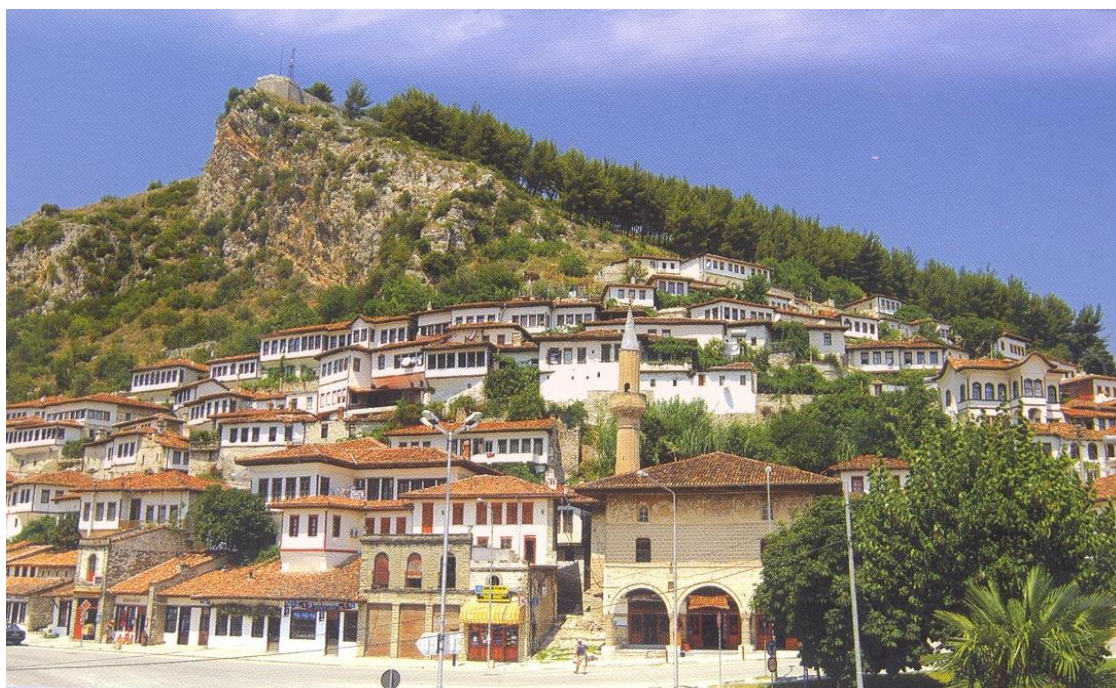




REPUBLIKA E SHQIPERISE
UNIVERSITETI "ALEKSANDER MOISIU,, DURRES
FAKULTETI I SHKENCAVE POLITIKE-JURIDIKE
DEPARTAMENTI ADMINISTRIM PUBLIK
MASTER NE "ADMINISTRIM PUBLIK,,
Adresa: Lagja 1, Rr. " Currilave,, , Durres
Tel & Fax:00355 52 39167
Webside:www.uamd.edu.al

TEME DIPLOME:

TURIZMI HISTORIK NË QARKUN E BERATIT:
PROBLEMET DHE PERSPEKTIVAT



Shtator 2013

UDHËHEQËSE SHKENCOR:

Dr. Elena KOCAQI

PUNOI:

Florena XHAFAJ

ABSTRAKTI

Berati është ndër qytetet e rallë, i cili i takon agimit të njerëzimit. Një kohë kur ujrato rridhnin të pakontrolluara dhe shkatërruese, në këtë zonë u krijua një masiv shkëmbi, i zbuluar nga natyra në sajë të këtij lumi i cili duhet të jetë vënë posaçërisht për të mirëpritur një qytet ku jeta filloi të organizohej për më shumë se 2400 vjet.

Ky qytet rezultat i fantazisë së rafinuar, tërhoqi poetët të shkruajnë dhe piktorët të pikturojnë.

Berati është një destinacion turistik i njohur në mbarë botën. Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit është në sajë të vlerave të trashëgimisë kulturore dhe natyrore të qytetit.

Pranimi i Beratit në UNESCO është një tjetër avantazh, ashtu si dhe kulinaria, bashkëjetesa fetare, ekoturizmi, monumentet e kulturës dhe vlerat shpirtërore.

Por këto vlera janë të shoqëruara edhe me rreziqe për shkak të mungesës së fondeve në lidhje me rikonstruktimin e aseteve historike si dhe në fshatrat turistike.

Për të ardhmen duhet mbrojtja dhe restaurimi i objekteve turistike, monumenteve të kulturës, dhe objekteve natyrore, përmirësimi i kulinarisë , kërkesa për suveniere.

THE ABSTRACT

Berat is one of the rare cities, which belongs to the dawn of humanity. One time, when water flowed uncontrolled and destructive in this area was created a massive rock, discovered by nature thanks to the river, which seems to be set specifically to welcome a city where life began to organize more than 2400 years.

This city, the result of refined fantasy, attracted poets and painters to paint write.

Berat is a famous tourist destination worldwide. Sustainable development tourism is due to the values of cultural and natural heritage of the city.

Acceptance of Berat in UNESCO is another advantage, as well as culinary religious coexistence, ecotourism, cultural monuments and spiritual values.

But these values are associated with risks for absence of funds in connection with the renovation of historic assets and tourist villages.

For the future need the protection and restoration of tourist sites, monuments, and natural objects, improving the culinary, suveniere demand.

FJALËT KYÇE

Qytet, kulturë, vizion, zhvillim, turizëm, histori, traditë, Berat, arti, Galeria, monumentet, ikonat, kalaja, muzetë, ekoturizëm, Mangalemi, Goricë, fortesa, kështjellë.

PËRMBAJTJA

KAPITULLI I. HISTORIA DHE POZITA GJEOGRAFIKE E BERATIT

- 1.1 HISTORIKU*
- 1.2 RELIEVI, KLIMA*
- 1.3 KULTURA*
- 1.4 KËSHTJELLA*
- 1.5 NDËRTEESAT E KULTIT*
- 1.6 ARTIZANATI*
- 1.7 LEGJENDA E BERATIT*

KAPITULLI II. TURIZMI NË BERAT

- 2.1.ZHVILLIMI I TURIZMIT NË BERAT*
- 2.2. TRASHËGIMIA BOTËRORE E UNESCO-s*
- 2.3. QËNDRA HISTORIKË BERAT*
- 2.4. OFERTAT TURISTIKE*
- 2.5. TREGJET AKTUALE*
- 2.6. KONKURENCA JONË*
- 2.7. PIKAT E DOBTA DHE TË FORTA*

KAPITULLI III. STRATEGJIA E TURIZMIT PËR BERATIN

- 3.1. VIZIONI*
- 3.2. MBËSHETJA NË PARIMET E TURIZMIT TË QËNDRUESHËM*
- 3.3. RRUGËT DREJT SË ARDHMES*
- 3.4. TREGJET E SYNUARA*
- 3.5. NJË KUADËR PËR VEPRIM*
- 3.6. ZBATIMI I PLANIT*
- 3.7. MONITORIMI VLERËSIMI DHE RISHIKIMI I PLANIT*
- 3.8. PËRKUFIZIMI I TURIZMIT DHE ELEMENTËT E TIJ*
- 3.9. PRIRJET GLOBALE DHE KOMBËTARE TË TURIZMIT*
- 3.10. STRATEGJI TË RËNDËSISHME*
- 3.11. STRUKTURAT INSTITUCIONALE PËR TURIZMIN*

KAPITULLI IV. PLANI I VEPRIMIT PËR TURIZMIN

- 4.1.KRIJIMI I PRODUKTEVE DHE PËRMIRËSIMI I CILËSISË*
- 4.2.MUNDËSITË E PËRDORIMIT DHE INFRASTRUKTURA*
- 4.3. MARKETINGU I SYNUAR DHE PROMOVIMI*
- 4.4. SHTIMI I BURIMEVE NJERZORE KOORDINIMI I ZHVILLIMIT TURISTIK*

SHKURTESAT

DKKB	Drejtoria e Kulturës Kombëtare, Berat
BE	Bashkimi Evropian
MTKRS	Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve
SKZHI	Strategjia Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim
SNV	Organizata Hollandeze për Zhvillim
KVT	Komiteti i Veprimit për Turizmin
SPVT	Strategjia dhe Plani i Veprimit për Turizmin
PNUD	Programet e Zhvillimit të Kombeve të Bashkuara
UNESCO	Organizata për Arsimin, Shkencën dhe Kulturën e Kombeve të Bashkuara
OBTKB	Organizata Botërore e Turizmit e Kombeve të Bashkuara
OZHM	Objektivat e Zhvillimit të Mijëvjeçarit
ZAT	Zyra e Asistencës Turistike
AKT	Agjensia Kombetare e Turizmit
IMK	Instituti i Monumenteve të Kulturës
ZSHT	Zyra e Shërbimit Turistik

PARATHËNIE

Berati krenari e Shqipërisë: E quajme dhe qytetin muze të Beratit sepse është një qënder e rëndësishme e historisë dhe qytetrimin Shqiptarë.

Mosha, historia, arkitektura, tradita, kultura, natyranjerezit e bejne ate qytet te vecantë të Shqipërisë dhe një pasuri të botës.

QËLLIMI:

Kjo temë që unë po paraqes konsiston në përmirësimin e imazhit të Turizmit në Berat në fusha të ndryshme por veçanërisht në atë të turizmit të trashëgimisë kulturore dhe atë historike, duke e paraqitur qytetin e Beratit si një qytet që mbart vlera në vetvete duka pasur pasuri me vlera kombëtare dhe ndërkombtare. Qëllimi është që të zhvillohet Berati si një destinacion cilësor, të tërheqë turistët që sjellin të ardhura e që kanë interes për kulturën dhe natyrën.

OBJEKTIVA:

- 1. Objektivi i turizmit në qytetin e Beratit është të mbështesë synimet e zhvillimit. Synimi i përgjithshëm i zhvillimit të turizmit për Shqipërinë është të rritë cilësinë e jetesës të një numri të konsiderueshëm në rritje shqiptarësh.*
- 2. Një destinaion i njohur i mbështetur në trashëgiminë kulturore natyrore duke afruar shërbime në përputhje me standartet ndërkombëtare.*
- 3. Zhvillim i harmonizuar dhe afatgjatë i turizmit mbështetur në parimet e qëndrueshmërisë*
- 4. Një jetë më të mirë ekonomike dhe shoqërore për qytetarët e Beratit duke ofruar mundësi punësimi dhe rritje të të ardhurave përmes zhvillimit të turizmit.*

HIPOTEZAT:

A do të mundësohet që qyteti i Beratit të reflektonte në historinë e tij 2400 vjeçare në vlerat e tij autentike nëse nuk përmirësohej performanca dhe prezantimi i vlerave të tij në botë dhe nëse nuk rritej ndërgjegja e opinionit publik në lidhje me përhapjen e këtyre vlerave të patjetërsueshme?

METODOLOGJIA:

Për të pasur sa më shumë njohuri mbi qytetin e lashtë dhe 2400 vjeçar të Beratit ju kemi vënë në dije dhe informim për vlerat studimore dhe bashkëkohore të qytetit, dokumentave arkivore, planeve dhe strategjive që ka Bashkia e Beratit, botimeve shkencore intervistave nga vizitore shqiptare dhe të huaj dhe duke u bazuar në sondazhet që ka zhvilluar Bashkia me operatorë turistikë dhe turistë.

MIRËNJOHJE

Në këtë temë shume te bukur dhe intersante për qytetin tim të vëndlindjes dua të shpreh mirënjohjen pa kufi të njërëzve që më ndihmuan të njoh sa më mirë vëndlindjen time te dashur.

Me këtë rast duke shfrytëzuar dokumentacionin e vënë në përdorim nga Bashkia Berat dhe në veçanti nga Z.Marius Qytyku si specialist i Programeve në Bashkinë Berat dhe Znj. Etleva Dhima si specialist në Zyrën e Informacionit në Bashkinë Berat mu bë e mundur që të pasqyroj vlerat e qytetit tim të dashur dhe të jem akoma me e dashuruar me të.

Falenderimin për z. Marjus Qytyku e shpreh pasi më inkurajoi, më vlerësoi dhe më ndihmoi që unë nëpërmjet kësaj teme të jem me e njohur me vendlindjen time.

Falenderoj të gjithë dashamirësit që kontaktova për të më dhënë sa do pak të dhëna për vlerat e qytetit tim në fushën e turizmit dhe të trashëgimisë kulturore. Një ndihmë më kanë dhënë edhe punonjësit e Drejtorisë së Monumenteve në dokumentacionin e tyre.

Në sajë të ndihmës së këtyre institucioneve dhe të intelektualeve me të cilët kam kontaktuar unë pash që Berati në vete mbart vlera të veçanta dhe të paimagjinueshme.

Dua të falenderoj në veçanti për kontributin e dhënë ndaj meje edhe udhëheqësen e temës që më inkurajoi dhe mundësoi që unë të punoj këtë temë pa vështirësi dhe ta shtoj akoma më shumë pasionin për dashurinë ndaj qytetit tim të dashur.

Gjithashtu falenderoj stafin Pedagogjik të Universitetit që më mundësoi dhe ndihmoi për formimin tim të përgjithshëm dhe specifikues në këtë degë.

HYRJJE

Shqipëria është një vend i bukur dhe magjepsës. Ajo ka një gamë të gjerë atraksionesh historike, kulturore dhe natyrore që përbëjnë një interes të madh për turistët ndërkombëtarë.

Vendi është i sigurt, dhe njerëzit janë mikpritës dhe miqësorë. Ajo që është më e rëndësishme, vendi është ende “autentik.”

Turizmi është një industri që karakterizohet nga përfshirja intensive e krahut të punës. Burimet njerëzore për këtë industri janë vlerësuar si “lëndë e parë” apo janë parashikuar nga ekspertët si faktori më i rëndësishëm që do të përballohet nga kjo industri gjatë dekadave të fundit dhe në vazhdim.

Por çfare cilësie ofrojnë burimet njerëzore në turizmin shqiptar? A i kenaq ajo kërkesat dhe nevojat e klientit d.m.th të turistit?

Ka ardhur koha të vlerësohet motivimi i vizitoreve të cilët paguajnë për t’u kënaqur. Por kur këta turistë paguajnë atë vlerë që mund të jetë e njëjtë apo dhe më e lartë se në një vënd tjetër, presin që shërbimi të jetë po aq i lartë, ose më i mirë. Është ky faktor që do të përcaktojë avantazhet konkurruese brenda turizmit vendas, por edhe ndërmjet tij dhe turizmit të konkurrenteve tanë të huaj.

Vizioni për turizmin shqiptar në përgjithësi dhe për turizmin e Beratit në veçanti.

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

“Berati është një destinacion cilësor, i njohur në mbarë botën, me zhvillim të qëndrueshëm të turizmit, i cili ruan dhe gjallëron burimet e tij kulturore dhe natyrore, ofron vlera dhe eksperiencë unike dhe kontribuon për përmirësimin e cilësisë së jetës së qytetarëve”.¹

Qyteti është dëshmitar i bashkëjetesës në harmoni kulturore dhe fetare mes të krishterëve dhe myslimanëve gjatë periudhës osmane. Ai është një qytet unik me një vlerë të madhe ndërtesash që kanë një interes tepër të lartë arkitekturor dhe historik. Duke njohur këto vlera të tij që nga 10 korriku 2008 Berati është përfshirë në Listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s. Vlerat e pasura të trashëgimisë historike, kulturore, etnografike, arkitekturore dhe natyrore të qytetit përbëjnë një bazë të fuqishme për zhvillimin e turizmit. Si rrjedhim, zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit i ka të gjitha mundësitë të ndihmojë zhvillimin ekonomik, shoqëror, dhe mjedisor të rajonit. Berati tanimë po tërheq një numër përherë e më të madh vizitorësh si nga Shqipëria ashtu dhe nga jashtë, veçanërisht që nga përfshirja në listën e Trashëgimisë Botërore. Zhvillimi i ndjeshëm i turizmit shihet si objektiv me përparësi në Planin Strategjik të Beratit për Zhvillimin Social dhe Ekonomik, ku nevoja për zhvillim në përputhje me vlerën e jashtëzakonshme universale, integritetin dhe origjinalitetin e qytetit pasqyrohet në vlerësimin e ICOMOS-it për qytetin në përshkrimin e Trashëgimisë Botërore.

¹ICOMOS, Vlerësime të pasurive kulturore, 2008 f.9

PERSPEKTIVAT QË KA FITUAR BERATI ME FUTJEN NË UNESCO

Në këto 5 vjet, ka produkte të shumta pune dhe arritje që i dedikohen statusit të “Beratit në UNESCO”.² Ka përfunduar Plani i Përgjithshëm i Zhvillimit të Territorit, u hartua Strategjia dhe Plani i Veprimit për Turizmin, po zhvillohen projekte për studime sizmike dhe të mbrojtjes, rehabilitimi i kalasë që u financua nga KE në shumën 1 milion euro. Jemi në axhendën e financimit nga fondi shqiptaro-amerikan, i cili do të vazhdojë ndërhyrjen në infrastrukturën e Qendrës Historike. Po kështu, ka filluar puna për studimin e fizibilitetit dhe hartimin e projektit për Unazën e Qytetit dhe sistemimin e lumit “Osum”. Kështu numri i turistëve të huaj që vizitojnë Beratin nga viti në vit vjen në rritje.

PROBLEMET QE KA TURIZMI NE QYTETIN E BERATIT

Disa shqetësime, rrisqe dhe kërcënime që u rrinë mbi kokë vlerave dhe pasurive të qytetit të Beratit. Janë 107 monumente kulture të kategorisë së parë dhe 383 monumente të kategorisë së dytë që presin me vite fonde për trajtime sipas kriterëve të konservimit dhe marketimit, por me burime kaq simbolike të buxheteve të sotme ato rrezikojnë degradimin. Janë 83 shtëpi të braktisura në qendrën historike, të cilat japin sinjalin e harresës dhe të asgjësimit, jo thjesht si banesa individuale, por si ansambël arkitekturor i Qendrës Historike. “Muret bizantine në Kalanë e Beratit kanë rënë dhe disa afreske të kishave po humbasin gjurmët e origjinës”.³ Janë mbi 400 ikona dhe monumente të hershme që janë në gjendje dëshpëruese dhe që s’kanë më kohë të presin pamundësinë e gjetjes së burimeve të financimit. Tranzicioni ka krijuar jo pak probleme me ndërtimet pa leje dhe deformimet urbane të shfaqura jo aq problematike në qendrat historike, por tepër kërcënuese në zonën tampon, ku aktualisht janë mbi 42 ndërtime që nuk i plotësojnë kriteret sipas ligjit dhe rregullores. Po kështu, rreziqet e rënies së gurëve nga shpatet e kalasë dhe Gorica, si dhe rreziku i rënies së zjarreve dhe mungesa e hidranteve janë refren që përsëritet, ndërkohë që zgjidhja me financim projektësh në këtë fushë duket e largët dhe jo shpresëdhënëse. Veç të tjerash, dëshmi e harresës, e izolimit dhe e lënies në periferi të programeve të zhvillimit të Beratit në këto vite, është edhe rruga nacionale Berat-Lushnje dhe ajo Berat-Fier. Këto dy akse rrugore të shkatërruara plotësisht dhe të shoqëruara me indiferencë dhe mungesë vëmendjeje për financim nga ana e Qeverisë, janë imazhi më i qartë sesi vlerësohet realisht kultura dhe turizmi.

²Gazeta Shqip: Berati ne UNESCO: 22 Qershor 2012. f.7-11

³Abedin Kaja: Gazeta Ballkan, 4 vitet e Beratit në UNESCO, 14.11.2012, F.2.

KAPITULLI I. HISTORIA DHE POZITA GJEOGRAFIKE E BERATIT

KAPITULLI I.1 HISTORIA

Berati 2400 vjeçar

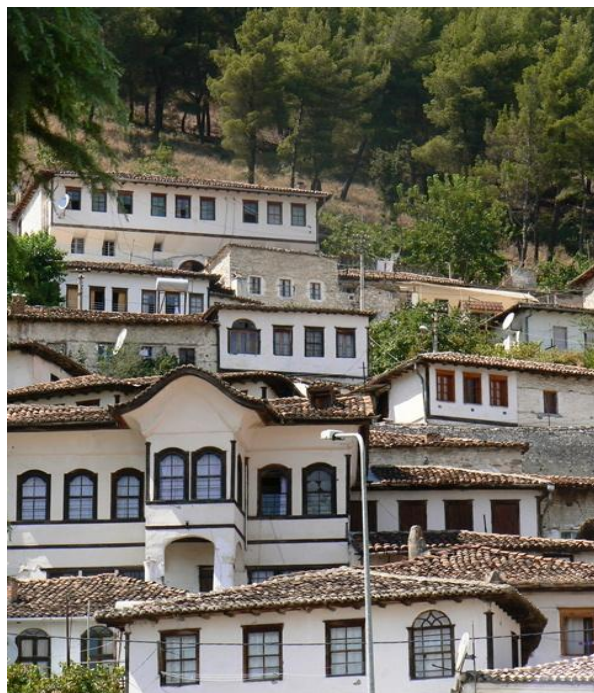
Qyteti 2400 vjeçar i Beratit, një nga zonat turistike të spikatura shqiptare, i ngritur fillimisht si kështjellë mbi kodrën shkëmbore në krahun e djathtë të lumit Osum, prej shekujsh zgjeruar jashtë kështjellës në dy krahët e lumit, numuron 107 monumente të kategorisë së parë dhe 383 të kategorisë së dytë.

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

Turizimi konsiderohet një nga shtyllat kryesore të zhvillimit të Beratit. Në Planin Strategjik për Zhvillimin Social dhe Ekonomik 2010-2020, turizmi shihet si një objektiv parësor për zhvillimin e ekonomisë lokale. Duke marrë parasysh rëndësinë e turizmit për zhvillimin ekonomik në përgjithësi dhe mundësinë që ai ofron për krijimin e vendeve të reja të punës dhe për mbështetjen e bisnezeve të vogla, Bashkia e Beratit filloi përgatitjen e kësaj Strategjie dhe Plani Veprimi për Turizmin. Në prill të vitit 2010 u nënshkrua një marrëveshje e përbashkët me Organizatën Hollandeze për Zhvillim SNV, ku ajo mori përsipër t'i ofronte Bashkisë së Beratit asistencë teknike për përgatitjen e SPVT-së (Strategjia dhe Plani i Veprimit për Turizmin). Për të mbështetur këtë proces, në maj 2010, u krijua Komiteti i Veprimit për Turizmin (KVT) me përfaqësues nga institucionet publike, bisnezi, dhe shoqëria civile. Një bazë të fuqishme për zhvillimin e turizmit në Berat e bëjnë edhe vlerat e pasura arkitekturore dhe natyrore të tij. Zhvillimi i qëndrueshëm i turizmit zhvilloi ekonominë shoqërore dhe mjedisore të rajonit. Berati në këto rrethana po tërheq një numër tepër më të madh vizitorësh si nga Shqipëria ashtu dhe nga jashtë, kjo për arsye se ndikoi shumë edhe përfshirja e tij në Listën e Trashëgimisë Botërore. Zhvillimi i madh i turizmit shifet si një objektiv me përparësi në Planin Strategjik të Beratit për zhvillimin social dhe ekonomik. Berati është akoma në hapat e para të formimit të një destinacioni cilësor, kulturor dhe historik të një shkalle të lartë. Për këtë duhet të shpalosen vlerat e tij historike dhe kulturore, duke zvogëluar rreziqet e ndryshme një nga këto është dhe ndërtimi pa leje në zonat historike. "Strategjia për Turizmin dhe Plani i Veprimit për Beratin".⁴ (STVP) është një plan i detajuar i angazhimit të Bashkisë së Beratit për zhvillimin e turizmit në këto 10 vjetët e ardhshme. Ky plan është një dokument zyrtar i miratuar, i hartuar nga Komiteti i Veprimit për Turizmin (KVT) që përfshin përfaqësues të qeverisjes lokale, sektorit privat dhe shoqërisë civile. Ky plan shprehet në qëndrueshmërinë e turizmit në qytetin e Beratit, përmirësimi i cilësisë së produkteve, mundësitë e shfrytëzimit dhe infrastruktura, marketimi dhe promovimi si dhe burimet njerëzore dhe menaxhimi i destinacioneve. Përfshirja e komunitetit të Beratit në zhvillimin e planit ka çuar në krijimin e pronësisë lokale.

⁴ NVS: Berati qyteti i njëmijë dritareve, Tiranë 2006. f. 1-2

Berati u përket qyteteve të rrallë ku jeta fillon qysh në lashtësinë e thellë dhe vazhdon pa u ndërprerë deri më sot. Dy çekanë guri e datojnë fillimin e jetës në të para



Periudhës së Bronzit (2600-1800 P.Kr.). Dëshmitë arkeologjike tregojnë se në shek. VII-VI-të P.Kr. Këtu është zhvilluar një vendbanim paraqytetar, me punishtet e tij të qeramikës dhe me një jetë shoqërore të diferencuar. Në kufijtë e legjendës dhe të historisë, ky vendbanim thuhet të ketë qenë Orestida e lashtë, i quajtur kështu ngaqë aty banonin një fis i pellazgëve, orestët, i pari i të cilëve ishte Oresti, i biri i Agamemnonit. Qyteti i mirëfilltë u themelua më 313-310 P.Kr. si qytet-kështjellë i Dasaretisë, i quajtur Antipatrea nga mbreti Kasandër në kujtim të gjeneralit mëkëmbës të Lekës së Madh. Ky është emri i parë i qytetit. Pas pushtimit romak në shek.

Fig.1 Lagja Mangalem

II-të P.Kr. ai u quajt prej tyre Albanorum Oppidum (Fortesa e Arbërve). Në shek. V-të, nën perandorinë Bizantine, u përforcua dhe e ndryshoi emrin në Pulheriopolis (Qytet i bukur). I pushtuar nga bullgarët në shek. IX-të, u quajt Belgrad (Qytet i bardhë) Berati i sotëm.

Muzakajt

Nën zotërimin e Muzakajve, në shek. XIII-të-XIV-të, qyteti filloi të shtrihej jashtë mureve të kështjellës. Në këtë kohë Berati arrin shtrirjen më të madhe territoriale, zhvillohet dhe bëhet një qendër e rëndësishme ekonomike, tregtare, administrative e kulturore. Në 1417 qyteti pushtohet nga turqit dhe zhvillimi i tij u ul ndjeshëm, por nga fillimi i shek. XVI-të ai e mori veten, për tu bërë përsëri një nga qytetet më të mëdhenj të Shqipërisë. Në shek. XVII-të ai vazhdonte të ishte qyteti më i madh i Shqipërisë, me 500 shtëpi të shpërndara në 30 lagje dhe me 5 medrese. Berati në këtë kohë bëhet qendra kryesore ekonomike e vendit, me zhvillim të madh të zejtarisë e të tregtisë. Tani Berati ishte kryeqendra e sanxhakut të Vlorës të përbërë nga kazatë e: Myzeqesë, Tomoricës, Skraparit, Përmetit, Pogonit, Tepelenës e Vlorës. Në Berat tregtonin mallrat e tyre tregtarë të huaj. Në shek. XVIII-të Berati bëhet qendër e pashallëkut të madh të Ahmet Kurt Pashës. Ali Pashë Tepelena e bashkoi atë me pashallëkun e tij të Janinës dhe përforcoi muret e kështjellës. Në këtë periudhë tregtarët e mëdhenj beratas kishin marrëdhënie me Venetikon, Triesten, Raguzën, Ankonën, Korfuzin, Maltën, Aleksandrinë, Izmirin, Selanikun, Stambollin, Sofien, Nishin, Belgradin, etj. Berati përdorte dy skela: Vlorën dhe Durrësin. Ai ishte bërë kështu kryeqendër e një sistemi të madh ndërkrahinor. Tregtarët beratas kishin agjencitë e tyre në Durrës, Vlorë, Elbasan, Korçë. Tregtarët e mëdhenj shkodranë kishin në Berat agjencinë e tyre tregtare. Berati vjen nga iliret bir ate që simbas legjendave filluan ndertimin e kalase për tu mbrojtur nga sulmuset.

Qyteti është ndër më të vjetrit në Shqipëri, fillimet e të cilit i gjejmë në një vendbanim në formë Fortese Kalaja, e cila ka ekzistuar që prej shekullit IV-të pa-ra Krishtit me një jetë të pandërprerë deri në ditët e sotme. Ai ka qenë vendbanim i fisit Ilir të Desaretëv, të cilët ishin të parët që ndërjuan fortifikimet në qytet. I njohur si *Antipatrea* qyteti u pushtua prej romakëve në shekullin e II-të para Krishtit. Tit Livius një historian Romak i famshëm e përshkruan atë si “një qytet i madh dhe i fortë, i vendosur në një rrip toke të ngushtë e shkëmbor “Livius tregon për mizorinë e legjioneve Romake të cilat “vranë të gjithë njerëzit mbi 16 vjeç, shkatërruan muret e qytetit dhe i vunë zjarrin atij”.⁵ Romakët e quajtën qytetin *Albanorum Oppidum* (*Kështjella Shqiptare*).

Në shekullin e VII-të filluan invazionet Bullgare, të cilat zgjatën deri në vitin 1018 duke e quajtur Beratin si *Belgrad Qyteti i Bardhe* .

Me rënien e Perandorisë Bizantine, Berati u kthye në një nga qendrat më të rëndësishme për autoritetet fetare të Epirit. Ai ishte rezidenca e Mikele Angelo Komneno despoti i qendrës klerike të Epirit. Në hyrjen e Kalasë në portën e saj jugore, gjendet një monogram me gurë ; një kryq me katër shkronja ku është shkruar : M.H.L.K. ky është emri i despotit: M (i) .H (a) .L.K. (omneni) .

Në shekullin e XIV-të, qyteti u transformua në kryeqendrën e një principate të madhe nën sundimin e familjes fisnike të Muzakajve .Në vitin 1417 Berati u vu nën pushtimin Turk. Gjatë pushtimeve otomane, ai mbeti një prej qyteteve më të mëdhenj të Shqipërisë. Deri në fillimin e shekullit XX-të qyteti kishte një infrastrukturë solide, dhe ishte një lidhëse drejt Lindjes dhe Kostandinopojës por gjithashtu edhe në drejtim të Jugut për në Janinë –Greqi. Qyteti është i njohur për trashëgimime e tij kulturore, arkitekturën historike dhe bukurinë natyrore dhe njihet si “qyteti i një mbi një dritareve “ për shkak të numrit të madh të dritareve të shtëpive të vjetra që shikojnë mbi qytet. Është një qytet i mrekullueshëm skenik me ndërtesa të bukura shumë interesante nga pikëpamja arkitektonike dhe historike. Qyteti ka një relief malor dhe kodrinor me majat më të larta Malin e *Tomorrit* (2.416 m) dhe Malin e *Shpiragut* (1.218 m) të cilët të kombinuar me luginën e Osumit krijojnë një peisazh të bukur në qytet .

Berati mbart dëshminë e bashkëjetesës së feve të ndryshme dhe komuniteteve të shumta kulturore përgjatë shekujve. Pjesa e vjetër historike përbëhet nga tre lagje të ndara nga lumi Osum: Kalaja, Gorica dhe Mangalemi. Qyteti ka gjithashtu Qendrën Mesjetare e cila përbëhet nga monumente të vjetra fetare të sektit *Bektashi* dhe një xhami të shek. XV-të. Kalaja përbën një nga pamjet më të mrekullueshme të qytetit. Ajo ka ruajtur të pandryshuar planin e saj original të shekullit IV-të para Krishtit. Me kalimin e kohërave ajo ka pësuar disa ndryshime gjatë shekujve VI-të, VIII-të, XV-të dhe XIX-të .Ajo nuk është vetëm një nga Kështjellat më të mëdha të banuara, por një arkiv në gurë, e cila ofron një varietet stileshe dhe kontribute të epokave të ndryshme: Romako-Bizantine, Shqiptare dhe Otomane. Ndërtesat brenda Kalasë janë ndërtaur gjatë shekullit të XIII dhe për shkak të arkitekturës së tyre karakteristike janë ruajtur si monumente kulture. Kalaja ka shumë kisha Bizantine si dhe disa xhami të ndërtaura gjatë epokës Otomane e cila filloi në vitin 1417 .

⁵Hëna Spahiu: Historiku i Beratit 1977-1978 f.343-348

Kalaja e Goricës ka qënë një tjetër kala në qytet e cila i përket së njëjtës periudhe (IV-të para Krishtit) , e pozicionuar në kodrën përballë. Sot ekzistojnë vetëm rrënojat e kësaj kalaje.

Lagjet e vjetra të Mangalemit dhe Goricës pergjatë lumit , të lidhura me njera-tjetrën me Urën e Goricës, janë zona të ruajtura mirë me ndërtesa me arkitekturë karakteristike me një numër të madh dritarësh , rrugica plot sharm dhe objekte religjioze.

1.2 RELIEVI, KLIMA

Berati është qytet me rreth 65.000 banorë dhe njëra nga dy bashkitë e Rrethit të Beratit që bën pjesë në Qarkun e Beratit. Trojet e Beratit, sipas arkeologëve kanë qënë të banuara nga njerëz të civilizuar që nga shekulli VII para erës sonë.

Gjeografia.

Qyteti i Beratit është ngritur fillimisht si kështjellë, mbi kodrën shkëmbore me lartësi 187 m mbi nivelin e detit, në krahun e djathtë të lumit Osum, para se ky të dalë në fushën e Myzeqesë, më e madhja e Shqipërisë. “Berati shtrihet në Krahinën Malore Qendrore e pjesërisht në Ultësirën Jugperëndimore të Shqipërisë”.⁶

RELIEVI

Rrethi i Beratit shtrihet kryesisht në një territor me reliev malor e kodrinor, me lartësi mesatare mbi nivelin e detit 455 m. Fushat shtrihen në krahun veri-perëndimor të rrethit, në luginën e Osumit, derisa ajo bashkohet me fushën e Myzeqesë. Në mjedisin natyror të Beratit dallohen: zona fushore e kodrinore e Beratit dhe e Kuçovës, mali i Tomorit dhe ai i Shpiragut si edhe luginat e Osumit dhe e Tomoricës. Zona fushore dhe ajo kodrinore janë baza e zhvillimit të prodhimit bujqësor, ndërsa malet dhe luginat përfaqësojnë burime të mëdha pyjore, kullosore dhe hidrike, dhe të pashfrytëzuara si potenciale të rëndësishme të zhvillimit ekonomik e mjedisor.

Lumenjtë

Lumi i Osumit rrjedh përmes qytetit dhe jashtë tij, afër Urës Vajgurore, bashkohet me lumin e Devollit; të dy së bashku formojnë Semanin. Osumi është një nga lumenjtë kryesorë të vendit. Ai paraqet interes për bujqësinë, energjitikën, hidrogeologjinë, ekologjinë dhe urbanistikën.

KLIMA

Klima e rrethit është tipike mesdhetare. Qyteti i Beratit është i ventiluar mirë dhe ajri është i pastër falë edhe gjelbërimit brenda qytetit dhe në kodrat që e rrethojnë. Tokat bujqësore janë kryesisht të hinjta-kafe, me shpërndarje: 36% në fushë, 38% në zonë kodrinore dhe 26% në zonë malore.

⁶Hëna Spahiu: Qyteti Iliro - arbor i Beratit Tiranë 1990 f.9

1.3 KULTURA

Qytet muze

Në vitin 1961 Berati u shpall zyrtarisht qytet muze. “Ai është qytet muze me pasuri të konsiderueshme monumentesh dhe me vlera të larmishme për nga gjinitë, të cilat përbëjnë një dëshmi të trashëgimisë kulturore, historike e artistike, të jetës e të punës, të realizuara mjeshhtërisht brez pas brezi nga banorët e tij”.⁷ Nga zonifikimi dhe nga përcaktimi i kategorisë së monumenteve qyteti ndahet në tri zona: zona muze, zona e mbrojtur dhe zona e lirë.

Sot Berati trashëgon 210 objekte muzeale, nga të cilat 150 janë objekte në këmbë. Prej tyre 60 janë monumente të kategorisë së parë dhe të tjerat të kategorisë së dytë.

Popullsia Në rrethin e Beratit zyrtarisht popullsia është 71.000 banorë. Popullsia ka pësuar një rënie të ndjeshme pas vitit 1990, kohë në të cilën u mbyllën ndërmarrjet e mëdha industriale.

Besimi. Në qytet bashkëjetojnë tri fe: myslimanë, bektashinj dhe të krishterë ortodoksë. Lagjet e vjetra, Kalaja, Mangalemi dhe Gorica janë kryesisht ortodokse. Lagjet e tjera të vjetra në rrëzë të kodrës popullohen nga myslimanë, ndërsa ato fare të reja nga popullsi e përzier, por edhe nga bektashinj të vendosur vonë të ardhur nga zona e Skraparit. Bashkëjetesa mes besimeve është një nga tiparet dalluese të Beratit. Ekzistenca e 40 kishave dhe 30 xhamive në një hapësirë relativisht të vogël e bën Beratin një udhëkryq të rëndësishëm fetar e kulturor.

Ekonomia. Në zhvillimin aktual ekonomik Berati është fokusuar në industrinë e Agro-Turizmit si dhe atë të Bujqësisë. Njihet për prodhim i cilësisë së lartë të Marmelatës, mjaltit dhe frutave të thata.

Tradita dhe Zakone

Tipi tradicional i banesës është me çardak, me tavane dhe gdhendje druri brenda. Katet e poshtme shpesh janë pa dritare, muret janë të bardha dhe të lyera me gëlqere. Shumica e kateve përdhese janë ngritur mbi shkëmb dhe kanë puse. Muret e shtëpive janë të larta me shumë dritare, portat e hyrjes dhe dyert janë të rënda, me dru të gdhendur.

Këngët. Berati është i njohur për këngën popullore qytetare. Kënga e qytetit është një përzierje mes traditës së kohës osmane të përforcuar edhe nga folklori i Shqipërisë së Mesme, dhe traditës polifonike e qytetare që vjen nga Toskëria, Shqipëria e Jugut. Kështu që kënga qytetare beratase është një lloj krejt i veçantë në muzikën popullore shqiptare. Kaseta e disqe mund të gjeni në dyqanet e shumta në qendër të qytetit.

Veshja Tradicionale. Në zonën fushore mbanin veshje me brekushe për burrat dhe një pjesë kostumin me poture, kurse gratë mbanin linjë të gjatë dhe përparje e mbulesa koke të pambukta me shumë zbukurime. “Veshja qytetare për burrat ishte kostumi me fustanellë, për gratë kostumi kishte zbukurime e qëndisje ari”.⁷ Vallët janë kryesisht të tipit dyshe myzeqare, shoqëruar me këngë polifonike. Vallja qytetare beratase shoqërohet me saze.



Fg.2 Veshje kareakteristike beratase

⁷Parashqevi Sahatçi: Berati Etnogrfia në shekuj, f.57

1.4 KËSHTJELLA

Kështjella ose kalaja, siç quhet nga beratasit është ndërtuar mbi kodrën shkëmbore në formë trekëndëshi, me perimetër të mureve 1440 m, me 24 kulla e me dy porta. Me themelet e saj ilire, e rindërtuar disa herë në shekujt VI-të, XIII-të, XV-të dhe XIX-të ajo është sot jo vetëm një nga kështjellat më të mëdha të banuara, por edhe një arkiv i gurtë që ofron varietete stilesh dhe kontributesh të epokave të ndryshme : ilire, romako-bizantine, shqiptare e turke. “Kështjella është pjesë e legjendës së vjetër e të bukur të Tomorit dhe Shpiragut”.⁸

Ura e Goricës

Ura e Goricës është një nga monumentet e kulturës dhe të arkitekturës së Beratit dhe njëkohësisht një nga simbolet e tij. Rreth viteve 1780 me përkujdesjen e Ahmet Kurt Pashës, nga urë druri në pjesën e sipërme, ajo u ndërtua e gjitha prej guri. Ajo u rindërtua përsëri duke marrë pamjen që ruan sot, me parrmakë betoni, në vitin 1922 nga bashkia e qytetit. Është 129,3 m e gjatë, 5,3 m e gjerë, ngrihet 10 m mbi lumë dhe ka 7 harqe me hapësira 9 deri 16,7 m.

1.5 NDËRTEESAT E KULTIT



F.g 3 Kisha e Shën Triadhës Goric

⁸Evlia Çelebiu:Kështjellë e bukur si kopshtet paraizore, qytet i qeshur dhe i çiltër i Beratit, 1930 f.55

Disa kapitole dhe kolonada dëshmojnë se në Berat kanë ekzistuar kisha paleokristiane të shekujve IV–VI (Shën Todri). Ndër kishat më të bukura të ndërtuara në shekujt XIII-të-XIV-të janë : Shën Mari Vlaherna, Shën Triadha dhe Shën Mëhilli. Në Berat ka edhe një numër ndërtesash të fesë islame, me vlera të shquara arkitektonike e artistike, si : Teqeja e Helvetive, Xhamia e Beqarëve, Xhamia e Plumbit, etj. Këto kisha, xhami dhe ndërtesa të tjera urbane, sidomos ansamblet e lagjeve Mangalem, Kala e Goricë, janë perla të arkitekturës mesjetare. Nga përshtypja e veçantë që të krijon ansambli i Mangalemit, Berati është quajtur edhe qyteti i një mbi një dritareve.

Arti dhe zejet. Në Berat është gjetur një vepër e rrallë, epitafi i Glavinicës, një krijim i mirënjohur i vitit 1373, i qëndisur në ar, argjend e mëndafsh, që tregon Krishtin e vdekur të kurorëzuar, të rrethuar me shkrime greke. Kishat e Beratit janë të zbuluara me piktura të stilit bizantin e pasbizantin, të krijuara nga artistë të ndryshëm të shekujve XII-të-XIV-të dhe nga mjeshtrat e shekullit XVI-të: Onufri dhe biri i tij Nikolla. Katedralja e Shën Marisë shquhet për ikonostasin e saj, të gdhendur në dru të larzuar me ar, një vepër artistike e cilësisë së parë. Me një fanatizëm të denjë që të quhet i shenjtë, në Berat janë ruajtur dëshmi dorëshkrimore, të cilat dëshmojnë nivelin veçanërisht të lartë të kulturës së qytetit. Më e rëndësishmja nga këto dëshmi është Kodiku i Purpurt (Codex Purpureus Beratinus O) i shekullit VI-të, i shkruajtur në pergamen të purpurt. Ai është një nga katër/gjashtë kopjet e vetme të gjetura në të gjithë botën. I dyti është Kodiku i Artë (Codex Aureus) i shekullit IX-të, i shkruajtur në pergamen me shkronja ari. Që të dy këta Kisha e Shën Spiridhonit në Lagjen Goricë kodikë përmbajnë pjesë nga unjijetë të shkruajtura në greqishen e vjetër. Këta kodikë u rizbuluan në kështjellë në 1972 dhe ruhen sot në Muzeun Historik Kombëtar në Tiranë.

1.6 ARTIZANATI

Tradicionalisht në Berat vizitori ka gjetur mikpritje të veçantë, përjetimin e një ambienti të këndshëm e shlodhës, rastin që të shijojë një kuzhinë karakteristike tradicionale të kombinuar me atë moderne, ku përfshihen ullinjët e famshëm, mishi i qengjit dhe ai i gjelit të detit dhe verërat e prodhuara nga vreshtat rreth qytetit. Degë më e zhvilluar e turizmit deri më tani ka qenë punime të artizanatit. Artizanati, për qytetin është një vlerë e trashëguar e cila mirëmbahet edhe sot në Berat në disa gjini, si: gdhendje ne dru qendistari, punime në argjend dhe në metale të tjera, punime në kashtë, gdhendje në pllaka guri, punime dekorative me gur. Vitet e fundit ka një rigjallërim të ketyre mjeshtrëve. Vizitori mund të gjejë në disa dyqane gdhendje me pamje karakteristike të Beratit. Punimet e disa prej mjeshtrave të Beratit janë shpërndarë edhe jashtë vendit. Tradicionalisht në Berat vizitori ka gjetur mikpritje të veçantë, përjetimin e një ambienti të këndshëm e shlodhës, rastin që të shijojë një kuzhinë karakteristike tradicionale të kombinuar me atë moderne, ku përfshihen ullinjët e famshëm, mishi i qengjit dhe ai i gjelit të detit dhe verërat e prodhuara nga vreshtat rreth qytetit. Degë më e zhvilluar e turizmit deri më tani ka qenë punime të artizanatit. “Artizanati, për qytetin është një vlerë e trashëguar e cila mirëmbahet edhe sot”.⁹ Në Berat në disa gjini, si: gdhendje ne dru qendistari, punime ne argjend dhe ne metale te tjera, punime ne kashte, gdhendje ne pllaka guri, punime dekorative me gur. Vitet e fundit ka një rigjallërim të ketyre mjeshtrëve. Vizitori mund të gjejë në disa dyqane gdhendje me pamje karakteristike të Beratit.

⁹Vasfi Samimi: Berati 300 vjet më parë, Tiranë 1971 f.27-31

1.7. LEGJENDA E BERATIT



F.g 4 Legjenda e Beratit

”Legjenda e Beratit”.¹⁰ Mijëra e mijëra vjet më parë jetonte një Zanë shumë e bukur. Një ditë ajo u takua me dy vëllezër viganë, Tomorin dhe Shpiragun. Sikurse ndodh shumë herë ndër legjenda dhe shpesh në të vërtetë, të dy vëllezërit ranë në dashuri me Zanën e bukur. Kaq fort ua trazoi zemrat të dy vëllezërve dhe kaq thellë u hyri grindja për të, sa që shpërtheu lufta vëllavrasëse. Tomorri, duke patur një shpatë të shkëlqyeshme, i ra vëllait të vet më të vogël brinjëve, ndërsa ky i fundit, i armatosur me një topuz shumë të rëndë, iu turr me furi duke e goditur sa mundëtë më fort. Zoti, që shihte çdo gjë, u trishtua dhe u zëmërua prej pamjes aq të dhimbshme, grindjes aq të përgjakshme midis vëllezërve. Ata duheshin ndëshkuar për këtë mënxyrë që shkaktuan. Prandaj, Ai i ktheu fajtorët në gur dhe i dënoi të mbajnë ndër shekuj në trup gjurmët e këtij luftimi të tmerrshëm. Që nga ajo kohë e lashtë e deri sot vëllai i madh, Tomori, i tregon diellit hapësirat e veta gropa - gropa dhe plasa të panumërta. Ndërsa, vëllait të vogël, Shpiragut, kushdo që kalon në këto treva, i sheh brinjët e coptuara e të thelluara vija-vija. Shkaktarja e kësaj mënxyre, Zana e bukur hirëplotë, nuk duhej t’i shpëtonte zëmërimin të Zotit, ndaj Ai e ktheu në një kodrinëzë shkëmbore, mbi të cilën një ditë filluan të vendosen gurë mbi gurë dhe u ndërtua një kështjellë e madhe, e bukur, që qendron edhe sot madhështore mbi qytetin e Beratit. Zana e bukur, që i donte vëllezërit, po jo zëmërimin e tyre të derdhur mbi njeri-tjetrin, qau e qau pa masë. Ai lumë, që tani mban emrin Osum, sipas legjendës, nuk është gjë tjetër veçse rrëkeja e lotëve, që lagu gurë e shkëmb dhe u derdh mes dy vëllezërve prej Zanës hyjneshë, për t’u treguar se dhimbja për këtë fatkeqësi asnjëherë nuk do t’i shterë lotët.

¹⁰Shtraus“Berati është i bukur, për të qënë përjetësisht i bukur”: f. 15-21

KAPITULLI II. TURIZMI NË BERAT

2.1.ZHVILLIMI I TURIZMIT NË BERAT

Qyteti i Beratit që nga viti 1961 u shpall qytet-muze nga qeveria shqiptare. Berati edhe në periudhën e komunizmit ka patur vizitorë nga ato grupe që vizitonin Shqipërinë nga vëndet aleate si dhe grupet kosovare gjate tureve të organizuara nga shteti.Pas vitit 1997 Berati ka rivendosur edhe një herë emrin dhe imazhin e tij të mirë. Është rritur numri i vizitorëve si ai nga jashtë vëndit edhe ai i vizitorëve nga Shqipëria dhe nga Kosova. “Mikpritja e qytetarëve beratas ka mahnitur të huajt, një mjedis i qetë dhe shlodhës si dhe shijimin e guzhinës tradicionale si dhe atë bashkohore ku përfshihen ullahtë me famë beratas, mishi i qëngjtit dhe gjelit të detit si dhe nga verërat e prodhuara nga vreshtat me rushë të qytetit”.¹¹ Pas rregjistrimit të Beratit në Trashëgiminë Botërore në UNESCO në vitin 2008, vizitorët kanë qënë në rritje. Nga viti në vit numri i vizitorëve në kështjellën e Beratit është rritur më shumë se 10%.



Fig. 5 Zyra e Informacionit Turistik

¹¹Bashkia Berat: Berati çelsi turistik, Berat 2008 f.5-27

Ndodhet në qendër të qytetit pranë ndërtesës së Bashkisë. Ngritja dhe kompletimi i saj me pajisje bashkëkohore u bë i mundur në saj të financimit të qeverisë Spanjolle nëpërmjet programit të përbashket UNESCO dhe PNUD “Kultura dhe Trashëgimia për Zhvillim Social Ekonomik”. Zyra ka filluar funksionimin në muajin Prill 2010. Aktualisht Zyra menaxhohet nga Bashkia Berat dhe mirëpret vizitorë vendas dhe të huaj duke dhënë informacion mbi resurset dhe potencialet turistike të qytetit të Beratit dhe më gjerë. Vizitorët marrin informacione të detajuara edhe mbi akomodimin , transportin interurban dhe rajonin përreth Beratit.

Zyra është e pozicionuar shume pranë Stacionit Qëndror te autobuzave interurbanë dhe lehtësisht e aksesueshme per turistët. Informacioni jepet ne disa gjuhë të huaja: Anglisht, Italisht dhe Frëngjisht. Broshurat, hartat dhe fletëpalosjet per vizitorët shpërndahen falas, gjithashtu zyra ofron shërbime të specializuara guida në qytet dhe rrethinat si dhe shërbim internet falas per vizitorët.

2.2 TRASHËGIMIA BOTËRORE E UNESCO-S

Më 8 Korrik 2008 Berati u rregjistrua në listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s nga Komiteti i Trashëgimisë Botërore gjatë Konferencës së Radhës në Kanada. Ai u vlerësua si një shëmbull i rralë i arkitekturës karakteristike osmane. Ai konsiderohet si shëmbull i bashkëjetësës së komuniteteve fetare dhe kulturore për shekuj të tërë.

U be reforma e institucioneve të trashëgimisë kulturore. Të gjitha strukturat e trashëgimisë kulturore janë vendosur nën varësinë profesionale dhe strukturore të IMK, si institucion tërësisht i specializuar për të adresuar problematikat e trashëgimisë kulturore. Janë realizuar ndërhyrje madhore për rehabilitimin dhe restaurimin e qendrave historike, monumenteve të kulturës dhe objekteve të kultit dhe ndryshime të rëndësishme në aktet nënligjore. Ndërhyrjet kryesore të realizuara janë:

- Restaurim i fasadave dhe ndërhyrje konstruktive

Vëmendje e veçantë i është kushtuar Trashëgimisë Kulturore Shpirtërore, në këtë vit në sesionin e radhës së Asamblesë së Përgjithshme të Shteteve palë në Konventën e UNESCO-s për Trashëgiminë Kulturore Shpirtërore, Shqipëria u zgjodh me shumicë votash Anëtare e Komitetit Ndërqeveritar për katër vitet e ardhshme. Po kështu në këtë kuadër ka filluar të funksionojë Komiteti Kombëtar i Trashëgimisë Shpirtërore, i cili në mbledhjen e tij të parë shpalli Listën e Kryeveprave të Trashëgimisë Shpirtërore Kombëtare.

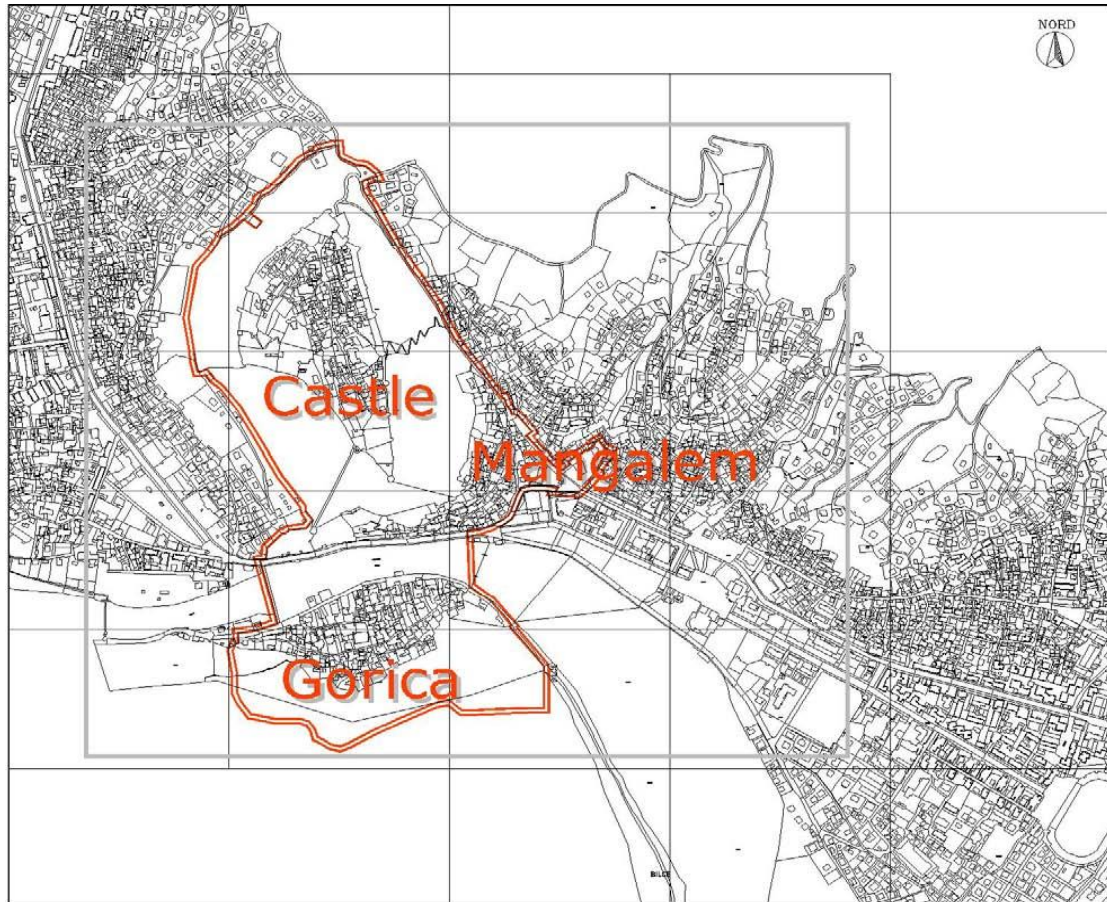
2.3 QËNDRA HISTORIKË BERAT

Qendra historike e Beratit përbëhet nga tre zona-Kalaja dhe lagjet Mangalem dhe Goricë.

Kalaja ndodhet në majën e kodrës së lagjes Mangalem. Kalaja e ka origjinën në shekullin e 4 para lindjes së Krishtit. Ajo nuk ka ndryshuar me përjashtim të disa ndryshimeve ngjatë shekullit të VI-të VIII-të, XV-të dhe XVIV-të.

Kështjella e Beratit është e banueshme si dhe një arkiv i gurtë. Ajo u ndërtua gjatë shekullit të XIII-të dhe për shkak të arkitekturës së saj karakteristike është ruajtur si monument kulture. Kalaja ka disa kisha bizantine si dhe disa xhami të ndërtuara gjatë periudhës së pushtimit osman në vitin 1417.

Lagja Mangalem dhe Goricë janë lagje të vjetra, janë zona të ruajtura mirë, kanë ndërtesa me arkitekturë karakteristike me shumë dritarë, rrugica të ngushta



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

F.g.6 Qendra historike

tërheqëse dhe objekte fetare. Të dyja këto lagje janë të lidhura me njëra tjetrën përmes Urës së Goricës. “Në qendrën historike organizohen aktivitete të ndryshme kryesisht në pjesën e sipërme të Kalasë e njohur si “Akropoli”.¹² Këto aktivitete zhvillohen kryesisht në pranverë e cila përkon me sezonin turistik. Në qendrën historike janë dy muze. Muzeu Kombëtar i Ikonave “Onufri” dhe Muzeu Etnografik I cili së bashku me monumentet e tjera dhe kishat e vjetra në Zonat Historike ofrojnë një tur të veçantë për vizitorët. Gjithashtu afër lagjes Mangalem janë dhe Qendra Kulturore e qytetit dhe Galeria e Arteve “Edward Lear”.

¹²Drejtoria Rajonale e Monumenteve të Kulturës Berat: 2012: f 81-93

Kodikët e Beratit



Fg.7 Kodiku i Purpurt

Kodiku i Purpurt i Beratit “ (i quajtur Beratinus), përmban ekstrakte nga Ungjijtë dhe është një ndër variantet më të vjetër të përdorur për tekstin e Testamentit të Ri. Në kohën që u shkruajt në shekullin e VI-të, ai ishte një ndër pesë kodikët ekzistues në gjithë botën. Kodiku i Artë përfaqëson kodikun e dytë më të rëndësishëm të Beratit, është një dorëshkrim i shekullit të XIX-të.

UNESCO ka treguar një interes të madh për ruajtjen e kësaj trashëgimie unike të literaturës së vjetër liturgjike të historisë botërore. Kodikët e Beratit janë të përfshirë në Rregjistrin e Listës së Trashëgimisë Botërore.

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

“Unesco-ja i ka kushtuar vëmendje të veçantë kësaj pasurie unike të literaturës së vjetër liturgjike. Kodikët e Beratit janë të rregjistruar në Rregjistrin e Listës së Trashëgimisë Botërore”.¹³

Shumë familje në Qendrën Historike kanë bërë të mundur kthimin e shtëpive në shtëpi pritje duke u ofruar vizitorëve një mundësi për të qëndruar në ndërtesat historike. Në këto qendra historike ka dyqane private arti dhe galeri arti. Në qendrën Historike ka një çerdhe fëmijësh, dy shkolla fillore, një Njësi Administrative e shërbimeve për qytetarët. Ka transport public nga qendra në qytet për në Kështjellë i cili ju shërben qytetarëve që jetojnë atje.

¹³Vasfi Samimi: Berati 300 vjet më parë, Tiranë 1971 f.27-31

Kulinaria: Janë rreth 25 Restorante të cilat janë të orientuara kryesisht në shërbimin turistik . Ato ofrojnë kuzhinë tradicionale vendase dhe specialitete të huaja, kryesisht italiane. Në restorantet beratase serviret ushqim i traditës karakteristike beratase ku më i pëlqyeri është përsheshi me kaposh deti i cili shoqërohet me verë rrushi, prodhim i kantinave vendase. Gjellët karakteristike beratase janë edhe mish me kumbulla të thata, çorbë dasme, mish zogu me pilaf në saç etj. Produktet në restorantet e Beratit janë përgjithësisht BIO . Kjo ndihet në shijen e veçantë të tyre. Ju mund të shijoni specialitete vendase të përgatitura me mjeshteri si byrekët me mish apo me djath, biftekët e mbushur me arra, turli me perime, tava me perime dhe mish e peshk, mish qengji ne zgarë te shoqëruar me garniturë nga perimet lokale, bulmetrat e freskët. Vera e shtëpisë, apo e kantinave të qytetit dhe rakia artizanale, janë shoqërueset më të mira. Ëmbëlsirat tipike të Beratit janë kabuni me rrush të thatë, monblan, trigonat, revani me arra, bakllavaja , shëndetlia.

2.4. OFERTAT TURISTIKE

Për ti ardhur në ndihmë planifikimit për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit në Berat u bë një rishqyrtim i ofertës turistike ekzistuese për produkte me shërbime turistike. Kjo ofertë u përqëndrua në akomodimin, shërbimin e ushqimit dhe të pijeve. Akomodimi. Në vitin 2010 në Berat kishte 13 hotele dhe shtëpi pritje me 154 dhoma dhe 318 shtretër. Këto kohë janë hapur edhe shtëpi të tjera pritje në lagjet Mangalem dhe Goricë.

Ushqimi dhe pijet. Në Berat ka rreth 25 restorante që i shërbejnë turistëve. Ata afrojnë guzhinë tradicionale dhe ndërkombëtare, kryesisht italiane. Gjella më karakteristike është kaposhi i detit me përshesh. Vera dhe rakia është gjithashtu e pranishme.

“Festivalet dhe aktivitetet. Berati organizon disa festivale dhe aktivitete gjatë gjithë vitit disa nga këto janë pjesë e trashëgimisë kulturore të rajonit”¹⁴

- ❖ Ceremonia e Ujit të Bekuar
- ❖ Dita e Verës
- ❖ Festivali i Verës Çobo
- ❖ Dita Ndërkombëtare e Monumenteve dhe zonave Arkeologjike
- ❖ Pashkët Orthodoxkse
- ❖ Festivali i Beratit
- ❖ Panari Rajonal i agrobiznesit
- ❖ Peligrinazh i Shën Ilias
- ❖ Peligrinazhi i Bektashinjve
- ❖ Dita e Pavarësisë
- ❖ Konkursi ndërkombëtar i poezisë “Poetika,,

Shërbimet Turistike. Berati ka katër agjensi udhëtimi që operojnë si zyra për shitje biletash jashtë vëndit. Aktualisht asnjë agjensi nuk ofron ture të organizuara në rajon.

Objektet turistike. Në sajë të objekteve historike dhe kulturore Berati u fut në listën e Trashëgimisë Botërore.

¹⁴Fiqirete Braka: Ditari i heshtur, Tiranë 2008, f.9-34

Objektet turistike në qytetin e Beratit.

Muzeumet:

“Onufri,, Muzeu Kombëtar i Ikonave ndodhet brenda Katedrales së vjetër Fjetja së Shën Marisë, një kishë bizantine e karakterizuar nga një ikonostas i mrekullueshëm i gdhëndur në dru e larzuar me ar.

“Muzeu Etnografik gjëndet në një nga shtëpitë tradicionale të ruajtura shumë mirë të Beratit e cila i përket shekullit të XVIII-të”.¹⁵ Në këtë muzeum gjëndet një pavion arkeologjik, një imitim i një pazari mesjetar, dhe mjediset e një shtëpie tipike të shekullit të XVIII-të.

Galeria. Galeria e Artit “Edward Lear,, që u hap në vitin 1994 dhe është nga më të rëndësishmet dhe më të mirat në vënd.

Vëndet historike.

- Kështjella. Katedralja e Fetjes së Shën Mërisë, Kisha e Shën Marisë Vllaherna-kisha më e vjetër në qytetin e Beratit shek. XII-të
- Kisha e Shën Nikollës shekulli i XVI-të muret e kësaj kishe u ndërtuan në shekullin e XVI-të
- Kisha e Shenjtërve Kostandini dhe Melena. Ka një tavan me elementë dekorativë.
- Kisha e Trinisë së Shenjtë shekulli XIII-të-XIV-të. Ka murale të bukura bizantine.
- Akropoli. I ndërtuar në pjesën më të lartë të Kështjellës. Rrethohet nga perimetri i dytë i murene të Kalasë.rezervuari i ujit shekulli i XIII-të-XIV-të përdorej për ruajtjen e ujit gjatë Mesjetës.
- Xhamia e Kuqe. Shekulli i XV-të . Është një nga më të vjetrat në Shqipëri
- Kisha e Shën Dhimitrit u pikturua në vitin 1607.
- Kisha e Shën Todrit. Shekulli i XVI-të u pikturua nga Onufri
- Kisha e Shën Elisë. Gjëndet jashtë murreve rrethues të Kalasë.

Gorica.

- Manastiri i Shën Spiridhonit shekulli i XVIII-të gjëndet jashtë murreve rrethues të Kështjellës
- Kisha e Shën Thanasit shekulli i XVIII-të gjëndet në qëndër të lagjes Gorica mbishkrimi në të i përket shekullit të XVIII-të.
- Ura e Goricës. Ura e drunjte u ndërtua në vitin 1780 nga Ahmet Kurt Pasha.

Mangalemi.

- Xhamia e Beqarve u ndërtua në vitin 1827. Karakteristikë e kësaj xhamie janë pikturt që pasqyrojnë pamjen e qytetit.
- Kisha e Shën Mëhillit shekulli i XVIII-të u ndërtua në lagjen Mangalem.

Qëndra mesjetare.

- Xhamia Mbret shekulli i XV-të është një nga xhamitë më të rëndësishme në qytet. Është pjesë e qëndrës islamike u ndërtua në fund të shekullit të 15-të nga Sulltan Bajaziti I II-të
- Teqeja e Helvetit. Shekulli i XV-të dhe e rindërtuar nga Ahmet Kurt Pasha në vitin 1782.

¹⁵Aleksandër Meksi, Emin Riza, Apolon Baçe: Berati dhe Arkitektura, Tiranë 1989. f. 25-48

Pika të tjera

- Kisha e Re Orthodhokëse. Kisha e Shën Dhimitrit u ndërtua në vitin 2006 në vëndin ku ndodhej Katedralja e vjetër e qytetit.
- Xhamia e Plumnit shekulli i XVI-të. Xhamia më e bukur e ndërtuar gjatë sundimit të Suilltan Sulejman Konunorit (1520-1566). Kjo është xhamija më e madhe e këtij lloji në Shqipëri.

2.5. TREGJET AKTUALE

Shkalla dhe masa e tregut të turizmit që vizitonin Beratin u vlerësuan duke intervistuar operatorë turistikë, hotelierë, dhe vizitorë. Këto sondazhe u kryen në prill-maj 2010. Tani ka një ide të qartë të tregut potencial turistik në Berat gjithashtu dhe për kontributin që sektori turistik i ka dhënë ekonomisë së Beratit.

Grupet turistikë ndërkombëtare përbëjnë tregun më të gjerë për Beratin. Rreth 50 000 turistë të huaj vizitojnë Shqipërinë në vit nëpërmjet tureve të organizuara, nga këta më shumë se 10% vizitojnë Beratin.

Është e rëndësishme për të kuptuar nevojën e operatorëve dhe për të përqëndruar përpjekjet e marketingut që të përfshijnë Beratin në itineraret e tyre.

Organizimi i udhëtimeve familjarizimi do jetë një aktivitet i rëndësishëm për promovimin dhe për marrjen e të dhënave nga kërkesat për përgatitjen e paketave që do tu ofrohen turistëve

Tregu i udhëtarëvetë pavarur. Përfshin turistë të huaj që udhëtojnë gjatë kohës së lirë. Për këta turistë është e vështirë që të dihet numri i tyre.

“Shqiptarët nga vende të tjera përbëjnë 30% të treguat aktual në Berat”.¹⁶

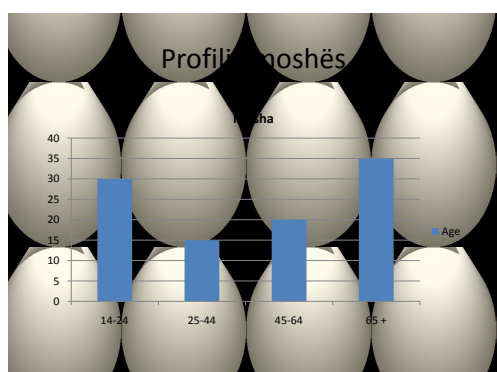
Mbështetur te sondazhet e vizitorëve

60 % Janë nga Europa

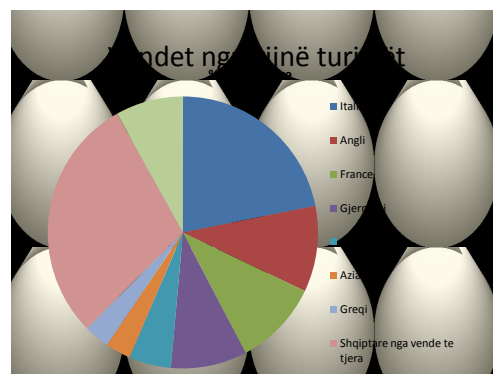
30 % e turistëve janë shqiptarë që jetojnë në vende të tjera

3% e turistëve janë nga kontinente të tjera (duke përfshirë Azinë, Amerikën)

7% e turistëve janë shqiptarë (tregu i brendshëm)



Vendi i Origjinës



Mosha

Këto rezultate pasqyrojnë atë çfarë Berati i ofron turizmit, pra histori, kulturë dhe aktivitete mbështetur në aventura.

Mbështetur në sondazhet e bëra vizitorëve, mesatarja e qëndrimit në Berat është 4.7 ditë. Vizitorët rrinë më gjatë në shtëpitë e pritjes me një mesatare prej 10 netësh.

Ndryshe nga vizitorët që qëndrojnë në hotele të cilët rrinë pak më pak se 4 netë dhe ata që bëjnë kamping qëndrojnë mesatarisht 2 netë. Akomodimi është shpenzimi

kryesor gjatë një vizite në Berat, duke vazhduar me ushqimet dhe pijet dhe me blerjen e suvenireve.

Tregu i Grupeve Turistike Ndërkombëtare

Berati aktualisht përfshihet në disa ture të organizuar nga agjenci të ndryshme. Turet përfshijnë Grand Turin e Shqipërisë i cili është një itinerar i plotë ku vizitohen qytetet dhe vendet kryesore të Shqipërisë.

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

Turet e organizuara duhet të mbeten një treg i rëndësishëm duke qënë se turizmi po zhvillohet gjithnjë e më shumë në Berat. Turet e organizuara mund të organizohen lehtësisht nëpërmjet operatorëve turistikë. Megjithatë, është e rëndësishme për të kuptuar nevojat e operatorëve dhe për të përqendruar përpjekjet e marketingut duke nxitur një rritje të numrit të këtyre operatorëve që të përfshijnë Beratin në itineraret e tyre.

Tregu i Udhëtarëve të Pavarur

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

Tregu i Brendshëm

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

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

¹⁶ Bashkia Berat: Zyra e Informacionit turistik. 2012, f.4-31

Ekoturizmi në Berat

Jashtë qytetit të Beratit mund të vizitohen shumë monumente dhe qendra të tjera antike dhe jo vetëm kaq. “Zona e Beratit është edhe një destinacion i jashtëzakonshëm për të apasionuarit e natyrës, të cilët duan ta shijojnë e ta prekin atë nga afër me anë të ecjeve, marshimeve, ose ngjitjeve në terrene të vështira, si dhe me biçikletat mountain bike, ose me makina të larta”.¹⁷ Për shkak se në Berat, ashtu, si në pjesën tjetër të Shqipërisë, jemi në hapat e para të organizimit të turizmit malor, edhe këtu mungojnë shtigjet e shënuara, me tabela e drejtues, si dhe harta të mirëfillta. Megjithatë, në Berat si dhe në fshatra, mund të gjeni njerëz që janë të gatshëm të bëhen udhërrëfyesit tuaj. Një gjë shumë pozitive është se pjesa më e madhe e zonës është e mbuluar nga sinjali i telefonisë celulare.

Malet

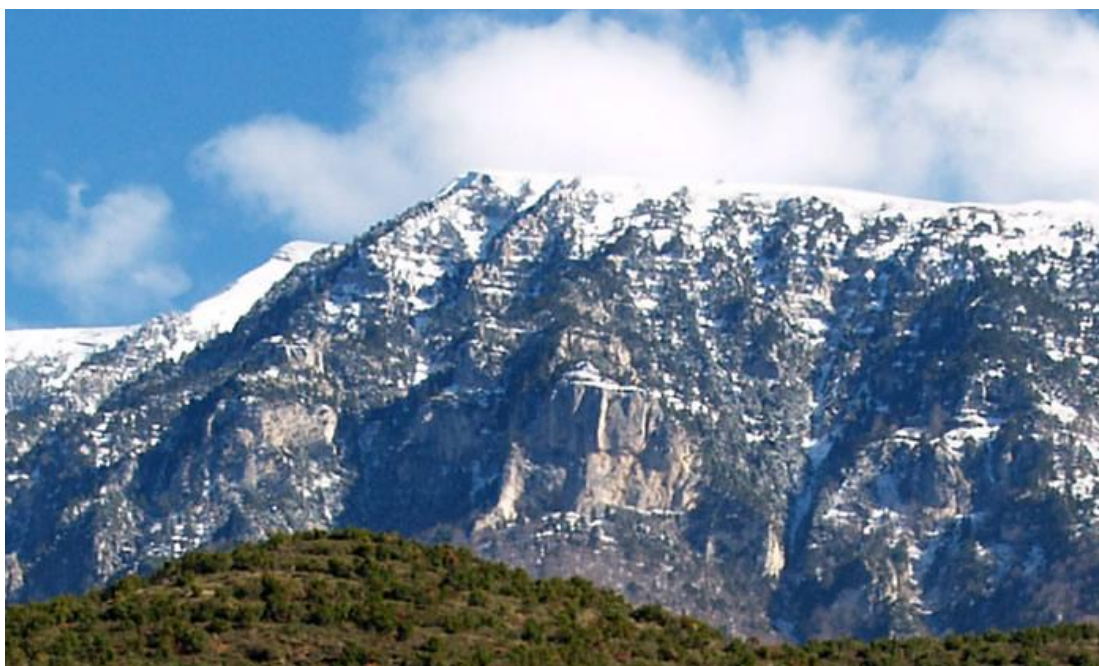


Fig.8 Mali i Tomorrit

Një rrugë e lehtë për të parë një peisazh spektakolar malor të zonës së Beratit është të marrësh

rrugën e mirë dhe të asfaltuar për në Çorovodë të rrethit Skrapar e cila zgjat 2 orë vajtje. Autobuzat dhe furgonet shkojnë nga Berati për në Skrapar në intervale të rregullta deri në mesditë , dhe nisen nga stacioni I autobusit pranë Xhamisë së Plumbit. Në gjysmë të rrugës për në Skrapar , mund të shihet qyteti I Policanit në luginën më poshtë rrugës;Policani ka qënë qendra e prodhimit të armëve në kohën e Shqipërisë komuniste dhe deri në 1992 asnjë nuk mund të ikte atje, pa patur një vënd punë në fabrikën e armëve.Tashmë nuk është një vendi I mbyllur, por shumica e prodhimit të armëve kryhej në bunker nën tokë, të fshehur nga pamja dhe të mbrojtur nga sulmet. Për vitë me rradhë , fuqia punëtore merrej me demontimin e armëve të cilat vetë i kishin prodhuar.

¹⁷ albaniantourism.com: albania The Last secret 2005 f.32



Fig. 9 Ura e Mesit

Në lindje pas disa kilometrash ku ndodhet një urë e vjetër Otomane mbi lumin e Çorovodës ndodhet Ura e Mesit. Në kohërat e vjetra kjo urë lidhte tregëtin e ndërkontinentale, tani është në mes të asgjëje. Kjo rrugë vazhdon në malin e Tomorrit deri në Teqenë e Bektashinjve në varrin e Abaz Aliut , i cili në cdo muaj Gusht është pika e takimit të Pelegrinazhit të Bektashinjve.



Fig. 10 Pamje nga festa në Kulmak



Fg.11 Peisazh në Kulmak



Fg.8 Pamje Mali i Tomorit

Fg.12 Teqeja Kulmak

Panorama është mahnitëse me fshatra të vegjël dhe ferma që ngjiten maleve si dhe në anë të lumit. Mali I Tomorit është një kompleks masiv, I gjatë me lartësi mbi 2000 m. Ai shtrihet në veri në Çorovode nga Liqeni i Banjës në jug të Elbasanit, me majen e tij më të lartë Çuka e Partizanit (2.415m) .

Masivi i Tomorrit ofron mundësi të shkëlqyera për alpinizëm , por serioziteti i këtij mali nuk duhet nënvlerësuar. Nuk ka sinjalistikë për shtigjet, nuk ka harta për alpinizëm, dhe nuk skuadra shpëtimi në male. Ka disa guida për malin e Tomorrit. rroba dhe kepuçë të përshtatshme janë esenciale dhe duhet të jeni në formë të mirë fizike për të kryer këtë ngjitje.



Fig.13 Vëndi i shenjtë në Tomorr

Një opsion tjetër është të drejtoheni drejt malit të Shpiragut në anën tjetër të lumit Osum, mal i cili ka patur fjalën ENVER të gdhëndur në të. Një rrugë dytësore shkon në perëndim të lagjes Gorica , pastaj fillon të ngjitet në disa barraka dhe ndërta të tjera me tunele në kodrën e dukshme në anën tjetër të nje lumi të vogël. Pas një ore ju shikoni një rezervuar të këndshëm i cili është një ndalesë shumë e mirë për piknik. Një rrugë alternative është fshati i Drobonikut, disa kilometra në rrugën që të con për në Këlcyrë. (të dhëna per Drobonikun)

Nëse jeni me bicikleta malore, ka disa rrugë interesante që ju mund t’i arrini sapo lini Beratin. Një mundësi është rruga e cila kalon nga Gorica në Këlcyre dhe Përmet në anë të lumit Vjosa. Kjo rrugë kryqëzohet me Qafën e Gllavës (900 m e lartë) dhe nuk është shumë e populluar, prandaj është e këshillueshme të merrni tenda dhe çadra për gjumë. Ju duhet të merrni ushqim të mjaftueshëm dhe ujë të pijshëm për ditë të tëra.

Ka nje rrugë të vjetër përgjatë Lumit Tomorrica ndërmjet fshatrave të Tomorrit dhe Kosnica e cila shkon në qytetin e Gramshit në fundin jugor të Liqenit të banjes. “Kjo rrugë duhet të ndiqet vetëm në kohë të mirë dhe është e rëndësishme të jesh i pajisur mirë për këtë rrugë, pasi nuk ka banime dhe nuk ka trafik”¹⁸.

¹⁸ albaniantourism.com: Albania From the history, 2005 f.12

2.6. KONKURENCA JONË

Në zhvillimin e Beratit si një destinacion turizmi, është e rëndësishme të ketë një njohje të plotë të konkurrentëve të tregut. Analiza e konkurrentëve bën që Berati të njohë pozicionin e tij si destinacion turistik në tregun botëror, bën që të fitojë mundësi të reja që të jenë në përputhje me pikat e forta të tij dhe me unifikimin si markë tregtare, për ta bërë të dallueshëm nga konkurrentët e tij dhe të pozicionohet me shumë sukses. (KVT) Komiteti i Veprimit për Turizmin doli në përfundimin se kishte shtatë konkures sipas pozicionit gjeografik sipas ofertve turistike, pikave të forta dhe të dobëta dhe sipas tregjeve të tyre aktuale. Shtatë konkuresit ishin. Gjirokastra, Saranda, Durrësi, Kruja, Korça, Ohri (Maqedoni) dhe Greqia

Mbështetur në studimin e plotë dhe studimet bazë, Komiteti i Veprimit për Turizmin doli në përfundimin se kishte shtatë konkurrues sipas pozicionit gjeografik (sa të shfrytëzueshme janë), sipas ofertave të tyre turistike, pikave të forta dhe të dobëta, dhe sipas tregjeve të tyre aktuale. Destinacionet e shtatë konkurruesve ishin: Gjirokastra, Saranda, Durrësi, Kruja, Korça, Ohri (Maqedoni) dhe Greqia (nuk tregohet ndonjë destinacion specifik). Analiza identifikonte konkurrentët aktualë për Beratin. Një analizë e tillë ka nevojë që të përsëritet, të paktën në herë në vit, për të siguruar që ne kemi informacionin e nevojshëm rreth asaj çfarë konkurrentët do të bëjnë në të ardhmen cilat janë avantazhet tona konkurruese dhe si do të ndryshojë kjo marrëdhëniet tona me konkurrencën.



Fig.14. "Ansambël në lagjen Mangalem".¹⁹

¹⁹Parashqevi Sahatçi: Beratit në fototeka, Tiranë 2008 f.138



fig.15 “Berati, Goric”²⁰

2.7. PIKAT E DOBTA DHE TË FORTA

Një analizë e pikave të forta dhe të dobëta të Beratit u krye gjatë Workshopit të parë dy-ditor të Komitetit të Veprimit të Turizmit.

Ai vijoi më tej gjatë Workshopit të dytë dy-ditor me analizën përfundimtare që mbështetej në identifikimin e pasurive kryesore dhe të problematikave që lidheshin me zhvillimin e turizmit në Berat.

Këto u renditen sipas fushave të elementëve turistikë më të rëndësishëm dhe pastaj u radhitën më vete sipas rëndësisë së tyre.

²⁰Emanuel Ndrijo: Gorica ime, Athinë 2010 f.5-41

Pikat e dobëta	Pikat e forta
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mungesa e mirëmbajtjes apo dëmtimi i pasurive kulturore/historike 2. Muzetë dhe kishat në përgjithësi janë të mbyllura 3. Mungesa e fshatrave turistike 4. Mungesa e infrastrukturës në qendrën historike (ujë, elektricitet, sistemet e zjarrit) 5. Mungesa e vendeve të parkimit publik dhe e vendeve për karvane 6. Mungesa e unazës për të zvogëluar lëvizjen e automjeteve të rënda në qytet 7. Mungesa e një stafi pritës të trajnuar 8. Mungesa e aftësive të menaxhimit të bisneseve në turizmin lokal 9. Mungesa e bashkëpunimit privat - publik 10. Mungesa e jetës së natës 11. Punësimi në biznesin e turizmit nuk shihet si një mundësi karriere (p.sh. pagat e ulëta) 12. Standarde të ulëta të shërbimit 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trashëgimi e pasur kulturore 2. Ndërtesa karakteristike, unike osmane 3. Dy muze kombëtare (Onufri dhe ai etnografik) 4. Hapja e Zyrës rajonale të Shërbimit Turistik 5. Identifikim i standardizuar i turistëve 6. Energji elektrike 24 orë, pa ndërprerje 7. Bashkëjetesë fetare dhe kulturore 8. Banorë mikpritës 9. Shkollat profesionale (p.sh. shkolla e arteve) 10. Hapja e një Qendre Informacioni për Turizmin (QIT) 11. Restorante të mira 12. Adresa e internetit e bashkisë 13. Berati, i regjistruanë listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO-s 14. Është pjesë e itinerareve të tureve kombëtare dhe ndërkombëtare 15. Ekspozim pozitiv përmes organizimit të festivaleve dhe aktiviteteve

Në dy vitet e fundit numri i vizitorëve vendas, kosovarë dhe atyre të huaj, është shtuar dhe guzhina e pasur beratase i ka shërbyer më së miri promovimit të vlerave kulturoro-historike të qytetit.

Zhvillimi i turizmit familjar është vlerësuar si prioritar për zhvillimin social-ekonomik të qytetit të Beratit. Qyteti 2400 vjeçar është një minierë turistike, ai ka potenciale dhe vlera unikale, të cilat, nëse shfrytëzohen mirë mund t'i shërbejnë shumë zhvillimit ekonomik të tij.

Historia e Beratit është e mbushur me ngjarje të mëdha, me shkëlqime dhe rënie, dhe sipas saj, "zhvillimi i turizmit familjar do të mbështetet pikërisht te ky varg i gjatë e i pasur vlerash historike, kulturore, etnografike, arkitektonike e të besimeve.

Shumë e rëndësishme për turizmin është edhe natyra e Beratit, "siç është mali i Tomorit, ku mund të zhvillohen shumë aktivitete, gjuetia e tjera". E rëndësishme është shkalla e ndërgjegjësimit dhe hartimi i strategjisë së zhvillimit të turizmit, pavarësisht se ende nuk janë gjetur rrugët e duhura për futjen e shpejtë në eficiencë të këtyre burimeve.

Në dy vitet e fundit numri i vizitorëve vendas, kosovarë dhe atyre të huaj, është shtuar dhe guzhina e pasur beratase i ka shërbyer më së miri promovimit të vlerave kulturoro-historike të qytetit.

"Vizitorët kanë gjetur një mikpritje të veçantë, ambiente të këndëshme e shlodhëse, kanë shijuar kuzhinën karakteristike tradicionale të kombinuar me atë moderne, ku përfshihen ulla të famshëm, mish i qengjit dhe ai i gjelit të detit, byreku, verërat e prodhuara nga vreshtat rreth qytetit, ndaj dhe numri i tyre është në rritje,"

Cilesia dhe kultura e shërbimit ne turizem

Turisti vëren një "karakteristikë" të turizmit shqiptar: ndërtime luksi, por që në mjaft raste mbesin si të akullta, nuk mbushen me gjallerinë dhe ngrohtësinë e mikpritjes, dhe humbin luksin dhe elegancën për shkak të shërbimit që ofrohet.

"Cilësinë e shërbimit dhe rolin e njëjzve mund ta shohim që në konceptimin e bizneseve dhe ndërtesave deri në mënyrën e kryerjes së shërbimit nga kamarierët, recepcionistët etj".²¹

Tashmë në Shqipëri gjen hotele dhe restorante të ndërtuara me materiale të shtrenjta, me mermere dhe granit, me TV dhe kondicioner, me banjo me vaskë etj. Por ndërkohë banjua mund mos jetë e pastruar mirë, hoteli mund të mos ketë ujë ose drita, mund të mos i punojë dushi, mund të mos gjesh njeri të komunikosh në gjuhë të huaj, shërbimi mund të fillojë të ofrohet pas gjysëm ore, cmimet i venë më të larta për të huaj apo kosovarë, dhe kur i ankohesh pronarëve të thonë se mund të shkosh në vënd tjetër. Të gjithë këto kanë të bëjnë me kulturen e shërbimit dhe ndikojnë në formimin e imazhit të shërbimit në turizmin shqiptar.

²¹Bashkia Berat: Guida Turistike: Çelsi 2002, f.3-15

KAPITULLI III. STRATEGJIA E TURIZMIT PËR BERATIN

3.1. VIZIONI

“Strategjia dhe Plani i veprimit Turizmit për Beratin parashtron vizionin dhe qëllimet e turizmit në Berat gjatë 10 viteve të ardhshme”.²² Ai mbështetet mbi parimet e cilësisë dhe qëndrueshmërisë., ai shpalos rolin që sektori i turizmit do të luajë në zhvillimin e qëndrueshmërisë të Beratit.

Qëllimi është që të zhvillohet Berati si destinacion cilësor, të tërheqë turistë që sjellin të ardhura e që kanë interes për kulturën e natyrën.

Berati njihet për qëndrueshmërinë e turizmit i cili ruan dhe ringjallëron burimet e tij kulturore dhe natyrore, afron vlera dhe eksperiencë unike dhe kontribuon për përmirësimin e cilësisë së jetës së qytetarëve.

Vizioni , prioritetet strategjike

Vizioni i mëposhtëm formulon arritjet e dëshiruara të së ardhmes së turizmit në Shqipëri. Ai është i orientuar në vitin 2013 për të sjellë në kohën e tashmë rezultatet e dëshiruara, shprehje të arritjes së objektivave të vëna në strategji.

Vizioni 2013

Aspektet kyçe të një politike për një turizëm të qëndrueshëm, përfshijnë: përdorimin e tokës; menaxhimin e ambientit fizik; ruajtjen e vendeve me rëndësi natyrore dhe kulturore zhvillimin e produkteve dhe investimi në burimet njerëzore.

Nënprincipet kryesore janë:

1. Qëndrueshmëria ekologjike: Të sigurohet, që zhvillimi është në përputhje me mirëmbajtjen e proceseve esenciale ekologjike, biodiversitetin biologjik dhe burimet biologjike.
2. Qëndrueshmëria sociale dhe kulturore: Të sigurohet që zhvillimi rrit kontrollin e njerëzve për jetën e tyre, është në përputhje me kulturën dhe vlerat e njerëzve që efektohen nga ai, si dhe mirëmban dhe forcon identitetin e komunitetit
3. Qëndrueshmëria ekonomike: Të sigurohet, që zhvillimi është eficient ekonomikisht dhe burimet janë të menaxhuara për të krijuar hapësira për brezat e ardhshëm.
4. Përfitimi i komuniteteve lokale: Turizmi duhet të sjellë përfitime për komunitetet apo njerëzit që jetojnë në afërsi të zonave me interes natyror e kulturor, duke ndikuar në rritjen e nivelit të jetesës dhe në përdorimin e mekanizmave financiare dhe të insiativave për mbështetjen e aktiviteteve të ruajtjes dhe përmirësimeve në burimet e të ardhurave në zonat rurale.

²²Bashkia Berat: Strategjia dhe plani i veprimit i turizmit për Beratin 2011-2021. Berat 2011. f. 9-66

Partneritetet

Në kushtet e ndryshimeve të shpejta të tregut, partneritetet në nivele kombëtare dhe ndërkombëtare janë të nevojshme të jenë të suksesshme me synimin për të qenë konkurrues “bashkëpunohet për të konkuruar”.²³ Këto partneritete rezultojnë me përfitim për të gjithë pjesëmarrësit e përfshirë.

Partneritetet e sektorit publik-privat. Në të gjithë eksperiencat ndërkombëtare, destinacionet e suksesshme janë ato që kanë ndërtuar partneritete ndërmjet sektorit publik dhe privat. Ky partneritet duhet të shtrihet në çështje të planifikimit, zhvillimit, marketingut e promocionit. Në ligjin e ri “Për turizmin parashikohet ngritja e Komitetit Këshillimor të Sektorit Privat në Turizëm i cili do të trajtojë dhe shqyrtojë çështje që kanë lidhje me veprimtarinë turistike të sektorit privat ose që mund të dalin gjatë ushtrimit të kësaj veprimtarie, do të sigurojë bashkëpunim ndërmjet sektorit privat dhe ministrisë përgjegjëse për turizmin për çështje që mund të lindin gjatë zhvillimit të turizmit, zbatimit të Strategjisë Kombëtare të Turizmit dhe Planit të Veprimit etj.

Cilësia

Përmirësimi i standarteve të shërbimit, pra cilësia e fuqisë punëtore në industrinë turistike, si dhe duke ofruar në mënyre të vazhdueshme produktet e duhura të vlerës dhe cilësisë së kërkuar për të plotësuar kërkesat e grupeve të synuar, Shqipëria mund të konkurojë në mënyrë të sukseseshme në tregjet ndërkombëtare.

Qëllimi i zhvillimit të turizmit, është të rrisë cilësinë e jetesës, të një numri të konsiderueshëm shqiptarësh. Zhvillimi i turizmit do të duhet të matet dhe të vlerësohet në një periudhë afatmesme e afatgjatë, lidhur me aftësinë e tij për të përmirësuar mirëqënien e shqiptarëve. Në këtë aspekt, ai mundet të jetë një pjesë e strategjisë së vendit për arritjen e prioritetëve të zhvillimit, të tilla si angazhimet e vendit për Synimet e Zhvillimit të Mijëvjeçarit.

Më shumë turistë nuk do të thotë më shumë zhvillim apo të ardhura për shqiptarët. Tipi i turizmit që një vend zgjedh për ta zhvilluar, përcaktohet kryesisht nga kontributi për begatinë e banorëve të tij.

Theksimi i turizmit natyror dhe kulturor në Shqipëri, do të mbajë në fokus përfitimin nga komunitetet lokale që sot ballafaqohen me mundësi të kufizuara ekonomike.

Përfitimet e prekshme të dëshiruara nga një strategji e suksesshme turizmi do të jenë rritja e punësimit, të ardhura shtesë për ekonominë, infrastruktura e përmirësuar dhe rritje e të ardhurave nga taksat për të kontribuar në përmirësimin e kujdesit shëndetësor, arsim dhe në zhvillime të tjera shoqërore.

Përfitime më pak të prekshme përfshijnë konfirmimin e kulturës lokale dhe të traditave, mundësia për të mbajtur brezin e ri të interesuar për të qëndruar në vend në qytetet e tyre dhe kontaktet e shkëmbimet me njerëz nga kultura të tjera

²³Nini Mano: Berati duhet zgjuar. Berat 2013, f.21

1. Ndërgjegjësimi dhe Marketingu

Duhet të punojmë në nivele të shumëfishta për: rritjen e vetëdijes në vend, rritjen e bashkëshoqërimit pozitiv me Shqipërinë, konsolidimin e një teme të unifikuar për të lidhur produktin e turizmit të vendit me tregjet ndërkombëtare, të bindë drejtuesit e opinionit të tregut që vendi ka vlera, për t'u vizituar, rritja e kontakteve midis kompanive të specializuara të udhëtimit që dërgojnë udhëtarë nga tregjet që synohen dhe kompanive e krijimi i një pranie të besueshme të bazuar në internet dhe krijimi i një strukture të qëndrueshme për vazhdimin e përpjekjeve të marketingut.

2. Ndërgjegjësimi dhe bashkëshoqërimi pozitiv.

Kjo duket të jetë një përpjekje diplomatike dhe politike. Mbulimi në shtypin ndërkombëtar vazhdon të jetë neutral deri në negativ. Turizmi, natyra dhe kultura ofrojnë mundësi të shkëlqyera për zyrtarët e lartë për të dhënë mesazhe pozitive. Zhvillimi i një koleksioni me materiale promocional për turizmin ndërkombëtar për t'ju shpërndarë shtypit dhe i një stende, me materiale të printuara, video, shkrime dhe materiale të tjera që lejojnë një prezantim të lehtë të vendit në çdo vend me prioritet.

3. Rritja e mbulesës pozitive nga media në tregjet e synuara.

Të punohet ngushtë me Diasporën Shqiptare. Është shumë e rëndësishme që Shqiptarët jashtë vendit të ndjehen krenarë dhe të kenë dëshirë të vizitojnë Shqipërinë me farefisën dhe miqtë. Konsolidimi i një teme të unifikuar për të lidhur produktin e turizmit të vendit me tregjet ndërkombëtare. Sot Shqipëria po përdor një numër temash për të prezantuar veten dy nga këto mund të gjenden në ëbsite-in zyrtar të turizmit dhe të tjera në materiale të ndryshme promocionale. Këto e mbajnë larg fokusin dhe mund të krijojnë eventualisht konfuzion. Vendi ka nevojë për një asistencë profesionale për zgjedhjen dhe projektimin e një teme që reflekton kulturën kombëtare dhe strategjinë e mjedisit dhe imazhin e vendit që dëshërohet të portretizohet në botë dhe lidhja e tyre me një mesazh që gjen një rezonancë të provuar brenda grupit të tregut që synohet, që vendi po kërkon ta tërheqë.

“Pajtimi i një firme ndërkombëtare për marrëdhëniet publike me eksperiencë në pozicionimin strategjik të destinacioneve të turizmit”. Kjo është imediate. Pas projektimit të pozicionimit të tregut ka dekada eksperience, njohurish, shkence dhe arti. Procesi përfshin procesin e vizatimit krijues, të analizës së potencialeve të hapura, testimi i konceptit në tregjet e ndryshme që synohen dhe hapa të tjerë për të garantuar forcimin dhe qartësimin e mesazhit.

Bindja e drejtuesve të opinionit të tregut se vendi ka vlera për t'u vizituar Produktet e specializuara janë të suksesshme në tregun e turizmit vetëm nëse cilësitë e tyre janë “vërtetuar” nga drejtuesit e respektuar të opinionit.

Shqipëria duhet të drejtojë një studim, në mënyrë të bashkërenduar me firmën e marrëdhënieve publike të identifikuar më lart për të përcaktuar se cilat burime publikimi dhe informimi dëshëron dhe përdor tregu i synuar për të marrë vendim për udhëtimet drejt një destinacioni. Meqënëse në shumë nga fazat e hershme të zhvillimit të turizmit informimi është “gojor”, një objektivi i dytë do të ishte identifikimi i proceseve të vendimit të “vizitorëve pionierë.”

Rritja e mbulimit dhe e qarkullimit të Shqipërisë në guidat turistike të drejtuara nga udhëtarë të pavarur “aventurierë”.

Në mënyrë të veçantë Shqipëria do të duhet të bindë:

Bradt Travel Guides për të zgjeruar dhe azhornuar guidën e tyre të shkëlqyer të udhëtimit; Lonely Planet Guides për të prodhuar një guidë të dedikuar dhe Rough

Guides për të marrë në konsideratë përfshirjen e Shqipërisë në portofolin e tyre të guidave turistike.

Rritja e kontakteve ndërmjet kompanive të specializuara të udhëtimit që sjellin udhëtarë në tregjet e synuara dhe kompanive lokale të turizmit. “Berati është një destinacion cilësor, i njohur në mbarë botën, me zhvillim të qëndrueshëm turizmi i cili ruan dhe rigjallëron burimet e tij kulturore dhe natyrore, ofron vlera dhe eksperiencë unike dhe kontribon për përmirësimin e jetës së qyteterave”.²⁴

Infrastruktura

Prapambetja në sektorin e turizmit varet ngushtësisht nga mungesat në infrastrukturë. “Megjithë ekzistencën e disa programeve e planeve qeveritare, mungojnë akoma rrugët e autostradat, një sistem funksional hekurudhor dhe sigurisht se mungojnë edhe hotelet cilësore apo resortet për pushues të mësuar me standarde ndërkombëtare”.

Por kujdes duhet të tregohet edhe për pastërtinë dhe ruajtjen e mjedisit. Ndotja e mjedisit për shumë turistë paraqet një problem të madh. Natyrisht se nevojitet edhe përgatitja e personelit të përshtatshëm për t’u përballur me vizitorët e huaj menaxherët, nëpunësit e hoteleve etj., të cilët duhet të flasin shumë gjuhë të huaja dhe të jenë të arsimuar e trajnuar në mënyrë adekuate, për të mundësuar ofrimin e shërbimeve ndaj turistëve të huaj, fatkeqësisht janë të pakët. E kaluara komuniste sigurisht se sjell me vete edhe disa probleme të tjera: Shpesh pronarët e vërtetë të tokave e trojeve nuk mund të identifikohen lehtësisht. Rëndom has në mungesën e regjistrimit ligjor të besueshëm të tokave dhe trojeve nga komunat e bashkitë përkatëse. Kjo pengon shpesh investitorët e huaj, të cilët kanë nevojë për një siguri të drejtë e të qëndrueshme, nëse bëhet fjalë për para.

²⁴ Kadri Kuka: Berati qytet magjik: Berat 2009, f.17-34

Ndryshimi i imazhit

Ndryshimi i imazhit të vendit, përmirësimi rrënjësor i infrastrukturës, promovimi agresiv duke kombinuar spotet promovionale në rrjete televizive prestigjioze të rajonit tonë, kanë sjellë si rezultat një prurje të rëndësishme turistësh në Shqipëri. Në vitin 2012 kanë vizituar Shqipërinë 3.5 milion turistë.

Për më saktë viti që sapo lamë pas ka sjellë më shumë se 500.000 vizitorë të huaj krahasuar me një vit më parë.

Ky vit ka shënuar sukses në pasqyrimin e turizmit shqiptar në mediat e huaja ndër më prestigjiozet në botë ku REUTERS, NEË YORK TIMES, CNN, RAI, “LONELY PLANE GUIDE”, por edhe FINANCIAL TIMES kanë në lajmet e tyre një emërues të përbashkët duke propozuar Shqipërinë si një destinacion që nuk duhet lënë pa vizituar në vitin 2013.

“Mbështetur e në përputhje me prioritetet e saj Qeveria, në fushën e Turizmit ka orientuar punën e saj për të koordinuar, mbështetur dhe lehtësuar punën e operatorëve turistik, autoriteteve vendore si dhe institucioneve qeveritare në zhvillimin e mëtejshëm të industrisë së turizmit”.²⁵

Me qëllim përmirësimin e shërbimit të turistik në vend, dhe për krijimin e një data-base mbarëkombëtar për shërbimet turistike, për herë të parë në muajin shkurt 2010 u krijuan Zyrat e Shërbimit Turistik (ZSHT) në 9 qarqe të vendit.

- U krijua Programi i Parë dhe Kursi Një Vjeçar të Kualifikimit për “Guidat Turistike”.

- U krijua Regjistri Kombëtar i Burimeve Turistike.- Një hov të ri gjatë kësaj periudhe ka marrë bashkëpunim me biznesit privat vlen të theksohet se gjatë kësaj periudhe janë marrë të gjitha masat për forcimin e mjedisit pozitiv me biznesin privat.

- Një punë e madhe është bërë në drejtim të thithjes së fondeve ndihmës së huaj dhe vendosjes së tyre në shërbim të turizmit dhe trashëgimisë kulturore.

Aktualisht MTKRS po bashkëpunon me Komisionin Evropian, dhe Programin “Një OKB” për projektet:

- Zhvillim i Qëndrueshëm dhe Integral i Qendrave të Trashëgimisë Historike.

- Projekti restaurimin e kalave në qendra të banuara

²⁵Xhevair Lleshi: Rruga e turizmit vendimtar shqiptar. Tiranë 2005, f.15-27

3.2. MBËSHTETJA NË PARIMET E TURIZMIT TË QËNDRUESHËM

Zhvillimi i turizmit në Berat mbështetet në parimet e qëndrueshmërisëpra mer plotësisht parasysh ndikimet aktuale dhe të së ardhmes në fushën ekonomike, sociale dhe mjedisore duke trajtuar nevojat e vizitorëve.turizmi i qëndrueshëm uhet

Të shfrytëzojë në maksimum burimet mjedisore qe janë kryesore për turizmin

Të respektojë identitetin social-kulturor të komuniteteve pritëse, të ruajë ndërtesat e tyre, trashëgiminë kulturore dhe vlerat tradicionale dhe te japë kontributin në mirëkuptim dhe tolerancë.

Të sigurojë veprimtari ekonomike praktike afatgjatë duke afruar një punë të qëndrueshme, mundësi për të siguruar të ardhura dhe shërbime sociale për komunitetin duke sjellë uljen evarfërisë.

Zhvillimi im turizmit të qëndrueshëm kërkon pjesmarrje të vazhdueshme të të gjithë aktorëve të rëndësishëm dhe të lidhshëm politik dhe konsensus.

Vende interesante për t'u eksploruar në Rajon :



F.g. 16 Ujvara e Bogovës

Parku Natyror i Malit të Tomorrit është zona më e madhe natyrore e mbrojtur dhe një vend për aktivitete rekreative. Vizitorët në ambientet e këtij parku natyror do të gjejnë një larmi të dhuratave të natyrës të gatshme për eksplorim dhe aktivitete të ndryshme shplohëse dhe argëtimi.

Ujëvara e Bogoves : Ujëvara e Bogoves ndodhet në fshatin e Bogovës në një ngjitje të lehtë që kalon përgjatë bregut të lumit dhe zgjat për rreth 45 minuta.

Ujëvara e Bogovës është burimi kryesor i furnizimit me ujë të pijshëm i Rajonit . E fshehur nën hijen e freskët të pyllit në këmbët e Malit të Tomorrit ,ujëvara ofron një strehë nga të nxehtët e verës në Rajon.

Kanionet e Çorovodës :

Kanionet e Çorovodës janë një provë e rëndësishme e historisë gjeologjike në zonë. Kanionet të cilat janë kryesisht shtigje dhe vende për aktivitete sportive dhe kreative ndodhen disa çaste tej qytetit të Çorovodës.

3.3. RRUGËT DREJT SË ARDHMES

Në periudhën afatshkurtër dhe afatmesme, do të mbështetemi në pasuritë tona ekzistuese të prekshme dhe të paprekshme kulturore dhe të trashëgimisë. Në Fokus do të jenë rindërtimi ose përmirësimi i infrastrukturës ekzistuese, fuqizimi i kapaciteteve tona njerzore, përmirësimi i cilësisë së akomodimit, objekteve ekzistuese, restoranteve dhe suveniereve njohja më e mirë e tregjeve tona aktuale dhe potenciale, rritja endërgjegjësimit të turistëve dhe industrisë së turizmit në Berat si një destinacion cilësor. Zgjerimi dhe fokusimi në zgjerimin e gamës së produkteve dhe të shërbimeve që u ofrohen turistëve, të kontribuojmë në përmirësimin e cilësisë së jetës të qytetarëve tanë.

“Synimi është kombinimi i kulturës, trashëgimisë dhe natyrës sonë në eksperiencat turistike”.²⁶ Fokusi ynë do të mbetet cilësia para sasisë. Zhvillimi i kapaciteteve njerzore dhe tregun drejt tregjeve që synojmë të arrijmë. Do të planifikojmë zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit përtej vitit 2021.

3.4. TREGJET E SYNUARA

Zhvillimin i turizmit në Berat përqëndrohet në zhvillimin e produkteve dhe shërbimeve që përmbushin nevojat e tregjeve të synuara.. për këtë janë planifikuar pesë tregje. Kjo synon për të tërhequr dhe shërbyer asaj pjesë të turistëve që sjellin të ardhura më të mëdha.

Këta janë:

1. Të apasionuarit pas kulturës. Këta janë dhënë të interesuar për atë që afron Berati dhe qëndrojnë më gjatë duke eksploruar ajrin.
2. Moderatorë të kulturës të cilët vizitojnë Beratin si pjesë e kulturës të gjatë të Ballkanit ose të Shqipërisë. Ata mund të udhëtojnë me grupe ose nëpërmjet agjencisë turistike.
3. Turistë në kërkim të aventurave. Të cilët janë udhëtarë të pavarur dhe që kërkojnë të zbulojnë destinacione të veçanta. Këta turistë preferojnë aktivitete ditore fizike
4. Grupe turistësh ndërkombëtare dhe turistë grand.
5. Rikthim në origjinë këta janë turistë që kanë dëshirë të zbulojnë trashëgiminë e tyre etnike. Ky është edhe tregu më i madhe i turistëve në Berat.
6. Tregu i brendshëm. Në këtë treg janë vizitorët e shkollave të mesme që vijnë nga qytete të ndryshme të vendit si Shkodra, Korça, Tirana etj. Tregu i brendshëm mund të jetë më i qëndrueshëm se sa ai ndërkombëtar

²⁶ Perez De Kuelar: Këto vlera, ky muze dhe qyteti i Beratit nuk ju përket vetëm juve por i përket gjithë njerëzimit. Berat 2006, f.27-30

Objektivat për këtë:

1. Rritja e shpenzimeve të tregjeve ekzistuese përmes përmirësimit të cilësisë së produkteve
2. Tërheqja e tregjeve të reja që kanë interes të lartë për historinë/kulturën
3. Mbrojtja dhe ruajtja e objekteve kulturore – cilësia para sasisë
4. Rritja e numrit të vizitorëve, gjatë vitit (veçanërisht gjatë periudhës së pranverës dhe vjeshtës, Mars- Maj dhe shtator – nëntor)
4. Rritja e profilit të Beratit si një destinacion me cilësi
5. Rritja e numrit të vizitorëve gjatë vitit (veçanërisht gjatë periudhës së pranverës dhe vjeshtës dhe periudhës jo-sezonale)
6. Zhvillimi i produkteve dhe shërbimeve turistike natyrore
7. Rritje e numrit të vizitorëve gjatë vitit
8. Rritje të numrit të vizitorëve gjatë vitit
9. Tërheqje të investimeve të huaja

3.5. KUADRI PËR VEPRIM

Për të përmbushur këto objektiva të planifikuara janë identifikuar katër fusha:

1. Zhvillimi i produktit dhe përmirësimi i cilësisë

Objektivat:

1. Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve kulturore në Qendrën Historike
2. Objekteve natyrore
3. Krijimi i tureve lokale
4. Rigjallërimi i punës artizanale në Berat
5. Lehtësimi i investimeve nga diaspora
6. Përmirësimi i kapaciteteve të restoranteve duke shërbyer ushqime turistëve të huaj
7. Rigjallërim i traditave dhe zakoneve dhe përfshirja e tyre në ofertat për turistët.
8. Si dhe identifikimi dhe rritja e kërkesave për suveniere.

2. Infrastruktura dhe zhvillimi i saj.

Objektivat:

1. Përmirësimi dhe ruajtja e infrastrukturës turistike në mënyrë të përgjegjshme
2. Shfrytëzimi i objekteve kryesore turistike
3. Identifikimi i elementeve të infrastrukturës turistike sipas Master Planit Urban
4. Përmirësimi i tabelave turistike.

3. Marketingu dhe promovimi

Objektivat:

1. Rritja e vizibilitetit të Beratit si një destinacion turistik përmes pjesmarrjes në promovimin e aktiviteteve të rëndësishme.
2. Nxjerrja e një “Marke” për Beratin

4. Burimet njerëzore dhe menaxhimi i destinacionit

Objektivat:

1. Fuqizimi i bashkëpunimit dhe ikoordinimit mes aktorëve të turizmit dhe krijimit të kapaciteteve për ta zhvilluar dhe menaxhuar Beratin si një destinacion turistik dhe për të siguruar sigurinë e turistëve në Berat
2. Trajnime për të plotësuar nevojat e sektorit privat turistik
3. Trajnim i guidave me njohje specifike për rajonin e Beratit

3.6. ZBATIMI I PLANIT

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

Komiteti i Veprimit për Turizmin do të lehtësojë koordinimin dhe zbatimin e STPV-së në emër të Bashkisë së Beratit. KVT produkteve dhe përmirësimi i cilësisë, arritja e objektivave dhe qëllimeve të parashtruara kërkon mbështetjen që përfshijnë ekspertë, agjenci dhe individë të fushës për të siguruar arritje në nivele sa më të larta. Zhvillimi i disa institucioneve qeveritare, organizata kombëtare dhe ndërkombëtare, sektorit privat të turizmit.

3.7. MONITORIMI VLERËSIMI DHE RISHIKIMI I PLANIT

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

Studimet bazë: Në vijim të kësaj strategjie u mblodhën të dhëna bazë për:

1. Vizitorët (demografia e vizitorëve, sjellja dhe shpenzimet)
2. Akomodimi (numri i dhomave, përqindja e dhomave të zëna etj.)

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

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

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

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

Nëse nuk gjenden burimet fondet për një objektiv të veçantë, mund të kërkohet që të 'sistemohet' ky veprim deri sa të gjenden burimet e nevojshme.

Nëse pas përpjekjeve të shumta, një masë nuk jep rezultatet e parashikuara ose nuk është më e rëndësishme, ajo duhet të hiqet.

Nëse del një iniciativë e re që ka mundësinë për të kontribuar në arritjen e objektivave, atëherë iniciativa e re duhet të përfshihet në planin e rishikuar.

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

- Marrëveshje me Bashkinë e Beratit për procesin dhe rezultatet, nënshkrimi i kontratës

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

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

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

Strategjia dhe Plani i Veprimit për Turizmin është krijuar nga një proces bashkpjesmarrës duke përfshirë analizate tregjeve ekzistuese dhe atyre me mundësi zhvillimi në Berat, marrëveshjet mbi objektivat dhe qëllimet strategjike për ti realizuar ato.

“SPVT-ja e Beratit ka si qëllim të jetë një “plan pune” i ndryshueshëm dhe evolues”.²⁷ SPVT-ja lejon heqjen/futjen e materialeve, futjen e rezultateve të regjistruara, objektiveve gjatë zbatimit dhe përfshirjen e ndonjë rishikimi të nevojshëm që del gjatë punës së zbatimit.

²⁷Dwight D Eisenhower: Strategjia e turizmit ne Berat: 1890-1968 f.11-16

3.8. PËRKUFIZIMI I TURIZMIT DHE ELEMENTËT E TIJ

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

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

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

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

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

3.9. PRIRJET GLOBALE DHE KOMBËTARE TË TURIZMIT

Turizmi është një industri kryesore në ekonominë botërore. Pas tronditjes nga kriza financiare, të dhënat konfirmojnë një rritje globale të udhëtimeve gjatë vitit 2010. Organizata Botërore për Turizmin e Kombeve të Bashkuara (OBTKB) tregon një rritje të numrit të vizitorëve me 2% në Europë ku çdo rajon shfaq një rritje të përshtetshme deri në qershor të vitit 2010. Gjithashtu, është përmirësuar dhe cilësia e banesave me qera. Përqindja e zënies së banesave është mbi 5.4% dhe hotelierët kanë mundur të rrisin çmimet në përgjigje të kërkesës së lartë. Turizmi njihet si një forcë për zhvillim të qëndrueshëm me mundësinë për të sjellë mirëqenie në zonat rurale dhe urbane, shpesh duke shkuar edhe në vende të largëta që kanë mundësi alternative të kufizuara. Sektori i turizmit sjell përmirësimin e mirëqenies së komunitetit duke ofruar mundësi punësimi si për gratë, të rinjtë dhe për grupet minoritare. Megjithatë, zhvillimi i qëndrueshëm përmes turizmit kërkon përdorim të matur të burimeve natyrore dhe njerëzore arsye të cilat tregojnë pse planifikimi i mirë është i rëndësishëm. Në Shqipëri, viti 2010 ripohoi që turizmi është një nga industritë më premtuese në vend, duke rritur përherë e më tepër vëmendjen nga ana e qeverisë Shqiptare, sektori privat dhe organizatat ndërkombëtare. Sipas statistikave qeveritare numri i turistëve që vizituan Shqipërinë gjatë vitit 2010 e kalonte shifrën 3 milionë, duke bërë që turizmi të jetë një nga tre shtyllat kryesore të ekonomisë së vendit. Shqipëria është përzgjedhur si vendi kryesor për t'u vizituar gjatë vitit 2011 nga Lonely Planet dhe renditet e gjashta në listën e destinacioneve të rekomanduara nga CNN-i. "Duke patur parasysh afërsinë me tregjet më të mëdha të jashtme dhe të brendshme të Evropës, Shqipëria zë një pozicion të favorshëm për të përfituar nga prirjet drejt udhëtimeve më të rregullta".²⁸

²⁸ Dhimitër T. Myzeqari: Qyteti që magjepsu udhëtarët, Tiranë 2012 f.11-70

3.10. STRATEGJI TË RËNDËSISHME

Rëndësia e turizmit është paraqitur dhe në dokumentat zyrtare për zhvillimin dhe decentralizimin e strukturës shoqërore dhe ekonomike të vëndit. Strategjia Kombëtare për zhvillim.

Strategjia kombëtare për zhvillim dhe integrim (SKZHI) 2007-2013: fokusohet në ecurinë e Shqipërisë drejt integritit në Bashkimin Evropian, duke përfshirë Objektivat e Zhvillimit të Mijëvjeçarit (OZHM). Rëndësia e turizmit për zhvillimin e strukturave shoqërore dhe ekonomike të vëndit është përcaktuar e mirë në SKZHI-në. Në veçanti strategjia krijon një vizion për këtë sektor.

Strategjia kombëtare e turizmit pasqyron dhe shtjellon drejtimet që përmban SKZHI-ja. “Strategjia e turizmit përcakton kuadrin e përgjithshëm të punës për turizmin të përqendruar në zbulimin e Shqipërisë nëpërmjet natyrës dhe kulturës së saj”.²⁹ Aty tregohen veprimet e mëposhtme të rëndësishme për arritjen e përfshirjes dhe të zhvillimit të turizmit lokal dhe rajonal:

Përcaktimi i mekanizmave për të nxitur përpjekjet lokale për të hedhur në treg produktet kulturore dhe natyrore. Hapi i parë në këtë proces është identifikimi i nevojave të sektorit. Hapi i dytë do të jetë hartimi i një plani mbështetës për të asistuar aktorët lokalë deri në masën që lejojnë burimet.

Zhvillimi i biznesit të vogël i mekanizmave përmes të cilave shpenzimet e vizitorëve kontribuojnë në ekonominë lokale dhe kombëtare.

Plani strategjik i Beratit për zhvillimin social dhe ekonomik

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

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

Objektivi Një qendër ndërkombëtare kulturore e mbështetur nga turizmi ku hotelet ofrojnë fjetje dhe mëngjes, i cili ruan dhe zhvillon trashëgiminë unike kulturore, historike dhe arkitekturore të qytetit.

Objektivi Zhvillimi i harmonizuar i ekonomisë së qytetit, i cili konkuron në tregun rajonal përmes zgjerimit të agrobiznesit dhe zejtarisë, dhe ku nxitet diversiteti dhe cilësia

Objektivi Zhvillimi i ekuilibruar i territorit urban që krijon një mjedis bashkëkohor dhe në harmoni me tiparet dhe trashëgiminë specifike të qytetit

Objektivi Një jetë sociale me cilësi e lartë, dinamike dhe gjithëpërfshirëse ku mundësitë e barabarta për përparim dhe mirëqenie mbështeten dhe rriten për të gjithë

²⁹Plani i zhvillimit strategjik i Bashkisë Berat: 2010-2020 f.13

Kultura profesionale.

“Pronarët shpesh kanë dëshirën dhe vullnetin për të bërë dicka të bukur, por u mungon kultura e duhur profesionale që të dallojnë se cilat janë kërkesat dhe nevojat e turistëve dhe prioritetet e tyre”³⁰.

Nëse do të analizojmë historinë e industrisë shqiptare të turizmit do të shohim se kemi shumë pak traditë, duke marrë parasysh historinë 40 vjecare të një regjimi që luftonte konceptin e një shoqërie konsumi, ku ofrimi i shërbimeve të shlodhjes dhe argëtimit konsiderohej i huaj dhe mikroborgjez, ku arti i kulinarisë nuk u zhvillua nga varfëria, ku në sferën e shërbimeve ekzistonin vetëm restorante popullore apo gjelltove të ushqimit social, dhe ndërtimi i hoteleve në qytetet kryesore u bë vetëm në vitet 1970 atëherë kur nevoja për valutën e huaj u pa e domosdoshme.

Rezultati më tragjik i këtij indiferentizmi ndaj turizmit tonë, është se ai nuk po shihet akoma si potencial i tillë as nga brezi i ri. Kjo vjen pikërisht për mungesën e atij sensibilizimi të opinionit publik që përmendëm më sipër. Dhe për pasojë, studentët shqiptarë që kanë mundësi të studiojnë jashtë shtetit preferojnë shumë më pak degën e turizmit. Pra dikush që shpenzon shuma të medha për t’u shkolluar jashtë, nuk e shikon akoma turizmin si një sektor që do marrë atë rëndësi dhe zhvillim të mjaftueshëm, që t’i garantoj atij studenti një burim të ardhurash për të ndërtuar jetën e tij.

Por nëse këtë garanci nuk ja japin qeveritarët tane, duhet të jetë sektori privat ai që duhet të bëjë më shumë.

Është detyra e tyre të perpiqen të krijojnë brezin e ri të menaxherëve, sepse tek ta duhet të shikojnë rritjen e fitimit të tyre dhe mbijetesën nga konkurrenca.

Patjetër që këtë duhet ta kërkojnë ta bëjnë në bashkëpunim me ministritë përkatëse të turizmit dhe arsimit.

Zgjidhja e vetme e problemeve të turizmit vjen nëpërmjet edukimit në nivelet bashkohore.

Turisti i sotëm modern, nuk pyet më se ku do vejë për pushime, por çfarë do bëjë atje ku do vejë.

3.11. STRUKTURAT INSTITUCIONALE PËR TURIZMIN

Në vitin 2007 u miratua Ligji për Turizmin Kombëtar qëllimi i tij ishte përcaktimi i parimeve të rregullave që drejtojnë sektorin e turizmit. Ligji rregullon marrëdhëniet mes institucioneve publike e kompanive private dhe individëve, njësisive lokale apo të huaja që merren me turizmin. Përgjegjësia për turizëm siç parashikohet në ligj, i përket institucioneve të mëposhtëme:

Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve (MTKRS). Ka rolin të mbështesë, mbrojtë e zhvillojë e promovojë burimet turistike, trashëgiminë kulturore, materiale dhe shpirtërore të shqiptarëve në përputhje me planin e veprimit dhe në bashkëpunim me institucionet e tjera të qeverisjes vendore, qeverisjes lokale sektorit turistik privat dhe shoqërisë civile.

Agjensia Kombëtare e Turizmit(AKT). Kryen funksione të lidhura me promovimin dhe marketimin në turizëm, nxit mbështet dhe lehtëson mundësinë e shfrytëzimit të fondeve për individët dhe kompanitë që merren ose që synojnë të merren me aktivitete turistike

³⁰Simon Vrusho: Berati histori, art dhe kulturë, Mars 2000 f.12-20

Zyra e Asistencës Turistike (ZAT).

Kjo zyrë është krijuar në vitin 2010 dhe është nënë juridiksionin e ministrit përgjegjës për turizmin. Ka për detyrë tu afrojë informacione për turistët në lidhje me procedurat e hyrjes, shërbimit dhe mjedisit e disponueshme dhe informacionet mbi vëndet dhe objektet në interes të turistëve, marrjen e ankesave nga turistët e huaj apo vëndas ndaj hotelierëve, pronarëve të restorantëve turistikë, guidave turistike në lidhje me shërbimet e afuara nga ata. Mbështetja për zhvillimin turizmit.

Institucionet shtetërore duhet të mbështesin zhvillimin e turizmit duke hartuar planet e zhvillimit turistik, ofruar informacione për turizmin etj. Të marrin masa për të zhvilluar infrastrukturën dhe mjediset në zonat e zhvillimit turistik, fshatra turistike.

KAPITULLI IV. PLANI I VEPRIMIT PËR TURIZMIN

4.1. KRIJIMI I PRODUKTEVE DHE PËRMIRËSIMI I CILËSISË

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

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

Synimet:

1. Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve turistike
2. Produkte dhe shërbime cilësore të ofruara gjatë vitit

Objektivat:

1. Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve në Qendrën Turistike
3. Mbrojtja dhe përmirësimi i mjedisit natyror brenda në Berat dhe në zonën rreth tij
4. Zhvillimi i objekteve natyrore dhe i aktiviteteve
5. Zhvillimi i tureve lokale
6. Rigjallërimi i zejtarisë tradicionale për Beratit
7. Lehtësimi për investime nga Diaspora e Beratit
8. Përmirësimi i kapaciteteve të restorantit për ofrimin e ushqimit për turistët ndërkombëtarë
9. Rigjallërimi i traditave dhe i zakoneve të Beratit dhe futja e tyre në ofertën turistike
10. Identifikimi dhe prodhimi i suvenirëve nga kërkesat e ndryshme
11. Identifikimi dhe prodhimi i suvenirëve nga kërkesat e ndryshme
12. Zhvillimi i fshatrave dhe i fermave turistike

13. Zhvillimi i fshatrave dhe i fermave turistike

14. Zhvillimi i takimeve, stimujve, konferencave dhe aktiviteteve në lidhje me turizmin (TIKA)

Prioritetet strategjike.

Strukturimi dhe zhvillimi i turizmit dhe produkteve të tij janë prioritet afatshurtra dhe afatmesme. Potenciali i zhvillimit do të bëhet i arritshëm nëpërmjet kombimit të turizmit të interesit të veçantë dhe biznesit dhe konferencave për periudhën afatshurtër dhe afat mesme.

Masat:

1. Për periudhën afatshkurtër ndërtimet e pakontrolluara të shikohen në raport me ligjin dhe rregulloret perkatëse.
2. Fokusimi për periudhën afatshkurter në përmirësimin e produktit ekzistues dhe specifikisht rritjen e cilësisë së njësive akomoduese .
3. Përfshirja e aseteve natyrore dhe kulturore në zhvillimin e turizmit
4. Identifikimi dhe analiza e produktit turistik ekzistues dhe promovimi i tij .
5. Rishikimi dhe analiza e zhvillimit të deritanishëm të zonave turistike përmirësimi i planeve të miratuara të përdorimit të tokës në zonat turistike, në raport me parimet e zhvillimit të qëndrueshëm, krijimi i peisazheve tërheqëse natyrore kulturore.
6. Zhvillimi i elementëve infrastrukturorë, kryesisht manaxhimi i ujrave të zeza dhe mbetjeve të ngurta inerte.
7. Hartimi i planeve të përdorimit të tokës për zonat me potencial për zhvillimin e turizmit rural.
8. Ngritja e kapaciteteve dhe strukturave institucionale.
9. Krijimi i strukturave institucionale në nivel lokal dhe qëndror për një periudhë afatshkurtër, e cila do të garantojë implementimin e strategjisë dhe kuadrit ligjor në fushën e turizmit.

Masat: Trajnimi i burimeve njerëzore në sektorin publik dhe atë privat.

1. Krijimi i programeve të trajnimit
2. Hartimi i kurrikulave të vecanta për zonat turistike
3. Krahasimet dhe vlerësimet e programeve arsimore perendimore
4. Çështjet e turizmit të bëhen pjesë e programeve arsimore në shkollat fillore
5. Zhvillimi i ekspertizave manaxheriale dhe profesionale

Plani i veprimit dhe burimet

Në terma operative vendi është i gatshëm të lëvizë përpara me turizmin e sektorit të tij. Vendi sot ka kapacitete për të pritur shumë më tepër turistë ndërkombëtarë me fjetje për një natë (overnight) se sa ka pritur deri më sot. Megjithëse vendi nuk është i gatshëm për një marketing agresiv ndaj tregjeve të gjera ndërkombëtare, ai është absolutisht i gatshëm për të pritur dhjetra turistë aventurash shtesë, turistë “pionierë”, të cilët do të donin të ishin fleksibël dhe “zemërbutë” në shkëmbim të të qenit ndërmjet të parëve për eksperiencën e një destinacioni të ri unik.

“Sfidat e shumta me të cilat po përballlet Shqipëria duhet të adresohen, por shumica nuk do të zgjidhen para se të fillojë promovimi i turizmit”.³¹

Megjithkëtë, për shkak të natyrës së ndërvarur të sfidave të identifikuar, vendi duhet të fillojë punën menjëherë në një numër fushash, për t’u rritur në mënyrë efektive.

Elementët specifike të Planit të Veprimit, prezantohen në prioritetet e nëntë fushave të ndryshme.

- Ndërgjegjësimi dhe Marketingu
- Zhvillimi i produktit
- Investimet në zonat natyrore për të forcuar sektorin e turizmit
- Investimet në kulturë për të forcuar sektorin e turizmit
- Burimet njerëzore
- Infrastruktura
- Klima e biznesit
- Rivlerësimi i eksperiencës së turistëve
- Të dhënat dhe menaxhimi i informacionit

Spotet per turizmin

Kjo shpjegon edhe interesin e pakët të opinionit publik mbi turizmin. Edhe pse diçka ka filluar të lëvizë këto dhjetë vitet e fundit, ajo ngelet akoma në kuadrin e propagandës politike gjatë muajve të sezonit turistik. Akoma nuk po mendohet për spoteve publicitare sensibilizuese që i tregojnë opinionit publik vendas rëndësinë që ka turizmi ynë në zhvillimin ekonomik, nxisin sjelljen e kulturuar dhe shërbimin në nivelin e duhur apo kritikojnë fenomenin e përfitimit, tentativat zhvatese, indiferencën që vihet re shpesh në sektorin e shërbimeve në përgjithësi.

Këto duhet të financohen nga qeveria shqiptare dhe të transmetohen në mënyrë të vazhdueshme disa muaj rrjesht para hapjes dhe gjatë sezonit turistik, me parrullen e qartë "Mesazh i qeverisë shqiptare" në fund të spotit. Kjo praktikë aplikohet shpesh në vendet perëndimore për luftimin e fenomeneve negative, por edhe për të transmetuar ide të reja, pozitive për zhvillimin e vëndit. Në fakt, më shumë se një ndërgjegjësim të plotë mbi potencialet e turizmit në vëndin tonë, ka një konfuzion, një paqartësi, si në sektorin publik ashtu edhe në atë privat. "Askush nuk është në gjëndje të të thotë se çfarë drejtimi do marrë turizmi ynë, kush do i përcaktojë këto drejtime, si, kush, dhe kur do zbatohen".

³¹ Bashkia Berat: Plani i veprimit dhe strategjia e turizmit ne Berat 2009, f.47-62

4.2. MUNDËSITË E PËRDORIMIT DHE INFRASTRUKTURA

Ndërsa burimet kulturore dhe natyrore të Beratit janë bazat ku do të mbeshteten eksperiencat turistike; qeveritë dhe sektori privat do të ofrojë mundësi shfrytëzimi dhe infrastrukturën e nevojshme. Infrastruktura si rrugët, uji, menaxhimi i mbeturinave, ndriçimi, dhe transporti publik dhe vendet që përfshijnë muzeumet, galeritë e arteve, kopshtet, mjediset sportive, dhe aktivitetet e tjera luajnë një rol kryesor në eksperiencat e vizitorëve të huaj dhe atyre vendas. “Tërheqja e investimeve në infrastrukturën kyç do të jetë e nevojshme për të siguruar që Berati është i aftë të ofrojë një eksperiencë cilësore”.³²

Synimet:

1. Infrastruktura turistike me një cilësi të lartë
2. Infrastruktura turistike të një standardi të lartë

Objektiva:

1. Përmirësimi në mënyrë të ndjeshme i infrastrukturës në Qendrën Historike
2. Ruajtja e infrastrukturës në Qendrën Turistike
3. Përmirësimi i infrastrukturës së lidhur me turizmin jashtë Qendrës Historike
4. Krijimi ose përmirësimi i shfrytëzimit të objekteve kryesore turistike
5. Krijimi ose përmirësimi i shfrytëzimit të objekteve kryesore turistike
6. Përmirësimi i shenjave turistike

4.3. MARKETINGU I SYNUAR DHE PROMOVIMI

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

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

Synimi:

1. Marketingu profesional në tregjet e synuara të brendshme dhe ndërkombëtare
2. Mbrojtja dhe përmirësimi i objekteve turistike

Objektivat:

1. Rritja e vizibilitetit të Beratit si një destinacion turistik përmes pjesëmarrjes dhe promovimit të aktiviteteve të rëndësishme
2. Krijimi i një ‘marke për Beratin
3. Zhvillimi dhe testimi i paketave turistike për grupet e synuara
4. Promovimi i Beratit përmes historive dhe legjendave të tij
5. Promovimi i Beratit në tregjet kryesore duke përdorur materialet promovionale të synuara
6. Identifikimi i tregjeve të synuara, zhvillimi i produkteve dhe gjetja e mundësive për investim përmes analizës dhe mbledhjes së të dhënave

³² UNDP: Sfidat e mijëvjeçarit të Rajonit të Beratit. Berat 2006, f.12-54

4.4. ZHVILLIMI I BURIMEVE NJERËZORE DHE KOORDIMI I ZHVILLIMIT TË TURIZMIT

Njerëzit janë pasuria kryesore e sektorit të turizmit. Ndërveprimi cilësor mes vizitorëve dhe pritësve është ajo çfarë vizitorët vlerësojnë dhe mbajnë mend. Berati duhet të sigurojë që ka një forcë pune të kualifikuar për të plotësuar kërkesat e një zhvillimi të kësaj industrie në të ardhmen. Gjithashtu është i rëndësishëm menaxhimi i zhvillimit të qëndrueshëm. “Përmirësimi i bashkëpunimit mes sektorëve publikë dhe privatë dhe rritja e aftësive për të menaxhuar dhe koordinuar sektorin gjatë viteve në vijim do të jetë kryesore për zhvillimin e qëndrueshëm dhe për t’i ofruar vizitorëve një eksperiencë të nivelit botëror”.³³

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

Synimet:

1. Burime njerëzore me cilësi të lartë

Objektiva:

1. Forcimi i bashkëpunimit dhe koordinimi mes aktorëve të turizmit dhe ndërtimi i kapaciteteve për të zhvilluar dhe menaxhuar Beratin si një destinacion turistik
2. Garantimi i sigurisë së turistëve në Berat
3. Mundësimi i trajnimeve afatshkurtra për të plotësuar nevojat e sektorit privat turistik
4. Mundësimi i trajnimeve afatmesme dhe afatgjata për të plotësuar nevojat e sektorit privat turistik
5. Trajnim të guidave me njohje specifike të rajonit të Beratit

³³ Qamile Gishti: Guida ekonomike qarkut Berat. Berat 2004, f.5-29

REKOMANDIMET

- ✓ Zhvillimi i infrastrukturës rrugore
- ✓ Zhvillimi i turizmit dhe egoturizmit të qëndrueshëm
- ✓ Rruajtja e mjediseve me trashëgimni kulturore
- ✓ Restaurimi i monumenteve
- ✓ Krijimi i agjensive turistike
- ✓ Mirmbajtja e shtëpive muzeale
- ✓ Mbrojtja e mjedisit
- ✓ Zhvillimi i cilësisë së gatimit
- ✓ Mbajtja pastër e qytetit
- ✓ Zhvillimi i kulturës qytetare
- ✓ Zhvillimi i ambienteve publike
- ✓ Krijimi i sa më shumë vendeve të punës për qytetarët vendas

KONKLuzionet

Turizmi në qytetin e Beratit është një karakteristikë e rëndësishme për qytetarët vendas dhe të huaj. Ai ka një sërë larmi vlerash të pasura kulturore dhe natyrore. Monumentet, shtëpitë muzeale, dhe rrugicat e shtruara me kalldrëm janë tipike të këtij qyteti. Të gjitha këto bukuri të qytetit të Beratit ndihmojnë në ardhjen shumë turistëve nga Europa por edhe turistë vendas. Qyteti i Beratit ka disa mangësi të cilat do të rikuperohen në të ardhmen me bashkëpunimin e vendeve të huaja. Në bashkëpunim me vendet e huaja dhe Ministrinë e turizmit qyteti i Beratit do të arrijë standarte të larta europiane.

Kështu rritja e financimeve, ruajtja dhe mirëmbajtja e Kalasë së qytetit, monumenteve kulturore, përmirësimi i sistemeve të menaxhimit për zonat përreth, përmirësimi i imazhit, rritja e kulturës njerëzore, përmirësimi i standarteve të shërbimit, rritja e punësimit do ta bëjë Beratin një qytet me shumë vlera dhe me trashëgimi të lartë natyrore, gjithashtu të gjitha këto do të ndihmojnë në ardhjen shumë turistëve vendas dhe të huaj.

Sipas Ligjit të hartuar nga Ministria e Turizmit mbështetet në parimin e zhvillimit të qëndrueshëm të Trashëgimisë Kulturore Kombëtare, në traditat dhe zakonet e popullit shqiptar si dhe parimin embrojtjes dhe përdorimit të burimeve turistike.

Duke realizuar të gjitha këto mangësi të cilat pengojnë ecjen përpëra të këtij qyteti Berati do të arrijë vlera të larta dhe zhvillim të gjerë kulturor. Për më tepër ai do të shëndrohet në një nga vendet turistike dhe më shumë tërheqës nga turistët.

Berati krenari e Shqipërisë: E quajme dhe qytetin muze të Beratit sepse është një qënder e rëndësishme e historisë dhe qytetimit Shqiptar.

Mosha, historia, arkitektura, tradita, kultura, natyranjerezit e bëjnë atë qytet të vecantë të Shqipërisë dhe një pasuri të botës.

Këtu janë mpleksur toponime, sundimtare, qytetrimet, e legjenda interpretimi i të cilave do krijoj gjithnjëhapsirë për enigma dhe udhëtime të largëta në kohë. Edhe në periudhat e tij me të errëta se humbi asnjëherë rolin e tij si qënder e rëndësishme e kulturës dhe qëndresë tonë. Në 2400 vjet Berati grumbulloi dhe ruajti me fanatizëm bukuri dhe thesare për të djelle në kohët tona. Sot ai ka vlera dhe bukuri të tilla sa kur e ke parë dhe e ke prekur një herë nuk është me e lehtë ta harrosh. Ne kemi nevoj për Beratin. Ai është pjesë esenciale e identitetit tonë, krenari e Shqipërisë.

BIBLIOGRAFI

1. ICOMOS, Vlerësime të pasurive kulturore, 2008 f.9
2. www.bashkia-berat.net :
3. www.castle-park.com/castle-park.com/index.php?option...id... Guidë në qytetin e Beratit
4. www.berati ne UNESCO.com: Berat 2008
5. Gazeta Shqip: Berati ne UNESCO: 22 Qershor 2012. f.7-11
6. Abedin Kaja: Gazeta Ballkan, 4 vitet e Beratit në UNESCO, 14.11.2012, F.2.
7. NVS: Berati qyteti i njëmijë dritareve, Tiranë 2006. f. 1-2
8. Hëna Spahiu: Historiku i Beratit 1977-1978 f.343-348
9. Hëna Spahiu: Qyteti Iliro - arbror i Beratit Tiranë 1990 f.9
10. Parashqevi Sahatçi: Berati Etnografia Etnografia në shekuj, f.57
11. Evlia Çelebiu: Kështjellë e bukur si kopshtet paraizore, qytet i qeshur dhe i çiltër i Beratit, 1930 f.55
12. Vasfi Samimi: Berati 300 vjet më parë, Tiranë 1971 f.27-31
13. Shtraus“Berati është i bukur, për të qënë përjetësisht i bukur”: f. 15-21
14. Dwight D Eisenhower: Strategjia e turizmit ne Berat: 1890-1968 f.11-16
15. Dhimitër T. Myzeqari: Qyteti që magjepsi udhëtarët, Tiranë 2012 f.11-70
16. Plani i zhvillimit strategjik i Bashkisë Berat: 2010-2020 f.13
17. Simon Vrusho: Berati histori, art dhe kulturë, Mars 2000 f.12-20
18. Bashkia Berat: Berati çelsi turistik, Berat 2008 f.5-27
19. Drejtoria Rajonale e Monumenteve të Kulturës Berat: 2012: f 81-93
20. Vasfi Samimi: Berati 300 vjet më parë, Tiranë 1971 f.27-31
21. Fiqirete Braka: Ditari i heshtur, Tiranë 2008, f.9-34
22. Aleksandër Meksi, Emin Riza, Apolon Baçe: Berati dhe Arkitektura, Tiranë 1989. f. 25-48
23. Aleksandër Meksi: Arkitektuar e xhamive të Shqipërisë, Tiranë 2007 f. 48-53
24. Aleksandër Meksi: Arkitektura e kishave te Shqipërisë: Tiranë 2004 f.95-97
25. Bashkia Berat: Zyra e Informacionit turistik. 2012, f.4-31
26. albaniantourism.com: albania The Last secret 2005 f.32
27. albaniantourism.com: Albania From the history, 2005 f.12
28. Parashqevi Sahatçi: Berati në fototeka, Tiranë 2008 f.138
29. Emanuel Ndrio: Gorica ime, Athinë 2010 f.5-41
30. Bashkia Berat: Guida Turistike: Çelsi 2002, f.3-15
31. Bashkia Berat: Strategjia dhe plani i veprimit i turizmit per Beratin 2011-2021. Berat 2011. f. 9-66
32. Nini Mano: Berati duhet zgjuar. Berat 2013, f.21
33. Kadri Kuka: Berati qytet magjik: Berat 2009, f.17-34
34. Xhevair Lleshi: Rruga e turizmit vendimtar shqiptar. Tiranë 2005, f.15-27
35. Perez De Kuelar: Këto vlera, ky muze dhe qyteti i Beratit nuk ju përket vetëm juve por i përket gjithë njerëzimit. Berat 2006, f.27-30
36. Bashkia Berat: Plani i veprimit dhe strategjia e turizmit ne Berat 2009, f.47-62
37. UNDP: Sfidat e mijëvjeçarit të Rajonit të Beratit. Berat 2006, f.12-54
38. Qamile Gishti: Guida ekonomike qarkut Berat. Berat 2004,f.5-29