilustruar më poshtë.

Skenar rasti bazë: Shërbime/produkte turizmi të palëve të treta që mund të gjenerojnë të ardhura për parkun/Fondacionin

- Rafting dhe kajak
- Ekskursionet edukuese
- Qendra e Kërkimit dhe Edukimit (Iniciativa e turizmit SAVE)
- Shitje me pakicë (suvenire marke të Parkut/Fondacionit, shitje të tjera me pakicë)

Skenar rasti bazë: Shërbimet/Produktet e ofruara nga Parku/Fondacioni

- Parkim - parkimi i makinave me vendndodhje strategjike në terren të qëndrueshëm

Skenari shtesë i rastit optimal: Burimet e të ardhurave të parkut/Fondacionit

- Qendra e Vizitorëve - restorant/kafe, atraksione për vizitorë me pagesë (pajisje për sytë, etj.), marrja me qira e vendit
- Qiraja e tokës (për akomodime, park aventure, kampe, operacione turistike, etj.)
- Tarifa e Konservimit të Turizmit

Gjithashtu, të ardhurat mund të krijohen edhe nëpërmjet programeve të tjera në planin afatgjatë, si donacionet nëpërmjet filantropisë së udhëtimit, realitetit virtual, etj. Duke qenë se këto janë afatgjata dhe me prioritet më të ulët, ato nuk përfshihen në të ardhurat e parashikuara.

Siç tregon tabela në faqen në vijim, të ardhurat totale nga produktet dhe shërbimet e turizmit sipas 'rastit bazë' kanë potencialin të rriten në rreth 270,000 € të ardhura në vit brenda dhjetë viteve.

Megjithatë ka mundësi të tjera për të ardhura që janë të rëndësishme dhe të përshkruara veçmas në tabelën e të ardhurave 'optimale'. Këto përfshijnë të ardhura shtesë nga shërbimet përmes qendrës së vizitorëve, qiranjë e tokës dhe një tarifë të konservimit të turizmit. Nëse realizohen, këto burime të ardhurash mund të shtojnë 1.8 milionë euro në vit në të ardhurat e parkut/Fondacionit, por kërkojnë marrëveshje të qeverisjes qendrore dhe vendore për të mbështetur përpjekjet e vazhdueshme të parkut/Fondacionit.

Siç tregohet në tabelat e të ardhurave, qiraja e tokës dhe tarifa e konservimit të turizmit mbajnë mundësitë më të mëdha të të ardhurave afatgjatë për parkun/Fondacionin. Pasi të krijohen, këto janë gjithashtu të dyja burime pasive të të ardhurave, që do të thotë se nuk kërkojnë menaxhim të konsiderueshëm për të ruajtur të ardhurat çdo vit.

Qiraja e tokës bazohet në propozimin që toka shtet e zgjedhur dhe e pashfrytëzuar në luginë t'i kalohet Ministrisë së Turizmit (ose AKZM-së) dhe më pas Fondacionit t'i jepen të drejtat e menaxhimit të këtyre tokave. Më pas, Fondacioni do të japë me qira këtë tokë për të inkurajuar krijimin e llojeve specifike të bizneseve të turizmit të qëndrueshëm në rajon që mbështetin qëllimet e përgjithshme të Master Planit për Turizmin. Të ardhurat nga qiraja e kësaj toke do të mbështetin gjithashtu veprimtarinë e parkut/Fondacionit.

"Tarifa e konservimit të turizmit" e propozuar do të vendoset nga çdo bashki e luginës dhe mund të shtojë një burim të konsiderueshëm dhe të qëndrueshëm të të ardhurave për parkun/Fondacionin. Tarifa është një tarifë e ndryshme nga taksa vendore e turizmit që mblidhet aktualisht nga bashkitë vendore, por që do të mblidhet nëpërmjet të njëjtave mekanizma tashmë të vendosur. Tarifa fillimisht do të jetë 2 € për qëndrim për çdo vizitor, që do t'i shkonte Fondacionit (shumat e tarifave gjithashtu mund të rriten për të siguruar të ardhura shtesë për pushtetin vendor, pasi taksa aktuale e turizmit është mjaft e ulët). Duke pasur parasysh llojin e vizitorit që synon të tërheqë destinacioni, kjo shumë nuk do të ketë ndonjë ndikim të rëndësishëm në vendimin e tyre për të ardhur në destinacion.

Duke qenë se këto burime të të ardhurave mund të kërkojnë kohë për t'u realizuar dhe implikimet e të ardhurave janë të rëndësishme, ato nuk janë përfshirë në projeksionet e 'rastit bazë', por janë dhënë më poshtë si një vlerësim i të ardhurave të mundshme. Për më tepër, meqenëse paraqitja specifike e qendrës së vizitorëve nuk dihet aktualisht, të ardhurat e mundshme nga ky objekt gjithashtu veçohen dhe përfshihen në skenarin e të ardhurave 'optimale'.

Për të realizuar këto burime të mundshme të të ardhurave, nevojitet një ekip i përqendruar dhe i përkushtuar për turizmin, i cili do të shfrytëzojë partneritetet me operatorët privatë të turizmit për të harmonizuar stimujt dhe për t'u ofruar vizitorëve përvoja turistike me cilësi të lartë. Kostot janë vlerësuar në tabelën e mëposhtme, duke përfshirë kategoritë e kostove të mundshme specifike për Organizatën e Menaxhimit dhe Marketingut të Destinacionit (DMMO) që mund të krijohen nëpërmjet Fondacionit. Kostot janë vlerësuar në bazë të skenarit 'optimal', por do të duhet të zvogëlohen nëse qiraja e tokës ose tarifa e konservimit të turizmit nuk do të realizohet.

Ju lutemi shihni **Aneksin X**, 'Modeli i Biznesit të Master Planit të Turizmit dhe Matrica e Produktit' për më shumë detaje mbi të ardhurat e parashikuara, si dhe produktet dhe shërbimet turistike.

A. Të ardhura ilustruese të turizmit të parkut/Fondacionit (rasti bazë)

Base Case: Tourism Product/Services	Year									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rafting & Kayaking										
Estimated # business (permit holders)	6	8	10	10	10	10	10	10	10	10
Estimated # day-visitors/business	1440	1512	1588	1667	1750	2000	2000	2000	2000	2000
Total # Annual Rafting/Kayaking Visitors	8640	12096	15876	16670	17503	20000	20000	20000	20000	20000
Estimated Annual Permit Fee	€500	€500	€525	€525	€551	€551	€579	€579	€608	€608
Estimated Daily-Visitor Permit Fee	€10	€10	€12	€12	€14	€14	€16	€16	€18	€18
Total Estimated Revenue	€17,400	€19,120	€24,301	€25,254	€30,017	€33,513	€37,788	€37,788	€42,078	€42,078
Educational Excursions										
Estimated # business (permit holders)	5	10	15	20	20	20	20	20	20	20
Estimated # day-visitors/business	200	220	242	266	300	300	300	300	300	300
Total # Annual Excursion Visitors	1000	2200	3630	5324	6000	6000	6000	6000	6000	6000
Estimated Annual Permit Fee	€100	€100	€105	€105	€110	€110	€116	€116	€122	€122
Estimated Daily-Visitor Permit Fee	€8	€8	€10	€10	€12	€12	€14	€14	€16	€16
Total Estimated Revenue	€2,100	€2,760	€3,995	€4,762	€5,805	€5,805	€6,515	€6,515	€7,231	€7,231
Research & Education Center / SAVE Tourism Initiative										
Estimated # Beds	20									
Annual Bednights Available	7300									
Estimated Annual Occupancy			15%	25%	30%	40%	45%	45%	45%	45%
Estimated # Bednights Sold			1095	1825	2190	2920	3285	3285	3285	3285
Estimated Revenue Per Bednight Sold			€250	€250	€300	€300	€350	€350	€400	€400
Additional Estimated Conservation Fee/Night (% of revenue)	10%		€25	€25	€30	€30	€35	€35	€40	€40
Total Estimated Revenue			€27,375	€45,625	€65,700	€87,600	€114,975	€114,975	€131,400	€131,400
Parking										
Estimated number of parking spaces		50	100	150	150	150	150	150	150	150
Parking Spaces Available Per Year		18250	36500	54750	54750	54750	54750	54750	54750	54750
Average Parking Space Utilization		30%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Total Number of Parking Spaces Utilized		5475	18250	27375	27375	27375	27375	27375	27375	27375
Estimated Daily Parking Revenue Per Space		€1.5	€1.5	€2.0	€2.0	€2.0	€2.5	€2.5	€2.5	€2.5
Annual Operational Cost		€5,000	€10,000	€15,000	€15,450	€15,914	€16,391	€16,883	€17,389	€17,911
Total Estimated Revenue		€3,213	€17,375	€39,750	€39,300	€38,837	€52,047	€51,555	€51,048	€50,527
Retail Sales										
Estimated # Items Sold		2500	4000	5000	5250	5513	5788	6078	6381	6700
Average sale price per item (excluding tax)		€15.0	€15.8	€16.5	€17.4	€18.2	€19.1	€20.1	€21.1	€22.2
Cost of goods and related sales costs (75%)		€11.3	€11.8	€12.4	€13.0	€13.7	€14.4	€15.1	€15.8	€16.6
Estimated average return per item sold		€3.8	€3.9	€4.1	€4.3	€4.6	€4.8	€5.0	€5.3	€5.5
Total Estimated Revenue		€9,375	€15,750	€20,672	€22,791	€25,127	€27,702	€30,542	€33,672	€37,124
BASE REVENUE TOTAL	€19,500	€34,468	€88,796	€136,063	€163,613	€190,881	€239,027	€241,375	€265,429	€268,359

B. Të ardhura ilustruese të turizmit të parkut/Fondacionit (rasti optimal)

Burimet e mëposhtme të të ardhurave mund të gjenerohen përveç atyre të listuara në skenarin e 'rastit bazë'.

Suplimentary (optimal): Tourism Product/Services	Year									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Optional Commercial Visitor Center Attractions										
Food and Beverage lease (150 daily transactions, avg receipt 5 EUR)		€4,000	€6,000	€6,500	€7,000	€7,200	€7,500	€8,100	€8,750	€9,400
Paid visitor attractions (e.g. VR -drop console experience)		€2,000	€2,000	€2,000	€2,000	€2,000	€2,000	€2,000	€2,000	€2,000
Venue Rental for teambuilding and events.		€3,000	€3,240	€3,500	€3,700	€4,000	€4,400	€4,800	€5,200	€5,500
Total Estimated Revenue		€9,000	€11,240	€12,000	€12,700	€13,200	€13,900	€14,900	€15,950	€16,900
Land Rent (for targeted sustainable tourism investments)										
Estimated # Acres for Rent Under Foundation Management		20	40	40	40	40	40	40	40	40
Average Annual Rent Per Acre		€10,000	€10,300	€10,609	€10,927	€11,255	€11,593	€11,941	€12,299	€12,668
Total Estimated Revenue		€200,000	€412,000	€424,360	€437,091	€450,204	€463,710	€477,621	€491,950	€506,708
Tourism Conservation Tariff (per visitors per stay)										
Estimated Number of Accomodations (Whole Region)		585	700	800	900	1000	1000	1000	1000	1000
Estimated Number of Rooms (Whole Region)		2925	3500	4000	4500	5000	5000	5000	5000	5000
Estimated Number of Annual Room Nights (Whole Region)		1,067,625	1,277,500	1,460,000	1,642,500	1,825,000	1,825,000	1,825,000	1,825,000	1,825,000
Estimated Number of Stays (2.5 nights per stay)		427,050	511,000	584,000	657,000	730,000	730,000	730,000	730,000	730,000
Average Occupancy		20%	20%	25%	25%	30%	30%	30%	30%	30%
Average Tourism Conservation Tariff to Foundation		€2.0	€2.0	€3.0	€3.0	€4.0	€4.0	€5.0	€5.0	€6.0
Total Estimated Revenue		€170,820	€204,400	€438,000	€492,750	€876,000	€876,000	€1,095,000	€1,095,000	€1,314,000
SUPLIMENTARY (OPTIMAL) REVENUE TOTAL		€379,820	€627,640	€874,360	€942,541	€1,339,404	€1,353,610	€1,587,521	€1,602,900	€1,837,608

C. Kosto ilustruese të Turizmit të parkut/Fondacionit

Kategoritë e kostove të mundshme më poshtë janë ilustruese dhe bazohen në skenarin e të ardhurave në 'Rastin optimal'.

Operational Costs	Year									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Staffing										
Tourism/Commercial Director	€30,000	€31,500	€33,075	€34,729	€36,465	€38,288	€40,203	€42,213	€44,324	€46,540
Permits, Concessions & Revenue Officer	€24,000	€25,200	€26,460	€27,783	€29,172	€30,631	€32,162	€33,770	€35,459	€37,232
Marketing Officer	€24,000	€25,200	€26,460	€27,783	€29,172	€30,631	€32,162	€33,770	€35,459	€37,232
Marketing Officer #2		€15,120	€15,876	€16,670	€17,503	€18,378	€19,297	€20,262	€21,275	€22,339
Retail & Partner Engagement Officer	€14,400	€15,120	€15,876	€16,670	€17,503	€18,378	€19,297	€20,262	€21,275	€22,339
Tourism Officers - Mid-Level	€14,400	€15,120	€15,876	€16,670	€17,503	€18,378	€19,297	€20,262	€21,275	€22,339
Tourism Officers - Junior-Level	€10,800	€11,340	€11,907	€12,502	€13,127	€13,784	€14,473	€15,197	€15,957	€16,754
Tourism Officers - Junior-Level	€10,800	€11,340	€11,907	€12,502	€13,127	€13,784	€14,473	€15,197	€15,957	€16,754
Visitor Center Staff - Mid-Level	€14,400	€15,120	€15,876	€16,670	€17,503	€18,378	€19,297	€20,262	€21,275	€22,339
Visitor Center Staff - Junior-Level	€10,800	€11,340	€11,907	€12,502	€13,127	€13,784	€14,473	€15,197	€15,957	€16,754
Total Estimated Revenue	€153,600	€176,400	€185,220	€194,481	€204,205	€214,415	€225,136	€236,393	€248,213	€260,623
Running Costs										
Office Rent	€12,000	€12,360	€12,731	€13,113	€13,506	€13,911	€14,329	€14,758	€15,201	€15,657
Office Supplies	€5,000	€5,150	€5,305	€5,464	€5,628	€5,796	€5,970	€6,149	€6,334	€6,524
Vehicle rental	€15,000	€15,450	€15,914	€16,391	€16,883	€17,389	€17,911	€18,448	€19,002	€19,572
Other Services & Subscriptions	€15,000	€15,450	€15,914	€16,391	€16,883	€17,389	€17,911	€18,448	€19,002	€19,572
Travel (local)	€5,000	€5,150	€5,305	€5,464	€5,628	€5,796	€5,970	€6,149	€6,334	€6,524
Equipment maintenance	€1,500	€1,545	€6,000	€1,600	€1,648	€7,000	€1,800	€1,854	€8,000	€2,000
Ongoing meetings & trainings	€5,000	€5,150	€5,305	€5,464	€5,628	€5,796	€5,970	€6,149	€6,334	€6,524
Accounting & Audit	€3,500	€3,605	€3,713	€3,825	€3,939	€4,057	€4,179	€4,305	€4,434	€4,567
Events	€5,000	€5,150	€5,305	€5,464	€5,628	€5,796	€5,970	€6,149	€6,334	€6,524
Total Estimated Revenue	€67,000	€69,010	€75,489	€73,174	€75,369	€82,932	€80,010	€82,411	€90,973	€87,463
Marketing / Promotion										
Base marketing	€250,000	€250,000	€50,000	€55,000	€60,500	€66,550	€73,205	€80,526	€88,578	€97,436
Additional marketing budget 50% of 'Tourism Conservation Tariff'	€0	€85,410	€102,200	€219,000	€246,375	€438,000	€438,000	€547,500	€547,500	€657,000
Total Estimated Revenue	€250,000	€335,410	€152,200	€274,000	€306,875	€504,550	€511,205	€628,026	€636,078	€754,436
Equipment & Furnishings										
Office Furniture	€15,000	€1,500	€1,545	€1,591	€10,000	€1,600	€1,648	€1,697	€15,000	€1,700
Office Equipment	€15,000	€1,500	€1,545	€1,591	€16,000	€1,600	€1,648	€1,697	€18,000	€1,700
Total Estimated Revenue	€30,000	€3,000	€3,090	€3,183	€26,000	€3,200	€3,296	€3,395	€33,000	€3,400
Total Estimated Costs	€500,600	€583,820	€415,999	€544,837	€612,449	€805,098	€819,647	€950,224	€1,008,264	€1,105,922

VII. Monitorimi, Vlerësimi dhe Menaxhimi

Monitorimi dhe vlerësimi është një komponent kritik që parku/Fondacioni të menaxhojë në mënyrë efektive turizmin në park dhe peizazhin kufitar. Ekzistojnë një sërë shtresash për zbatimin e një programi monitorimi dhe vlerësimi krahas zbatimit të masave të rekomanduara brenda këtij master plani. Këto përfshijnë:

C. Monitorimi dhe Vlerësimi i Master Planit për Turizmin

Ky Master Plan për Turizmin dhe dokumentet përkatëse të veprimit parashtrajnë masat e rekomanduara dhe planin e propozuar të aktiviteteve për zbatimin e planit. Fondacioni duhet të prezantojë çdo vit Master Planin për Turizmin dhe planin e veprimit të viteve përkatëse në AKZM dhe në Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit për të përshkruar atë që është arritur në lidhje me planin, boshllëqet dhe problematikat si edhe planin për vitin e ardhshëm. Kjo do t'i lejojë palët të monitorojnë progresin, të përshtatin planin e veprimit sipas nevojës dhe të sigurojnë realizimin e vizionit të përgjithshëm për turizmin në destinacion.

Gjithashtu, ose në të njëjtin takim, ose veçmas, Master plani për Turizmin dhe plani i veprimit i viteve përkatëse duhet t'i prezantohen publikut për të njohur banorët vendas me progresin në lidhje me planin dhe për të paraqitur planin për vitin e ardhshëm. Kjo gjithashtu duhet të regjistrohet dhe të bëhet e disponueshme në internet. Qëllimi i këtij prezantimi vjetor është të sigurojë që komuniteti të jetë i vetëdijshëm për sukseset e Fondacionit, të dijë se çfarë është planifikuar dhe të kujtohet për vizionin e përgjithshëm për turizmin në destinacion.

B. Monitorimi i zbatimit brenda parkut

Turizmi që ndodh brenda parkut do të duhet të monitorohet nga afër për të siguruar që të zbuten, ose të paktën të minimizohen ndikimet e mundshme. Studimi i propozuar i kapacitetit mbajtës për parkun do të sigurojë bazën e referimit, si dhe kufijtë e matshëm për turizmin që ndodh në park. Një plan veprimi vjetor do të hartohet nga parku/Fondacioni që do të përshkruajë masat në lidhje me turizmin për vitin, si edhe aktivitetet e monitorimit dhe vlerësimit. Këto mund të përfshijnë sa më poshtë:

- **Monitorimin ekologjik** të lumit për ndikimet e mundshme për shkak të turizmit. Kjo do të kryhet nga Njësia e Menaxhimit të Parkut dhe/ose institucionet mbështetëse të ruajtjes ose akademike, me të dhënat e rishikuara të paktën çdo vit. Ndikimet e mundshme që lidhen me turizmin do t'i prezantohen njësisë DMMO brenda Fondacionit dhe do të ngrihen në strategjitë e zhvilluara për të adresuar këtë çështje
- **Monitorimi i ndikimit të vizitorëve** do të kryhet gjithashtu. Kjo do të përfshijë regjistrat e fotografive, të marra në kohë dhe vendndodhje specifike gjatë çdo viti për të dokumentuar sjelljen e vendeve specifike përgjatë lumit. Kjo mund të përfshijë pikat e hyrjes dhe daljes, zonat e notit dhe vende të tjera. Regjistrat e fotografive do të mblidhen nga stafi i Fondacionit dhe do të konsolidohen nga një anëtar i stafit të Monitorimit dhe Vlerësimit brenda Njesisë së Menaxhimit të Parkut. Fotografitë do të rishikohen të paktën çdo vit për të krahasuar fotot e vitit aktual dhe të vitit të kaluar për erozion të mundshëm, ndotje ose probleme të tjera në vendet kampion. Aty ku identifikohen çështje, do të bëhet një analizë më e detajuar. Një plan monitorimi, me vende të veçanta kampion do të zhvillohet nga Fondacioni.
- Formularët e **vlerësimit nga vizitorët** do të mblidhen nëpërmjet anketimeve në internet (kodet QR) që bëhen me vizitorët nga operatorët të cilët lejohen të kryejnë aktivitete turistike në park, ose në disa raste nga vetë parku/Fondacioni. Mbajtësve të lejeve do t'u kërkohet t'u japin këto anketa vizitorëve si pjesë e lejes së tyre. Nëpunësi i Lejeve, Koncesioneve dhe të

Ardhurave në Fondacion do të jetë përgjegjës për analizimin e informacionit të mbledhur nga anketat të paktën çdo 3 muaj, për të analizuar komentet e vizitorëve dhe për të adresuar çështjet që mund të lindin. Formatet tip dhe mjetet për monitorimin e vlerësimit nga vizitorët do të zhvillohen si pjesë e Procedurave Standarde të Punës të propozuara për turizmin në park.

C. Monitorimi i zbatimit brenda Luginës

Fondacioni do të monitorojë gjithashtu turizmin në destinacionin e luginës më të gjerë, për të kuptuar dinamikën e turizmit brenda luginës dhe për të përshtatur përpjekjet e planifikimit dhe zbatimit me këto dinamika. Monitorimi do të ndihmojë gjithashtu Fondacionin të tregojë histori suksesi dhe ndikimin që ka në peizazh.

Përpjekjet e monitorimit do të përfshijnë:

- Punësimin lokal nga turizmi (numri dhe vlera e punësimit në turizëm, si dhe projeksionet e punësimit direkt dhe indirekt)
- Numrin dhe llojin e ndërmarrjeve turistike në luginë
- Shpenzimet mesatare ditore të vizitorëve në luginë
- Numrin mesatar të netëve të qëndrimit në luginë
- Kënaqësinë e vizitorëve

VIII. Përmbledhje dhe Konkluzione

Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa simbolizon në shumë mënyra Shqipërinë si një destinacion. Të dy kanë natyrë dinamike dhe të ndryshme në ofertat e tyre, plot me mundësi. Relativisht të reja kur bëhet fjalë për turizmin, si Lugina e Vjosës ashtu edhe PKLEV mund të përfitojnë shumë nga një organizatë drejtuese (Fondacioni/ DMMO) për të siguruar që vlerat dhe tiparet më të mira të mbeten të mbrojtura për brezat e ardhshëm, si edhe për ata që tashmë mbështeten sot në to.

Ky Master Plan Turizmi është hartuar për të hedhur bazat për zhvillimin dhe menaxhimin e turizmit në luginë dhe në park. Sfondi mbi rajonin, industrinë dhe parametrat e raportit ofrohet për të komunikuar qartë kontekstin ku rekomandimet janë dhënë për t'iu përshtatur më mirë nevojave të destinacionit. Megjithatë, ashtu si lumi Vjosa gradualisht përshtatet dhe ndryshon rrjedhën e tij, po ashtu është hartuar edhe Master plani i propozuar për Turizmin si një dokument pune që duhet të rishikohet çdo vit dhe të përshtatet sipas nevojës në bazë të kontekstit të kohës.

Sjellja e një lumi të egër për turistët pa e ulur vlerën e tij të qenësishme dhe garantimi që banorët vendas të përfitojnë nga formimi i parkut të ri është një sfidë, por e tillë që mund të kapërcehet me veprim të fokusuar dhe të menduar. Ashtu si një Master plan, ky raport ndjek fokusin e Luginës më të gjerë të Lumit Vjosa - jo vetëm PKLEV - si një sistem i plotë i nevojshëm për turizmin, si edhe për ruajtjen e ekosistemit të luginës.

Qëndrueshmëria është në thelb të të gjitha rekomandimeve të dhëna në këtë dokument, të mbështetura nga nevojat e turizmit që përfshijnë shtyllat financiare, kapitalin njerëzor si dhe të qeverisjes. Brenda secilës shtyllë janë propozuar rekomandime dhe masa specifike, me plane të detajuara veprimi të paraqitura në **Aneksin X**. Të ardhurat janë parashikuar gjithashtu, me një skenar 'rasti bazë' prej 270,000 € në vit deri në vitin 2033, dhe një skenar rasti optimal prej mbi 2.5+ milion € në vit nëse realizohen të gjitha rekomandimet.

Hapat e radhës

Master plani për Turizmin në Vjosë synohet si një dokument përshtatës, i cili zbatohet dhe rishikohet rregullisht dhe që mund të përshtatet me skenarë të ndryshëm të strukturës së menaxhimit e cila po shqyrtohen aktualisht nga AKZM. Plani i veprimit cakton përgjegjësitë për realizimin e çdo mase (**shihni planet e veprimit në Aneksin X**), së bashku me kostot e parashikuara të fillimit dhe afatet kohore.

Shumë nga masat kërkojnë planifikim më të detajuar përpara zbatimit, shembujt përfshijnë planet e detajuara të biznesit për parkun dhe qendrën e vizitorëve, (kostot operative dhe trafiku i vizitorëve janë vetëm dy variable kyçe të cilat mund të vlerësohen vetëm pasi të jetë përcaktuar vendndodhja dhe projekti i objekteve të parkut). Strategjia kërkon gjithashtu zhvillimin e planeve specifike të produktit dhe marketingut, të dyja përtej qëllimit të këtij dokumenti, megjithëse janë bërë rekomandime për strukturën dhe hapat e nevojshëm për zhvillimin e këtyre planeve.