



Food and Agriculture
Organization of the
United Nations



Zhvillimi i Agroturizmit në Shqipëri:

Rasti i bashkive Malësi e Madhe, Belsh dhe Korçë

LETËR POZICIONIMI



Tiranë, 2020

Ky dokument është prodhuar në kuadrin e Letër Marrëveshjes ndërmjet Organizatës së Kombeve të Bashkuara për Ushqimin dhe Bujqësinë (FAO) dhe Programit të Mbështetjes së Shoqatave Rurale, RASP, në Shqipëri.

Për përgatitjen e këtij punimi kontribuan Shpresim Domi, PhD, ekspert i agroturizmit, Petrit Dobi, Prof. Assoc. ekspert në zhvillimin rural, dhe Roland Bardhi, PhD, ekspert në zhvillimin rural. Kontribute u dhanë gjithashtu nga komunitetet në Belesh, Malsia e madhe dhe bashkia e Korçës si dhe nga Zyra Rajonale e FAO-s për Evropën dhe Azinë Qendrore.

Pikëpamjet e shprehura në këtë dokument janë të autorëve dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht pikëpamjet ose politikat e FAO.

Foto në faqen e kopertinës nga Jonida Hëna

Zhvillimi i Agroturizmit në Shqipëri:

Rasti i bashkive Malësi e Madhe, Belsh dhe Korçë

Leter pozicionimi

Dhjetor, 2020

Përmbajtja

1.	Hyrje.....	7
2.	Metodologjia.....	8
3.	Agroturizmi në Shqipëri.....	9
3.1	Bujqësia.....	9
3.2	Turizmi.....	10
4.	Përkufizimi i Agroturizmit.....	12
5.	Potencialet për zhvillimin e agroturizmit.....	15
5.1	Profili i sipërmarrësve të fermave agroturistike në Shqipëri dhe rajon.....	16
5.2	Agroturizmi dhe zinxhiri i vlerës.....	17
6.	Politik-bërja ndaj Agroturizmit: Kquadri ligjor, aspekte fiskale dhe mbështetja financiare.....	19
7.	Përfshirja e aktorëve në zhvillimin e agroturizmit.....	22
8.	Benchmarking: Rasti i Shqipërisë dhe rajonit.....	25
9.	Modelet e agroturizmit në bashkitë e përzgjedhura.....	29
9.1	Profili i Belshit (Analizë e detajuar në aneksin 1).....	29
9.2	Profili i Korçës (Analizë e detajuar në Aneksin 2).....	30
9.3	Profili i Malësisë së Madhe (Analizë e detajuar në Aneksin3).....	31
10.	Konkluzione.....	33
11.	Rekomandime.....	35
12.	Referenca.....	40
13.	Anekset.....	43

Lista e tabelave:

Tabela 1. Palët e angazhuara në zhvillimin e agroturizmit.....	22
Tabela 2. Analiza <i>benchmarking</i> : Rasti i Shqipërisë dhe Toskanës	26
Tabela 3: Aktorët dhe/ose faktorët që luajnë një rol motivues, ose pengues për bashkëpunimin midis tyre.....	48
Tabela 4: Aktorët dhe/ose faktorët që luajnë një rol motivues, ose pengues për bashkëpunimin midis tyre	53
Tabela 5: Aktorët dhe/ose faktorët që luajnë një rol motivues, ose pengues për bashkëpunimin midis tyre.....	58

Lista e figurave:

Figura 1. Tipologjitë e agroturizmit (Phillip et al., 2010).....	13
Figure 2. Zinxhiri i vlerës dhe agroturizmi.....	18

Lista e anekseve:

Aneksi I. Profili i Agroturizmit në Belsh.....	43
Aneksi II. Profili i agroturizmit në Korçë.....	49
Aneksi III. Profili i agroturizmit në Malësinë e Madhe.....	54

Lista e shkurtimeve:

PPB	- Politikat e Përbashkëta Bujqësore
SNZRB	- Strategjia Ndërsektorale për Zhvillimin Rural dhe Bujqësor 2014-2020
FAO	- Food and Agriculture Organization
PBB	- Produkti i Brendshëm Bruto
GIZ	- German Agency for International Cooperation
INSTAT	- Instituti i Statistikave
IPARD	- Instrumenti i Asistencës së para-anëtarësimit
PIZHR	- Programi i Integruar për Zhvillimin Rural “100 fshatra”
MBZHR	- Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural
VKM	- Vendim i Këshillit të Ministrave
MICE	- Meetings-Incentives-Conferences-Events
MONSTAT	- Zyra e Statistikave Mali i Zi
MTM	- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit
AKPT	- Agjencia Kombëtare e Planifikimit të Territorit
AKU	- Autoriteti Kombëtar i Ushqimit
OJF	- Organizata Jo Fitimprurëse
NIPT	- Numri Identifikues i Personit të Tatuësëm
PKZR	- Programi Kombëtar për Zhvillimin Rural
PSKZR	- Plani Strategjik Kombëtar për Zhvillimin Rural
UNESCO	- United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	- United Nations World Tourism Organization
USAID	- United States Agency for International Development
TVSH	- Tatim mbi Vlerën e Shtuar
WTTC	- World Travel & Tourism Council

1. Hyrje

Zbehja e kufijve ndarës mes jetës rurale dhe asaj urbane (Kapferer, 1990), rritja e rolit të fermerëve në zhvillimin e zonave rurale (Van der Ploeg et al., 2000), ndërgjegjësimi ndaj mjedisit (Almsteid et al., 2014), ruajtja e peizazheve natyrore dhe konsumi i burimeve natyrore (Lundmark, 2006; Mather et al., 2006), kanë nxitur modele të reja të zhvillimit në bujqësi (Ploeg dhe Roep, 2003). Në këtë mënyrë, migrimi i burimeve njerëzore dhe nevojat për profesione të reja në zonat rurale, kanë diktuar në rritjen e numrit të aktiviteteve të reja në sipërmarrjet rurale.

Megjithëse fenomeni i globalizimit ka ofruar mundësi për sipërmarrjet e mëdha nëpërmjet ekonomisë së shkallës, nga ana tjetër, fermat e vogla dhe zonat rurale kanë mbetur jashtë fokusit dhe në përballje me shumë sfida. Aktualisht, agroturizmi konsiderohet si një sipërmarrje e re rurale, që mund të nxisë zhvillim rural (RD). Agroturizmi është një strategji e diversifikimit të aktiviteteve, e cila nxit punësimin, mbron peizazhet natyrore (Lupi et al., 2017), pardhealon shpopullimin (shiko Lupi et al., 2017; Tarolli et al., 2014; Agnoletti et al., 2015; Sharpley, 2002), ofron përdorimin e teknikave të qëndrueshme të prodhimit në fermë (Mastronardi et al., 2015, Lupi et al., 2017). Për më tepër, agroturizmi ka fituar vëmendje nga politikë-bërja, sepse është

konsideruar si katalizator i zhvillimit rural, veçanërisht në zonat bujqësore ku është përjetuar rënie (Sharpley & Vass, 2006). Si rezultat, fokusimi i burimeve njerëzore dhe financiare tek zhvillimi i agroturizmit është një strategji e besueshme dhe politike, nxitëse për zhvillimin e zonave rurale.

Ndërsa, aktualisht ka disa iniciativa në aspektin e politikë-bërjes, që janë fokusuar mbi zhvillimin e zonave rurale në Shqipëri dhe më specifikisht rreth agroturizmit; nga ana tjetër janë një seri sfidash me të cilat përballlet ky model i ri i sipërmarrjes rurale. Në këtë mënyrë, në këtë Position Paper është ofruar një ekzaminim i situatës aktuale të zhvillimit të agroturizmit, sfidat dhe për më tepër, një listë me rekomandime për ndërhyrje në të ardhmen.

Për përmbushjen e qëllimit, janë përcaktuar dhe adresuar katër objektiva kryesore. Objektivi i par është ekzaminimi i situatës dhe potencialet e zhvillimit të agroturizmit. Së dyti, përkufizimi i konceptit të agroturizmit dhe për më tepër përshkrimi i tipologjive të agroturizmit. Së treti, identifikimi dhe përshkrimi i aktorëve dhe roli i tyre në zhvillimin e agroturizmit. Së katërti, përshkrimi i politikave të ndjekura deri më tani, si dhe propozimet për ndërhyrje të mëtejshme.

2. Metodologjia

Në funksion të ekzaminimit të zhvillimit të agroturizmit në Shqipëri, ky projekt është fokusuar në tre zona të Shqipërisë: Malësi e Madhe, Belsh dhe Korçë. Procesi i mbledhjes së të dhënave dhe informacioneve u organizuan në tre faza kryesore. Së pari, është ndërmarrë një rishikim i të gjithë dokumentacioneve, ku gjatë kësaj faze janë ekzaminuar të gjithë dokumentacionet (d.m.th Plani Strategjik, dokumentacione të kuadrit ligjor), si dhe iniciativa të tjera të ndërmarrë për zhvillimin e agroturizmit. Burimet e të dhënave dhe informacionet janë siguruar nga Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural (MBZHR), Ministria Turizmit dhe Mjedisit (MTM), burime në internet dhe punime shkencore nga revistat shkencore prestigjioze ndërkombëtare. Së dyti, lista e përberë nga 80 aktorë të cilët përfaqësonin target grupin (përfaqësues të sipërmarrje agroturistike, bujtina, ferma, pushteti lokal, Drejtoritë Rajonale të Bujqësisë dhe shoqatat lokale) u përftua nga burime të tjera, siç është MBZHR, MTM, Bashkitë. Njëkohësisht, është përdorur teknika “snowball” për të siguruar pjesëmarrje sa më të gjerë të aktorëve në këtë projekt kërkimor. Së treti, janë organizuar tre seminare në tre zonat e targetuara. Këto seminare u organizuan në tre ditë të ndryshme dhe secili prej tyre ka zgjatur deri në 6 orë. Gjatë kësaj kohe, në fillim të

seminarit janë prezantuar qëllimi, objektivat e projektit. Më tej ekspertët e ftuar, kanë prezantuar zhvillimin e agroturizmit, dhe më tej duke u fokusuar mbi modelin e Toskanës, Itali. Në fund, gjatë çdo seminari të zhvilluar, është përdorur metoda “World Cafe”, përgjatë të cilës diskutimet u bazuan më së shumti në katër çështje kryesore:

- ✓ Profili i ofertës turistike në zonën ku zhvillohej Workshop-i. Pozicionimi i agroturizmit në këtë profil. Cila është kategoria e turistëve, ditët e qëndrimit dhe mosha.
- ✓ Potencialet dhe vlera e turizmit në zonë
- ✓ Sfidat e turizmit në zonë
- ✓ Bashkëpunimi ndërmjet aktorëve, zinxhiri i vlerës dhe rrjetëzimi.

Kjo teknikë mundësoi mbledhjen e konsiderueshme të dhënave sasiore dhe cilësore. Në një afat kohor prej një muaji, të tre seminare u përfunduan me sukses, ku në total numri i pjesëmarrësve në seminar ishte 89, afërsisht 30 pjesëmarrës për çdo seminar. Analiza e agroturizmit dhe identifikimi i profilit për të tre kategoritë e targetuar sipas zonave janë të paraqitura në Aneksë.

3. Agroturizmi në Shqipëri

Ndërsa bujqësia dhe turizmi janë dy sektorët prioritarë për zhvillimin e qëndrueshëm në Shqipëri, implementimi i strategjive, që sjellin në praktikë mënyra zhvilluese dhe që mundësojnë ndërlidhjen e këtyre dy sektorëve, është e padiskutueshme. Agroturizmi është një koncept hibrid që ndërlidh dy sektorë kompleksë: bujqësinë dhe turizmin dhe për më tepër, një strategji diversifikimi të bujqësisë për të siguruar të ardhura plotësuese nëpërmjet shfrytëzimit të burimeve brenda fermës.

3.1. Bujqësia

Bujqësia vazhdon të jetë një nga sektorët thelbësorë për zhvillimin e qëndrueshëm dhe reduktimin e varfërisë. Në ekonominë e Shqipërisë, sektori i bujqësisë luan rolin kryesor, duke kontribuar mesatarisht 20,06 % të GDP-së (INSTAT, 2018). Për më tepër, gjysma e popullsisë shqiptare jetojnë në zona rurale dhe aktivitetet bujqësore janë burimet kryesore të punësimit dhe jetesës së tyre (INSTAT, 2018). Megjithatë, niveli i varfërisë është dy-fish më i lartë në zonat rurale krahasuar me ato urbane. Kështu, rritja e qëndrueshme ekonomike është ngushtësisht e lidhur me bujqësinë dhe zhvillimin e rural. Gjithsesi, ky zhvillim implikon nevojën e shfrytëzimit më të mirë të kapaciteteve të prodhimit, duke sjellë rritje të ofertës. Është e vështirë të identifikosh të gjitha problemet e sektorit bujqësor, duke qene se ato janë shumë dhe tepër komplekse. Një shqetësim, është ngushtimi i diferencës çmim-kosto. Në këtë mënyrë çmimet që fermerët marrin për produktet e tyre kanë rënë në raport proporcional, në një përqindje më të madhe sesa çmimet e paguara për inputet për të

njëjtën periudhë kohe (Barbieri, 2010). Siç tregohet dhe nga një studim i Domi (2014), përgjatë periudhës 2010-2011, kostoja e prodhimit të grurit në Shqipëri ka pësuar rritje me 45%, ndërkohë që çmimi i shitjeve ka pësuar rënie me 40%. Këto shifra tregojnë një rënie të të ardhurave për fermat dhe si rezultat, përfaqësojnë një sfidë për t'u përballur dhe adresuar.

Për shkak se punësimi është absolutisht një nga prioritetet kryesore të politikbërësve në Shqipëri, nevoja për të mbështetur sektorë që kontribuojnë në këtë çështje, është e padiskutueshme. Punësimi i të rinjve, meshkuj dhe femra (mosha 15 - 29), është akoma edhe me e rëndësishme, sepse kjo kategori përballlet me sfida të mëdha për punësim. Duke ju referuar INSTAT (2018), Bujqësia/agrobiznesi kontribuojnë mbi 38% të totalit të të punësuarve. Bazuar në Strategjinë Ndërsektoriale për Zhvillimin Rural dhe Bujqësor 2014-2020 (MBZHR, 2018), në të cilën thuhet se për shak të ndryshimeve strukturore dhe rënies së vazhdueshme të rolit të sektorit bujqësor në zhvillimin rural, parashikohet që niveli i punësimit në këtë sektor do të ulet me 4% për çdo vit, deri në 2020 gati 130.000 vende pune do të mbyllën. Kjo e dhënë tregon që brezat e rinj do të braktisin zonat rurale dhe angazhimin e tyre në sipërmarrjet bujqësore.

Ndërsa para viteve '90, mbi 2/3 e popullsisë jetonin në zona rurale, aktualisht kjo shifër ka pësuar rënie të ndjeshme, deri në 45,4% (MBZHR, 2018). Kjo situatë ka ardhur si rezultat i migrimit nga zonat rurale në zonat urbane dhe emigrimi jashtë Shqipërisë. Referuar MBZHR numri i fermave bujqësore është rreth 350 916, me një sipërfaqe

mesatare për fermë 1,20ha, e shpërndarë kjo në 4,6 parcela me një mesatare 0,26ha për parcelë. Kjo mesatare e sipërfaqes së tokës nuk është e mjaftueshme, që një fermë të jetë efiçente. Ndërkohë, në Malin e Zi mesatarisht një fermë zotëron 4,6ha tokë (MONSTAT1,2011). Një tjetër sfidë me të cilën bujqësia po përballë është informaliteti. Referuar INSTAT (2017), mbi 9.8% (31.372 ferma) janë zyrtarisht të regjistruara në autoritetet fiskale dhe pjesa e mbetur (mbi 90,2% e fermave) operojnë në mënyrë informale.

Si përfundim, madhësia e vogël e fermave, reduktimi i marzhit të fitimit, mungesa në kapacitetet e burimeve njerëzore në zonat rurale dhe informaliteti i lartë, kanë nxitur fermerët të konsiderojnë mënyra dhe mundësi të reja për të menaxhuar fermat e tyre. Kështu, shumë ferma të vogla kanë konsideruar diversifikimin në ofertat e tyre (Barbieri dhe Valdivia, 2010). Gjatë viteve të fundit e njëjta gjë ka ndodhur edhe në rastin e Shqipërisë.

3.2 Turizmi

Ndërsa distanca dhe gjatësia e udhëtimeve ndërkombëtare ka tendencë të jetë më e shkurtër, nëmri i udhëtimeve ka pësuar rritje në mbarë **boteë**. Kjo tregon se udhëtimet po shikohen si diçka normale, në disa raste si domosdoshmëri dhe jo një luks. Turizmi ka kontributin kryesor në ekonominë e vendeve të zhvilluara dhe atyre në zhvillim (Jones dhe Haven-Tang, 2005) dhe si rezultat, ky është një nga sektorët që influencën më tepër në zhvillimin e zonave lokale dhe kombëtare.

Edhe në rastin e Shqipërisë, turizmi është një nga sektorët më potencialë të lartë për të nxitur zhvillimin socio-ekonomik të vendit. Turizmi është një sektor me rritje të shpejtë në ekonominë shqiptare, kryesisht falë

pasurisë në burimet tërheqëse, pozicionit strategjik gjeografik dhe përpjekjeve promovuese të qeverisë (Domi et al., 2019). Shqipëria priti afërsisht 21 milion vizitorë ndërkombëtarë përgjatë periudhës 2013–2017, me një rritje mesatare deri në 12% në vit (INSTAT, 2018). Kontributi i drejtpërdrejtë i turizmit në Produktin e Brendshëm Bruto (PBB) shqiptar përbën 8,5%, dhe 7,7% të punësimit total (WTTC, 2018).

Në fakt, Shqipëria gjithnjë e më shumë po fiton reputacion në nivel ndërkombëtar, si një nga destinacionet turistike më të kërkuar, kjo për arsye të resurseve natyrore, si: male, liqene, lumenj dhe pyje, botës së egër, klimës, si dhe me një trashëgimi kulturore të larmishme (p.sh., arkeologjia, arkitektura, folklori dhe prodhime artizanale). Për **shak** se Shqipëria shtrihet në kontinentin Evropian, ku ky kontinent pret një fluks vizitorësh afërsisht 51% të fluksit të vizitorëve ndërkombëtarë (WTTC, 2018), që është tregues për një potencial të madh për mundësinë e zhvillimit të industrisë së turizmit.

Kategoritë e turizmit që destinacioni turistik shqiptar ofron janë: turizmi bregdetar, turizmi kulturor, turizmi në zonat e mbrojtura, turizmi i bazuar në natyrë dhe turizmi MICE (MTM, 2018).

a) Turizmi detar: turizmi bregdetar në Shqipëri është kategoria më rëndësishme e ofertës turistike. Pjesa më madhe e turistëve që frekuentojnë këtë kategori turizmi janë nga Shqipëria, Kosova, Maqedonia, si dhe ka një rritje të rëndësishme të numrit të vizitorëve nga Evropa Qendrore dhe vendet Nordike.

b) Turizmi kulturor: E parë nga këndvështrimi i fluksit të turistëve ndërkombëtarë, kjo kategori turizmi përfaqëson arsyen kryesore të vizitës në Shqipëri (MTM, 2018). Kështu që,

arkeologjia, trashëgimia kulturore janë identifikuar si avantazhet kryesore të ofertës turistike në Shqipëri për këto kategori vizitorësh. Shqipëria ka një numër të madh të monumenteve kulturore (mbi 2000 të tilla), tre prej të cilave si Berati, Gjirokastra dhe Butrinti janë pjesë e trashëgimisë botërore dhe janë të mbrojtura nga UNESCO.

c) Turizmi i monumenteve natyrore: Në Shqipëri janë mbi 460.000ha tokë të regjistruar si zona të mbrojtura, pra mbi 16% e të gjithë territorit. Këto zona janë një potencial i madh për zhvillimin e turizmit.

d) Turizmi i bazuar në natyrë: Shqipëria deri më tani është vlerësuar nga shumë operatorë dhe vizitorë ndërkombëtarë për peizazhin e saj të bukur dhe natyrën, të cilat konsiderohen gjithashtu si pikat e forta të Shqipërisë. Këto resurse krijojnë një potencial të madh për turizmin rural, agroturizmin, turizmin malor, ekoturizmin, aktivitetet në natyrë (rafting, parashutë, ecje, peshkim, trekking, alpinizëm, shëtitje, kalërim, udhëtime studimore etj.). Referuar MTM (2018) ka një rritje të kërkesës për këtë kategori turizmi, kryesisht nga vizitorët ndërkombëtarë.

e) Turizmi MICE: Kjo kategori turizmi nuk është shumë i zhvilluar. Turizmi MICE është kryesisht i zhvilluar në nivel kombëtar. Gjithsesi, nuk ka një rrjet të konsoliduar të aktorëve të përfshirë në organizimet e turizmit MICE.

Edhe pse aktualisht turizmi është një nga sektorët me potencialin më të madh, për sa i përket zhvillimit socio-ekonomik të vendit dhe një prioritet për politikë-bërësit, nga ana tjetër, ai është akoma në fazën e tij të hershme të zhvillimit dhe përballet me një sërë sfidash. Çështjet e të drejtave pronësore, nivelet e larta të informalitetit,

infrastruktura e pazhvilluar, sezonaliteti dhe fuqia punëtore e arsimuar në mënyrë joadekuate janë shqetësimet kryesore (Domi et al., 2020).

Përveç rëndësisë së turizmit në përgjithësi, turizmi rural është ai që ka potenciale të mëdha. Kontributi i turizmit rural në diversifikimin e të ardhurave të fermës, parandalon emigracionin, inkurajon shkëmbimet kulturore ndërmjet zonave rurale dhe urbane, vlerat e traditave të jetës në fshat, gjithashtu kontribuon në diversifikimin e ekonomisë në përgjithësi (Telleschi, 1992; Sharpley dhe Sharpley, 1997; Roberts dhe Hall, 2001).

UNWTO (2017) tregon se aktivitetet e turizmit rural zhvillohen në zona rurale me një dendësi të ulët të popullsisë, ku dominojnë bujqësia dhe pylltaria, ka stil të veçantë jetese, ofrohen struktura pritëse tradicionale etj. Kohët e fundit turizmi rural ka tërhequr ndjeshëm vëmendjen e politik-bërësve lokalë, rajonalë, kombëtarë dhe ndërkombëtarë. Shqipëria njihet për shumëllojshmërinë e saj të pasur biologjike dhe natyrore, për shkak të pozicionit gjeografik të vendit, si dhe karakteristikave gjeologjike, hidrologjike, klimatike, tokës dhe relievit. Pavarësisht potencialit dhe rëndësisë së tij për mirëqënien e komuniteteve rurale, turizmi rural mbetet ende i pa-zhvilluar dhe aktualisht gjeneron një pjesë të vogël të ardhurave në Shqipëri. Turizmi rural është akoma i përqendruar në një numër të kufizuar rajonesh, kryesisht në Alpet veriore (Vermosh, Theth dhe Valbonë) dhe juglindje (Voskopojë dhe Vithkuq). Ndërsa ka disa zona të tjera të margjinalizuara, që kanë një potencial për këtë lloj turizmi (p.sh. Kukës, Librazhd, Skrapar, Dibër etj.).

4. Përkufizimi i Agroturizmit

Ndërsa turizmi rural është i bazuar në burime (Fleischer dhe Tchetchik, 2005), nga ana tjetër, një nga dimensionet më të rëndësishme të turizmit rural është agroturizmi. Agroturizmi është nënkategori e turizmit rural (Ainley dhe Smale, 2010) dhe një strategji dhe/ose një metodë për të rritur të ardhurat në bujqësi nëpërmjet përdorimit të burimeve brenda fermës (Hjalager, 1996; Sharpley dhe Vass, 2006). Ndërsa turizmi rural është i dedikuar plotësisht tek produktet turistike, shërbimin dhe aktivitet që lidhen me zonat lokale dhe banorët, nga ana tjetër, agroturizmi gjithashtu shton komponentin bujqësor për shërbimet turistike dhe facilitetet, duke bërë që turistët të përfshihen në aktivitetet bujqësore në fermë (p.sh., kultivimi i perimeve, përpunimi i ushqimit, kujdesi për kafshët) (Sima, 2016).

Për të përkufizuar konceptin agroturizëm janë përdorur disa koncepte si sinonim i njëra-tjetrës. Terma si fermë turistike, fermë me bazë turizmin dhe fermë pushimi janë konsideruar si sinonim i agroturizmit (Phillip et al., 2010; Barbieri dhe Mshenga, 2008).

Megjithatë, ekzistojnë disa përkufizime gjithë-përfshirëse rreth konceptit të agroturizmit. Studiuesit e ndryshëm (Barbieri dhe Mshenga, 2008; Blacka et al., 2001; Che et al., 2005) e kanë përshkruar agroturizmin si një grup shërbimesh të ofruara me qëllim tërheqjen e vizitorëve në fermë, siç është akomodimi, rekreacioni dhe ushqimi. Arroyo et al. (2013) e ka përkufizuar agroturizmin si *“aktivitete të lidhura me fermën dhe që zhvillohen në një fermë aktive, ose në mjedise të tjera bujqësore,*

për qëllime argëtimi ose edukimi” (faqe 45). Maetzold (2002) e shikon agroturizmin si një sipërmarrje alternative, që lidh prodhimin bujqësor me udhëtimin në fermë. Megjithëse ka disa sinonime të përdorura për të përshkruar adoptimin e aktiviteteve turistike me aktivitetet e fermave aktive (pra që prodhon produkte bujqësore dhe blegtorale), të gjitha këto përkufizime përshkruajnë këto aktivitete si shtesë. Ndërsa aktivitetet bujqësore mbeten fokusi kryesor, për sa i përket angazhimit në kohë. Përveç kësaj, duke iu referuar modelit më të njohur të zhvillimit të agroturizmit, rajonit të Toskanës, Itali, ligji rajonal përcakton agroturizmin si *“...fermë që siguron akomodim; organizon veprimtari edukuese, informuese, kulturore, sociale, tradicionale dhe rekreative; ofron ushqim dhe pije, degustim, prodhon dhe ofron produkte lokale, si dhe produkte të çertifikuara me indikacion gjeografik të rajonit të Toskanës”*. Më specifikisht, duke ju referuar Ligjit Rajonal¹, në Aneksin 5 *“Funksionimi i agroturizmit është e drejtë e rezervuar për sipërmarrjet bujqësore...”*(faqe 3). Aktivitetet bujqësore janë thelbësore për fermat dhe turizmi duhet të shikohet në dimensionin plotësues. Ky dominim në favor të punës në aktivitetet bujqësore është në termat e kohës dhe jo në termat e të ardhurave. Pra, në aktivitetet bujqësore peshën kryesore duhet ta zënë orët fikse të punës së dedikuar në fermë dhe jo të ardhurat. Kështu në ligjin e turizmit² (kapitulli 1, neni 4) agroturizmi është përcaktuar *“si një aktivitet pritës, i cili ndodh në një fermë, ose njësi tjetër bujqësore, me qëllim tërheqjen e vizitorëve dhe shpesh duke u mundësuar vizitorëve të*

1. Legge regionale 23 Giugno, 2003, no. 30

2. Ligji nr. 93/2015, Për turizmin

marrin pjesë në aktivitetet bujqësore, ose aktivitete të tjera ndihmëse, që realizohen në ambientet e njësisë bujqësore” (faqe 2). Në këtë mënyrë, ky ligj e përshkruan agroturizmin si një aktivitet që “ndihmon në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit në zonat rurale nëpërmjet mbrojtjes mjedisore, ruajtjes së traditave dhe promovimin e produkteve tipike të zonës” (faqe 2).

Përkufizimi i qartë i konceptit të agroturizmit është thelbësor për të kuptuar dhe përshkruar më mirë situatën në praktikë. Kështu, për të kuptuar më mirë situatën aktuale të zhvillimit të agroturizmit në Shqipëri, është e nevojshme të shpjegohen tipologjitë e fermave agroturistike të cilat tashmë ekzistojnë. Në këtë aspekt, Phillip et al. (2010) ka identifikuar dhe klasifikuar tipologjitë e agroturizmit. Përmes studimit të tyre, Phillip et al. (2010) ofruan një analizë gjithëpërfshirëse të teorive ekzistuese dhe të dhënave praktike të terrenit, duke propozuar pesë tipologji të fermave agroturistike, si më poshtë:

1. Agroturizëm në një fermë jo aktive³; Shembuj të një agroturizmi të tillë mund

të jenë, hapësira ku është ndërtuar shtëpia pritëse ka qenë një fermë ku përdorej për aktivitetet bujqësore, por aktualisht nuk shërben më si e tillë dhe nuk kryhen aktivitete bujqësore.

2. Agroturizëm në një fermë aktive⁴, me kontakt pasiv me vizitorët; e vetmja gjë që ofrohet për turistët është një vizitë në fermë pa angazhim në punët dhe aktivitetet bujqësore të fermës.

3. Agroturizëm në një fermë aktive, me kontakt jo të drejtpërdrejtë me vizitorët; produktet ose shërbimet e ofruara në zonën lokale të integruara me procesin e konsumimit nga ana e turistëve.

4. Agroturizëm në një fermë aktive, me kontakt të drejtpërdrejtë me vizitorët dhe agroturizëm i konsoliduar; turistëve ju prezantohen aspekte të ndryshme të jetës rurale.

5. Agroturizëm në një fermë aktive, kontakt i drejtpërdrejtë me vizitorët dhe agroturizëm autentik; kjo tipologji përfaqëson një agroturizëm të plotësuar, turistëve ju prezantohen

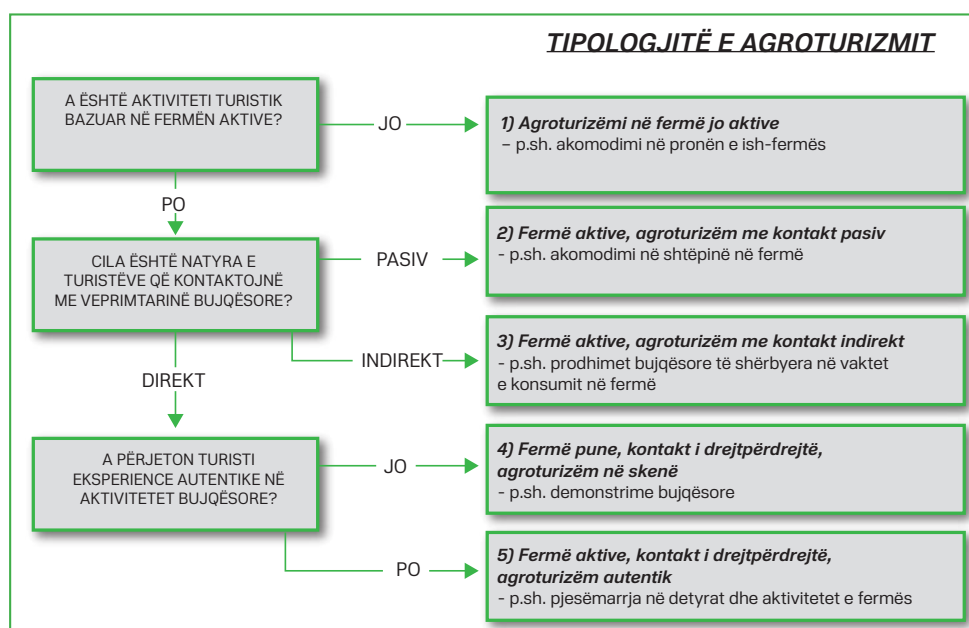


Figura 1. Tipologjitë e agroturizmit (Phillip et al., 2010)

3. Një fermë jo aktive është ajo në të cilën nuk praktikohen aktivitetet bujqësore. Shembuj të fermave jo aktive: trashëgimi bujqësore ose imazhe (p.sh. akomodimi në një shtëpi të konvertuar në fermë).

4. Një fermë aktive është ai vënd/hapqësirë ku praktikohen aktivitetet bujqësore.

aktivitetet rurale si dhe përfshihen në punët e fermës.

Në përkufizimet ekzistuese të agroturizmit mund të supozohet se termi “fermë aktive” është vendi ku praktikohen aktivitetet bujqësore.

Këto tipologji të agroturizmit do të ishin një fillim i mirë për të pasqyruar potencialin real të zhvillimit të agroturizmit në Shqipëri. Megjithëse Phillip et al. (2010) kanë propozuar 5 tipologji, tipologjitë më të përhapura të agroturizmit në tre rajonet e analizuara janë tipologjia 1, 2, 3. Pjesa kryesore janë ato të tipologjive 1 dhe 2. Për shembull, një restorant që blen produkte vendore (p.sh. Seferan në Belesh) ose një bujtinë tipike që gjithashtu blejnë produkte të fermerët lokal (p.sh. Bujtinat në Malesinë e Madhe dhe Korçë), klasifikohen nga pronarët e tyre si agroturizëm.

Sidoqoftë, duke iu referuar VKM-së aktuale, këto raste nuk mund të certifikohen si agroturizëm sepse ato nuk plotësojnë njëkohësisht tre kushte (d.m.th., akomodimin, aktivitetet rekreative dhe shërbimet e ushqimit dhe pijeve). Pavarësisht se tipologjia 1 është e përhapur në të 3 rajonet e studiuara, po ashtu dhe në Shqipëri në përgjithësi, ne nuk sugjerojmë që të konsiderohet si një agroturizëm.

Kjo tipologji nuk e konsideron fermën që punon si një komponent thelbësor për të bërë agroturizëm. Në këtë drejtim, kjo tipologji klasifikohet nga studiuesit si një nga tipologjitë më të diskutueshme. Së fundmi, në Shqipëri kjo tipologji njihet kryesisht si “bujtinë”, e cila është një fenomen ndryshe nga agroturizmi (bujtina në Malesi e Madhe, Korçë, Belesh). Si pasojë, kjo tipologji është më e lidhur me turizmin rural sesa agroturizmin. Për sa i përket tipologjive 2, 3 dhe 4, ne sugjerojmë fuqimisht që të jenë pjesë e kornizës së re ligjore, si të përshtatshme për të qenë agroturizëm. Këto tipologji ekzistojnë në tre rajonet, pjesë e zonave të studiuara, por edhe më gjerë. Këto tre tipologji janë të lidhura me ato ferma që punojnë (janë aktive në aktivitetet bujqësore) dhe që ofrojnë akomodim, shërbime ushqimi dhe pije, aktivitete rekreative, demonstrim të aktiviteteve në fermë për vizitorët etj. Kështu që ferma aktive është komponenti kryesor i këtyre tipologjive. Sa i përket tipologjisë së pestë, për shkak të kompleksitetit të saj të aktiviteteve të ofruara, tipologjia e pestë ekziston në 3 zonat e studimit dhe më gjerë në Shqipëri, por është e rrallë. Ky është niveli më i përparuar i një njësie agroturizmi dhe përfaqëson një fermë të diversifikuar thellësisht për sa i përket aktiviteteve të saj (p.sh., Mrizi i Zanave, Agroturizëm Huqi etj.).

5. Potencialet për zhvillimin e agroturizmit

Kohët e fundit agroturizmi është argumentuar shumë si një mundësi për zhvillimin rural. Kjo strategji e diversifikimit të aktiviteteve në fermë, tërheq vizitorët në zonat rurale, rrit të ardhurat dhe punësimin, mbron peizazhet, siguron teknika të qëndrueshme të prodhimit në përputhje me mjedisin, parandalon shpopullimin dhe braktisjen e kulturave tradicionale. Në këtë linjë, për të pasur një rritje të qëndrueshme dhe për të përmbushur në mënyrë efektive kërkesat, shumë ferma të vogla kanë konsideruar diversifikimin e ofertave të tyre, përmes adoptimit të aktiviteteve të turizmit brenda fermave të tyre dhe duke i shndërruar në Agroturizëm.

Shqipëria është një destinacion i përshtatshëm për zhvillimin e agroturizmit për shkak të resurëve të mëdha të burimeve natyrore. Shqipëria njihet për pasuritë natyrore dhe shumëllojshmëritë biologjike, kjo për shkak të pozicionit gjeografik të vendit, si dhe karakteristikave gjeologjike, hidrologjike, klimatike, tokës dhe relievit. Shqipëria ka gjithashtu një florë të pasur me 3.250 specie bimore ose rreth 30% të florës evropiane, dhe për më tepër, nga 91 specie të rrezikuara në të gjithë botën ndodhen pikërisht në Shqipëri (MBZHR, 2018). Shqipëria është një destinacion i përshtatshëm për zhvillimin e agroturizmit për shkak të kushteve klimatike, për kultivimin e drithërave, frutave, perimeve. Schilling dhe Sullivan (2014) arritën në përfundimin se fermat

që kultivojnë frutorët/perimet, fermat rurale që menaxhohen nga pensionistët kanë më shumë të ngjarë të ofrojnë paketa agroturizmi të mirëfillta. Fermat që zbatojnë teknikat e prodhimit organik dhe praktikatat e ruajtjes së mjedisit në ferma, ka më shumë të ngjarë të shndërrohen në agroturizëm. Në Shqipëri ka disa njësi aktive (ferma, eksportues, njësi agrobiznesi etj.) të cilat janë çertifikuar zyrtarisht si ofrues të produkteve organike. Fermat e bagëtive (Schilling dhe Sullivan, 2014), fermat në shkallë të vogël, ato që menaxhohen nga fermerë të rinj, intensivë në përdorimin e tokës për aktivitete, kanë shanse më të mëdha për t'u shndërruar në agroturizëm (Lupi et al., 2017). Për më tepër, territori shqiptar është i mbuluar afërsisht 37% nga pyjet (INSTAT, 2017), dhe 12,57% nga Zonat e Mbrojtura (PA). Ndërkohë studimet e ndryshme (p.sh., Lupi et al., 2017) kanë arritur në përfundimin se fermat, sipërfaqja e të cilave bie brenda zonave të mbrojtura mjedisore, kanë më shumë të mundësi të ofrojnë agroturizëm. Si rezultat, Shqipëria ka mundësi shumë të mira për të nxitur zhvillimin e agroturizmit. Së fundmi, megjithëse zonat rurale ofrojnë një gamë të gjerë atraksionesh turistike si monumente natyrore, ushqime tradicionale, florë dhe faunë, etj., nuk ka një zhvillim të konsoliduar të agroturizmit në praktikë, sepse deri më tani ekziston një numër i kufizuar i njësive të agroturizmit që janë të çertifikuar si të tilla.

5.1 Profili i sipërmarrësve të fermave agroturistike në Shqipëri dhe rajon

Duke iu referuar të dhënave që ofron MBZHR dhe MTM, ekzistojnë 23 ferma të certifikuar si Agroturizëm, ndërsa fermat që kanë potencialet për t'u shndërruar në agroturizëm, janë shumë më tepër sesa kjo shifër. Nga ekzaminimi i realizuar rezulton se zhvillimi i agroturizmit në Shqipëri ka një jetëgjatësi të shkurtër (afërsisht 5 vjet) dhe se agroturizmi është një biznes familjar. Jetëgjatësia e shkurtër vjen si rezultat i faktit që aktivitetet e agroturizmit kanë filluar vetëm kohët e fundit. Agroturizmi menaxhohet kryesisht nga menaxherë të rinj (rreth 35 vjeç), që përfaqësojnë një moshë të re të sipërmarrësve (d.m.th., sipërmarrësit bujqësorë). Kjo shifër pasqyron moshën mesatare të popullsisë shqiptare (39 vjeç). Ky është një rezultat optimist, për faktin se të rinjtë vazhdimisht po i braktisin zonat rurale. Edhe të moshuarit (moshë pensioni) janë të interesuar të kenë një agroturizëm, gjë e cila dëshmon interes për krijimin e agroturizmit edhe nga mosha të ndryshme. In this vein there is no differences among female and male on managing the agritourism. Kjo është në përputhje me konkluzionet e studimeve ndërkombëtare në lidhje me çështjet gjinore mbi menaxhimin e agroturizmit (Shiko p.sh., Babrieri dhe Mshenga 2008; Darque, 1988; Giraud dhe Rémy 2013; Wright dhe Annes, 2014). Disa studiues kanë argumentuar se femrat perceptohen të jenë veçanërisht të përshtatshme për agroturizmin për shkak të rolit të tyre tradicional në familjen fermere. Për këtë ata perceptohet se kanë kompetenca më të specializuara në pastrim, gatim dhe kujdesin, të cilat janë pjesë kryesore e aktiviteteve në menaxhimin e përditshëm

të agroturizmit. Megjithatë, gratë sipërmarrëse përballen me sfida të tilla si më pak akses në subvencione dhe kredi (Little dhe Jones 2000; Bock 2004). Edukimi arsimor i sipërmarrësve të fermave agroturistike është kryesisht në ekonomi, bujqësi, turizëm dhe bioteknologji. Madhësia mesatare e fermës agroturistike është afërsisht 7,3ha, e cila është më e lartë se mesatarja për fermat bujqësore që operojnë në Shqipëri (1,2ha). Madhësia e fermave të agroturizmit në krahasim me fermat bujqësore është për shkak se agroturizmi ofron dhe praktikon aktivitete të ndryshme (p.sh., hiking, panairë, festivale, restorante etj.) gjë që kërkon më shumë sipërfaqe toke në dispozicion. Pra, një fermë që ofron, ose synon të ofrojë një kompleks dhe/ose një sërë aktivitete të ndryshme sigurisht që ka nevojë për një sipërfaqe më të madhe toke sesa një fermë bujqësore. Për më tepër, një arsye tjetër pas këtij dallimi në sipërfaqen e tokës, lidhet me përfitimin. Kështu, kur një fermë ka përfitime, investon në mënyrë të vazhdueshme që të rrisë prodhimin e saj, dhe si rezultat rrit sipërfaqen e tokës. Sidoqoftë, në rastin e Shqipërisë, ku tregu i tokës nuk është aktiv, një fermë agroturizmi mund të përmbushë kërkesat e saj, duke bashkëpunuar me fermat fqinje dhe të ndajë sasi prodhimi të produkteve me fermat e tjera. Me synim të tërheqjes të sa më shumë vizitorëve në fermën agroturizëm, vendndodhja është e rëndësishme. Agroturizmi nuk mund të ekzistojë i veçuar nga aktivitetet e tjera të turizmit. Në këtë drejtim, studimi i Domi et al. (2019) argumenton se shumica e fermave (9 nga 11) ndodhen më pak se 30 km nga një zonë urbane me të paktën 50.000 banorë. Përveç kësaj, 10 nga 11 ferma raportuan që ndodhen më pak se 9 km nga një autostradë.

5.2 Agroturizmi dhe zinxhiri i vlerës

Të përshkruash zinxhirin e vlerës së agroturizmit është komplekse për shkak të lidhjes së tij të drejtpërdrejtë me dy sektorë, bujqësinë dhe turizmin. Kështu, është e nevojshme të shpjegohen marrëdhëniet e agroturizmit me aktorët e interesuar dhe të përfshirë në bujqësi dhe turizëm. Vihet re që mënyra klasike e tregëtimit të produkteve bujqësore dhe partneritetit midis fermave dhe aktorëve të tjerë në zinxhirin e vlerës, ishte përmes shitjeve në rrugë, shitja direkte tek shitësit e shumicës, përpunuesit, shitësit me pakicë, ose në disa raste shitja e drejtpërdrejtë në tregje. Transformimi i fermës në një strukturë agroturizmi ka ndryshuar rrënjësisht rolin e fermave në zinxhirin e vlerës. Për këtë, fermat e agroturizmit u bënë lojtarë thelbësorë në zinxhirin e vlerës. Fermat e agroturizmit shesin produktet e tyre në fermë, përmes shërbimit në restorante, vaktit në njësitë akomoduese dhe shitjes direkt të produkteve të freskëta tek vizitorët etj. Si rezultat, agroturizmi ka shkurtuar zinxhirin e vlerës në bujqësi në favor të fermës. Për shembull, rasti i Mrizit të Zanave⁵, ka një partneritet me afërsisht 400 ferma, ose furnitorë të tjerë, kjo për të plotësuar kërkesën për produkte në restorant, degustimin dhe shitjen e drejtpërdrejtë në fermë. Kjo fermë agroturizëm nuk ka nevojë të shkojë në treg për të shitur produktet e tij, por vijnë konsumatorët (vizitorët) në fermë dhe i blejnë, apo i konsumojnë ato. Për më tepër, disa ferma agroturistike krijojnë partneritet me ferma të tjera bujqësore, në mënyrë që të sigurojnë shitjen e tyre. Kështu, ka ferma agroturistike që u sigurojnë hapësira (p.sh., në restorante ose pjesë të tjera të fermës)

fermave lokale për të shitur prodhimet e tyre të freskëta, ndërsa përfitojnë nga prania e vizitorëve në fermën e agroturizmit. Kjo metodë e re e marketingut ose partneriteti, u lejon fermerëve të mbajnë një pjesë më të madhe të produkteve bujqësore gjendje, dhe si rezultat, për t'ju përgjigjur kërkesës dhe çmimeve të mëvonshme. Përveç kësaj, shkurtimi i zinxhirëve është një strategji e fermave për të kapur segmente të reja të tregut për ushqime lokale dhe të freskëta. Një tjetër veçanti e fermave të agroturizmit është prodhimi dhe shitja e produkteve të origjinës. Produktet e origjinës janë ato produkte që lidhura ngushtë me një vendndodhje gjeografike për sa i përket biodiversitetit, historinë (prodhohen tradicionalisht në këtë zonë), dhe mënyrën e veçantë të prodhimit të këtij produkti nga banorët e kësaj zone gjeografike. Këto produkte konsiderohen si një rrugë për të lidhur njerëzit, vendet dhe produktet (Vandecandelaere, 2009). Produktet e origjinës konsiderohen si një nga arsyet më të rëndësishme për të vizituar fermat e agroturizmit. Produktet e origjinës (pra, që lidhen me komunitetin, historinë dhe territorin ku ndodhet agroturizmi) konsiderohen si një nga arsyet më të rëndësishme për vizitat në fermat e agroturizmit.

Zinxhiri i vlerës së agroturizmit është gjithashtu i lidhur me zinxhirin e vlerës së turizmit. Kështu, fermat e agroturizëm po ndërveprojnë ngushtë me agjencitë e turizmit, presin vazhdimisht grupe turistësh. Përveç kësaj, disa ferma agroturizmi kanë në faqen e tyre të internetit, mediat sociale etj. të cilat i përdorin si instrumente për komunikim të drejtpërdrejtë me klientët e tyre.

Në terma të përgjithshëm, agroturizmi ka krijuar vlerë përmes aktiviteteve të tij

5. Mrizi i Zanave është një nga fermat e para të agroturizmit në Shqipëri. Ndodhet në veri të vendit, në rrethin e Lezhës. Kjo fermë reflekton modelin Italian të zhvillimit të agroturizmit, por duke u përshtatur me tiparet e zonës lokale në aspektet e kulturës, kuzhinës, etj.

duke përfshirë disa aktorë të tjerë në zinxhirin e tij të vlerës, si dhe duke krijuar dinamika të ndryshme. Për më tepër, sipërmarrjet e agroturizmit kanë shkurtuar zinxhirët e vlerës dhe si rezultat, u ka krijuar fermave mundësinë që të kenë kontakte të drejtpërdrejta me konsumatorin final.

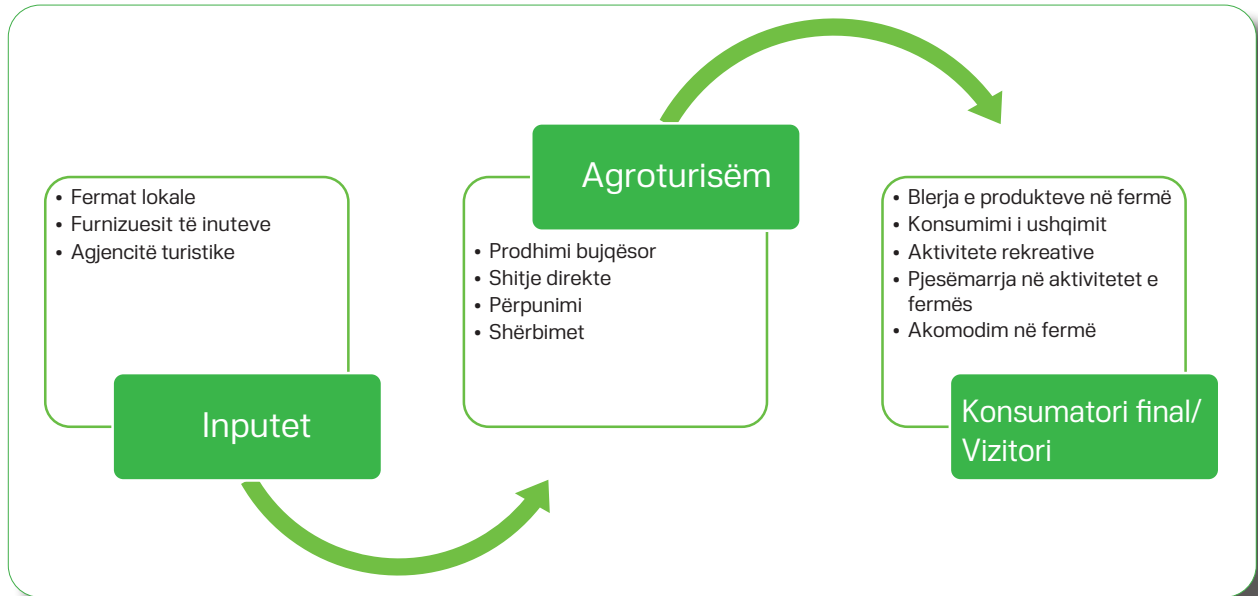


Figure 2. Zinxhiri i vlerës dhe agroturizmi

6. Politik-bërja ndaj Agroturizmit: Kuadri ligjor, aspekte fiskale dhe mbështetja financiare

Kjo mënyrë e re e organizimit të aktiviteteve në fermë u siguron fermerëve tregje të reja fitimprurëse për produktet bujqësore dhe siguron eksperiencë të reja udhëtimi në një treg të madh (Wicks dhe Merrett, 2003). Agroturizmi kohët e fundit ka fituar vëmendjen e politikë-bërësve, sepse konsiderohet si katalizator për zhvillimin rural, veçanërisht në zonat rurale të cilat kanë pasur rënie (Sharpley dhe Vass, 2006).

Agroturizmi në Shqipëri konsiderohet si një aktivitet diversifikues i aktiviteteve në fermë dhe që nxit zhvillimin rural (MBZHR, 2018). Si i tillë, është e qartë se zhvillimi i zonave rurale do të ketë nevojë për mbështetje të fortë dhe udhëzime nga politikë-bërësve (lokalë dhe qendrorë) përmes hartimit të një strategjie kombëtare me fokus specifik agroturizmin. Ekzistojnë disa iniciativa që janë përqendruar në zhvillimin rural, dhe më konkretisht, zhvillimin e agroturizmit, duke pasqyruar një përparësi themelore në aspektin e politikëbërjes kombëtare.

Deri në vitin 2017, koncepti i agroturizmit ishte i thjeshtë i përmendur në ligjin e turizmit⁶ dhe në strategjitë zhvilluese, si një mënyrë për zhvillimin rural, por nuk pati iniciativë të mëtejshme nga ana e qeverisjeve lokale/qendrore. Brenda ligjit të turizmit, agroturizmi është cekur pjesërisht. Kështu, neni 4 i po këtij ligji, përkufizohet koncepti agroturizëm, ndërsa në nenin 19, agroturizmi cilësohet si një nga llojet e turizmit në nivelin lokal të iniciativave. Kuadri ligjor aktual për zhvillimin e agroturizmit

është i kufizuar. Vetëm përgjatë vitit 2018, qeveria shqiptare ka ndërmarrë iniciativë specifike për sa i përket rregulloreve dhe programeve të zhvillimit që synojnë veçanërisht të nxisin agroturizmin, i cili është një mekanizëm për zhvillimin rural. Kështu, qeveria shqiptare ka miratuar me vendim, një rregullore për të identifikuar dhe regjistruar zyrtarisht njësitë bujqësore si agroturizëm të cilat operojnë në Shqipëri, rregullore e cila është akoma në përmirësim e sipër. Kjo do të thotë që, deri në këtë kohë, fermat e agroturizmit kanë funksionuar si sipërmarrje të pa-formalizura, dhe kjo ka sjell mungesë në informacione dhe të dhënat statistikore zyrtare për këtë sektor. Në këtë kuadër, është miratuar një Vendim i Këshillit të Ministrave (VKM)⁷, procedurat, kriteret, rregullat për formalizimin e sipërmarrjes ferma si subjekt agroturizëm. Përkufizimi mbi agroturizmin edhe në këtë VKM është po i njëjtë, si në Ligjin e Turizmit. Referuar VKM, është krijuar një komision ndër-ministral⁸ për vlerësimin e aplikimeve. Ky komision administron aplikimet e atyre njësisve, që synojnë të shndërrojnë fermën e tyre në agroturizëm. Ky komision është i përbërë nga 5 anëtarë, ku 3 prej tyre janë përfaqësues të Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit dhe pjesa tjetër (2) janë nga Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural. Bazuar në vendimin e Komisionit, Ministri Turizmit është përgjegjës për lëshimin e çertifikatës si “Subjekt i Agroturizmit të Çertifikuar”. Çertifikata lëshohet për një periudhë 5-vjeçare. Në rastet kur një agroturizëm i çertifikuar nuk respekton

6. Ligji “nr. 93/2015 për turizmin”

7. VKM Nr. 22, datë 12.1.2018.

8. Komision që përbëhet nga 5 anëtarë (3 janë përfaqësues të Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit, 2 janë përfaqësues të Ministrisë së Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural).

kushtet e parashikuara në këtë VKM, komisioni ka të drejtë të pezullojë dhe/ose të revokojë çertifikatën e lëshuar. Sidoqoftë, subjekti agroturizëm ka të drejtë të aplikojë përsëri kur plotëson të gjitha kushtet e kërkuara nga VKM.

Strategjia kombëtare për zhvillimin rural 2014-2020, u amendua, duke përfshirë programin kombëtar të quajtur Programi i Integruar për Zhvillimin Rural “100 fshatra” (PIZHR-100), për periudhën 2018-2020. Përmes PIZHR-së, u identifikuan 100 fshatra ku duhet të përmbusheshin tre objektiva kryesore; (1) Krijimi i rrjetit shqiptar të agroturizmit, (2) rrjeti inkubator i produkteve tradicionale, (3) rrjeti i markave/dyqaneve të produkteve tradicionale shqiptare. Pra është e qartë, që agroturizmi argumentohet si një mjet i rëndësishëm për të arritur këto objektiva. Agjencia Kombëtare për Planifikimin e Territorit (AKPT) është përgjegjëse për zbatimin e PIZHR-së. Duhet të theksohet që të tre zonat e përfshira në këtë projekt kërkimor janë pjesë e 100 e fshatrave të programit PIZHR, të cilat supozohet se ofrojnë një potencial të madh për turizmin rural dhe më konkretisht zhvillimin e agroturizmit.

Si përmbledhje, në kornizën aktuale ligjore/ rregulluese për agroturizmin, mund të evidentohen katër çështje kryesore:

- Mungesa e një ligji për agroturizmin, i cili do të garantonte hapat e zhvillimit të agroturizmit;
- Ekziston një konfuzion midis dy ministrive të lart-përmendura lidhur me kompetencat apo rolin udhëheqës në aspektin e rëndësisë me zhvillimin e agroturizmit.
- Mungesa e një strukture të dedikuar për zhvillimin e agroturizmit, si në

nivel të institucioneve qendrore ashtu edhe në ato lokale.

- Mungesa e stimujve specifike për zhvillimin e agroturizmit, siç janë ato që nxisin bashkëpunimin, rrjetëzimin, kooperim ndërmjet fermave të agroturizmit dhe aktorëve të tjerë të interesuar për zhvillimin rural (ndërmarrjet, qeveritë lokale, OJQ-të etj.).

Ekzistojnë dy skema financiare kombëtare (grante) të cilat gjithashtu lidhen drejtpërdrejt dhe indirekt me zhvillimin e agroturizmit. Së pari, Skema Kombëtare⁹, e cila financohet 100% nga Qeveria Shqiptare. Kjo skemë ofron mbështetje financiare deri në 50% të investimeve në total, por jo më shumë se 40.000 Euro. Ky grant është i specifikuar për ata që synojnë të ndërtojnë dhe/ose rindërtojnë mjediset akomoduese me 6 deri në 10 dhoma, të cilat janë në funksion të aktivitete rurale. Për më tepër, kjo skemë e granteve siguron financim për ata që ofrojnë një plan biznesi për zhvillimin e agroturizmit, deri në 50% të investimeve të planifikuara, por jo më shumë se 81.000 Euro. Ata që përfitojnë nga kjo skemë, përjashtohen nga mundësia e mbështetjes nga programi IPARD II. Së dyti, skema financiare e Instrumentit të Ndihmës së Para-Anëtarësimit për Zhvillimin Rural (IPARD) përqendrohet në zonat rurale dhe sektorët agro-ushqimorë të vendeve që janë në proces anëtarësimi në BE. IPARD është pjesë e Instrumentit për Ndihmën e Para-Anëtarësimit (IPA), i krijuar për të mbështetur reformat në këto vendet që aspirojnë për t'u bërë pjesë e BE-së. IPARD është programi i rëndësishëm që aktualisht ofron grante për investime në bujqësi, dhe për më tepër, agroturizmi është gjithashtu pjesë e tij. Këto skema të granteve janë një kombinim i kontributit të BE-së (65%)

9. <http://www.azhbr.gov.al/skema-kombetare/>

dhe kontributit të qeverisë shqiptare (35%). Në këtë kuadër, aktorë të ndryshëm (OJQ lokale, fermerë, shoqata fermerësh dhe aktorë të tjerë publik-privatë) që synojnë të investojnë në agroturizëm (p.sh., rindërtimi i një shtëpije të vjetër për akomodimin e vizitorëve, prodhimi i produkteve tradicionale, transformimi i fermave në një fermë agroturizmi etj.), do të financohen deri në 70% të investimit total (nëse aplikanti është i vendosur në zonat malore). Ndërkohë ky investim duhet të jetë në vlerë absolute, në intervalin e vlerave 10.000 Euro dhe 400.000 Euro. Skema të financimit konsiderohen si një ndër burimet më të rëndësishme për të nxitur zhvillimin e agroturizmit, ndaj është tepër e rëndësishme t'i theksojmë ato për diversifikimin e aktiviteteve në fermë. Kështu, Galluzzo et al. (2017), mbas ekzaminimit të agroturizmit në zonat rurale të Italisë, arritën në përfundimin se subvencionet financiare të akorduara nga shtylla e dytë e financimit nga ana e BE-së, nëpërmjet Politikave të Përbashkëta Bujqësore (PPB), nxisin zhvillimin e agroturizmit. Në këtë drejtim, në rastin e Rumanisë, Bhatta, K. (2019) gjithashtu arriti në përfundimin se agroturizmi ka pasur rritje dhe përmirësime të ndjeshme nga subvencionet financiare të alokuara nga PPB. Sidoqoftë, ekzistojnë disa sfida me të cilat përballen fermerët dhe investitorët e tjerë që synojnë të investojnë në agroturizëm. Së pari, mungesa e çertifikatës së pronësisë së tokës është pengesa më e madhe. Megjithëse, kjo është një çështje kombëtare, në rastin e Malësisë së Madhe, kjo është sfida

kryesore që pengon investimet. Së dyti, numri i konsiderueshëm dhe kompleks i dokumenteve për të aplikuar për skemat IPARD është sfida për fermerët e vegjël. Në vijim, kushti që investitori duhet të realizojë paraprakisht të gjithë investimin me kapitalin e tij dhe mbas verifikimit të mund të alokohet shuma grantit të fituar, është tjetër pengesë, sidomos për ferma të vogla. Së treti, fermerët shqetësohen për transparencën e skemave të granteve dhe për mënyrën e marrjes së informacionit në lidhje me thirrjet, afatet, dokumentet etj.

Një iniciativë tjetër e rëndësishme është politika fiskale e ndërmarrë nga qeveria qendrore. Tatimi mbi Vlerën e Shtuar (TVSH-ja) reduktohet nga 20% në 6%, dhe tatimi mbi të ardhurat ulet nga 15% në 5%, për ata që do të çertifikohen si "Subjekti i çertifikuar në agroturizëm". Megjithëse kjo politikë fiskale nxitëse, shtyn fermerët të hapin fermat e tyre për vizitorët, vlen të përmendet fakti se për shkak të nivelit të konsiderueshëm të informalitetit në sektorin e bujqësisë, kjo politikë fiskale është një rrugë për të formalizuar sektorin. Referuar INSTAT (2017), deri në 9,8% (31.372 ferma) janë regjistruar zyrtarisht në autoritetet fiskale dhe pjesa tjetër, deri në 90,2% të fermave, operojnë në mënyrë informale. Sfida e këtyre iniciativave fiskale është që aktualisht 90,2% e fermave nuk janë regjistruar zyrtarisht (ata që nuk kanë një NIPT), nuk po paguajnë TVSH-në, ose tatimin mbi të ardhurat. Pra, sfida është si t'i motivosh këto ferma të formalizohen dhe më tej të mund të transformohen në ferma agroturizëm.

7. Përfshirja e aktorëve në zhvillimin e agroturizmit

Siç tregohet në Tabelën 1, ka disa palë të interesuara të përfshira në zhvillimin e agroturizmit. Përfshirja e tyre është direkte dhe indirekte. Disa nga palët e interesit janë aktualisht aktive dhe disa të tjerë jo. Më konkretisht, tabela e mëposhtme tregon palët e interesit dhe rolin e tyre në zhvillimin e agroturizmit.

Tabela 1. Palët e angazhuara në zhvillimin e agroturizmit

Aktorët në nivel kombëtar	Roli i tyre
<i>Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural (MBZHR)</i>	Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural është e lidhur drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit. MBZHR është e përfshirë drejtpërdrejt në angazhimin e mbështetjes financiare përmes skemave Kombëtare dhe programit IPARD II (2014-2020). Për më tepër, kjo Ministri koordinon përfshirjen e donatorëve të tjerë të huaj/ndërkombëtarë si GIZ, FAO dhe USAID. MBZHR përfaqësohet në komisionin ndër-ministror që çertifikon fermat e agroturizmit.
<i>Autoriteti Kombëtar i Ushqimit (AKU)</i>	Autoriteti Kombëtar i Ushqimit (AKU) është autoriteti kompetent me funksione inspektimi për menaxhim në nivelin kombëtar të sigurisë ushqimore dhe mbrojtjes së konsumatorit, mbrojtjes së bimëve dhe shëndetit të kafshëve. <ul style="list-style-type: none"> • AKU udhëheq procesin e vlerësimit të riskut në fushën e ushqimit të kafshëve, ushqimit dhe mbrojtjes së bimëve. • Planifikon, koordinon dhe ushtron kontrollin zyrtar të ushqimit dhe ushqimeve për kafshët dhe mbrojtjen e bimëve. • Siguron unifikimin praktikave të kontrollit e të sigurisë ushqimore dhe sigurisë ushqimore të kafshëve dhe mbrojtjen e bimëve në të gjithë vendin. • Kryen inspektime paraprake për të verifikuar nëse janë përmbushur kërkesat teknologjike, higjieno-sanitare, fitosanitare dhe veterinarë, verifikimin e dokumentacionit të nevojshëm për regjistrimin dhe liçensimin e njësive të ushqimit dhe mbrojtjes së bimëve.
<i>Shërbimet ekstensioniste (struktura qendrore)</i>	Ky aktor është i përfshirë drejtpërdrejt në zhvillimin e agroturizmit. Kohët e fundit një reformë e re strukturore ka ri-organizuar mbi bazë rajoni. Fermerët shprehen se shërbimet e ekstensionësteve nuk janë efektive sa pritej dhe nuk e ndiejnë rolin e tyre. Sidoqoftë, specialistët e ekstensionit nuk kanë infrastrukturën e duhur për të operuar dhe ata kanë nevojë për trajnime të menjëhershme, në mënyrë që të përditësojnë dhe rifreskojnë njohuritë e tyre.
<i>Ministria e Turizmit dhe Mjedisit</i>	MTM lidhet drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit. Kjo ministri ka shumicën në komisionin ndërministror që çertifikon fermat e agroturizmit. Për më tepër, qe koncepti i agroturizmit evidentohet në Ligjin për turizmin. Duhet theksuar fakti se kjo ministri, krahas shumicës në komisionin ndërministror të çertifikimit të subjekteve Agroturizëm, nuk ka ndonjë iniciativë, apo ndonjë kompetencë të veçantë në lidhje me zhvillimin e agroturizmit.
<i>Agjencia Kombëtare e Planifikimit të Territorit (AKPT)</i>	AKPT është e lidhur drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit. AKPT është përgjegjës për zbatimin e programit PIZHR, ku agroturizmi është një nga shtyllat e tij të rëndësishme. Sidoqoftë, kohët e fundit kjo agjenci nuk është aktive në lidhje me ndonjë iniciativë për zhvillimin e agroturizmit.
<i>Instituti i Statistikave (INSTAT)</i>	INSTAT është indirekt i lidhur me zhvillimin e agroturizmit. Ky institut mund të jetë një palë e interesuar me një rol të rëndësishëm përmes sigurimit të të dhënave dhe informacionit siç janë trendet e vizitorëve për në agroturizëm etj. Megjithatë, ky institut nuk ofron ndonjë të dhënë dhe informacion në lidhje me turizmin rural, dhe për më tepër, në lidhje me agroturizmin. Të dhënat e siguruar nga ky institut kanë të bëjnë vetëm me turizmin në përgjithësi të tilla si flukset e vizitorëve kombëtarë dhe ndërkombëtarë, numrin e njësive akomoduese, shifra lidhur me industrinë e tjera të turizmit etj.

Aktorët në nivel kombëtar	Roli i tyre
<i>Akademia</i>	<p>Është një nga aktorët e lidhur në mënyrë indirekte me zhvillimin e agroturizmit. Në Universitetin Bujqësor të Tiranës, ekziston një departament me emrin Menaxhimi i Turizmit Rural, i cili ka një program me një fokus specifik në turizmin rural dhe zhvillimin e agroturizmit. Ky departament ofron program studimesh në nivelin Bachelor dhe Master Profesional. Çdo vit numri i studentëve të diplomuar janë afërsisht 70-80 në nivelin Bachelor, dhe 15-20 për nivelin Master. Ky profil i turizmit ofrohet vetëm nga ky universitet. Përgjatë periudhës 2016-2019, numri i studentëve të regjistruar, në këtë program studimi, u rrit nga 67 në 90.</p> <p>Gjithashtu, Universiteti i Tiranës ofron program studimi mbi turizmin në përgjithësi, por jo lidhur konkretisht me turizmin rural. Ky program studimi ofrohet në nivelet Bachelor dhe Master. Në Universitetin "Aleksandër Moisiu" të Durrësit ekziston edhe një program studimi mbi Menaxhimin e Hoteleri-Turizmit. Ka edhe disa Universitete të tjera private që ofrojnë këto programe studimi.</p>
<i>Donatorët dhe OJF-të</i>	<p>Donatorët dhe OJF-të janë të lidhur drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit dhe aktualisht janë aktivë. Kohët e fundit disa donatorë të huaj janë të angazhuar drejtpërdrejt në mbështetjen e zhvillimit të agroturizmit. Disa nga këta donatorë ndërkombëtarë janë FAO, GIZ¹⁰, dhe USAID¹¹. USAID ka mbështetur financiarisht projektin në Belsh, në fshatin Seferan, ku u krijua një strukturë agroturizmi, si një rrjet midis një restoranti, afër liqenit, një shtëpie për akomodim dhe fermerëve vendas. GIZ aktualisht po synon të ndërmarrë një studim kombëtar në lidhje me situatën aktuale të zhvillimit të agroturizmit dhe ndërhyrjet e nevojshme në të ardhmen.</p>
<i>Konsumatorët/Turistët/ Vizitorët</i>	<p>Këto aktorë janë të lidhur drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit. Vizitorët luajnë rolin thelbësor në nxitjen e zhvillimit të agroturizmit. Ekziston një kërkesë në rritje për të vizituar hapësirat rurale, për të konsumuar produkte të origjinës, për t'u përfshirë në aktivitete bujqësore etj. Në këtë drejtim, ka një kërkesë në rritje, që i ka nxitur fermerët të hapin fermën për vizitorët. Duke iu referuar studimit të Domi et al. (2019), të gjitha fermat e agroturizmit në Shqipëri përgjatë një jave vizitohen nga një numër mesatar turistësh 400-600, dhe ky frekuentim është më i shpeshtë gjatë sezonit të pranverës, kryesisht në fundjavë. Duke marrë parasysh kategoritë e vizitorëve, ato janë shtetas shqiptarë dhe nga Evropa, kryesisht familje me fëmijë. Pensionistët, grupet shkollore dhe grupet e tjera të organizuara, janë gjithashtu një kategori e rëndësishme që frekuentojnë këto ferma.</p>
Aktorët në nivel lokal	
<i>Qeveria Lokale</i>	<p>Qeverisja lokale (Bashkia) është e lidhur drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit. Neni 19 i ligjit të Turizmit, thekson rolin e qeverisjes lokale "për të kontribuar në zhvillimin e tipeve të ndryshme të turizmit në nivelin lokal, të tilla si turizmi kulturor, agroturizmi etj., kjo bazuar në resurset dhe burimet që ofron turizmi. Në disa raste, qeveritë lokale (bashkitë) ndikojnë drejtpërdrejt dhe indirekt në veprimtaritë e sipërmarrjeve lokale të turizmit, përmes organizimit të aktiviteteve masive si karnavalet, panairët e produkteve vendore, festivalet etj. Këto ngjarje rrisin numrin e vizitorëve në fermat e agroturizmit. Përveç kësaj, përmes restaurimit dhe mirëmbajtjes së njësive kulturore, monumenteve natyrore, peizazheve fotografike dhe atraksioneve të tjera lokale të turizmit, qeverisja lokale mund të ndikojë në rritjen e vazhdueshme të numrit të turistëve në zonë.</p>
<i>Shërbimet ekstensioniste lokale</i>	<p>Shërbimet e ekstensionit lokale janë të lidhura drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit, por që aktualisht nuk ofrojnë shërbime në këtë dimension. Këto shërbime janë pjesë e strukturave të Bashkive. Kontakti i tyre i drejtpërdrejtë me fermerët, përmes këshillimit të tyre, mund të ndikojë pozitivisht në numrin e agroturizmit.</p>

10. <https://www.giz.de/en/worldwide/82937.html>

11. <https://www.usaid.gov/albania/news-information/fact-sheets/fact-sheet-agrotourism-albania>

Aktorët në nivel kombëtar	Roli i tyre
<i>Agjencitë Turistike</i>	<p>Këto aktorë janë të lidhur drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit. Agjencitë e turizmit luajnë një rol të rëndësishëm në rritjen e numrit të turistëve, dhe kryesisht, ato të nivelit ndërkombëtar në frekuentimin e agroturizmit. Sidoqoftë, gjatë diskutimit me sipërmarrësit e agroturizmit, fermerët, pronarët e bujtinave, rezultoi se agjencitë e turizmit janë diktues në bashkëpunimin mes tyre, duke ndikuar në llojin e shërbimeve të ofruara për turistët, në mënyrë që të rritet marzhi i fitimit në favor të agjencive. Fermat agroturizem janë të detyruara të pranojnë kushte nga agjencitë turistike, pasi ata sigurojnë numër të vazhdueshëm vizitorësh. Diktimi i ofertës së shërbimeve, është një aspekt negativ në këtë kooperim, sepse kjo do të dëmtojë imazhin e agroturizmit në sytë e vizitorëve, ku këto të fundit do të refuzojnë të përsërisin vizitën e tyre.</p>
<i>Fermerët</i>	<p>Fermerët janë të lidhur drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit dhe kontribuues tepër i rëndësishëm. Fermerët janë furnizuesit kryesorë të fermave agroturistike dhe restoranteve të tyre, me produkte lokale (produkte origjinë). Kanalet kryesore të shitjes së produkteve të origjinës janë tregjet ndërkombëtare dhe shitja e drejtpërdrejtë tek fermat agroturistike. Produktet lokale janë një nga arsyet e rëndësishme që nxisin vizitorët të shkojnë në ferma agroturistike. Ndonjëherë, fermerët ofrojnë produkte lokale dhe varietete të ndryshme lokale në tregjet lokale dhe restorantet. Aktualisht nuk ka inisiativa politika që theksojnë qëndrueshmërinë e prodhimit të këtyre produkteve. Varietetet lokale dhe mbarështimi i racave autoktone kultivohen dhe mbarështohen kryesisht nga vetë fermerët, pa ndonjë bashkëpunim me Bankën Gjenetike dhe Institutet Kërkimore për të garantuar mbrojtjen e këtyre varieteteve.</p>
<i>Njësitë e tjera të shërbimeve shtesë të agroturizmit</i>	<p>Njësitë e tjera të shërbimeve shtesë në fermat agroturistike (restorantet, B&B) janë aktorët lokal shumë të rëndësishme për zhvillimin e agroturizmit. Këto lloj shërbimesh janë tepër të rëndësishme për mirë-funksionimin e agroturizmit. Në anën tjetër, disa biznese agroturiste si "Mrizi i Zanave" përdorin varietetet lokale, perime dhe varietete frutash të cilat rriten në harmoni me natyrën, të cilat aktualisht janë drejt zhdukjes, dhe nga ana tjetër mundësojnë zvogëlimet e efekteve negative në biodiversitet dhe agrobiodiversitet.</p> <p>Duhet patuar kujdes, sepse rritja dhe zhvillimi i bizneseve të tilla me përmasa të mëdha në zonat rurale mund të sjellë rrezikun e ndotjes, për sa kohë që në këto zona menaxhimi i mbetjeve të prodhuara gjatë aktivitetit të tyre nuk është zgjidhur plotësisht ende.</p>

8. Benchmarking: Rasti i Shqipërisë dhe rajonit

Agroturizmi është një fenomen i përhapur tashmë në të gjithë kontinentin Evropian dhe gjithashtu në vendet e Ballkanit dhe Evropën Lindore. Në Kroaci, fermat e para familjare turistike u regjistruan në 1998 dhe ushtronin aktivitet në përputhje me ligjin e funksionimit të sipërmarrjeve të hotelerisë (Grgić, 2015). Në Rumani aktivitetet e agroturizmit inkurajohen nga qeveria kombëtare në përputhje me dispozitat e Ligjit të Turizmit (kapitulli VI). Ky ligj përshkruan agroturizmin si një aktivitet të turizmit rural. Brenda këtij ligji parashikohet promovimi i zonave rurale me potencial të lartë, informacioni i nevojshëm për mundësitë e turizmit rural, inkurajimi i zhvillimit të produkteve tradicionale dhe lëshimi i ertifikatave për bujtinat (Parlamenti Rumun [PR], 2017). Në Rumani zhvillimi i turizmit rural ka startuar në fund të viteve 1990. Sipas studimit të Petrović et al. (2015), ka rreth 400 njësi akomoduese sipërmarrje agroturiste, të cilat inkurajohen nga Programi Kombëtar për Zhvillimin Rural (PKZR) dhe Plani Strategjik Kombëtar për Zhvillimin Rural (PSKZR). Në Rumani ekziston një skemë e suksesshme e financimit të PNDR 2014-2020, e cila ofron mbi 50 milion euro për zhvillimin e agroturizmit (NRDP, 2017). Ashtu si në Rumani, njësitë e akomodimit të turizmit rural dhe agroturizmit në Kroaci kanë startuar zhvillimin e tyre në fund të viteve 1990 dhe janë rritur vazhdimisht në vitet ne vazhdim. Sot, në Kroaci janë regjistruar 352 njësi akomoduese fermash turistike me rreth 900 shtretër. Numri më i madh i njësive të regjistruara ndodhet në afërsi të zonave bregdetare. Në rastin e Serbisë, koncepti i agroturizmit përcaktohet si qëndrimi në fermë dhe njësitë e akomodimi.

Agroturizmi në Serbi përcaktohet si ofrimi i një “shërbimi rural” për vizitorët, te cilët përmes përjetimit të përvojës rurale në fermë, eksplorimit të natyrës dhe kulturës, vizitorit i jepet mundësia për të përjetuar eksperiencën autentike të jetesës rurale (Cvijanović, 2017). Kështu, koncepti i agroturizmit përdoret si sinonim i turizmit rural. Sipas të dhënave të marra nga zyrat e shoqatës “Turizmi Rural në Serbi”, deri në fund të vitit 2013 ekzistonin 970 sipërmarrje të regjistruara, të cilat mund të klasifikohen si njësi akomoduese në ferma. Në Hungari njësitë e akomodimit agroturistike kanë një kapacitet prej 15.000 shtretërish, që përfaqëson rreth 5% të ofertës turistike të këtij vendi (Petrović et al., 2015). Në rastin e Greqisë, koncepti i zhvillimit të agroturizmit shfrytëzohet si një mënyrë e mbrojtjes së vlerave tradicionale dhe trashëgimisë etnografike dhe si rezultat, ndikimi i tij ekonomik konsiderohet si shumë i rëndësishëm për zonat rurale (Petrović et al., 2015).

Megjithëse agroturizmi është një fenomen mbarë botëror, në Itali ai ka marrë një rëndësi të veçantë në aspektin e zhvillimit socio-ekonomik, dhe përfaqëson ndoshta një nga produktet inovative në zhvillimin rural dhe bujqësinë në nivel kombëtarë (Esposti, 2012). Legjislacioni kombëtar Italian e koncepton dhe trajton agroturizmin ndryshe nga format e tjera të turizmit rural, gjë e cila e bën këtë vend rast të veçantë në nivel ndërkombëtarë (Santucci, 2013). Në Itali veprimtaria e agroturizmit ushtrohet vetëm nga fermerët dhe anëtarët e familjes fermerë (Ligji nr. 96/2006). Aktivitetet turistike të fermës duhet të lidhen me ato bujqësore, ku kjo e fundit mbetet veprimtaria kryesore e fermës. Dominimi i

veprimtarisë bujqësore është i përcaktuar në termat e kohës (orëve) së punës dhe jo në termat e të ardhurave. Prandaj, në Itali agroturizmi nuk ekziston pa fermën bujqësore, ku fermeri, në pjesën më të madhe të kohës, është i detyruar t'i përkushtohet aktiviteteve bujqësore.

Zhvillimi i agroturizmit në rajonin e Toskanës ka histori të hershme, të cilën Randelli et al. (2014) e ndan në tre periudha. Së pari, periudha e ngritjes së infrastrukturës (1951–1985). Kjo periudhë u karakterizua nga disponueshmëria e ndërtesave boshe në ferma, një numër i madh i shtëpive të distancuara nga zonat urbane, një trashëgimi e sistemit të mëparshëm bujqësor, të cilat u administruan nga banorë të rinj ku shumica e tyre ishin të huaj nga Anglia, Franca, Gjermania, Zvicra dhe SHBA, ose Italianë nga qytetet kryesore (Milano, Roma, Napoli, etj.) dhe Toskana (Firence, Prato, Siena). Për shkak të një sensi të të bërit biznes, aftësive të reja dhe një rrjeti ndërkombëtar kontaktesh, këta sipërmarrës patën një rol udhëheqës në tranzicionin drejt zhvillimit të agroturizmit. Së dyti, periudha e rritjes (1985–2007), përgjatë kësaj periudhe rajoni i Toskanës

ishte i pari që hartoi ligjin për agroturizmin. U krijuan një sërë rrjetesh që u mundësoi grupeve të interesit të zhvillojnë dhe punojë së bashku në drejtim të identifikimit dhe nxjerrjes në pah të traditave lokale, formave të ndryshme të artit, festave, shkëmbimit të eksperiencave dhe njohurive (Saxena dhe Ilbery, 2008). Në mënyrë për të inkurajuar rikthimin në fermë dhe kohëzgjatjen e qëndrimit në fermë, shumë ferma të agroturizmit u përpoqën të ofronin produktet/shërbimet specifike rurale (degustimi i verës). Periudha e tretë është ajo e pjekurisë, e karakterizuar nga një numër i qëndrueshëm i fermave të agroturizmit të cilat më së shumti u përqendruan në përmirësimin e cilësisë së produkteve dhe diversifikimin e ofertës.

Për shkak të këtij modeli, agroturizmi në Toskanë konsiderohet si një nga shembujt më të mirë. Në Tabelën 1, paraqitet një formë krahasuese e këtij modeli të Toskanës dhe rastit të Shqipërisë. Përmes këtij krahasimi evidentohen praktikat më të mira duke krahasuar modelin e Toskanës me rastin shqiptar. Kështu, Toskana konsiderohet si shembulli më i mirë i “praktikave më të mira”.

Tabela 2. Analiza benchmarking: Rasti i Shqipërisë dhe Toskanës

Komponenti	Agroturizmi në Toskana, Itali	Agroturizmi në Shqipëri
Modeli	<ul style="list-style-type: none"> • Madhësia e fermës së agroturizmit, për sa i përket sipërfaqes së tokës është 105 ha • Vetëfinancim • Menaxhohet nga vetë familja • Shumica kanë restorante ku shesin produkte të përpunuara. • Përpunimi në fermës (kryesisht vera) dhe agroturizmi në shtëpitë e vjetra, që nga nga koha mesjetare 	<ul style="list-style-type: none"> • Shumica e fermave janë të vogla, të izoluar, vetëfinancuara • Menaxhohet nga vetë familja • Pronari kryesisht është ish-emigrant • Shumica kanë restorantin ku shesin produkte të përpunuara. • Restoranti ndjek konceptin “nga ferma në tavolinë” • Fermat përpunojnë prodhimet
Kuadri Rregullator	<ul style="list-style-type: none"> • Ligj i dedikuar për agroturizmin (ligji rajonal i Toskanës nr. 30/2003) 	<ul style="list-style-type: none"> • Koncepti i agroturizmit rregullohet në Ligjin e Turizmit (Ligji nr. 93/2015, për turizmin) • Ekziston një vendim i këshillit ministrave në lidhje me procedurat e çertifikimit të sipërmarrjeve agroturizem

Komponenti	Agroturizmi në Toskana, Itali	Agroturizmi në Shqipëri
Nr. Sipërmarrjeve agroturistike	<ul style="list-style-type: none"> 4.620 Ferma Agroturizmi 	<ul style="list-style-type: none"> Të njohura si "Subjekt i çertifikuar Agroturizmi" janë 23 Ekzistojnë 90 ferma me potenciale për t'u shndërruar në agroturizëm në terma afatshkurtër / afatmesëm.
Jetëgjatësia	<ul style="list-style-type: none"> ≈20 vite 	<ul style="list-style-type: none"> ≈5 vite
Pronësia (Menaxher agroturizmi) dhe mosha	<ul style="list-style-type: none"> Menaxher Agroturizmi (fermer) Mosha mesatare e tyre është 41-64 vjeç 	<ul style="list-style-type: none"> Pronari me një eksperience si shefi i kuzhinës, ose ish-sipërmarrës. Shumë pak fermerë që drejtojnë agroturizmin Mosha mesatare e menaxherit të agroturizmit është 25-44 vjeç
Profili i arsimit të menaxherit të agroturizmit	<ul style="list-style-type: none"> Bujqësi (50,9%, 292 të të intervistuarve) 	<ul style="list-style-type: none"> Ekonomi (6 nga 11 të intervistuar)
Sipërfaqja mesatare e tokës	<ul style="list-style-type: none"> 105ha 	<ul style="list-style-type: none"> 7,3ha
Vend-ndodhja	<ul style="list-style-type: none"> Vendosen përgjithësisht pranë qendrave turistike dhe peizazhe piktoreske Bujqësia e shtrirë gjatë gjithë vitit Me një distancë nga qyteti me i afërt prej 50.000 banorë ≈ 30-59 km Me një distancë nga autostrada 1-9km 	<ul style="list-style-type: none"> Vendosen kryesisht pranë peizazheve piktoreske, por jo pranë qendrave turistike Bujqësia e shtrirë gjatë gjithë vitit Me një distancë nga një qytet më i afër prej 50 000 banorë ≈ 5-29 km (45%) Me një distancë nga autostrada 1-9 km.
Të ardhurat	<ul style="list-style-type: none"> Vijnë kryesisht nga qëndrimi/ akomodimi prej (30-70% të të ardhurave totale) 	<ul style="list-style-type: none"> Restoranti dhe shitja e produkteve në fermë
Produktet	<ul style="list-style-type: none"> Prodhimi i verës dhe vajit të ullirit në shkallë të gjerë, të tregtuar brenda dhe jashtë vendit. Prodhimi i verës dhe produktet tipike të zonës të markuara (Produktet e origjinës) Verë e markuar, një peizazh piktoresk, ekoturizëm, traditë dhe kulturë e qytetërimeve, histori, festivale (aktivitete masive). Kategoria e vizitoreve në grup moshë dhe kombësi të ndryshme. 	<ul style="list-style-type: none"> Kryesisht prodhim në sasi të vogël dhe konsumohet në restorantin e fermës. Kryesisht prodhohen produktet nuk janë të markuar (përveç verës) Destinacion i lirë, peizazhe piktoreske, shpejtësia e shërbimit së ushqimit e ngadaltë dhe kuzhina lokale, histori, muzikë dhe kulturë vallëzimi.
Bashkëpunimi dhe rrjetëzimi	<ul style="list-style-type: none"> Shumica e agroturizmeve janë pjesë e rrjeteve të ndryshme (p.sh., Rrjetëzimi i prodhuesve e Verërave Chianti Classico) ata shesin verën me një Markë 	<ul style="list-style-type: none"> Mungesa e tregjeve për fermat dhe mungesa e bashkëpunimit
Turistët/Vizitorët (konsumatorët)	<ul style="list-style-type: none"> Turistë të huaj nga Evropa Perëndimore, Sh.B.A dhe Azia Lindore Pasja e një strategjie të dedikuar në nivel promovimi dhe këtë kategori në veçanti 	<ul style="list-style-type: none"> Kryesisht vizitorë vendas, entuziastë të ushqimit Ata pak turistë të huaj vijnë kryesisht nga agjencitë e udhëtimit dhe njohjet personale.
Aktivitetet (aktive)	<ul style="list-style-type: none"> 7 muaj (mars deri në shtator). Kalendar kulturor sezonal për karnavale dhe festivale 	<ul style="list-style-type: none"> Nuk ka një të tillë

Komponenti	Agroturizmi në Toskana, Itali	Agroturizmi në Shqipëri
Aksesi online (vizibiliteti)	<ul style="list-style-type: none"> Një site i dedikuar i agroturizmit (në shkallë vendi ose rajonal) Vlerësim i mirë në faqet e njohura të internetit, blogjet dhe mediat sociale 	<ul style="list-style-type: none"> Nuk ka një website të dedikuar për agroturizmin, ose portal informacioni (në nivel lokal ose kombëtar) Ekzistojnë vetëm llogari private të sipërmarrjeve në internet (p.sh. Facebook, Instagram etj.)
Promovimi	<ul style="list-style-type: none"> Komunat, Qeverisja Rajonale dhe Rrjetet luajnë një rol aktiv 	<ul style="list-style-type: none"> Promovim i drejtpërdrejtë Përdorimi i mirë i mediave sociale, dokumentareve TV dhe edicioneve të lajmeve TV.

9. Modelet e agroturizmit në bashkitë e përzgjedhura

Në këtë seksion, janë trajtuar në mënyrë të përmbledhur modelet e zhvillimit të turizmit. Analiza e hollësishme rreth tyre janë paraqitur në Aneksat përkatëse.

9.1 Profili i Belshit (Analizë e detajuar në aneksin 1)

Imazhet e agroturizmit në Belsh; Aktorët kryesorë të agroturizmit në Belsh e përshkruajnë agroturizmin si më poshtë:

“Shijoni shijen e pasur të produkteve të çdo stine të gatuar sipas kulinarisë së Shqipërisë së Mesme, të trajtuara me vaj ulliri, të shërbyer pranë liqeneve të bukura nën ajrin e pastër”.

Avantazhet:

- Zona është e pasur me prodhime bujqësore, Kuzhinë tradicionale.
- Zonat e Belshit janë unike për nga natyra, këtu gjenden 84 liqene karstikë.
- Kjo zonë ofron peizazhe të bukura me kodra, vreshta, mikëpritje, produkte të freskëta dhe sezonale, si dhe një infrastrukturë të mirë.

Sfidat:

- Mos njohja e sipërmarrjeve agroturistike si të tilla, ku sipas ligjit njëzia duhet të ketë tre komponentë (bujtinë, restorant, ferma), por kanë potenciale që të njihen zyrtarisht si agroturizëm.
- Mungesa e promovimit të atraksioneve të zonës.
- Mungesa e bashkëpunimit mes aktoreve të interesuar që

kontribuojnë në zhvillimin e agroturizmit.

- Standardet e sigurisë ushqimore të produkteve të prodhuara në ferma nuk përmbushen plotësisht nga fermerët dhe aktorët e tjerë të interesuar.
- Fermat e vogla dhe të fragmentarizuara ofrojnë potenciale për t'u shndërruar në agroturizëm.

Agroturizmi në zonën e Belsh-it është ngushtësisht i lidhur me produktet bujqësore të freskëta, të përpunuara, ose të gatuar dhe të shërbyera në restorante. Agroturizmi në Belsh bazohet kryesisht në turistë të përditshëm dhe jo domosdoshmerisht e lidhur me njësitë e akomodimit.

Tipologjia e agroturizmit në Belesh

Duke qenë se kjo zonë është e pasur në burime natyrore (p.sh. liqene), gastronomi, si dhe intensive në prodhimin bujqësor, ka një potencial të madh për zhvillimin e agriturizmit. Sidoqoftë, tipologjia e agroturizmit më e gjindshme në këtë zonë, janë ato që përkasin tipologjisë 1, 2 (shiko Figura 1).

Kështu, në këtë zonë ka raste të agroturizmit që operon në një fermë jo aktive, ku akomodimi ishte në një shtëpi e cila më parë ishte për banim për familjen fermerëve, por aktualisht nuk është e lidhur

me aktivitetet bujqësore. Për shembull, në këtë zonë gjenden raste ku një restorant blen produkte lokale (p.sh. agroturizëm Zejtaria), por nuk ka një fermë të vetën ku të siguronte produkte bujqësore. Sidoqoftë, gjenden edhe raste të tjera kur agroturizmi operonte në një fermë aktive, por me kontaktet pasivë të turistëve. Për shembull, "Agritourism Paja" është një fermë me një restorant, por një kontakt pasiv i vizitorëve me aktivitetet e fermës. Pavarësisht se në këtë zonë ka një potencial të madh për zhvillimin e agroturizmit, nuk ka asnjë agroturizëm të çertifikuar. Si rezultat, për këtë zonë, në periudhën afatshkurtër dhe afatmesme sugjerojmë të nxisim modelin e agroturizmit, që i përkasin tipologjive 2, 3 dhe 4.

9.2 Profili i Korçës (Analiza e detajuar paraqitet në Aneksin 2)

Imazhi i Agroturizmit

Aktorët kryesorë të agroturizmit në Korçë e kanë përshkruar profilin e agroturizmit si më poshtë:

"Shijoni ushqim plot shije të një kuzhine shumë të pasur lokale, të përgatitur nga amvisa të palodhura, shoqëruar me verë dhe raki mani, nën harmoninë e tingujve të kitarës melankolike"

Avantazhet:

Rrethi i Korçës është një nga zonat më të pasura me atraksione turistike:

- Korça ofron një larmishmeri turistike, si ekoturizmi, turizmi urban, turizmi kulturor, turizmi rural dhe agroturizmi.
- Kjo zonë është e pasur me kuzhinë tradicionale, peizazhe të bukura, atraksione kulturore,

mikëpritje, në disa fshatra të kësaj zone ofrohet shërbimi B&B.

- Organizohen aktivitete me përmasa të mëdha, duke sjellë rritje të numrit të vizitorëve gjatë sezonit të dimrit dhe verës.
- Në rrethin e Korçës ekzistojnë dy struktura agroturistike, të njohura zyrtarisht si subjekte të çertifikura agroturizëm.

Sfidat:

- Aktualisht janë vetëm dy struktura agroturistike që njihen zyrtarisht, por edhe tre të tjera kanë potenciale për t'u çertifikuar në të ardhmen.
- Kapacitete të kufizuara akomodimi në zonat rurale
- Mungesë të pikave informuese
- Mungesë të burimeve njerëzore
- Mungesë të theksuar të trajnimeve të burimeve njerëzore për zhvillimin e agroturizmit dhe shërbimeve të mikëpritjes.
- Bashkëpunimi i dobët midis aktorëve (d.m.th., mungesa e shkëmbimit të përvojës, informacioni etj.).

Agroturizmi në këtë zonë është kryesisht i bazuar në sektorin ushqimor, produkteve të përpunuara dhe veçanërisht në gatime. Agroturizmi këtu është i kombinuar me turizmin kulturor dhe përfshin akomodimin në B&B.

Tipologjia e agroturizmit në rajonin e Korçës

Korça është një nga rajonet më të vizituar për sa i përket turizmit me bazë natyrën. Korça është shumë e pasur me atraksione

natyrore (p.sh., Voskopoja, Dardha, liqeni i Pogradecit etj.), dhe ka gastronomi të larmishme. Sidoqoftë, zhvillimi i agroturizmit është ende në fillimet e tij. Agroturizmi në këtë rajon është më i avancuar në krahasim me zonën e Belshit. Në përgjithësi, në këtë zonë gjendet agroturizëm që i përket 5 tipologjive të lart-përmendura. Kështu, ekzistojnë agroturizëm në një fermë jo-aktive, të cilat ofrojnë akomodim, por sigurojnë produkte bujqësore nga fermat e tjera lokale (rastet në fshatrat Dardhë dhe Voskopoje). Nuk ka një lidhje të drejtpërdrejtë dhe aq më tepër, pjesëmarrje të vizitorëve në aktivitetet e fermave. Sidoqoftë, ka 2 agroturizëm të çertifikuar zyrtarisht si të tillë (“Farma Sotira” dhe “Taverna Xhufka”). Këto dy agroturizëm ofrojnë njëkohësisht tre komponentë (akomodim, shërbime të ushqimit dhe të pijeve, si dhe aktivitete rekreative) dhe më së shumti përfaqësojnë tipologjinë e pestë. Agroturizëm që i përket tipologjive 2, 3 dhe 4, janë duke u shfaqur gjithnjë e më shumë në këtë zonë. Për shembull, “Luadhi çelos¹², Pogradec”, “Ferma Xharshe¹³”, “Kantina Max¹⁴”, “Sofra Kolonjare”, etj., kanë një potencial të madh për t’u njohur zyrtarisht si agroturizëm. Në këtë rajon/zonë, sugjerojmë të promovohet modeli i agroturizmit të “Farma Sotira”¹⁵. Së fundmi, për këtë zonë, në periudhën afatshkurtër dhe afatmesme sugjerojmë të nxisim modelin e agroturizmit, që i përket tipologjive 2, 3, 4 dhe 5.

9.3 Profili i Malësisë së Madhe (detajet e analizës do t’i gjeni në aneksin 3)

Aktorët kryesorë të agroturizmit në Malësinë e Madhe e kanë përshkruar imazhin e agroturizmit si më poshtë:

“Ndjesia e traditës së pa eksploruar të alpeve shqiptare, shoqëruar me zhurmën e ujit që rrjedh nga burimi, nën flladin e pyjeve të ahut dhe zhurmën e kambanave të deleve, që kullosin në kullotat e pasura malore”.

Avantazhet:

- Rrethi i Malësisë së Madhe është zona më e pasur për bukuritë malore dhe peizazhe që marrin frymë.
- Kjo zonë ofron turizëm alternativ, si eko-turizëm, agroturizëm dhe forma të tjera të turizmit
- I pasur me kuzhinë tradicionale dhe produkte të freskëta lokale.
- Është zona me dendësinë më të lartë të bujtinave, në rang vendi.
- Prodhime të gatuar sipas mënyrës tradicionale janë një potencial i madh për sipërmarrjet agroturistike (11 njësi rurale ka potencial të shndërrohen në subjekte të çertifikuara si agroturizëm).

Sfidat:

- Prodhim bujqësor i limituar (jo i mjaftueshëm)
- Mungesa e mirëmbajtjes së rrugëve dhe shtigjeve turistike

12. <https://agroturizem.gov.al/luadhi-i-celos-agritourism/>

13. <https://agrotourism.gov.al/xharshe-hostel-farm/>

14. <https://agrotourism.gov.al/max-winery/>

15. Farma Sotira is officially registered as Agritourism. It offers recreational activities, accommodation, and food and beverage services. <https://agrotourism.gov.al/farma-sotira-leskovik-kolonja/>

- Ka mungesë të promovimit të atraksioneve turistike dhe identifikimit të tyre
- Mungesa e mbështetjes së qeverisë lokale dhe rajonale për zhvillimin e agroturizmit dhe promovimi i atraksioneve lokale
- Mungesë e ujit të pijshëm, energjisë elektrike në ferma
- Shërbime me cilësi të ulët
- Mungesa e stafit të specializuar dhe të trajnuar
- Bashkëpunimi është spontan, informal dhe jo i bazuar në kontratë
- Nuk ka asnjë agroturizëm të njohur zyrtarisht në këtë zonë

Agroturizmi në Malësinë e Madhe bazohet kryesisht në produkte dhe ushqime vendase. Mënyra tradicionale e mbledhjes së bimëve medicinale dhe të punuarit akoma me kafshë është një nga elementët dominuesë dhe tërheqës. Agroturizmi është i lidhur ngushtë me turizmin natyror dhe ekoturizmin, të cilët duhet të ofrojnë mundësi akomodimi, B&B.

Tipologjia e agroturizmit në Malësinë e Madhe

Siç përshkruhet edhe më sipër, rajoni i Malësisë së Madhe është zona më e pasur me male të bukura dhe të larta, kuzhinë tradicionale, produkte të freskëta vendase dhe dendësinë më të lartë të bujtinave në Shqipëri. Kështu, kjo zonë ka një potencial të madh për zhvillimin e agroturizmit. Në këtë zonë, llojet e agroturizmit më së shumti i përkasin tipologjive 1, 2, 3 dhe 4. Në këtë kuadër, në këtë rajon nuk ka agroturizëm të çertifikuar. Sidoqoftë, disa raste agroturizmi të suksesshme që po shfaqen. Për shembull, “Kantina e Miqësisë”, “Rruga e Mullirit¹⁶” dhe “Shporta e Reçit¹⁷” janë raste me potencial të madh për t’u çertifikuar si subjekte agroturizmi. Këto agroturizëm kanë një potencial të madh, që në të ardhmen e afërt të njihen zyrtarisht si agroturizëm.

Në këtë rajon, në periudhën afatshkurtër dhe afatmesme, ne sugjerojmë të nxisim modelin e agroturizmit që i përket tipologjive 2, 3 dhe 4.

16. <https://agrotourism.gov.al/the-mills-path-rruga-e-mullirit/>

17. <https://agrotourism.gov.al/recis-basket-shporta-e-recit/>

10. Konkluzione

Qëllimi i këtij *position paper* është të ekzaminojë situatën aktuale të zhvillimit të agroturizmit. Për të arritur këtë qëllim, janë ndërmarrë dhe adresuar katër objektiva kryesore (1) shqyrtimi i situatës aktuale dhe potencialet e zhvillimit të agroturizmit; (2) përkufizimi i konceptit të agroturizmit, dhe për më tepër, përshkrimin e tipologjisë së agroturizmit në kontekstin shqiptar; (3) identifikimin dhe përshkrimin e secilës palë të përfshirë, rolin e tyre në zhvillimin e agroturizmit; dhe (4) përshkrimi i së shkuarës, politikave e ndërmarra aktualisht dhe propozimin e ndërhyrjeve në të ardhmen.

Së pari; Shqipëria është një destinacion i përshtatshëm për zhvillimin e agroturizmit për shkak të burimeve të saj të pasura natyrore dhe bujqësore. Përveç kësaj, bujqësia dhe turizmi janë dy sektorë të rëndësishëm për zhvillimin socio-ekonomik. Kështu që strategjitë që synojnë zhvillimin e këtyre dy sektorëve domethënës, janë të rëndësishme. Si përmbledhje, agroturizmi është një aktivitet që nxit zhvillimin e qëndrueshëm rural në Shqipëri. Pavarësisht se agroturizmi është një fenomen tashmë i njohur në të gjithë Shqipërinë dhe ka një potencial të madh për zhvillim, nga ana tjetër është ende fazat e hershme të zhvillimit të tij.

Së dyti; ekziston një konfuzion në lidhje me përdorimin e koncepteve të agroturizmit dhe turizmit rural. Ndërsa turizmi rural i kushtohet në mënyrë rigorozë produkteve turistike, shërbimeve dhe aktiviteteve që lidhen me zonat lokale dhe banorët, agroturizmi shton dhe komponentin bujqësor për shërbimet turistike dhe facilitetet, duke bërë që turistët të

përfshihen në aktivitetet bujqësore në fermë (p.sh., kultivimi i perimeve, përpunimi i ushqimit, kujdesi për kafshët). Sidoqoftë, për të përcaktuar dhe kuptuar më mirë konceptin e agroturizmit, edhe në kontekstin e Shqipërisë, ne sugjerojmë si shumë të rëndësishme të konsiderohen pesë tipologjitë e fermave të agroturizmit të propozuara nga Phillip et al. (2010).

Së treti; aktorët e përfshirë, që janë të lidhur drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit dhe aktualisht po luajnë një rol aktiv janë si më poshtë; Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, Akademia, Donatorët (FAO, GIZ, USAID), OJQ-të, klientët, qeverisjet lokale, agjencitë e turizmit, fermerët. Disa nga aktorët e interesuar që janë të lidhur drejtpërdrejt dhe jo-drejtpërdrejt me zhvillimin e agroturizmit dhe aktualisht nuk janë aktivë, për shembull, Agjencia Kombëtare e Planifikimit të Territorit (NATP), Shërbimi i Ekstensionit (si në nivelin lokal dhe rajonal), Instituti Kombëtar i Statistikave (INSTAT).

Së katërti; kohët e fundit agroturizmi ka tërhequr vëmendjen e politikë-bërësve sepse konsiderohet katalizator për zhvillimin rural, veçanërisht në zonat bujqësore që kanë pasur rënie. Agroturizmi në Shqipëri konsiderohet si një strategji diversifikuese për aktivitetet në fermave duke bere që te nxisin zhvillimin rural, dhe si rezultat, kane nevojë për ndërhyrje në nivel politike bërje. Kohët e fundit, ka disa iniciativa që janë përqendruar në zhvillimin rural, dhe më konkretisht, zhvillimin e agroturizmit, duke e vendosur në prioritetet në nivelin e politike bërjes kombëtare. Këto iniciativa politik-bërëse janë zhvilluar

me fokus të (1) kuadrit rregullator (p.sh., vendimi i këshillit të ministrave-VKM, i cili adreson procedurën e regjistrimit si agroturizmt dhe çështje të tjera); (2) uljen e TVSH-së dhe tatimit mbi të ardhurat; dhe (3) skemat financimit (grante).

Së pesti, përgjatë intervistave me sipërmarrësit e agroturizmit, u vu re se agroturizmi ka ringjallur dhe promovuar produktet vendase dhe gatimet tradicionale. Për shembull në Belesh Agroturizëm Paja ka kultivuar disa produkte organike dhe locale me fare autoktone. Një rast tjetër në Lezhë (agroturizëm Mrizi i Zanave) ka ringjallur disa gatime që lidhen ngushtë me traditat e zonës lokale. Këto produkte dhe gatime shiten në restorante dhe ose u shiten drejtpërdrejt vizitorëve gjatë vizitës së tyre. Në fakt, gatimet tradicionale dhe/ose produktet vendase përfaqësojnë arsyen kryesore për të vizituar këto ferma agroturizmi.

Së gjashti, bashkëpunimi është një sfidë për tu adresuar në të tre rajonet e targetuara. Disa karakteristika të bashkëpunimit në këto fusha janë, si vijon; spontane, jo të rregullta dhe jo të bazuara në kontrata. Vvrehet një bashkëpunim informal ndërmjet fermave, restoranteve, qeverisjes vendore dhe agjencive turistike. Ekziston një model i bashkëpunimit midis restoranteve, bujtinave dhe fermerëve lokalë të promovuar nga USAID (rasti i Seferan). Duket se fermerët, sipërmarrësit e restoranteve, përfaqësuesit e komunave nuk kanë njohuritë e nevojshme në lidhje me mundësitë e bashkëpunimit, konceptet e rrjeteve dhe kontraktimin. Ka vetëm dy raste (d.m.th. rajoni i Korçës) të çertifikuar si subjekte agroturizmi në të tre zonat e synuara dhe koncepti i agroturizmit dhe njohuritë për mënyrën sesi funksionon nuk janë kuptuar mirë midis aktorëve që kanë të bëjnë me zhvillimin e agroturizmit.

11. Rekomandime

Pas analizimit të të dhënave cilësore dhe sasore të siguruar nga seminarët e organizuar me aktorët e tre zonave të targetuara (Korçë, Belsh, Malësi e Madhe), dokumenteve, strategjive ekzistuese në lidhje me agroturizmin në Shqipëri, rishikimin ed thelluar të literaturës akademike aktuale, si dhe një analizë e modeleve ekzistuese ndërkombëtare lidhur me zhvillimin e agroturizmit, ne sugjerojmë ndërhyrjet e mëposhtme. Këto ndërhyrje sugjerohen të ndërmerren në nivel kombëtar ashtu edhe në atë lokal.

Edhe pse ekziston një konfuzion në përkufizimin e termit agroturizëm dhe shpesh here duke e konsideruar si sinonim me turizmin rural, nga ana tjetër, agroturizmi duhet të konsiderohet nga politike bërësit dhe palët e interesuara, si një alternative e qëndrueshme specifike dhe e re për diversifikimin e aktiviteteve bujqësore, dhe si rezultat, zhvillimin e zonave rurale. Për më tepër, mbështetja e zhvillimit të agroturizmit është shumë e rëndësishme për shkak të efekteve të tij multiplikator në zonat rurale. Kështu, agroturizmi shtrihet/prek në një sërë sektorësh (bujqësia, akomodimi dhe shërbimet ushqimore dhe rekreacioni, transporti, agjencitë e turizmit, tregtia me shumicë, tregtia me pakicë).

Konsiderohet shume e nevojshme të ndërmerret një studim në nivel kombëtar, në mënyrë që të skanohet më mirë zhvillimi i agroturizmit. Ky studim do të sigurojë një pasqyrë më të qartë në lidhje me fenomenin e agroturizmit, rolin dhe sfidat e tij (d.m.th., situata aktuale e agroturizmit në aspektin e kornizës ligjore, financimin e sektorit, çështjet fiskale, tipologjitë e agroturizmit etj.), si dhe ndërhyrjet që

mund të rekomandohen. Ky studim duhet të ndërmerret nga qeveria qendrore (d.m.th., MBZHR), dhe me mbështetje nga donatorët. Rezultatet do të shërbejnë si bazë për politike bërjen në të ardhmen, ndërhyrjet e donatorëve etj. Kjo iniciativë duhet të ofrojë një shpjegim më të thelluar të efekteve socio-ekonomike-kulturore të agroturizmit në zhvillimin e komuniteteve rurale.

Ekziston nevoja për të përpiluar një strategji kombëtare për zhvillimin e agroturizmit në Shqipëri. Kjo strategji do të ndihmonte për të arritur dakordësi lidhur më përkufizimin e termit agroturizëm, marrëveshje për përcaktimin e saj, çfarë mundësisht ofron dhe çfarë mund të bëhet për të rritur zhvillimin e agroturizmit. Më konkretisht, kjo strategji do të shërbejë si kornizë për ndërhyrjet e ardhshme për të zhvilluar në mënyrë të qëndrueshme këtë sektor përmes zbatimit të politikave në drejtim të ngritjes së kapaciteteve, fiskale, financiare dhe ligjore.

Sugjerohet për politik-bërësit të konsiderohet përmirësimi i kornizës ligjore duke konsideruar mundësinë e përmirësimit të VKMsë aktuale, dhe për më tepër, përpilimin e një ligji të dedikuar për agroturizmin. Një rregullim shumë i rëndësishëm në kornizën e rregullimit është që të rishikohen kushtet shumë strikte të parashikuara në VKMnë për certifikimin e agroturizmit. Sipas përkufizimeve mbi konceptin agroturizëm, akomodimi nuk është parakusht. Sidoqoftë, VKM ka parashikuar që një agroturizëm duhet të sigurojë akomodim. Kjo përjashton disa njësi aktive agroturizëm të cilat nuk përfshijnë akomodim si pjesë e ofertës së

tyre, por sigurojnë elementë të tjerë si shitja e drejtpërdrejtë, aktivitetet bujqësore, aktivitetet edukuese ndaj bujqësisë, përdorimi dhe ruajtja e varieteteve lokale dhe aktivitete të tjera të gjenerimit të të ardhurave për fermat. Pra, ndërhyrjet në VKM konsiderohen të domosdoshme për promovimin dhe mbështetjen e aktiviteteve që diversifikojnë të ardhurat e fermerëve.

Në mënyrë që korniza ligjore të pasqyrojë më mirë realitetin e zhvillimit të agroturizmit, ne sugjerojmë të konsiderohen pesë tipologjitë e propozuara nga Philip et al. (2010). Këto tipologji të agroturizmit do të ishin një fillim i mirë për të pasqyruar potencialin real të zhvillimit të agroturizmit në Shqipëri. Megjithatë Phillip et al. (2010) kanë propozuar pesë tipologji, ato më të përhapurat në tre rajonet e synuara janë tipologjia 1, 2, 3. Edhe pse tipologjia 1 është shumë e përhapur në tre rajonet e synuara, por edhe në Shqipëri në përgjithësi, ne nuk sugjerojmë që të konsiderohet në kornizën e rregullimit si një agroturizëm. Kjo tipologji nuk e konsideron fermën që si një komponent thelbësor për të bërë agroturizëm. Për më tepër, kjo tipologji është klasifikuar nga studiuesit si një nga tipologjitë më të diskutueshme dhe është më e lidhur me turizmin rural sesa agroturizmi. Për sa i përket tipologjive 2, 3, 4 dhe 5 ato duhet të pasqyrohen në kornizën ligjore si një referencë për zhvillimin e agroturizmit.

Për sa i përket perspektivës së praktikave më të mira (*Benchmarking*), modeli aktual i zhvillimit të agroturizmit në Shqipëri (duke marrë parasysh ato të regjistruar zyrtarisht), është më afër modelit të rajonit të Toskanës (Itali), më shumë se modeli i vendeve të tjera të rajonit (pra vendet të Ballkanit). Edhe korniza ligjore është më afër modelit të Toskanës. Në këtë vijë logjike, ne sugjerojmë të shqyrtojmë modelin italian të zhvillimit të agroturizmit,

por me rregullimet e nevojshme. Kjo është mënyra më e mirë për të bërë një dallim të qartë se cila nga Ministritë e qeverisë qendrore duhet të marrë rolin udhëheqës mbi këtë sektor (pra MBZHR apo MTM).

Rekomandojmë që Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural të marrë drejtimin e iniciativës së propozuar nga sipërmarrësit e fermave agroturizëm për bashkëpunimin ndërmjet tyre. Duke iu referuar përsëri modelit të Toskanës, një nga dimensionet më përfaqësuesit të tij, është niveli i zhvillimit të rrjetit. Në këtë zonë ekzistojnë rrugët e verës (*Strada del vino*), të cilat lehtësojnë inovacionin në drejtim të marketingut, ulin kostot, ofrojnë një zinxhir vlere efektive, etj. Marketingu i përbashkët është një pike e forte e këtyre rrjeteve dhe agroturizmi luan një rol vendimtar. Krijimi i një shoqate kombëtare me bazë anëtarësi fermat agroturizëm, mund të lehtësojë rritjen e qëndrueshme të dukurisë së agroturizmit në të ardhmen. Ky organizim do të ishte një mundësi e shkëlqyer si hapi i parë drejt rrjeteve të ardhshme midis agroturizmit dhe aktorëve të tjerë lokal. Gratë sipërmarrëse do të luanin një rol të rëndësishëm në rrjetëzimin e sugjeruar. Kjo për faktin se studiuesit kanë argumentuar se gratë perceptohen veçanërisht të përshtatshme për agroturizmin për shkak të rolit të tyre tradicional në familjen fermerë. Për më tepër, ata perceptohen se kanë kompetenca më të specializuara në pastrimin, gatimin dhe punën e kujdesit, të cilat janë pjesë e aktiviteteve kryesore në menaxhimin e përditshëm të agroturizmit. Ndaj, nxitja e rrjetëzimit duke u mbështetur tek femrat drejtuese do të ishte një aspekt lehtësues i bashkëpunimit në këtë sektor.

Ekziston nevoja për një fushatë në nivel kombëtar, në mënyrë që të rritet ndërgjegjësimi në komunitetet rurale, të fermerëve, qeverisë lokale dhe OJQ-ve në lidhje me rolin që luan agroturizmi. Kjo

është për tu theksuar për shkak se vihet re që këto aktore nuk janë të vetëdijshëm për rolin që luan agroturizmi në zhvillimin rural. Për shembull, përgjatë seminareve të organizuara në Malësinë e Madhe, Korçë dhe Belesh, dukej qartë që fermerët lokalë nuk bashkëpunonin ndërmjet tyre me synim mbështetjen e agroturizmit. Kjo është e rëndësishme sepse VKM-ja aktuale parashikon që 30% e produkteve bujqësore dhe ushqimit duhet të sigurohet nga ferma agroturizëm, dhe 70% e pjesës tjetër duhet të jenë nga fermat e tjera lokale. Fushatat mund të jene panairt sezonale të bazuara në produkte vendore mund të organizohen në nivel kombëtar dhe rajonal për të promovuar rolin e agroturizmit dhe bashkëpunimin midis aktorëve të ndryshëm. Një shembull i mirë i këtyre panairëve dhe ngjarjeve me produktet vendase, është zona e Korçës, në të cilën organizohen disa ngjarje lokale (p.sh., Festa e Birrës, festa e Rakisë së Boboshticës etj.), të cilat nga ana tjetër, kanë ndikuar në rritjen e numrit të vizitorëve në zonë.

Ndërhyrja për ngritjen e kapaciteteve njerëzore për përmirësimin e shërbimit në sipërmarrje agroturistike është nevojshme. Këto ndërhyrje mund të jene në kontekstin e trajnimeve të stafit që shërbejnë në sipërmarrjet e agroturizmit, dhe për më tepër, duhet të përcaktohet si detyrim paraprak për sipërmarrjet e agroturizmit. Duhet ndërmarrë trajnime për menaxherët e agroturizmeve në kontekstin e ruajtjes së shëndetit të vizitorëve (p.sh., siguria ushqimore) kjo për shkak të konsumimit të produkteve në ferme. Roli i shërbimeve të Zyrave të Ekstensionit në këshillim dhe transferimin e njohurive lidhur zhvillimin e agroturizmit, rezulton joefektiv. Kjo është rrjedhojë e mungesës së njohurive të tyre në lidhje me këtë fenomen të ri. Kështu, ekziston nevoja për njohuri me të thelluara në aspekte që lidhen me menaxhimin

e agroturizmit (p.sh., tipologjitë e agroturizmit, rëndësia e shërbimeve në agroturizëm etj.). Për më tepër, fermat agroturistike vuajnë nga mungesa e stafit të kualifikuar. Akademia (d.m.th., shkollat profesionale dhe universitetet) mund të luajë një rol të rëndësishëm në këtë përmes ofrimit të programeve të studimit dhe ose kurseve që lidhen më ngushtë me menaxhimin e agroturizmit, gastronominë etj. Ekziston një nevojë për një bashkëpunim të ngushtë midis akademisë dhe fermave të agroturizmit. Megjithatë në Universitetin e Bujqësisë të Tiranës (UBT) ekziston një departament me emrin “Menaxhimi i turizmit rural” ku studentët e diplomuar pajisen me njohuritë dhe aftësitë në lidhje me menaxhimin e agroturizmit, mungon bashkëpunimi i ngushtë i këtij departamenti me tregun e punës. Për këtë, një pikënisje mund të jetë nënshkrimi i Memorandumit të mirëkuptimit midis UBT dhe sipërmarrjeve agroturizmit.

Për të garantuar cilësinë e ushqimit dhe shërbimin ndaj turistëve, skemat e cilësisë dhe sistemit të menaxhimit të orientuar drejt standardeve duhet të adresohen gjatë trajnimeve të sipërmarrësve ashtu edhe punonjësit e agroturizmeve. Mjediset e aktiviteteve të përbashkëta në sipërmarrjet ndryshme agroturistike duhet të plotësojnë cilësitë dhe kriteret e sigurisë ushqimore për produktet bujqësore të origjinës bimore dhe shtazore; mbrojtjen e të korrave dhe përdorimi i teknikave dhe protokolleve të bujqësisë organike, mbrojtjen e origjinës gjeografike të produkteve, produkte bujqësore cilësore; ushqim i sigurt, i pastër; kushtet higjienike të lokaleve dhe fermave, ushqimi i vazhdueshëm; sisteme të thjeshta të gjurmueshmërisë së ushqimit nga fermat në destinacionin përfundimtar, mbajtja e listave të regjistrimit, përshtypjeve, procedura e caktuar për mirëpritjen e klientëve. Këto tematika trajnimesh

sigurisht që do ta bënin personelin më të informuar dhe me të aftë për t'iu përgjigjur kërkesave për klientët dhe për t'i shtuar vlerën sipërmarrjeve të tyre dhe për ti bere kompetitiv, diferencuar, si dhe duke ndikuar në zhvillimin në tërësi të mjedisit rural.

Thus, considering the five typologies made by Philip et al. (2010), would be a good start to reflect the real potential of agritourism development in Albania. Ne sugjerojmë të ndërtohet një databazë (bazë të dhënash) në lidhje me agroturizmin. Ky sugjerim vjen si rrjedhojë e mungesës së të dhënave zyrtare në lidhje agroturizmin në Institutin Kombëtar të Statistikave (INSTAT). Kjo databazë do të shërbejë si një bazë e rëndësishme informacioni për politike bërësit dhe ndërhyrjet ne te ardhmen.

Për të adresuar ndërhyrjet e mësipërme, ne sugjerojmë që MBZHR të ketë një strukturë brenda MBZHR, të dedikuar për zhvillimin e agroturizmit. Ky sugjerim është i bazuar në disa arsye. Së pari, zhvillimi i agroturizmit në Shqipëri po përjeton një rritje të shpejtë. Brenda dy viteve (nga 2018) ka 23 ferma që tashmë janë certifikuar si të tilla. Për më tepër, ekziston një kornizë ligjore në lidhje me agroturizmin. Së dyti, siç tregohet në seksionin e mësipërm, kjo dukuri është domethënëse për diversifikimin e aktiviteteve në ferma, të cilat nga ana e tyre, nxisin zhvillimin rural. Së treti, ky fenomen i ri në Shqipëri po nxit ndërveprimin e banorëve të zonave urbane dhe rurale. Së fundmi, kjo sipërmarrje e re konsiderohet si një mundësi e mirë për fermerët për të rritur të ardhurat ekonomike. Funksonimi i një strukture brenda MBZHR, do tu mundësonte sipërmarrjeve agroturistike një partner në strukturën qeveritare, e cili mund t'i orientojë ato më mirë drejt rritjes.

Duke ju referuar rezultateve të përfituara gjatë kontakteve me aktorët në tre zonat e targetuara (pra., Korça, Malësi

e Madhe, Belesh), vihet re një nevojë e menjëhershme për ndërhyrje në drejtim të infrastrukturës (p.sh., energji elektrike dhe ujë). Një ndërhyrje tjetër e menjëhershme ka të bëjë me dokumentacionin e pronësisë së tokës. Për shembull, rasti Malësisë së Madhe është në situatë emergjente për këtë çështje. Vëmendje e veçantë nga qeveritë lokale duhet t'i kushtohet administrimit të mbetjeve, në mënyrë që të shmangen problemet mjedisore dhe ndotja për shkak të aktiviteteve turistike.

Eshte vene re një sjellje neglizhuese, konfuzë dhe mungesë informacioni, nga fermerët dhe aktorët që synojnë të investojnë në agroturizëm. Në këtë kuadër, sugjerojmë që zyrat qeveritare (kryesisht pushteti lokal) të jenë me bashkëpunues, duke kontaktuar drejtpërdrejt ferma që kanë potenciale për tu shndërruar në agroturizëm, si dhe për të adresuar pengesat me të cilat ata përballen fermerët e interesuar për hapjen e sipërmarrjeve agroturistike. Fermerët dhe aktorët që synojnë të investojnë në agroturizëm, nuk janë të vetëdijshëm për llojet e produkteve dhe aktiviteteve që ata duhet të ofrojnë dhe se si ata mund të përshtatin fermën e tyre për të siguruar një mundësi autentike dhe konkurruese. Sugjerohet një rol më aktiv për qeverisjet lokale në mbështetjen e zhvillimit të agroturizmit. Më konkretisht, qeveritë lokale duhet të ndërtojnë qendra informimi për vizitorët në lidhje me agroturizmin dhe atraksionet e tjera turistike lokale, të organizojnë aktivitete masive që tërheqin vizitorë në zonë, të promovojnë zonën dhe agroturizmin në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar, pjesëmarrje në panairë dhe ekspozita kombëtare dhe ndërkombëtare, krijojnë faqe site për të promovuar agroturizmin në zonë, për të udhëhequr dhe/ose nxitur krijimin e rrjeteve midis agroturizmeve dhe aktorëve të tjerë të zinxhirit të vlerës etj., të

kërkojnë mbështetje teknike dhe financiare nga donatorët ndërkombëtarë të cilët luajnë një rol kryesor në këtë proces.

Reflektim mbi efektet e pandemisë (COVID-19)

Situata pandemike e Corona Virus (2019-nCoV) ka ndikuar në aktivitetet e agroturizmit për shkak të kufizimeve në udhëtime, rregullave të reja të higjienës dhe shëndetit, ndryshimeve në kërkesë dhe sasisë së furnizimeve për produktet bujqësore, ndryshimeve në zinxhirin e vlerës etj.

Rekomandohet ngritja e kapaciteteve dhe asistencës teknike për fermerët në mënyrë që të lehtësohen krijimi i praktikave të reja dhe mbështetja për sipërmarrjet në agroturizëm, si vijon:

- Shitjet online dhe shpërndarja e tyre
- Shitje derë-më-derë

- Ngritja e dyqaneve për shitje në ferma dhe
- Marrja e produkteve direkt në fermë
- Shportat e produkteve bujqësore
- Rekomandojmë organizimin e trajnimeve rreth tematikave të higjienës, shitjeve, markimi dhe evente të konsulencës për fermerat e agroturizmit në kuadrin e programit të Zhvillimit Rural.

Ne rekomandojmë që të prezantohen në skemat mbështetëse të qeverisë grante të vogla për të mbështetur fermerët dhe ndërmarrjet e agroturizmit me mbështetje të shkallës së vogël të investimeve (p.sh., makina frigoriferike, produkte higjienike, softuer etiketimi, softuer menaxhimi porosie, mjete marketingu, etj.).

12. Referenca

- Arroyo, C. G., Barbieri, C., and Rich, S. R. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, 37, 39-47.
- Barbieri, C. (2010). An importance-performance analysis of the motivations behind agritourism and other farm enterprise developments in Canada. *Journal of Rural and Community Development*, 5(1, 2), 1-20.
- Barbieri, C., and Mshenga, P. M. (2008). The role of the firm and the owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia Ruralis*, 48(2), 166-182.
- Barbieri, C., and Valdivia, C. (2010). Recreation and agroforestry: examining new dimensions of multifunctionality in family farms. *Journal of Rural Studies*, 26(4), 465-473.
- Bhatta, K. (2019). Prospects of Multifunctionality in Nepalese Agriculture: The Agritourism Perspectives. *Journal of Tourism and Adventure*, 2(1), 108-118.
- Bock, B. (2004) Fitting in and multi-tasking: Dutch farm women's strategies in rural entrepreneurship. *Sociologia Ruralis* 44 (3) pp. 245-260
- Darque, M. B. (1988) The division of labor and decision-making in farming couples: power and negotiation. *Sociologia Ruralis* 28 (4) pp. 272-292.
- Domi, S. (2014). The potential advantages and disadvantages of contract farming. *Horizons International scientific journal* (12). 89-92.
- Domi, S., Belletti, G., Domi, F. (2019). Sustainable rural development through agritourism: the role of origin products and networking. Unpublished manuscript. Post-Doctoral research at University of Florence. Florence. Italy.
- Domi, S., & Capelleras, J. L. (2016). Individual and joint effects of innovation, customer orientation and human resources practices on the performance of Albanian tourism SMEs (Doctoral dissertation, PhD Thesis. University of St. Kliment Ohridski. Bitola: North Macedoni. Available at: http://www.eccfp.edu.mk/files/PostgraduateUpload/PhD_Thesis_ShpresimDomi_Tourism_SMEs_performance.pdf)
- Domi, S., Capelleras, J. L., and Musabelliu, B. (2020). Customer orientation and SME performance in Albania: A case study of the mediating role of innovativeness and innovation behavior. *Journal of Vacation Marketing*, 26(1), 130-146.
- Domi, S., Keco, R., Capelleras, J. L., and Mehmeti, G. (2019). Effects of innovativeness and innovation behavior on tourism SMEs performance: The case of Albania. *Economics and Sociology*, 12(3), 67-85.

- Esposti, R., 2012. Knowledge, technology and innovations for a bio-based economy: lessons from the past, challenges for the future. *Bio-based Appl. Econ.* 1 (3), 231–264
- Galluzzo, N. I. C. O. L. A. (2017). The impact of the common agricultural policy on the agritourism growth in Italy. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 23(5), 698-703.
- Giraud, C. and J. Rémy (2013) *Division conjugale du travail et légitimité 920 professionnelle : le cas des activités de diversification en France. Travail, 921 Genre et Société* 30 pp. 157-174.
- Grgić, I., Zrakić, M., Velaga-Gudelj, A. (2015). *Agrotourism in Croatia and some EU countries.*
- Hernández-Mogollón, J. M., Campón-Cerro, A. M., Leco-Berrocal, F., and Pérez-Díaz, A. (2011). *Agricultural diversification and the sustainability of agricultural systems: Possibilities for the development of agrotourism. Environmental Engineering and Management Journal*, 10(12), 1911-1921.
- INSTAT (2017). *VJETARI STATISTIKOR 2017.* INSTAT. Tirane.
- INSTAT (2018). *Vjetari statistikor.* INSTAT. Tirane.
- Little, J. and O. Jones (2000) *Masculinity, gender and rural policy. Rural Sociology* 65 (4) pp. 621–639
- Lupi, C.; Giaccio, V.; Mastronardi, L.; Giannelli, A.; Scardera, A. (2017) *Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy. Land Use Policy*, 64, 383–390.
- Maetzold, J. A. (2002). "Nature-based Tourism and agritourism trends: Unlimited opportunities." Accessed on November 22, 2018 at www.kerrcenter.com/publications/2002_proceedings/agritourism.pdf.
- MARD (2018). *Strategjia kombëtare për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit 2018 – 2022.* MARD. Tirana
- MARD (2018). *Strategjia kombëtare për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit 2018 – 2022.* MARD. Tirana
- MTE (2018). *Strategjia kombëtare për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit 2018 – 2022.* Ministria e Turizmit dhe Mjedisit. Tirane.
- Jones, E., Haven, C. (2005). *Tourism SMEs, service quality, and destination competitiveness.* CABI.
- Phillip, S., C. Hunter, and K. Blackstock. (2010). "A Typology for Defining Agritourism." *Tourism Management*, 31 (6): 754-58.
- Petrović, M. D., Radović, G., and Terzić, A. (2015). *An Overview of Agritourism Development in Serbia and European Union Countries. International Journal of Sustainable Economies Management (IJSEM)*, 4(2), 1-14.
- Randelli, F., Romei, P. and Tortora, M. (2014). *An evolutionary approach to the study of rural tourism: The case of Tuscany. Land Use Policy*, 38, 276-281.
- Schilling, B.J.; Sullivan, K.P. (2014) *Characteristics of New Jersey agritourism farms. Journal of Food Distribution Research* 45, 161–173
- Sharpley, R., Vass, A. (2006) *Tourism, farming, and, diversification:*

- an attitudinal study. *Tourism management*, 27, pp. 10401052.
- Statistical Office of Montenegro-MONSTAT (2011): *Agricultural census 2010 structure of agricultural holdings, Used land*, Podgorica, Montenegro.
 - Tarolli, P., Preti, F., Romano, N., 2014. Terraced landscapes: from an old best practice to a potential hazard for soil degradation due to land abandonment. *Anthropocene* 6, 10–25.
 - The Parliament of Romania Tourism Law. Available online: http://www.mdrl.ro/_documente/transparenta/consultari_publice/consultare135/lege_turism.pdf (accessed on 10 February 2017).
 - Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G., Marescotti, A., Allaire, G., Cadilhon, J. J., ... & Jull, C. (2009). *Linking people, places and products. A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*. FAO.
 - WTTC (2018). *Travel and Tourism Economic Impact 2018 Albania*. WTTC. London, United Kingdom.
 - Wright, W., & Annes, A. (2014). Farm women and agritourism: Representing a new rurality. *Sociologia Ruralis*, 54(4), 477-499.
 - UNWTO (2017). *Gastronomy Tourism*. Madrid, Retrieved May 21, 2017. https://affiliatemembers.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy_report_web.pdf

13. Anekset

Aneksi I. Profili i Agroturizmit në Belsh

Belsh është njësi administrative e Qarkut të Elbasanit në Shqipërinë e mesme, kjo njësi administrative u reformua gjatë reformës së re të qeverisjes vendore në vitin 2015 nga bashkimi i ish-komunave Belsh, Fierzë, Grekan, Kajan, Rrasë dhe 34 fshatrave të tjerë. Njësia administrative Belsh ka një popullsi prej 33.632, sipërfaqe totale prej 187 km² dhe një dendësi të popullsisë prej 104 banorë/km². Qendra administrative e Bashkisë është qyteti Belsh. Bashkia karakterizohet nga pllaja e madhe e Dumresë, që shtrihet në një sipërfaqe prej 21.500 ha. Komuna është e njohur për 85 liqenet e saj karstikë, që mbulojnë një sipërfaqe prej 640 ha, e cila është pjesë e Sistemit Akuifer Dinarik Karsik, të Gadishullit Ballkanik duke e bërë një nga kontribuuesit kryesorë të ujit të ëmbël, që arrin në Detin Adriatik.

Bujqësia është burimi kryesor i të ardhurave për popullsinë rurale. Fermat bujqësore karakterizohet nga ferma të vogla familjare të orientuara drejt vetëkonsumit. Para regjimit komunist, kodrat e vogla ishin të mbuluara me pyje dhe shkurre, por pastroheshin dhe përdroreshin për qëllime bujqësore. Fermerët në zonën e Dumresë kanë qenë të parët në Shqipëri, të cilët kanë kultivuar rritjen e shafranit, një kultivar që kërkon klimë të ngrohtë në ndryshim nga kultivarët e tjerë të bimëve mjekësore dhe aromatike. Sidoqoftë, ujërat nëntokësore me cilësi të lartë dhe të pijshëm, e bëjnë këtë rajon tepër të rëndësishëm për qëndrueshmërinë e ekosistemeve dhe pasurive nëntokësore me ujëra të ëmbla, një kërcënim për këtë zonë mbetet sistemi

i ujitjes së pakontrolluar dhe konsumi i tij, pasi kanalizimet e ujërave të zeza nuk janë të mirëmenaxhuara.

Përveç vlerës së bukurive të liqeneve, Belsh ka vlera arkeologjike dhe historike për zhvillimin e turizmit si p.sh., në liqenin Seferan Shenjtëroren e Venusit (Aferdita). Njerëzit hidhnin vazo terrakotë dhe qeramikë në liqen për nder të perëndeshës. Në ditët e sotme, këto dhurata terrakote ekspozohen në Muzeun Arkeologjik të Tiranës. Festa e Aferditës është një ngjarje që përkujtohet çdo vit në 10 Maj. Përmirësimi i infrastrukturës rrugore nga Elbasani deri në Berat, do ta bëjë Belshin një zonë turistike me të frekuentuar, si dhe afërsia me Tiranën mundëson turet 1 ditore.

Ullinjtë janë produkti kryesor bujqësor në Belsh dhe shtrihet në një sipërfaqe mbi 900 ha. Ullinjtë përpunohen në fabrika të vogla vaji për nevojat e vetë familjeve dhe pjesërisht shiten direkt tek klientët preferencialë. Vreshtat janë gjithashtu të rëndësishme për zonën dhe mbulojnë 361 ha (të dhëna operative nga MBZHR). Vera e prodhuar tradicionalisht shitet në tregjet lokale, ose në qytetet përreth (Cërrik, ose Elbasan). Varietetet lokale të rrushit si Sheshi Zi dhe Sheshi Bardhë janë mbizotëruese, por kohët e fundit disa fermerë kanë filluar të mbjellin Merlot Cabernet. Pemët frutore kultivohen për vetëkonsum të tilla si: kumbullat, qershitë, ftonjtë, fiqtë, agrumet, dardhat, kajsitë, shegët etj. Zona nuk është konkurruese për të rritur perime për tregjet, shumica e fermerëve janë të detyruar të shesin produktet me çmime të ulëta tek tregtarët e ndërmjetëm.

Mbarështimi blegtoral është prezent

pothuajse në të gjitha familjet fermerë dhe përdoret kryesisht për vetëkonsum (dy ose më shumë lopë) numri i përgjithshëm i lopëve në njësinë administrative është rreth 3.974 krerë, ndërsa dele 10.500 krerë dhe dhi 2.213 krerë. Për më tepër, ka rreth 2.515 koshere bletë në rajon dhe rreth 50,1 ha të mbjella me rigon. Po testohet edhe kultivimi, apo rritja e *Helichrisum italicum* (bimë e vajrave esencialë) me një sipërfaqe prej 5 ha në fshatin Gjolen (të dhënat operative nga MBZHR).

Duhani ka qenë një kulturë e rëndësishme në bashkinë Belsh gjatë kohës së komunizmit. Pas viteve 1990 tregu i shtijës së tij dështoi dhe prodhimi i tij ka rënë me shpejtësi. Aty gjendeshin 113 ha duhan i kultivuar. Janë bërë disa përpjekje nga sektori privat për të stimuluar dhe rifilluar prodhimin e duhanit, por për shkak të praktikave të spekulimeve të koleksionistëve, luhatjet e çmimeve të duhanit çuan në mbiprodhim, gjë e cila nuk solli përfitime.

Akuakultura është një tjetër aktivitet specifik në Belsh. Siç e përmendëm dhe më sipër në Belsh do të gjejmë më shumë se 80 liqene natyrore, ku resurset e tyre përdoren nga sipërmarrës të cilët kanë marrë me koncesion liqenet për kultivimin e peshkimit për një periudhë prej 10 vjeçare. Në liqene gjenden peshq të llojeve si krapi kokëmadh dhe krapi i barit. Tregu i peshkut është kryesisht ai vendas. Peshkimi i troftës është një burim i rëndësishëm i të ardhurave për vendasit.

84 liqenet e saj karstikë të krijuara për shkak të gropave ku mbulojnë një sipërfaqe prej 640 ha, e kanë bërë këtë njësi administrative një atraksion turistik që gjendet shume afër me qytetin e Tiranës dhe Elbasanit. Rruga e re, e përfunduar së fundmi (Tiranë-Elbasan-Berat), ofron mundësinë për turistët të bëjnë një ndalesë gjate kësaj rruge, para se të mbërrin në qytetin

historik të Beratit. Gjatë viteve të fundit ka pasur disa iniciativa për zhvillimin e disa aktiviteteve turistike kryesisht në qendrën e Belshit (të tilla si rindërtimi i shëtitorës buzë liqenit) mbështetur nga buxheti i shtetit. Përfshirja e fshatit Seferan në programin “100 fshatra”, ka synuar nxitjen e zhvillimit socio-ekonomik të zonës. USAID dhe Ambasada e Suedisë në Shqipëri po mbështesin fshatin Seferan përmes Fondit të Investimeve dhe Financimit në Turizmit (FIFT), duke investuar në sipërmarrje agroturistike, sipërmarrje ekoturizmi ose aktivitete të turizmit ujqor (bujtina, restorant, tregtim i produkteve lokale si vaji i ullirit). Këto liqene shërbejnë jo vetëm për ujitje dhe akuakulturë, por ato mund të përdoren për peshkim, aktivitete dhe veprimtari të tjera sportive dhe rekreative. Pra në këtë zonë administrative, ka investime pilot, të cilat nuk janë bazuar në një koncept turistik më të gjerë, gjithëpërfshirës për zonën. Këtu gjen shume pak fermerë që bashkëpunojnë me bizneset lokale, konkretisht shitja e produkteve lokale në restorantin e zonës (p.sh. produkte të freskëta si vaj ulliri ose peshk), i cili shërbehen gjithashtu si dyqan shitje për disa produkte të prodhuar nga fermerët e zonës. Këtu produkte akoma përpunohen në mënyrë tradicionale, d.m.th. pa kontrollin ose zbatim të standardeve të sigurisë ushqimore. Etiketimi dhe tregëtimi duhet të përmirësohen, ku konkretisht në etiketim duhet të përkrahë elementi produkt territori, karakteristikë kjo që lidhet me traditën e ushqimeve lokale.

Bujqësia në Belsh

Për shkak të kushteve klimaterike të favorshme në Belsh kultivohen një larmi të madhe të produkteve bujqësore, thuajse të gjitha perimet që kultivohen në territorin e Shqipërisë dhe të prodhuara në mjedise të hapura/mjedise të mbrojtura (sera). Në Belsh kultivohen të gjitha frutat mesdhetare,

përfshirë edhe ullinjtë. Belshi është i njohur për traditën e tij në prodhimin e duhanit, por edhe për bimët mjekësore të njohura gjatë viteve të fundit si psh. shafrani. Zona e Belshit është e njohur edhe për prodhimin e disa bimëve të tjera të veçanta.

Belsh njihet për prodhimin e djathit Stapan (një djathë gjysmë i fortë), por edhe për kuzhinën e pasur të Shqipërisë së mesme. Disa nga gatimet tipike janë: byrek me vezë dhe qumësht; pjatë oshmar e bërë me miell misri, trazanik-një lloj buke të hollë me lakër, etj.

Zhvillimi i turizmit dhe veçanërisht agroturizmi në Belsh duhet të bazohet në atraksionet turistike lokale. Atraksionet kryesore për Belsh janë:

Atraksionet kulturore

- Kalaja e Gradishtës në Belsh
- Rrënojat antike në Pellaz të Uruçajve
- Tumat në perëndim të Kajan
- Kisha e Belshit
- Objekti i sapo zbuluar në Rrasë
- Festivali i ushqimit në 3 shkurt
- Dita e verës në 14 Mars
- Festa e Afërditës në 10 maj
- Festivali folklorik i Liqeneve të Dumresë në 22-24 gusht
- Nimfa e liqeneve në 13-15 shtator
- Si dhe disa aktivitete të tjera të organizuara nga Bashkia Belsh

Burimet natyrore

Disa nga atraksionet më të njohura natyrore në zonë janë:

- Liqeni i Belshit, me një sipërfaqe prej 26,8 hektarësh dhe 18 metra i thellë,
- Liqeni i Seferanit me sipërfaqe 87,5 hektarë dhe 20,8 metra të thellë,
- Liqeni Merhoja, i njohur për ujin e pastër blu, me një sipërfaqe prej 65,5 hektarë dhe deri në 61 metra të thellë, etj.

- Shumëllojshmëria e peizazhit ujor duke filluar nga llojet e ndryshme të peshqve, zogjve dhe bimëve.

Profili i vizitorëve

Grupet turistike, moshë dhe kohëzgjatja e qëndrimit të tyre në rajonin e Belshit janë:

- Vizitorë ditorë që vijnë nga qytetet si Elbasan dhe Tiranë.
- Kryesisht familjet vijnë për një drekë, si dhe blejnë produkte vendase.
- Moshë mesatare e vizitorëve është nga 30 në 60 vjeç (pa llogaritur fëmijët).
- Vizitorë afatshkurtër që vijnë vetëm për të blerë produkte të freskëta bujqësore.
- Familjarë që vizitojnë gjatëfundjavave, qëndrojnë një ose dy netë, duke shijuar peizazhin, klimën, ushqimin lokal etj.
- Individë/sipërmarrës që vijnë për biznes.
- Emigrantë që vizitojnë familjet e tyre gjatë pushimeve.
- Turistë të ndryshëm
- Gjuetarë dhe peshkatarë

Imazhi i agroturizmit në Belsh

Përgjatë seminareve të organizuara, aktorët e lidhur me zhvillimin e agroturizmit kanë diskutuar mbi atraksionet natyrore të Belshit dhe tregun potencial turistik, mbështetur në katër shtylla kryesore. Shtyllat mbi të cilën janë mbështetur diskutimet dhe me tej në përcaktimin e imazhit të agroturizmit në Belsh janë:

- Larmia e produkteve bujqësore dhe blegtorale, të cilat pasurojnë ofertën e agroturizmit në zonë
- Kuzhinë e pasur e Shqipërisë së Mesme

- 84 liqene të bukura
- Kualitet i lartë i vajit të ullirit

Përkufizimi i imazhit të agroturizmit në Belsh

“Shijoni shijen e pasur të produkteve të çdo stine të gatuar sipas kulinarisë së Shqipërisë së Mesme, të trajtuara me vaj ulliri, të shërbyer pranë liqeneve të bukura nën ajrin e pastër”

Problematika që hasën në zhvillimin e agroturizmit

Ka disa probleme që lidhen me agroturizmin në Belsh. Këto probleme kanë të bëjnë me atraksionet turistike, marketingun dhe mikpritjen.

Problemet lidhur me atraksionet turistike janë si më poshtë:

- Disa produkte tipike lokale nuk promovohen mjaftueshëm (p.sh. ullinj, djathë, çaj, peshk, mjaltë, etj.)
- Aktivitetet sportive që mund të ushtrohen në liqene mungojnë (peshkimi ose shëtitje me varkë)
- Organizimi i eventeve, aktivitete nuk janë të promovuara sa duhet, të cilat duhet të mbështeten financiarisht
- Ekzistojnë disa produkte për të cilat mund të organizohen aktivitete të ndryshme promovimi, por edhe fesat lokale janë një atraksion për turistët psh., “Dita e Verës”
- Mungesa e informimit dhe përfshirjes në paketat turistike të atraksioneve të zonës.
- Shenjëstrimi i rrugëve me shtigje për të treguar drejtimin e atraksioneve turistike.
- Guidat turistike (udhëzuesit dhe interpretuesit) mungojnë.
- Ka mungesë të aktiviteteve dhe

panaiveve në disa objekte të rëndësishme turistike;

- Ekzistojnë disa objekte turistike të cilat nuk janë të përfshira në listën e atraksioneve turistike, të tilla si “Mali i Gradishtit” ose “Burimi i Vashës” që duhet të përfshihen në guidat turistike;
- Mungesë e organizimit të aktiviteteve të lidhura me kultivimin dhe përpunimin e produkteve të vajit të ullirit, rrushit, bimëve mjekësore, etj.
- Problemet e lidhura me promovimin e turizmit

Problemet në lidhje me marketingun e turizmit:

- Në njësinë administrative Belsh nuk ekziston asnjë qendër informacioni turistik (*info point*)
- Mungesa e një guide turistike (si një dokument i shkruar), broshura, dokumentarë TV, harta turistike të objekteve turistike në zonë
- Mungesa e promovimit të kulinarisë, deri tani është bërë shumë pak. Mungojnë katalogë dhe postera me receta për produktet vendase; mungojnë receta të shkruara, për përgatitjen e pjatave lokale
- Mungojnë informacione promovuese në internet për sipërmarrjet në fushën e turizmit dhe agroturizmit
- Mungon tradita në promovimin e turizmit
- Mungesa e një muzeu, që rrëfen për historinë, ose objektet e veçanta të zonës

Shqetësimet në lidhje me infrastrukturën e turizmit:

- Mungesa e infrastrukturës që bën të mundur lidhjen e liqeneve ndërmjet tyre;

- Mungojnë kapacitetet akomoduese;
- Objektet ekzistuese të akomodimit nuk plotësojnë standardet për të qenë të tilla;
- Menaxhimi i mbetjeve është problem;
- Mungojnë shenjat turistike dhe tabelat treguese në rrugë;
- Mungojnë shërbime të tjera që lidhen me atë të sporteve, sheshe lojërash për fëmijë, dyqane suveniresh, varka me vela, biçikleta etj;
- Mungojnë infrastruktura për varkat, apo dhe koristë e dedikuara për biçikletat

Probleme që lidhen me mikëpritjen:

- Mungesa e praktikave më të mira në lidhje me mikëpritjen
- Niveli i shërbimeve në lidhje me akomodimin dhe ushqimin është i dobët
- Diversiteti i recetave të gatimeve është shumë më i ulët se sa ofron tradita lokale/rajonale
- Problemet me sigurinë ushqimore dhe cilësinë e produktit
- Problematikë mbetet komunikimi në gjuhë të huaj me turistët

Ngritja e kapaciteteve dhe nevojat për trajnim:

- Trajnim mbi sigurinë e ushqimit dhe standardet e cilësisë së produkteve dhe shërbimeve
- Trajtime mbi aspektet e mikëpritjes
- Trajnim në lidhje me diversifikimin e produkteve që mund të përdoren në shërbimet në restorante dhe B&B
- Trajnim mbi gatimin në përgjithësi, por veçanërisht recetat lokale për turistët
- Trajtime për përgatitjen e guidave turistike
- Trajtime për komunikimin në gjuhë të huaj

Bashkëpunimi midis aktorëve në lidhje me zhvillimin e agroturizmit

Bashkëpunimi në këtë zonë është në nivel spontan, i paformalizuar dhe pa një kontratë të nënshkruar. Bashkëpunimi është vendosur midis fermave në nivel informal midis, restoranteve, qeverisjes vendore, agjencive të turizmit. Ekziston një model i nxitjes së bashkëpunimit midis një restoranti, bujtine dhe fermerëve të zonës (rasti i Seferan). Ky bashkëpunim promovohet dhe financohet nga USAID. Vihet re se fermerët, sipërmarrësit e restoranteve, përfaqësuesit e Bashkisë, nuk kanë njohuri të mjaftueshme në lidhje me mundësitë e bashkëpunimit, konceptit të rrjetit, kontraktimit. Ka një mungesë të agroturizmit të çertifikuar në këtë njësi administrative. Koncepti i agroturizmit nuk është kuptuar ende plotësisht.

Tabela 3: Aktorët dhe/ose faktorët që luajnë një rol motivues, ose pengues për bashkëpunimin midis tyre

Aktorë/Faktorë	Roli i tyre motivues	Roli i tyre pengues
Agjencitë e udhëtimit	Nxisin bashkëpunim: Sjellin grupe vizitorësh në zonë	Vendosin çmime të ulta të shërbimeve turistike.
Qeverisja lokale (komuna) dhe qeveria qendrore	Nxitjet: Investimet në infrastrukturë, zhvillojnë aktivitete masive që tërheqin vizitorët.	Vështirësi dhe aspak lehtësira fiskale Lejet e ndërtimit Pengesë në krijimin e një klime të përshtatshëm për sipërmarrjet turistike.
Prodhimet vendore	Promovojnë zonën	
Fermerët	Janë të gatshëm për bashkëpunim: Sipas fermerëve, kualiteti i lartë i produktit inkurajon bashkëpunimin midis tyre	Mungesa e besimit Mungesa e një shembulli të mirë bashkëpunimi Mungesa e një mentaliteti bashkëpunues Mungesa e lidershit
Njohjet personale	E nevojshme për të shitur produktet	
Donatorët	Njohja midis aktorëve nxit besimin dhe rrjedhimisht mundësitë për bashkëpunim	

Sipas të intervistuarve, disa nga stimujt që nxisin nevojën për bashkëpunim midis aktorëve janë si më poshtë:

- Nevoja për shkëmbim informacioni
- Shkëmbimi i përvojës
- Të rritet oferta turistike dhe të përfshihen në ture të ndryshme
- Arritja/dalja në tregje

Aneks II.

Profili i agriturizmit në Korçë

Bashkia e Korçës është pjesë e Qarkut të Korçës, e vendosur në Shqipërinë jug-lindore. Ajo përbëhet nga tetë ish-komuna: Drenovë, Korçë, Lekas, Mollaj, Qendër Bulgarec, Vithkuq, Voskop dhe Voskopojë me 62 fshatra. Qendra administrative e bashkisë është qyteti i Korçës, i cili është qyteti i gjashtë më i madh në Shqipëri. Bashkia ka një popullsi prej 75.994 (regjistrimi i popullsisë 2011) dhe një sipërfaqe totale prej 815 km² me 93 banorë/km². Komuna shtrihet në një pllajë me rreth 850m lartësi, e rrethuar nga Malet Morava (deri në 2.040 m). Korça ka një klimë mesdhetare kontinentale me luhatje të lartë të temperaturës. Për shkak të pozicionit gjeografik dhe lartësisë se maleve mbi nivelin detit, reshjet mesatare vjetore të shiut janë të moderuara. Temperaturat në Korçë përgjithësisht mbeten më të ftohta se në pjesën perëndimore të Shqipërisë, për shkak të lartësisë mesatare, por nga ana tjetër kjo zonë arrin deri në 2.300 orë me diell në vit, kështu që temperaturat janë më të larta se në Shqipërinë veri-lindore. Kushtet gjeografike dhe klimatike janë të favorshme për kultivimin e frutave (mollë, qersh, kumbulla, etj.), drithëra dhe perime të ndryshme të cilat kultivohen kryesisht në ferma të vogla familjare.

Qyteti i Korçës dhe rrethinat e tij bëjnë pjesë tek qendrat e mëdha dhe më të rëndësishme kulturore (p.sh. arkitektura, kishat bizantine me piktura mesjetare, karnavalet, këngët lokale, gatimet tradicionale etj.) dhe ekonomike të Shqipërisë. Industritë lokale japin kontribut në industrinë tekstile, të rrobave të thurura në teknika artizanale, punimin e qilimave, industrinë e përpunimit të produkteve bujqësore (pijeve, bluarja e miellit, rafinimi i sheqerit, produktet e mishit etj.). Qyteti i Korçës është një atraksion turistik për të eksploruar shumë pika

turistike të vendosura në kodrina e male, ato janë të njohura për shëtitje dhe sporte natyrore. Sidoqoftë, fshatrave u mungon akomodimi dhe restorantet me cilësi të lartë në shërbim që tërheqin drejtpërdrejt turistët.

Bashkia e Korçës është e njohur për traditën e saj në prodhimin bujqësor. Në vitet e fundit, prodhimi bujqësor është rritur, sot edhe fermat e vogla përdorin teknologji të reja të prodhimit për të orientuar më mirë prodhimin e tyre drejt tregut. Pjesën kryesore të prodhimit e zënë frutat, kryesisht mollët (1.248 hektarë), por edhe qershitë (222ha) duke u pasuar nga kumbullat (me 2.019 ha), të cilat janë prodhime të rëndësishme. Prodhimi i perimeve, veçanërisht i domateve të zonës të cilat shiten në fund të sezonit për tregun e brendshëm. Për më tepër, Korça është prodhuesi i katërt më i madh i qumështit të lopës në vend (me 89.083 ton, ose 9,1% e prodhimit të përgjithshëm të qumështit në Shqipëri) dhe i treti i prodhuesit të qumështit të të imtave (me 21.125 ton, ose 12,4% e totalit të të imtave në vend) (INSTAT, 2017). Përveç kësaj, këto zona karakterizohen nga kullota malore shumë të pasura dhe me larmishmeri botanike, duke dhënë një prodhimtari qumështi me kualitet të lartë.

Shumica e fermerëve nuk kanë çertifikim Global GAP, pasi është shumë i kushtueshëm për ta, kështu që ata shesin pjesën më të madhe të prodhimit të tyre në tregjet e brendshme dhe rajonale. Ekzistojnë disa iniciativa të prodhimit organik, për këto shpesh fermerët janë mbështetur dhe këshilluar përmes projekteve ndërkombëtare të zhvillimit për prodhimtari organike të orientuar drejt tregut ndërkombëtar, pasi tregu organik lokal është shumë i vogël.

Në lidhje me prodhimin e qumështit, në përgjithësi, ai është i destinuar për tregun

e brendshëm. Ndërsa, numri i bagëtime ka qenë në rënie (jo vetëm në rajon, por në të gjithë vendin) gjatë dy dekadave të fundit, prodhimi i qumështit është rritur, duke konfirmuar një përmirësim të rendimenteve (efikasitetit), i shkaktuar nga investimet në racat dhe menaxhim më i mirë në lidhje me një trend të konsolidimit (për sa i përket madhësisë së fermës së qumështit).

Në zonat rurale në Korçës ekzistojnë dy lloje të fermave familjare: Fermat e orientuara drejt tregut në sektorin e prodhimit të frutave që kanë mbjellë pemë të reja frutore (kryesisht mollë) të varieteteve të kërkuara nga tregjet ndërkombëtare, gjithashtu ata kanë investuar në pajisje dhe makineri të vogla e moderne.

Lloji tjetër i fermave familjare bazohet në bujqësi të kombinuar, si dhe në përdorimin e burimeve natyrore për aktivitetet e ndryshme të gjenerimit të të ardhurave në zona më pak intensive, ku toka është e kufizuar por edhe ujitja nuk është e mjaftueshme, e gjitha kjo për të siguruar mundësi në prodhimtari bujqësore intensive dhe konkurruese. Shumica e fermave të vogla gjithashtu mbarështojnë bagëti kryesisht për vetë-konsum. Disa janë të larmishëm në bletari, prodhim të rakisë ose reçelit, por gjithashtu këto prodhime janë kryesisht të orientuara për përdorim familjar dhe vetëm një pjesë e vogël shitet në mënyrë informale në treg.

Gjatë viteve të fundit janë zhvilluar aktivitete turistike në disa fshatra: Voskopojë, Dardhë, Boboshticë dhe Vithkuq. Këto fshatra ofrojnë potenciale dhe mundësi për të praktikuar shumë aktivitete në natyrë. Zona gjithashtu është e famshme për kishat bizantine të Vithkuqit dhe Voskopojës, afreske të pikturuara nga piktorë të famshëm mesjetarë shqiptarë. Sidoqoftë, shumica e turistëve shqiptarë dhe ndërkombëtarë akomodohen në qendër të

qytetit të Korçës pasi pozicioni gjeografik i qytetit ju ofron atyre mundësi për të eksploruar pikat turistike të vendosura në malet aty pranë, si dhe Parkun Kombëtar (më të madh), Liqenin e Prespës, ose Parkun Kombëtar të Drenovës.

Korça është e njohur për kulturën e saj të pasur gastronomike dhe klimën e freskët të verës, për shkak të lartësisë së saj mbi nivelin e detit. Numri i varieteteve bujqësore dhe produkteve lokale është shumë i madh¹⁸. Këto burime e kanë vendosur rajonin e Korçës në krye pozicionimit kur flitet për turizmin vendas, më tepër për atë kulinar.

Aktivitetet turistike rurale nuk janë ende të integruara me aktivitetet bujqësore, siç janë tregtimi i drejtpërdrejtë i produkteve të freskëta dhe / ose të përpunuara. Vetëm disa restorante dhe hotele në zonat rurale janë të lidhura drejtpërdrejt me fermerët dhe duke blerë produktet e tyre. Shumica e restoranteve dhe bujtinave/hoteleve nuk menaxhohen nga sipërmarrje të natyrës familjare. Pronarët janë kryesisht investitorë që kanë në dispozicion burimet financiare dhe kanë investuar në biznese turistike, por ku vetëm pak prej tyre kanë përvojë dhe njohuri në këtë sektor.

Disa fshatra të bashkisë së Korçës janë përfshirë në programin e 100 fshatrave: Voskopoja, Drenova, Boboshtica dhe Dardha, kjo konsiderohet si një mundësi jo vetëm për zhvillimin e infrastrukturës përmes investimeve publike, por edhe për zbatimin e disa modeleve pilot të agroturizmit.

Burimet turistike:

- Kuzhinë tradicionale shumë të pasur. Gatimet më tipike janë: byreku me harxhe të ndryshme; suxhuk i tharë, llukanik (suxhuk); dollma; shpretkë e mbushur; petka (lokale); petulla;

18. <http://rasp.org.al/assets/katalogu-i-korces.pdf>

polenta me kërcitje derri; dredhanik; reçel arre; edhe më shumë.

- Prodhimi në sasi të lartë i frutave, jep mundësi për përpunim e tyre.
- Peizazhe të bukura, kryesisht në zonat malore
- Shumë atraksione kulturore, kryesisht në zonat rurale.
- Disa fshatra me përvojë në B&B dhe mikëpritje

Imazhi i agroturizmit në rajonin e Korçës mund të përkufizohet si më poshtë:

“Shijoni ushqim plot shije të një kuzhine shumë të pasur lokale, të përgatitur nga amvisa të palodhura, shoqëruar me verë dhe raki mani, nën harmoninë e tingujve të kitarës melankolike”

Profili i turistëve

- Turistët vendas nga Korça ose jashtë saj. Vizitat shtrihen në një kohë prej disa orësh dhe arsyeja e vizitës është kryesisht produkte lokale.
- Turistët që vijnë për të blerë ushqime të freskëta (fruta dhe perime), si dhe produkte të përpunuara (të tilla si petkat tipike lokale, uthull molle, reçel, etj.)
- Turistë të huaj që janë pjesë e turneve në vendet fqinje (Maqedoni dhe Greqi) dhe ndalojnë një ditë në Korçë, ose Pogradec
- Kalimtarët që ndalojnë për një pushim të shkurtër dhe konsumi i një vakti (darkë dhe darkë)
- Fëmijët e shkollës, për arsye të praktikave mësimore, për t'u njohur me fshatin mund të shohin nga afër veprimtari bujqësore etj.
- Vizitat në male preferohen nga turistët vendas dhe të huaj.
- Ekoturistët, ecjet përgjatë Bozdovec, Mokër, etj. (jo shumë)

- Turizmi shëndetësor (ujërat termale Dardhë). Kryesisht preferohet nga individë mbi 40 vjeç dhe qëndrimi i tyre është 3 - 15 ditë.
- Kategoria e turistëve që preferojnë hiking, të fillojnë udhëtimin e tyre nga Voskopoja.
- Turistët që vijnë për kampingje, moshat e tyre janë të ndryshme dhe qëndrim i tyre varjon nga 2 - 7 ditë.
- Kategoria e vizitorëve të interesuar për turizmin e kulturës të cilët kryesisht qëndrojnë 2 deri në 7 ditë
- Kategoria e vizitorëve familjarë, të cilët përveç ushqimit, kërkojnë edhe kushte për argëtimin e fëmijëve, qëndrimi i tyre është nga një deri në tre ditë.
- Kategoria e turistëve të apasionuar pas fotografisë profesionale dhe video në natyrë dhe ferma bujqësore.

Problemet që lidhen me atraksionet turistike

- Janë identifikuar praktikrat tradicionale të gatimit, por nuk janë të promovuar p.sh., “Tava e Koranit” etj.
- Ka mungesë të theksuar të çertifikimit me indikacion gjeografik të produkteve, ka vetëm disa përpjekje nga OJF-të, por gjithsesi të pamjaftueshme.
- Një pjesë e restoranteve tradicionale të zonës bashkëpunojnë shumë pak me fermerët, të cilët kryesisht furnizohen me produkte bujqësore të tregut.
- Ekzistojnë disa aktivitete rekreative, por ato nuk janë të mjaftueshme.

Problemet në lidhje me marketingun e turizmit

- Ka mungesë të promovimit të atraksioneve turistike dhe kulturore, e cila aktualisht bëhet nëpërmjet përpjekjeve dhe iniciativa individuale.
- Ekziston një mungesë e koordinimit midis bashkisë, qeverisë qendrore

dhe fermerëve, por edhe vetë midis fermerëve.

Problematikat që lidhen me infrastrukturën

- Infrastruktura që të çon drejt destinacioneve turistike (sidomos në destinacione kulturore), të tilla si “Kisha e Shën Morenës”, “Mozaiku i Ilirëve”, “Varrezat e Selcës”, etj., pothuajse mungon.
- Ka mungesë të shenjave informuese dhe hartave treguese, për të përshkruar vendet e vizitueshme dhe itineraret që mund të ndiqen.
- Kapaciteti i akomodimit në zonat rurale është i kufizuar dhe duhet të investohet për zgjerimin e tij.
- Dyqanet për turistët mungojnë, ato i gjen vetëm në Korçë dhe Voskopojë.
- Nuk ka një gamë të gjerë për ofrimin e shërbimeve nga B&B dhe pikat e agroturizmit, sepse këto të fundit janë

përqendruar vetëm në akomodimin dhe restorantet, nuk ka ofrim argëtimi dhe shërbime të ngjashme.

- Pikat e informacionit mungojnë në shumicën e zonave rurale. Këto janë të pranishme vetëm në Korçë, Voskopojë dhe Prespë.

Probleme që lidhen me mikëpritjen

- Mikëpritja është në nivelin mesatar, por duhet përmirësuar pasi nuk ofrohet në një cilësi të lartë, kjo bazuar dhe në kërkesat e tregut.
- Stafet e angazhuara në shërbimet e miëkpritjes turistike nuk janë të trajnuar, por e ofrojnë këtë shërbim mbi bazë të eksperiencave të tyre personale.
- Një pikë e rëndësishme është mungesa e mbështetjes financiare, trajnimet në dimensionin e zhvillimit të Agroturizmit.
- Një problem tjetër i kohëve të fundit është mungesa e fuqisë punëtore, për shkak të emigrimit.

Bashkëpunimi midis aktorëve për zhvillimin e agroturizmit
Në tabelën e mëposhtme ekzaminohen aktorët dhe roli i tyre në bashkëpunim.

Tabela 4: Aktorët dhe/ose faktorët që luajnë një rol motivues, ose pengues për bashkëpunimin midis tyre

Aktorët / faktorët	Roli i tyre motivues	Roli i tyre pengues
Agjenci turistike	Nëpërmjet guidave turistike sjellin vizitorë	Ato drejtojnë ose ndikojnë plotësisht në kushtet dhe marrëveshjet joformale me bujtinat
Qeverisja lokale (Njësitë administrative/ bashkitë)	Ekziston një zyrë turizmi. Organizohen aktivitete masive si Festa e Birrës, Festa e Rakisë së Boboshticës, etj., të cilat inkurajojnë vizitorët dhe bashkëpunimin e mëtejshëm midis aktorëve	Mungesa e vizionit dhe një plan konkret për promovimin dhe bashkëpunimin midis tyre
Qeveria qendrore		Mungesa e vizionit dhe një plan konkret për promovimin dhe bashkëpunimin
Prodhimet vendore	Sipas fermerëve, cilësia e produkteve ka një ndikim të jashtëzakonshëm për një bashkëpunimin të frytshëm	Mungesa e fondeve që promovon bashkëpunimin midis palëve aktorëve
Fermerët		
Njohuri personale	Ka raste të fermerëve që shesin produktet e tyre në bazë të marrëveshjeve të bashkëpunimit (kontratave).	Mungesa e besimit
Donatorët	Referenca për klientë	Informacion i keq për njëri-tjetrin
Institucionet financiare në sektorin bujqësor	Financimi dhe ndërtimi i kapaciteteve, promovimi i bashkëpunimit dhe rrjetëzimit	Mungesa e një shembulli të një bashkëpunimi
Udhëheqja nga një Lider	Prezantimi i modeleve të bashkëpunimit, konceptet e bashkëpunimit	

Sipas të intervistuarve, disa nga arsyet e nevojës për bashkëpunim midis aktorëve në agroturizëm janë si më poshtë:

- Nevoja për shkëmbim informacioni
- Shkëmbimi i përvojës
- Për të rritur ofertën dhe për të hyrë në treg

Aneks III.

Profili i agroturizmit në Malësinë e Madhe

Rajoni i Malësisë së Madhe përfshin “Bjeshkët e Namuna” dhe zonën e Liqenit Scutari përfshirë dhe luginat e lumit Cem. Historikisht Malësia e Madhe përbëhet nga pesë fise të mëdha (Hoti, Kelmendi, Shkreli, Kastrati), që shumica ishin katolikë dhe një pakicë muslimanë (Gruda) të ndara midis të dy feve.

Për shkak të kulturës së saj për t’u marrë shembull, rajoni i Malësisë së Madhe ka tërhequr më shumë vëmendjen e antropologëve, artistëve, shkrimtarëve dhe studiuesve, krahasuar me çdo rajon tjetër të populluar nga shqiptarët. Në Malësinë e Madhe është krijuar ajo që është konsideruar si epika kombëtare e popullit shqiptar, “Lahuta e Malësisë”. Prifti françeskan Gjergj Fishta kaloi 35 vjet, duke kompozuar këtë poezi epike, në të cilën është paraqitur e gjithë provoja etnike kulturore e shqiptarëve të Malësisë së Madhe (p.sh. dasma, funerale, beteja historike, mitologji, gjenealogji dhe ligj fisnor). Është tepër interesante për lexuesit e ditëve të sotme, pasi ai është një dokument antropologjik, më shumë se sa një poezi madhështore.

Malësia e Madhe po bëhet gjithnjë e më e njohur në mesin e turistëve, si një nga atraksionet më tërheqëse, natyra e virgjër mes maleve, shkëmbinjve të thepisur, përrenjve, lumenjve, liqeneve, pra është një trashëgimi e veçantë kulturore.

Zhvillimi i turizmit është në hapat e tij të parë, por me potencial të lartë për t’u bërë burimi kryesor i zhvillimit në zonë. Ekzistojnë potenciale për diversifikim dhe aplikimin e ciklit të mbyllur bujqësor, duke respektuar rajonizimin bujqësor dhe kryesisht mund të bëhet për faroret dhe bimët e vajrave esencialë. Kjo formë e diversifikimit do të rrisë të ardhurat e

fermerëve për shkak të vlerës së shtuar prodhimit bujqësor dhe i bën të ndihen të pavarur. Një tjetër alternativë do të ishte ngritja e tregjeve rajonale sipas hartës së shpërndarjes gjeografike të prodhimit bujqësor. Në nivelin e fermerëve paketimi mund të bëhet në sasi të mëdha, sepse në sasi më të vogla do të kërkonin investime të mëdha. Një alternativë interesante do të ishte diversifikimi i përpunimit të qumështit, por nën kushtet e respektimit të rreptë të NMS për të shitur zyrtarisht në tregun vendas. Ngjashëm me atë që është diskutuar më lart për Korçën, edhe këtu kullotat malore ofrojnë kullotje të një cilësie të lartë, me efekte të dobishme në tiparet organoleptike të qumështit. Për këtë qëllim, vlen të përmenden llojet e ndryshme të djathërave të fortë të cilët prodhohen tashmë në zonë dhe një eksperiencë e rëndësishme për të ofruar një prodhim të diferencuar.

Agroturizmi dhe turizmi malor mund të jetë një tjetër alternativë për diversifikimin e të ardhurave. Ekzistojnë disa shembuj si Thethi (mbështetur nga GIZ), Razma, që janë etiketuar si pikë fillestare, ose përfundimtare e turneve malore. Ka disa organizata ndërkombëtare që mbështesin agroturizmin në zonë. USAID ka siguruar dy grante prej 20.000 USD për të azhurnuar dhe përfunduar investimet aktuale të bëra në zonë; dhe OJF-të si VIS Albania (financuar nga bashkëpunimi Italian) siguron grante më të vogla prej 2.000-8.000 Euro për një numër fermerësh për zhvillimin e agroturizmit. VIS po punon me një inkubator grash në zonën e Reçit me produktet kryesore të bazuara në përpunimin e gështenjës. Për sa i përket gështenjës është një produkt sezonale dhe nuk mund t’i mbajë gratë të angazhuara

gjatë gjithë vitit, VIS po planifikon të zgjerojë aktivitetin e tyre edhe në sektorë të tjerë, si përpunimi produkteve të tjera lokale sipas shpërndarjes gjeografike të prodhimit bujqësor.

Atraksionet turistike

Malësia e Madhe përfshin dy parqe natyrore rajonale si “Liqeni i Shkodrës” dhe “Parku Kombëtar Shkrel-it” dhe shumë atraksione natyrore si: “Syri i Sheganit”, “Kelmendi Fortesë”, “Gjoni Sy”, “Vukli Burim”, “Vermoshi Kanion”, “Shpella Puci”, “Pusi i Gjek Markut”, “Shpella e njerëzve të lagur”, “Poica Kanion”, “Gështenja Reçi”, etj.

Bujqësia

Për shkak të terrenit kryesisht malor, bujqësia është më pak e zhvilluar krahasuar me rajonet e tjera të vendit. Pjesa perëndimore e Malësisë së Madhe disponon tokë të punueshme të destinuar kryesisht për vreshtat. Pjesa më e madhe e zonës përbëhet nga reliev malor dhe kodrinor ku prodhimi kryesor lidhet me bagëtinë. Bagëtitë që mbarështohen janë delet, dhitë dhe lopët, të cilat kullosin në kullota natyrore gjatë gjithë vitit. Shumica e fermave nuk janë të orientuara drejt tregut dhe kryesisht prodhojnë për vetë-konsum. Teknologjitë e prodhimit janë ende të vjetra dhe mekanizimi nuk është futur si teknologji, kjo për shkak të parcelave shumë të vogla bujqësore. Produktet kryesore janë frutat (mollë, kumbulla, dardha, gështenja, etj.) ndër perimet janë patatet, lakra, etj. Shumica e familjeve përpunojnë produktet e tyre në shtëpi, duke përdorur teknologjinë tradicionale për prodhimin dhe ruajtjen e produkteve lokale të llojeve të ndryshme si djathërat, mishi i thatë, reçelrat dhe turshitë. Këto produkte janë arsyeja kryesore që tërheqin fermerët drejt prodhimit bujqësor.

Imazhi i agroturizmit në Malësinë e Madhe

Shtyllat kryesore mbi të cilën mbështetet agroturizmi në Malësinë e Madhe:

- Mbi atraksionet natyrore të maleve dhe luginave, pyjeve, lumenjve dhe përrrenjve.
- Produkte tipike lokale bujqësore dhe blegtorale (qengjat, kecat, dhitë, derri, etj) me mish shumë të shijshëm. Produktet bujqësore si fruta të freskëta dhe të përpunuara. Mjalti shumë lulesh dhe i gështenjës.
- Tipike është tradita kulturore bujqësore dhe e pa modifikuar.

Profilizimi i vizitorëve/turistëve në Malësinë e Madhe

- Kategoria e vizitorëve që pëlqejnë Turizmin Malor. Ky është një nga grupet më të mëdha të vizitorëve dhe moshë e tyre është mbi 40 vjeç, ato preferojnë të kalojnë disa ditë në klimë malore, zonë të freskët dhe temperaturë të freskët. Qëndrimi i tyre zgjat nga 2 deri në 10 ditë.
- Kategoria e vizitorëve që pëlqejnë turizmin e natyrës (shëtitje, hipizëm). Ky grup turistësh kanë një moshe mesatare nga 18 në 50 vjeç. Ata pëlqejnë shëtitjet dhe eksplorimin e natyrës, maleve, majave, luginave, etj. Qëndrimi i tyre zgjat nga 2 deri në 5 ditë.
- Kategoria e vizitorëve që pëlqejnë turizmin kulinar. Turistët që pëlqejnë kuzhinën tradicionale dhe produktet lokale (verë, djathë, mjaltë).
- Kategoria e vizitorëve me pasione të veçanta (eksploruesit e biodiversitetit), gjuetarët, etj., janë një grup tjetër i interesuar për të ardhur në zonë. Nuk ka grupe të moshave specifike për këto lloj turistësh, kryesisht ato qëndrojnë disa ditë.

- Kategoria e vizitorëve që pëlqejnë turizmin ujqor, te cilët janë një grup shumë i vogël që frekuentojnë Liqenin e Shkodrës. Ata janë kryesisht vendas që shkojnë për të notuar, ose ushtrojnë sportin e kanoas.
- Kategoria e vizitorëve që vijnë për biznes, turistë kalimtarë, turistët e fundjavës, emigrantët.

Pothuajse të gjitha kategoritë e turizmit të renditura në katër grupet e para janë të interesuara, ose të lidhura ngushtësisht me produktet lokale dhe produktet bujqësore. Këto aktivitete janë të lidhura ngushtë me agroturizmin. Pra, aktivitetet turistike në Malësinë e Madhe janë një ndërthurje e turizmit natyror, turizmit kulturor dhe agroturizmit.

Problemet e zhvillimit të agroturizmit Potencialet e agroturizmit

Ekzistojnë disa produkte lokale që mund të luajnë rol të rëndësishëm për tërheqje/atraksion të turistëve. Madje ka shumë produkte lokale, që kanë nevojë për shumë promovim (për shembull, patatet, djathërat, mjalti, trofta e Kelmendit, çaji i malit). Festat lokale mund të përdoren për të promovuar produkte lokale dhe gatimet tipike. Disa produkte mund të promovohen përmes disa festave tipike. Organizimi i panairëve lokale mund të jetë i dobishëm për promovimin e gatimeve lokale dhe produkteve tipike (p.sh. kaçamaku, maza, etj.).

Problemet e përgjithshme të turizmit

- Mungesa e mirëmbajtjes së rrugëve dhe shtigjeve që të çojnë drejt atraksioneve turistike
- Mungon mbështetja financiare për disa evente, aktivitete që kanë nevojë për më shumë promovim
- Ekzistojnë atraksione turistike të cilat kanë mbetur jashtë listave të

atraksioneve të vizitueshme, apo guidave turistike për shembull “Syri i Sheganit”; “Shpella Rryma e Thatë”; “Kanionet e Selcës”, “Sheni i Rrjollit”

- Mungojnë shenjat e identifikimit për atraksionet/objektet turistike.
- Ka organizime të festave fetare si “Shën Gjoni”, “Shën Mëhilli” në Bogë, që mund të përdoren si atraksion turistik, të cilat mund të kombinohen me vizita në Kishë, ose në Kështjellë të cilat duhet të përfshihen në guidat turistike;

Problemet që lidhen me promovimin e agroturizmit

- Mungon strategjia lokale për zhvillimin e turizmit dhe agroturizmit në zonë
- Produktet lokale bujqësore dhe kulinari duhet të promovohen në një shkallë shumë më të gjerë, pasi shumë pak është bërë deri më tani.
- Ekzistojnë disa guida turistike dhe broshura informative për turizmin autentik, por lenë jashtë sipërmarrjet agroturistike.
- Faqja (site) e bashkisë Koplík dhe media të tjera sociale, duhet të jenë më aktive në promovimin e turizmit dhe veçanërisht agroturizmit.
- Site në internet dhe mediat sociale të bizneseve të ndryshme turistike, bujtinave duhet të përditësohen në aspektin e promovimit të atraksioneve natyrore të zonës.
- Është e nevojshme realizim i emisione televizive, spotet mbi agroturizmin dhe atraksionet turistike.
- Qendrat e informacionit turistik duhet të jenë më aktive në shpërndarjen e informacioneve përmes broshurave dhe fletëpalosjeve, dhe jo vetëm kaq por të koordinojnë rezervimet për bujtinat, veçanërisht për ata që nuk kanë faqet e tyre të internetit.

- Ekziston nevoja për ngritjen e kapaciteteve njerëzore për mikëpritjen, promovimin e produkteve lokale, sigurisë ushqimore, njohjen e gjuhës angleze për komunikim me turistët e huaj, etj.
- Problemet në infrastrukturën turistike.
- Në disa zona ka probleme me furnizimin me energji elektrike.
- Mungesa e infrastrukturës së telekomunikacionit.
- Në disa zona ka mungesë të ujit të pijshëm, madje edhe në zonat malore ku ka shumë burime natyrore.
- Rrjeti i menaxhimit të mbetjeve duhet të përmirësohet më shumë në territor.
- Përmirësimi i shënjestrimit të atraksioneve turistike.
- Ekziston problemi i mirëmbajtjes së infrastrukturës rrugore, veçanërisht ato që lidhin fshatrat me pikat turistike.
- Krijimi i mini-ambulancave, rastet emergjente mjekësore gjatë sezonit turistik.

Problemet në lidhje me mikëpritjen

Për shkak të eksperiencës së munguar, ofruesit e shërbimeve kanë probleme në lidhje me mënyrën e kryerjes së shërbimit për turistët. Ekziston një nevojë emergjente për të përmirësuar shërbimet në të gjitha aspektet. Nuk ka politikë të qartë për përcaktimin e çmimeve të shërbimeve. Çmimet luhaten sipas preferencave. Abuzimi me çmimet e shërbimeve mund të dëmtojë imazhin e zonës.

Nevojat për trajnime

- Trajnim mbi aspekte të ndryshme të mikëpritjes për turistët
- Trajnim mbi diversifikimin e produkteve, që mund të përdoren në shërbimet ushqimore, restorante dhe bujtina

- Trajnim mbi sigurinë e ushqimit dhe standardet e cilësisë së produkteve dhe shërbimeve
- Trajnim në lidhje me çertifikimin e disa produkteve lokale
- Trajnim për marketimin e shërbimeve dhe produkteve përmes faqeve të internetit dhe përdorimit të facebook dhe mediave të tjera sociale;
- Trajnim për përgatitjen e guidave turistike
- Trajnim për komunikim në gjuhën angleze

Bashkëpunimi midis aktorëve të interesuar në lidhje me zhvillimin e agroturizmit

Aspekte të përgjithshme

- Bashkëpunimi është spontan, jo i formalizuar.
- Në zonat rurale të Malësisë së Madhe ka një numër të konsiderueshëm B&B
- Koncepti i agroturizmit dhe mënyra e funksionimit të një agroturizmi nuk njihet
- Shpesh bujtina ngatërrohet me agroturizmin
- Agjencitë turistike, agjencitë e udhëtimit luajnë një rol të rëndësishëm për orientimin dhe rezervimet për B&B
- Ekziston prania e donatorëve në promovimin e krijimit të B&B
- Fermerët, sipërmarrësit e restoranteve, përfaqësuesit e njërive administrative, nuk kanë njohuritë e nevojshme për mundësitë që ofron bashkëpunimi, rrjetëzimi, kontratat.
- Ekziston një bashkëpunim i nivelit joformal midis fermave, B&B, restoranteve, qeverive lokale, agjencive turistike.
- Ekzistojnë dhe SHBB, të cilat synojnë të zgjerojnë aktivitetin e tyre duke

ndërtuar bujtina me shërbim ushqimor në zonat rurale (rasti Reçit).

- Komuna e Koplikut, ka një rol shumë të vogël, pothuajse jo në mënyrë të konsiderueshme për të

mbështetur zhvillimin e agroturizmit. Nuk organizon ngjarje masive, nuk promovon bashkëpunim midis aktorëve, etj.

Tabela 5: Aktorët dhe/ose faktorët që luajnë një rol motivues, ose pengues për bashkëpunimin midis tyre

Aktorët/faktorët	Roli i tyre Motivues	Roli i tyre pengues
Agjencitë Turistike	Nëpërmjet guidave turistike sjellin vizitorë	Ata diktojnë çmime në marrëveshjet joformale me bujtinat
Qeverisja lokale (Bashkitë) dhe qeverisja qendrore	Ekziston një zyrë turizmi, por duhet të jetë më aktive Ekzistojnë shenja në zonat turistike	Mungesa e fondeve që nxisin bashkëpunimin Çertifikatat e pronësisë së tokës nuk janë ende të disponueshme (kjo pengon investimet dhe aplikimin për fonde të ndryshme).
Produktet lokale	PO janë arsye për bashkëpunim. Sipas fermerëve, cilësia e lartë e produkteve vendore promovon bashkëpunimin.	
Fermerët	Ka raste të fermerëve, që shesin produktet e tyre në bazë të marrëveshjeve të bashkëpunimit (kontratave).	Mungesa e bashkëpunimit Mungesa e besimit Mungesa e praktikave të mira të bashkëpunimit
Njohuri personale		Megjithëse nuk kanë njohuri dhe eksperiencë, fermerët shpesh nuk bashkëpunojnë B&B për të shitur prodhimet e tyre.
Donatorët	Financimi dhe ndërtimi i kapaciteteve	IPARD kërkon shumë dokumente
Shtrirja e shërbimeve bujqësore	Inkurajoni bashkëpunimin duke promovuar rritjen e prodhimit, përfitimeve, inovacionit, etj.	
Udhëheqja		Nuk ka asnjë fermer, sipërmarrës B&B, ose të tjerë që të janë iniciatorë, udhëheqës për përfaqësimin midis palëve të ndryshme të interesuara.

Sipas të intervistuarve, disa nga arsyet kryesore për bashkëpunim midis aktorëve janë si më poshtë:

- Nevoja për shkëmbimin e informacionit
- Shkëmbimi i përvojës
- Rritja e ofertës dhe pozicionimi në treg

