

**KOMUNA E  
ÇAIRIT**



**ОПШТИНА  
ЧАИР**

**STRATEGJIA PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT NË  
KOMUNËN E ÇAIRIT PËR PERIUDHËN (2019-2024)**

Shkup, 2018

**Porositësi: Komuna e Çairit**

Kryetar i komunës: Visar Ganiu

Kordinator i strategjisë: Selman Reçi

**Përgatiti: Fakulteti për turizëm dhe hoteleri - Ohër**

Udhëheqësi i ekipit: Prof. D-r Naume Marinoski

Hulumtues: Prof. D-r Sasho Korunovski

Hulumtuesi i ri: M-r Mihael Risteski

Kordinator teknik: M-r Maja Georgioska

Bashkpunëtor i strategjisë: M-r Arta Kadriu

Përkthyes në gjuhën shqipe: M-r Blerim Shaqiri



## PËRMBAJTJA

Përmbledhje (Abstrakt) .....	3
HYRJE.....	4
1. Korniza Strategjike dhe Metodologjia.....	5
1.1 Nevoja për miratimin e strategjisë .....	6
1.2 Metodologjia e hartimit dhe zbatimit të strategjisë.....	7
1.3 Parimet e zhvillimit të strategjisë .....	10
1.4 Kuadri ligjor.....	11
2. Analiza e situatës.....	11
2.1 Përshkrimi dhe vlerësimi i situatës ekzistuese në fushën e turizmit në Komunën e Çairit.....	12
2.1.1 Regjistri i kapaciteteve turistike .....	12
2.1.2 Kapacitetet njerëzore dhe punësimi.....	14
2.1.3 Regjistri i ushqimeve tradicionale.....	16
2.1.4 Përfaqësimi dhe regjistrimi i trashëgimisë kulturore dhe historike.....	16
2.1.5 Regjistri i trashëgimisë etnografike .....	17
2.2 Vizita dhe qëndrimi turistik.....	17
2.3 Të ardhurat e realizuara nga turizmi.....	20
2.4 Pjesëmarrja gjatë sezonit.....	22
2.5 Përcaktimi i zonave të emetimit në turizëm .....	23
2.6 Raporti i studimit në terren.....	26
3. Misioni dhe vizioni për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit .....	28
3.1 Misioni për zhvillimin e turizmit .....	28
3.2 Vizioni i zhvillimit të turizmit .....	29
4. Vendosja e qëllimeve dhe rezultateve për promovimin e turizmit .....	30
4.1 Qëllimi i përgjithshëm.....	30
4.2 Qëllimet specifike.....	30
4.3 Rezultatet e pritshme .....	31
5. Aktivitetet, masat dhe forma institucionale për zhvillimin e turizmit .....	32
5.1 Përkufizimet, llojet dhe potencialet për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit.....	32
5.2 Aktivitetet dhe masat e bazuara në potencialin për zhvillimin e turizmit - aktivitetet specifike, vlera e përgjithshme, afati kohor .....	34
5.3 Organizimi i ngjarjeve kulturore dhe turistike - aktivitete specifike, vlera e përgjithshme, afati kohor.....	37
6. PLANI I VEPRIMIT .....	39
Qëllimet strategjike, masat dhe aktivitetet për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit .....	39
7. SHTOJCAT .....	47

# STRATEGJIA PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT NË KOMUNËN E ÇAIRIT PËR PERIUDHËN (2019-2024)

## Përmbledhje (Abstrakt)

Strategjia për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit për periudhën (2019-2024) është një dokument që mundëson shfrytëzimin optimal të burimeve për nxitjen e zhvillimit ekonomik dhe social. Domethënë, turizmi duhet të shihet si një përsheptues jo vetëm për përparimin ekonomik, por edhe për aktivitetet që kanë një dimension social dhe kulturor. Bazuar në planifikimin strategjik të turizmit, Komuna e Çairit do të jetë në gjendje të operacionalizojë burimet e saja në mënyrë që të jetë në gjendje të realizojë dispozitat zhvillimore të disponueshme për ta. Këto burime janë vlera themelore turistike. Komuna e Çairit karakterizohet me prezencën e konfiguracionit të shquar urban në kryeqytetin e Republikës së Maqedonisë - Shkup. Kjo shkallë e urbanizimit është fryt i traditës së qytetit, që është një nga më të gjatat, jo vetëm në Shkup, por edhe në tërë territorin e Republikës së Maqedonisë. Ka një trashëgimi të mirëfilltë kulturore, historike dhe etnografike. Një kompleksitet i tillë sugjeron se zhvillimi i turizmit do të mbështetet në vlera autentike. Ato duhet të jenë baza e ofertës turistike dhe krijimi i produkteve të njohura turistike të cilat në performancën e tregut turistik do të kenë një pranueshmëri të suksesshme për klientët turistikë nga vendi dhe jashtë saj. Komuna në plan të parë ka jetën urbane e cila mund të zotohet për vizitat e shkurtra, si dhe për aktivitetet e lira dhe ekskursionet. Qasja strategjike në zhvillimin e turizmit në periudhën e ardhshme, domethënë 2019-2024, duhet të kontribuojë në përmirësimin e përmbajtjes së qëndrimit të vizitorëve, në përmirësimin e vazhdueshëm të cilësisë së shërbimeve dhe për të kënaqur sidomos ata që synojnë përmbajtjen urbane dhe atraktivitetet. Kështu, turizmi do të kontribuojë në përfshirjen më intensive të këtyre mjediseve në proceset e zhvillimit, do të afirmojë lokalitetet dhe objektet në komunë, por edhe në kontekstin më të gjerë të kryeqytetit, rajonin e Shkupit dhe Republikën në tërësi.

Suksesi i strategjisë buron nga komponentët e planifikuar që do të ndihmojnë bartësit dhe implementuesit të shfrytëzojnë masat dhe aktivitetet që duhet të realizohen brenda kohës dhe hapësirës së paraparë me mbështetje optimale financiare dhe të personelit. Këtu është e rëndësishme të merren parasysh metodat dhe parimet metodologjike, nevojat dhe kornizat për miratimin e saj. Me qëllim të përcaktimit të parashikimeve të zhvillimit të ardhshëm është e nevojshme të perceptohen fushat e zhvillimit në periudhën e kaluar dhe kushtet aktuale. Treguesit përkatës përcaktojnë misionin e zhvillimit dhe vizionin për tendencat e zhvillimit në të ardhmen. Zhvillimi i turizmit në komunën e Çairit është i lidhur ngushtë me aktivitetet promovuese që përbëjnë bazën për promovimin e turizmit në të gjitha sferat e saj. Për të realizuar qëllimet e përcaktuara dhe për të realizuar rezultatet e pritura, është e nevojshme të zbatohen masat dhe aktivitetet institucionale të vendosura, të cilat operacionalizohen me një

plan veprues. Zbatimi i planit i mundëson palëve të interesuara që të kuptojnë përfitimet e zhvillimit të turizmit dhe turizmi të marrë vendin e një prej aktiviteteve prioritare të komunës.

## **HYRJE**

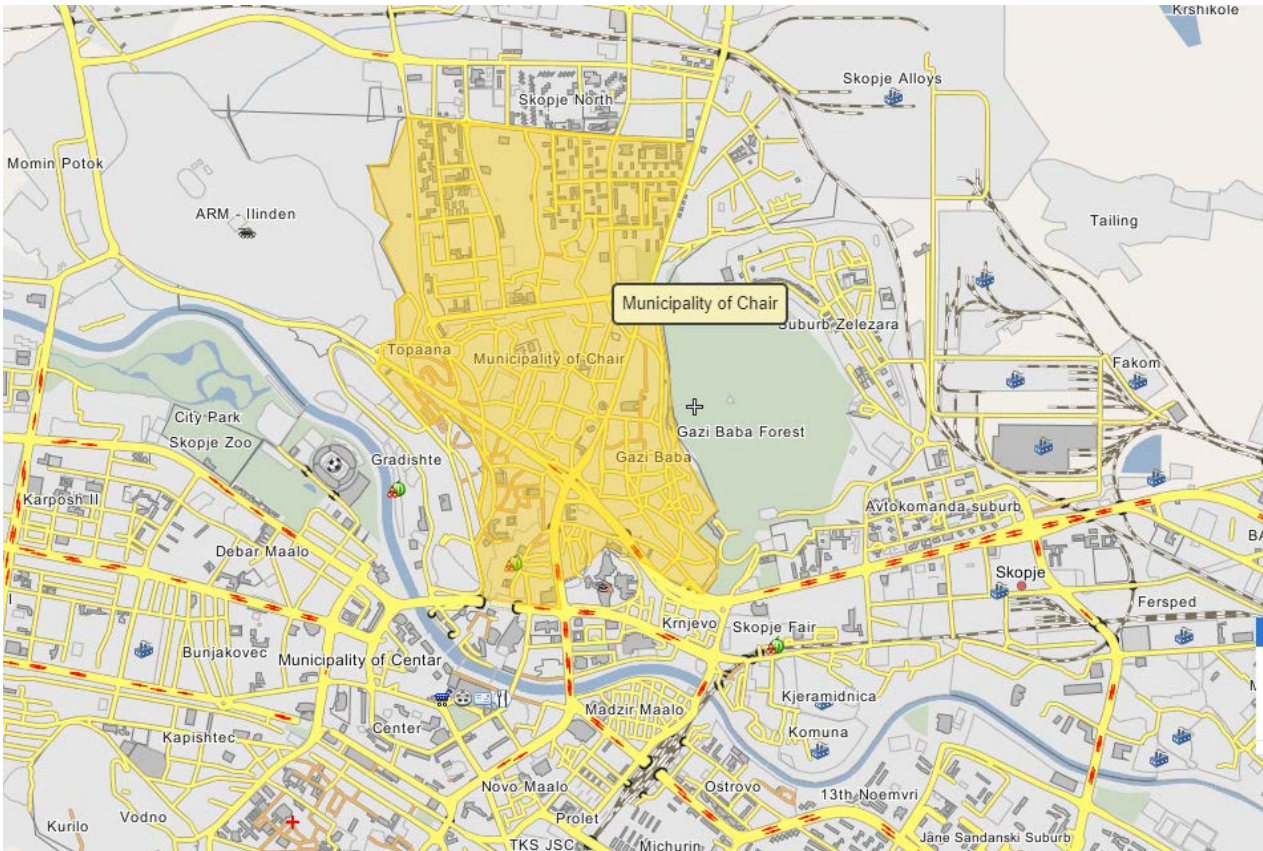
Komuna e Çairit është një komunë tipike urbane. Ajo shtrihet në një zonë relativisht të vogël prej 3.52 km<sup>2</sup>. Struktura administrative e komunës, që është, vetëqeverisja lokale gjendet në komunë. Në një zonë të tillë relativisht të vogël ndodhen 6 lokalitetet urbane dhe atë pjesë e Gazi Babës, Duqanxhik, Çarshia e vjetër, fusha e Tophanes dhe Çairi. Duke pasur parasysh se ky është një mjedis urban mbizotërues dhe ekziston një dendësi e lartë e popullsisë (18,415.63 zl / km<sup>2</sup>). Sipërfaqja me popullsi të dendur dhe infrastruktura turistike janë bazë për zhvillimin e sektorit të hotelerisë, veçanërisht në fushën e akomodimit.

Në periudhën e kaluar, komuna përballlet me probleme nga sfera urbane. Veçanërisht është i hetuar problemi i parkimit. Edhe pse është një komunë relativisht e zhvilluar. Është e nevojshme të inkurajohet partneriteti publik-privat dhe të ndahen programe të veçanta që do të lejojnë zhvillimin e vazhdueshëm. Si komunë urbane që synon bashkëpunimin e qartë brenda rajonit të Shkupit, Shkupi si një tërësi integrale e kryeqytetit të Republikës së Maqedonisë dhe komunat në rrethinat e saj. Hulumtimet tregojnë mundësinë e ndarjes së projekteve zhvillimore me karakter të qartë dhe mundësinë për përdorim optimal të strukturave dhe mjeteve në realizimin e tyre.

Kjo komunë u takon grupeve të komunave që kanë zhvilluar zhvillimin e tyre në një marrëdhënie simbiotike me mjedisin urban të Shkupit. Në këtë kuptim, duhet të theksohet se një shkallë e lartë e urbanizimit është e pranishme. Shkalla e lartë e urbanizimit, nga ana tjetër, kërkon strukturimin e përmbajtjeve të reja brenda kuadrit të partneritetit publiko-privat dhe mundësive për koncesione. Numri në rritje i punësimit në administratë është barrë për komunën dhe prandaj është e nevojshme të aktivizohet sektori real. Sektori real implikon projekte specifike me mundësinë e përfshirjes së personave që kanë interes të përbashkët.

Komuna është aktive në fushën e modernizimit të ndriçimit publik me komponentët modernë të sektorit të energjisë. Ky është një shembull i suksesshëm i një partneriteti publiko-privat dhe një nga komponentët eksperimentalë në qasjen e qëndrueshme për zhvillimin e komunës. Projekti kapital për ndërtimin e sheshit Skënderbej është duke u zhvilluar me aktivitetet e planifikuara të infrastrukturës, karakterit suprastruktural dhe informativ.

## Harta e Komunës së Çairit



Burimi: <http://wikimapia.org/#lang=en&lat=42.008617&lon=21.448832&z=14&m=w>

Pozita gjeografike- turistike e komunës së Çairit në Shkup e lejon atë që të trajtohet si një hapësirë e dominuar nga vlerat kulturore dhe infrastruktura urbane, si dhe potencialeve shkencore - arsimore që mund të përdoren me sukses në zhvillimin e turizmit në këtë destinacion. Një pozitë e tillë siguron një dinamikë të madhe të trafikut, që do të thotë se komuna është përcaktuar si një nga komunat qendrore në tregti. Kështu që merr një dimension transit.

Një e kaluar e pasur historike ka lënë gjurmë të thella të qytetërimeve të ndryshme në komunën e Çairit, kështu që është një thesar i vlerave turistike. Është e nevojshme vetëm që ato të përdoren në mënyrë optimale.

## 1. Korniza Strategjike dhe Metodologjia

Kuadri strategjik dhe metodologjia përfshijnë qasje moderne dhe aktivitete kërkimore të shëndosha që do të mundësojnë përcaktimin e prioriteteve të zhvillimit në fushën e turizmit në Komunën e Çairit. Në përgatitjen dhe zbatimin e tij ka qasje në përcaktimin e komponentëve që janë të nevojshëm për realizim. Përcaktimi i nevojës për miratimin e tij është baza e shkarkimit

dhe zgjidhjes racionale. Ajo mbështetet në mundësitë e identifikimit të asaj që është një praktikë pozitive në periudhën e kaluar dhe asaj që duhet të realizohet në kushtet bashkëkohore dhe në të ardhmen. Për të mbuluar të gjitha aspektet që janë në përputhje me praktikën e mirë, është e nevojshme të zbatohet metodologjia e përshtatshme për hartimin dhe zbatimin e strategjisë. Përveç qasjeve metodologjike, është e nevojshme të zbatohen parimet e hulumtimit në përgatitjen e strategjisë dhe kuadrit ligjor mbi të cilin bazohet, jo vetëm për përgatitjen, por edhe miratimin dhe zbatimin e tij.

### **1.1 Nevoja për miratimin e strategjisë**

Komuna e Çairit është një nga komunat më atraktive turistike në Shkup dhe në rajonin planifikues të Shkupit. Kjo bazë e burimeve tregon një qasje pozitive ndaj këtij aktiviteti.

Nevoja për adoptim rrjedh nga ky akt, duke pasur parasysh aspiratat e saj për të qenë një destinacion i njohur turistik. Kjo është për shkak të vetive atraktive që posedon mbi të gjitha nga një karakter kulturor, si dhe vlerat natyrore si vlera plotësuese turistike. Në funksion të zhvillimit të turizmit krijohen kushte infrastrukturore dhe suprastrukturore.

Nevoja për miratimin e këtij dokumenti strategjik është bazuar kryesisht në politikën pozitive të zhvillimit e cila udhëhiqet nga këndvështrimi i trajtimit të turizmit në qeverinë lokale. Ajo inkurajon se kryetari i komunës dhe sektori i shërbimeve profesionale për zhvillim ekonomik lokal të komunës me shumë përkushtim në zbatimin e angazhimeve, që turizmi të jetë një nga aktivitetet prioritare. Pas të gjithave dhe nevoja për të vendosur ndër faktorët më të rëndësishëm të funksionimit të komunës për miratimin e një strategjie të zhvillimit në fushën e turizmit konfirmon ambiciet e saj dhe entuziazmin. Përdorimi optimal i burimeve të turizmit e thekson këtë nevojë.

Në periudhën e kaluar, kishte një tendencë për të shfrytëzuar potencialet që i zotëron. Kjo do të thoshte se turizmi ishte vendosur në aktivitetet prioritare, por pasi që bëhet fjalë për një mundësi zhvillimore komplekse dhe heterogjene, ngelën perspektiva që nuk u realizuan. Në këtë pikpamje, miratimi i strategjisë duhet të mundësojë promovimin e valorizimit turistik të përmbajtjeve të reja, përparimin e aktiviteteve promovuese, qasjen e ofertës turistike në kërkesën turistike dhe zhvillimin e potencialeve njerëzore.

Ky dokument lejon funksionimin e strukturave të qeverisjes lokale në promovimin e turizmit. Nevoja është e patjetërsueshme sepse vetëm duke aplikuar qasjen strategjike mund të marrim rezultate pozitive. Është një drejtim i qartë që ofron njohuri të aktivitetetve për të dalë me rezultate që do t'i mundësojnë turizmit të promovojë vendin e vet brenda zhvillimit ekonomik dhe social të komunës.

Pa ekzistencën e këtij dokumenti, vetëqeverisja lokale nuk është në gjendje të jetë një faktor i zhvillimit të balancuar lokal dhe të shfrytëzojë mundësitë që i ka në dispozicion shteti. Rëndësi e veçantë e Strategjisë gjendet në faktin se para donatorëve ndërkombëtarë nuk është e mundur qasja pa miratimin dhe zbatimin e tij. Nevoja për adoptim përkon me bashkëpunimin e këtyre institucioneve, si në vend ashtu edhe në plan ndërkombëtar.

## **1.2 Metodologjia e hartimit dhe zbatimit të strategjisë**

Metodologjia e hartimit dhe zbatimit të strategjisë përfshin disa segmente që duhet të ofrojnë analiza cilësore dhe sasiore. Sinergjia e tyre ju lejon të identifikoni problemet dhe të gjeni zgjidhje të përshtatshme. Zgjidhja e problemeve bazohet në hartimin e udhëzimeve që çojnë në rezultate bashkëkohore. Në këtë kuptim, praktikrat e aplikuara në mjedise të tjera janë një mundësi për të përdorur një metodologji krahasuese. Praktikrat e mira kanë një qasje me përvojë. Metodologjia moderne si objektiva kërkimore përfshin të gjitha palët e interesuara, duke analizuar parametrat zhvillimorë nga fusha të ndryshme. Kjo rrjedh nga fakti se turizmi nuk duhet të trajtohet si një degë tregtare, por si një aktivitet në të cilin degët e furnizimit me ushqime, trafiku, tregtia dhe shërbimet kanë një rol zhvillimi bazë.

Metodologjia analitike mundëson për të arritur deri te fushëveprimi, dinamika dhe struktura dhe mbi këtë bazë për të hartuar drejtimet e lëvizjes, trendet e zhvillimit dhe nivelet e zhvillimit, të shqyrtohen rezultatet e vizitave dhe të qëndrimeve, strukturën dhe dinamikën e shpenzimeve turistike dhe rezultatet e arritura në këtë pikëpamje, cilësia dhe vëllimi i njësive akomoduese dhe përdorimi i tyre, përcaktimi i zonave të turizmit emetiv dhe përcaktimi i tregjeve turistike të produkteve turistike të komunës. Analiza përcakton nevojat për ndryshime dhe përmirësime dhe përfshirjen e personelit të duhur në zbatimin e masave dhe aktiviteteve strategjike. Analiza i referohet burimeve njerëzore dhe punësimit dhe cilësisë së burimeve fizike.

Për të arritur treguesit përkatës të zhvillimit për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit, është e nevojshme të rishikohet dhe të analizohet në mënyrë kritike literatura, dokumentet e planifikimit, strategjitë dhe të miratohen dokumente të tjera brenda strukturave lokale që trajtojnë çështje që lidhen me potencialet turistike dhe potencialet hoteliere-mikpritëse. Në këtë aspekt, metodologjikisht, duhet të merren parasysh edhe dokumentet e miratuara në nivel të Republikës së Maqedonisë, të cilat janë relevante për zhvillimin e turizmit.

Përveç strategjive dhe planeve, analiza duhet të mbulojë gjithashtu rregulloren ligjore. Në nivelin shtetëror, këto janë ligjet dhe aktet nënligjore, statutet komunale, rregulloret dhe vendimet që lidhen me turizmin.

Në kuptimin metodologjik, Strategjia për Zhvillimin e Turizmit mbështetet në hulumtimin dytësor, duke përdorur tregues relevantë të publikuar nga Enti Shtetëror i Statistikës, Ministria e Ekonomisë, Agjencia e Punësimit dhe Banka Popullore e Republikës së Maqedonisë. Përdoren të



dhëna nga fusha e këtij aktiviteti, si dhe treguesit e përfshirë në buletinet, raportet dhe publikimet e tjera në nivel kombëtar, rajonal dhe lokal.

Treguesit që u referohen qëndrimeve dhe opinioneve të njohësve të mundësive që janë të rëndësishëm në krijimin e Strategjisë merren përmes hulumtimit primar. Në këtë rast kjo është një intervistë. Hulumtimet fillestare bëhen kryesisht në terren. Intervista sistematizohet dhe zbatohet nga pronari i projektit, domethënë hulumtuesi kryesor. Karakteristikat e këtij aktiviteti shihen nga aspekti i vlerësimeve të ofruara nga palët e interesuara dhe nga eksperti dhe publiku shkencor me natyrën e hulumtimit primar.

Që të mund të realizojmë procesin e hulumtimit, është e nevojshme të krijohen komponentët e argumentuar në planin e veprimit dhe dokumentet strategjike. Në këtë kuptim, prioritetet, modelet e zbatimit, kornizat kohore dhe vendosja e koordinimit vertikal dhe horizontal në të gjitha nivelet janë shumë të rëndësishme. Në drejtim të pranueshmërisë së rezultateve të hulumtimeve që mbulojnë strategjinë, një vend të rëndësishëm zë edhe promovimi si dhe prezantimi i gjetjeve kryesore në këtë dokument planifikimi me rëndësi strategjike për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit. Përfitimet duhet të jenë me rëndësi të përgjithshme, shkencore dhe profesionale. Dokumenti bazohet në një qasje teorike-metodologjike të krijuar posaçërisht, me një shkallë të lartë aplikimi profesional-aplikativ.

*Qasja metodologjike* në përcaktimin e mundësive zhvillimore në komunën e Çairit mbështetet në pesë supozime operacionale relevante që duhet të realizohen më pas. Këto janë si më poshtë:

- Rishikimi i strategjive të miratuara, planeve dhe programeve të zhvilluara në të cilat duhet të njihen aktivitetet e ndërmarra dhe mundësitë e zhvillimit në komunën e Çairit, mundëson të shihen nivelet e trajtimit të këtij aktiviteti. Këtu janë miratuar dokumentet strategjike për Zhvillimin Ekonomik Lokal dhe ky është themeli mbi të cilin është ndërtuar profili i komunës. Kjo është komuna e qytetit me plan të përgjithshëm urbanistik të miratuar të komunës. Ekzistojnë gjithashtu plane veprimi, datat e të cilave mbarojnë dhe duhet të bëhen të reja.

Sa i përket programeve specifike, komuna ka miratuar programe sektoriale për punë dhe politikë sociale, si dhe një program dyvjeçar për mbrojtjen e mjedisit. Mbrojtja e mjedisit është një supozim themelor për zhvillimin e turizmit në komunë.

Përveç kësaj, është përgatitur një plan veprimi për efikasitetin energjetik të komunës, i cili mund të lidhet me ndërtimin e turizmit. Brenda kuadrit të rishikimit të strategjive ekzistuese për Zhvillimin Ekonomik Lokal, planet dhe programet ne mund të sjellim mendimet dhe pikëpamjet e mëposhtme:

- dokumentet kryesisht kanë plane veprimi për zbatim dhe vërejtje është se ato përgjithësisht zbatohen dhe

- kënaqësia e cilësisë është fituar nga planet e përgatitura dhe të zhvilluara të komunës së Çairit.

Megjithatë, është e nevojshme të miratohet një plan lokal i veprimit mjedisor dhe të hartohen plane për partneritet publiko-privat dhe forma të tjera të bashkëpunimit të ndërsjellë të palëve më të rëndësishme në zhvillimin e turizmit në komunë.

-Analiza e vlerave të pozicionit hapësinor lejon të kuptohet rëndësia e marrëdhënieve midis sferave të veprimitarisë turistike të komunës së Çairit, për të përcaktuar marrëdhëniet me mjedisin dhe për të gjetur vendin e saj në marrëdhëniet hapësinore të komunave të tjera në Shkup. Pozita gjeografike-turistike e komunës së Çairit është në funksion të shfrytëzimit të burimeve të disponueshme. Sa i përket tranzitit, në vetvete ka një vlerë turistike.

- Përcaktimi i bazës tërheqëse dhe burimore me karakter natyror dhe kulturor me theks të veçantë në vlerat tradicionale etnografike dhe monumentet kulturore është në funksion të inventarit dhe identifikimit të tyre si bazë për valorizimin e turizmit.

- Identifikimi i bazës së pranimit, dmth vlerat cilësore dhe sasiore të akomodimit, shërbimeve të restoranteve, shërbimeve nga zanatet e shërbimit, rregullimi komunal dhe objektet infrastrukturore janë parametra që janë një nga faktorët kryesorë në plotësimin e nevojave të turistëve. Mbledhja dhe analiza e këtyre parametrave ka një komponent zhvillimi.

- Analizimi i intervistës si një hulumtim në terren siguron një hyrje të mirëfilltë për problemet dhe mundësitë për zgjidhjen e tyre bazuar në pikëpamjet dhe opinionet e njohësve të rasteve, kryesisht punonjësit e Sektorit për Zhvillim Ekonomik dhe të sektorit të biznesit.

- Harmonizimi i gjetjeve fillestare dhe iniciativave nga ekipi i ekspertëve me palët e interesuara të zhvillimit social dhe ekonomik lokal të komunës mundëson një qasje sinergjike në përgatitjen e Strategjisë.

- Përshkrimi narrativ i Strategjisë me planin e veprimit është një sintezë e rezultateve të fituara, duke krijuar një dokument bazë që do të ndihmojë zhvillimin intensiv të turizmit në komunën e Çairit.

- Një interpretim publik i rezultateve të fituara merr parasysh një qasje transparente në të gjithë procesin që është thelbësore për zbatimin e strategjisë. Kjo lejon që të respektohen opinionet konstruktive kritike dhe të inkorporohen. Kjo krijon kushte për të gjithë palët e interesuara që të përfitojnë nga zhvillimi i turizmit në komunën e Çairit.

### 1.3 Parimet e zhvillimit të strategjisë

**Parimi i sistematizimit** është një qasje që nënkupton se kur krijohen përcaktimet strategjike të fenomeneve dhe marrëdhënieve në fushën e turizmit në komunën e Çairit, ato duhet të renditen. Në këtë drejtim, është shumë e rëndësishme të përcaktohen elementet e përgjithshme, specifike dhe individuale të turizmit si reciproke. Diferencimi i ndikimeve dhe përmbajtjeve të rëndësishme, më pak të rëndësishme dhe të parëndësishme është gjithashtu i nevojshëm. Ky parim bazohet në përcaktimin e prioriteteve të masave dhe aktiviteteve. Sistematizimi në këtë kuptim gjithashtu nënkupton krijimin e një hierarkie të vlerave të renditura dhe të mbivendosura në përgatitjen e Strategjisë së Turizmit. Ai përfshinë rregullimin e elementeve dhe faktorëve nga fille të njëjta ose të ndryshme në sistematikë tipologjike dhe cilësore.

Strategjia e përdor parimin që nënkupton që paraqitet dhe marrëdhëniet në turizëm në komunën e Çairit duhet të monitorohen përmes prizmit të **gjenezës dhe zhvillimit të tyre**. Gjegjësisht, turizmi lidhet me rrethana të caktuara të cilat duhet të marrin parasysh hartimin e zhvillimit të tij. Karakteristikë është ndryshimi në zhvillimin e turizmit nën ndikimin e faktorëve relevantë. Kjo tregon nevojën e ndjekjes së ndryshimeve që janë pjesë e komponentit zhvillimor të turizmit në këtë destinacion turistik.

**Parimi i krahasueshmërisë** nënkupton që fenomenet dhe marrëdhëniet në planifikimin strategjik të turizmit në komunën e Çairit duhet të vendosen në një marrëdhënie krahasuese me fenomene të ngjashme dhe të ndryshme brenda dhe jashtë kësaj hapësire. Në këtë mënyrë, mund të nxirren konkluzione të përshtatshme për nivelin e mundshëm të zhvillimit të turizmit. Duhet të theksohet se nëse ky parim nuk përdoret, nuk mund të arrihet besueshmëria gjatë sjelljes së gjykimeve dhe konstatimeve absolute në kuadër të planifikimit strategjik. Asgjë nuk mund të jetë as e madhe, as e vogël, as e rëndësishme dhe e parëndësishme derisa të krahasohet me një tjetër dimension sasior ose kategori tjetër cilësore. Vetëm duke përdorur vlera të krahasueshme, mund të arrihet deri te planifikimi i duhur i aktiviteteve që janë pjesë e këtij dokumenti. Krahasimi nuk është vetëm një parim i përdorur në zbulimin e vlerave, por edhe një qasje e detyrueshme e procesit në përcaktimin e zhvillimit të ardhshëm të turizmit, faktorët mbi të cilët varen funksionet që kryejnë. Krahasueshmëria është e pashmangshme në procesin e diferencimit të produkteve të turizmit që janë të mundshme brenda funksionalitetit të komunës. Përveç këtyre planifikimeve të përgjithshme strategjike është e nevojshme të zbatohen parime të veçanta. Këto janë si në vijim (Strategjia për Zhvillimin Ekonomik Lokal të Komunës së Velesit, me një Plan Veprimi për periudhën 2015-2020):

- Masat e propozimit dhe aktivitetet që do të krijojnë vlera të reja, të njohura nga palët e interesuara, të cilat do të jenë objektivist të matshme;

- Propozimi i vlerave duhet të mbështetet fuqimisht nga aftësitë dhe shkathtësitë e përshtatshme të bartësve dhe përdoruesve të masave dhe aktiviteteve konkrete të përfshira në Strategjinë dhe Planin e Veprimit.

- Identifikimi i projekt-propozimeve, kompetencat individuale dhe aftësitë e secilit prej partnerëve është baza për përgatitjen dhe zbatimin e Strategjisë dhe Planit të Veprimit me

qëllimet e përcaktuara dhe masat e aktivitetet kryesore të identifikuar se si të njejtat duhet të realizohen. Kjo nuk është e mundur pa angazhimin e udhëheqësve dhe menaxhimit të të gjithë partnerëve pjesëmarrës në proces.

- Matja e nivelit të arritjes si pjesë e rëndësishme e Strategjisë dhe Planit të Veprimit është e drejtuar drejt progresit në realizimin e tyre në lidhje me dinamikën e parashikuar. Kjo është e rëndësishme, për shkak të marrjes së reagimeve nga përgjegjësia për realizimin e vetë strategjisë në drejtim të mbajtjes së planifikuar të aktiviteteve të planifikuara dhe dinamikave të tyre, si dhe në aspektin e arritjes së qëllimeve dhe cilat janë përshtatjet dhe ndryshimet e mundshme të Strategjisë dhe Planit të veprimit atëherë kur është e nevojshme të bëhet.

### **1.4 Kuadri ligjor**

Zhvillimi i Strategjisë për Zhvillimin e Turizmit në Komunën e Çairit del nga kompetencat e përcaktuara në nenin 22 të Ligjit për Vetëqeverisje Lokale (Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr. 5/2002). Ky është gjithashtu detyrimi statutor i komunës me të cilën përcakton zhvillimin e saj. Për shkak të lidhjes së komunës me komunat tjera në fushën e turizmit dhe Qytetin e Shkupit në tërësi, Strategjia e Zhvillimit të Turizmit është e përshtatshme të jetë në përputhje me Strategjinë e kryeqytetit veçanërisht në pjesën që trajtohet nga Komuna e Çairit. Përveç kësaj kornize ligjore, Strategjia duhet të përshtatet brenda kornizave të ligjeve që rregullojnë veprimtarinë turistike, siç janë:

Ligji mbi Turizmin, Ligji për industrinë Hotelierike dhe Ligji për Themelimin e Agjencisë për Promovimin dhe Mbështetjen e Turizmit në Republikën e Maqedonisë.

Përveç ligjeve të drejtpërdrejta që lidhen me aktivitetin e turizmit, të gjitha ligjet që kanë të bëjnë me ekonominë, të drejtat e pronësisë dhe rregullimin e shtetit kanë ndikimin e tyre. Gjithashtu, është shumë e rëndësishme të theksohet masa e miratuar e Qeverisë së Republikës së Maqedonisë me anë të së cilës subvencionon vizitat turistike nga jashtë, gjegjësisht subvencionohet turizmi receptiv me anë të së cilës secili person ligjor që do të sjellë turistë të huaj me një qëndrim minimal prej 3 netëve dhe do të stimulohet për njësi turistike. Stimulimet në këtë aktivitet zbatohen edhe për "uljen e tatimit mbi vlerën e shtuar".

## **2. Analiza e situatës**

Analiza e situatës përfshinë parametra që kanë një karakter konstant dhe dinamik. Ajo i referohet vendit dhe rolit që aktualisht ka turizmi në Komunën e Çairit. Kjo nënkupton që analiza duhet të mbulojë fenomenet dhe marrëdhëniet që janë me një karakter tërheqës dhe pranues. Është gjithashtu e rëndësishme të merret parasysh sfera komunale pasi zhvillimi i turizmit nuk është i mundur pa këto tregues. Sa i përket treguesve hapësinorë, është e rëndësishme të

theksohet se mund të përfaqësojë një potencial turistik në aspektin e ndërveprimit ndërmjet faktorëve të ndryshëm brenda kuadrit komunal dhe jashtë tyre.

## 2.1 Përshkrimi dhe vlerësimi i situatës ekzistuese në fushën e turizmit në Komunën e Çairit

Përshkrimi dhe vlerësimi i situatës aktuale në fushën e turizmit në Komunën e Çairit do të përfshijë fushën e përfshirjes së faktorëve në zhvillimin e turizmit. Potencialet turistike si bazë burimore, fushëveprimin, strukturën dhe dinamikën e industrisë së hotelerisë dhe mikpritjes, organizimin dhe rregullimin e aktivitetit, nivelin e mbrojtjes së mjedisit dhe përfshirjen e tij në aktivitetet turistike, veprimtaritë turistike me theks të veçantë në pranueshmërinë e hapësirës, tregjet dhe karakteristikat e produkteve turistike si pjesë e ofertës turistike duhet të paraqiten përmes inventarit dhe regjistrimit që do të përfshijë komponente funksionale vitale.

### 2.1.1 Regjistri i kapaciteteve turistike

Regjistri i kapaciteteve turistike kryesisht mbulon zonën e hotelerisë, përmes prizmit të përcaktimit të fushës, dinamikës dhe strukturës së pjesës së akomodimit dhe pjesës që i referohet shërbimeve në dhënie dhe ushqimeve dhe pijeve. Në këtë kuptim, momenti etnografik është gjithashtu i rëndësishëm, kështu që theksi do të vendoset në restorantet dhe ushqimet tradicionale.

- **Analiza e subjekteve afariste aktive** në hotele dhe restorante mbulon situatën në komunën e Çairit, qytetin e Shkupit dhe Republikën e Maqedonisë. Këto parametra tregojnë se sa subjekte afariste janë të regjistruara në këtë sektor. Ato janë dhënë në tabelën nr.1.

Tabela nr. 1 - Subjekte aktive të biznesit sipas sektorëve të veprimtarisë

Destinacion turistik	Hotele dhe restorante
Republika e Maqedonisë	3.938
Shkup	1.186
Çair	103

Burimi: Subjekte afariste aktive sipas sektorëve të veprimtarisë sipas bazës Makstat, 2009, ESS. R.M

Pasqyra tabelare tregon se numri i subjekteve të regjistruara të biznesit në industrinë e hoteleve dhe të restoranteve është 103. Kjo përfaqëson pjesëmarrjen në Shkup prej 8.7% dhe 2.6%. në R. e Maqedonisë. Kjo pjesë relativisht modeste jep hapësirë për përmirësimin e situatës. Masat dhe aktivitetet e kësaj strategjie duhet të kontribuojnë në përmirësimin e sipërmarrjes në këtë sektor. Kjo nënkupton që subjektet afariste që kanë regjistruar këtë veprimtari do të jenë në gjendje të angazhohen aktivisht në të.

- **Analiza e kapaciteteve në industrinë e mikëprirjes** në lidhje me **shërbimet ushqimore dhe pijet**, mbulon fushëveprimin dhe pjesëmarrjen e këtyre objekteve, vendeve, zonave të ndërtesave dhe punësimit në komunën e Çairit dhe Shkupit në Republikën e Maqedonisë. Këto të dhëna janë paraqitur në tabelën nr. 2.

Tabela nr. 2 – Kapacitetet në mikpritje (shërbime ushqimore dhe pije)

	<b>TOTALI në RM</b>	<b>Shkup</b>	<b>Çair</b>
<b>Numri i objekteve të mikpritjes</b>	4.383	1.116	142
<b>Objektet e mikpritjes (%)</b>	100%	25,46 %	3.24 %
<b>Numri i ulseve</b>	192.461	51.454	4.219
<b>Numri i ulseve (%)</b>	100%	23,22%	1.9%
<b>Sipërfaqja e objekteve (m<sup>2</sup>)</b>	339.289 m <sup>2</sup>	103.765 m <sup>2</sup>	9.089 m <sup>2</sup>
<b>Sipërfaqja e objekteve (%)</b>	100%	21,96 %	1,92%

Burimi: Regjistrim i kapaciteteve të mikpritjes në Republikën e Maqedonisë, 2016, ESS i RM

Nga shikimi i tabelës mund të konkludohet se në komunën e Çairit numri i objekteve hoteliere është 142, që përfaqëson një pjesë prej vetëm 3.24%, në totalin e 4.383 objekteve në Republikën e Maqedonisë. Në Shkup është 25.46%, që do të thotë se pjesëmarrja e kësaj komune në këtë nivel është relativisht e ulët. Nëse numri i objekteve është i krahasueshëm me numrin e subjekteve afariste që kanë regjistruar aktivitetin e tillë, mund të shihet se subjektet e biznesit kanë të paktën një objekt të përfshirë në ofertën e hotelierisë. Kemi deklaruar tashmë se kjo është baza për një marrëdhënie aktive në drejtim të rritjes së numrit të objekteve hotelierike (ushqim dhe pije) në komunën e Çairit.

Numri i ulseve tregon edhe një ngecje më të madhe. Ajo është 4.219 ulëse ose vetëm 1.9% të totalit (192.461) në Republikën e Maqedonisë. Kjo sugjeron se në periudhën e ardhshme duhet të pritet rritja e numrit të ulseve.

Analiza e sipërfaqes totale të objekteve përkon me numrin e ulseve. Ajo në komunë është 9.089 m<sup>2</sup>, e cila është gjithashtu një pjesë prej 1.9%. Kjo do të thotë se është e domosdoshme zgjerimi i zonës për pajisjet e hotelierisë urbane, e cila do të rrisë numrin e ulseve. Kjo gjithashtu do të kontribuojë në rritjen e sipërfaqes dhe numrit të ulseve në Çair dhe Shkup në tërësi.

- **Analiza e kapaciteteve akomoduese** i referohet vëllimit të objekteve, dhomave, shtretërve, sipërfaqes së objekteve dhe punësimit dhe pjesëmarrjes në Çair dhe Shkup në numrin e përgjithshëm. Këto të dhëna janë paraqitur në tabelën nr. 3.

Tabela nr. 3 - Kapacitetet e akomodimit të komunave sipas regjistrimit të hotelierisë

	<b>GJITHSEJ</b>	<b>Shkup</b>	<b>Çair</b>
<b>Numri i objekteve të mikpritjes</b>	574	120	13
<b>Numri i objekteve të mikpritjes (%)</b>	100%	20,91%	2,26%
<b>Numri i dhomave</b>	17.235	3.586	264
<b>Numri i dhomave (%)</b>	100%	20,81%	1,53%
<b>Numri i shtretërve</b>	46.289	9.615	505
<b>Numri i shtretërve (%)</b>	100%	20,77%	1,09%
<b>Sipërfaqja e objekteve (m<sup>2</sup>)</b>	908.345 m <sup>2</sup>	145.881 m <sup>2</sup>	7.320 m <sup>2</sup>
<b>Sipërfaqja e objekteve (%)</b>	100%	16,06%	0.81%

Burimi: Regjistrimi i kapaciteteve në industrinë e mikpritjes në R.Maqedonisë, 2016, ESS i RM

Parametrat në Tabelën 3 tregojnë se në aspektin e vëllimit dhe strukturës së kapaciteteve të akomodimit kanë gjithashtu dhe përfaqësim modest. Numri i objekteve hotelierike për akomodim është simbolik dhe është vetëm 13. Ajo është pjesëmarrja e vetëm 2.26% në numrin e përgjithshëm të ndërtesave në Republikën e Maqedonisë që është 574.

Numri i dhomave të regjistruara në komunën e Çairit është 264. Për sa i përket pjesëmarrjes në këto objekte, situata është edhe më modeste. Kjo është 1.53%. Ky informacion rreth kushteve përkon me numrin e shtretërve dhe me sipërfaqet për këtë lloj objektësh. Numri i dhomave është vetëm 505 ose merr pjesë me 1.53%, dhe sipërfaqja e objekteve është 7.320m<sup>2</sup>, ose një pjesë prej 0.81%.

Në bazë të këtyre treguesve mund të shihet se ekziston një hapësirë e theksuar për përmirësimin e situatës dhe daljen nga këto vlera simbolike. Kjo tregon për kushtet më modeste të zhvillimit, prandaj pritjet për rritje kanë një bazë reale. Por, është e nevojshme të ndërmerren aktivitete që do të zgjerojnë kapacitetet dhe do të vihen në funksionim të objekteve të reja, si në fushën e hotelierisë ashtu dhe në atë të banimit.

### ***2.1.2 Kapacitetet njerëzore dhe punësimi***

Pozita qendrore e komunës së Çairit në kuadër të Shkupit ofron një sferë të gjerë burimesh njerëzore. Ata janë nga fusha e strukturës së përgjithshme të stafit dhe nga arsimit i specializuar. Shkupi është një qendër universitare, kështu që potencialet e personelit janë të arritshme në mjedisin e saj të drejtëpërdrejt. Do të thotë që komuna mund të përdorë profilet e ndryshme të arsimit për përfshirje në zhvillimin e turizmit. Sa i përket potencialit të specializuar të burimeve njerëzore, institucionet në Shkup dhe Tetovë janë në dispozicion të tyre, dhe jashtë

këtyre kornizave. Në Universitetin Shtetëror të Tetovës në Fakultetin të Ekonomisë funksionon program studimor për turizmin në gjuhën maqedonase dhe shqipe, i cili mundëson ekspertizën dhe komunikimin e personelit që po studion në këtë institucion. Brenda qytetit të Shkupit ka studime të shpërndara në Fakultetin e Turizmit dhe Logjistikës së Biznesit nga Gjevgjelia në kuadër të Universitetit "Goce Dellçev" në Shtip. Përveç kësaj, në Fakultetin e Shkencave Natyrore dhe Matematikore në Shkup në kuadër të Universitetit "Shën Kirili dhe Metodi" gjithashtu ka një program studimi për turizmin. Në Shkup, stafi gjithashtu është i trajnuar edhe në Universitetin e Turizmit dhe Menaxhimit. Kjo tregon se kjo është një bazë solide e arsimit të lartë që mund të përdoret në zhvillimin e turizmit në Komunën e Çairit.

Arsimi i mesëm mund të përdorë potencialin e tij në fushën e turizmit dhe mikpritjes mund ta shfrytëzoj nga shkollat e mesme. Në qytetin e Shkupit funksionon shkolla e mesme profesionale "Lazar Tanev", e cila është më e madhe në Republikën e Maqedonisë dhe ku arsimohen, edukon dhe prodhon personel për nevojat e hotelierisë dhe turizmit. Në shkollën e mesme komunale profesionale "Moshja Pijade" - Tetovë gjithashtu shkollohet kuadër nga kjo veprimtari. Edhe shkolla të tjera të mesme që edukojnë personelin në fushën e turizmit mund të jenë një potencial i rëndësishëm, por shkollat e lartëpërmendura janë më të afërta me komunën, prandaj disponueshmëria është më e rëndësishme. Kjo do të thotë se komuna e Çairit mund të përdorë potencial të fortë të personelit dhe të zgjidhë problemet në fushën e punësimit në turizëm dhe hoteleri.

Punësimi në hoteleri referohet edhe nëanën e akomodimit dhe përdorimit të shërbimeve ushqimore dhe pijeve. Shtrirja dhe pjesëmarrja e punësimit në Komunën e Çairit dhe Shkupit në vëllimin e përgjithshëm të Republikës së Maqedonisë është dhënë në tabelën nr. 5.

Tabela nr. 5 - Punësimi në hoteleri

<b>Kapacitetet e akomodimit dhe mikpritjes (ushqim dhe pije)</b>			
	<b>GJITHSEJ në RM</b>	<b>Shkup</b>	<b>Çair</b>
<b>Numri i të punësuarve në objektet e akomodimit</b>	6.981	1.693	113
<b>Përqindja e pjesëmarrjes(%)</b>	100%	24.25%	1,62%
<b>Numri i të punësuarve në objektet e mikpritjes (ushqim dhe pije)</b>	19.718	6.815	568
<b>Përqindja e pjesëmarrjes (%)</b>	100%	34,56%	2,88%

Burimi: Regjistrimi i kapaciteteve në industrinë e mikpritjes në RM, 2016. ESS i RM

Nga tabela tregohet se punësimi në kapacitetet e akomodimit është simbolik dhe arrin vetëm 113 të punësuar. Kjo reflekton pjesëmarrjen në punësimin total në këtë sektor të Republikës së Maqedonisë, që është vetëm 1.62%. Një situatë e ngjashme është në aspektin e punësimit në objektet hotelerike që ofrojnë shërbime për ushqim dhe pije. Numri i të



punësuarve në këtë sektor është 568, që përfaqëson pjesëmarrjen në punësimin total në Republikën e Maqedonisë prej 2.88%.

Këta tregues tregojnë se punësimi deri në periudhën e vitit 2024 duhet të përmirësohet ndjeshëm në kontekst të rritjes së kapaciteteve të përgjithshme të komunës së Çairit. Ky qëndrim vjen nga situata e punësimit të ulët dhe nga supozimet që do të zgjerohen objektet ekzistuese dhe do të krijohen kushtet për përmirësime të reja hapësinore dhe kadrovike.

### **2.1.3 Regjistri i ushqimeve tradicionale**

Ushqimet tradicionale janë pjesë e ofertës etnografike të hotelerisë në sektorin e turizmit në komunën e Çairit. Shumica prej tyre janë të vendosura në Pazarin e Vjetër të Shkupit, kështu që përveç vlerave të tjera etnografike të pazarit, ato japin një cilësi të veçantë që mund të përkufizohet si një mundësi për t'u bashkuar me rrënjët e ekzistencës së kësaj kulture specifike. Regjistri (Tabela 6 në Shtojcë) mbulon ushqimet kryesore dhe ëmbelsirat, si dhe format e specialiteteve të përgatitura.

### **2.1.4 Përfaqësimi dhe regjistrimi i trashëgimisë kulturore dhe historike**

Trashëgimia kulturore në komunë ka një rol themelor të zhvillimit të turizmit. Është karakteristike se ajo ka një karakter shumëdimensional. Mbi këtë bazë mund të supozojmë se pjesëmarrja mund të jetë nga segmente të ndryshme të aspiratave që duhet të përmbushen në këtë hapësirë. Përfaqësimi i trashëgimisë kulturore në komunën e Çairit është dhënë në tabelën nr. 7.

Tabela nr.7 - Përfaqësimi i trashëgimisë kulturore-historike në komunë

	<b>Objekte fetare (kisha, xhami,manastir e, teqe)</b>	<b>Monumentet</b>	<b>Objektet dhe sipërfaqet tjera me rëndësi publike dhe trashëgimi natyrore</b>
Komuna e Çairit	12	2	12

Burimi: Studimi i prezantimit të trashëgimisë kulturore dhe natyrore në rajonin e Shkupit, 2012

Pasqyra tabelare tregon se në komunë ka 12 ndërtesa fetare (kisha, xhami, manastire, teqe), 2 monumente dhe 12 objekte të tjera. Kjo flet për një bazë solide për zhvillimin e turizmit kulturor, fetar, manifestime turizmi dhe aktivitete edukative.

Regjistri i vlerave kulturore dhe historike përfshin këto vlera si vende dhe objekte, përmbajtjen e atraktivitetit dhe mundësinë e përdorimit të saj si produkte të veçanta turistike. Ky regjistër është dhënë në Tabelën nr. 8 në Shtojcë.

### **2.1.5 Regjistri i trashëgimisë etnografike**

Regjistri i trashëgimisë etnografike mbulon zanatet tradicionale dhe folklorin. Brenda zanateve tradicionale përcaktohen përmbajtjet dhe llojet që mund të përdoren në industrinë e turizmit. Vend të veçantë zë qeramika, gjërat e thurura, filigrani, lëkura, gëzofi dhe të tjera. Mundësitë për arsim, punëtoritë kreative, promovimi i zanateve të vjetra, prodhimi dhe shitja e suvenireve janë identifikuar si mundësi për përdorim. Shoqatat kulturore dhe artistike marrin pjesë në regjistrin e folklorit: KUD "Ibe Palikuqa" dhe KUD "Emin Duraku". Ato sigurojnë një pasurim të përmbajtjes së qëndrimit të turistëve me kostume tradicionale të qytetit, vallëzime, zakone dhe këngë, dhe mund të përdoren përmes manifestimeve të përmbajtjes kulturore dhe argëtuese. Ky regjistër i trashëgimisë etnografike jepet në tabelën nr. 9 në shtojcë.

## **2.2 Vizita dhe qëndrimi turistik**

Vizita dhe qëndrimi turistik përcakton nivelin e interesit të turistëve në atraktivitetin dhe bazën receptive në komunën e Çairit. Këto parametra zbatohen për turistët vendas dhe të huaj. Me qëllim të përcaktimit të tendencave në këtë sferë, ka lëvizje në periudhën nga viti 2011 deri në vitin e fundit të analizuar (2017). Periudha për analizë është periudha në të cilën regjistrimet mbahen nga komunat nga ana e Entit Shtetëror të Statistikave të Republikës së Maqedonisë, që flet për rëndësinë e të dhënave, pasi ai mbulon tërë periudhën. Ato janë dhënë si tabelare ashtu edhe grafike.

Në tabelën nr. 10 jepen të dhëna nga vizita e turistëve vendas dhe të huaj.

Tabela nr. 10 - Qëllimi i vizitave turistike

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Turistët vendas	640	1.145	1.189	1.364	2.417	2.692	2.781
Turistët e huaj	5.730	9.179	12.814	12.828	29.809	33.395	38.333
<b>GJITHSEJ</b>	<b>6.370</b>	<b>10.324</b>	<b>14.003</b>	<b>14.192</b>	<b>32.226</b>	<b>36.087</b>	<b>41.114</b>

Burimi: Enti Statistikor Shtetëror i RM, baza makstat, 2018

Tabela tregon se numri i përgjithshëm i turistëve, vendas dhe të huaj, është vazhdimisht në rritje. Në vitin e parë të analizuar ka pasur një pjesëmarrje prej 6.370, dhe në 41.114 turistë. Rritja konstante e regjistruar në të gjitha vitet e analizuara si vazhdimësi. Është dhënë në tabelën nr. 11 përmes paraqitjes së indekseve të rritjes.

Табела бр. 11 – Dinamika e vizitave turistike

Baza e indeksit e vitit 2011

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Turistët vendas	100	179	186	213	378	421	435
Turistët e huaj	100	160	224	224	520	583	669

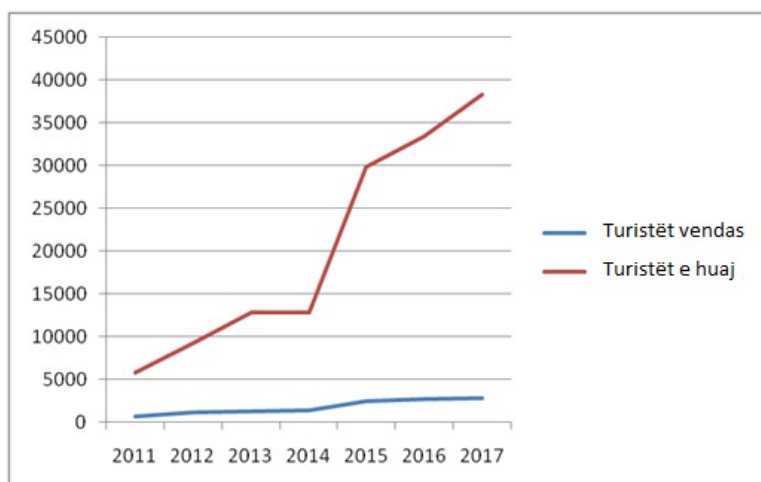
Burimi: Enti Statistikor Shtetëror i RM, baza makstat, 2018

Tabela tregon se indeksi i rritjes me turistët vendas regjistrohet si dinamikë intensive. Pra, rritja në vitin 2017 lëviz brenda kornizave të indeksit 435, që do të thotë se numri i vizitorëve nga shteti është rritur më shumë se 4 herë. Ky është një tregues optimist, sepse nëse një dinamikë ka një tendencë pozitive për të rritur pjesëmarrjen në turizëm.

Veçanërisht optimist duhet të ketë qenë projekti i zhvillimit të vizitave të huaja. Indeksi i rritjes është i vazhdueshëm dhe dinamika është më e madhe. Kështu, në 2017, rritja në lëvizjet e vizitorëve të huaj regjistroi një indeks prej 669. Kjo do të thotë se numri i tyre u rrit me 6.7 herë. Duke qenë se vizitat e huaja kanë një kontribut më të madh ndaj efekteve ekonomike, ky trend do të kontribuojë në një zhvillim më intensiv të turizmit.

Këto lëvizje jepen edhe në Grafikon nr.1. Aty paraqiten të dhëna për numrin e vizitorëve në vit turistët e huaj dhe vendas.

Grafikoni 1 - Lëvizja e vizitave



Burimi: Enti Statistikor Shtetëror i RM, baza makstat, 2018

Grafiku në mënyrë ilustruese paraqet lëvizjet e vizitave turistike. Është e qartë se ka një rritje të vazhdueshme në vizitorët vendas dhe të huaj. Megjithatë, rritja e vizitorëve të huaj është dukshëm më dinamike.

-Qëndrimi i turistëve është një tregues që tregon masën në të cilën turistët qëndrojnë në komunë gjatë vizitës së tyre. Kjo vlen edhe për turistët vendas dhe të huaj. Ato janë dhënë në Tabelën 12.

Tabela nr.12 – Realizimi i netëve nga turistët

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Turistët vendas	1.123	2.012	1.640	1.902	3.201	3.684	3.834
Turistët e huaj	10.432	14.178	20.156	20.546	46.828	56.434	64.322
<b>Gjithsej</b>	<b>11.555</b>	<b>16.190</b>	<b>21.796</b>	<b>22.448</b>	<b>50.029</b>	<b>60.118</b>	<b>68.156</b>

Burimi: Enti Statistikor Shtetëror I RM, baza makstat, 2018

Tabela tregon se numri i qëndrimeve të natës së turistëve vendas në periudhën e analizuar është shënuar me një rritje të ndjeshme. Në vitin 2017 ky numër arrin 3 834 netë. Numri i qëndrimeve të realizuara nga turistët e huaj ishte 64.322. Kjo tregon se në këtë aspekt mbizotërojnë arritjet e turistëve të huaj një ndryshim mbresëlënës. Kjo buron nga natyra e zhvillimit të turizmit në mjedisin urban në të cilin qëndrimi është i shkurtër dhe shumë pak njerëz nga bota qëndrojnë gjatë natës në këto destinacione turistike, dmth kthim relativisht i shpejtë në vendet e banimit. Por për zhvillimin e turizmit, kohëzgjatja e qëndrimit ka qenë shumë e rëndësishme sepse bazohet në të ardhurat e këmbimit valutor në turizëm dhe konsum, gjë që ka rezultate pozitive.

Zhvillimi i turizmit është i lidhur ngushtë me lëvizjen e qëndrimeve gjatë natës në këtë periudhë të analizuar. Ajo zbatohet si për turistët vendas dhe të huaj. Këta tregues janë dhënë në tabelën nr. 13.

Tabela 13 - Dinamika e lëvizjes së qëndrimit

Baza e indeksit e vitit 2011

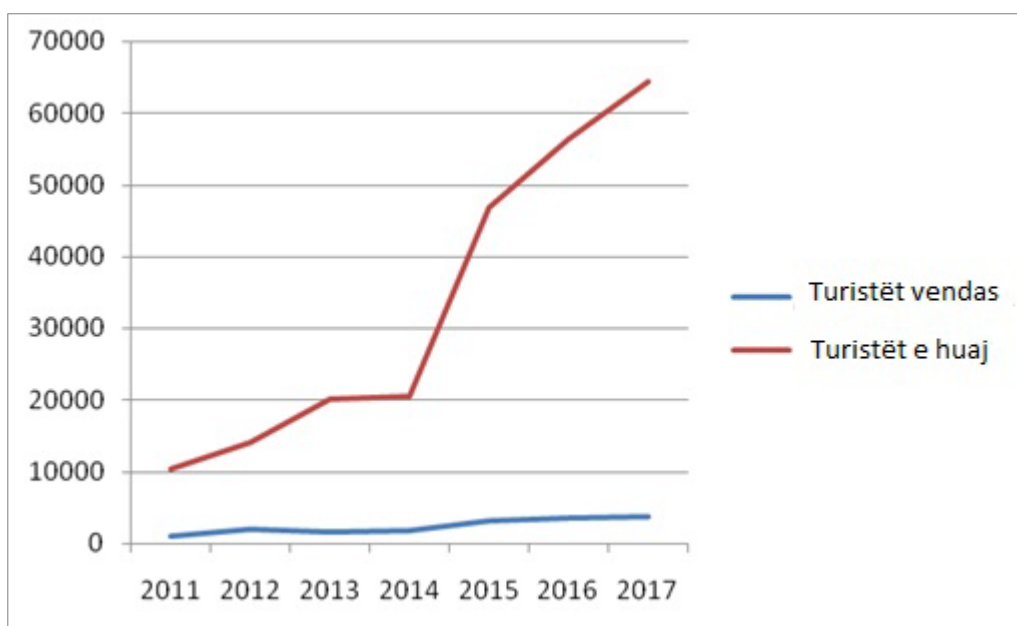
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Turistët vendas	100	179	146	169	285	328	341
Turistët e huaj	100	136	193	197	449	541	617

Burimi: Enti Statistikor Shtetëror I RM, baza makstat, 2018

Analiza e lëvizjes së qëndrimeve të turistëve vendas ka një lëvizje të ndërprerë vetëm për 3 vitet e para të kësaj periudhe. Në periudhën e ardhshme ka një rritje të vazhdueshme, kështu që në vitin 2017 indeksi arrin 341 në raport me vitin bazë 2011. Gjatë qëndrimit të turistëve të huaj kjo lëvizje është e vazhdueshme. Duket në të gjitha vitet e analizuara për vitin e fundit

(2017) të arrijë një indeks të rritjes së qëndrimeve gjatë natës prej 617. Lëvizje të tilla janë në kontekstin e vizitave turistike. Numri i qëndrimeve të natës së turistëve të huaj është rritur më shumë se 6 herë. Është një arritje shumë pozitive, e cila na mundëson të konkludojmë se në periudhën e ardhshme pesëvjeçare mund të presim rezultate pozitive. Rezultatet e qëndrimeve gjatë natës jepen në formë grafike. Në grafikun nr.2 tregon ndryshimin e ndjeshëm në qëndrimet e natës me turistët vendas dhe të huaj.

Grafikoni 2- Lëvizja e qëndrimit



Burimi: Enti Statistikor Shtetëror I RM, baza makstat, 2018

Grafiku 2 tregon qartë lëvizjet e qëndrimeve të natës dhe raportet e tyre në këtë drejtim. Nga kthesat shihet se rritja e turistëve të huaj është dukshëm më dinamike në drejtim të turistëve vendas që inkurajon situatën, sepse ajo është një bazë e fortë për arritjet e ardhshme.

### 2.3 Të ardhurat e realizuara nga turizmi

Të hyrat e realizuara janë një tregues jo vetëm i turistëve por edhe i zhvillimit ekonomik të komunës së Çairit. Analiza e të ardhurave të realizuara të turistëve vendas shpreh përhapjen e tyre nga zona të tjera në këtë destinacion turistik. Sidoqoftë, më e rëndësishmja është konsumi i realizuar nga turistët e huaj, sepse rrit fitimet në valutë dhe madje ka pjesëmarrje të drejtpërdrejtë në rritjen e prodhimit të brendshëm bruto. Vëllimi i të ardhurave si konsumi turistik jepet në tabelën nr. 14.

Tabela nr. 14 - Konsumi turistik

në dollar

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Turistët vendas	89.840	160.960	131.200	152.160	256.080	294.720	306.720
Turistët e huaj	834.560	113.4240	1.612.480	1.643.680	3.746.240	4.514.720	5.145.760
<b>Gjithsej</b>	924.400	1.295.200	1.743.680	1.795.840	4.002.320	4.809.440	5.452.480

Burimi: Enti Statistikor Shtetror i RM, baza makstat, 2018

Nga vështrimi i tabelës, vërehet se të ardhurat e krijuara nga qëndrimi i turistëve të huaj janë dukshëm më të larta se performancat e turistëve vendas. Në vitin e fundit të analizuar turistët e huaj bënë 5.145.760 dollarë, ndërsa të huajt 306.720 dollarë. Kjo do të thotë se komuniteti i biznesit dhe ofruesit e tjerë të shërbimeve kanë gjeneruar të ardhura të përgjithshme prej \$ 5.452.480. Nëse i krahasojmë këto shfaqje me ato të vitit të parë të analizuar do të shohim se ka pasur një rritje të dukshme. Trendet e konsumit turistik janë dhënë në Tabelën nr. 15.

Tabela nr. 15 - Dinamika e lëvizjes së konsumit

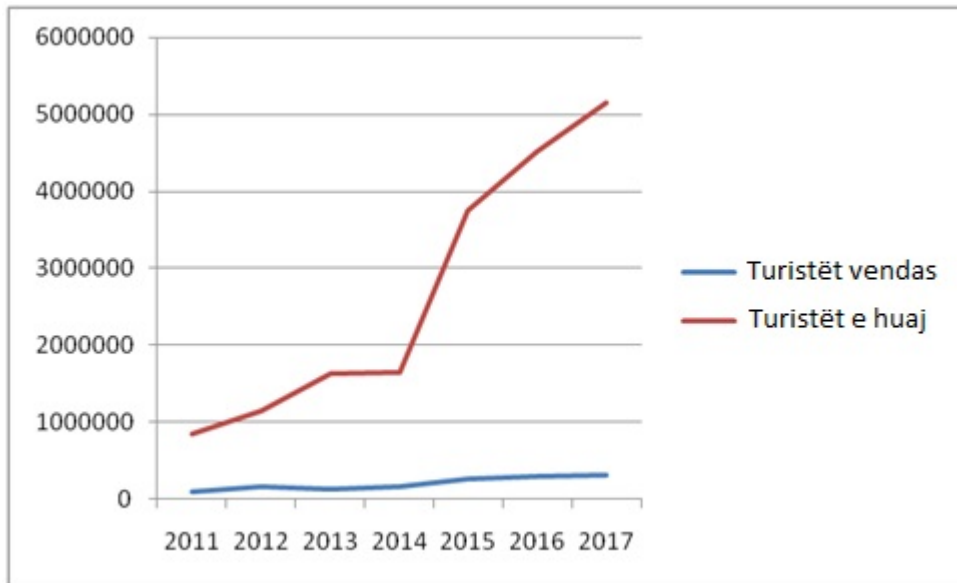
Baza e indeksit viti 2011

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Turistët vendas	100	179	146	169	285	328	341
Turistët e huaj	100	136	193	197	449	541	617

Burimi: Enti Statistikor Shtetëror i RM, baza makstat, 2018

Të dhënat në anketën tabelare tregojnë se në komunën e Çairit të hyrat e realizuara në periudhën e analizuar janë vazhdimisht në rritje. Indeksi i rritjes është i pranishëm, si në turistët vendas dhe të huaj. Ky trend i rritjes së shpenzimeve turistike arriti nivelin më të lartë në vitin 2017 kur turistët vendas rriten me 3.4 herë dhe turistët e huaj me 6, 17 herë, në krahasim me vitin bazë 2011. Kjo flet për efektet që mund të priten në periudhën e ardhshme pesëvjeçare. Këto lëvizje tregohen në grafikun 3.

Grafikoni 3 – lëvizja e konsumit turistik



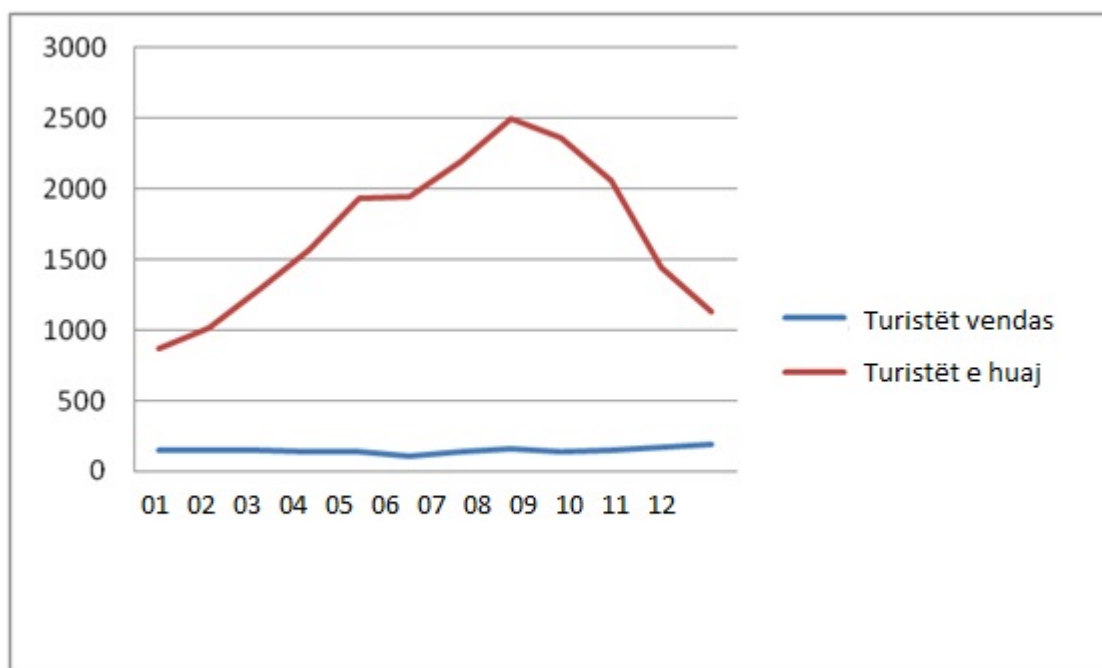
Burimi: Enti Statistikor Shtetëror I RM, baza makstat, 2018

Grafiku 3 ilustron qartë se lëvizja e konsumit turistik është theksuar veçanërisht tek turistët e huaj. Kjo rritje dinamike ka një konotacion pozitiv sepse ofron tendenca pozitive zhvillimore.

## 2.4 Pjesëmarrja gjatë sezonit

Sezonaliteti i vizitave dhe qëndrimeve është problemi më i madh në zhvillimin e turizmit në përgjithësi. Kjo rrjedh nga fakti se në kushte sezonale është e nevojshme që të ketë të punësuarë sezonalë, oferta të jetë e vendosur vetëm në një periudhë të caktuar të vitit dhe kështu të reduktojë rentabilitetin e operacioneve dhe për të rritur shpenzimet në procesin e punës. Prandaj është e domosdoshme që masat të drejtohen drejt relaksimit të mëtejshëm të proceseve sezonale.

Grafikoni 4 – Turizmi sezonal



Burimi: Enti Statistikor Shtetëror I RM, baza makstat, 2018

Në komunën e Çairit, vizitat e turistëve nuk janë të shprehura qartë për sa i përket sezonit. Sidomos kjo vlen për klientelën e brendshme. Sezonaliteti i caktuar është i pranishëm në mesin e turistëve të huaj që kanë vizituar vizitat e tyre në periudhën e analizuar 2011-2017 në muajt nga prilli deri në nëntor, që do të thotë se vetëm në muajt e dimrit vizita në këtë destinacion turistik është zvogëluar. Kjo situatë tregon se në pjesën e dimrit të vitit është e nevojshme organizimi i manifestimeve, tubimeve dhe shfaqjeve në mënyrë që të përmirësohet pjesëmarrja në atë interval kohor, dhe kështu të arrihen rezultate pozitive të zhvillimit.

## 2.5 Përcaktimi i zonave të emetimit në turizëm

Përcaktimi i zonave emetive është i rëndësishëm si një treg potencial për shitjen e produkteve turistike nga komuna e Çairit si një destinacion turistik. Vendndodhja e tyre rrjedh nga dinamika e frekuentimit nga vendet e përkatësisë. Në bazë të këtyre parametrave, ne mund të përcaktojmë vendet nga të cilat pritet pjesëmarrja maksimale e pritshme në periudhën e ardhshme. Të dhënat për gjendjen janë sistematizuar në tabelën nr. 16.



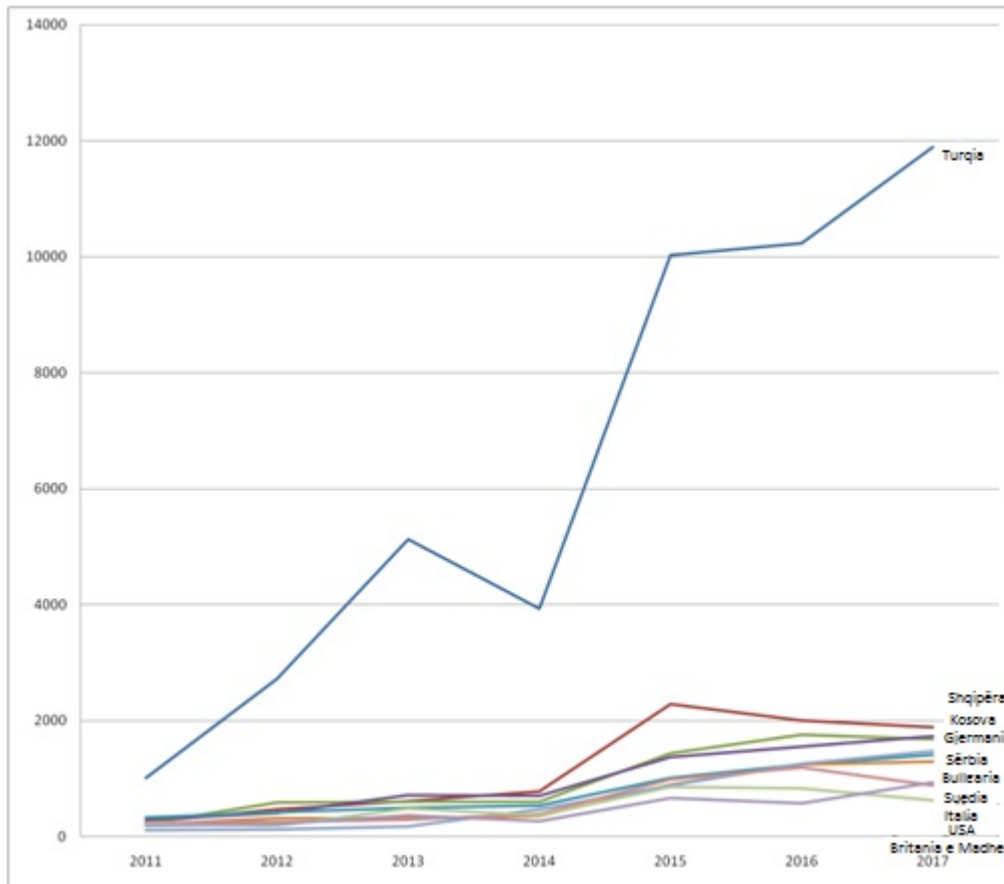
Tabela nr. 16 – Vizitat e turistëve nga shtetet emetive

	Shtetet emetive	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Gjithsej
1.	Turqia	1.015	2.726	5.121	3.937	10.029	10.223	11.886	<b>44.937</b>
2.	Shqipëria	256	474	610	779	2.283	1.999	1.888	<b>8.289</b>
3.	Kosova	234	599	600	611	1.438	1.762	1.684	<b>6.928</b>
4.	Gjermania	295	415	715	709	1.379	1.557	1.738	<b>6.808</b>
5.	Sërbia	330	420	498	534	1.018	1.247	1.417	<b>5.464</b>
6.	Bullgaria	214	319	323	358	891	1.242	1.296	<b>4.643</b>
7.	Suedia	113	120	179	471	881	1.256	1.478	<b>4.498</b>
8.	Italia	238	249	292	387	983	1.189	881	<b>4.219</b>
9.	USA	208	188	485	363	857	831	624	<b>3.556</b>
10.	Britania e Madhe	197	223	375	273	666	571	932	<b>3.237</b>
11.	Rumania	90	126	173	339	529	807	1104	<b>3.168</b>
12.	Kroacia	285	265	180	281	435	489	582	<b>2.517</b>
13.	Sllovenija	255	269	246	213	377	563	591	<b>2.514</b>
14.	Hollanda	196	156	283	328	539	416	594	<b>2.512</b>
15.	Polonia	124	298	213	281	476	418	657	<b>2.467</b>
16.	Vende tjera aziatike	31	63	93	157	298	746	964	<b>2.352</b>
17.	Franca	183	236	196	162	533	447	579	<b>2.336</b>
18.	Belgjika	75	116	208	167	477	546	576	<b>2.165</b>
19.	Greqia	185	177	244	190	431	490	418	<b>2.135</b>
20.	Zvicra	64	150	168	161	448	455	515	<b>1.961</b>
21.	Kina	31	88	19	48	363	786	612	<b>1.947</b>
22.	Austria	111	200	227	166	307	421	440	<b>1.872</b>
23.	Norvegjia	35	69	98	120	370	535	513	<b>1.740</b>
24.	Danimarka	23	59	50	175	364	440	476	<b>1.587</b>
25.	Bosnje Hercegovina	77	199	171	179	273	351	327	<b>1.577</b>
26.	Spanja	76	86	76	85	279	265	669	<b>1.536</b>
27.	Vende tjera evropiane	14	27	50	83	332	378	475	<b>1.359</b>
28.	Hungaria	71	86	91	91	150	272	545	<b>1.306</b>
29.	Kanada	21	21	32	77	152	294	556	<b>1.153</b>
30.	Mali I Zi	59	117	109	89	172	290	229	<b>1.065</b>
31.	Australia	41	67	100	131	239	232	249	<b>1.059</b>
32.	Federate Ruse	27	90	75	99	190	239	316	<b>1.036</b>
33.	Finlanda	117	100	60	87	218	254	174	<b>1.010</b>
34.	Çekia	63	65	56	92	133	152	234	<b>795</b>
35.	Izraeli	26	14	10	21	134	234	282	<b>721</b>

Burimi: Enti Statistikor Shtetëror i RM, baza makstat, 2018

Nga tabela mund të shihet se në periudhën e analizuar ka pasur lëvizje emetive të dukshme. Vlen të përmendet qarkullimi i realizuar nga turistët R. Turqisë. Ata janë në vendin e parë me një numër total vizitash në këtë periudhë prej rreth 45.000. Është e dukshme që turistët turq vazhdimisht e rrisin pjesëmarrjen e tyre gjatë kësaj periudhe, kështu që nga 1.015 në vitin 2011 numri rritet në 11.886 në vitin 2017. Vendi i dytë është R. Shqipërisë, dhe e treta është Kosova. Turistët nga këto vende gjithashtu shënuan një rritje permanente në këtë periudhë të analizuar. Këto kushte mund të shpjegohen nga marrëdhëniet ndërkulturore që ekzistojnë në komunë dhe përfaqësimi i monumenteve kulturore dhe historike të karakterit oriental. Nga vendet e Evropës Perëndimore, shumica e turistëve vijnë nga Republika Federale e Gjermanisë. Gëzon fakti se numri i tyre është rritur gradualisht në mënyrë që ajo mund të pritet në tregun gjerman pas tregjeve të lartëpërmendura të Turqisë, Shqipërisë dhe Kosovës që të jetë një nga tregjet më të rëndësishme për shitjen e produkteve turistike të komunës së Çairit. Në tregun turistik pasojnë Serbia, Bullgaria, Suedia, Italia, Shtetet e Bashkuara dhe Mbretëria e Bashkuar. Këto janë në të vërtetë dhjetë vendet emetive drejt të cilave duhet të drejtohet oferta turistike e komunës. Vendet në vazhdim janë tregjet potenciale. Në veçanti, ajo i referohet turistëve nga Kroacia, Sllovenia dhe Holanda, veçanarisht Kina, nga e cila në vitin 2011 vizituan vetëm 31 vizitorë dhe në vitin 2017 vetëm 612 vizitorë. Potencialet e tilla në periudhën e ardhshme pesëvjeçare duhet të përdoren me realizimin e masave dhe aktiviteteve të parashikuara në Planin e Veprimit. Lëvizjet e vizitave nga vendet emetive në tregjet më të rëndësishme emetive janë dhënë në Grafikon nr. 5.

Grafikoni 5 - Lëvizja e vizitave nga vendet emetive



Burimi: Enti Statistikor Shtetëror i RM, baza makstat, 2018

Nga grafikoni 5 mund të vërehet nga ilustrimi I paraqitur se niveli dominues i vizitave të turistëve është nga Turqia. Mbi këtë bazë, bazohet gjithashtu nevoja për të drejtuar ofertën turistike në këtë vend. Por gjithashtu sugjeron se është e domosdoshme që tregu i turizmit në Turqi të filloj me produktet e turizmit që do të pasqyrojnë vlerat e marrëdhënieve ndërkulturore të këtij destinacioni turistik me hapësirën emituese. Pjesa tjetër e vendeve emetive ka një rritje të lehtë, por është e qartë se oferta turistike duhet të lëvizë në këtë drejtim.

## 2.6 Raporti i studimit në terren

Hulumtimi në terren ka të bëjë me perceptimin e karakteristikave të potencialeve për zhvillimin e turizmit në komunë. Ky hulumtim është primar dhe përmban mendime në lidhje me karakteristikat e poseduara nga Komuna e Çairit në aspektin e mundësive për promovimin e turizmit. Rezultatet e këtij studimi tregojnë se njohësit e rasteve në komunë besojnë se ka vend për përmirësime në kuadër të vizitës së pritur të turistëve nga rajonet fqinje të vendit dhe jashtë

vendit. Gjithashtu, mendimi i tyre është se ne duhet të promovojë shkëmbimin e turistëve brenda vendit me vendet fqinje dhe rajonin. Mungesa e formaliteteve dhe barrierave për të vizituar komunën vlerësohet si rrethanë pozitive që do të thotë se komuna ka një qëndrim pozitiv ndaj ardhjes dhe qëndrimit të turistëve. Prandaj, pozicioni hapësinor pasqyron pozitivisht zhvillimin e turizmit të komunës.

Sa i përket vlerësimit të manifestimeve, niveli më i lartë i vlerës i jepet ngjarjeve fetare dhe historisë që lidh vendet e emetuara të turizmit (Turqia, Shqipëria dhe Kosova) në komunën e Çairit. Mund të promovohen manifestimet kulturore, ndërsa ngjarjet argëtuese dhe sportive janë në një nivel më të ulët. Prandaj është e nevojshme që ata të përfshihen në ofertën turistike me qëllim të rritjes së përmbajtjes së saj.

Në vlerësimin e trashëgimisë etnografike, vlerë më të lartë kanë zanatet tradicionale dhe folklori. Hapësira për promovim ndodh në veprimtarinë e shoqatave kulturore dhe artistike, numri i të cilëve është modest. Ata mund të kontribuojnë në promovimin e organizatës turistike.

Turistët besojnë se niveli i familjeve dhe kompanive të regjistruara në komunë për ofrimin e shërbimeve turistike është shumë i ulët, gjë që hap hapësirë për promovimin e tyre. Vetëqeverisja lokale vlerësohet si një strukturë organizative relativisht e mirë në lidhje me miratimin e dokumenteve që inkurajojnë bashkëpunimin në fushën e turizmit, edhe pse në këtë fushë ekziston mundësia për qasje më intensive të zhvillimit. Zonat e gjelbërta dhe rekreative kanë karakteristika relativisht modeste, megjithëse me ndihmën e mundësive në dispozicion, komuna po përpiqet të përparojë. Gjendja e sigurisë në komunë është relativisht e mirë edhe pse mendohet se mund të veprojë në drejtim të nxitjes së mirëkuptimit të ndërsjellë në marrëdhëniet midis turistëve dhe komuniteteve lokale. Dokumentet e miratuara të planifikimit për sigurinë janë në nivel të lartë. Një vlerësim i ngjashëm është dhënë edhe për planet e përgjithshme urbanistike dhe të detajuara të përdorimit të tokës dhe infrastrukturës për nevojat e zhvillimit të turizmit. Njohja e mundësive është që promovimi i turizmit të nxitet nga lidhja organizative e Agjencisë për Promovimin dhe Mbështetjen e Turizmit (APMT).

Objektet e pritjes janë vlerësuar si të pamjaftueshme në fushëveprim. Sa i përket cilësisë, ato duhet të promovohet. Vlerësimi i pranueshmërisë së turizmit në mesin e popullsisë nuk është në nivelin më të lartë, duke lënë hapësirë për marrje në një drejtim pozitiv. Gjithashtu, hapësira për përmirësim është edhe në fushën e ofrimit të infrastrukturës së informacionit.

Për menaxhimin e potencialit, njohësit e situatës e konsiderojnë atë relativisht të mirë, por lënë mundësinë për pajisje teknike audio-vizuale të atraktivitetit dhe përmirësimit të infrastrukturës. Shrirja e kërkesës dhe ofertës është vlerësuar si një hapësirë e mundshme për aktivitete të mëtejshme në drejtim të pranueshmërisë së produkteve turistike në tregun e turizmit. Sezonaliteti vlerësohet si një faktor relativisht i balancuar, por ekziston edhe mundësia e avancimit të këtij plani. Burimet njerëzore vlerësohen si një prirje për mikpritjen, por në aspektin e punësimit besohet se mund të bëhet një qasje drejt një plani profesional.

### 3. Misioni dhe vizioni për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit

Strukturat e menaxhimit dhe qeverisjes në komunën e Çairit, të udhëhequr nga Kryetari I komunës, kanë shprehur ambiciet e turizmit për të mundësuar atë që të bëhet një përshpejtues i zhvillimit ekonomik dhe social. Ata ndërmarrin aktivitete që do të mundësojnë realizimin e qëllimeve të përcaktuara. Në këtë kuptim, qasjeve strategjike u jepet një karakter planifikimi. Ajo gjen bazën e saj në një mision dhe vizion të përcaktuar qartë për zhvillimin e turizmit.

#### 3.1 Misioni për zhvillimin e turizmit

Misioni i komunës për zhvillimin e turizmit rrjedh nga kuptimi që i jepet komunës së Çairit. Ajo mund të përkufizohet si një angazhim për të gjithë strukturat organizative dhe palëve të interesuara që turizmi të përjetojë lulëzimin si një veprimtari e zhvillimit konkurrues. **Misioni kryesor i komunës së Çairit është i njohur për fizionominë e turizmit dhe strukturën e përmbajtjes.** Që angazhimi në këtë drejtim të jetë racional, atëherë është e nevojshme lidhja e komponentëve të turizmit në një tërësi të unifikuar që do të mundësojë përdorimin optimal të burimeve në dispozicion. Kjo do të sigurojë zhvillimin afatgjatë të personave që janë të vendosur në këto veprimtari, dhe janë të menaxhuara nga interesat e përbashkëta të palëve dhe strukturave të rëndësishme të qeverisjes.

Përpjekjet janë të drejtuara drejt përmirësimit të mentalitetit të popullsisë drejt mikpritjes, kështu që çdo vizitë prodhon një ndjenjë kënaqësie, si me ofruesit e shërbimeve ashtu edhe me mysafirët e tyre. Baza e ofertës turistike duhet të jetë baza për krijimin e produkteve turistike dhe shërbimeve individuale që kanë vlera konkurruese në tregun e turizmit. Misioni i zhvillimit të turizmit, pavarësisht nga përshpejtimi i ekonomisë, rezultatet pozitive ekonomike dhe përfitimet sociale duhet të jenë një faktor për promovimin e komunës së Çairit si një destinacion tërheqës turistik. Misioni përmban parimet e mëposhtme të zhvillimit të komunës:

- partneriteti ndërmjet të gjithë anëve në fushën e sportit dhe turizmit;
- përmes përmirësimit të infrastrukturës turistike për të marrë një qasje selektive në zhvillimin e kësaj veprimtarie;
- oferta turistike për të përfshirë origjinalitetin dhe kreativitetin në vlerat kulturore dhe natyrore dhe promovimin e zonave të mbrojtura të lokaliteteve dhe objekteve;
- promovimi dhe diversifikimi i ofertës hoteliere në fushën e shërbimeve të specializuara sipas mundësive në dispozicion në komunë dhe

- ndërtimi i cilësisë së shërbimeve në ofertë përmes aplikimit të normave dhe standardeve më të fundit në sektorin e turizmit dhe hotelierisë, të cilat korrespondojnë me kërkesën e sofistikuar.

### 3.2 Vizioni i zhvillimit të turizmit

Vizioni i zhvillimit të turizmit në komunën e Çairit është i lidhur ngushtë me angazhimin e palëve të interesit në kuadër të misionit të vendosur. Komuna e Çairit në vitin 2023 është një **destinacion i njohur turistik**, i cili, në bazë të burimeve turistike që ka në dispozicion, mund të krijojë produkte turistike konkurruese në tregun turistik. Zhvillimi i turizmit siguron hapësirë për investime. Turizmi siguron një proces të punësimit intensiv, duke hapur vende të reja pune. Është një destinacion turistik i cili, në funksion të afirmimit të qëndrueshmërisë, nxit trashëgiminë e tij kulturore dhe natyrore, u kushton vëmendje traditatave që rrjedhin nga marrëdhëniet e harmonizuara shumëetnike. Si një destinacion turistik që ka arritur një nivel të respektit të jashtëzakonshëm për mjedisin jetësor, është bërë brend: **"Turizmi në Çair është kulturë, higjenë dhe rregullsi"**. Në drejtimin e këtij slogani në komunën e Çairit, është arritur një nivel i lartë i higjienës dhe përmirësimit të hortikulturës. Vlerat e mbrojtura kulturore ruhen në origjinalitetin e tyre dhe atraktivitetet e reja turistike përfshihen në ofertën turistike. Pra, është **përmirësuar konkurrenca** e produkteve turistike në tregun e turizmit. Pikërisht në këtë periudhë që u gjetën tregje të reja turistike, kështu që komuna është vizituar nga turistë të mjediseve të reja. **Harmonizimi në marrëdhëniet ndërkulturore** është bërë një shembull i bashkëjetesës dhe bashkëpunimit të ndërsjellë në turizëm. Ajo aplikohet edhe në mjedise të tjera. Kultura e sjelljes është bërë një faktor pozitiv në bashkëveprimin midis turistëve dhe ofruesve të shërbimeve. **Objektet e akomodimit kanë arritur cilësi të lartë** dhe zbatimin e standardeve moderne. Restorantet karakterizohen me shprehje **origjinaliteti në ofertë**, dhe rritja e numrit të subjekteve të biznesit në industrinë e turizmit dhe hotelierisë ka forcuar konkurrencën dhe ka përmirësuar **cilësinë e shërbimeve**. Akomodimi vendas është bërë një faktor receptiv në zhvillimin e turizmit. Vizitat sezonale janë reduktuar në masë minimale që rentabiliteti i operacionit u rrit në një nivel më të lartë dhe për të **rritur shpenzimet turistike**. Me ngritjen e nivelit të **sigurisë së turistëve**, keqkuptimet dhe reduktimi i fenomeneve negative në komunën e Çairit janë krijuar si një destinacion turistik që garanton sigurinë e turistëve dhe të mirën e tyre. Duhet të mundësojë që shkalla e **kënaqësisë së turistëve** nga qëndrimi të jetë në nivel të lartë.

## 4. Vendosja e qëllimeve dhe rezultateve për promovimin e turizmit

Qëllimet e promovimit të turizmit përkojnë me synimet e përgjithshme ndaj të cilave synon zhvillimi i turizmit. Kjo lidhje nënkupton që promovimi është një nga aktivitetet bazë që mundëson turizmin të jetë një faktor në zhvillimin e përgjithshëm social dhe ekonomik të komunës së Çairit. Në mënyrë që kjo të operacionalizohet, është e nevojshme të përcaktohen qëllimet e përgjithshme dhe specifike dhe të shikohen rezultatet e pritshme. Në këtë mënyrë do të arrihen drejtimit e sakta për të cilat janë përcaktuar masat dhe aktivitetet në këtë dokument strategjik. Përcaktimi i qëllimeve dhe i rezultateve të pritura bazohen në vizionin që palët e interesuara përcaktojnë si imazh funksional të turizmit në periudhën e ardhshme pesëvjeçare.

### 4.1 Qëllimi i përgjithshëm

Angazhimet strategjike për zhvillimin e turizmit, brenda të cilave aktivitetet promovuese kishin një nga rolet themelore në këtë komunë. **Qëllimi i përgjithshëm është që të bëhet një destinacion turistik konkurrues, i afirmuar dhe i përballueshëm në tregun e turizmit, duke bërë të mundur rritjen ekonomike, rritjen e punësimit dhe cilësinë e jetës.** Kjo nënkupton që promovimi do të mundësojë reputacionin e komunës brenda dhe jashtë komunës në korniza shtetërore. Zhvillimi i turizmit duhet të lejojë atë që të jetë një faktor kyç në qëndrueshmërinë e saj, menaxhimi i të cilit mund të bashkojë atraktivitetin e një natyre të ndryshme dhe do të lejojë që të përdorin standardet evropiane. Qëllimi i përgjithshëm është që komuna e Çairit të ketë një reputacion të një destinacioni turistik që duhet të jetë një model i suksesit në periudhën e caktuar. Zhvillimi i suksesshëm dhe veprimtaria e tij e vlefshme promovuese ka për qëllim për të mundësuar rritjen e pjesëmarrjes së turizmit dhe hotelerisë-mikpritjes në produktin e brendshëm bruto (PBB) të komunës përmes rritjes së realizimit të të ardhurave nga vizitat dhe qëndrimi i turistëve gjegjësisht konsumit të tyre.

### 4.2 Qëllimet specifike

Qëllimet specifike janë në përputhje me qëllimin e përgjithshëm. Në periudhën e ardhshme pesëvjeçare, si një komunë turistike-konkurruese, duhet të realizojë qëllimet e mëposhtme:

- përmirësimi i lidhjes infrastrukturore, pajisjeve komunale dhe rregullimit;
- marrëveshje optimale dhe përdorim i burimeve atraktive turistike në funksion të krijimit të një ofertë të njohur turistike, me të cilat komuna ka status të njohur, përmes krijimit të produkteve të ndryshme turistike të cilat në tregun e turizmit do të jenë në gjendje të pranojë klientelë të segmentuarë turistike;

- përmirësimi i cilësisë së shërbimeve hotelerike dhe shërbimeve të tjera turistike - gjetja e përmbajtjeve të reja që do të pasurojnë imazhin dhe reputacionin e komunës brenda dhe jashtë vendit;
- intensifikimin e aktiviteteve investuese në drejtim të ndërtimit të kapaciteteve;
- promovimi i burimeve njerëzore dhe përmirësimi i punësimit
- zgjidhjen e problemeve të sezonalitetit që përfshin krijimin e një oferte turistike të veçantë me mundësinë e përdorimit të saj në periudhat e pjesëmarrjes më të ulët;
- Forcimi organizativ në funksion të përmirësimit të kënaqësisë së vizitorëve. Ajo duhet të jetë një kënaqësi për suksesin e ofruesve të shërbimeve, ndërsa plani i marketingut të paraqes një mjet promovuese për të rritur imazhin e komunës, si një destinacion turistik;
- duke pasur parasysh se zhvillimi i turizmit promovon fizionomi specifike njerëzore dhe funksionalitetin e hapësirës, qëllimi i banorëve është që në komunën e Çairit ti shfrytëzojnë këto vlera dhe mbi këtë bazë të vijë deri te përmirësimi i cilësisë së jetës së tyre.

### **4.3 Rezultatet e pritshme**

Rezultatet e pritura nga zhvillimi i turizmit në komunën e Çairit në periudhën e ardhshme pesëvjeçare nënkuptojnë realizimin e vizionit të përcaktuar dhe arritjen e qëllimeve të përcaktuara. Bazohet në faktin që ka nevojë për planifikim të suksesshëm dhe të jenë të sistemuara si në vijim:

- Analiza e pozicionit hapësinor do të përcaktojë dhe të definojë fushat prioritare strategjike në drejtim të lidhjes dhe përmirësimit të infrastrukturës;
- do të vijë deri në afirmimin e komunës së Çairit si destinacion të njohur duke u bazuar në atraktivitetin që disponon dhe gjetjen e të rejave që deri tani nuk janë përdorur.
- do të realizohet menaxhim i qëndrueshëm i destinacit turistik, që do të thotë se do të ketë ndryshime komunale dhe pajisjeve të higjienës dhe formimin hortikulturor;
- Vendosija e produkteve turistike do të realizohet me ndihmën e strukturave komunale dhe palëve të interesuara;
- Ne presim të inkurajojmë aktivitetin e investimeve;
- përmirësimi do të ndihet në cilësinë e objekteve hotelerike;
- Ne presim të forcojmë burimet njerëzore dhe strukturën organizative dhe të rrisim punësimin;
- do të rritet pjesëmarrja e vendasve në aktivitetin e turizmit



- turistët do ta njohin komunën e Çairit si një destinacion turistik me një pozicion të lartë promovues.

## 5. Aktivitetet, masat dhe forma institucionale për zhvillimin e turizmit

Masat dhe aktivitetet dhe forma institucionale të zhvillimit të turizmit në këtë dokument gjejnë bazën e tyre në qëllimet e përcaktuara dhe rezultatet e pritshme. Në këtë mënyrë duhet të përmbushet vizioni i zhvillimit dhe të realizohet misioni i faktorëve organizativë, domethënë angazhimi i institucioneve nga të gjitha nivelet e vendimmarrjes, i cili drejtohet nga kryetari i komunës. Ato janë një faktor vendimtar në miratimin dhe zbatimin e Strategjisë.

Që të mund të krijohet një plan veprimi i shëndoshë, është e nevojshme të përcaktohen dhe diferencohen mundësitë e zhvillimit dhe në këtë kuptim të përcaktohen **potencialet** e zhvillimit. Kështu potencialet do të vendosen në lidhje të drejtpërdrejtë me bartësit e politikës turistike në komunën e Çairit.

Potenciali turistik na mundëson, në varësi të qëllimeve të vendosura, të zbatojmë **masat**, për të zbatuar përpjekjet e zhvillimit në periudhën e ardhshme pesëvjeçare. Këto masa nënkuptojnë **aktivitete** adekuate për realizim përmes konkretizimit të tyre. Masat dhe aktivitetet duhet të realizohen në një **afat dhe dinamikë të caktuar** sipas prioriteteve dhe me **vlerën totale financiare** të realizimit.

Në këtë kontekst duhet të kërkohet edhe organizimi i ngjarjeve kulturore dhe turistike, ku aktivitetet specifike kanë gjithashtu një vlerë totale financiare dhe një afat kohor për realizim.

### 5.1 Përkufizimet, llojet dhe potencialet për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit

Zhvillimi i turizmit në komunën e Çairit mund të përkufizohet si një përzierje e vlerave që i përkasin korpusit të atraktivitetit dhe pranueshmërisë. Kështu, ajo përkufizohet si një destinacion turistik për llojet e turizmit selektiv. Këto lloje selektive bazohen në bazën e përcaktuar të potencialeve zhvillimore të përcaktuara në një regjistër të veçantë. Regjistri i vlerave kulturore-historike, pozicioni i saj dhe mjedisi natyror. Duke u bazuar në parametrat që përcaktuar si vlera turistike, ne mund të përcaktojmë llojet e mëposhtme të mundshme dhe potencialet për zhvillim.

Meqenëse komuna ndodhet në pjesën e qytetit të territorit që mbulon komunat e Shkupit, hapësira dominon nga elementi urban. Prandaj, komuna ka **turizmin urban** si një potencial zhvillimi. Ky turizëm përkufizohet si një mundësi për të vizituar njësitë urbane të mjedisit, aktivitetet tregtare dhe manifestimet kulturore, institucionet dhe objektet.

Sa i përket pozitës, komuna ka një karakter të rëndësishëm në kuptimin e trafikut. Gjendja negative është se problemet e trafikut krijohen në këtë mënyrë, por një rrethanë pozitive është se bëhet fjalë për komunikim të mirë dhe **transit** të theksuar të hapësirës.

Prandaj, hapësira mund të përkufizohet si një zonë e rëndësishme tranziti për turistët që kalojnë përmes kryeqytetit të Republikës së Maqedonisë.

Në pikëpamjen e potencialeve turistike të mbajtura nga ana e komunës së Çairit, vendin dominues në ofertën turistike e ka Çarshia e vjetër, si një kompleks i shtëpive të ndërtuara nga materiale vendase tradicionale pra përdorimi i tokës, gurit dhe drurit, e cila nxjerr në pah interesin e ofertës etnografike, në formën e turizmit tradicional urban. Përmban përmbajtje artizanale dhe tregtare që përfaqësojnë një ofertë plotësuese turistike të zhvillimit tradicional urban. Këtu kemi të bëjmë me ofertën e shprehur të mallrave të tregtisë, shërbimeve hoteliere dhe cilësive etnografike artizanale.

Komuna e Çairit është e karakterizuar nga trashëgimia e jashtëzakonshme kulturore si potencial mund të përcaktojmë dhe të dallojmë praninë e objekteve fetare të besimit islam në formën e xhamive dhe teqes si dhe objekteve fetare ortodokse të përfaqësuara si vlera të kishës sakrale. Objektet janë në gjendje të mirë dhe lejojnë zhvillimin e turizmit kulturor dhe fetar, si dhe aktivitete edukative.

Objektet përfaqësojnë një nga burimet më të rëndësishme në përgjithësi në vend, dhe janë paraqitur si bujtina, pallate, kullat, arkade dhe hamame. Ato janë të përshtatshme për përmbajtje dhe **ngjarje** kulturore, si dhe për paraqitjen e arkitekturës specifike orientale.

Monumente kulturore si monumenti i Skënderbeut dhe sarkofagu i Goce Delçevit paraqesin bazë për të vizituar nevojat kulturore dhe arsimore. Sheshi është i përshtatshëm për mbajtjen e manifestimeve.

Në kuadër të ofertës kulturore, Muzeu i Maqedonisë zë vendin e tij, duke shfaqur ekspozita nga periudha të ndryshme të historisë së kësaj zone, si dhe një mundësi për ekspozita, e cila thekson vlerën e saj kulturore dhe arsimore.

Në komunën e Çairit si një destinacion turistik në ofertën turistike, aktivitetet tradicionale artizanale dhe folklori zënë vendin e tyre. Në këtë hapësirë ka përmbajtje të llojit të produkteve artizanale dhe aktiviteteve të tilla si: qeramika, suvatimi, farkëtimi, filigrani dhe përpunimi i lëkurës. Kostume tradicionale urbane, vallet, zakonet dhe këngët janë shumë të rëndësishme për krijimin e produkteve turistike me karakter kulturor dhe zbatimës me theks të veçantë në elementin e manifestimit.

Si sublimim i përkufizimit të llojeve dhe potencialeve për zhvillimin e turizmit, ne mund të përcaktojmë zgjidhjet e mëposhtme për zhvillimin e turizmit. Si udhëkryq në rrugë, komuna e Çairit mund të zhvillojë turizmin transit. Megjithatë, ajo është kryesisht komuna ku si element i qytetit dominon turizmi urban, veçanërisht theksohet turizmin kulturor dhe arsimor, mundësitë e aktiviteteve manifestive dhe turizmit të kongreseve, turne të shoppingut dhe turizmit fetar, dhe elementet tradicionale urbane në ofertën turistike të Komunës së Çairit.

## **5.2 Aktivitetet dhe masat e bazuara në potencialin për zhvillimin e turizmit - aktivitetet specifike, vlera e përgjithshme, afati kohor**

Aktivitetet dhe masat të cilat janë të bazuara në potencialin për zhvillimin e turizmit në komunë rezultojnë nga prania dhe shtrirja e përdorimit të atraksioneve turistike dhe komplekse perceptuese, të cilat përcaktojnë zhvillimin e turizmit. Ato kryesisht rrjedhin nga qëllimet e përcaktuara të zhvillimit dhe rezultatet e pritshme. Në bazë të qëllimit të përgjithshëm, përcaktohen qëllimet operacionale që shprehin veçoritë e procesit. Ato mbulojnë masa dhe aktivitete konkrete. Që të mendohet qëndrueshmëria e këtyre komponenteve duke e rishikuar realizimin e nevojave të strategjisë, aktivitetet konkrete dhe afati kohor i tyre janë dhënë duke pasur parasysh qëllimin e realizimit në pesë vitet e ardhshme. Në planifikimin strategjik janë identifikuar 5 objektiva operacionale: përmirësimi i lidhjes së infrastrukturës, pajisjet komunale dhe rregullimet si dhe atrakcionet, promovimin e resurseve receptive në terme sasore dhe cilësore, performanca e suksesshme e tregut të turizmit, ofertë që synon funksionim të mëtejshëm "zhvillim i sezonit" dhe forcimin e kapaciteteve organizative.

Qëllimi operativ që synon përmirësimin e lidhjes infrastrukturës, pajisjeve komunale dhe rregullimin si dhe atraktivitetin janë të ndara në masat në vijim: futja e një sistemi funksional të trafikut në funksion të turizmit, krijimi i një imazhi të një destinacioni të pastër, hapësinor urban, rregullimin e hapësirës urbane, rregullimin dhe paraqitjen atraktivite dhe promovimin e ofertës përmes organizimit të manifestimeve. Në masën e futjes së një sistemi funksional të trafikut në funksion të turizmit përfshihen aktivitetet e mëposhtme konkrete: përgatitjen e elaboratit për rregullimin e trafikut, sinjalizimit dhe digjitalizimi i lokacioneve turistike dhe vendeve, rregullimi i shtigjeve dhe platformave përpara atraksioneve turistike, përmirësimin e IT, studimi i fizibilitetit për ndërtimin e garazheve shumëkatëshe dhe të peizazhit, një plan për futjen e trenave të animacionit në një makinë elektrike për shikimin dhe vizitën e atraksioneve turistike dhe objekteve të lira. Kjo masë duhet të zbatohet për një periudhë prej 16 muajsh dhe aktiviteti për përmirësimin e lidhjeve të IT-së ka një karakter të vazhdueshëm.

Në masën për krijimin e imazhit të një destinacioni të pastër janë paraparë këto aktivitete: Vendosja e duhur e kazanëve për mbeturina me aplikacione turistike, vendosjen e tabelave me thirrjet për mbajtjen e higjienës dhe mjedisit dhe përgatitjen dhe shtypjen e fletushkave për lidhjen në mes të higjienës dhe turizmit. Kjo masë duhet të zbatohet për një afat kohor prej 5 muajsh.

Nën masën për rregullimin e hapësirës përfshihen aktivitetet e mëposhtme: duke bërë një plan për peizazhin urban, ndërtimin e rrugëve dhe rrafshnaltave para vlerave turistike, pasurimi i hapësirës me burime dhe përmbajtjen e materialeve indigjene dhe aranzhimet hortikulturore. Masat e tilla parashihen të realizohen për një periudhë prej 20 muajsh.

Masa për rregullimin dhe paraqitjen e atraktivitetit mbulon aktivitetet: përpunimi dhe miratimi i raportit për përpunim dhe prezantimin e atraktivitetit të juridiksionit të komunës,

duke sinjalizuar dhe digjitalizuar trashëgiminë kulturore dhe natyrore dhe animacion auditiv dhe vizual të atraktivitetit nën kompetencën e saj, që të realizohet kjo do të nevojitet një periudhë prej 7 muajsh.

Masa për të promovuar furnizimin përmes organizimit të ngjarjeve, aktivitetet do të përfshijnë: organizimin e ngjarjeve kulturore dhe artistike, organizimin e ngjarjeve argëtuese dhe organizimin e ngjarjeve sportive. Duhet të realizohet për një periudhë prej 3 muajsh.

Mënyra operative për të promovuar resurset receptive në terma sasiorë dhe cilësorë përfshijnë masat e mëposhtme: tërheqjen e investimeve për të rritur volumin dhe për të përmirësuar strukturën e objekteve hotelerike, për të përmirësuar cilësinë e shërbimit, përmirësimin e kapaciteteve të burimeve njerëzore dhe promovimin e punësimit dhe përfshirjes së vendasve në aktivitetin e turizmit.

Sipas masës për tërheqjen e investimeve për të rritur volumin dhe për të përmirësuar strukturën e objekteve hotelerike janë paraparë aktivitetet e mëposhtme: përgatitja dhe miratimi i një plani të detajuar urbanistik me kushtet në terren, hartimi dhe miratimi i një manuali mbi procedurat, kushtet, përfitimet dhe mundësitë për aktivitetet investuese në fushën e objekteve hotelerike dhe akomodimit të brendshëm dhe përgatitjen e materialit promovues për mundësi investimi në turizmin e komunës. Masat e tilla duhet të zbatohen brenda një periudhe prej 18 muajsh.

Masa për të përmirësuar cilësinë e shërbimeve do të përfshijë aktivitetet e mëposhtme: zhvillimin dhe adoptimin e një broshure për standardizim dhe hoteleri me cilësi të objekteve në BE, ndarja e çmimve për objekt hotelerik më të mirë (sipas arkitekturës së harmonizuar), ndarje çmimi për më të mirë të mirëmbajtjes jashtë dhe ndarje çmimi dhe mirënjohje për ofrim të shërbimeve më të mira sipas kriterëve të vendosura. Ato duhet të realizohen për një total prej 6 muajsh.

Masa për kapacitetet e burimeve njerëzore dhe nxitjen e punësimit do të mbulojnë këto aktivitete: Zhvillimi i materialeve promovuese në lidhje me karakteristikat dhe përfitimet e punësimit në turizëm dhe hoteleri, organizimin e trajnimeve për përmirësimin e burimeve njerëzore, referimin e seminareve të stafit komunal, trajnime, aktivitete dhe tubime profesionale dhe shkencore dhe organizimi i garave në fushën e turizmit dhe hotelerisë, të cilat duhet të realizohen për gjithsej 8 muaj.

Nën masën që përfshin popullatën lokale në aktivitetin e turizmit do të ndërmeren këto aktiviteteve: fushatë të organizuar mbi rëndësinë e turizmit dhe përfitimet dhe fuqia punëtore të inkurajojë frymën sipërmarrëse dhe fillimin e një biznesi të udhëtimit që duhet të zbatohet në 3 muaj ndërkohë që aktiviteti i krijimit dhe mirëmbajtjes së një baze të dhënash të ofruesve të shërbimeve në shtëpi do të jetë një aktivitet i vazhdueshëm.

Qëllimi operacional i performancës së suksesshme në tregun e turizmit do të realizohet përmes dy masave të mëposhtme: Mbështetja e ofertës së integruar turistike dhe aktiviteteve promovuese.

Masa e mbështetur në ofertën e integruar turistike që do të zbatohet me aktivitetet e mëposhtme: Mbështetje për pjesëmarrje në panairë dhe ngjarjet dhe prezantimin e mundësive turistike të komunës para komunave të afërta ose të binjakëzuara për jo më shumë se 8 muaj,

ndërkohë që aktiviteti për projektim, rrjete dhe mirëmbajtje e të dhënave nga ofruesit e shërbimeve dhe palës tjetër do të jenë një aktivitet i vazhdueshëm.

Masa e cila vlen për aktivitetet promovuese do të përfshijë qëllimet: prodhimin e materialeve promovuese të shtypura, promovimin e turizmit përmes mediave masive dhe çmimin për miratimin e një logo dhe sloganin e turizmit në komunë, si dhe një brend i destinacionit turistik që duhet të zbatohet për 7 muaj.

Qëllimi operativ I ofertës ka për qëllim të mëtejshëm "shpërbërjen e sezonit " duke përfshirë keto masa: krijimin e produkteve të reja turistike dhe qëndrueshmërinë ekonomike të turizmit jashta sezonit.

Masa për krijimin e produkteve të reja turistike do të realizohet nëpërmjet aktiviteteve të mëposhtme: Përgatitja e një katalogu të produkteve të reja turistike në kuadër të Komunitetit, duke organizuar takime profesionale apo diskutime dhe leksione mbi rëndësinë e ofertës kongrese, Wellness, format alternative të turizmit në kushte të ndryshme prezantimi i produkteve të kombinuara të turizmit. Këto aktivitete janë planifikuar të përfundojnë për 15 muaj.

Brenda masës për qëndrueshmërinë ekonomike të turizmit jashta sezonit ka nevojë për të marrë aktivitetet e mëposhtme: organizimin e ngjarjeve për promovimin e efikasitetit të energjisë në standardet e mikpritjes dhe mjedisit, duke organizuar panel diskutime për çmimet në fushën e turizmit në komunë dhe të organizojnë turne stimulues për gazetarët dhe operatorët turistikë në periudhën jashtë sezonit, të cilat duhet të realizohen në 2 muaj.

Për qëllimin operacional për forcimin e kapaciteteve organizative duhet të zbatohet masa: Forcimi i strukturës institucionale, ndërtimi i kapaciteteve për zbatimin e politikave të turizmit, ngritja e kapaciteteve për bashkëpunim ndërkombëtar dhe forcimin e shërbimeve të inspektimit.

Masa për forcimin e strukturës institucionale parasheh aktivitetet e mëposhtme: trajnime në mënyrë që të përmirësohet kapaciteti organizativ dhe standardet në shërbim dhe në hartimin e politikave dhe pjesëmarrjen e të punësuarve në sektorin për takime lokale të zhvillimit ekonomik, seminare dhe trajnime jashtë komunës që do të duhet të përfundojë brenda 4 muajve, ndërsa aktiviteti i krijimit dhe mirëmbajtjes së një rrjeti informativ do të jetë një aktivitet i vazhdueshëm.

Masa për ngritjen e kapaciteteve për zbatimin e politikave të turizmit do të mbulojë këto aktivitete: Përgatitja e publikimit me përmbajtje të akteve nënligjore, ligjore dhe rregulloret e aplikueshme ligjore në turizëm, ligjet që kanë të bëjnë me ekonominë, të drejtat pronësore dhe kushtetutën e shtetit, duke mbajtur tematikën e ngjarjeve për subvencionimin dhe mbështetjen e turizmit dhe mbajtjen e ngjarjeve tematike mbi politikën e taksave në turizëm. Këto aktivitete duhet të realizohen për 4 muaj.

Masa për forcimin e kapaciteteve për bashkëpunim ndërkombëtar do të realizohet nëpërmjet aktiviteteve të mëposhtme: Ligjeratat mbi përdorimin e stimujve nga donatorët, duke mbajtur seminare për përdorimin e granteve dhe kredi të favorshme dhe punëtori për dorëzimin e projekteve. Aktivitetet e tilla janë planifikuar të përfundojnë për një periudhë prej 5 muajsh.

Masa për forcimin e shërbimeve të inspektimit do të përfshijë aktivitetet e mëposhtme: përmirësimin teknik të shërbimeve të inspektimit dhe hartimin e rregulloreve për pajtim ndërmjet shërbimeve të ndryshme të inspektimit në bazën vertikale dhe horizontale që do të zbatohen për një periudhë prej 14 muajsh, ndërkohë që aktiviteti për rritjen e numrit të inspektorëve ( dy) është parashikuar për 60 muaj.

Bartësi i masave dhe aktiviteteve të deklaruara do të jetë Vetëqeverisja Lokale e Komunës së Çairit. Në këtë proces do të jenë pjesëmarrës organet dhe organizatat qeveritare dhe joqeveritare, të sektorit të biznesit, institucioneve shkencore dhe profesionale dhe institucioneve profesionale kulturore, argëtuese dhe sportive.

### **5.3 Organizimi i ngjarjeve kulturore dhe turistike - aktivitete specifike, vlera e përgjithshme, afati kohor**

Organizimi i ngjarjeve kulturore dhe evenimenteve turistike është një nga përfitimet në komunën e Çairit lidhur me përdorimin e tyre për pasurimin e ofertës turistike. Kjo organizatë ka një kuptim të dyfishtë. Manifestimet vetë përfaqësojnë atraktivitet në vetvete, kështu që turistët që vizitojnë komunën janë të përfshirë në aktivitete dhe të kuptojnë konsumin turistik. Nga ana tjetër, organizimi i këtyre formave të aktiviteteve janë produkte të veçanta turistike përmes të cilave prezantohet trashëgimia e pasur kulturore e komunës. Kjo rrit imazhin e destinacionit dhe afirmon veten si një destinacion i njohur turistik. Brenda këtyre formave të organizimit, janë bërë regjistrime të veçanta të ngjarjeve kulturore dhe turistike. Në këtë kontekst, ata gjithashtu kanë aktivitete të veçanta. Bazuar në kohëzgjatjen e tyre, e cila përcaktohet si taksë ose në vit, ato gjithashtu kanë vlera të përafërta financiare. Këto përbërës janë dhënë në tabelën nr. 17.

Tabela nr. 17 - Regjistri i ngjarjeve kulturore dhe turistike me aktivitete specifike, vlera e përafërt dhe afati kohor

Emir i manifestimit (turistike apo kulturore)	Aktivite konkrete	Vlera e përgjithshme (ne mkd)	Afati kohor
Zëri i Çarshisë	- Koncerte të të gjitha zhanreve - Performanca - Shfaqje folklorike - Poezi - Takime letrare - Kolonia e artit -Prezantimi i zanateve të vjetra	300.000	20 Maj- 5 Qershor
Shfaqja kulturore e çarshisë	- Koncerte të të gjitha zhanreve - Shfaqje folklorike	240.000	28 Nëntor
Nata e poezisë turke	- Leximi i poezisë letrare	30.000	18 Shtator
Panairi i qyteteve dhe çarshive	-Promovimi i vlerave të pazarit (vepra artizanale, suvenire, folklor)	120.000	Vjetore
Pazari i zejeve	-Prezantimi i produkteve lokale - Shitja e produkteve si suvenire	120.000	Tetor- nëntor
Kolonia e artit	- Prezantimi i veprave të artit	30.000	Gusht
Festivali Veror i Shkupit	-Koncerte me përmbajtje serioze	300.000	Vjetore

Burimi: të dhënat e mara nga vetëqeverisja lokale e komunës së Çairit

## 6. PLANI I VEPRIMIT

Qëllimet strategjike, masat dhe aktivitetet për zhvillimin e turizmit në komunën e Çairit

### QËLLIMI I PËRGJITHSHËM

Komuna e Çairit të bëhet një destinacion turistik konkurrues, i afirmuar dhe i përballeshëm në tregun e turizmit, i cili do të mundësojë rritjen ekonomike, rritjen e punësimit dhe cilësinë e jetës.

QËLLIMI I PËRGJITHSHËM - Komuna e Çairit për t'u bërë një destinacion turistik konkurrues, i afirmuar dhe i pranueshëm në tregun e turizmit, i cili do të mundësojë rritjen ekonomike, punësimin dhe cilësinë e jetës.

**Qëllimi operativ 1.**  
Përmirësimi i lidhjes  
infrastrukture,  
pajisjeve komunale dhe  
rregullimit si dhe  
atraktivitetit

**Qëllimi operativ 2.**  
Përmirësimi i  
burimeve receptive  
në terma sasiorë  
dhe cilësorë

**Qëllimi operativ 3.**  
Shfaqja e  
sukseshme në  
tregun e turizmi

**Qëllimi operativ 4.**  
Oferta në funksion  
të "ndarjes së  
sezonës"

**Qëllimi operativ 5.**  
Qëllimi operativ 5.  
Forcimi i  
kapaciteteve  
organizative



**Qëllimi operativ 1- Përmirësimi i lidhjes infrastrukturore, pajisjeve komunale, rregullimit dhe atraktivitetit  
Bartësi i aktiviteteve - vetëqeverisja lokale**

	<b><i>Konceptet e aktiviteteve</i></b>	<b><i>Pjesëmarrësit në proces</i></b>	<b><i>Vlera totale</i></b>	<b><i>Afatet kohore</i></b>	<b><i>Treguesit e realizimit</i></b>
<b><i>Masa 1.1 Futja e një sistemi funksional të trafikut në funksion të turizmit Treguesit e realizimit</i></b>	Përgatitja e një elaborati për rregullimin e trafikut	Ekipi i ekspertëve të trafikut	60.000 mkd	3 muaj	Elaborati i përpunuar
	Sinjalizimi dhe digjitalizimi i rrugëve dhe vendeve turistike	Sektori i biznesit të sektorit të IT dhe trafikut	90.000 mkd	2 muaj	Sinjalizimi dhe digjitalizimi i rrugëve dhe vendeve turistike
	Rregullimi i shtigjeve dhe shpatet përpara atraksioneve turistike	Sektori I biznesit nga fusha e ndërtimtarisë	240.000 mkd	2 muaj	Pllaka dhe staza të rregulluara
	Përmirësimi i lidhjeve të TI-së	Sektori I IT	60.000 mkd	Aktivitet i vazhdueshëm	Përmirësimi i lidhjeve të TI-së
	Studim i fizibilitetit për ndërtimin e garazheve shumëkatëshe dhe parkingjeve	- Sektori i biznesit në fushën e arkitekturës dhe ndërtimit	300.000 mkd	6 muaj	Studimi i pranueshmërisë së miratuar
	Plani për futjen e trenave të animuar në makinë elektrike për vizitën e atraksioneve turistike dhe objekteve receptive	Sektori i biznesit nga fusha e trafikut	60.000 mkd	3 muaj	Plan i miratuar
	<b><i>Masa 1.2 Krijimi i imazhit të një destinacioni të pastër</i></b>	Vendosja e koshërave të mbeturinave me aplikacione turistike	Ndërmarrje publike për shërbime komunale	300.000	1muaj
Vendosja e tabelave me apel për rruajtjen e higjenes dhe mjedisit jetësor		Sektori i biznesit nga fusha e ndërtimtarisë	120.000 mkd	2 muaj	Tabelat e vendosura
Përgatitja dhe shtypja e broshurave për lidhjen në mes higjenes dhe turizmit		Tim ekspertësh nga fusha e turizmit Sektori I biznesit nga fusha e grafik-dizajn, shërbimet e shtypit	120.000 mkd	2 muaj	Broshura të përgatitura dhe të shtypura
<b><i>Masa 1.3 Rregullimi i peisazhit hapsinor</i></b>	Miratimi i një plani për peizazhin urban	Sektori I biznesit nga fusha e hapësirës dhe planifikimit urbanistik	120.000 mkd	6 muaj	Plan i miratuar
	Ndërtimi i rrugëve dhe stazave para	Sektori I biznesit nga fusha e ndërtimtarisë	240.000 mkd	2 muaj	Zona e stazave dhe rrugëve të rregulluara

	vlrave turistike				
	Pasurimi i hapësirës me shatërvane dhe përmbajtje nga materiale indigjene	Sektori I biznesit nga fusha e hapësirës dhe planifikimit urbanistik	600.000 mkd	6 muaj	Përmbajtje të ndërtuara
	Rregullimi i hortikulturës	Sektori i biznesit në fushën e bujqësisë dhe pylltarisë	200.000 mkd	6 muaj	Sipërfaqja e hapësirës e rregulluar
<b>Masa 1.4 Restaurimi i hamameve dhe objekteve tjera kulturore dhe historike</b>	Përgatitja e dokumentacionit teknik për restaurimin e Banjosë Re të Vjetër	Komuna e Çairit, kompania projektuese, Drejtorati për mbrojtje të trashëgimisë kulturore	800.000 mkd	8 muaj	Dokumentacioni teknik
	Ndërtimi i objektt Banjosë Re e Vjetër	Komuna e Çairit, kompania projektuese, Drejtorati për mbrojtje të trashëgimisë kulturore	60.000.000 mkd	24 muaj	Objekt I restauruar
	Sanimi i infrastrukturës rrugore në Çarshinë e Vjetër	komuna e Çairit, kompania projektuese, Drejtorati për mbrojtje të trashëgimisë kulturore	60.000.000 mkd	30 muaj	Infrastruktura e sanuar
<b>Masa 1.4. Organizimi dhe prezantimi i atraktivitetit</b>	Përgatitja dhe miratimi i një elaboratë për rregullimin dhe prezantimin e atraksioneve brenda kompetencave të komunës	Ekipi i ekspertëve në fushën e arkitekturës dhe turizmit	60.000 mkd	3 muaj	Elaboratë i përfunduar
	Sinjalizimi dhe digjitalizimi i trashëgimisë kulturore dhe natyrore	Sektori i biznesit në fushën e ndërtimit dhe IT sektori	90.000 mkd	2 muaj	Atraksione turistike të sinjalizuara dhe të digjitalizuara
	Auditimi dhe animimi vizual i atraktivitetit të rregulluar brenda kompetencave	Sektori i biznesit për efektet auditive dhe vizuale	90.000 mkd	2 muaj	Atraktiviteti i rregulluar
<b>Masa 1.5 Promovimi i ofertave përmes organizimit të manifestimeve</b>	Organizimi i manifestimeve kulturore dhe artistike	Shoqatat kulturore-artistike Institucionet kulturore profesionale Ministria e Kulturës	120.000 mkd	1 muaj	Manifestimet e realizuara
	Organizimi i manifestimeve argëtuese	Estrada Shoqatat kulturore artistike Ministria e Kulturës	120.000 mkd	1 muaj	Manifestimet e realizuara
	Organizimi I	Shoqatat sportive	120.000 mkd	1 muaj	Manifestimet e

manifestimeve sportive	Agjencioni për të rinjë dhe sport			realizuara
------------------------	-----------------------------------	--	--	------------

**Qëllimi operativ 2. Përmirësimi i resurseve receptive në kuptim sasiorë dhe cilësorë  
Bartësi i aktiviteteve – vetëqeverisja lokale**

	<b>Aktivitetet konkrete</b>	<b>Pjesmarës në proces</b>	<b>Vlera totale</b>	<b>Afati kohor</b>	<b>Indikatorët e realizimit</b>
<b>Masa 2.1. Tërheqjen e investimeve për të rritur volumin dhe për të përmirësuar strukturën e kapaciteteve hotelierike</b>	Përgatitja dhe miratimi i një plani të detajuar urban me kushtet e lokacionit	- Sektori i biznesit në planifikimin hapësinor dhe urban	240.000 mkd	6 muaj	Plani urbanistik i miratuar
	Përgatitja dhe miratimi i një manuali mbi procedurat, kushtet, përfitimet dhe mundësitë për aktivitetet investuese në zonën e kapaciteteve hotelierike dhe objekteve shtëpiake	Ekipi i ekspertëve në fushën e ekonomisë, drejtësis dhe turizmit	300.000 mkd	6 muaj	Kopje të shpërndara
	Zhvillimi i materialit promovues për mundësitë e investimeve në turizmin e komunës	Agjencia e marketingut	300.000	6 muaj	Kopje të shpërndara

<b>Masa 2.2 Përmirësimi i kualitetit të shërbimeve</b>	Përgatitja dhe miratimi i broshurës për standardizimin dhe cilësinë e kapaciteteve hotelierike në BE	Ekipi i ekspertëve në fushën e turizmit Sektori i biznesit në fushën e dizajnit grafikut dhe shërbimeve të shtypit	150.000 mkd	3 muaj	Broshura të shpërndara
	Shpërndarja shpërblimesh për rregullues eksterieri më të mirë të objekteve hotelierike (arkitekturë e harmonizuar)	Komisioni Profesional	30.000 mkd	1 muaj	Shpërblimet e shpërndara
	Shpërndarja shpërblimesh për rregullues eksterieri më të mirë	Komisioni Profesional	30.000 mkd	1 muaj	Shpërblimet e shpërndara
	Shpërndarja e shpërblimeve dhe mirnjohjeve për dhënien e shërbimeve më të mira sipas kriteriumeve të parapara	Komisioni Profesional	30.000 mkd	1 muaj	Shpërblimet e shpërndara

<b>Masa 2.3 Përmirësimi i</b>	Zhvillimi i materialit promovues për mundësitë dhe	Ekipi i ekspertëve në fushën e turizmit	150.000 mkd	3 muaj	Materialet promovuese të shpërndara
-----------------------------------	--	---	-------------	--------	-------------------------------------

<b>kapaciteteve të resurseve njerëzore dhe promovimi i punësimit</b>	përfitimet për punësim në fushën e turizmit dhe mikpritjes	Sektori i biznesit në fushën e dizajnit të grafikut dhe shërbimeve të shtypit			
	Organizimi i trajnimit për promovimin e burimeve njerëzore	Ekipi i ekspertëve Agjencia e Punësimit	15.000 mkd	1 muaj	Çertifikatat fituara
	Udhëzimi i punonjësve komunalë në seminare, trajnime, aktivitete dhe mbledhje profesionale dhe shkencore	Agjencia e Punësimit	30.000 mkd	2 muaj	Çertifikatat fituara
	Organizimi i garave në fushën e turizmit dhe hotelierisë	Komorat turistike dhe sektoret e biznesit nga fusha e turizmit dhe hotelierisë	90.000 mkd	2 muaj	Gara të organizuara

<b>Masa 2.4 Përfshirja e vendasve në veprimtarinë turistike</b>	Fushata e organizuar për rëndësinë e turizmit dhe përfitimet e saj	Tim ekspertësh nga fusha e turizmit	30.000 mkd	1 muaj	Kampanja të organizuara
	Fushata e organizuar për rëndësinë e turizmit dhe përfitimet e saj	Sektori i IT	60.000 mkd	Aktivitet i vazhdueshëm	Baza e të dhënave të inkuorporuara
	Mbajtja e punëtorive për inkurajimin e frymës sipërmarrëse dhe fillimin e një biznesi turistik	Ekipi i ekspertëve në fushën e menaxhimit dhe turizmit	60.000 mkd	2muaj	Çertifikatat fituara

**Qëllimi operativ 3. Shfaqja e suksesshme në tregun e turizmit  
Bartësi i aktiviteteve - vetëqeverisja lokale**

	<b>Aktivite konkrete</b>	<b>Pjesmarësit në process</b>	<b>Vlera e përgjithshme</b>	<b>Afati kohor</b>	<b>Indikatorët e realizimit</b>
<b>Masa 3.1 Mbështetja për një ofertë turistike të integruar</b>	Projektimi, rrijtëzimi dhe mirëmbajtja e një baze të dhënash të ofruesve të shërbimeve dhe aktorëve të tjerë	Sektori i IT	60.000 mkd	Aktivitet i vazhdueshëm	Baza e të dhënave të inkuorporuara
	Mbështetje në shfaqje të panairëve dhe manifestimeve	Agjencia për Promovimin dhe Mbështetjen e Turizmit	180.000 mkd	6 muaj	Manifestime të mbajtura
	Prezantimi i mundësive turistike të komunës para komunave të afërta ose të binjakëzuara	Komunat në afërsi	60.000 mkd	2 muaj	Takimet e mbajtura

<b>Masa 3.2 Aktivitetet promovuese</b>	Prodhimi i materialeve promocionale të shtypura	Ekipi i ekspertëve në fushën e turizmit Sektori i biznesit në fushën e dizajnit grafik dhe shërbimeve të shtypit	150.000 mkd	3 muaj	Materialet promovuese të shpërndara
	Промоција на туризмот преку мас-медиумите	Mediumet	- 150.000 mkd	3 muaj	Performanca e mediave
	Shpërndarja e shpërblimeve për logon dhe sloganin e turizmit në komunë si një brend destinacioni turistik	Komisioni profesional	- 30.000 mkd	1 muaj	Shpërndarja e shpërblimeve
	Përgatitja e një monografie mbi vlerat atraktive receptive të komunës	Ekipi i ekspertëve në fushën e turizmit Sektori i biznesit në fushën e dizajnit grafik dhe shërbimeve të shtypit	240.000 mkd	12 muaj	Kopjet e monografëve
	Ndarje e shpërblimeve për suvenir të markës më të mire	Komision profesional	- 30.000 mkd	1 muaj	Shpërblimet e shpërndara

**Qëllimi operativ 4. Ofrohet në funksion të "ndarjes së sezonës"  
Bartësit e aktiviteteve - vetëqeverisja lokale**

	<b>Aktivitetet konkrete</b>	<b>Pjesëmarësit në proces</b>	<b>Vlera e përgjithshme</b>	<b>Afatet kohore</b>	<b>Indikatorët e realizimit</b>
<b>Masa 4. 1 Krijimi i produkteve të reja turistike</b>	Përgatitja e një katalogu të produkteve të reja turistike në kuadër të komunës	Ekipi i ekspertëve në fushën e turizmit Sektori i biznesit në fushën e dizajnit grafik dhe shërbimeve të shtypit	240.000 mkd	12 muaj	Katalogje të shpërndara
	Organizimi i tubimeve profesionale, dmth. Debate dhe ligjërata mbi rëndësinë e ofertës së kongreseve, Wellness, formave alternative të turizmit në kushte të ndryshme	Ekipi i ekspertëve në fushën e turizmit	60.000 mkd	2 muaj	Mbledhje të mbajtura
	Prezantimi i produkteve të kombinuara të turizmit që duhet të realizohen	Sektori i biznesit në fushën e turizmit	30.000 mkd	1 muaj	Prezentime të mbajtura

<b>Masa 4.2</b> <b>Qëndrueshmëria ekonomike e turizmit jashtë sezonit</b>	Organizimi i një evenimenti për të promovuar efikasitetin e energjisë në standardet e hotelerisë dhe mjedisit	Sektori i biznesit në fushën e energjisë dhe ekologjisë	15.000 mkd	1 muaj	Ndodhi të mbajtura
	Organizimi i diskutimeve për politikën e çmimeve në fushën e turizmit në komunë	Ekipi i ekspertëve në fushën e ekonomisë dhe turizmit	15.000 mkd	1 muaj	Diskutimet e mbajtura
	Organizimi i turneve nxitëse për gazetarët dhe operatorët turistikë në periudhën jashtë sezonit	Shoqata e Gazetarëve Agjencia për përkrahjen dhe promovimin e turizmit Operatorët turistikë	30.000	1 muaj	Turne nxitëse të mbajtura

**Qëllimi operativ - 5 Forcimi i kapaciteteve organizative  
Bartësit e aktiviteteve - vetëqeverisja lokale**

	<b>Aktivitetet konkrete</b>	<b>Pjesëmarrësit në procese</b>	<b>Vlera e përgjithshme</b>	<b>Afati kohor</b>	<b>Indikatorët e realizimit</b>
<b>Masa 5.1</b> <b>Forcimi i strukturës institucionale</b>	Kryerja e trajnimeve në drejtim të përmirësimit të kapaciteteve organizative dhe standardeve në ofrimin e shërbimeve dhe hartimit të politikave	Ekipi i ekspertëve në fushën e shkencave organizative dhe turizmit	60.000 mkd	2 muaj	Çertifikatat e pranuar
	Pjesëmarrja e punonjësve në sektorin e zhvillimit ekonomik lokal në takime, seminare dhe trajnime jashtë komunës	Qendra për zhvillimin e rajoneve planifikuese	30.000 mkd	2 muaj	Çertifikatat e pranuar
	Krijimi dhe mirëmbajtja e një rrjeti informacioni	Sektori i IT	60.000 mkd	aktivitet i vazhdueshëm	Përfshirja në rrjetin e informacionit
<b>Masa 5.2</b> <b>Forcimi i kapaciteteve për</b>	Përgatitja e një publikimi që përmban përmbajtjen e akteve nënligjore dhe të	Ekipi i ekspertëve në fushën e së drejtës dhe turizmit Sektori i biznesit në	30.000 mkd	2 muaj	Publikime të shpërndara

<b>zbatimin e politikave të turizmit</b>	rregulloreve ligjore të aplikuara në industrinë e turizmit, ligjet që lidhen me ekonominë, marrëdhëniet pronësore dhe rregullimin e shtetit	fushën e dizajnit grafik dhe shërbimeve të printimit			
	Mbajtja e ngjarjeve tematike për subvencionimin dhe mbështetjen e turizmit	Agjencia për Promovimin dhe Mbështetjen e Turizmit	30.000 mkd	1 muaj	Ngjarje të mbajtura
	Mbajtja e ngjarjeve tematike mbi politikën e taksave në turizëm	Ministria e financave e RM	30.000 mkd	1 muaj	Ngjarje të mbajtura
<b>Masa 5.3 Forcimi i kapaciteteve të bashkëpunimit ndërkombëtar</b>	Organizimi i leksioneve për përdorimin e përfitimeve nga donatorët	Shtëpitë e donatorëve të huaj dhe institucionet financiare	30.000 mkd	1 muaj	Leksione të mbajtura
	Mirëmbajtja e punëtorive për shfrytëzimin e granteve dhe huadhënies të favorshme	- Странски донаторски куќи и финансиски институции	60.000 mkd	2 muaj	Punëtori të realizuara
	Mbajtja e punëtorive për aplikim për projekte	Shtëpi konsultuese	60.000 mkd	2 muaj	Punëtori të realizuara
<b>Masa 5.4 Forcimi i shërbimeve të inspektimit</b>	Rritja e numrit të inspektorëve (dy)	Shërbimet e inspektimit me karakter të ndryshëm	4.800.000 mkd	60 muaj	Dy inspektorë të sapo pranuar
	Përmirësimi teknik i shërbimeve të inspektimit	Shërbimet e inspektimit me karakter të ndryshëm	300.000 mkd	12 muaj	Pajisje të përmirësuara teknike
	Përgatitja e rregullores për përputhshmërinë ndërmjet shërbimeve të ndryshme të inspektimit në baza vertikale dhe horizontale	Ekipi i ekspertëve në fushën e së drejtës	15.000 mkd	2 muaj	Rregullorja e miratuar

## 7. SHTOJCAT

Tabela nr. 4 - Regjistri i objekteve në hoteleri dhe vlerësim të cilësisë

Lloji i ofertës hotelerike	Emir i objektit
Hotele	"Arka" "Klan" "Aen" "Korona" "Sanos" "Atika" "RM"
Shitore të mikëpritjes	Snak bar "VA-KU" Restorant i qumështit "Migros" Ëmbëltore "Progres" Doner - sanduiç "JENI" Doner - sanduiç "Hamza" Dyqani ushqimor "Palas" Dyqani ushqimor "Ferdi" Triko "Vogel" Dyqani ushqimor "Teteks" Qebaptore "Sarajevë" Restorant "Saraj" Piceri "PIZZA FRESCO" Bar kafe "LAZZARIN" Çajtore "SLOGA" Dyqani ushqimor "Vëllazëria" Qebaptore "Cosmos" Restoranti "EL-SEN" Restorant "Bazar Sajner" Bukëpjekës "Chardak" Restorant "Zaman 95" Bukëpjekës "Palma" Sandviç "Bash Bazaar" Sandviç "Teteks" Çajtore "MUSLI" Ëmbëltore "Pelivan"



	<b>Restorant "Luxor"</b> <b>Bar Kafe "Lakanja"</b> <b>Kafe bar "Luaj"</b> <b>Çajtore "Lamborghini"</b> <b>Çajtore "Lavazza"</b> <b>Çajtore "Hamza"</b> <b>Çajtore "Kajro"</b> <b>Restoranti i Qumështit "Kajro"</b> <b>Restorant "COLLOSEO"</b> <b>Ëmbëltore "Ohri"</b> <b>Hotel "Junior"</b>
<b>Restorante hotelerike</b>	<b>Restorant "Adana"</b> <b>Restorant "Orient"</b> <b>Restorant "Old Bazar"</b> <b>Restorant "Ara"</b>

Burimi: të dhënat e mara nga vetëqeverisja lokale e Komunës së Çairit

Tabela nr. 6 - Ushqimet tradicionale në komunën e Çairit dhe vlerësimi i cilësisë

<b>Ushqime tradicionale</b>
Simit - pogaçe
Çomlek
Sarma
Turli tava
Specat të mbushura
Domate të mbushura
Tavë mishi
Ëmbëlsirë - tufeklija
Dardhë - tufeklija
Mollë - tufeklija
Petulla
Sheqerpae
Gjyzleme
Dyner
Bakllavë
Paçë
Petë
Kollpite
Bakërdar
Simit - pogaçe

Burimi: Regjistri për potencialet e zhvillimit të turizmit në rajonin e planifikuar të Shkupit, 2017

Табела бр. 8 – Regjistri i vlerave kulturore historike

Vlerat kulturore - historike	Lokacionet	Përmbajtja	Mundësitë për shfrytëzim
Komplekset e vjetra të qytetit	Çarshia e vjetër e Shkupit Bit pazari	Përfaqësimi i përmbajtjeve artizanale dhe tregtare që përfaqësojnë një ofertë plotësuese turistike të zhvillimit tradicional urban	-Shtëpitë janë ndërtuar me materiale vendase me përdorim tradicional të tokës, gurit dhe drurit, e cila thekson interesin për ofertën etnografike në formën e turizmit tradicional urban. Mundësitë për aktivitete tregtare.
Xhami dhe teqe	Xhamia e Murat Pashës Xhamia Aratsa Xhamia Qose Kadi Xhamia e Mustafa Pashës Xhamia e Hudaverdit Xhamia e Haxhi Ballabanit Xhamia e Duqanxhikut Xhamia e Isak begut Xhamia e Isa begut Xhamia e Sulltan Muratit Teqeja e Rufaiskos	Objektet janë në gjendje të mirë dhe të hapur për besimtarët dhe vizitorët	Turizmi kulturor dhe fetar dhe mundësia për aktivitete edukative
Kasha	Kasha „Shën Dimitria“ - Kasha „Shën Spas“	Niveli i lartë i frekuentimit me vlera ekspresive të afreskeve dhe ikonave	
Objekte orientale	Hamami Daut Pashës Hani i Kapanit Hani Kurshumli Hamami Çifte Hani Suli Bezistenet	Përmbajtja kulturore dhe ngjarjet, arkitektura e veçantë orientale	

	Vilajeti han "Yqymet" dhe postëa e vjetër turke  - Kulla e sahatit		
Monumentet kulturore - historike	- Monumenti i Skëndërbeut  - Vari i Goce Dellçevit	Plate për manifestime	Turizmi kulturor, aktivitetet arsimore, turizmi manifestues
Muzejet	- Muzeu i Mqedonisë	Ekspozita në mjediset e muzeut nga periudha të ndryshme të historisë së kësaj zone, mundësi për ekspozita	Turizmi kulturor dhe aktivitetet arsimore

Tabela nr. 9 - Regjistri i trashëgimisë etnografike

<b>Trashëgimia etnografike</b>	<b>Përmbajtja dhe llojet</b>	<b>Mundësitë e shfrytëzimit</b>
Aktivitetet e zanateve tradicionale	- - qeramikë - - suvatim - - kujxhi - - filigranë - - punime prej lëkure	Mundësitë për përmbajtje arsimore, punëtori kreative, promovimi i zanateve të vjetra, prodhimi dhe shitja e suvenireve
Folklori - KUD "Ibe Palikuca" KUD "Emin Duraku"	Kostume tradicionale të qytetit - vallëzimi - zakonet - këngë - gëzof	Mundësitë për përmbajtje kulturore dhe argëtuese