

Programi ii: Industritë kreative, turizmi dhe sektorët e ndërlidhur

Hyrje

Marrëdhënia midis turizmit dhe industrive mbështetëse si dhe marrëdhëniet midis turizmit dhe industrive krijuese është e njohur mirë dhe analizuar gjerësisht në literaturën ekonomike. Ajo çfarë është më pak e studiuar është potenciali i madh i lidhjeve dhe sinergjive midis turizmit, industrive mbështetëse dhe industrive krijuese dhe mënyra sesi do të zhvillohet një qasje kohezive e politikës në mënyrë që të mundësohet integrimi dhe konvergjenca midis këtyre sektorëve.

Një ndër shtyllat e strategjisë në Universitetin Barleti është dhe zhvillimi i turizmit, industrive mbështetëse dhe industritë kreative. Zhvillimi i sukseshem i turizmit është rezultat i një qasje të integruar përgjatë gjithë zinxhirit të vlerës e cila përfshin strategjinë, zhvillimin e produktit dhe ofertës, edukimin dhe trajnimin profesional, bashkëpunimin e të gjithë aktorëve dhe faktorëve të industrive ndërlidhur me të, dhe marketingun.

Rëndësia e programit

Industritë krijuese janë pararendëse dhe mjet i rëndësishëm për rigjallërimin dhe zhvillimin urban dhe rajonal. Turizmi në përgjithësi dhe ai kulturor në vecanti, është një sektor kryesor i industrive krijuese dhe industrive mbështetëse të tij. Ekonomia gjithnjë është e ndikuar nga konsumi dhe "prodhimi" në fushën e kulturës duke e bërë trashëgiminë kulturore - produkte të prekshme dhe të paprekshme dhe krijuese. Kjo shprehje dhe transformimi i ri në industritë krijuese kërkon qasje të reja dhe depërtim të fortë të teknologjive të reja të informacionit dhe komunikimit (faqet e internetit dhe bazat e të dhënave). Këto lloje të reja të ndërmjetësve ndërmjet përdoruesve - turistëve, konsumatorëve të produkteve krijuese dhe atraksioneve turistike, i lidhin ato në një mënyrë të pakrahasueshme. Të gjithë këta përdorues dhe ndërmjetës dhe preferencat e tyre të konsumit të produkteve dhe shërbimeve krijuese duhet të përfaqësojnë tërësisht koherent në mënyrë absolute. Zhvillimi dhe pasurimi i shërbimeve dhe produkteve promovuese duhet të bazohet në teknologjitë e informacionit dhe komunikimit dhe shpërndarjen e tyre. Përdorimi i teknologjive bashkëkohore për të promovuar biznesin dhe shërbimet në fushën e industrive kreative, turizmit dhe industrive mbështetëse është një hap i rëndësishëm dhe mjaft i vlefshëm drejt praktikave më të mira.

Çfarë ofron programi?

Programi ofron një Terminal të integruar shërbimesh, eksperiencash, destinacionesh, biznesesh me qëllimin e ofrimit të zgjidhjeve unike për vizitorët dhe udhëtarit e jo vetëm. Motoja e sipërmarrjes është prezantimi i Vlerave dhe Eksperiencave Lokale duke risjellë Traditat në një formë Kreative dhe Inovatore. Do të synojmë të sjellim një ofertë të integruar në të gjithë Zinxhirin e Vlerës së Turizmit dhe Sektorëve Ndërlidhur me të dhe Industrive Kreative. Krijimi një qasje inovatore në shërbimet turistike rajonale ku eksperiencia që krijon çdo vizitor është unike dhe rajoni paraqitet si një propozim i integruar me praktikatat më të mira lokale. Vizitori është në qendër dhe të gjitha shërbimet që rrethojnë atë janë të sinkronizuara por dhe dedikuara duke marrë parasysh kërkesat specifike si individ dhe jo target grup. Qasja jonë është e



strukturuar në 6 Divizione qëndrore të cilat janë: UDHËTARI / Biznesi për Biznesin / Marketplace / Akademia e turizmit / Qendra e konsulencës dhe Institutet për tju adresuar me mire nevojave të klientëve, industrisë dhe partnerëve tane.

- **Udhëtari/Vizitori**

Ekzistojnë kompani të shumta turistike, faqe interneti, rrjete sociale, etj, të cilat në thelb ofrojnë produkte turistike dhe shitje online të tyre. Por risia dhe filozofia mbi bazën e së cilës funksionon platforma lidhet me konceptin “All in One Services- Të Gjitha Shërbimet në Një”, ku klientit i ofrohet gjithë informacioni dhe shërbimet e nevojshme për ndërmarrjen e një udhëtimi turistik në një platformë të vetme. Ajo ofron një produkt dhe shërbim turistik dixhital, ku përcaktimi i destinacioneve të reja të turizmit, marketimi dhe shitja e produkteve dhe shërbimeve turistike dixhitale, aktivitetet dhe eventet janë të bazuara në konceptin e tradicionales dhe lokales. Gërshëtimi i tradicionales me modernen, si dhe ofrimi i produktit Turistik të integruar përgjatë gjithë zinxhirit të vlerës në formë kreative dhe inovatore e bën atë të veçantë në llojin dhe funksionalitetin e saj, duke bërë në këtë mënyrë dhe diferencën nga platforma të tjera të dedikuara shërbimeve turistike në vendin tonë. Udhëtarit/vizitorit i ofrohen të gjitha shërbimet si: Agjensia e Udhëtimit, Turi Operativ, HORECA, Kompania e Eventeve, HUB i Udhëtarit, Dyqani Online, ku secila prej tyre ofron shërbimet e saja.

- **Biznesi për Biznesin: Barleti Group**

ETNO, si një shtyllë e strategjisë së UniBa, është një sipërmarrje e cila jo vetëm ofron shërbime, por dhe mbështet sipërmarrjet egzistuese dhe ato të reja në industrinë turistike dhe sektorët ndërlidhur me të. Ajo i suporton me eksperiencë në plane biznesi, studime fizibiliteti, plane marketingu dhe promovim dixhital, produkte dhe shërbime të reja, komercializimi dhe ofertat e reja, shitje dhe prezantime në tregje rajonale dhe ndërkombetare etj, duke krijuar një bashkëpunim të frytshëm me sipërmarrjet e tjera të ngjashme. Në këtë divizion përfshihen: Zhvillimi i Integruar i Marketingut, “Branding”, Rrjetet Sociale dhe Marketingu Dixhital, Media dhe Marrëdhënia me Publikun, Krijimi i faqes së Web, Menaxhimi dhe Operimi i SMTE, Planifikimi i Biznesit, Strategjia e Marketingut, Zhvillimi i Biznesit dhe Produktit.

- **Tregu (Marketplace): Grupi Barleti**

Baza e të dhënave, prokurimi, promovimi i investimeve, klasteri i turizmit dhe industrive të ndërlidhura dhe atyre kreative, zhvillimi i rrethit dhe rrugës, etj.

- **Akademia e Turizmit: Universiteti Barleti**

Akademia Rajonale e Turizmit mbulon të gjitha trajnimet dhe zhvillimin e aftësive profesionale të sektorëve të turizmit duke filluar nga guidat turistike deri tek trajnimi i punonjësve të sektorit të shërbime në turizëm në nivel rajonal (Shqipëri, Itali, Greqi, Maqedoni, Kosovë, Mali i Zi, Bosnje, Serbi, Slloveni dhe Kroaci). Trajnimet dhe certifikimet mbulojnë kurset mbi menaxhimin e turizmit, marketingun dhe menaxhimin e financave, operatorët turistik, menaxhimin e ushqimit dhe pijeve, kamarierët, shërbimet hoteliere, fermerët, agropërpunuesit dhe sipërmarrësit, të cilët duhet të kenë një qasje në rritjen e nivelit të njohurive për



përmirësimin e aftësive të tyre sipërmarrëse. Trainimi i Udhërrëfyesve (guidatorëve) lokal dhe kombëtar shërbejnë si ambasadorë të kulturës dhe natyrës për vizitorët e jashtëm, dhe janë themeli mbi të cilin janë ndërtuar eksperiencat dhe përvojat për guidator turistik të arsimuar dhe të pregatitur. Akademia e turizmit të Universitetit Barleti përfshin në strategjinë e zhvillimit të saj zhvillimin e fuqisë punëtore, Universiteti: Diplomë Bachelor/Master, Shkallët Profesionale dhe Trajnime: Shkolla e Mesme Teknike/TVET& të mësuarit gjatë jetës, trajnimi i shërbimeve të turizmit, trajnimi i udhëzuesve, trajnimi i marketingut, zhvillimi profesional i Organizatës së Menaxhimit të Destinacionit, trajnimet mbi Kriteret e Turizmit të Qëndrueshëm.

- **Qendra e Konsulencës (Barleti Consultancy):**

Turizmi është një industri globale komplekse e drejtuar nga shërbimi që po zhvillohet vazhdimisht, ku aftësitë dhe njohuritë e kërkuara për të operuar në një biznes turizmi janë të rëndësishme për suksesin e tij.

Sipërmarrja “ETNO Turizëm”, e shëndërron atë në një qendër ekselence ku gjënden:

- suporti i duhur me akes në bazën e të dhënave të këtij sektori,
- mundësia për zhvillimin dhe komercializimin e biznesit e produkteve,
- qendra e shërbimeve dixhitale ku biznesi mbështet biznesin,
- zhvillimi i mjeteve e produkteve apo shërbimeve të ndryshme për industrinë e turizmit (si aplikacionet, shërbimet dhe zgjidhjet dixhitale, platformat dhe portalet për udhëtarët dhe biznesin; hartimin e destinacioneve të reja),
- strategjitë e marketimit të produktit dhe shërbimeve,
- planifikimin e biznesit të turizmit, etj.

Qendra e ekselencës përfshin planifikimin strategjik, masterplanin e turizmit, zhvillimi i destinacionit, kërkimi i tregut, sistemi i menaxhimit të destinacionit dhe marketingut, zhvillimin e biznesit, cilësia, standarte dhe certifikime si dhe maketingu i tregtisë së udhëtimit.

- **Institutet**

Institutet synojnë kryerjen dhe promovimin me cilësi të lartë të kërkimeve shkencore të aplikuara. Ato promovojnë vlerat dhe praktikat demokratike, angazhohen për ndërgjegjësimin dhe edukimin e qytetarëve aktivë, monitorojnë dhe analizojnë strategjitë dhe politika të ndryshme, ofrojnë konsulencë dhe ekspertizë të kualifikuar dhe të pavarur për çështje politike, sociale, ekonomike dhe ligjore që lidhen drejtpërdrejt me interesin publik dhe me zhvillimin e vendit. Institutet janë aktivë në promovimin dhe zbatimin e projekteve për një zhvillim inteligjent dhe inovativ të kombinuar me elementë arsimorë, artistikë dhe kulturorë, në mënyrë që shoqëria të përfitojë dhe të zhvillohet.

Qëllimet e identifikuara të këtij programi janë:

Industritë kreative, turizmi dhe industritë e ndërlidhura me të luajnë një rol të rëndësishëm në gjenerimin e të ardhurave, punësimit dhe shkëmbimeve monetare. Në këtë drejtim, sektori i industrive kreative, turizmit dhe industritë e lidhura janë një forcë lëvizëse (gjenerator) i



zhvillimit ekonomik në vend. Duke u nisur nga pesha që zenë këto sektorë në zinxhirin e vlerës dhe zhvillimin ekonomik, qëllimi është krijimi i një programi (platforme) të ri në formë dhe përmbajtje, e cila do të ofrojë produkte dhe shërbime në industritë kreative, turizëm dhe industritë e ndërlidhura me të, duke e shëndërruar Shqipërinë në destinacionin kryesor turistik në rajon.

Partneriteti (Quadriplex Helix):

- Visitor/udhëtari/turisti
- Biznesi
- Krijimi i ndërmarrjes së turizmit (Startup – Spin of)
- Akademia (Universiteti Barleti / Instituti Adriapol / BTTC)

Elementët kryesorë për ndërtimin e një ndërmarrje të re në sektorin e turizmit dhe industritë përkatëse, me produkte dhe shërbime të reja në Shqipëri, janë:

- Zinxhiri i vlerës: promovoni destinacionin dhe rajonin
- Cluster: Bashkëpunimi midis palëve të interesuara (Bizneset turistike, operatori turistik / Udhëzuesi Lokal i Turizmit / Komuniteti Lokal)
- Rritja e Kapacitetit të Biznesit Lokal

Modalitetet e zbatimit të programit:

- Ekosistemi rajonal konkurrues për start up (Zhvillimi i eksperiencës)
- Zhvillimi i Kapaciteteve (Start-up Learning Centre)
- Mbështetja e Biznesit (Marketingu, Rritja, Promovimi)
- Zbatimi i vlerave të zinxhirit (promovimi i destinacionit dhe rajonit)
- Partneriteti në Turizëm (Bashkimi i palëve të interesuara); Hartimi i Master Planit të zhvillimit të turizmit; Planifikimi dhe Strategjitë e Zhvillimit Rajonal të Turizmit

Target Grupet:

- Udhëtari/vizitori/turisti
- Komuniteti lokal
- Operatori turistik
- Biznesi lokal (hotele, restorante, suvenire, artizanët, etj)
- Agjensitë e udhëtimit

Linjat e veprimit të PROGRAMIT:



- Destinacioni: Top tours (Natyra / Sporti / Kultura)
- Udhëtimi: nga ajri / deti / toka / mix
- HoReCa: Hotele, rezidenca, restorante, agroturizem / klube
- Eksperienca: Sport / Hiking / Çiklizëm / Ngjitje / Natyrë / Kulturë / Kulinari / Traditë

Aktivitetet kryesore

- Krijimi i WebPage për Udhëtarin Dixhital
- Agjensia e Udhëtimit
- Operatori turistik
- HUB i udhëtarit
- Kompania e eventeve
- HoReCa
- Dyqani Online

Paketat e punës

1. Ekosistemi rajonal konkurrues për Start Up

- a. Dicka për të bërë
- b. Diçka për të parë
- c. Diçka për të blerë
- d. Ture
- e. Ngjarje
- f. Aktivitete

2. Zhvillimi i Kapacitetit

- a. Menaxhimi dhe funksionimi i turizmit
- b. Marketingu dhe Shitjet
- c. Zhvillimi i fuqisë punëtore
- d. Trajnimi i Shërbimit të Turizmit
- e. Trajnim udhëzues

3. Ndihma për biznesin

- a. Funksionet e ndërmarrjes
- b. Produkte dhe Shërbime të reja
- c. Marketingu i Turizmit dhe Branding
- d. Transferimi i njohurive dhe teknologjisë
- e. Marketingu dixhital (faqja e internetit - media sociale – PR



4. Zbatimi i Zinxhirit të Vlerave dhe Partneriteti i Turizmit

- a. Ndërtimi i grupimeve
- b. Zbatimi i zinxhirit të vlerës
- c. Partneriteti i Turizmit
- d. Planet master
- e. Planifikimi dhe Strategjitë
- f. Menaxhimi i destinacionit
- g. Infrastruktura dhe ndërhyrjet fizike
- h. Qendrat e informacionit për turizmin
- i. Shenjat e faqeve turistike dhe turnet
- j. Burimet e markës