**Agjencia Kombëtare e Arsimit, Formimit Profesional dhe Kualifikimeve**

**Sektori i Skeletkurrikulave dhe Standardeve të Trajnimit të Mësuesve të AFP**

**MATERIAL MЁSIMOR**

**Në mbështetje të mësuesve të drejtimit mësimor**

## “HOTELERI TURIZËM”,

## Niveli I i AP

**NR. 7**

**Ky material mësimor i referohet:**

* **Lëndës profesionale: “Turizmi dhe mjedisi”, kl.11 (L-13-036-17)**
* **Temave mësimore:**
	+ **Kuptimi i turizmit dhe rëndësia e zhvillimit të tij.**
	+ **Komponentët bazë për zhvillimin e turizmit.**
	+ **Llojet dhe format e turizmit.**
	+ **Klasifikimi i ndërmarrjeve turistike dhe ndërmjetësit.**
	+ **Marrëdhënia turizëm – mjedis.**
	+ **Destinacionet turistike dhe ndikimi në mjedis.**
	+ **Bashkëveprimi transport – turizëm.**
	+ **Ndotja e mjedisit dhe trajtimi i mbetjeve.**

**Përgatiti:**

**Mirela Andoni**

**Tiranë, 2018**

**Tema 1: Kuptimi i turizmit dhe rëndësia e zhvillimit të tij**

**1.1. Koha e lirë dhe turizmi**

Industria e kohës së lirë dhe turizmit është një degë e rëndësishme e ekonomisë botërore dhe asaj shqiptare, që sjell të ardhura të konsiderueshme pёr ekonominё.

***Çfarë kuptojmë me kohë të lirë?***

Kohë e lirë në përgjithësi konsiderohet koha e mbetur pas punës, udhëtimi për punë, gjumi dhe të gjitha detyrimet për shtëpinë (punët e shtëpisë).

Koha e lirë është koha kur një person mund të zgjedhë të bëjë atë që dëshiron. Njerëzit vazhdimisht janë në kërkim të mënyrave dhe rrugëve të reja të shpenzimit të kohës së lirë. Veprimtaritë e kohës së lirë janë të shumta si:leximi,dëgjimi i muzikës,sporti, festat, vajtja në kinema, disko, vizitat në vende të ndryshme dhe turistike,të ushqyerit,ushqimi, etj.

Industria e kohës së lirë është e lidhur me turizmin dhe mjaft elemente të tyre ndërthuren duke u identifikuar si një industri.

***Industria e kohës së lirë (shpesh në literaturë emërtohet si industri e kohës së lirë dhe argëtimit) përbëhet nga shtatë elementë:***

sporti e argëtimi, lojrat sportive

artet e shfaqjet artistike;

argëtimi në fshat;

koha e lirë në shtëpi;

veprimtaritë për fëmijët;

vizitat tërheqëse;

ushqimi e të ushqyerit.

Për të kaluar kohën e lirë duhen mjedise që ***lehtësojnë*** njerëzit të realizojnë dëshirat e tyre. Këto mjedise duhet të ofrojnë ***shërbime*** për të kaluar kohën e lirë.

Psh: mund të themi që një hotel (mjedis lehtësues) ofron në fundjavë një produkt si koncert apo ekspozitë (shërbim).

**Çfarë kuptojmë me turizëm?**

*Ai përkufizohet si udhëtim për qëllime çlodhjeje, për të kaluar kohën e lirë apo për qëllime bisnesi***.**

Në vite janë dhënë përkufizime të shumta për turizmin. Sot përdoret gjërësisht përkufizimi i dhënë nga Organizata Botërore e Turizmit, filial i OKB-së, e njohur si autoriteti udhëheqës ndërkombëtar për turizmin global, si më poshtë:

**“Turizmi përfshin veprimtaritë e personave që udhëtojnë apo qëndrojnë në vende të ndryshme jashtë mjedisit të tyre të zakonshëm, për jo më tepër se një vit (në vazhdimësi), për pushim, biznes apo qëllime të tjera** (1993)”.

Sipas Ligjit shqiptar tё turizmit, 2015:

* “Turizëm” është tërësia e veprimtarive të personave që udhëtojnë dhe qëndrojnë, për jo më shumë se 1 vit, në vende jashtë mjedisit të tyre të zakonshëm, për pushim, biznes dhe qëllime të tjera që nuk kanë lidhje me ushtrimin e ndonjë veprimtarie të paguar në vendin që vizitohet.
* “Turizëm i qëndrueshëm” është turizmi që përmbush nevojat e turistëve, të komuniteteve pritëse, të sipërmarrjeve turistike dhe të vendimmarrësve lokalë e qendrorë, nëpërmjet menaxhimit të burimeve turistike, ruajtjes së vlerave të vazhdueshme ekonomike, sociale, kulturore dhe mjedisore, me qëllim që ato të mbeten po aq tërheqëse sa më parë dhe të krijohen mundësi për zhvillimin e turizmit në të ardhmen.

Turizmi është një fenomen i përbërë, i lidhur me veprimtari të kënaqësisë dhe përfaqëson përdorimin në mënyrë të veçantë ***të kohës së lirë.***

Sot turizmi është një veprimtari popullore globale e kohës së lirë.

* Turizmi konsiderohet si një formë e veçantë argëtimi, por nuk përfshin të gjitha llojet e argëtimit dhe kohës së lirë.
* Turizmi është i lidhur shumë me udhëtimin, por jo të gjitha motivet e udhëtimit janë turizëm, p.sh. rasti i emigracionit.

*Turizmi është ndërveprim mes turistëve, biznesit, autoriteteve pritëse, komunitetit pritës dhe përfshin si procesin e tërheqjes së turistëve ashtu edhe atë të pritjes së tyre.*

**Çfarë janë turistët?**

Organizata Botërore e Turizmit e përcakton turistin si “një person që udhëton e qëndron në një vend jashtë vendit të zakonshëm të banimit për më shumë se 24 orë dhe jo më shumë se një vit në vazhdimësi, për të kaluar kohën e lirë, për bisnes apo për qëllime të tjera që nuk lidhen me veprimtari për të cilat personi paguhet në vendin që viziton”

*Konsiderohen si turistë* personat që*:*

* qëndrojnë larg vendit të tyre rezident për një periudhë deri në një vit (por që kthehen në shtëpi)
* marrin pjesë në veprimtari që janë të shoqëruara me pushim e turizëm
* bëjnë vizita, që janë të përkohshme e afat shkurtra
* qëndrojnë jashtë shtëpisë jo vetëm për pushime, si dhe për biznes.
* udhëtojnë për kënaqësi, arsye personale apo për nevoja të shëndetit
* udhëtojnë në konferenca ndërkombëtare;
* mbërrijnë me anije turistike, mgjth qëndrimi i tyre mund të jetë me më pak se 24 orë.

*Nuk konsiderohen si turistë:*

* personat që hyjnë në një vend për tu punësuar;
* njerëzit që marrin leje qëndrimi në një vend të huaj;
* studentët;
* njerëzit që jetojnë në zonat kufitare e kalojnë kufirin për të punuar;
* udhëtarët që kalojnë përmes një vendi pa ndaluar, edhe në rast se udhëtimi zgjat më tepër se 24 orë (pasagjerët tranzit);

Sipas Ligjit shqiptar tё turizmit 2015:

* “Turist” është vizitori që qëndron, të paktën për një natë, në vendin që viziton për pushim, biznes dhe qëllime të tjera.
* “Udhëtar” është individi që lëviz ndërmjet vendeve të ndryshme, jashtë vendbanimit të zakonshëm, për arsye dhe kohëzgjatje të ndryshme.
* “Vizitor” është çdo person që udhëton në një vend të ndryshëm nga vendbanimi i vet I zakonshëm, për më pak se 1 vit, dhe që nuk ka si qëllim të ndërmarrë veprimtari që paguhen në vendin e vizituar.
* Ekskursionist” është vizitori që udhëton për qëllime turizmi pa kaluar natën në vendin e vizituar.

**1.2 Evoluimi i turizmit në etapa të ndryshme tё zhvillimit**

Njerëzit dhe më herët kanë udhëtuar nëpër botë për të parë ndërtime, vepra arti, për të mësuar gjuhë të huaja, për të marrë përvoja nga kultura të tjera, për të testuar kuzhina të ndryshme, etj.

 Fjala “turizëm” është përdorur që më 1811, ndërsa fjala “turist” që më 1840.

Udhëtimet e kohës së lirë u shfaqën gjatë *revolucionit industrial* në Mbretërinë e Bashkuar- vendi i parë evropian që promovoi organizimin e kohës së lirë në rradhët e punëtorëve. Origjina britanike e kësaj industrie reflektohet në shumë emra vendesh apo hotelesh në Evropë (si:*Bristol*, *Carlton,* *Majestik)*

Fjala kohë e lirë vjen nga fjala latine “*licere*”, që nënkupton të “qënit i lirë” apo “të kesh leje”. Fillesat e organizimit të kohës së lirë në forma të ngjashme me ato të ditëve tona shihen në shekullin e 14–të (via Old French *leisir*) dhe bëhen më masive gjatë revolucionit industrial (shekulli i 19-të), ku për shkak të rritjes së eficiencës së punëtorëve në punë jo vetëm që u ulën orët e punës, por u shtuan dhe ditët e pushimit. Menaxhimi i kohës së lirë të punëtorëve në formën e paketave të organizuara të udhëtimit (1870), ka qenë një nga format e para të veprimtarive turistike duke e bërë këtë nga privilegj të njerëzve të pasur, në mundësi për t’u arritur nga një masë e madhe njerëzish, sikurse në ditët tona.

**1.3 Ligji shqiptar pёr turizmin**

Zhvillimi i turizmit nё Shqipёri mbёshtetet dhe udhёhiqet nga **Ligji Nr. 93/2015 PËR TURIZMIN,** në mbështetje të neneve 78 dhe 83, pika 1, të Kushtetutës.

Ky ligj është në përputhshmëri të pjesshme me nenin 2, nenin 3, si dhe me Aneksin e Direktivës së Këshillit nr. 90/314/KEE të 13 qershorit 1990, “Mbi udhëtimet, pushimet dhe paketën e pushimeve”, si dhe me nenin 2 dhe nenin 3 të Rregullores së Parlamentit Europian dhe Këshillit nr. 692/2011/BE, datë 6 korrik 2011, “Statistikat Europiane në Turizëm”.

**Qëllimi** i kёtij ligji sipas nenit 1 tё tij, është të promovojë Shqipërinë si destinacion turistik tërheqës për vizitorë vendas e të huaj, duke mbështetur zhvillimin e një turizmi të qëndrueshëm, duke siguruar që ofruesit e shërbimeve turistike të përmbushin kërkesat e turistëve, në një mjedis të shëndetshëm dhe të sigurt, si dhe duke respektuar nevojat e komuniteteve pritëse të sotme dhe të brezave të ardhshëm.

**Sipas nenit 2, objekt** i këtij ligji janë:

1. Rregullimi i marrëdhënieve ndërmjet institucioneve publike dhe subjekteve private, personave fizikë e juridikë, vendas apo të huaj, që ushtrojnë veprimtari turistike dhe përcaktimi i të drejtave e detyrimeve të subjekteve pjesëmarrëse në këto veprimtari, në përputhje me standardet e përcaktuara në këtë ligj, si dhe çështje të tjera që lidhen me fushën e turizmit.

2. Rregullimi i marrëdhënieve të bashkëpunimit e të ndërveprimit të organeve të qeverisjes qendrore me ato të qeverisjes vendore në përcaktimin e politikave dhe zhvillimit të strategjive në fushën e turizmit.

3. Përcaktimi i rregullave për bashkërendimin e punës dhe bashkëveprimin e institucioneve përgjegjëse në fushën e turizmit, me qëllim zhvillimin e industrisë së turizmit sipas rregullave dhe standardeve të përcaktuara në këtë ligj dhe në legjislacionin në fuqi.

4. Rregullimi i marrëdhënieve ndërmjet institucioneve shtetërore dhe investitorëve potencialë, bazuar në interesin publik për zhvillimin e turizmit.

**Subjektet dhe fusha e zbatimit tё kёtij ligji, sipas nenit 3,** janё:

1. Personat fizikë dhe juridikë, vendas apo të huaj, që zhvillojnë veprimtarinë turistike brenda territorit të Republikës së Shqipërisë, veprojnë në përputhje me këtë ligj dhe aktet nënligjore të dala në zbatim të tij, si dhe me dispozitat e marrëveshjeve ndërkombëtare, ku Republika e Shqipërisë është palë.

2. Personat fizikë dhe juridikë që zhvillojnë veprimtari turistike biznesi, në baza kontraktuale, jashtë territorit të Republikës së Shqipërisë, veprojnë në përputhje me dispozitat e këtij ligji dhe të akteve nënligjore në zbatim të tij, për sa kohë që ato nuk bien në kundërshtim me ligjin e vendit ku zhvillohen këto veprimtari.

**Tema 2: Komponentёt bazё pёr zhvillimin e turizmit**

**2.1 Elementet e turizmit**

Mundësitë për turizëm janë prezentë në çdo vend, por nivelet e tij të zhvillimit janë të ndryshëm. Kjo përcaktohet nga faktorë gjeografikë, klimaterikë, kulturorë ashtu dhe nga faktorë që lidhen me zhvillimin ekonomik të një vendi, si p.sh. infrastruktura.

***Zonë (vend) turistike quhet vendi ku infrastruktura dhe pajisjet e së cilës janë të zhvilluara tëe planifikuara për nevojat e kërkesat e njerëzve që kërkojnë argëtim, bazuar në një ose më tepër tërheqje (atraksione).***

Ndërsa vendet me infrastrukturë turistike të zhvilluar kanë problem kryesor mirëmbajtjen dhe rritjen e cilësisë së kësaj industrie, ka vende tё tjera qё kanë nevojë për një planifikim të kujdesshëm, zhvillim të përshtatshëm (duke marrë në konsideratë problemet mjedisore), si dhe investime që do të ndikonin nё suksesin turistik.

Sipas ligjit shqiptar “Për Turizmit” Nr.9734, datë 14.5.2007 përkufizohet:

“Vend turistik” një vend me burime turistike natyrore, me një epërsi të veçantë, që ka kapacitet për të tërhequr turistë, vendas e të huaj, me një infrastrukturë të harmonizuar dhe mjedise moderne që plotësojnë kërkesat e turistëve.

“Burime turistike” janë komponentët mjedisorë, natyrorë e antropologë, që janë bërë të njohura dhe janë regjistruar si burime turistike për cilësinë e veçoritë e tyre dhe që janë kapitalizuar përmes turizmit.

***Faktorët që krijojnë premisa për zhvillimin e turizmit,*** që janë të lidhura dhe komplementare të njëra-tjetrës janë:

* Klima e pejsazhi
* Bukuritë natyrore & ato të krijuara nga njeriu (apo një kombinim i tyre)
* Trashëgimia kulturore e historike
* Akomodimi e kateringu (strehimi e ushqimi)
* Transporti
* Ndërmjetësit turistikë (agjencitë, operatorët turistikë, informacioni e shërbimi i guidimit)

Tri faktorët e parë, i përkasin asaj që quhet tërheqje (atraksion) dhe e bëjnë vendin interesant për tu vizituar, argëtuar, etj. Strehimi, ushqimi, transporti apo të ashtuquajturit ndërmjetës turistikë (si agjencitë e operatorët turistikë apo informacioni dhe drejtimi turistik) ndikojnë në krijimin e kushteve të përshtatshme për turistët për të shijuar klimën, pejsazhin, monumentet e natyrës e të kulturës, etj, në zonën e përzgjedhur turistike.

 Veç faktorëve të mësipërm që janë pёrcaktues për zhvillimin apo mbarëvajtjen e turizmit ka edhe elemente të tjera si: infrastruktura rrugore, formalitetet kufitare, cilësia e burimeve njerëzore apo mikpritja, që ndikojnë në cilësinë e turizmit.

 Sot në botë po punohet për eliminimin gradual e të arsyeshëm të të gjitha barrierave, kufizimeve dhe krijimin e lehtësirave në udhëtimet ndërkombëtare. Në disa raste janë të nevojshme kufizimet që kanë të bëjnë me shëndetin, doganat, valutën, por ato duhet të reduktohen deri në atë masë sa të inkurajojnë udhëtimin ndërkombëtar. Turistët duhet të jenë të lirë në vendimet e tyre e jo të kufizohen në vendin që dëshirojnë të vizitojnë.

***Industria e turizmit (sot gjithnjë e më shumë emërtohet si industri e udhëtimit dhe turizmit) përbëhet nga 6 elementë:***

* agjentët e udhëtimit;
* operatorët turistikë;
* informacioni turistik e shërbimet e drejtimit (guida turistike)
* akomodimi dhe kateringu (ushqimi)
* tërheqiet (klima, pejsazhi, trashëgimia kulturore, historike, arti, etj);
* transporti.

 Mё poshtё jepet nё mёnyrё skematike elementet që ndikojnë në realizimin cilësor të udhëtimit e turizmit, që do tё trajtohen mё hollёsisht nё temat pasardhёse.

 **Akomodimi**

 **dhe kateringu**

 **Agjencitë**

**turistike**

**Operatorët**

**turistikë**

**Turizmi**

 **dhe udhёtimi**

**Informacioni turistik**

**dhe shërbimi i guidimit**

 **Transporti**

 **Atraksionet**

**2.2. Burimet natyrore dhe turizmi**

Baza e zhvillimit të turizmit janë burimet natyrore. Klima, uji i pastër, linjat bregdetare, zonat liqenore, malet, pyjet, luginat, flora e fauna, bimësia, ajri i shëndetshëm, hapësirat e gjëra, etj, krijojnë variacione të përshtatshme të nevojshme për turizëm.

Sipas ligjit shqiptar tё turizmit, 2015:

Burimet turistike në Rep. e Shqipërisë klasifikohen në:

1. burime natyrore turistike, ku përfshihen peizazhet natyrore, zonat e mbrojtura, veçoritë gjeografike e biologjike, kushtet klimatike, detare, hidrografike & objektet e tjera fizike, natyrore apo gjeomonumentale, që janë tërheqëse për turistët;
2. burime njerëzore turistike, që ndahen në:
	* + burime materiale njerëzore turistike, ku përfshihen ndërtesat historike e ndërtimet e tjera, reliket e punët artizanale;
		+ burime jo materiale njerëzore turistike, ku përfshihen veprimtaritë e ndryshme kulturore.

Burimet turistike shndërrohen në produkte turistike në bazë të një procesi studimi dhe planifikimi, sipas prioriteteve të përcaktuara në Strategjinë Kombëtare të Zhvillimit të Turizmit.

Sipas ligjit shqiptar tё turizmit, 2015: “Produkt turistik” është tërësia e elementeve të ndërthurura, që organizohet si vlerë e veçantë zinxhir, që përmban produkte, materiale e shërbime, vlera natyrore e kulturore, superstrukturë e infrastrukturë turistike.

**2.3 Klima** është kusht i rёndësishëm për një zonë turistike që ndikon nё cilёsinё e produktit turistik**.**

Moti është përbërës si në periudhën e verës & në dimër.

Në periudhën e verës lëvizjet e turistëve janë kryesisht rreth zonës së Mesdheut ku ditët me diell vazhdojnë për javë pa ndërprerje.

Në periudhën e dimrit në rajonin e Alpeve në Evropë ka qendra të shumta të sporteve dimërore. Në këto zona turizmi dimëror është rreth 45 % më i shtrenjtë se në sezonin veror.

Edhe nё Shqipёri klima ёshtё shumё e favorshme pёr zhvillimin e turizmit malor ashtu, atë tё deteve, liqeneve si dhe turizmin kulturor.

Por, vetëm klima nuk mund të bëjë një zonë turistikisht të rëndësishme. Vetëm klima me shumë diell do ta bënte Saharanë një zonë turistike të rëndësishme.

**2.4 Uji** i jep vlerë e bukuri të madhe natyrës. Prandaj Alpet e Shqipёrisё e Europës, me shumë lumenj e liqene, janë shumë të njohura nga turistët.

Brigjet detare janë pjesë e rëndësishme për organizmin e pushimeve. Zonat bregdetare të Detit Mesdhe, Karaibeve, Ishujt e Oqeanit Indian, janë nën presion të madh turistik.

Ndonjëherë brigjet bregdetare vuajnë nga ekzistenca e porteve, termocentraleve apo rafinerive, që mund të sjellin efekte negative si për ndotjen e ujit dhe të bregdetit.

Nevoja për të zgjeruar hapësirat e tokës mund të sjellë prishje të florës & faunës e mund të ndryshojë nivelin e ujit.

**2.5 *Zonat malore (malet)*** deri në shek. e 18-të nuk kanë qenë shumë të pëlqyeshme nga njerëzit. Ata u shmangeshin atyre e veçanërisht Alpeve.

Në ditët e sotme Alpet janë zona turistike për 12 muajt e vitit (ski, alpinizëm, ngjitet në mal, gjueti, marshime).

*Cilësia e ajrit malor* është e rëndësishme për njerëzit, që kanë nevojë për tu kuruar. Zonat malore përmbajnë një *diversifikim të madh të jetës* në lartësi të ndryshme. Kafshët janë të ruajtura brenda këtyre zonave. Këto burime natyrore, për tu shijuar e shfrytëzuar, duhet të përmbajnë akomodimin e nevojshëm turistik, ngjitësit për ski, rrugët, teleferikët, linjat e tensioneve të larta, etj.

Sportet dimërore përveç anëve pozitive, sjellin dhe ndikim negativ. Ekosistemet si drurët, lëndinat, shkurret, shkatërrohen nga përdorimi i çdo lloji teleferiku, për shkak të mos përshtatjes me nevojat ekologjike. Zonat malore mgjth mjaft tërheqëse e me vlera të larta ekologjike, kanë mundësi të ulët të kapaciteteve për turizmin masiv. Një planifikim i kujdesshëm mund ti ktheje ato në vende me vlera të rëndësishme turistike.

**2.6 *Peizazhi***

*Peizazhi turistik* mund të përmbajë një llojshmëri transformimesh simbolike e materiale të një peizazhi origjinal fizik dhe/ose social-ekonomik, për ti shërbyer interesave të turistëve & industrisë turistike.

*Peizazhi natyror* ka luajtur e luan një rol të rëndësishëm në vendimmarrjen për destinacionin e pushimeve. Njerëzit në të gjitha periudhat e vitit janë përpjekur të gjejnë peizazhe të largëta për tu ripërtërirë.

*Pamjet piktoreske* të një vendi shtojnë shumë vlera për rëndësinë turistike të tij.

Peizazhet, bukuritë natyrore shpesh janë rezultat i menaxhimit aktiv të tokës. Kjo ka sjellë një zbehje të ekonomive baritore në zonat Alpine ose të ekonomive me drurë frutorë tradicionale në zonat e Mesdheut, që po kërcënojnë pamjen karakteristike të peizazheve të vjetra kulturore, për të krijuar modelet e reja për zhvillimin e turizmit.

Peizazhi i bukur natyror bëhet një ansambël i formave të bukurisë, që injoron aspektet jetësore bazë.Ky peizazh i kombinuar me një model estetik pason kërkesën e konsumatorëve për argëtim, turizm & ruajtjen e natyrës. Pra brenda një zone turistike turisti duhet të gjejë këtë model estetik që e inkurajon të qëndrojnë për një kohë të gjatë apo të kthehen përsëri atje.

**2.7 Raporti i turizmit me peizazhin natyror**

Fenomeni i turizmit është i lidhur ngushtë me formën strukturore, përdorimin e ruajtjen e peizazhit.

1. Turizmi për shkak të krijimit të kushteve për turistët, sjell ndryshime në fizionominë e peizazhit si me arkitekturën, formën e hoteleve, llojeve të tjera të akomodimit dhe instalimeve të tjera të industrisë turistike.
2. Përpjekjet për ta mbrojtur e ruajtur nga dëmtimet e shfrytëzimi pa kriter peizazhin natyror detyrojnë qeveritë e vendeve turistike të shpallin zona të ndryshme në parqe kombëtare e rezervate natyrore.

Shpesh mungojnë politikat stimuluese për investime në lidhje me përmirësimin e natyrës.

***A e dini se?***

Burimet natyrore janë të rinovueshme, gjysmë të rinovueshme e të parinovueshme. Pra ruajtja e tyre është shumë e rëndësishme.

Në fund të viteve 1980 u futën koncepte të reja si: **ekoturizmi** & **zhvillimi i qëndrueshëm**.

Sipas ligjit shqiptar tё turizmit 2015:

* + - “Turizëm i qëndrueshëm” është turizmi që përmbush nevojat e turistëve, të komuniteteve pritëse, të sipërmarrjeve turistike dhe të vendimmarrësve lokalë e qendrorë, përmes menaxhimit të burimeve turistike, ruajtjes së vlerave të vazhdueshme ekonomike, sociale, kulturore e mjedisore, me qëllim që ato të mbeten po aq tërheqëse sa më parë dhe të krijohen mundësi për zhvillimin e turizmit në të ardhmen.

Ekoturizmi ose turizmi ekologjik ka rritjen më të shpejtë nga të gjitha nën-sektorët e tjerë të turizmit.

Kjo ka lidhje me rritjen e ndërgjegjshmërisë mjedisore dhe dëshirës për të zbuluar mjedisin natyror nga ana e turistit.

**2. 8 Tërheqiet (atraksionet) turistike**

Ato janë:

* + *natyrale (*bregdetin, plazhet, bukuritë natyrore, ngjitjet*)*

*ose*

* + *të krijuara nga dora e njeriut (*disko, pishinat e brendshme, sauna)

***Pra, turisti kërkon krijimin e një peizazhi turistik sa më funksional për të.***

**2.9 Kultura dhe turizmi**

Kultura e historia përdoret nga shumë vende si faktor kryesor të turizmit për zhvillimin e turizmit.

Çdo vend mund të bëhet pjesë e zhvillimit të turizmit botëror, bazuar në historinë e kulturën e tij, pasi çdo vend është unik në trashëgiminë e vet kulturore e historike.

Kultura e një vendi është një burim dhe mjet i rëndësishëm për të tërhequr turistë të huaj. Çdo vend duhet të promovojë ato vlera kulturore që janë tipike për të, si psh:

*Artet e bukura* (mediat, piktura, skulptura, grafika, arkitektura, filmi, teatri) promovohen me:

Prezantimi në ekspozita, galeri arti, ekspozita pranë hoteleve.

Paraqitja e objekteve të prodhimit artizanal e të traditës,

Organizimi i festivaleve të artit e të kulturës.

*Muzika* vendase & *kërcimi* tradicional janëshumë tërheqëse për turistët. Ato promoohen në organizime festivalesh folklorike, koncerte të hapura, koncerte të komuniteteve të ndryshme, përfshirë fetare, parada, ceremoni mirëseardhje, etj. E rëndësishme është dhe etnografia dhe kostumet popullore të zonës

Prodhimet artizanale, suveniret e punimet me dorë vendase, të prodhuara përbëjnë një pjesë të rëndësishme të kulturës së një vendi dhe tërheqin turistët. Promovohen me hapje dyqanesh, organizime panairesh të artizanëve lokalë, organizime vizitash në vendet ku prodhohen, etj.

*Industria, bujqësia e biznesi* i zonave të caktuara mund të përbëjnë gjithashtu një motiv për të zhvilluar agroturizëm.

*A e dini se?*

Biznesi i përfaqësuar nga qendrat e mëdha tregtare përbën një element që shfrytëzohet edhe në aspektin turistik. p.sh interesi i madh për Hong Kongun, ka të bëjë me qendrat e mëdha tregtare.

*Arsimi*

sistemi arsimor i edukimit, qendrat studentore, universitetet, shkollat profesional të në vendi përbëjnë interes të veçantë,

*Besimet* përbëjnënjë tjetër motiv për të udhëtuar. Përmendim pelegrinazhet në Mekë, në sheshin e Shën Pjetrit në Romë, Jerusalem, Notre Dame, etj.

*Ushqimet dhe Pijet*

Turistët pëlqejnë shumë shijimin e ushqimeve, gatimeve lokale, pijeve tradicionale, që ofrojnë restorantet, hotelet, dyqanet, etj. Kjo krijon përshtypjen për kulturën e atij vendi.

*Historia dhe prehistoria*

Trashëgimia historike e një vendi është një element shumë i rëndësishëm për zhvillimit e turizmit. Ruajtja dhe konservimi i monumenteve të kulturës e historisë, menaxhimi i qendrave arkeologjike, muzeumeve është një faktor shumë i rëndësishëm.

Shqipëria ofron thesare të trashëgimisë kulturore dhe mundësi për zhvillimin e turizmit kulturor.

UNESCO ka qenë aktive në menaxhimin e qendrave të Trashëgimisë Botërore në Shqipëri.

**Tema 3: Llojet dhe format e turizmit**

Lidhja dhe ndërthurja e turizmit me shumë elementë të tjerë e bën atë që të paraqitet në lloje dhe forma të ndryshme, sipas disa kritereve bazë.

**3.1 Llojet e turizmit bazuar nё motivet e udhёtimit**

Dallojmë 3 forma kryesore:

**Turizmi i kalimit të kohës së lirë** paraqitet si më poshtë:

turizmi kulturor dhe religjioz

turizmin sportiv

turizmi shoqëror dhe shpirtëror

turizmin e artizanatit, kulinari, gjuetinë, veprimtaritë festive

**Turizmi i biznesit** përfshin udhëtimet për qëllime, interesa profesionale, pra turizmi i kongreseve. Ky lloj turizmi lidhet me organizimin e veprimtarive me karakter biznesi, akademik, politik, teknik, social.

**Turizmi i interesit të veçantë**

Përfshinvizita tek miqtë, familjarët, ceremoni martesore, pelegrinazhet fetare, etj.

Konkretisht:

* ***turizmin religjioz*** (pelegrinazhet fetare)
* ***Turizmi arsimor*** (ture studimi,programe shkëmbimi studentësh).
* *Turizmi i shëndetit* (*llixhat)* *ose klimaterik*

**3.2 Turizmi sipas llojit të transportit qё përdoret;**

ajror

detar

hekurudhor

rrugor

me kuaj

në këmbë

nëpër lumë

me biçiklet.

**3.3 Turizmi sipas vendit ku zhvillohet veprimtaria turistike**:

i llixhave

malor

urban

rural

**3.4 Turizmi sipas kohë-zgjatjes:**

për një qëndrim të caktuar

kalimtar

i weekend-eve.

**3.5 Turizmi sipas sezoneve:**

veror

dimëror

midis sezoneve

**3.6 Turizmi sipas madhësisë së grupit:**

individual

familjar

në grup

**3.7 Turizmi sipas kriterit të moshës:**

rinor

për mosha të tjera.

**3.8 Turizmi sipas buxhetit qё shpenzohet:**

luksoz

masiv

social

**3.9 Turizmi sipas origjinës së turistit:**

Turizmi vendas - rezidentët e një vendi të dhënë, që udhëtojnë vetëm brenda vendit të tyre, për pushime, udhëtime ditore.

Turizmi hyrës (Inbound), jo-rezidentët që udhëtojnë në një vend të dhënë. Psh një grup turistësh japonezë që vizitojnë Shqipërinë, familje nga SHBA që hyjnë në Shqipëri për të vizituar të afërmit e tyre.

Turizmi dalës (Outbound), - rezidentët e një vendi, që udhëtojnë në një vend tjetër për pushim apo biznes. Psh një familje shqiptare që shkon për pushime në Itali.

Nga kombinimi i këtyre 3 formave rezultojnë:

turizëm i brendshëm (turizmi vendas e turizmi hyrës)

turizëm kombëtar, (turizmi vendas e turizmi dalës)

turizëm ndërkombëtar, (turizmin hyrës e dalës)

**Tema 4: Klasifikimi i ndërmarrjeve turistike dhe ndërmjetësit**

**4.1 Strukturat akomoduese** ose ndërmarrjet hoteliere/ndërmarrjet e pritjes kryejnë shërbimin e strehimit që u ofrohet personave që udhëtojnë.

Për të klasifikuar ndërmarrjet hoteliere nisemi nga disa kritere bazë. *Kriteri kryesor* që do të konsiderohet për klasifikimin e tyre është ai që ka lidhje me funksionin bazë të tyre, pra, pritja, akomodimi e shërbimi ndaj një grupi të caktuar njerëzish.

Kështu *akomodimi ndahet në 2 kategori bazë*:

**akomodim me shërbim** (ku sigurohet edhe ushqimi si në hotele)

**akomodim vetëm me fjetje** ku ushqimin duhet ta sigurosh vetë (vila, shtëpi druri, apartamente),

Turistët mund të rezervojnë akomodimin në mënyra të ndryshme:

**Fjetje dhe mëngjes** (B/B) ku çmimi përfshin vetëm sigurimin e fjetjes dhe të mëngjesit

**Gjysmë pensioni** (H/B) me fjetje, mëngjes dhe me drekë ose darkë, përfshirë në çmim

**Pension i plotë** (F/B) ku fjetja dhe të gjitha vaktet janë të përfshira në çmim

**Të gjitha të përfshira** (All-inclusive), ku përfshihet fjetja, të gjitha vaktet e të ngrënit, snacket, pijet për të gjithë periudhën e qëndrimit.

*Llojet dhe format e strukturave të akomodimit:*

**Hoteli**

Hotelet janë ndërmarrje tregtare që ofrojnë fjetje, në dhoma ose apartamente të mobiluara, të vendosura në një vend, ushqim, si dhe ju shërbejnë një klientele kalimtare apo të lokalizuar.

***Klasifikimi i hoteleve sipas cilësisë*** ndahet ne 6 kategori që përcaktohen me numrin e yjeve nga maksimalja 5 deri në 0 yje. Klasifikimi i njësive akomoduese me yje përcaktohet në bazë të plotësimit të një sërë kërkesave në lidhje me vendndodhjen, arkitekturën e brendshme dhe të jashtme, dimensionet dhe madhësia, mobilimi dhe pajisjet e brendshme, vëllimi hapësinor dhe sipërfaqja në m2, shërbimet që ofrohen, niveli i shërbimeve, etj.

***Klasifikimi i hoteleve sipas vendndodhjes***

Vendndodhja e një hoteli është një prej faktorëve që ndikon në përzgjedhjen e tij nga klienti. Zakonisht vendndodhja përcakton dhe karakterin e hotelit. Psh. Një hotel mund të ndodhet pranë detit, liqenit, malit, llixhave, në qytete, në autostrada, aeroporte, hekurudha, etj.

***Klasifikimi i hoteleve sipas periudhës së funksionimit:***

1. Hotele me aktivitet gjatë gjithë viti (hotelet e qyteteve)

2. Hotele njësezonale. (turizmi në verë e dimër)

3. Hotele dysezonale. (turizmi në pranverë e vjeshtë)

* ***Klasifikimi i hoteleve sipas madhësisë (*** numri i dhomave apo i shtretërve).

Kapacitetit i hotelit nuk llogaritet kudo njësoj. Në Europë kemi:

Hotel i vogël deri në 50 dhoma

Hotel mesatar nga 50 deri në 100 dhoma

Hotel gjysmë i madh nga 101 deri në 200 dhoma

Hotel gjigand mbi 1000 dhoma

* ***Klasifikimi i hoteleve sipas pronësisë***

Në përgjithësi hotelet e vogla e të mesme kanë pronësi familjare. Drejtimi i tij kryhet nga pronari dhe menaxhohet nga gjithë familja. Hotelet gjysmë të mëdha kryesisht janë pronë e kompanive të fuqishme. Kurse hotelet e mëdha, ku edhe emri i hotelit është i njohur, në përgjithësi i përket zinxhirëve ndërkombëtare të hoteleve.

*Forma të tjera të strukturave akomoduese janë:*

* ***Motelet****,* hotele të destinuara për ndalesë apo pushim për udhëtarët kalimtarë dhe të motorizuar. Motelet ngrihen gjatë akseve të rrugëve kryesore apo autostradave, jashtë qendrave të banuara apo në periferi të tyre. Ofrojnë garazhe apo parkingje si dhe shërbimet e tjera për mjetet e motorizuara
* Kompleksi *Bungalow* është një tip hoteli, që ka një ndërtesë kryesore qendrore ku ndodhet recepsioni dhe restoranti (përgjithësisht për mëngjes) dhe rreth e rrotull ka shtëpi të vogla, që jepen me qera, të pajisura me dhomë ndenjeje dhe gjumi, televizor, kuzhinë dhe janë të përshtatshme për kalimin e pushimeve për familjet.
* *Kampingu*

Është veprimtari ku njerëzit jetojnë përkohësisht në natyrë. Ata merren me peshkim, gjueti, not, studime të forës dhe faunës. Përveç kampingjeve individuale ka edhe zona për kamping, ku sigurohen një pjesë e shërbimeve të nevojshme.

* *Anijet turistike (Cruise)*

Anijet turistike organizojnë udhëtime turistike për kënaqësi. Janë të pajisura me kabina për fjetje, restorante, salla shfaqjesh, kazino, pishina, palestra, fitness, etj. Ato organizojnë udhëtime 1-2 ditore, por edhe 1-2 javore. Këto anije klasifikohen me yje. Anijet e mëdha me 5 yje organizojnë edhe udhëtime përreth botës për disa muaj.

**4.2. Ndërmarrjet gastronomike (të restoranterisë)**

Ndërmarrjet e restoranterisë janë pjesë e rëndësishme e ofertës turistike. Veprimtaria e tyre është prodhimi, shpërndarja dhe shërbimia i produkteve të përpunuara ushqimore e pijeve

Ndërmarrjet e restoranterisë klasifikohen:

***Restorantet*** instalohen pranë hoteleve por në pjesën më të madhe jashtë tyre. Ato janë të ndryshme për nga stili i shërbimit, aredimi, menuja (tradicionale, ndërkombëtare apo kuzhina të caktuara etnike), vendndodhja, etj. U shërbejnë si klientëve të hotelit ashtu dhe klientëlës së jashtme.

***Zinxhirët e franchising*** *(fast food, ushqim i shpejtë)*

Kompanitë me franchising kanë avantazhe të mëdha sepse përdorin menu të limituar, sasi të madhe prodhimi, kosto të ulët operacionale dhe të punës, punë të thjeshta dhe të specializuara, mbeturina të pakta, kontroll mbi porcionet, prandaj zinxhiri i ushqimeve fast food është shumë i suksesshëm (Macdonalds, Wimpy, Pizza Hut).

**Lloje të tjera të restoranterisë**

Sipas vendndodhjes kemi restorante:

 *Hekurudhore*

 *detare*

*ajrore.*

Vendet tërheqëse për turistë dhe vizitore shpesh ofrojnë një varietet të shërbimit të ushqimit ku përfshihen *kafeteria*, vende që ofrojnë ushqime me vet-shërbim, apo restorant me shërbim kamarieri. Madje dhe kinematë dhe teatrot mund të shesin, snack, akullore, ëmbëlsira apo pije.

Shërbimi katering quhet shërbimi i restoranterisë në një kohë dhe vend të caktuar dhe me menu të përcaktuar. Shërbimi nuk ofrohet në mjediset e ofruesit të shërbimit, por atje ku e kërkon klienti, në institucione, shtëpi, në salla konferencash, apo mjedise të tjera.

**4.3 Operatorët ndërmjetës në industrinë turistike**

Në çdo lloj tregu, midis prodhuesit dhe konsumatorit, ekzistojnë ndërmjetësit në rastin e turizmit janë operatorët ndërmjetës, të cilët merren me veprimtarinë e marketingut dhe të shitjes së produktit turistik, pra ata mundësojnë kontaktin e furnizuesve të produktit turistik me klientelën turistike. Hallkën më të rëndësishme midis të gjithë ndërmjetësve të tregut e përbëjnë agjencitë e udhëtimit.

**Shoqëri ajrore**

**Informacion, marketing**

**dhe shërbimi i guidimit**

**PRODUKTI**

**TURISTIK**

**KONSUMATORI**

**TURISTIK**

**Agjencia**

**turistike**

**Operatori**

**turistik**

 **Furnizuesit**

 **Shitësit**

**Linja detare**

**Autobuza Hekurudha**

**Hotele**

**Restorante**

**Atraksione**

***Operatorët turistikë*** janë ndërmarrje të mëdha turistike, që në rrjetin e shitjes së produktit konsiderohen si shitës me shumicë, pasi ata blejnë nga furnizuesi produktin turistik dhe e shesin tek konsumatorët, por kryesisht ju shesin agjencive turistike.

Në aspektin e marketingut, operatorët turistikë organizojnë turet ose udhëtimet me të gjithë komponentët përbërës dhe e shesin turin ose direkt nëpërmjet kompanisë së tyre ose tek agjencitë turistike. Pra ata blejnë elementë të udhëtimit (transportin, akomodimin, vizitat dhe argëtimet, etj) në sasi të mëdha me çmime më të ulëta duke formuar paketa turistike, për ti shitur. Shitja e paketave turistike nga operatori turistik direkt tek konsumatori sjell blerjen me çmime të ulëta, por në çdo rast agjencitë hyjnë në lojë, pasi operatorët nuk mund të mbulojnë vetë të gjithë tregun.

Një operator turistik grupon së bashku në një paketë shërbimesh, sa më poshtë:

* Udhëtimin (rugor, hekurudhor, detar, ajror)
* Akomodimin (hotel, shtëpi, villa me vetë-shërbim ose apartamente)
* Shërbime udhëtimi (transferta për dhe nga destinacioni aeroport, makina me qera, ekskursione).

Paketat e pushimeve të ofruara mund të mbulojnë një gamë të gjërë destinacionesh, kombëtare, ndërkombëtare, si dhe mund të mbulojnë varietete të ndryshme pushimesh si anije turistike, turizëm aventure, shëtitje, destinacione verore e dimërore. Operatori turistik vepron si “shitës me shumicë” në industrinë turistike, pasi ata prodhojnë një paketë pushimesh dhe pastaj negociojnë me agjencitë e udhëtimeve për përqindjen e komisionit, që ata do të marrin pasi t’i shesin tek konsumatori.

Ka disa tipe operatorësh turistike të specializuar sipas tipit të produktit :

* Operatorë, që ofrojnë pushime vetëm brenda vendit
* Operatorë, që veprojnë vetëm në një fushë të veçantë, të tilla si anijet turistike (kruizet)
* Operatorë, që mbulojnë një gamë të gjërë të mundësive për pushim.

Operatorët turistikë të specializuar për ture të turistëve të huaj në vendin e tyre, sjellin valutë për ekonominë kombëtare. Shembuj të operatorëve turistikë ndërkombëtarë janë: American Express dhe Thomas Cook, por ka edhe të tjerë si Kuoni dhe Preussag.

*Aftësitë që duhet të ketë një operator turistik:*

* Duhet të llogaritin kostot e paketave, ku përshihet udhëtimi e akomodimi.
* Duhet të prodhojnë broshura,
* Operartorët turistikë duhet të rekrutojnë dhe trajnojnë stafin.
* Të kryejnë studime tregu si për kërkesën e konsumatorëve por edhe cilët furnizues të përdorë
* Duhet të mirëmbajnë sistemin e tyre të rezervimit qëndror dhe mbështetjen për konsumatorët.

***Agjenci udhëtimi*** janë ato ndërmarrje që ushtrojnë aktivitete të tilla si prodhimi, organizimi i udhëtimeve, ndërmjetësime në shërbime, si dhe të gjitha veprimtaritë ku përfshihet asistenca e pritja e turistëve.

Agjencitë e udhëtimit mund të kryejnë funksione të ndryshme:

# Të shesin direkt produktet tek konsumatori si individ apo grup.

# Të specializuara në sigurimin e udhëtimit për konsumatorët e biznesit ose promovimin e

 konferencave ndërkombëtare.

# Si operatorë turistikë, që sigurojnë një paketë për individët apo agjencitë.

***Agjenci turistike dhe të udhëtimit*** janë ndërmarrje, që shërbejnë si shitës me pakicë, pra shesin produktin tek konsumatori, nëpërmjet *agjentëve turistikë dhe* i ofrojnë konsumatorit udhëzime profesionale.

Qëllimet kryesore të një agjenti turistik:

# Të shesë pushimet e produktet shoqëruese (siguracionet, makina me qera, shkëmbim valutor)

# Të sigurjonë informacion

# Të këshillojnë klientët

Agjenti turistik , i punësuar në agjenci komunikon me klientin duke realizuar disa funksione:

* kryen detyrën e një nëpunësi për të kryer rezervimet, faturat, itineraret, etj
* është përfaqësues shitjeje & përpiqet ta bëjë produktin sa më tërheqës për klientin.
* orienton klientin në zgjedhjen e tij.

**Agjentët turistikë duhet të kenë *aftësi e* njohuri për:**

* përgatitje programesh, itineraresh
* të gjetur rrugë e mënyra transporti, akomodimi
* të menxhuar monedhat e kurset e këmbimit, çmimet
* të dalluar rregulla, destinacione, si dhe informacione të tjera mbi procedurat e vizave,
* sigurimin e shëndetit, etj.

*Gjatë kryerjes së funksionit të tyre agjencitë turistike vendosin lidhje me të tretët, që mund të jenë agjenci turistike të tjera, klientë apo të ashtuquajturit furnizuesit e shërbimeve, ku përfshihen guidat turistike, përkthyesit, apo menaxherët e tureve, etj*.

**Tema 5: Marrëdhënia turizëm – mjedis**

Nevoja për të ruajtur pasuritë e natyrshme të botës për gjeneratën e ardhshme po bëhet një objektiv thelbësor jo vetëm për udhëtimin dhe turizmin, por edhe për të gjitha industritë e tjera që përdorin burimet natyrore të tokës.

Mgjth, turizmi, si një nga industritë me rritjen më të shpejtë në botë, ka një mori ndikimesh, pozitive dhe negative, në mjedis.

* Ndikimet negative lindin kur niveli i përdorimit të vizitorëve është më i lartë se aftësia e mjedisit për të përballuar këtë përdorim.
* Ndikimi pozitiv shfaqet kur çdo turist e kupton konceptin real të mjedisit dhe turizmit të qëndrueshëm nga zemra, jo vetëm me fjalë.

Ka rёndёsi, pёr personelin e punёsuar nё sektorin e turizmit, rritja e njohurive rreth disa koncepteve rreth mjedisit dhe turizmit, zhvillimit të qëndrueshëm dhe turizmit, ekoturizmit & marrëdhënieve të tyre;

Turizmi është aktivitet i varur nga mjedisi. Pra mund tё themi se mjediset natyrore dhe trashëgimia i përkasin njerëzve të çdo vendi dhe disa prej tyre i përkasin të gjithë njerëzve të botës. Kështu që ata kanë të drejtë të kuptojnë, vlerësojnë e ruajnë vlerat kombëtare dhe ndërkombëtare.

Në kohën e globalizimit, mbrojtja, ruajtja, interpretimi e prezantimi i mjediseve të ndryshme natyrore & kulturore të çdo rajoni apo vendi të caktuar është një sfidë e rëndësishme për njerëzit në të gjitha pjesët e botës.

Kur mendojmë për turizmin, mendojmë kryesisht për njerëzit që janë duke vizituar një vend të caktuar, duke vizituar miqtë e të afërmit, duke pushuar e argёtuar. Ata mund të kalojnë kohën e lirë duke u angazhuar në sporte të ndryshme, duke bërë sunbathing, duke folur, kënduar, duke marrë rides, turne, duke lexuar apo duke shijuar mjedisin.

Sipas **nenit 5 tё ligjit shqiptar tё turizmit:**

Turizmi dhe veprimtaritë e tjera të lidhura me të mbështeten në parimet e zhvillimit të qëndrueshëm. Këto parime kanë të bëjnë me aspektet ekonomike, mjedisore e social-kulturore dhe kërkojnë vendosjen e një ekuilibri të drejtë ndërmjet këtyre tri dimensioneve, për të siguruar qëndrueshmërinë e zhvillimit afatgjatë.

**5.1 Ndikimet negative të turizmit në mjedis**

Ndikimet negative negative mjedisore, që rezultojnë nga zhvillimi i turizmit, ndodhin kur niveli i përdorimit të vizitorëve është më i madh se aftësia e mjedisit për të përballuar këtë përdorim.

Kёshtu mund tё pёrmendim:

- Përdorimin i burimeve dhe ndotja

Është e qartë se zhvillimi i turizmit ka nevojë për burime natyrore, prandaj, uji dhe toka janë dy burime kryesore natyrore që mund të kërcënohen nga turizmi.

Turizmi konvencional i pakontrolluar paraqet kërcënime të mundshme për shumë zona natyrore në të gjithë botën.

* Kjo mund të çojë në ndikime të tilla si erozioni i tokës, rritja e ndotjes, shkarkimet në det, humbja e habitatit natyror, rritja e presionit të llojeve të rrezikuara dhe ndjeshmëria e shtuar ndaj zjarreve në pyje.

Ndotja, është një nga ndikimet negative të turizmit në mjedis:

* turizmi është një faktor kontribues për ndotjen lokale dhe globale, së bashku me industritë e tjera.

Nё pёrgjithёsi ndotja mund të klasifikohet:

* në ndotje të ujit, ku burimet kryesore të ndotjes së ujit vijnë:
	1. nga derdhjet e naftës,
	2. mbetjet industriale të hedhura në det
	3. nga kimikatet e përdorura në bujqësi.
* ndotje tё ajrit, ku burimet e ndjeshme të ndotjes në lidhje me turizmin vijnё nga transporti.
* ndotje estetike, qё është e përhapur në zonat bregdetare dhe malore; pasi zhvillimi i turizmit bazohet shpesh në rritjen e fitimeve duke injoruar shqetësimet estetike.

Në të gjitha situatat e mësipërme, turizmi mund tё konsiderohet armiku i mjedisit. Por, kjo mund tё shmanget nëse investimet planifikohen nё bashkëpunim me të gjitha organizatat ose industritё të tjera që lidhen drejtpërdrejt dhe tërthorazi me turizmin.

**5.2 Ndikimet pozitive të Turizmit në Mjedis**

Turizmi është një nga industritë më të mëdha në botë, me një rritje të dukshme gjatë 3 dekadave të fundit, duke u kthyer në një fenomen kompleks, me përmasa ekonomike, sociale, kulturore, natyrore ose mjedisore. Dimensioni mjedisor përmban tërheqjet kryesore midis turistëve të ndryshëm në vitet e fundit.

Industria e turizmit mund të ndihmojë mjedisin përmes disa mënyrave:

* Mund të kontribuojë shumë në mbrojtjen e mjedisit, ruajtjen & restaurimin e diversitetit biologjik si dhe përdorimin e qëndrueshëm të burimeve natyrore. Për shkak të atraksioneve të tyre, vendet e pacenuara dhe zonat natyrore janë identifikuar si të vlefshme dhe nevoja për të mbajtur tërheqjen e gjallë mund të çojë në krijimin e jetës së egër ose parqeve kombëtare.
* Ka potencial për të rritur vlerësimin publik të mjedisit dhe për të përhapur vetëdijen për problemet mjedisore kur sjell njerëzit në kontakt më të afërt me natyrën dhe mjedisin. Mund të rrisë ndërgjegjësimin për vlerën e natyrës dhe për të ruajtur mjedisin.
* Kontributi i drejtpërdrejtë financiar, mund të jetë si një mënyrë e turizmit për të ndihmuar në ruajtjen e zonave dhe habitatit të ndjeshëm (të ardhurat nga tarifat e hyrjes në park, në qendra arkeologjike, muze,etj).
* Masat rregulluese mund të jenë të dobishme për kompensimin e ndikimeve negative të turizmit në mjedis. Psh kontrolli i numrit të aktiviteteve turistike dhe lëvizjet e vizitorëve brenda zonave të mbrojtura mund të kufizojë ndikimet e dëmshme në ekosistemet dhe të ndihmojë në ruajtjen e integritetit e vitalitetit natyror

Për të gjitha vendimet praktike në turizëm, mjedisi nënkupton:

* cilësinë e burimeve natyrore (peisazhi, ajri, uji i detit, uji i freskët, bimët, jeta e kafshëve, njeriu)
* cilësinё e burimeve të ndërtuara e kulturore që gjykohet të kenë vlerë të brendshme dhe të denjë për ruajtje.

Në shfrytёzimin e burimeve natyrore, fitimi financiar është i konsiderueshëm, por nuk zgjat përgjithmonë dhe gjithashtu burimet natyrore mund të dëmtohen në një mënyrë që nuk mund të kompensohet dhe riparohen.

**5.3 Ekoturizmi**

Mgjse, është shkruar shumë për ekoturizmin, ka pak konsensus për kuptimin e saj, për shkak të shumë formave në të cilat aktivitetet e ekoturizmit ofrohen nga një shumëllojshmëri operatorësh dhe praktikuar nga një grup edhe më i madh turistësh.

Pёr tё qartёsuar kёtё duhet të bëhet një dallim i qartë midis koncepteve të ekoturizmit dhe turizmit të qëndrueshëm.

*Termi ekoturizmi në vetvete i referohet një segmenti brenda sektorit të turizmit,* ndërsa parimet e qëndrueshmërisë duhet të zbatohen për të gjitha llojet e aktiviteteve turistike, operacioneve, objekteve dhe projekteve, duke përfshirë format konvencionale dhe alternative.

Në terren, ekoturizmi i mirë-planifikuar dhe menaxhuar është provuar të jetë një nga mjetet më efektive për ruajtjen afatgjatë të biodiversitetit. Megjithatë, qё aktivitetet e ekoturizmit të jenë të qëndrueshme, ato duhet të menaxhohen siç duhet dhe me kujdes të veçantë. Nëse nuk menaxhohet siç duhet, ndikimet e ekoturizmit (për shembull, në zonat e largëta të pastra) mund të jenë më të këqija se ato të turizmit në vendpushimet e përcaktuara qartë dhe të kufizuara

**Karakteristikat e Përgjithshme të Ekoturizmit**

* Përmban të gjitha format natyrore të turizmit në të cilat motivimi kryesor i turistëve është vëzhgimi dhe vlerësimi i natyrës si dhe kulturat tradicionale që mbizotërojnë në zonat natyrore.
* Ekoturizmi ka karakteristika njohёse duke synuar nё rritjen e njohurive dhe tё kuptuari e sistemeve natyrore dhe kulturore nё një zonё dhe përfshirjen e vizitorëve në çështje që ndikojnë në ato sisteme.
* Është në përgjithësi i organizuar për grupe të vogla të specializuara. Operatorët e huaj gjithashtu organizojnë, operojnë dhe /ose tregtojnë turne ekoturizmi, në përgjithësi për grupe të vogla.
* Minimizon ndikimet negative në mjedisin natyror e socio-kulturor.
* Mbështet mbrojtjen e zonave natyrore e kontribuon në ruajtjen dhe menaxhimin e zonave të mbrojtura ligjërisht dhe në zona të tjera natyrore.
* Ofron mundësi të veçanta për njerëzit lokalë e punonjësit e turizmit të natyrës për të shfrytëzuar dhe vizituar zonat natyrore dhe për të maksimizuar pjesëmarrjen e hershme dhe afatgjatë të njerëzve lokalë në procesin e vendimmarrjes për turizmin.
* Ekoturizmi mund të ndikojё pёr tre qëllimet themelore të Konventës për Diversitetin Biologjik:
	1. Të mbajë diversitetin biologjik (dhe kulturor) duke forcuar sistemet e menaxhimit të zonave të mbrojtura (publike ose private) dhe duke rritur vlerën e ekosisteme të shëndosha.
	2. Tё promovojё përdorimin e qëndrueshëm të biodiversitetit, duke gjeneruar të ardhura, vende pune dhe mundësi biznesi në ekoturizmin dhe në rrjetet e biznesit.
	3. Tё shpërndajё përfitimet e zhvillimeve të ekoturizmit në mënyrë të barabartë me komunitetet lokale dhe njerëzit indigjenë, duke marrë pëlqimin e tyre dhe pjesëmarrjen në planifikimin dhe menaxhimin e bizneseve të ekoturizmit

**5.4 Zhvillimet e Turizmit të Qëndrueshëm**

Zhvillimi i qëndrueshëm u përdor si një mjet për të bashkuar konceptet në dukje të kundërta të zhvillimit ekonomik dhe ruajtjen e mjedisit. Në fakt, ajo përmbledh një mënyrë të të menduarit rreth zhvillimit ekonomik që është gjithëpërfshirës me mjedisin.

* Pra, zhvillimi ekonomik nuk mund të ndodhë mbi bazën e dobësimit të resurseve mjedisore,
* por, as mjedisi nuk mund të mbrohet kur zhvillimi përjashton koston e shkatërrimit të tij

Turizmi i qëndrueshëm nënkupton arritjen e një kombinimi mes numrit, llojit të vizitorëve, aktiviteteve qё zhvillohen në një destinacion të caktuar, me veprimet pёr mirёmbajtjen e kёtyre destinacioneve duke siguruar qё kjo veprimtari të vazhdojnë në të ardhmen e afërt pa dëmtuar cilësinë e mjedisit bazohen kёto aktivitete.

Prandaj, qëndrueshmëria për turizmin kërkon që vëllimi kumulativ i përdorimit nga vizitorët të destinacionit dhe impakteve shoqëruese të shërbimeve, të menaxhohen nën nivelin e pragut në të cilin burimet rigjeneruese në dispozicion në nivel lokal bëhen të paaftë për ruajtjen e mjedisit.

Për të menaxhuar në mënyrën më të mirë turizmin e qëndrueshëm, elementi i rëndësishëm është të shqyrtohen tiparet e rajonit, si moti dhe klimatologjia, gjeomorfologjia, historia e antropologjisë, kultura dhe çdo faktor tjetër që e bëjnë një vend të ndryshëm nga tjetri një.

**Parime të përgjithshme udhëzuese**

* Mjedisi ka një vlerë të brendshme, e cila tejkalon vlerën e saj si një aktiv turistik. Trashёgimi i kёtyre vlerave nga gjeneratat e ardhshme dhe mbijetesa e tij afatgjatë nuk duhet të paragjykohen nga konsiderata afatshkurtra.
* Turizmi duhet të njihet si një faktor pozitiv me potencial, nga i cili përfiton komuniteti dhe vendin, si dhe vizitorët.
* Marrëdhëniet ndërmjet turizmit dhe mjedisit duhet të menaxhohen në mënyrë që mjedisi të jetë i qëndrueshëm në afat të gjatë. Turizmi nuk duhet të lejohet të dëmtojë burimet, të dëmtojë trashёgimin e tij të ardhshëm ose të sjellë impakt të papranueshëm.

Aktivitetet dhe zhvillimi i turizmit duhet të respektojnë shkallën, natyrën dhe karakterin e vendit ku ata janë të vendosur.

* Pёr ҫdo vend ku zhvillohet veprimtari turistike duhet të kërkohet harmonizim midis nevojave të vizitorit, vendit dhe komunitetit pritës.
* Industria e turizmit, autoritetet lokale dhe agjencitë mjedisore kanë të gjitha detyrimet për të respektuar parimet e mësipërme dhe për të punuar së bashku për të arritur lidhjen e tyre praktike.
* Zhvillimi i turizmit ka pasoja të pashmangshme dhe në shumë raste, pasoja të pashmangshme mjedisore. Nëse ato nuk menaxhohen siç duhet, ato mund të shkatërrojnë mjedisin fizik dhe atraksionet natyrore.

Menaxhimi i turizmit dhe mjedisit është pothuajse një fenomen i ri, si vetë turizmi apo edhe më i ri se turizmi, veçanërisht në mënyrë të qëndrueshme. Prandaj, nevojiten më shumë studime për përmasat e saj të ndryshme për të hetuar dëmet e saj të ndryshme së bashku me përparësitë e saj në mënyrë gjithëpërfshirëse dhe për të parë në vendet

**5.5 Sfidat mjedisore të turizmit**

Ka shumë sfida mjedisore në lidhje me turizmin. Këtu i referohemi disa prej tyre që mund të studiohen më shumë në të ardhmen. Si më poshtë:

* Nevoja për të zbatuar hapa praktikë për të arritur një baraspeshë praktike midis turizmit dhe mjedisit.
* Nevoja për rritje të qëndrueshme në lloje të ndryshme të turizmit si ekoturizmi, aventura, dhe turizmi kulturor përmes respektimit të standardeve ndërkombëtare.
* Nevoja për të bërë bashkëpunim më të afërt ndërmjet aktorëve të përfshirë në turizëm dhe mjedis dhe interesit tё tyre të përbashkët duke inkurajuar turizmin natyror e kulturor. Këto palë të interesuara përfshijnë qeverinë kombëtare, rajonale dhe lokale, si dhe organizatat e turizmit dhe mjedisit, duke përfshirë edhe pronarët e tokave.
* Nevoja për të edukuar turistët dhe banorёt dhe pushtetin lokal me vlerën e burimeve natyrore dhe trashëgimisë kulturore thellësisht.
* Nevoja për të kontrolluar ndikimet e transportit dhe rritjes së turizmit natyror e kulturor në mjedisin fizik dhe historik si dhe ndikimemet nga udhëtimi ajror, mbingarkesa e qytetit dhe ndotja e lidhur edhe me efektet ndryshimeve klimaterike.
* Nevoja për të integruar jo vetëm turizmin dhe mjedisin në rrjete apo grupim gjeografik, por dhe për të krijuar standarde ose sisteme cilësore të praktikës së mirë për të rritur efektivitetin dhe efikasitetin e tyre, si dhe për të mbrojtur mjedisin dhe trashëgiminë natyrore dhe njerëzore. –
* Nevoja për të gjetur një ekuilibër të duhur midis inkurajimit të zgjerimit të turizmit dhe ruajtjes së mjedisit.

**Zgjidhjet kryesore për problemet e mjedisit-turizmit**

Ka disa zgjidhje praktike si më poshtë:

* Përdorimi i qëndrueshëm i burimeve natyrore, shoqërore dhe kulturore është vendimtar. Prandaj, turizmi duhet të planifikohet dhe menaxhohet brenda kufijve mjedisorë dhe duke marrë parasysh përdorimin afatgjatë të burimeve natyrore dhe njerëzore.
* Planifikimi, zhvillimi dhe operimi i turizmit duhet të integrohet në strategjitë kombëtare dhe lokale të zhvillimit të qëndrueshëm. Në veçanti, duhet t'i kushtohet vëmendje llojeve të ndryshme të zhvillimit të turizmit dhe mënyrat në të cilat ato lidhen me përdorimin ekzistues të tokës dhe burimeve dhe faktorëve socio-kulturorë.
* Turizmi duhet të mbështesë një gamë të gjerë aktivitetesh ekonomike vendore, duke marrë parasysh kostot dhe përfitimet mjedisore, por nuk duhet lejuar të bëhet një aktivitet që dominon bazën ekonomike të një zone.
* Komunitetet lokale duhet të inkurajohen dhe pritet të marrin pjesë në planifikimin, zhvillimin dhe kontrollin e turizmit me mbështetjen e qeverisë dhe të industrisë. Vëmendje e veçantë duhet t'i kushtohet përfshirjes së njerëzve indigjenë, grave dhe grupeve minoritare për të siguruar shpërndarjen e barabartë të përfitimeve të turizmit.
* Të gjitha organizatat dhe individët duhet të respektojnë mjedisin, kulturën, ekonominë, mënyrën e jetesës dhe strukturat politike të zonës së destinacionit.
* Të gjithë aktorët e përfshirë në turizëm duhet të arsimohen për nevojën e zhvillimit të formave më të qëndrueshme të turizmit. Kjo përfshin rritjen e ndërgjegjësimit, përmes edukimit dhe marketingut të përgjegjësisë turistike, të çështjeve të qëndrueshmërisë midis komuniteteve pritëse dhe vetë turistëve.
* Në të gjitha fazat e zhvillimit dhe funksionimit të turizmit duhet të monitorohen ndikimet, për të zgjidhur problemet dhe për të lejuar njerëzit lokalë dhe të tjerët të reagojnë ndaj ndryshimeve dhe të përfitojnë nga mundësitë.
* Të gjitha agjencitë, organizatat, bizneset dhe individët duhet të bashkëpunojnë për të shmangur konfliktet e mundshme dhe për të optimizuar përfitimet për të gjithë të përfshirët në zhvillimin dhe menaxhimin e turizmit.

Si përfundim duke qenё se vetë turizmi është bërë një fenomen kompleks, me përmasa politike, ekonomike, sociale, kulturore, arsimore, bio-fizike, ekologjike e estetike, edhe mjediset natyrore, trashëgimia kulturore e diversitetet e tyre janë atraksione të mëdha turistike. Arritja e korrelacionit të duhur dhe të dëshirueshëm midis turizmit e mjedisit ose ndërmjet pritjeve e aspiratave potencialisht konfliktuale të vizitorëve e të komunitetit lokal ose lokal, krijojnë shumë sfida e mundësi.

**Tema 6. Destinacionet turistike dhe ndikimi në mjedis**

**6.1 Ndikimi i destinacioneve turistike nё burimet e ujit**

Zhvillimi i turizmit mund të ushtrojë presion mbi burimet natyrore kur rrit konsumin në zona ku burimet tashmë janë të pakta.

Uji, sidomos ai i freskët, është një nga burimet më kritike natyrore.

Industria e turizmit në përgjithësi i tejkalon burimet ujore për hotele, pishina, fusha golfi dhe përdorimin personal të ujit nga turistët.

Kjo mund të çojё në mungesa të ujit e në degradimin e furnizimit me ujë, si dhe në gjenerimin e një vëllimi më të madh të ujërave të ndotura.

* Në Mesdhe, çështja e mungesës së ujit është një shqetësim i veçantë. Për shkak të klimës së nxehtë e tendencës së turistëve për të konsumuar më shumë ujë gjatë pushimeve, sasia e përdorur mund të shkojë deri në 440 litra në ditë. Kjo është pothuajse dyfishi i asaj që përdorin banorët e një qyteti mesatar spanjoll.
* Mirëmbajtja e fushave të golfit mund të zbrazë burimet e ujit të freskët. Në vitet e fundit turizmi i golfit është rritur në popullaritet dhe si pasojё dhe numri i fushave të golfit. Ato kërkojnë një sasi të madhe të ujit çdo ditë dhe vendodhja e tyre ёshtё gjithnjë e më shpesh i vendosur në ose pranë zonave të mbrojtura.

Një mjedis mesatar i golfit në një vend tropikal si Tajlanda ka nevojë për 1500 kg plehra kimike, pesticide dhe herbicide në vit dhe përdor aq shumë ujë sa 60,000 fshatarë rurale.

**6.2 Ndikimi i destinacioneve turistike nё Burimet lokale**

Turizmi mund të krijojë presion të madh në burimet lokale si energjia, ushqimi, materialet e tjera të papërpunuara.

Nxjerrja e transporti më i madh i këtyre burimeve përkeqëson ndikimet fizike të lidhura me shfrytëzimin e tyre. Për shkak të karakterit sezonal të industrisë, shumë destinacione kanë dhjetë herë më shumë banorë në sezonin e lartë se në sezonin e ulët.

Një kërkesë e lartë vendoset mbi këto burime për të përmbushur pritjet e mëdha që turistët shpesh kanë (ngrohje e duhur, ujë të nxehtë etj).

**6.3 Ndikimi i destinacioneve turistike nё burimet e tokës**

Burimet e tokёs përfshijnë mineralet, lëndët djegëse fosile, toka pjellore, pyjet, ligatinat e kafshët e egra.

Rritja e ndërtimit të objekteve turistike e rekreative ka rritur presionin mbi këto burime e mbi peizazhe skenike. Ndikimi i drejtpërdrejtë në burimet natyrore, të rinovueshme dhe jo të rinovueshme, në ofrimin e objekteve turistike mund të shkaktohet nga përdorimi i tokës për akomodimin, ofrimin e infrastrukturës, si dhe përdorimi i materialeve ndërtimore.

Pyjet shpesh vuajnë ndikime negative të turizmit, si psh shpyllëzimi i shkaktuar nga grumbullimi i drurit për lëndë djegëse. P.sh. një turist trekking në Nepal mund të përdorë 4-5kg dru në ditë. kjo bёn qё zona tё ndjejё efektet e shpyllëzimit.

**6.4 Ndikimi i destinacioneve turistike nё NDOTJE**

Turizmi mund të shkaktojë të njëjtat forma të ndotjes si çdo industri tjetër: shkarkimet e ajrit, zhurmat, mbeturinat e ngurta e shkarkimet, shkarkimet e ujërave të zeza, naftës e kimikateve, madje dhe ndotjen arkitekturore/vizuale.

**Ndotja e ajrit dhe zhurma**

Transporti në rrugë, në hekurudhë po rritet vazhdimisht,ka edhe rritje tё transportit ajror. Një studim vlerësoi se një fluturim i vetëm kthimi transatlantik lëshon pothuajse gjysmën e emetimeve të CO² të prodhuara nga të gjitha burimet e tjera (ndriçimi, ngrohja, përdorimi i makinës etj.) të konsumuar nga një person mesatar në vit.

Emetimet e transportit & emetimet nga prodhimi e përdorimi i energjisë janë të lidhura me shiun e acidit, ngrohjen globale e fotokimike.

Ndotja e ajrit nga transporti turistik ndikon në nivel global, veçanërisht nga emetimet e dioksidit të karbonit (CO2) që lidhen me përdorimin e energjisë së transportit.

Disa nga këto ndikime janë mjaft specifike për aktivitetet turistike. Psh, në vendet shumë të nxehta apo të ftohta, autobusët e turit shpesh lënë motorët e tyre ndezur për orë të tëra ndërsa turistët shkojnë për një ekskursion sepse duan të kthehen në një autobus me ajër të kondicionuar të qetë.

Ndotja nga zhurma e aeroplanëve, makinat, autobusët dhe mjetet rekreative ( motorët e ujit) është një problem gjithnjë në rritje i jetës moderne. Përveç shkaktimit të shqetësimit, stresit, madje dhe humbjes së dëgjimit për njerëzit, shkakton dhe shqetësim për kafshët e egra.

Psh, zhurma e vazhduar mund të shkaktojë që kafshët të ndryshojnë modelet e tyre të aktivitetit natyror.

**6.5 Ndikimi i destinacioneve turistike nё krjimin e mbeturinave tё ngurta dhe shkarkimet**

Në zonat me përqendrime të larta të aktiviteteve turistike e atraksione tërheqëse natyrore, deponimi i mbeturinave është një problem serioz & largimi i papërshtatshëm i tyre mund të jetë një shkatërrues i madh i mjedisit natyror, lumenjve, zonave panoramike e rrugëve.

Psh, anijet turistike në Karaibe prodhojnë më shumë se 70,000 ton mbeturina çdo vit. Sot disa linja lundrimesh po punojnë në mënyrë aktive për të reduktuar ndikimet nga mbeturinat.

* Mbetjet e ngurta, hedhja e mbeturinave mund të degradojnë pamjen fizike të ujit, bregut dhe të shkaktojnë vdekjen e kafshëve detare.
* Në zonat malore, turistët me trekking prodhojnë shumë mbeturina. Ata në ekspeditë lënë pas mbeturinat e tyre. Praktika të tilla e degradojnë mjedisin me të gjitha detritet tipike të botës së zhvilluar, në zona të largëta që kanë pak objekte të grumbullimit ose deponimit të mbeturinave. Disa shtigje në Ande (Peru) dhe në Nepal, të vizituara shpesh nga turistët, kanë mbiquajtur "gjurmët Coca-Cola" dhe "gjurmët e gazeve të tualetit".

**Ujërat e zeza**

Ndërtimi i hoteleve, objekteve të tjera të pushimit shpesh çon në rritjen e ndotjes së ujërave të zeza në dete dhe liqene që rrethojnë atraksionet turistike, duke dëmtuar florën dhe faunën.

Mbeturinat e ujërave të zeza shkaktojnë dëmtime serioze të shkëmbinjve të koraleve, sepse stimulon rritjen e algave, që mbulojnë koralet dhe filtrimin ushqyes, duke penguar aftësinë e tyre për të mbijetuar.

Ndryshimet në kripësi kanë ndikime të gjera në mjediset bregdetare. Kjo ndotje kërcënon shëndetin e njerëzve e të kafshëve.

**Ndotja estetike nga destinacionet turistike**

Shpesh turizmi dështon të integrojë strukturat e tij me karakteristikat natyrore dhe arkitekturën vendase të destinacionit.

Resortet e mëdha me dizajn të ndryshëm nga mjedisi natyror mund të bien ndesh me dizajnin struktural indigjen.

Mungesa e planifikimit të përdorimit të tokës dhe rregulloret e ndërtimit në shumë destinacione ka lehtësuar zhvillimet e ndёrtimeve jo estetike pёrgjatё brigjeve, luginave, rrugëve panoramike. Shtrirja përfshin jo vetëm objektet e turizmit, por dhe infrastrukturën mbështetëse si rrugët, banesat e punonjësve, parkimet, zonat e shërbimit e hedhjes sё mbeturinave.

**6.6 Ndikimet fizike nga destinacionet turistike**

***Ndikimet tipike fizike përfshijnë degradimin e* ekosistemeve të pasura me specie.**

Një ekosistem është një zonë gjeografike që përfshin të gjitha organizmat e gjallë (njerëzit, bimët, kafshët, mikroorganizmat), rrethinat e tyre fizike (toka, uji, ajri) dhe ciklet natyrore që i mbështesin ato.

Ekosistemet më të kërcënuara me degradim janë zona ekologjikisht të brishta (rajonet alpine, pyjet e shiut, ligatinat, mangrovët, shkëmbinjtë e koraleve e shtretërit e barit detar).

Kërcënimet dhe presionet e këtyre ekosistemeve janë shpesh të rënda, pasi vende të tilla janë shumë tërheqëse për turistët e zhvilluesit.

Ndikimet fizike janë shkaktuar jo vetëm nga pastrimi i tokës e ndërtimi pёr qёllime turistike, por nga aktivitetet e vazhdueshme turistike e ndryshimet afatgjata në ekonomitë lokale & ekologjitë.

**Ndikimet kryesore fizike të zhvillimit të turizmit:**

* Aktivitetet e ndërtimit dhe zhvillimi i infrastrukturës

Zhvillimi i objekteve turistike si akomodimi, furnizimi me ujë, restorantet dhe objektet rekreative mund të përfshijnë pёrdorimin e rërës dhe ndikon nё erozionin e plazhit, të dunave, tokës.

Ndërtimi i rrugëve e aeroporteve mund të çojë në degradimin e tokës dhe humbjen e habitateve të kafshëve të egra dhe përkeqësimin e peizazhit.

* Shpyllëzimi e përdorimi i intensifikuar ose i paqëndrueshëm i tokës

Ndërtimi i vendpushimeve të skive kërkon pastrimin e tokës pyjore. Ligatinat bregdetare shpesh drenazhohen e mbushen për shkak të mungesës së vendeve më të përshtatshme për ndërtimin e objekteve turistike e infrastrukturës. Këto aktivitete mund të shkaktojnë shqetësime të mëdha dhe erozion të ekosistemit vendor, si dhe shkatërrimin në afat të gjatë.

* Zhvillimi i marinave nё breg të detit mund të shkaktojë ndryshime në rrymat dhe brigjet.

Nxjerrja e materialeve të ndërtimit si rëra, prek shkëmbinjtë koralorë, mangrovët dhe pyjet e brendshme dhe çon në erozion e shkatërrim të habitateve.

Në Filipine e Maldive, dinamizimi e nxjerrja e koraleve për materialet e ndërtimit turistik ka dëmtuar shkëmbinjtë e brishtë të koraleve e varfëron peshkatarët që mbështesin njerëzit lokalë që tërheqin turistët.

**Tema 7: Bashkëveprimi transport - turizëm**

Përpjekjet e para për të përcaktuar turizmin, si dukuri ekonomike e sociale, fillojnё nё gjysmёn e shekullit të 19-të, ndërkohë, aktivitetet e lidhura me turizmin u zhvilluan shumë ngadalë.

Nё vitet 1960 turizmi u kthye në një "fenomen specifik për botën moderne" duke u shndёrruar nё "industrinё" e parë botërore si rrjedhojё e krijimit tё aktiviteteve tё shumta & tё vendeve të punës.

Meqë industria e turizmit pёrbёhet nga:

* Sektori i strehimit (hotele, motele, shtëpi pritjeje, ferma, kroçera, vila, kështjella, kampe, prona me kohë, banesa sekondare)
* Sektori i ushqimit [restorante (klasike, tradicionale, fast-food), bare, kafene]
* Sektori i transportit [sektori komercial (linjat ajrore, anije, hekurudha, trajnerët) & sektori jo-komercial (makina private, aeroplanë,jahte)]
* Sektori i udhëtimeve (agjencitë e udhëtimit, operatorët turistikë)
* Sektori argëtues (bixhozi, klube,disko, parqe tematike)
* Sektori i informacionit (rrjeti i informacionit turistik)
* Shërbime të tjera, lehtësira, shërbime infrastrukturore.

ajo, ka një përmbajtje komplekse, përfshirё jo vetëm burimet që synojnë sigurimin e qarkullimit turistik, por dhe sektorët ekonomikë që konkurojnë drejtpërsëdrejti për të plotësuar nevojat e kërkesat turistike.

**7.1 Ndikimi i Transportit në Turizëm e Mjedis**

Transporti është thelbësor për industrinë e turizmit dhe për jetën e përditshme të popullsisë. Ai:

* përfaqëson manifestimin e parë të konsumit turistik
* është i vetmi komponent i industrisë së turizmit pa tё cilin turistët nuk mund të realizojnё veprimtari turistike.
* siguron udhëtimin midis shtëpisë dhe destinacionit turistik.

Shërbimet e transportit në industrinë e turizmit, përveç operacioneve të përgjithshme, synojnë krijimin e kushteve e lehtësirave që lidhen me organizimin e transportit të turistëve dhe bagazheve të tyre, si dhe një sërë aktivitetesh që synojnë të lehtësojnë arritjen e destinacioneve tё tjera, për strehim, ngrënie e kohë të lirë.

Ndërkohë, transporti ka rritur ndjeshëm fuqinë për të arritur destinacione të izoluara.

Nga statitsikat vihet re qё pёr shkak tё turizmit, transporti ajror e rrugor pёr qёllime turistike ёshtё rritur mbi 40%,, ndёrkohё qё transporti hekurudhor dhe ujor është më i ulët.

**Efektet kryesore në mjedis tё mjeteve të ndryshme të transportit të përdorura në turizëm.**

*Ndikimi i transportit hekurudhor në turizëm në mjedis*

Në fund të shek të 20-të dhe në fillim të shek 21, transporti hekurudhor i udhëtarëve ra në kërkesë për shkak të konkurrencës sё formave të tjera të transportit. Për më tepër, mungesa e standardizimit ndërmjet shteteve e bën të pamundur një lidhje të drejtpërdrejtë midis tyre, për të mos përmendur kufizimet në zhvillimin e rrjetit për shkak të çmimit të lartë për mirëmbajtjen e tyre, joefikasiteti në disa linja, nevoja për subvencione, veçanërisht ato qeveritare.

Pavarësisht nga gjithë këto, në disa zona të planetit, rrjeti hekurudhor po modernizohet, kёshtu, që nga viti 1965, Japonia ka prezantuar trena me shpejtësi të lartë në qytetet e mëdha - shinkasen, trenat me efekt tokësor – maglev.

Edhe Evropa ka pothuajse 200 qytete të lidhura nga EuroCity, TGV, Intercity , hekurudhor, Eurotunnel – 1994.

*Ndikimi i transportit rrugor në turizëm në mjedis*

Industria e turizmit favorizohet nga zhvillimi i transportit rrugor për shkak të mënyrave të ndryshme të transportit: autobusë, trajnerë, maxi taksi dhe sidomos makina.

Makina janë mënyra më e përdorur e transportit dhe vazhdimisht fitojnë popullaritet për arsyet e mëposhtme:

* fleksibilitet më i madh në zgjedhjen e rrugëve të transportit;
* plotёsimi i dëshirës sё turistëve për të njohur më shumë në një kohë më të shkurtër, gjё e cila është thelbësore për komoditetin e udhëtimit e ndonjëherë dhe përsa i përket distancës;
* lejojnë një akses më të madh të pikave të izoluara për ndonjë gjë dhe lehtësi më të madhe në transportin e bagazheve;
* rrit ndjenjën e pavarësisë së turistëve;
* zvogëlon kostot për turist në sfondin e rritjes së shkallës së shfrytëzimit të mënyrës së transportit.

Sa i përket lidhjes midis këtyre mënyrave të transportit dhe mjedisit, është e rëndësishme të përmendim ndikimin e madh dhe të shumëfishtë që ato ushtrojnë: CO, SOx, NOx, plumbi, emetimet HPA, komponimet e tjera të paqëndrueshme, ndotja e zërit dhe tokës, si dhe rreziqet e aksidenteve.

*Ndikimi i transportit të ujit në mjedis*

Turizmi krijon vende tё shumta pune nё transportin e ujit, nëpërmjet anijeve të lundrimit sigurohet jo vetёm transporti por edhe akomodimi. Tërheqja turistike nё kёtё rast është vetë mënyra e transportit pasi përfiton nga shërbimet e përmendura më lart dhe lehtësira të tjera: ushqim, pazar, lojëra sportive, pishina, kёrcim, teatër, filma, dhoma konferencash, biblioteka, duke u bërë kështu një vendpushim i vërtetë lundrues.

Përafërsisht 20 milionë pasagjerë udhёtuan pёrmes anijeve në vitin 2016 në mbarë botën, krahasuar me vetëm 0.5 milion në vitin 1970. Për më tepër, në tregun e turizmit ka një rritje të përdorimit të trageteve, jahteve, motoçikletave, fluturimeve (Britania e Madhe, Alaska ), kajak-kanoe, anije që janë si atraksione turistike apo argëtuese.

Për mjedisin, ndikimi i këtyre mënyrave të transportit lidhet me rreziqet pёr aksidente, menaxhimin e materialeve të përdorura, me mënyrën e transportit dhe pajisjet eko-teknike të anijes ose të zhytjes, oraret në det dhe qё mund të rrezikojnë jetën detare.

Bluewater Network Association pretendon se një udhëtim që zgjat për një javë në një anije të rregullt është përgjegjëse për gjenerimin e 4.5 trilion litra "ujëra gri", 50 ton të matur në metra të mbeturinave, mbi 200.000 ton mbeturina dhe 160000 litra ujë të kontaminuar me naftë . Kudo që marrin (dhe fatkeqësisht shumica e tyre arrijnë në det), ndodhin probleme të ndotjes. Efekti i anijeve të lundrimit në komunitetet e vizituara duket të jetë ambivalente pasi ka pak përfitime të të prekshme për vendasit.

*Ndikimi i transportit ajror në mjedis*

Transporti ajror është një nga mënyrat më të njohura të transportit për shkak të kohës së shkurtёr tё udhëtimit, rehatisё sё lartë, sistemit të rezervimit online;

Megjithëse statistikat botërore tregojnë se është mënyra më e sigurt e transportit, personel të kualifikuar, teknologji aeronautike, ekzistojnë disa disavantazhe duke pasur parasysh rrezikun e perceptuar të aksidenteve, për shkak të akteve të terrorizmit, bileta të shtrenjta, etj.

Për mjedisin, transporti ajror është identifikuar si një nga shkaktarët e ngrohjes globale

Sipas Federatës së Mjedisit të Aviacionit (AEF), fluturimet ndërkombëtare janë rritur me më shumë se 5% në vit (fluturimet me distancë të shkurtër në rajonin e Azisë dhe Paqësorit me 8%, ato evropiane me 5% dhe SHBA me 3%).

***7.2 Kontributi i turizmit dhe transportit të tij në ngrohjen globale***

Ngrohja globale është fenomeni përgjegjës për rritjen e temperaturës mesatare në atmosferë pranë tokës, si dhe në oqeane. Ka filluar tё bёhet shqetёsues pas viteve '60, përpara zhvillimit të madh industrial dhe rritjes së përqendrimit tё efekteve serë që edhe mbahen si përgjegjës për këtë fenomen.

Në vitin 2004, David King, këshilltari kryesor shkencor i qeverisë britanike tё kohës dhe shkencëtar i njohur, nënvizoi se ndryshimi i klimës, si pasojë e ngrohjes globale, ishte problemi më serioz i të gjithë njerëzimit, shumë më serioz se kërcënimet terroriste.

* Para nacionalizmit, diferencave fetare dhe kulturore, identitetit etnik dhe diferencat nё nivelet e mirëqenies në mes të njerëzve, ngrohja globale na kujton më shumë se çdo gjë që tё gjithё kemi njё të përbashkët - Tokёn.

Ndikimi i saj në ekologjinë e planetit, (shiu bie, temperatura dhe modelet e motit, ngrohja globale) ndikon në jetën e secilit prej nesh. Temperatura e Tokës po rritet, sasia dhe shpërndarja e shiut ndryshon, zonat ekologjike migrojnë, detet dhe oqeanet bëhen më të ngrohta, kapelet e akullnajave dhe akullnajat po shkrihen dhe miliona njerëz janë të shqetësuar për të ardhmen.

Rritja e vazhdueshme e udhëtimeve ndërkombëtare që arrijnë në qindra miliona dhe miliarda udhëtime të brendshme në vitet e fundit sipas statistikave në masë të madhe kontribuojnë në rritjen e efekteve serë; në të njëjtën kohë, sektori i turizmit është i prekshëm përballë ndryshimeve klimatike.

Një raport i UNWTO krijon një lidhje midis turizmit dhe ndryshimeve klimatike. Përfundimet kryesore të studimit janë si më poshtë:

* Emetimet e karbonit nga transporti, akomodimi dhe aktivitetet e tjera turistike vlerësohen në 4-6% nga sasia totale e emetimeve të dioksidit të karbonit;

Për shkak të mungesës së masave kundër tyre, emetimet e dioksidit të karbonit nga ky sektor mund të rriten me 150% në 30 vitet e ardhshme;

* Ndikimi i ndryshimeve klimatike në turizëm do të rritet së bashku me efektet serë. Ndryshimi i klimës mund të ndikojë në zonat e rëndësishme turistike në të cilat klima është me rëndësi të madhe, si Evropa Veriore, Mesdheu ose Karaibet;
* Zonat bregdetare, malore dhe rajonet e egra në vendet më pak të zhvilluara dhe ishujt e vegjël do të preken veçanërisht;
* Sektori i turizmit duhet të jetë në gjendje të përballojë ndryshimet kryesisht në zonat e rrezikuara nga zvogëlimi i ndjeshëm i emetimeve nëpërmjet teknologjive të reja dhe mekanizmave financiare.

Si pasojë, industria e turizmit kontribuon në ngrohjen globale sidomos nëpërmjet:

* emetimeve të dioksidit të karbonit të avionëve dhe makinave (që sigurojnë transportin e turistëve dhe të produkteve të nevojshme për të plotësuar nevojat e tyre sapo të mbërrijnë në destinacionin e tyre),
* përdorimit tё energjisё (e cila është vitale për çdo njësi akomodimi ose për atë që ofron ushqim, për proceset teknologjike dhe për përdorim personal të konsumatorëve) dhe karburantit tё nevojshëm për instalime të ndryshme (lëndë djegëse të lëngëta dhe të gazit që përdoren për përgatitjen e ujit të ngrohtë, , avull teknologjik për shërbime profesionale të larjes / pastrimit, etj.).
* Përveç kësaj, urbanizimi i tepruar i disa zonave të interesit turistik ose shpyllëzimi i kryer për ndërtimin e infrastrukturës specifike për zhvillimin e turizmit kontribuojnë në rritjen e vëllimit të efekteve serë.

**Tema 8: Ndotja e mjedisit dhe trajtimi i mbetjeve**

Referuar draft strategjisё sё menaxhimit tё mbetjeve nё Shqipёri, 2018, p**arimi kryesor** për menaxhimin e mbetjeve është **hierarkia e mbetjeve**. Kjo merr parasysh dhe rëndësinë e menaxhimit të mbetjeve sipas parimit të **ekonomisë qarkulluese** për të mundësuar mbrojtjen sa më të plotë të burimeve natyrore dhe rritjen e efiçiencës së përdorimit të produkteve.

Siç përcaktohet dhe në ligjin Nr.10463, datë 22.9.2011 “Për menaxhimin e integruar të mbetjeve”, i ndryshuar, menaxhimi ndjek radhën e mëposhtëme, në zbatim të hierarkisë:

1. Parandalimi (i gjenerimit të mbetjeve)
2. Ripërdorimi
3. Riciklimi
4. Rikuperimi
5. Asgjësimi i mbetjeve

PRODUKTE

MBETJE

*Hierarkia e menaxhimit të mbetjeve sipas Direktivës Kuadër 2008/98 KE[[1]](#footnote-1)*

Parimet të tjera bazë për menaxhimin e mbetjeve përcaktohen në ligjin kuadër për mjedisin (Ligj Nr.10431, datë 9.6.2011 “Për mbrojtjen e mjedisit”, i ndryshuar) dhe në ligjin kuadër për menaxhimin e integruar të mbetjeve (Ligj Nr.10463, datë 22.9.2011 “Për menaxhimin e integruar të mbetjeve”, i ndryshuar). Këto parime janë:

### Parimi i Zhvillimit të Qëndrueshëm

Zhvillimi i qëndrueshëm i menaxhimit të integruar të mbetjve nënkupton se burimet natyrore do të përdoren me eficiencë, duke nxitur zvogëlimin e gjenerimit të mbetjeve, ripërdorimin e materialeve të riciklueshme, përdorimin e burimeve të rinovueshme të energjisë, duke shkaktuar ndikimin më të vogël të mundshëm mbi mjedisin.

### Përdorimi i teknologjisë më të mirë të mundëshme bazuar mbi efektivitetin e kostos dhe pranueshmërinë mjedisore.

Shkarkimet nga objektet e trajtimit të mbetjeve dhe landfill-et, duhet të zvogëlohen maksimalisht dhe në mënyrën me eficiente ne aspektin teknik dhe ekonomik.

### Parimi i përgjegjësisë së zgjeruar të prodhuesit të mbetjeve

Gjeneruesve të mbetjeve iu kërkohet që të mbajnë përgjegjësi për koston e parandalimit, dhe depozitimit, si dhe të gjitha kostot e menaxhimit të mbetjeve të cilat nuk mbulohen nga të ardhurat që mund të krijohen prej riciklimit të mbetjeve. Këta gjenerues janë gjithashtu përgjegjës për zbatimin e masave parandaluese dhe cdëmtuese në lidhje me dëmet që shkaktojnë ose që mund të shkaktojnë në mjedis nga mbetjet që ata gjenerojnë.

### Parimi “Ndotësi paguan”

Ata që ndosin mjedisin, përfshirë dhe ekonomitë familjare, do të jenë përgjegjës për mbulimin e kostove për menaxhimin e mbetjeve, përfshirë edhe pranimin e masave për parandalimin dhe eleminimin e dëmeve që shkaktohen nga mbetjet që ata shkarkojnë në mjedis.

Parime të tjera për menaxhimin e integruar të mbetjeve zbatohen në përputhje me dispozitat e ligjit 10443 për mbrojtjen e mjedisit dhe ligjit 10463 për menaxhimin e integruar të mbetjeve. Përafrimi i *aqcuis* të BE në fushën e mjedisit dhe menaxhimit të mbetjeve

1. Parimi i parandalimit dhe marrja e masave paraprake
2. Parimi i zëvendësimit dhe/ose kompensimit
3. Parimi i qasjes së integruar
4. Parimi i përgjegjësisë së ndërsjelltë dhe bashkëpunimit
5. Parimi i së drejtës për informimin dhe pjesëmarrjen e publikut
6. Parimi i nxitjes së veprimtarive për mbrojtjen e mjedisit

Përvec parimeve bazuar në legjislacionin në fuqi, Strategjia mbështetet edhe në parime praktike, të cilat janë konsoliduar mbi bazën e nevojave dhe përvojave më të mira në vend, të cilat janë renditur si më poshtë:

## Referuar gjithashtu strategjisё, 2018

## Tendencat Evropiane për Menaxhimin e Integruar të Mbetjeve paraqiten si mё poshtё:

Mbetjet, ashtu sic janë të përkufizuara edhe nga Direktiva 2008/98/EC “çdo lëndë apo objekt, të cilin mbajtësi e hedh ose tenton apo i është kërkuar ta hedhë” në mënyrë potenciale paraqesin një humbje të madhe të burimeve në formën e materialeve dhe të energjisë. Për më tepër menaxhimi dhe depozitimi i mbetjeve mund të ketë ndikim serioz në shëndetin e njerëzve dhe mjedisin.

Politika për menaxhimin e mbetjeve në EU synon zvogëlimin e ndikimit të mbetjeve në shëndet dhe mjedis si dhe përmirësimin e eficencës në përdorimin e burimeve. Synimi në termat afatgjatë është të zvogëlohet sasia e mbetjeve të prodhuara dhe kur prodhimi i mbetjeve është i pashmangshëm, ato të trajtohen si burime duke synuar një nivel sa më të lartë riciklimi dhe më pas trajtimit të sigurt.

Kështu Programi i 6të Evropian i Veprimit për Mjedisin përcaktoi shmangien e prodhimit të mbetjeve dhe menaxhimin e tyre, si një nga katër prioritetet kryesore.

Direktiva mbetet e fokusuar në parandalimin e prodhimit të mbetjeve duke vendosur edhe objektiva dhe tregues të synuar, të cilat do të ndihmojnë vendet e BE-së për t’u zhvendosur drejt një “shoqërie ricikluese”, apo ndryshe drejt “ekonomie qarkulluese”. Objektivat e BE synojnë që deri në vitin 2020 vendet anëtare të:

* Treguesi i vendeve të BE për objektivin e riciklimi është 65% e mbetjeve bashkiake deri në 2030;
* Treguesi i vendeve të BE për objektivin e riciklimi është 75% e mbetjeve nga paketimet deri në 2030;
* Tregues i detyrueshëm për zvogëlimin maksimalisht 10% të depozitimit në landfill të mbetjeve bashkiake deri në 2030
* Ndalimi i depozitimit në landfill i mbetjeve të mbledhura në mënyrë të diferencuar;
* Promovimi i instrumentave ekonomikë për të dekurajuar depozitimin e mbetjeve në landfill;
* Thjeshtëzimi dhe përmirësimi i përkufizimeve dhe harmonizimi i metodave të llogaritjeve për normat e riciklimit;
* Masa konkrete për të promovuar ri-përdorimin dhe stimulimin e marrdhënieve ndërmjet industrive (simbioza e industrive), duke kthyer nënproduktet e një industrie në materiale të para për një industri tjetër;
* Stimujt ekonomikë për prodhuesit që fusin produkte të gjelbërta në treg dhe që mbështesin skemat e riciklimit dhe të rikuperimit (psh për paketimet, bateritë, pajisjet elektrike dhe elektronike, automjetet)

Gjithashtu, Direktiva paraqiti për herë të parë hiearkinë e mbetjeve: ku mundësia më e dëshiruar për trajtimin e mbetjeve është shmangia e tyre dhe ajo më e padëshirueshmi është groposja e tyre.

Norma e prodhimit të mbetjeve urbane në vendet e BE-së ndryshon shumë nga njëri shtet në tjetrin. Kështu për vitin 2015 kjo normë shkon nga **789 kg/vit për banor në Danimarkë në 247 kg/vit për banor në Rumani**. Ky variacion reflekton ndryshimet në modelet e konsumit dhe të mirëqënies ekonomike, por në të njëjtën kohë kjo normë ndikohet edhe nga fakti se sa dhe si grumbullohen dhe menaxhohen mbetjet.

Megjithëse në total sasia e mbetjeve të prodhuara në vendet e BE-së ka ardhur duke u shtuar, sasia e mbetjeve urbane që shkojnë në landfill ka ardhur duke u ulur. Kështu, nga 144 milionë ton (mesatarisht 302 kg për banorë në vit) në vitin 1995 sasia e mbetjeve urbane që shkon në landfill është ulur në 61 milionë ton (120 kg për banorë në vit) në vitin 2015. Kjo i korespondon një zbritje prej 4.2% çdo vit. Si rezultat, raporti i mbetjeve urbane që trajtohen në landfill me sasinë e mbetjeve urbane të gjeneruara në vendet e BE-së ra nga 63.8% në 1995 në 25.3% në 2015.

Ky zvogëlim pjesërisht mund t’i atribohet zbatimit të legjislacionit europian për mbetjet, për shembull direktivës për paketimin dhe amballazhimin e mbetjeve (Direktiva 62/1994). Në vitin 2001 vendet anëtare të BE-së duhet të rikuperonin të paktën 50% të të gjitha amballazheve të hedhura në treg. Me rishikimin e mëtejshëm të kësaj direktive, treguesi i ri i synuar për tu arritur u bë 60% e sasisë së paketimeve të hedhura në treg deri në 31 Dhjetor 2008. Kjo gjë coi në rritjen e grumbullimit të diferencuar të mbetjeve të paketimit.

Për më tepër, Direktiva për landfilli-n (Direktiva 31/1999) përcakton që vendet anëtare janë të detyruara të zvogëlojnë sasinë e mbetjeve urbane të biodegradueshme që shkojnë në landfill me 75% deri në 16 Korrik të 2006, me 50% deri në 16 Korrik të 2009 dhe me 35% deri në 16 Korrik të 2016. Zvogëlimi llogaritet mbi bazën e sasisë së mbetjeve të biodegradueshme të prodhuara në 1995. Kjo direktivë i ka drejtuar vendet drejt adoptimit të strategjive të ndryshme (kompostimi, incenerimi dhe para trajtimi siç është edhe trajtimi mekanik – biologjik) për të shmangur dërgimin në landfill të pjesës organike të mbetjeve urbane.

Si rezultat, sasia e mbetjeve të riciklueshme u rrit nga 25,0 milionë ton (52 kg për banor) në 1995 në 69 milionë ton (137 kg për banor) në vitin 2015 me një normë mesatare vjetore prej 5.4%. Raporti i mbetjeve urbane që riciklohen me sasinë e mbetjeve urbane të prodhuara në vendet e BE-se u rrit nga 11% në 29%.

Rikuperimi i mbetjeve organike nga kompostimi është rritur me një normë mesatare vjetore prej 5.4 % përgjatë periudhës 1995 – 2015. Riciklimi dhe kompostimi së bashku llogariten sa 45% e sasisë së mbetjeve të prodhuara në 2015.

Për periudhën e referuar është rritur në mënyrë të qëndrueshme edhe incenerimi i mbetjeve, ndonëse jo aq shumë sa riciklimi dhe kompostimi. Që prej vitit 1995 sasia e mbetjeve që trajtohen në incenerator në vendet e BE-së është rritur nga 32 milionë ton (67 kg për banor) në 64 milionë ton (127 kg për banor) në 2015.

1. Neni 3, Direktiva Kuader 2008/98KE [↑](#footnote-ref-1)