ANALIZË KOMBËTARE

GRATË NË SEKTORIN E TURIZMIT NË SHQIPËRI

MUNDËSITË, SFIDAT DHE RRUGA DREJT BARAZISË

Analizë Kombëtare mbi
Gratë në Sektorin e Turizmit në Shqipëri:
Mundësitë, Sfidat dhe Rruga drejt Barazisë

Deklaratë lidhur me përgjegjësinë: Ky botim u mbështet nga UN Women Shqipëri. Përmbajtja e këtij botimi, si dhe rezultatet e paraqitura në të, përfaqësojnë pikëpamjet e autorëve dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht pikëpamjet e UN Women.

Autore:
Dr. Daniela Moreno Alarcon,
Blerina Ago

© Korrik, 2025 UN Women. Të gjitha të drejtat e rezervuara.

FALËNDERIME

Analiza kombëtare mbi *"Gratë në sektorin e turizmit në Shqipëri"* u bë i mundur falë kontributeve, njohurive dhe angazhimit të vlefshëm të shumë partnerëve të përkushtuar për avancimin e barazisë gjinore dhe fuqizimin e grave në sektorin e turizmit.

Kjo analizë u krye nga ekspertja ndërkombëtare Dr. Daniela Moreno Alarcón dhe ekspertja kombëtare Blerina Ago, në kuadër të projektit të UN Women *"Rritja e konsumit dhe ofertës së shërbimeve turistike në Shqipëri"*. Kjo nismë synon të nxisë transformime afatgjata dhe me ndjeshmëri gjinore në industrinë e turizmit duke shfrytëzuar financimin fillestar dhe duke aktivizuar mbështetje më të gjerë nga donatorët.

Bashkërendimi i punës dhe rishikimi i raportit u drejtuan nga koordinatorja e projektit Irena Beqja Shtraza, me mbështetjen e vyer të Përfaqësuesit të UN Women Shqipëri, Michele Ribotta, Drejtueses së Programeve Erisa Çela, dhe studiueses dhe analistes së të dhënave Majlinda Nesturi.

Shprehim mirënjohjen tonë për bashkëpunimin e vlefshëm me Fondin Shqiptar të Zhvillimit, Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit, Ministrinë e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit, Ministrinë e Sipërmarrjes, INSTAT-in, Departamentin e Turizmit në Bashkinë e Tiranës, Agjencinë për Zhvillimin Bujqësor dhe Rural, Agjencinë Kombëtare për Punësim dhe Aftësi dhe Agjencinë Shqiptare të Zhvillimit të Investimeve. Gjithashtu, shprehim mirënjohjen tonë për organizatat ndërkombëtare dhe partnerët e sektorit privat që e pasuruan këtë studim me vëzhgimet e tyre mbi turizmin me ndjeshmëri gjinore.

Mbi të gjitha, falënderojmë gratë dhe burrat që ndanë me ne përvojat dhe njohuritë e tyre përmes intervistave dhe diskutimeve. Besimi dhe shprehja e hapur e mendimeve prej tyre bënë të mundur nxjerrjen në pah të sfidave dhe të rolit drejtues të grave në formësimin e një sektori turizmi më gjithëpërfshirës në Shqipëri.

TABELA E PËRMBAJTJES

Falënderime 3

Tabela e përmbajtjes 5

Shkurtime 6

Hyrje 7

Përmbledhje ekzekutive 9

Kapitulli 1. Konteksti 11

Kapitulli 2. Fusha e veprimit dhe metodologjia e vlerësimit 18

Kapitulli 3. Menaxhimi i të dhënave dhe hartimi i politikave në turizëm 21

3.1.Gjetjet kryesore 21

3.2.Përfundime 30

3.3.Rekomandime 31

Kapitulli 4. Punësimi në turizëm 32

4.1.Gjetjet kryesore 32

4.2.Përfundime 42

4.3.Rekomandime 43

Kapitulli 5. Sipërmarrja si një mundësi për fuqizimin e grave 44

5.1.Gjetjet kryesore 44

5.2.Përfundime 48

5.3.Rekomandime 49

Kapitulli 6. Arsimi dhe formimi profesional për konkurrueshmëri 50

6.1.Gjetjet kryesore 50

6.2.Përfundime 52

6.3.Rekomandime 53

Kapitulli 7. Gratë udhëtare si katalizatore të turizmit turizëm transformues dhe të përgjegjshëm 54

7.1.Gjetjet kryesore 54

7.2.Përfundime 58

7.3.Rekomandime 59

Kapitulli 8. Komuniteti dhe Shoqëria Civile 60

8.1.Gjetjet kryesore 60

8.2.Përfundime 64

8.3.Rekomandime 64

Kapitulli 9. Konkluzione përfundimtare 65

Shtojca 66

1.Hartëzimi i palëve të interesuara 66

2.Angazhimi i palëve të interesuara gjatë misioneve në terren 73

SHKURTIME

AIDA:	Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve
KEGJFDG:	Konventa për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit ndaj Grave
BERZH:	Banka Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim
GADC:	Qendra Aleanca Gjinore për Zhvillim
INSTAT:	Instituti Kombëtar i Statistikave i Shqipërisë
IPARD:	Programi i Asistencës për Zhvillim Rural në Procesin Para Anëtarësimit
ISCO:	Klasifikimi Standard Ndërkombëtar i Profesioneve
ONP:	Organizata Ndërkombëtare e Punës
PBB:	Prodhimi i Brendshëm Bruto
CSR:	Përgjegjësia Sociale e Korporatës
AFP:	Arsimi dhe Formimi Profesional
UN Tourism:	Organizata Botërore e Turizmit e OKB-së
KBUT:	Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit
AKPA:	Agjencia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive
KE:	Komisioni Evropian
IEBGJ:	Instituti Evropian për Barazi Gjinore
OBZHE:	Organizata për Bashkëveprim dhe Zhvillim Ekonomik
LLST:	Llogaria Satelite e Turizmit
IZHUT:	Indeksi i Zhvillimit të Udhëtimeve dhe Turizmit

HYRJE

Sektori i turizmit në Shqipëri po përjeton rritje dhe zhvillim të shpejtë, gjë që po nxit ekonominë e vendit dhe po luan rol kyç në krijimin e vendeve të punës. Në vitin 2024, Shqipëria mirëpriti 11,7 milionë vizitorë të huaj, që shënon një rritje prej 15,2% krahasuar me vitin 2023. Në nëntë muajt e parë të vitit 2023, në vend erdhën më shumë se 8 milionë vizitorë – më shumë se dyfishi i numrit të tyre në të njëjtën periudhë në vitin 2022. Sektori i Udhëtimit dhe Turizmit në Shqipëri parashikohej të kontribuonte me 608,4 miliardë lekë (6 miliardë dollarë amerikanë) në PBB në vitin 2024, duke përfaqësuar 26,1% të ekonomisë.[1] Ky parashikim shënoi një rritje prej 7,7% krahasuar me vitin 2023 dhe një rritje prej 47,5% krahasuar me vitin 2019. Sektori parashikohej gjithashtu të mbështeste 278.000 vende pune në vitin 2024, duke përbërë 21,8% të punësimit të përgjithshëm, që parashikohet të rritet në 314.200 vende pune deri në vitin 2034.[2] Indeksi i Zhvillimit të Udhëtimit dhe Turizmit (IZHUT) për vitin 2024[3] tregon progres të konsiderueshëm të Shqipërisë, me një përmirësim prej 5,9% dhe përparim nga pozicioni i 78-të në të 66-in.

Turizmi është sektori më i spikatur ekonomik në vend, i nxitur nga një sërë programesh dhe strategjish investimi për të tërhequr investime të huaja të drejtpërdrejta dhe jo të drejtpërdrejta, si dhe për të përparuar në aspektin e zhvillimit të qëndrueshëm. *Strategjia Kombëtare e Turizmit 2025-2030* përfshin një paketë të konsiderueshme projektesh me qëllim forcimin e zinxhirit të vlerës së turizmit. Përmes promovimit të punësimit, nga Strategjia e ardhshme pritet të përfitojnë 73.778 persona deri në vitin 2030.[4]

Në kuadër të kësaj performance të jashtëzakonshme në fushën e turizmit, është e domosdoshme të merren vendime që marrin parasysh nevojat e grave. Kjo është thelbësore për të siguruar rritjen dhe zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit. UN Women Shqipëri ka trajtuar barazinë gjinore në turizëm që nga viti 2017 me *"Udhëzimin për zhvillimin e një studimi bazë mbi gjininë dhe turizmin në Shqipëri"* dhe *"Dokumentin teknik të punës mbi integrimin e barazisë gjinore në sektorin e turizmit në Shqipëri"* dhe shqyrtimin dhe dorëzimin e rekomandimeve për *Strategjinë* Kombëtare të Turizmit 2017-2022 dhe *Strategjinë* Kombëtare të Turizmit 2024-2030. UN Women aktualisht po zbaton Shënimin Strategjik (SHS) të tij 2022-2026,[5] i cili synon të sigurojë që "Të gjitha gratë dhe vajzat të gëzojnë dhe ushtrojnë të drejtat e tyre të njeriut në një shoqëri të barabartë nga perspektiva gjinore dhe të kontribuojnë në mënyrë domethënëse në zhvillimin e qëndrueshëm dhe gjithëpërfshirës social-ekonomik të Shqipërisë dhe në integrimin në BE". Në këtë kontekst, UN Women po zbaton projektin "Përfshirja e perspektivës gjinore në konsumin dhe ofertën e shërbimeve turistike në Shqipëri". Vlerësimi aktual është një nga rezultatet e këtij projekti.

Kjo analizë kombëtare ofron njohuri të rëndësishme mbi situatën aktuale të grave në turizëm, për integrimin me sukses të barazisë gjinore në hartimin e politikave të turizmit, në kushtet e zgjerimit me shpejtësi të sektorit. Është e rëndësishme të theksohet se ai shërben gjithashtu si bazë për hartimin e *Strategjisë Kombëtare të Turizmit 2024–2030*, përmes ofrimit të rekomandimeve të bazuara në të dhëna për një qasje më të përgjigjshme gjinore dhe më gjithëpërfshirëse. Analiza kombëtare është në përputhje me një numër kornizash ligjore ndërkombëtare dhe të BE-së:

- *Strategjia e BE-së për Barazinë Gjinore 2020-2025*: Kjo strategji përqendrohet në promovimin e barazisë gjinore në të gjitha fushat, përfshirë punësimin, sipërmarrjen, arsimimin dhe rolet drejtuese. Ajo është në përputhje me qëllimin e vlerësimit për të trajtuar pabarazitë gjinore në sektorin e turizmit.

- *KEGJFDG (Konventa për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit ndaj Grave):* Shqipëria ka ratifikuar KEFGJDG-në, e cila kërkon që vendi të marrë masa për të eliminuar diskriminimin ndaj grave në të gjitha fushat, përfshirë punësimin dhe

1. Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit (2025). Hulumtim mbi ndikimin ekonomik të udhëtimit dhe turizmit në Shqipëri. https://researchhub.wttc.org/product/albania-economic-impact-report
2. Po aty.
3. Ai vlerëson 119 vende, duke theksuar faktorët dhe politikat që mbështesin rritjen e qëndrueshme në sektorin e udhëtimit dhe turizmit.
4. Këto të dhëna nuk janë të ndara sipas gjinisë në Strategji.
5. UN Women Shqipëri. (2022). *Shënim Strategjik 2022–2026 i UN Women Shqipëri*. https://albania.unwomen.org/en/digital- library/publications/2022/02/un-women-albania-strategic-note-2022-2026

arsimimin. Kjo nismë mbështet përpjekjet e Shqipërisë për të përmbushur detyrimet e saj sipas këtij traktati ndërkombëtar.

- *Platforma për Veprim e Pekinit (1995):* Kjo marrëveshje globale historike, në të cilën Shqipëria është palë, parashikon veprimet kryesore për avancimin e barazisë gjinore në sektorë të tillë si fuqizimi ekonomik, arsimi, qasja në vendimmarrje dhe feminizimi i varfërisë. Fokusi i vlerësimit në fushat e punësimit, sipërmarrjes dhe arsimit përputhet me qëllimet e Platformës së Pekinit.

- *Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm:* Si pjesë e Agjendës 2030 të OKB-së për Zhvillim të Qëndrueshëm, Shqipëria është angazhuar për arritjen e barazisë gjinore dhe fuqizimin e të gjitha grave dhe vajzave. Kjo analizë kombëtare kontribuon në këtë qëllim, duke identifikuar fushat kryesore në sektorin e turizmit ku mund të përfshihet barazia gjinore sipas prioriteteve të përcaktuara në Objektivin 5 (barazia gjinore) dhe Objektivin 8 (punësimi i denjë), por edhe si një komponent kryesor për të mundësuar që në turizmi të arrihet ndryshim transformues gjinor.

- *Legjislacioni i BE-së për barazinë gjinore:* Si vend kandidat për anëtarësim në BE, Shqipëria ka miratuar direktiva të ndryshme të BE-së në lidhje me barazinë gjinore, të cilat promovojnë trajtim dhe mundësi të barabarta në vendin e punës dhe inkurajojnë integrimin e perspektivës gjinore në të gjitha politikat. Kjo analizë ofron mendime për mbështetjen e Shqipërisë në përafrimin e politikave të saj të turizmit me këto norma të BE-së, siç është ajo që ka të bëjë me integrimin e perspektivës gjinore në turizëm.[6]

Bazuar në analizën e mbështetur në të dhënat e disponueshme mbi gjininë në fushën e turizmit, analiza kombëtare ofron rekomandime të zbatueshme që mbështesin politika të përgjigjshme gjinore për zhvillim të qëndrueshëm në turizëm. Pritet që ky raport vlerësimi të përdoret nga autoritetet kombëtare të turizmit, vendimmarrësit, si dhe organizatat ndërkombëtare dhe kombëtare që mbështesin zhvillimin e turizmit në Shqipëri.

6. Instituti Evropian për Barazi Gjinore (IEBGJ). (pa datë). *Turizmi dhe barazia gjinore në legjislacionin e BE-së: Shqipëria*. https://eige.europa.eu/topics/tourism#:~:text=Gender%20mainstreaming%20has%20been%20embraced,Justice

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE

Barazia gjinore nuk është vetëm shqetësim në të gjithë sektorin e turizmit, por edhe një nxitës strategjik i zhvillimit gjithëpërfshirës, konkurrues dhe të qëndrueshëm. Si një nga sektorët ekonomikë me rritjen më të shpejtë në Shqipëri, turizmi luan një rol të rëndësishëm në gjenerimin e punësimit, tërheqjen e investimeve dhe rritjen e dukshmërisë së vendit në botë. Me Shqipërinë që po shfaqet si një destinacion i rëndësishëm mesdhetar, zgjerimi i shpejtë i sektorit përbën një mundësi aktuale për inkorporimin e angazhimeve kombëtare dhe ndërkombëtare për barazinë gjinore, të përfshirjes sociale dhe qëndrueshmërisë në politikat dhe praktikat në fushën e turizmit.

Në këtë analizë të grave në sektorin e turizmit, shqyrtohet ndërthurja e gjinisë dhe turizmit në Shqipëri, duke ofruar informacion të bazuar në fakte mbi arritjet deri më sot, pengesat e vazhdueshme strukturore dhe pikat praktike të hyrjes për ndryshime transformuese. Ndonëse turizmi ka hapur dyert për gratë, veçanërisht në mikpritje, tregti dhe agroturizëm, këto mundësi jo gjithmonë kanë çuar në punë të denjë, rol drejtues ose fuqizim ekonomik të tyre. Çlirimi i potencialit të plotë të sektorit kërkon trajtimin e këtyre pabarazive në mënyrë të drejtpërdrejtë dhe marrjen e masave për të siguruar që gratë të mos jenë vetëm pjesëmarrëse në turizëm, por edhe agjente të transformimit të tij. Ky vlerësim vjen veçanërisht në kohën e duhur, pasi u hartua për të informuar dhe forcuar Strategjinë Kombëtare të Turizmit 2025-2030.

Disa sfida strukturore dhe institucionale vazhdojnë të kufizojnë pjesëmarrjen dhe përfitimin e plotë të grave nga turizmi:

- Hendeqet e vazhdueshme gjinore në cilësinë e punësimit, barazinë e pagave dhe role drejtuese;
- Migrimi i fuqisë punëtore në turizëm, në mungesë të garancive mbrojtëse me ndjeshmëri gjinore, rrit rrezikun e shfrytëzimit, abuzimit dhe dhunës me bazë gjinore ndaj grave;
- Qasja e kufizuar në fonde, tokë dhe mbështetje teknike për gratë sipërmarrëse;
- Qasja e pabarabartë në trajnime profesionale, veçanërisht në sektorët e bujqësisë dhe të artizanatit tradicional;
- Mungesa e të dhënave gjithëpërfshirëse të ndara sipas gjinisë dhe me ndjeshmëri gjinore;
- Zbatimi i dobët i legjislacionit ekzistues për buxhetimin e përgjigjshëm gjinor në sektorin e turizmit.

Në të njëjtën kohë, Shqipëria ka themele të forta mbi të cilat mund të mbështetet. Vendi ka një metodologji për buxhetimin e përgjigjshëm gjinor të pranuar në nivel kombëtar, e cila rrit ndërgjegjësimin e publikut për çështjet gjinore, si dhe një ekosistem në rritje ndërmarrjesh të drejtuara nga gratë, si në turizmin urban, ashtu edhe në atë rural. Shtimi i numrit të grave që udhëtojnë, parë jo vetëm si një segment i tregut, por edhe si një forcë transformuese brenda ekosistemit të turizmit, ofron mundësi strategjike për promovimin e turizmit të përgjigjshëm gjinor dhe social. Këto udhëtare kërkojnë gjithnjë e më shumë përvoja që janë të sigurta, gjithëpërfshirëse dhe të dobishme për gratë vendase, duke ndihmuar në avancimin e ndryshimeve strukturore dhe duke kontribuar në një zhvillim më të barabartë dhe më të qëndrueshëm të turizmit. Për më tepër, rritja e turizmit komunitar ofron mundësi të konsiderueshme për nxitjen e një zhvillimi më gjithëpërfshirës dhe me rrënjë më të forta në nivelin vendor.

Raporti identifikon disa rekomandime prioritare për të mbështetur Shqipërinë në avancimin e barazisë gjinore përmes sektorit të saj të turizmit:

- Institucionalizimi i buxhetimit të përgjigjshëm gjinor brenda kornizave të planifikimit dhe investimeve në turizëm;
- Hartimi i një strategjie kombëtare për trajnimin dhe ngritjen e kapaciteteve të përshtatur për gratë sipërmarrëse dhe punonjëse në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit;
- Promovimi i rolit drejtues dhe përfaqësimit të grave në organizatat e menaxhimit të destinacioneve dhe shoqatat e turizmit;
- Forcimi i sistemeve të të dhënave me ndjeshmëri gjinore që të shërbejnë si bazë për hartimin e politikave dhe ndarjen e burimeve bazuar në të dhëna;
- Ngritja e një rrjeti kombëtar të grave në turizmin komunitar për të forcuar zërin dhe rolin drejtues të tyre në zhvillimin e turizmit në vend;
- Sigurimi i zbatimit të Konventës 190 të ONP-së, duke promovuar mjedise pune të sigurta, të drejta dhe pa dhunë në sektor;
- Hartimi dhe promovimi i produkteve turistike që u përgjigjen nevojave dhe pritshmërive të grave që udhëtojnë vetëm, ndër të cilat protokolle të sigurisë, kanale të qarta informacioni, përvoja të vetë grave dhe strategji gjithëpërfshirëse marketingu.

Duke përfshirë barazinë gjinore në zhvillimin e turizmit, Shqipëria mund të arrijë më shumë sesa rritje ekonomike: ajo mund ta pozicionojë veten si drejtuese dhe udhëheqëse në turizmin e përgjigjshëm gjinor. Kjo nuk është vetëm çështje drejtësie, por edhe qeverisjeje strategjike: shoqëritë që investojnë në të drejtat, talentet dhe rolin drejtues të grave ndërtojnë ekonomi më të forta, më konkurruese dhe të qëndrueshme.

KAPITULLI 1

KONTEKSTI

1.1 VËSHTRIM I PËRGJITHSHËM I TURIZMIT

Hyrjet

- Shqipëria përjetoi një rritje prej afërsisht 15,84% në hyrje të turistëve ndërkombëtarë, duke mirëpritur 11,7 milionë vizitorë në vitin 2024 krahasuar me 10,1 milionë në vitin 2023.[7]
- Nga viti 2019 deri në vitin 2023, numri i hyrjeve të turistëve ndërkombëtarë u rrit me 61% për shkak të kërkesës pas pandemisë, ndërlidhjes së përmirësuar ajrore dhe zgjerimit të platformave të rezervimit në internet.[8]
- Në vitin 2024, vizitorët në Shqipëri ishin kryesisht nga Evropa, duke përbërë 95,3% të të gjitha hyrjeve ndërkombëtare, nga të cilat vetëm Evropa Jugore përfaqësonte 72,4% të numrit të përgjithshëm të hyrjeve, ndjekur nga Evropa Perëndimore (8,5%), Evropa Qendrore/Lindore (7,3%), Evropa Veriore (4,2%) dhe Evropa Lindore/Mesdhetare (3,0%).[9]

Karakteristikat e turistëve

- Shumica e udhëtimeve në Shqipëri janë për qëllime *"pushimi dhe argëtimi"* (50%), ndjekur nga *"vizita te familja dhe miqtë"* (43%).[10]
- Grupmosha mbizotëruese ndër njerëzit që vizitojnë Shqipërinë për qëllime turistike është 25-34 vjeç.[11]
- Ndër udhëtimet brenda Shqipërisë (*nga udhëtarë vendas*), ato të bëra nga gratë udhëtare përbëjnë 50,3%, ndërsa udhëtimet nga udhëtarë burra përbëjnë 49,7%.[12]

7. Ministria e Turizmit dhe Mjedisit në Shqipëri. (2024). *Viti 2024 solli 1,17 milionë vizitorë të huaj në Shqipëri.* https://turizmi.gov.al/viti-2024-solli-117-milione-vizitore-te-huaj-ne-shqiperi/

8. Organizata Botërore e Turizmit (2024), *Tourism doing business: Investing in Albania* (Bërja e biznesit në turizëm: Investimi në Shqipëri), Organizata Botërore e Turizmit e OKB-së, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284425426 .

9. Instituti i Statistikave të Shqipërisë (INSTAT). (pa datë). Statistikat e Turizmit. https://www.instat.gov.al/en/themes/industry- trade-and-services/tourism-statistics/#tab2

10. Instituti i Statistikave të Shqipërisë (INSTAT). (2023). Anketa e Turizmit "Pushime dhe Udhëtime" 2022. https://www.instat.gov.al/media/12919/tourism-in-figures-2022.pdf

11. Po aty

12. Po aty

Ndikimi ekonomik

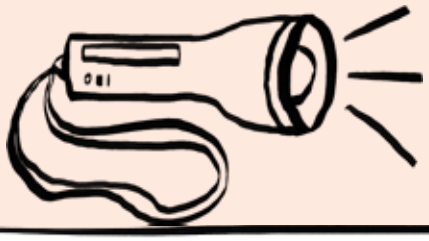
- Sektori i turizmit në Shqipëri parashikohej të kontribuonte me 608,4 miliardë lekë (6 miliardë dollarë amerikanë) në PBB në vitin 2024, duke përfaqësuar 26,1% të ekonomisë kombëtare.[13]

- Shpenzimet e vizitorëve të ardhur parashikoheshin të arrinin në 493,4 miliardë lekë (4,8 miliardë dollarë amerikanë), që përbën 54,7% të totalit të eksporteve, ndërsa shpenzimet e vizitorëve vendas u vlerësuan në 107,1 miliardë lekë (1 miliard dollarë amerikanë), që përfaqëson 13,3% të eksporteve.[14]

- Kontributi i drejtpërdrejtë i sektorit të udhëtimit dhe turizmit në PBB pritej të rritej me një normë mesatare vjetore prej 1,9%, duke arritur në 316,1 miliardë lekë, ose 9,6% të PBB-së, deri në vitin 2034.[15]

- Në vitin 2023, kontributi i drejtpërdrejtë i sektorit të udhëtimit dhe turizmit në PBB-në e Shqipërisë ishte 244,7 miliardë lekë, që përbënte 10,7% të PBB-së. Ky kontribut pasqyron kryesisht veprimtaritë ekonomike nga sektorë të tillë si hoteleria, agjencitë e udhëtimit, linjat ajrore dhe shërbime të tjera të transportit të udhëtarëve (duke përjashtuar shërbimet e udhëtime për qëllime pune ose të jetës së përditshme). Ai përfshin gjithashtu veprimtari nga sektorët e restoranteve dhe argëtimit që mbështeten drejtpërdrejt nga turizmi.[16]

- Në vitin 2022, shpenzimet turistëve të ardhur përfaqësonin 46% të totalit të eksporteve, 65% të shërbimeve të eksportit dhe 17% të PBB-së.[17]



- Shpenzimet e turistëve të ardhur arritën në 3,3 trilionë dollarë amerikanë në vitin 2022, duke bërë të mundur që kontributi i drejtpërdrejtë i turizmit në PBB të arrinte në 3,8%.[18]

Tabelat tregojnë rolin kyç të turizmit në ekonominë e Shqipërisë, si dhe rëndësinë e tij për zhvillimin e qëndrueshëm. Megjithatë, të dhënat e fundit flasin për mbizotërim të turizmit masiv me shpenzime të ulëta, i cili kufizon ndjeshëm potencialin e turizmit si nxitës drejt një mjedisi ekonomik pozitiv. [19] Për shembull, në vitin 2022, lloji mbizotërues i akomodimit i përdorur nga turistët ishte "akomodimi me familjen ose miqtë", i cili u rrit me 5,2% krahasuar me një vit më parë.

13. Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit. (2024). *Shqipëria: Udhëtimi dhe ndikimi ekonomik i turizmit*. https://researchhub.wttc.org/product/albania-economic-impact-report
14. Po aty.
15. Po aty.
16. Po aty.
17. Po aty.
18. Po aty.
19. Shpenzimet mesatare të turistëve ndërkombëtarë: https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/mgrt/cpsd-albania- summary.pdf

1.2 PSE ËSHTË E RËNDËSISHME BARAZIA GJINORE NË TURIZËM? DISA KONSIDERATA KRYESORE GLOBALE PËR SHQIPËRINË

Përfshirja e perspektivës gjinore në turizëm është element kyç në përmirësimin e qëndrueshmërisë së sektorit dhe trajtimin e sfidave që lidhen me punësimin e denjë dhe zhvillimin e fuqisë punëtore. Në shkallë globale, gratë përbënin 54% të fuqisë punëtore globale në turizëm në vitin 2019, një shifër që bie në sy kur krahasohet me përfaqësimin prej 39% të grave në të gjitha industritë.[20] Megjithatë, duhet theksuar se hendeku i pagave midis burrave dhe grave ishte i konsiderueshëm, me gratë që fitonin 14,7% më pak se homologët e tyre burra.[21] Në vitin 2024, përqindja e grave që punonin në sektor u rrit me një pikë përqindjeje, në 55%, ndërsa hendeku gjinor i pagave u rrit me tre pikë përqindjeje, në 17%.[22] Të dhënat në shkallë botërore[23] tregojnë se duke mbyllur hendeqet gjinore, PBB-ja për frymë rritet me 20% dhe njëkohësisht do të krijojë 300 milionë vende pune në ekonominë globale në vitin 2035.[24] Këto shifra nënvizojnë se Shqipëria do të çlirojë potencial të konsiderueshëm ekonomik të pashfrytëzuar përmes zbatimit të një qasjeje të përgjigjshme gjinore në zhvillimin e turizmit.

Turizmi ka kapacitet të konsiderueshëm për të stimuluar sektorë të tjerë të ekonomisë së Shqipërisë, duke u bërë nxitës i fuqishëm i rritjes ekonomike nga e cila gratë dhe burrat duhet të përfitojnë në mënyrë të barabartë. "Integrimi në turizëm"[25] kërkon përfshirjen dhe marrjen parasysh të nevojave të grave në të gjitha nivelet, në të gjitha format e turizmit dhe në të gjitha aspektet e zinxhirit të vlerës së turizmit[26]. Duke mbajtur parasysh ndikimin e pandemisë së COVID-19 në sektorin e turizmit, është thelbësore të theksohet rëndësia e kësaj çështjeje. Gratë në turizëm u prekën në mënyrë të veçantë, shumë prej tyre humbën vendet e punës, pësuan ulje të pagave dhe hasën vështirësi për t'u rikthyer në forcat e punës për shkak të ngarkesës me punë të papaguar në shtëpi.[27] Gratë në turizëm ende përballen me pengesa të mëdha, si mundësi të kufizuara për të bërë përparim në karrierë dhe hendek në paga. Gratë janë më pak të përfaqësuara në role drejtuese dhe kjo ndikon gjithashtu edhe në vendimmarrje, duke rezultuar shpesh në politika që nuk arrijnë të trajtojnë në mënyrë të mjaftueshme nevojat dhe sfidat unike me të cilat ende përballen gratë në këtë sektor në shkallë botërore.[28]

Tabela 2.1. Bërja e barazisë gjinore një shtyllë kryesore të qëndrueshmërisë në zhvillimin e turizmit[29]

Dimensioni	Çështjet kryesore në turizëm	Kuptimi i perspektivës gjinore për qëndrueshmërinë në turizëm
Ekonomik	Turizmi promovohet si mjet për reduktimin e varfërisë.	Turizmi duhet të shkojë përtej krijimit të të ardhurave për t'iu kundërvënë në mënyrë wsimi nuk mund të eliminojë pabarazitë strukturore ose të mbrojë gratë nga dhuna me bazë gjinore.

20. Organizata Botërore e Turizmit (2019), Raport Global mbi Gratë në Turizëm – Botimi i dytë, Turizmi në Kombet e Bashkuara, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284420384

21. Po aty.

22. Organizata Botërore e Turizmit (2024), *Informe regional de las mujeres en el turismo en América Latina y el Caribe,* UN Tourism, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284425921

23. Duke marrë parasysh të gjithë sektorët e ekonomisë.

24. UN Tourism. (2024.) UNWTO calls on the sector to invest in women.

25. Në vitin 2015, Komisioni i Statistikave në Komitetin e Ekspertëve të OKB-së për Kontabilitetin Mjedisor-Ekonomik (UNCEEA) dhe UNWTO Statistics & Tourism Satellite Account Programme inkurajojnë "integrimin e turizmit në zhvillimin e qëndrueshëm", që do të thotë se turizmi duhet të integrohet plotësisht në politikat kombëtare sociale, ekonomike dhe mjedisore, në vend që të trajtohet si një sektor i izoluar.

26. Moreno Alarcón, D. (2023). Brechas de género en las cadenas globales de valor de América Latina y el Caribe: Nuevos y viejos desafíos en un contexto de incertidumbre. En *CEPAL, Cadenas globales de valor en América Latina y el Caribe: Nuevos desafíos en un contexto de incertidumbre* (LC/TS.2023/17, pp. 199–238). Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). https://www.cepal.org

27. Organizata Botërore e Turizmit (2023), Anketë mbi Ndikimin Gjinor të Pandemisë COVID-19 në Punësimin në Turizëm, Turizmi në OKB, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284424429

28. Organizata Botërore e Turizmit (2019), Raporti Global mbi Gratë në Turizëm - Botimi i dytë, Turizmi në OKB, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284420384

29. Eger, C., Munar, A. M., & Hsu, C. (2022). *Gender and tourism sustainability*. *Journal of Sustainable Tourism, 30*(7), 1459–1475. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1963975 Taylor & Francis Online+7CBS Research Portal+7Archivo PolyU+7; Equality in Tourism. (pa datë). *Tourism, climate change & gender*. https://www.equalityintourism.org/tourism-climate-change- gender/; Moreno, D. M., & Cole, S. (2019). *No sustainability for tourism without gender equality*. *Journal of Sustainable Tourism, 27*(7), 903–919. https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1588283 ; Pathiranage, N. W., Waheduzzaman, W., & Dayarathna, K. T. (2025). *Top management gender diversity and environmental performance: Evidence from hospitality and tourism industry*. (Diversiteti gjinor në drejtuesit e lartë dhe performanca mjedisore: fakte nga industria e mikpritjes dhe turizmit). Në *International Journal of Hospitality Management, 130*, 104262. MDPI+8ScienceDirect+8Google Académico+8; UN Women. (2022). *Advancing women's economic empowerment in the tourism sector in COVID-19* (Avancimi i fuqizimit ekonomik të grave në sektorin e turizmit gjatë Kovid-19). https://www.unwomen.org/sites/default/files/2022-05/Advancing-womens-economic-empowerment-in-the-tourism-sector-in-COVID-19-en.pdf

Dimensioni	Çështjet kryesore në turizëm	Kuptimi i perspektivës gjinore për qëndrueshmërinë në turizëm
Ekonomik	Gratë janë të përqendruara në punë të pasigurta në turizëm (p.sh. pastrim, tregti informale).	Turizmi duhet të ofrojë punë të denjë për gratë – përmes mbylljes së hendekut në paga, ndalimit të ngacmimeve, njohjes së punës së papaguar të përkujdesit dhe mundësimit të rolit drejtues të tyre. I ashtuquajturi "feminizim" i turizmit shpesh është tregues i pasigurisë në punë dhe shfuqizimit, jo tregues progresi.
	Gratë nuk kanë qasje në tokë dhe burime për prodhime që lidhen me turizmin (p.sh., ushqime, produkte artizanale).	Sigurimi i të drejtave të grave për pronësi mbi tokën dhe qasja e tyre në asete ekonomike është thelbësore për pjesëmarrje të barabartë në zinxhirin e vlerës së turizmit. Me zgjerimin e turizmit, certifikimi i pronësisë mbi tokën dhe i të drejtave pronësore të grave bëhen të rëndësishme për të mbrojtur të drejtat e tyre dhe për të parandaluar zhvendosjen.
	Gratë janë më pak të përfaqësuara në qeverisjen e turizmit dhe në pronësinë e biznesit.	Forcimi i rolit drejtues dhe sipërmarrjes së grave në turizëm përmes reformave institucionale që trajtojnë pengesat sistemike gjinore. Vetëm rritja e pjesëmarrjes së grave nuk është e mjaftueshme – ndryshimi strukturor është thelbësor arritjen e barazisë reale.
Social	Turizmi mund të përkeqësojë rreziqet për shëndetin dhe sigurinë e grave (p.sh., si pasojë e shfrytëzimit seksual, ngacmimit).	Pa masa mbrojtëse, turizmi mund të përforcojë normat e dëmshme gjinore dhe të rrisë rreziqet për shfrytëzim seksual, duke kufizuar pavarësinë e grave.
	Arsimit dhe formimit profesional në fushën e turizmit shpesh u mungon dimensioni gjinor.	Reformimi i arsimimit në fushën e turizmit për të pasqyruar rolet, sfidat dhe potencialin e rolit drejtues të grave, për të siguruar që trajnimi të nxisë mundësi të barabarta, fuqizim dhe përfshirje.
	Zëri i grave përjashtohet nga marrja e vendimeve në turizëm.	Kryerja e auditimeve gjinore me pjesëmarrje dhe forcimi i qeverisjes së përgjigjshme gjinore për të siguruar vendimmarrje dhe llogaridhënie gjithëpërfshirëse.
	Barazia gjinore shpesh trajtohet si një "element plotësues" i qëndrueshmërisë.	Barazia gjinore duhet të shkojë përtej simbolizmit dhe kërkon buxhete të dedikuara, strategji të zbatueshme, dhe rezultate të matshme.

Dimensioni	Çështjet kryesore në turizëm	Kuptimi i perspektivës gjinore për qëndrueshmërinë në turizëm
	Turizmi shteron burimet natyrore (p.sh., ujin) që u nevojiten komuniteteve vendore.	Menaxhimi me ndjeshmëri gjinore i ujit dhe burimeve, për të mbështetur të drejtat e grave dhe për të lehtësuar përgjegjësitë e kujdesit të papaguar. Provat tregojnë se kur gratë drejtojnë, si anëtare të bordeve, menaxhere ose sipërmarrëse, kompanitë turistike kanë më shumë gjasa të përqafojnë strategji të integruara të qëndrueshmërisë, përfshirë politika inteligjente ndaj klimës dhe llogaridhënien me fokus komunitetin.
Mjedisor/ Klima dhe biodiversiteti	Ndryshimi i klimës ndikon në mënyrë shproporcionale tek gratë në zonat ekonomia e të cilave mbështetet në turizëm.	Njohja e rolit aktiv të grave në qëndrueshmërinë ndaj ndryshimeve klimatike dhe përfshirja e tyre në menaxhimin mjedisor.[30] Gratë ndikohen në mënyrë shproporcionale nga rreziqe shëndetësore dhe të sigurisë kur turizmi dhe ndryshimet klimatike kompromet ojnë sistemet e ujit dhe kanalizimeve; megjithatë ato vazhdojnë të jenë më pak të përfaqësuara në mjediset vendimmarrëse.
	Zhvillimi i turizmit ndikon te biodiversiteti dhe përdorimi i tokës.	Mbrojtja e të drejtave të grave mbi tokën dhe e rolit të tyre si ruajtëse të biodiversitetit përmes zhvillimit të turizmit komunitar.[31]

Gratë janë agjente të fuqishme të ndryshimit; kur u jepet mundësi e barabartë në vendimmarrje, ato shpesh bëjnë zgjedhje më të qëndrueshme, duke çuar në përmirësimin e frekuentimit të shkollës nga fëmijët e tyre, rritjen e sigurisë ushqimore, modele më të gjelbra të lëvizjes, dhe uljen e kërkesës për energji.[32] Zbatimi i perspektivës gjinore në turizëm ka të bëjë më shumë sesa thjesht me rritjen e numrit të grave që punojnë në sektor. Ai është element thelbësor për qëndrueshmërinë dhe përfshirjen në të gjithë sektorin e turizmit. Premtimi "më shumë turizëm për gratë" nuk është i mjaftueshëm për të realizuar përfshirjen e duhur të qasjes së përgjigjshme gjinore në turizëm, për të pasur rezultate që do të mbështesin barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave në zemër të industrisë së turizmit. Objektivi "i duhur", ndër të tjera, është që të rriten investimet që kanë efekt të dobishëm në numrin dhe cilësinë e mundësive dhe kushteve të punësimit për gratë, si dhe perspektivat sipërmarrëse të tyre, të krijohen mjedise dhe praktika të sigurta dhe pa dhunë, dhe të nxiten role drejtuese që synojnë zvogëlimin e pabarazisë gjinore në sektorin e turizmit.

30. Dimensionet dhe shembujt e ndikimeve të ndryshimeve klimatike të diferencuara sipas gjinisë, roli i grave si agjente të ndryshimit dhe mundësitë për gratë. Marrë këtu: https://unfccc.int/sites/default/files/resource/sbi2022_07.pdf

31. Në vitin 2024, u krijuan **3.935 vende pune për gratë** përmes ndërmarrjeve të turizmit komunitar të Planeterra-s, shumë prej të cilave janë të përfshira drejtpërdrejt në nismat e **rezistencës ndaj klimës dhe rigjenerimit të biodiversitetit**. Këto përfshijnë nisma që rilidhin njerëzit me natyrën (63% e partnerëve), mbështesin zinxhirët e vlerës së qëndrueshme (87%), mbrojnë kafshët dhe mirëqenien e tyre (59%), dhe investojnë në rikthimin e natyrës (59%), duke treguar se roli udhëheqës i grave në turizëm mund të nxisë gjithashtu kujdesin për mjedisin dhe veprimet klimatike. Gjendet në internet në: https://planeterra.org/impact/

32. Një studim i kryer nga Instituti Peterson për Ekonomi Ndërkombëtare, i cili analizoi 21.980 shoqëri në të gjithë botën, tregoi se kompanitë me përfaqësim më të lartë të grave në role të larta drejtuese priren të kenë performancë më të mirë në matjet e treguesve mjedisorë, socialë dhe të qeverisjes (ESG). Gjendet në internet në: https://www.piie.com/newsroom/press-releases/new-peterson-institute-research-over-21000-companies-globally-finds-women#:~:text=WASHINGTON%E2%80%94An%20extraordinary%20new%20survey%20of%2021%2C980%20publ icly%20traded,today%20by%20the%20Peterson%20Institute%20for%20International%20Economics.

Barazia gjinore në turizëm kërkon hartimin dhe zbatimin e masave konkrete reformuese që u përgjigjen nevojave dhe realiteteve si të grave ashtu edhe të burrave. Në shkallë botërore, turizmi i përgjigjshëm gjinor njihet si një nxitës kryesor i qëndrueshmërisë, aftësive ripërtëritëse dhe zhvillimit gjithëpërfshirës. Kjo e bën atë veçanërisht të rëndësishëm në destinacione të tilla si Shqipëria, ku rritja e shpejtë e sektorit të turizmit rrezikon të tejkalojë kapacitetet institucionale dhe politike për sigurimin e qëndrueshmërisë dhe barazisë. Për këtë arsye, është e domosdoshme që të gjithë palët e angazhuara në turizëm – publikë, privatë dhe shoqëria civile – të integrojnë barazinë gjinore në qendër të strategjive të tyre, jo vetëm për të shmangur thellimin e pabarazive ekzistuese, por edhe për të shfrytëzuar plotësisht potencialin transformues të turizmit për zhvillim kombëtar gjithëpërfshirës.

1.3. FUSHAT E ANALIZËS SË ORGANIZATËS BOTËRORE TË TURIZMIT TË OKB-SË PËR ARRITJEN E BARAZISË GJINORE

Në vitin 2010, Organizata Botërore e Turizmit e OKB-së[33] përshkroi fushat kryesore të analizës për nxitjen e barazisë gjinore, përmes sigurimit që gratë të kenë më shumë mundësi dhe zë në punësim, sipërmarrje, arsimim, drejtim dhe angazhim të komunitetit në turizëm. Vlerësimi aktual udhëhiqet nga këto 6 fusha analize.Në kuadrin e Agjendës 2030 dhe Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm, përfshirja e qasjes gjinore si kusht për zhvillim të qëndrueshëm është përparësi. Në këtë kuptim, Organizata Botërore e Turizmit e Kombeve të Bashkuara ka promovuar një grup prej 6 objektivash me fokus avancimin drejt një numri më të madh të grave në sektor, si dhe drejt një barazie më të madhe në planifikimin dhe menaxhimin e turizmit.

Fusha e analizës	Deklarata	Fusha e veprimit
Matje për politika më të mira	Turizmi është aktiv në ndërtimin e të dhënave të ndara sipas gjinisë dhe me ndjeshmëri gjinore për të përmirësuar reagimin e tij ndaj zhvillimit të qëndrueshëm.	Vlerësimi i rolit të të dhënave të ndara sipas gjinisë në formësimin e politikave dhe strategjive të turizmit, dhe identifikimi i nevojës për mbledhje më gjithëpërfshirëse të dhënash në ndihmë të vendimmarrjes dhe hartimit të politikave.
Punësimi	Turizmi ofron punë të denjë për gratë.	Analizimi i pjesëmarrjes së grave në fuqinë punëtore në sektorin e turizmit, analiza e sfidave të tilla si dallimet në paga me bazë gjinore, siguria në punë dhe mundësitë për ecjen përpara në karrierë.
Sipërmarrja	Sipërmarrjet turistike me pronare ose drejtuese gra çojnë në fuqizimin e grave.	Shqyrtimi i rolit të grave në sipërmarrje turistike, përfshirë në lidhje me pronësinë dhe menaxhimin e bizneseve, qasjen në financim dhe pengesat me të cilat përballen në krijimin dhe rritjen e sipërmarrjeve të lidhura me turizmin.

33. Agjencia e Kombeve të Bashkuara përgjegjëse për promovimin e turizmit të përgjegjshëm, të qëndrueshëm dhe të aksesueshëm për të gjithë.

Fusha e analizës	Deklarata	Fusha e veprimit
Arsimi dhe trajnimi	Arsim dhe formim profesional që merr parasysh nevojat e veçanta të grave promovon barazinë gjinore dhe fuqizimin e grave në sektor.	Kuptimi i disponueshmërisë dhe i mundësive për arsimimin e grave në sektorin e turizmit, përfshirë programe të specializuara trajnimi që trajtojnë nevojat specifike gjinore, zhvillimin e aftësive dhe ndikimin e arritjeve arsimore në përparimin në karrierë.
Komuniteti dhe shoqëria civile	Turizmi i fuqizon gratë në aspektin shoqëror, ekonomik dhe politik për të punuar së bashku për drejtësi dhe barazi gjinore.	Shqyrtimi se si ndikon turizmi te gratë në komunitetet vendore, veçanërisht në zonat rurale dhe të margjinalizuara, dhe si mund të kontribuojë turizmi komunitar në fuqizimin e grave përmes nismave me bazë në komunitet dhe angazhimit të shoqërisë civile.
Roli drejtues, politika dhe vendimmarrja	Gratë kanë role drejtuese në sektorin e turizmit, ato përfaqësohen dhe kanë ndikim në hapësirat e vendimmarrjes.	Shqyrtimi i përfaqësimit të grave në pozicione drejtuese në organizatat që lidhen me turizmin, si publike ashtu edhe private, dhe ndikimi i grave në proceset e hartimit të politikave dhe në vendimmarrje që kanë ndikim në sektorin e turizmit.

KAPITULLI 2

FUSHA E VEPRIMIT DHE METODOLOGJIA E ANALIZËS

Për mbledhjen e të dhënave parësore dhe dytësore u zbatua një qasje me metoda të përziera sasiore dhe cilësore, me qëllim ofrimin e një tabloje gjithëpërfshirëse të dinamikës gjinore në sektorin e turizmit në Shqipëri.

2.1 PLANI I ANALIZËS GJINORE

U realizua një shqyrtim i dokumenteve për çështjet e turizmit për të kuptuar mundësitë dhe dallimet me të cilat përballen gratë në turizëm, si dhe praninë e të dhënave të ndara sipas gjinisë në sektor. Bazuar në këtë shqyrtim të dokumenteve për çështjet e turizmit, u përgatit një matricë gjinore me pyetje kyç për të garantuar një analizë optimale të dimensionit gjinor në turizëm në Shqipëri. Kjo u bë duke u mbështetur në të dhënat ekzistuese sasiore dhe cilësore, përfshirë raporte ndërkombëtare dhe kombëtare, të dhëna dhe statistika dhe botime të institucioneve. Rishikimi i Strategjisë aktuale të Turizmit 2025-2030 ishte gjithashtu një burim shumë i rëndësishëm për Planin e Analizës Gjinore. Matrica është një mjet kyç që shërben si bazë për mbledhjen e të dhënave parësore përmes intervistave me grupet kryesore të interesit. Ajo përfshin 6 fushat e analizës mbi barazinë gjinore të Organizatës Botërore për Turizmin të Kombeve të Bashkuara.

2.2 MBLEDHJA DHE KUADRI I TË DHËNAVE

Pas shqyrtimit të dokumenteve për çështjet e turizmit dhe një takimi paraprak me ekipin e UN Women, u realizua një hartëzim i palëve të interesuara. Ky mjet lejoi të identifikoheshin aktorët kryesorë në fushat e turizmit dhe gjinisë në Shqipëri. Ai ndihmoi në njohjen e perspektivës së larmishme mbi këtë temë, në aspektin e roleve, të dhënave dhe prioriteteve.

Mbledhja e të dhënave u krye gjatë misionit në terren që u planifikua të kryhej nga 30 shtatori deri më 4 tetor 2024. Skema e misionit në terren përfshiu intervista të thelluara gjysmë të strukturuara për t'u kryer në tre qarqe kryesore, bazuar në profilet e tyre të dallueshme turistike:

- **Tirana (27 intervista):** Si kryeqytet dhe porta kryesore hyrëse për turistët ndërkombëtarë, Tirana luan rol qendror në hartimin e politikave dhe marrjen e vendimeve në sektorin e turizmit. Roli i qytetit në ndikimin e strategjive dhe politikave kombëtare të turizmit e bën atë një zone me rëndësi për kuptimin e kornizave më të gjera të politikave që ndikojnë në barazinë gjinore në sektor.

- **Vlora (12 intervista):** E njohur për rritjen e shpejtë të turizmit masiv, Vlora ofron njohuri se si ndikon turizmi në shkallë të gjerë në punësimin, sigurinë dhe mundësitë sipërmarrëse të grave. Vlerësimi i këtij qarku ndihmon në kuptimin e sfidave specifike me të cilat përballen gratë në zonat më të komercializuara të turizmit.

- **Shkodra (13 intervista):** Me fokusin e saj në kulturë, turizëm rural dhe të aventurës, Shkodra përfaqëson një zonë me mundësi në rritje për përvoja udhëtimi të qëndrueshme dhe autentike. Vlerësimi i roleve të grave në këto lloje të turizmit, veçanërisht në agroturizëm dhe turizëm rural, ofron njohuri me rëndësi kritike për barazinë gjinore në kontekstet e turizmit rural.

Këto diskutime ishin thelbësore për sigurimin e informacionit shtesë, veçanërisht aty ku të dhënat statistikore ishin të kufizuara. Ekspertët vendas, profesionistët e turizmit dhe anëtarët e komunitetit ndanë përvojat dhe perspektivat e tyre mbi dinamikat gjinore në sektorin e turizmit.

2.3 FUSHA E ANALIZËS DHE KUFIZIMET

Bazuar në situatën specifike të Shqipërisë sa u përket prioriteteve dhe mundësive, u konsiderua e dobishme të shtohej edhe një fushë tjetër analize: tendenca e grave udhëtare. Duke pasur parasysh rëndësinë në rritje të grave si udhëtare globale, kjo fushë eksploron prirjen në rritje të grave që udhëtojnë në mënyrë të pavarur dhe në grupe, parapëlqimet e grave udhëtare dhe se si Shqipëria mund t'u përgjigjet më mirë nevojave të këtij segmenti të tregut për të nxitur turizmin dhe për të promovuar barazinë gjinore.

Lidhur me kufizimin në të dhëna dhe sfidat, më poshtë gjeni një përmbledhje:

Kufizimi	Përshkrimi	Zgjidhja e disponueshme duke pasur parasysh kuadrin e konsulencës
Kufizimi i analizës shkakësore	Ndonëse ky vlerësim identifikon pabarazitë kryesore gjinore në sektorin e turizmit në Shqipëri, është e rëndësishme të pranohet se në disa fusha analiza mund të përqendrohet më shumë në përcaktimin se cilat janë pabarazitë, sesa në zbërthimin e plotë të arsyeve pse gratë kanë këto pozicione në këtë sektor. Kjo ndodh kryesisht për shkak të dy kufizimeve të ndërlidhura: ↘ Së pari, mungesa e të dhënave gjithëpërfshirëse dhe me ndjeshmëri gjinore në turizëm, veçanërisht e informacionit të ndarë sipas kategorive mbi statusin e punësimit, pronësinë së biznesit, nivelin e të ardhurave dhe punën informale, vazhdon të paraqesë një pengesë të rëndësishme për një analizë më të thellë shkakësore. ↘ Së dyti, fushëveprimi dhe afati kohor i konsulencës nuk lejuan një analizë gjinore plotësisht gjithëpërfshirëse të të gjithë nënsektorëve të turizmit dhe strukturave qeverisëse, për shkak të games së gjerë të sfidave kulturore.	Gjetjet mbështeten në të dhënat e disponueshme, intervistat me palët e interesuara dhe vëzhgimet në terren, dhe interpretohen përmes një lente transformuese gjinore që vë në pah pengesat kryesore strukturore si informaliteti, mungesa e kohës, qasja e kufizuar në financime dhe normat kufizuese gjinore.
Kuptim dhe kontekstualizim i kufizuar i zinxhirit të plotë të vlerës së turizmit[34]	Statistikat kombëtare të turizmit shpesh kufizohen në një kuadër të ngushtë të zinxhirit të vlerës së turizmit, me fokus kryesor në shërbimet e akomodimit dhe të ushqimit. Të dhënat mbi elementet e tjera kritike të zinxhirit të vlerës, siç janë transporti, argëtimi dhe veprimtaritë në kohën e lirë që lidhen me turizmin, shitja me pakicë, agjencitë e udhëtimit, operacionet turistike dhe agjencitë online të udhëtimit, shërbimet mbështetëse, zakonisht grupohen në kategori më të gjera, si "shërbime" ose "sektorë të tjerë".	Ekipi u mbështet shumë në të dhëna cilësore të mbledhura nëpërmjet intervistave të thelluara dhe konsultimeve me palët e interesuara.

34. Zinxhiri i vlerës së turizmit është vargu i plotë i veprimtarive dhe shërbimeve të njëpasnjëshme që krijojnë dhe ofrojnë një përvojë turistike – duke filluar nga mënyra se si turistët mësojnë rreth një udhëtimi dhe e rezervojnë atë, deri te transporti, akomodimi, ushqimi, atraksionet dhe shërbimet e tjera që përdoren në destinacion, madje edhe komentet dhe marketingu pas udhëtimit. Burimi: Kuadri Global i Zinxhirit të Vlerës së Turizmit Duke.

Kufizimi	Përshkrimi	Zgjidhja e disponueshme duke pasur parasysh kuadrin e konsulencës
Mungesa e të dhënave të ndara sipas gjinisë në turizëm në sektorin e turizmit në Shqipëri	Kjo mungesë e të dhënave të hollësishme e bën të vështirë vlerësimin e shkallës së pabarazive gjinore dhe identifikimin e mundësive për gratë në elementët e ndryshëm të zinxhirit të vlerës të turizmit. Për më tepër, disponueshmëria e të dhënave të ndara sipas gjinisë ndryshon ndërmjet nënsektorëve, me sektorin ushqimor dhe atë të akomodimit që janë më të informuar nga këto të dhëna, duke e vështirësuar më tej kuptimin e mënyrës se si dinamika gjinore po l japin formë sektorit.	Pas një takimi mbi të dhënat, pika e kontaktit për të dhënat e UN Women shpërndau një dokument që përmbante informacione kyçe mbi turizmin. Ky dokument identifikonte mangësi në lidhje me të dhënat me ndjeshmëri gjinore. Pas gjetjeve paraprake, u realizua një shqyrtim i dytë i dokumenteve për të analizuar dhe verifikuar të gjitha të dhënat/informacionet e mbledhura për raportin e vlerësimit. Duhet theksuar se nuk kishte shumë të dhëna të ndara sipas gjinisë mbi veprimtaritë turistike që të ishin lehtësisht të disponueshme në burimet e hapura. Ekipi u mbështet shumë në të dhëna cilësore të mbledhura nëpërmjet intervistave të thelluara dhe konsultimeve me palët e interesuara.
Përkatësitë e shumëfishta	Një nga sfidat kryesore në këtë raport vlerësimi në lidhje me zbërthimin e përkatësive të shumëfishta ishin të dhënat me ndjeshmëri gjinore të disponueshme dhe mungesa e njohurive e ofruara nga palët kryesore të interesuara kryesore, mbi mënyrën se si turizmi mund të ndikojë te grupet e margjinalizuara kur barazia gjinore nuk merret në konsideratë. Edhe pse pranohet se disa grupe janë veçanërisht të ndjeshme ndaj përjashtimit dhe paragjykimit, të dhënat ekzistuese (si cilësore ashtu edhe sasiore) janë të pamjaftueshme për të kryer një analizë gjithëpërfshirëse të këtij problemi.	Për të kuptuar nevojat dhe reagimet unike të grave në sektorin e turizmit, plani është të bashkëpunohet me organizatat vendase dhe që ky vlerësim t'u shpërndahet atyre me qëllim që të zgjerohet analiza për të përfshirë këto nëngrupe: migrantët, komunitetet rurale dhe gratë e angazhuara në të gjitha format e turizmit.

KAPITULLI 3

MENAXHIMI I TË DHËNAVE DHE HARTIMI I POLITIKAVE NË TURIZËM

3.1 GJETJET KRYESORE

GJETJA KRYESORE 3.1. **Promovimi dhe mbrojtja e barazisë gjinore dhe fuqizimi i grave mund të maksimizohen duke përdorur politikat e hartuara nga autoritetet kombëtare të turizmit.**

Autoritetet kombëtare të turizmit luajnë një rol të rëndësishëm në avancimin e barazisë gjinore dhe fuqizimin e grave. Mandatet dhe instrumentet e tyre, kur zbatohen në mënyrë strategjike mund të nxisin ndryshime transformuese në të gjithë sektorin e turizmit. Në vitin 2017, UN Women kreu një rishikim të Strategjisë së Kombëtare për Zhvillimin e Turizmit në Shqipëri (2017–2022) për të vlerësuar situatën e grave në sektorin e turizmit. Ky rishikim prezantoi konceptin e "politikës së përgjigjshme gjinore në turizëm". Ky term nënkupton nevojën për të zhvilluar mekanizma dhe mjete turistike që marrin parasysh situatat e ndryshme social-ekonomike të grave dhe burrave, me qëllim përfundimtar garantimin e mundësive të barabarta.

Pavarësisht këtij themeli, vëzhgime të kohëve fundit në terren konfirmojnë se turizmi ende nuk njihet gjerësisht si një instrument strategjik për fuqizimin e grave. Zbatimi në praktikë i një politike të përgjigjshme gjinore në turizëm mbetet i kufizuar. Ndonëse Strategjia aktuale Kombëtare për Zhvillimin e Turizmit 2025–2030 nuk e trajton shprehimisht barazinë gjinore, kjo paraqet një mundësi të rëndësishme. Me mbështetje të fokusuar, konsideratat e barazisë gjinore ende mund të integrohen për të përafruar strategjinë me angazhimet kombëtare dhe ndërkombëtare për zhvillim gjithëpërfshirës dhe të qëndrueshëm. Kjo do të kërkojë vendosjen e objektivave të matshme, burimeve të dedikuara dhe mekanizmave programatike për të siguruar që turizmi të bëhet katalizator i ndryshimeve transformuese gjinore.

Turizmi përfaqëson një sektor strategjik për avancimin e fuqizimit të grave në të gjitha fushat, ekonomike, politike dhe sociale. Shqipëria ka ndërmarrë hapa të rëndësishëm si një pioniere e buxhetimit të përgjigjshëm gjinor në Ballkanin Perëndimor, dhe angazhimet e saj në kuadrin e KEGJFDG-së dhe Strategjisë Kombëtare për Barazinë Gjinore 2021–2030 riafirmojnë nevojën për të integruar barazinë gjinore jo si një qëllim plotësues, por si një shtyllë qendrore e zhvillimit të qëndrueshëm dhe gjithëpërfshirës.

Strategjia Kombëtare e Turizmit 2025–2030 përfshin objektiva sasiorë, si garancitë që **30% e projekteve të turizmit** të drejtohen nga gra dhe të menaxhohen nga Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve (AIDA); që **60% e pjesëmarrësve në trajnimet për certifikimin e cilësisë dhe qëndrueshmërisë** të jenë gra, dhe që **30% e rekrutimeve të reja progresive** në Agjencinë Kombëtare të Turizmit të jenë gra. Në të njëjtën kohë, baza për këto përqindje nuk është shpjeguar plotësisht dhe ato duken konservatore kur krahasohen si me potencialin e turizmit si një nxitës i fuqizimit të grave, ashtu edhe me numrin e lartë të grave që janë tashmë të angazhuara në të gjithë sektorin. Për të arritur një ndikim domethënës, këto angazhime duhet të shoqërohen me kushte lehtësuese që sigurojnë që gratë nga qarqe dhe me profile të ndryshme, veçanërisht ato që drejtojnë ndërmarrje të vogla dhe të mesme, të kenë qasje efektive në mundësitë ofruara. Pa masa të tilla, ekziston rreziku që treguesit e hartuar me qëllim të mirë mund të përforcojnë pa dashje pabarazitë ekzistuese në vend që t'i zvogëlojnë ato.

Strategjia u referohet gjithashtu mekanizmave financiare si AIC, AIDA, skemave të nxitjes dhe reformave tatimore. Këto mjete mund të luajnë një rol kritik në zgjerimin e mundësisë për pjesëmarrje në kapital, por potenciali i tyre transformues do të

varet nga përfshirja e kritereve me ndjeshmëri gjinore. Ndjekja në vijimësi e përqindjes së grave përfituese, natyrës së ndërmarrjeve të tyre dhe i ndikimit më të gjerë shoqëror të investimeve do të ndihmojë në sigurimin që këto mekanizma të mos favorizojnë pa dashje aktorë më të mëdhenj ose më të afirmuar (burra/elita), por të shërbejnë si katalizatorë për fuqizimin e grave në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit. Trajtimi i informalitetit është po aq i rëndësishëm. Task Forca e planifikuar për luftën kundër informalitetit ofron një mundësi të rëndësishme për të përfshirë barazinë gjinore në thelb të mandatit të saj. Një analizë e përkushtuar e lidhjeve midis turizmit, informalitetit dhe gjinisë – që nuk është kryer ndonjëherë më parë në Shqipëri – do të ndihmonte në përgatitjen e një strategjie të qartë, të mbështetur me burime të mjaftueshme, dhe me në kornizë monitoruese. Integrimi i standardeve të punës me ndjeshmëri gjinore, përfshirë parandalimin e ngacmimit dhe sigurinë në vendin e punës, do ta forcojë më tej këtë qasje dhe do të jetë në përputhje me rekomandimet e KEGJJFDG-së.
Objektivi i trajnimit për 60% gra deri në vitin 2030 ka gjithashtu potencial transformues nëse lidhet me rolin udhëheqës, ndërgjegjësimin për të drejtat dhe vendimmarrjen, dhe shtrihet tek autoritetet e turizmit, ministritë e linjës dhe shoqëria civile. Në mënyrë të ngjashme, objektivat për gratë në Agjencinë Kombëtare të Turizmit dhe në organizatat e menaxhimit të destinacioneve duhet të shkojnë përtej përfaqësimit për të siguruar që gratë të kenë role vendimmarrëse, të menaxhojnë buxhetet dhe të formësojnë drejtimet e politikave. Mekanizmat institucionale, si planet e veprimit gjinor, sistemet e llogaridhënies dhe protokollet mbi dhunën me bazë gjinore dhe sigurinë në vendin e punës do të ndihmonin që pjesëmarrja numerike të shndërrohet në një ndikim të vërtetë.
Strategjia do të ketë rëndësi në planin afatgjatë vetëm nëse shkon përtej numrave, heq pengesat dhe siguron që gratë të mund të udhëheqin dhe të kenë zë në formësimin e të ardhmes së turizmit.

Tabela 3.1. **Kuadri ligjor dhe politikat që lidhen me barazinë gjinore në Shqipëri**[35]

Titulli i ligjit	Mundësitë për "politikë të përgjigjshme gjinore në turizëm"
Ligji nr. 9970, datë 24.07.2008, " Për barazinë gjinore në shoqëri**".**	Ky ligj shërben si gur themeli për avancimin e barazisë gjinore në të gjithë sektorët, përfshirë turizmin. Ai garanton të drejta dhe mundësi të barabarta për gratë dhe burrat, nxit pjesëmarrjen e grave në proceset ekonomike dhe vendimmarrëse, dhe promovon buxhetimin e përgjigjshëm gjinor. Për turizmin, kjo krijon mundësi për integrimin e barazisë gjinore në politika, zhvillimin e fuqisë punëtore dhe planifikimin e investimeve, duke siguruar që sektori të rritet në mënyrë të qëndrueshme dhe gjithëpërfshirëse.Rishikimi i vazhdueshëm i ligjit ofron një moment të përshtatshëm për të lidhur në mënyrë të qartë dispozitat e barazisë gjinore me zhvillimin e turizmit, për të trajtuar probleme të tilla si informaliteti, puna e pasigurt dhe puna e migrantëve. Neni 18 ndalon ngacmimin, përfshirë ngacmimin seksual në vendin e punës, ndërsa neni 21 mbron punonjëset gra nga diskriminimi për shkak të martesës, shtatzënisë ose amësisë. Neni 23 e njeh punën e papaguar si kontribut jetësor për familjet, komunitetet dhe ekonominë. Përfshirja e masave specifike për turizmin në ligjin e rishikuar mund të forcojë mbrojtjen, lidershipin dhe fuqizimin ekonomik të grave brenda sektorit.
Ligji nr. 10221, datë 04.02.2010, "Për mbrojtjen nga diskriminimi".	Ky ligj mbështet përpjekjet për të zvogëluar pengesat me të cilat përballen gratë duke promovuar diversitetin dhe përfshirjen sipas parimit të mosdiskriminimit (i renditur gjithashtu si përparësi në Agjendën 2030). Kreu 4 "Ndalimi i diskriminimit" është veçanërisht i rëndësishëm për sektorin e turizmit, sa u përket ofruesve të shërbimeve në fushat e "transportit dhe udhëtimit", "argëtimit, çlodhjes dhe freskimit", "shitjes ose dhënies me qira të banesave dhe mjediseve të tjera".

35. Ligji Nr. 9970/2008 për Barazinë Gjinore; Ligji Nr. 10221/2010 për Mbrojtjen nga Diskriminimi; VKM Nr. 400/2021 për Strategjinë e Barazisë Gjinore; Ligji Nr. 65/2016 për Ndërmarrjet Sociale; Ligji Nr. 10237/2010 për Shëndetin dhe Sigurinë në Punë; Ligji Nr.15/2019 për Nxitjen e Punësimit; Ligji Nr. 9817/2007 për Bujqësinë dhe Zhvillimin Rural; Ligji Nr. 7961/1995 për Kodin e Punës të Republikës së Shqipërisë (I ndryshuar me Ligjin Nr. 136/2015); Ligji Nr. 57/2016 që ndryshon Ligjin Nr. 9936/2008 për Menaxhimin e Sistemit Buxhetor; VKM Nr. 465/2012 për Integrimin Gjinor në Programin Buxhetor Afatmesëm; Udhëzimi i Përbashkët Nr. 21/2013 mbi Integrimin e Çështjeve Gjinore në Programin Buxhetor Afatmesëm; Ligji Nr. 68/2017 për Financat e Vetëqeverisjes Vendore; Ligji Nr. 139/2015 për Vetëqeverisjen Vendore; Ligji Nr. 10019/2008 për Kodin Zgjedhor të Republikës së Shqipërisë (i ndryshuar me Ligjin Nr. 101/2020).

Titulli i ligjit	Mundësitë për "politikë të përgjigjshme gjinore në turizëm"
VKM nr. 400, datë 30.6.2021, *"Strategjia Kombëtare 2021 – 2026 për Barazinë Gjinore (SKBGJ)".*	Këto janë disa nga mundësitë e shumta që hap SKBGJ 2021-2026 në sektorin e turizmit (i): Rritja e qasjes së grave në shërbimet financiare dhe burimet prodhuese nxit sipërmarrjen e grave, duke forcuar diversitetin dhe qëndrueshmërinë e industrisë. (ii) Promovimi i pjesëmarrjes së grave në vendimmarrjen publike dhe vendore ndikon pozitivisht në hartimin e politikave më gjithëpërfshirëse dhe novatore të turizmit, të përshtatura sipas nevojave të shoqërisë në tërësi. (iii) Rritja e ndërgjegjësimit kundër stereotipave gjinorë dhe mbështetja e një ndarjeje më të barabartë të përgjegjësive të kujdesit shtëpiak inkurajon më shumë gra të punojnë në turizëm. (iv) Vëmendja ndaj mbrojtjes nga dhuna dhe ngacmimi përmirëson sigurinë në vendet e punës në turizëm.
Ligji 65/2016 *"Për ndërmarrjet sociale në Republikën e Shqipërisë".*	Ky ligj ka rëndësi të veçantë për sektorin e turizmit në Shqipëri, sepse nxit modele punësimi gjithëpërfshirëse përmes ndërmarrjeve sociale. Duke krijuar një kuadër ligjor që mbështet riintegrimin dhe fuqizimin e individëve që përballen me pengesa sociale dhe ekonomike, përfshirë gratë e prekura nga dhuna dhe trafikimi, ai ndihmon në zgjerimin e mundësive të barabarta brenda sektorit.
Ligji nr. 10237, datë 02.18.2010, *"Për sigurinë dhe shëndetin në punë".*	Ky ligj ofron siguri më të madhe në vendin e punës në sektorin e turizmit dhe garanton që situata specifike, të tilla si shtatzënia ose ushqyerja me gji, të mos përbëjnë rrezik për diskriminim dhe/ose margjinalizim. Ai rrit sigurinë e punonjësve, qoftë gra apo burra, dhe kontribuon në krijimin e një mjedisi pune të shëndetshëm dhe të sigurt, veçanërisht i rëndësishëm në një sektor që shpesh karakterizohet nga nivele të larta stresi dhe orare pune të parregullta. Ligji gjithashtu i inkurajon punëdhënësit të zbatojnë praktika pune më të sigurta dhe më gjithëpërfshirëse, të cilat mund të kualifikojnë personelin dhe ta bëjnë atë më të vetëdijshëm për aspekte të mirëqenies.
Ligji nr. 15/2019 *"Për nxitjen e punësimit".*	Ky ligj përfaqëson një mundësi të rëndësishme për gratë që përballen me vështirësi social-ekonomike, duke u ofruar atyre ndihmë të tilla si subvencione për kujdesin ndaj fëmijëve dhe programe trajnimi për të lehtësuar hyrjen e tyre në profesione në këtë sektor, si pritja, menaxhimi ose shërbimet ushqimore. Këto ndihma janë veçanërisht të vlefshme për viktimat e dhunës në familje, viktimat e trafikimit dhe nënat e reja, të cilat shpesh përballen me pengesa të mëdha në mundësitë për punësim.
Ligji nr. 9817, datë 10.22.2007, *"Për bujqësinë dhe zhvillimin rural".*	Ky ligj ofron perspektiva premtuese për zhvillimin e turizmit rural në Shqipëri, me fokus të veçantë në përfshirjen e grave dhe të rinjve në komunitetet rurale. Duke ofruar një kuadër ligjor për promovimin e nismave vendore, ky ligj nxit sipërmarrjen dhe forcon kapitalin shoqëror, duke promovuar njëkohësisht ruajtjen e trashëgimisë natyrore dhe kulturore, faktorë thelbësorë për turizmin. Ai gjithashtu mund të luajë një rol kyç në uljen e pabarazive territoriale të ndërthurura me ato gjinore, duke rigjallëruar zonat rurale dhe duke promovuar një ekonomi vendore të fortë dhe gjithëpërfshirëse.

Titulli i ligjit	Mundësitë për "politikë të përgjigjshme gjinore në turizëm"
Programet e nxitjes së punësimit	Programet e nxitjes së punësimit kontribuojnë drejtpërdrejt në përfshirjen e grave si pjesë e fuqisë punëtore në turizëm. ↘ *VKM 48/2008:* Edhe pse ky program nuk u dedikohet posaçërisht grave, ai mund të promovojë në mënyrë të tërthortë integrimin e grave që përjetojnë përjashtim social ose ekonomik në sektorin e turizmit duke lehtësuar mundësinë për pjesëmarrje në punësim formal. ↘ *VKM 27/2012:* I dedikuar posaçërisht për gratë që përballen me pengesa ekonomike dhe sociale, ky program inkurajon integrimin e tyre në sektorin formal të punësimit, që do t'u mundësojë atyre të kenë të ardhura financiare dhe të kontribuojnë në ekonominë lokale. Mund të zbatohet në turizëm përmes kontributeve sociale dhe stimujve financiarë. ↘ *VKM 47/2008:* Përqendrohet në trajnimin profesional, një çështje strategjike për gratë, për të pasur akses ose për të përmirësuar mundësitë për punësim në sektorin e turizmit.
Ligji nr. 7961, datë 12.07.1995, *"Për Kodin e Punës të Republikës së Shqipërisë"* **dhe Ligji nr. 136/2015** *"Për disa ndryshime dhe shtesa në Ligjin nr. 7961, datë 12.07.1995, "Për Kodin e Punës të Republikës së Shqipërisë ".*	Këto dy ligje synojnë të vendosin parimet e barazisë dhe mosdiskriminimit në tregun e punës. Ata parashikojnë masa specifike për të mbrojtur gratë në vendin e punës, duke siguruar që ato të kenë qasje në të njëjtat të drejta dhe mundësi si burrat dhe duke garantuar mbrojtje të veçantë për rrethanat e tyre specifike (shtatzënia, amësia). Këto elemente vlejnë veçanërisht për sektorin e turizmit dhe janë thelbësore për të siguruar një mjedis pune të sigurt dhe të barabartë për gratë. Ndër masa të tjera, ato përfshijnë lejen e shtatzënisë, ndalimin e punës së natës gjatë shtatzënisë ose pas lindjes, dhe të drejtën për pushime për ushqyerjen me gji, që mundësojnë përshtatjen e punës me jetën familjare dhe kujdesin shëndetësor për gratë që punojnë në këtë sektor.
"Për disa ndryshime dhe shtesa në Ligjin nr. 9936, datë 26.06.2008, *"Për menaxhimin e sistemin buxhetor në Republikën e Shqipërisë".*	Ky ligj sjell një avancim të rëndësishëm në barazinë gjinore dhe menaxhimin e buxhetit duke integruar konceptin e buxhetimit të përgjigjshëm gjinor. Përfshirja e dimensionit gjinor në buxhetet publike do të bënte të mundur nisma të posaçme për promovimin e barazisë në turizëm, të tilla si fonde për inkurajimin e hyrjes së grave në sektor, mbështetje për projekte të drejtuara nga gra, ose trajnime dhe ngritje kapacitetesh për t'u dhënë atyre mundësi të kualifikohen për vende pune të specializuara. Për më tepër, zbatimi i këtij ligji do të siguronte që politikat publike që lidhen me turizmin dhe zhvillimin rural të marrin parasysh nevojat specifike të grave, duke promovuar pjesëmarrjen e tyre aktive në zhvillimin e sektorit dhe fuqizimin e tyre ekonomik përmes, për shembull, pjesëmarrjes në financim dhe burime të tjera.

Titulli i ligjit	Mundësitë për "politikë të përgjigjshme gjinore në turizëm"
VKM nr. 465, datë 18.07.2012 *"Për integrimin gjinor në programin buxhetor afatmesëm"* **dhe Udhëzimi i Përbashkët nr. 21, datë 21.06.2013** "Për procedurat e integrimit të çështjeve gjinore në programin buxhetor afatmesëm ".	Krijojnë bazën ligjore për integrimin e perspektivës gjinore në kornizat buxhetore në nivel qendror. Kërkojnë që të gjitha institucionet qendrore të përfshijnë në buxhetet e tyre objektiva të matshme të barazisë gjinore. Në sektorin e turizmit, këto dispozita hapin mundësi të rëndësishme. Buxhetimi gjinor mund të lehtësojë financimin e nismave turistike që fuqizojnë gratë, veçanërisht në fusha të tilla si turizmi rural, sipërmarrja e grave dhe projektet që rivlerësojnë trashëgiminë kulturore lokale. Duke ndarë fonde për programe që promovojnë barazinë gjinore, ne inkurajojmë mbështetjen financiare për projektet turistike me ndikim të lartë në shoqëri, ndërsa në të njëjtën kohë forcojmë pjesëmarrjen aktive të grave në ekonominë e turizmit.
Ligji nr. 68/2017 *"Për financat e vetëqeverisjes vendore".*	Përfitimet për sektorin e turizmit që rjedhin nga ky ligj përqendrohen veçanërisht në menaxhimin financiar gjithëpërfshirës dhe transparent. Duke kërkuar që njësitë e vetëqeverisjes vendore të ndajnë një pjesë të objektivave të programit të tyre për uljen e pabarazive gjinore (neni 36) përmes, për shembull, transfertave/ granteve dhe projekteve turistike në buxhete, nxitet qasja e barabartë në burime. Përveç kësaj, fakti që njësitë e vetëqeverisjes vendore duhet të tregojnë saktësisht se çfarë shpenzojnë për barazinë gjinore, e bën këtë proces transparent dhe të aksesueshëm, gjë që rrit besimin e aktorëve vendorë, përfshirë gratë sipërmarrëse, në mbështetjen e ofruar nga autoritetet. Për më tepër, është e rëndësishme të theksohet se buxhetimi i përgjigjshëm gjinor (BPGJ) është gjithashtu pjesë e këtij ligji.
Ligji nr. 139/2015 *"Për vetëqeverisjen vendore".*	Ky ligj mund të promovojë mundësi ekonomike për gratë përmes skemave të ndryshme, përfshirë subvencionet vendore për bujqësinë dhe zhvillimin rural (neni 27) dhe mbështetjen për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (neni 28). Këto masa mund t'i nxisin gratë të ndërmarrin veprimtari të turizmit rural dhe artizanatit, duke ndihmuar kështu në diversifikimin e ofertës turistike lokale dhe përmirësimin e të ardhurave të komunitetit. Përfshirja e treguesve me ndjeshmëri gjinore (neni 33) bën të mundur vlerësimin e ndikimit të shërbimeve vendore në jetën e grave, duke siguruar monitorim efektiv të progresit drejt barazisë dhe përfshirjes. Ky ligj dhe ndryshimet e tij luajnë rol thelbësor në promovimin e barazisë gjinore. Në sektorin e turizmit, ai ka efekte të dobishme, përmes forcimit të pjesëmarrjes së grave në vendimmarrjen vendore dhe rajonale, e cila është thelbësore për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm. Përveç kësaj, duke promovuar një përfaqësim më të madh të grave në këshillat bashkiake dhe komisionet zgjedhore, perspektivat dhe nevojat e grave do të merren parasysh në strategjitë e zhvillimit të turizmit. Së fundi, ai mund të rrisë besimin e grave për të marrë pjesë në role drejtuese, si dhe sipërmarrjen në sektorë të tillë si turizmi.

Ligji Nr. 9970/2008 për Barazinë Gjinore; Ligji Nr. 10221/2010 për Mbrojtjen nga Diskriminimi; VKM Nr. 400/2021 për Strategjinë e Barazisë Gjinore; Ligji Nr. 65/2016 për Ndërmarrjet Sociale; Ligji Nr. 10237/2010 për Shëndetin dhe Sigurinë në Punë; Ligji Nr. 15/2019 për Nxitjen e Punësimit; Ligji Nr. 9817/2007 për Bujqësinë dhe Zhvillimin Rural; Ligji Nr. 7961/1995 për Kodin e Punës të Republikës së Shqipërisë (i ndryshuar me Ligjin Nr. 136/2015); Ligji Nr. 57/2016 që ndryshon Ligjin Nr. 9936/2008 për Menaxhimin e Sistemit Buxhetor; VKM Nr. 465/2012 për Integrimin Gjinor në Programin Buxhetor Afatmesëm; Udhëzimi i Përbashkët Nr. 21/2013 mbi Integrimin e Çështjeve Gjinore në Programin Buxhetor Afatmesëm; Ligji Nr. 68/2017 për Financat e Vetëqeverisjes Vendore; Ligji Nr. 139/2015 për Vetëqeverisjen Vendore; Ligji Nr. 10019/2008 për Kodin Zgjedhor të Republikës së Shqipërisë (i ndryshuar me Ligjin Nr. 101/2020).

GJETJA KRYESORE 3.2. **Mungesa e të dhënave gjithëpërfshirëse të ndara sipas gjinisë dhe me ndjeshmëri gjinore në turizëm kufizon hartimin e politikave të përgjigjshme gjinore**

Mungesa e të dhënave gjithëpërfshirëse të ndara sipas gjinisë mbetet një pengesë e rëndësishme për hartimin dhe zbatimin e politikave të përgjigjshme gjinore në turizëm në Shqipëri. Në kuadrin e Strategjisë aktuale të Turizmit, mbledhja, analizimi dhe raportimi sistematik i të dhënave me ndjeshmëri gjinore janë thelbësore për të siguruar që politikat e turizmit të pasqyrojnë njësoj realitetet dhe nevojat e ndryshme të grave dhe burrave. Kjo është veçanërisht e rëndësishme jo vetëm sepse gratë përfaqësojnë një pjesë të konsiderueshme të fuqisë punëtore, por edhe sepse ato shërbejnë si katalizatore në formësimin e turizmit si sektor, qoftë si punonjëse, sipërmarrëse apo drejtuese të komunitetit. Të kuptuarit e këtyre dinamikave është kyç për hartimin e politikave që çojnë në rezultate më të qëndrueshme dhe të barabarta në të gjithë sektorin.

Vëmendje e veçantë duhet t'i kushtohet ngërthimit të diversitetit të përfaqësimit të grave në turizëm, përfshirë dallimet sipas vendndodhjes gjeografike (urbane kundrejt rurale), statusit të migrimit dhe nënsektorëve dhe formave specifike të turizmit në të cilat ato janë të angazhuara. Gjatë konsultimeve me palët e interesuara, intervistuesit pranuan mungesën e vazhdueshme të të dhënave, si pasojë e burimeve të pamjaftueshme institucionale dhe bashkërendimit të kufizuar ndërmjet agjencive. Megjithëse disa organizata joqeveritare janë angazhuar në hulumtime në terren me gratë dhe kanë hartuar tregues përkatës gjinorë, këto përpjekje nuk janë integruar sistematikisht në proceset e planifikimit ose të politikave të turizmit në nivel kombëtar. Përveç INSTAT-it, nuk ka asnjë organ institucional të caktuar me një mandat të qartë për të drejtuar mbledhjen dhe raportimin e të dhënave gjinore në lidhje me turizmin. Kjo mungesë e pronësisë institucionale kontribuon në probleme të vazhdueshme, si në cilësinë ashtu edhe në gjithëpërfshirjen e të dhënave të disponueshme.[36]

Komiteti Ndërinstitucional për të Dhënat Statistikore në Turizëm, i sapokrijuar me Vendimin nr. 99, datë 12.02.2025, paraqet një mundësi për të trajtuar problemin e mungesës aktuale të të dhënave të turizmit të ndara sipas gjinisë dhe me ndjeshmëri gjinore. Duke sjellë së bashku ministritë përkatëse, organet e statistikave dhe palët e interesuara të sektorit, Komiteti mund të bashkërendojë integrimin e treguesve gjinorë në sistemet e të dhënave të turizmit, të sigurojë përputhshmërinë me angazhimet kombëtare për barazi gjinore dhe të promovojë shkëmbimin e të dhënave ndërsektoriale. Mandati i tij mund të shfrytëzohet për të krijuar një kuadër gjithëpërfshirës monitorimi që mbështet hartimin e politikave të përgjigjshme gjinore dhe mundëson vendimmarrjen e bazuar në të dhëna në sektorin e turizmit.

Me kërkesë të Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit, aktualisht është në proces zhvillimi një Llogari Satelitore e Turizmit (TSA). Kjo nismë premton përmirësimin e qëndrueshmërisë dhe besueshmërisë së statistikave të turizmit. Megjithatë, fusha aktuale e veprimit të TSA-së është përqendruar kryesisht në të dhënat mbi bazë të kërkesës, me integrim të kufizuar të treguesve të ndarë sipas gjinisë, kryesisht e kufizuar në shifrat e punësimit. Ky kufizim është kryesisht për shkak të mbështetjes së TSA-së në burimet ekzistuese të të dhënave, kryesisht ato të ofruara nga INSTAT-i dhe Banka e Shqipërisë, të cilat vetë nuk i kuptojnë plotësisht dimensionet gjinore në turizëm. Për të bërë të mundur që Strategjia e Turizmit të përafrohet më shumë me standardet ndërkombëtare mbi barazinë gjinore dhe zhvillimin gjithëpërfshirës, është thelbësore të zgjerohet fushëveprimi i TSA-së dhe sistemeve statistikore përkatëse për të përfshirë një grup gjithëpërfshirës treguesish me ndjeshmëri gjinore në të gjitha dimensionet e turizmit.

36. Vendimi i Këshillit të Ministrave Nr. 99, datë 12.02.2025, "Për përbërjen, mënyrën e organizimit e të funksionimit dhe detyrat e Komitetit për të Dhënat Statistikore në Turizëm". Gjendet në internet në: https://turizmi.gov.al/wp-content/uploads/2025/02/vkm-e-komitetit.pdf

Të dhënat gjinore janë thelbësore për të siguruar dukshmërinë e situatës së grave dhe për të vënë në pah ndikimin e ndryshëm që mund të kenë kontekste, politika ose veprime të caktuara tek gratë dhe burrat. Kjo na mundëson të kuptojmë hendeqet ekzistuese gjinore dhe të identifikojmë mundësitë në çdo sektor të ekonomisë dhe në çdo dimension të zhvillimit të qëndrueshëm: ekonomik, social dhe mjedisor. Kjo qasje nxit planifikim dhe menaxhim më të informuar dhe të përgjegjshëm të politikave publike, ndër të cilat edhe ato që kanë të bëjnë me sektorin privat. Është e rëndësishme të theksohet se vetë të dhënat janë vetëm një komponent i rëndësishëm; procesi me të cilin mblidhen të dhënat është po aq i rëndësishëm, qoftë ky përmes metodave sasiore apo cilësore.

Në kontekstin e punësimit, mungesa e një përkufizimi të qëndrueshëm dhe gjithëpërfshirës të "punësimit në turizëm" mbetet një sfidë e madhe për prodhimin e të dhënave me ndjeshmëri gjinore. Siç u vu re në konsultimet me INSTAT-in dhe Ministrinë e Turizmit dhe Mjedisit, qasja aktuale statistikore mbështetet në një kuptim të ngushtë të punësimit në turizëm: kryesisht i lidhur me sektorët e shërbimeve të akomodimit dhe të ushqimit, që merr pak në konsideratë transportin, shërbimet kulturore, operacionet Turistike dhe punën informale. Kjo kufizon aftësinë për të ngërthyer kuadrin tërësor të sektorit dhe për të përfaqësuar rolet e ndryshme që kanë gratë dhe burrat në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit. Si pasojë, punësimi në turizëm rrallë raportohet sipas "statistikave zyrtare të turizmit."[37]

Ekziston një nevojë urgjente për të dhëna më gjithëpërfshirëse për ofertën, për të mundësuar një analizë më të thelluar dhe më të saktë të modeleve të punësimit nga një perspektivë gjinore. Megjithëse INSTAT-i ofron disa statistika të ndara sipas gjinisë për sa i përket kërkesës, siç është profili i udhëtarëve vendas (2022)[38] dhe punësimi në sektorët relevantë (tregti, transport, shërbime akomodimi dhe ushqimi, dhe shërbime administrative), mungon informacion i rëndësishëm mbi dinamikën e zinxhirit të vlerës së turizmit. Këto mangësi në të dhëna kufizojnë të kuptuarit e plotë të pjesëmarrjes, roleve dhe kontributeve të grave në turizëm, veçanërisht në kontekste informale, sezonale ose rurale. Intervistat me palët e interesuara zbuluan më tej se konsideratat gjinore nuk janë të integruara sistematikisht në të gjithë ciklin e prodhimit të të dhënave, përfshirë hartimin e anketave dhe pyetësorëve, trajnimin e intervistuesve, përpunimin e të dhënave dhe kuadrot analitikë. Pa një integrim të tillë, burimet ekzistuese të të dhënave nuk mund të pasqyrojnë plotësisht sfidat dhe mundësitë specifike gjinore në sektor. Për më tepër, bazat e të dhënave ndërkombëtare, si të Organizatës Botërore të Turizmit e OKB-së dhe të OECD-së, aktualisht nuk kanë të dhëna për turizmin të ndara sipas gjinisë për Shqipërinë, kryesisht sepse të dhëna të tilla nuk prodhohen ose raportohen sistematikisht në nivel kombëtar. Megjithëse Anketa e Forcave të Punës (AFP) e INSTAT-it mundëson statistika të përgjithshme të punësimit të ndara sipas gjinisë, ajo nuk ofron njohuri të hollësishme mbi punësimin e grave dhe burrave në të tërë zinxhirin e vlerës së turizmit, dhe as nuk përfshin dimensionet e përmirësimit social, mjedisor ose ekonomik[39]. Sipas INSTAT-it, këto kufizime rrjedhin nga alokimi i pamjaftueshëm i burimeve për prodhimin e të dhënave me ndjeshmëri gjinore (p.sh., trajnimi) dhe mungesa e fleksibilitetit në udhëzuesit e EUROSTAT-it për të mbështetur të dhëna të turizmit të ndara sipas gjinisë.

Në këtë kontekst, prodhimi i të dhënave me ndjeshmëri gjinore në fushën e turizmit duhet të përcaktohet jo vetëm si një përparësi statistikore, por edhe si një levë strategjike për të ndihmuar në hartimin e politikave, për të promovuar qeverisjen gjithëpërfshirëse dhe për të trajtuar turizmin e qëndrueshëm. Në mungesë të një detyrimi ligjor kombëtar për të prodhuar statistika gjinore, kërkohet vullnet politik për të sjellë ndryshimin. Ndonëse INSTAT-i demonstron ndërgjegjësim për nevojën për të dhëna gjinore, aktorë të tjerë institucionalë të konsultuar gjatë intervistave shprehën njohuri të kufizuara për rëndësinë e tyre për planifikimin e turizmit. Vendimi i fundit i Këshillit të Ministrave për të krijuar një Komitet për të Dhënat Statistikore të Turizmit, të bashkërenduar nga Ministria e Turizmit dhe Mjedisit, ofron një mundësi aktuale për të institucionalizuar të dhënat gjinore në turizëm. Për të qenë efektiv, ky mekanizëm ndërinstitucional duhet të përfshijë përfaqësues nga Ministria e Shëndetësisë dhe Mbrojtjes Sociale, e cila udhëheq zbatimin e Strategjisë Kombëtare për Barazi Gjinore. Për më tepër, bashkëpunimi me ekipin teknik që mbështet hartimin e botimit të INSTAT-it "Gratë dhe burrat në Shqipëri" është thelbësor, pasi përafrimi i metodologjisë me Institutin Evropian për Barazi Gjinore (IEBGJ) mund të përmirësojë standardet e cilësisë së të dhënave dhe të sigurojë përafrimin me legjislacionin e BE-së.

37. Në Statistikat e Turizmit raportohet lëvizja e qytetarëve dhe e strukturave të akomodimit. Për më shumë informacion: https://www.instat.gov.al/en/themes/industry-trade-and-services/tourism-statistics/#tab3

38. Instituti i Statistikave i Shqipërisë (INSTAT). (2023). Turizmi në shifra 2022: Anketa mbi pushimet dhe udhëtimet. https://www.instat.gov.al/media/12919/tourism-in-figures-2022___.pdf

39. "Rritja e nivelit" ose "përmirësimi" i referohet procesit të rritjes së vlerës, përfitimeve dhe kthimeve që rrjedhin nga pjesëmarrja në zinxhirët e vlerës globale, ndërkohë që trajtohen në mënyrë aktive pabarazitë strukturore gjinore për të siguruar që gratë dhe grupet e margjinalizuara të përfitojnë në mënyrë të barabartë nga këto përfitime.

Një qasje e tillë e bashkërenduar dhe me ndjeshmëri gjinore jo vetëm që do të përmirësojë bazën statistikore të sektorit, por do të mbështesë gjithashtu identifikimin e mundësive për investime të fokusuara, veçanërisht në destinacione turistike me rritje të lartë. Të dhënat e besueshme dhe me ndjeshmëri gjinore do t'i lejojnë sektorit të hartojë ndërhyrje të bazuara në fakte, të përmirësojë ofrimin e shërbimeve dhe t'u përgjigjet në mënyrë më efektive nevojave të diferencuara të grave dhe burrave.

Një tjetër mundësi kryesore është Grupi Ndërinstitucional i Punës (GNP) për Statistikat Gjinore në Shqipëri. Kjo platformë e bashkërendimit kombëtar, e riaktivizuar së fundmi, bashkon INSTAT-in, ministritë e linjës dhe partnerët e OKB-së (UN Women, UNDP) për të harmonizuar, prodhuar dhe përdorur të dhëna të ndara sipas gjinisë në përputhje me OZHQ-të, kërkesat e anëtarësimit në BE dhe politikat kombëtare të barazisë gjinore. Duke pasur parasysh nevojën urgjente për të përmirësuar mbledhjen, analizimin, përdorimin dhe raportimin e të dhënave, është thelbësore që autoritetet e turizmit të përfshihen si aktor kyç. Përfshirja e tyre do të siguronte që rritja e shpejtë e turizmit të monitorohet siç duhet, duke zbërthyer të dhëna gjinore të nivelit të lartë për të përgatitur politika dhe strategji më gjithëpërfshirëse.

Pavarësisht mangësive aktuale, ka ende mundësi të konsiderueshme të pashfrytëzuara për përgatitjen e politikave të turizmit që marrin parasysh realitetet e jetuara të grave dhe burrave. Në vend që të mbështetet vetëm në të dhënat ndërsektoriale, sektori i turizmit duhet të hartojë strategjinë e vet të dedikuar për të dhënat gjinore, duke pasqyruar dinamikën e tij të veçantë dhe zinxhirët e larmishëm të vlerës në nivel kombëtar. Ndonëse turizmi mund të përfitojë nga të dhënat e prodhuara nga sektorë të tjerë, është thelbësore që ai të prodhojë dhe menaxhojë në mënyrë aktive të dhënat e veta për të informuar dhe për t'u informuar nga fusha të tjera të politikave. Krijimi i një baze statistikore të fortë dhe me ndjeshmëri gjinore do të rrisë aftësinë e sektorit për të identifikuar dhe monitoruar mangësitë gjinore, për të ndjekur progresin me kalimin e kohës, dhe për të zbatuar masa transformuese që promovojnë barazinë gjinore së bashku me zhvillimin e qëndrueshëm në të gjithë ekosistemin turistik të Shqipërisë.

Rasti studimor 3.2.1.
Nisma e Zhvillimit të Sektorit Privat të Paqësorit dhe Organizata e Turizmit të Paqësorit Jugor - Auditimi Gjinor.[40]

Nën drejtimin e Nismës së Zhvillimit të Sektorit Privat të Paqësorit në partneritet me Organizatën e Turizmit të Paqësorit Jugor, ky projekt synon të promovojë barazinë gjinore në sektorin e turizmit në Ishujt e Paqësorit. Projekti përqendrohet posaçërisht në të dhënat me ndjeshmëri gjinore të turizmit, sepse kjo u identifikua si përparësi në auditimin gjinor të kryer me institucionin kryesor të turizmit të Paqësorit Jugor më shumë se një vit më parë. Rezultatet e auditimit gjinor demonstrojnë rëndësinë e mbledhjes së të dhënave gjinore, si dhe nevojën për një angazhim të vazhdueshëm të institucioneve publike dhe private për të siguruar qëndrueshmërinë afatgjatë të sektorit. Projekti gjithashtu prodhoi të dhëna të reja që rezultojnë nga auditimi gjinor, të cilat ofrojnë një pasqyrë të situatës aktuale në lidhje me integrimin gjinor në turizëm në të gjithë rajonin. Qëllimi përfundimtar i projektit është të përshtatë udhëzimet e Organizatës Botërore të Turizmit të OKB-së për integrimin gjinor në kontekstin rajonal.

40. Nisma e Zhvillimit të Sektorit Privat të Paqësorit (PSDI). (2024). PSDI dhe SPTO organizojnë Talanoa-n e grave për të mbështetur barazinë gjinore në turizëm.https://pacificpsdi.org/news-and-insights/news/read/psdi-and-spto-host-womens-talanoa-to-support-gender-equality-in-tourism

Rasti studimor 3.2.2.

Statistics Sweden (Instituti i Statistikave i Suedisë) mbledh të dhëna mbi pjesëmarrjen gjinore në turizëm, duke u përqendruar si në kërkesë (p.sh., udhëtime turistike, net qëndrime dhe shpenzime) ashtu edhe në ofertë (p.sh., punësimi në industritë e turizmit). [41]

Suedia është një shembull i fortë, jo sepse ka një sistem të pavarur të të dhënave gjinore në turizëm, por sepse integron të dhëna të ndara sipas gjinisë, objektiva të barazisë dhe politikëbërje gjithëpërfshirëse në të gjithë sektorët –përfshirë ata që formësojnë turizmin. Institucione si Statistikat e Suedisë (SCB) prodhojnë sistematikisht të dhëna të ndara sipas gjinisë në të gjithë sektorët, përfshirë ata që lidhen me turizmin (p.sh., akomodimin, shërbimet e ushqimit, transportit dhe udhërrëfimin turistik). TSA-ja kombëtare e Suedisë përfshin të dhëna të përmirësuara të turizmit, të ndara sipas gjinisë në nivel rajoni përmes të dhënave të transaksioneve që nga viti 2021 – që mundëson një analizë të zgjeruar të modeleve të shpenzimeve të vizitorëve të të gjitha gjinive dhe demografive.

GJETJA KRYESORE 3.3. **Buxhetimi i përgjigjshëm gjinor si një mundësi për turizmin**

Buxhetimi i përgjigjshëm gjinor (BPGJ) ofron një pikënisje të rëndësishme për avancimin e zhvillimit gjithëpërfshirës, të barabartë dhe të qëndrueshëm të turizmit në Shqipëri. Si një nga vendet e pakta në rajon që ka një kuadër ligjor dhe metodologjik për BPGJ-në, Shqipëria është në një pozicion unik për të zbatuar këtë qasje në turizëm, një sektor që përfshin infrastrukturën, bujqësinë, zhvillimin rural dhe kulturën, dhe për këtë arsye kërkon bashkërendim ndërmjet sektorëve dhe koherencë të politikave.

Pavarësisht këtij potenciali, dhe sipas intervistës së dhënë nga një ekspert kombëtar i BPGJ-së, buxhetimi gjinor mbetet i pashfrytëzuar si duhet në planifikimin dhe investimet në turizëm. Integrimi sistematik i BPGJ-së mund të sigurojë që shpenzimet dhe investimet publike të jenë në përputhje me angazhimet kombëtare për barazi gjinore dhe të drejtohen drejt korrigjimit të mangësive strukturore që ndikojnë në mënyrë shproporcionale te gratë në turizëm. Ai mundëson gjithashtu kalimin nga hartimi i politikave asnjanëse gjinore në ato transformuese gjinore, duke siguruar që vendimet fiskale të promovojnë në mënyrë aktive barazinë, pjesëmarrjen dhe fuqizimin.

Rasti studimor 3.3.1.

UN Women - Buxhetimi gjinor dhe turizmi në Marok

Nën drejtimin e Ministrisë së Turizmit të Marokut dhe me mbështetjen e UN Women dhe Qendrës së Ekselencës për Buxhetim të Përgjigjshëm Gjinor, ky projekt është hartuar për të promovuar barazinë gjinore në planifikimin dhe programimin e buxhetit të sektorit të turizmit. Bazuar në një analizë të thelluar të çështjeve që lidhen me gjininë, ai synon të identifikojë nevojat specifike të popullatave të cenueshme, veçanërisht grave, dhe të paraqesë rekomandime konkrete. Kjo nismë thekson kontributin e buxhetimit me ndjeshmëri gjinore në një industri turizmi më gjithëpërfshirëse. Ajo demonstron rëndësinë strategjike të turizmit në uljen e pabarazive dhe promovimin e zhvillimit të barabartë, në përputhje me angazhimet kombëtare dhe ndërkombëtare të Marokut.

Burimi: EQUALAB

41. OECD (2022) Turizmi në ekonomi dhe perspektiva për rimëkëmbje: Suedia. Në: Prirjet dhe Politikat e Turizmit të OECD-së 2022, [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2022_a8dd3019-en/full-report/sweden_a8250d7a.html[]

Edhe pse legjislacioni i Shqipërisë parashikon zbatimin e BPGJ-së në të gjitha investimet publike, ndërgjegjësimi dhe kapaciteti teknik mbeten të kufizuar në institucionet kryesore të turizmit. Intervistat me palët e interesuara tregojnë se autoritetet dhe agjencitë kombëtare të turizmit, të tilla si AIDA, shpesh nuk e kuptojnë sa duhet se si detyrimet e BPGJ-së përkthehen në vendime operative, veçanërisht kur negociohen ose menaxhohen investime në shkallë të gjerë. Megjithatë, BPGJ-ja nuk ka të bëjë vetëm me buxhetimin, por është një mjet strategjik qeverisjeje që përdor financat publike për të trajtuar problemin e pabarazive strukturore gjinore. Edhe në një sektor si turizmi, ku investimet janë kryesisht private, sektori publik luan rol katalizator përmes stimujve, infrastrukturës, subvencioneve dhe skemave promovuese. Integrimi i BPGJ-së në këto instrumente mund të ndihmojë të garantohet që investimet në turizëm, si publike ashtu edhe private, të çojnë përpara rezultatet e barazisë gjinore. Kjo përfshin përfshirjen e kritereve me ndjeshmëri gjinore në përzgjedhjen strategjike të investimeve, duke kërkuar analizë gjinore për projekte në shkallë të gjerë dhe duke lidhur mbështetjen publike me tregues të matshëm me ndjeshmëri gjinore. Për këtë qëllim, nevojitet ngritja e kapaciteteve, trajnimi i përshtatur dhe bashkërendimi ndërinstitucional për të përafruar politikën e investimeve me angazhimet kombëtare të Shqipërisë për barazi gjinore. Zbatimi i BPGJ-së në të gjithë ciklin e investimeve në turizëm - planifikim, vlerësim, negociim dhe monitorim - do të ndihmonte në çlirimin e potencialit transformues të turizmit si një mjet për avancimin e fuqizimit të grave dhe mbylljen e hendeqeve gjinore në të gjithë sektorin.

Zbatimi i BPGJ-së duhet të shoqërohet me përdorimin sistematik të të dhënave të ndara sipas gjinisë dhe treguesve me ndjeshmëri gjinore. Kjo qasje e dyfishtë do të sigurojë që politika e turizmit të informohet nga objektivat kombëtare të barazisë gjinore dhe të kontribuojë në to. Kjo do të mbështesë gjithashtu praktika më të përgjegjshme investimesh: ato që janë marrin parasysh rreziqet dhe mundësitë që paraqet një sektor që po zgjerohet me shpejtësi. Në këtë kontekst, buxhetimi i përgjigjshëm gjinor nuk është thjesht një aspekt teknik, por një mjet qeverisës transformues. Ai mund të mbrojë potencialin e turizmit për të pasur rezultate zhvillimore me ndjeshmëri gjinore dhe do ta ndihmojë sektorin të "shpëtojë veten" nga thellimi i pabarazive gjinore ekzistuese gjatë rritjes së tij si sektor.

3.2. PËRFUNDIME

- Strategjia e re e turizmit, aktivizimi i Komitetit për të Dhënat e Turizmit dhe Grupit të Punës (GNP) për Statistikat Gjinore në Shqipëri përfaqësojnë mundësi strategjike për të promovuar prodhimin, raportimin dhe përdorimin sistematik të të dhënave të ndara sipas gjinisë dhe me ndjeshmëri gjinore në të gjitha dimensionet e sektorit të turizmit.

- Zyrat kombëtare të statistikave duhet të jenë të pajisura me detyra të qarta, kapacitete teknike dhe burime të mjaftueshme për të mbledhur, analizuar, shpërndarë dhe përdorur të dhëna me ndjeshmëri gjinore. Forcimi i bashkërendimit ndërinstitucional është po aq i rëndësishëm për të siguruar integrimin e gjinisë në sistemet e të dhënave të turizmit dhe proceset e vendimmarrjes.

- Investimet publike në turizëm duhet të mobilizohen në përputhje me kuadrin ligjor aktual që inkurajon buxhetimin e përgjigjshëm gjinor. Kjo kërkon rritje të ndërgjegjësimit, trajnim teknik dhe ndarje të burimeve për të siguruar që të gjitha fazat e ciklit buxhetor – planifikimi, zbatimi dhe monitorimi – të promovojnë rezultatet e barazisë gjinore.

- Duke pasur parasysh natyrën ndërsektoriale të turizmit dhe lidhjen e tij me sektorë të shumtë ekonomikë, duhet të bashkërendohen përpjekjet për të vlerësuar ndikimin e buxhetimit gjinor në sektor dhe për të promovuar investime të përgjegjshme nga perspektiva gjinore.

- Në vend që të mbështetet vetëm në të dhënat dhe politikat nga sektorët e tjerë, sektori i turizmit duhet të hartojë strategjitë e veta të të dhënave dhe legjislacionin për llogaridhënie të përgjigjshme gjinore. Kjo do të sigurojë që dinamikat dhe zinxhirët e vlerës specifike të sektorit të pasqyrohen me saktësi në politika, duke mundësuar vendime të bazuara në të dhëna që promovojnë fuqizimin e grave dhe rritjen gjithëpërfshirëse.

3.3.REKOMANDIME

Prioritet i lartë

- Shfrytëzimi i metodologjisë së hartuar të BPGJ-së në Shqipëri duke e integruar atë sistematikisht në sektorin e turizmit. Kjo duhet të përfshijë trajnime të përshtatura për autoritetet e turizmit, ndërgjegjësim mbi mundësitë specifike dhe sfidat të BPGJ-së në turizëm dhe hartimin e përbashkët të treguesve specifikë të sektorit. Duhet të hartohet një plan veprimi për të udhëhequr bërjen funksionale të BPGJ-së në të gjitha proceset e planifikimit, buxhetimit dhe monitorimit që lidhen me turizmin.
- Duke u bazuar në mësimet e nxjerra nga INSTAT-i dhe të udhëhequr nga standardet e EIGE-së për të dhënat gjinore, rekomandohet që Komiteti Ndërinstitucional për të Dhënat Statistikore në Turizëm dhe Grupi Ndërinstitucional i Punës (GNP) për Statistikat Gjinore të hartojnë së bashku një plan veprimi strategjik. Ky plan duhet të përfshijë një vlerësim bazë dhe të përcaktojë hapa konkretë për fillimin e mbledhjes sistematike të të dhënave të turizmit të ndara sipas gjinisë dhe me ndjeshmëri gjinore. Ai gjithashtu duhet të krijojë mekanizma për të nxitur dialogun mbi barazinë gjinore në turizëm, të fusë tregues gjinorë SMART[42], të përcaktojë linjat dhe objektivat bazë dhe të identifikojë nevojat për të dhëna.
- Integrimi i treguesve me ndjeshmëri gjinore në anketat dhe programet aktuale të trajnimit të INSTAT-it mbi turizmin e përgjigjshëm gjinor si një pikë fillestare për reforma më të gjera dhe afatgjata të të dhënave që forcojnë hartimin e politikave të bazuara në të dhëna. Hartimi i treguesve duhet të ndjekë një proces gjithëpërfshirës dhe me pjesëmarrje, duke siguruar që ata të bazohen në atë që mund të matet dhe arrihet në mënyrë domethënëse.

Prioritet mesatar

- Shpenzimet që lidhen me turizmin duhet të identifikohen dhe të theksohen në mënyrë sistematike në dokumente të buxhetit të sektorit. Këto alokime fondesh duhet t'i nënshtrohen analizës gjinore duke përdorur të dhëna të ndara sipas gjinisë dhe tregues me ndjeshmëri gjinore për të vlerësuar ndikimin e tyre në avancimin e barazisë gjinore. Ky proces duhet të ndihmojë në planifikimin, ekzekutimin dhe monitorimin e buxhetit për të siguruar që burimet publike të kontribuojnë në mënyrë efektive në mbylljen e hendeqeve gjinore dhe në promovimin e fuqizimit të grave në sektorin e turizmit.
- Kryerja e një auditimi të plotë të mjeteve ekzistuese të mbledhjes së të dhënave dhe proceseve institucionale për të identifikuar boshllëqet në matjet dhe përmasat me ndjeshmëri gjinore. Investimi në përditësimin e instrumenteve dhe ngritjen e kapaciteteve për të siguruar mbledhjen, përpunimin dhe përdorimin e vazhdueshëm të të dhënave sasiore dhe cilësore të ndara sipas gjinisë në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit.

42. Specifikë, të Matshëm, të Arritshëm, të Rëndësishëm dhe të Kufizuar në Kohë

KAPITULLI 4.

PUNËSIMI NË TURIZËM

4.1. GJETJET KRYESORE

GJETJA KRYESORE 4.1. Punësimi i grave në turizëm po rritet, por mbetet ende nën mesataret globale.

Sektori i turizmit në Shqipëri ka parë rritje të ndjeshme vitet e fundit, duke kontribuar si në zhvillimin ekonomik ashtu edhe në rritjen e mundësive të punësimit për gratë. Sipas Raportit të Progresit të Komisionit Evropian për vitin 2024,[43] vendi përjetoi një rritje të hyrjeve të turistëve ndërkombëtarë në vitin 2023, duke tejkaluar nivelet para pandemisë dhe duke rritur ndjeshëm kontributin e shërbimeve në vlerën e shtuar bruto, nga 54,2% në vitin 2022 në 55% në vitin 2023. Kjo rritje është shoqëruar me një rritje të qëndrueshme të kërkesës për punë në sektorët e lidhur me turizmin. Në vitin 2024, Agjencia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive (AKPA) raportoi një numër të përgjithshëm prej 61,624 vendesh të lira pune në të gjithë vendin, nga të cilat 10,989 (18%) ishin të përqendruara në sektorin e shërbimeve të akomodimit dhe ushqimit. Kjo përfaqëson një rritje të dukshme nga 8.692 vende të lira pune (14%) në vitin 2023 dhe 4.181 (11%) në vitin 2022,[44] që flet për një kapacitet në rritje të përthithjes së fuqisë punëtore brenda sektorit.

Pjesëmarrja e grave në kategorinë "shërbime të akomodimit dhe ushqimit" është rritur në mënyrë progresive në vitet e fundit (me përjashtim të vitit 2019, për shkak të pandemisë COVID-19) (shih tabelën 4.1). Pothuajse dy të tretat (62%) e grave që punojnë në kategorinë "shërbime të akomodimit dhe ushqimit" janë punonjëse me pagë (Tabela 4.2). Megjithatë, një pjesë e konsiderueshme (32%) përfshihen në kategoritë që Organizata Ndërkombëtare e Punës (ONP) i klasifikon si punësim të cenueshëm, ndër të cilat 15% që janë të vetëpunësuara dhe 17% të punësuara në punë të përkohshme. Për më tepër, sektori mbetet shumë i ndarë sipas gjinisë në nivelet drejtuese: burrat përbëjnë 84% të të gjithë punëdhënësve në të gjitha kategoritë që lidhen me turizmin. Kjo është tregues i ekzistencës së hendekut të vazhdueshëm gjinor në vendimmarrje dhe në pronësinë e bizneseve brenda sektorit.

Një tjetër aspekt shqetësues është përqindja e grave të klasifikuara si punëtore në familje,[45] veçanërisht në shërbimet e akomodimit dhe ushqimit. Kjo sugjeron një prani të konsiderueshme të punës së papaguar ose të kompensuar në mënyrë informale, e cila shpesh nuk njihet në statistikat zyrtare të punësimit dhe përforcon cenueshmërinë ekonomike të grave.

Për të realizuar plotësisht potencialin e turizmit si nxitës i barazisë gjinore, nuk mjafton vetëm rritja e numrit të grave të punësuara. Vëmendje e barabartë duhet t'i kushtohet cilësisë, dukshmërisë dhe formalizimit të punës së grave, duke siguruar pjesëmarrje në punësim të denjë, mbrojtje sociale dhe ngritje të nivelit brenda sektorit.

43. Për më shumë informacion shih: https://enlargement.ec.europa.eu/document/download/a8eec3f9-b2ec-4cb1-8748- 9058854dbc68_en?filename=Albania%20Report%202024.pdf

44. Sipas informacionit të dhënë nga AKPA (komunikim personal, 26 shkurt 2025)

45. Sipas Anketës së Fuqisë Punëtore 2023 të INSTAT-it, në të gjithë sektorët ekonomikë, 27,2% e grave të punësuara punojnë në një biznes familjar pa marrë pagë. Megjithatë, për të përcaktuar numrin specifik të grave në sektorin e turizmit që nuk marrin asnjë formë shpërblimi, nevojiten të dhëna më të ndara. Burimi: Anketa e Fuqisë Punëtore. Në dispozicion në internet në: https://www.instat.gov.al/en/themes/labour-market-and- education/employment-and-unemployment-from-lfs/#tab1

Tabela 4.1. **Përqindja e grave në kategorinë e shërbimeve të akomodimit dhe ushqimit në raport me punësimin gjithsej, 2015 - 2019 (%), të dhëna të disponueshme**[46]

	2015	2016	2017	2018	2019
Gra gjithsej	29%	32%	34%	36%	32%
Gra 15-29 vjeç	7%	9 %	10%	15%	12%

Burimi: Organizata Ndërkombëtare e Punës (2024/a), Punësimi i ndarë sipas gjinisë - Vlerësime të ONP-së, prill 2024, ONP, Gjenevë, gjendet në internet në: https://rshiny.ilo.org/dataexplorer0/?lang=en [22-09-2024].

Tabela 4.2. **Përqindja a e grave në "shërbimet e akomodimit dhe ushqimit" në raport me punësimin gjithsej sipas kategorisë profesionale, të dhëna të disponueshme të vitit 2019**[47]

Kategoria	Përqindja e grave në çdo kategori punësimi në raport me numrin gjithsej të grave dhe burrave në atë kategori (%)	Përqindja e grave në çdo kategori profesioni në raport me numrin gjithsej të grave në të gjitha kategoritë
Punonjës me pagë	62%	34%
Punëdhënës	6%	16%
Për llogari të tyre	15%	26%
Punëtorë në familje	17%	47%
GJITHSEJ GRA NË SEKTORIN E SHËRBIMEVE TË AKOMODIMIT DHE USHQIMIT (NË RAPORT ME BURRAT)		**32%**

Burimi: Organizata Ndërkombëtare e Punës (2024), Punësimi i ndarë sipas gjinisë - Vlerësime të ONP-së, Mars 2024, ONP, Gjenevë, e disponueshme në internet në https://rshiny.ilo.org/dataexplorer0/?lang=en [17-03-2024].

46. Ndonëse shërbimet e akomodimit dhe ushqimit përbëjnë vetëm një pjesë të punësimit të përgjithshëm në turizëm, ato mbeten burim i rëndësishëm i të dhënave për analizimin e modeleve të punësimit të ndara sipas gjinisë në këtë sektor. Kjo është njohur nga Organizata Botërore e Turizmit e OKB-së që nga publikimi i Raportit të parë Global për Gratë në Turizëm. Shifrat e paraqitura në tabelë pasqyrojnë të dhënat e disponueshme aktualisht.

47. Ndonëse shërbimet e akomodimit dhe ushqimit përbëjnë vetëm një pjesë të punësimit të përgjithshëm në turizëm, ato mbeten një burim i rëndësishëm i të dhënave për analizimin e modeleve të punësimit të ndara sipas gjinisë në këtë sektor.

Të dhënat e INSTAT-i[48] ofrojnë njohuri të vlefshme mbi peizazhin e punësimit të grave në sektorët e lidhur me turizmin në Shqipëri. Që nga viti 2023, sektori i shërbimeve të akomodimit dhe ushqimit renditet i dyti për nga madhësia dhe numri i ndërmarrjeve (pas tregtisë), që përfaqëson 14,3% të të gjitha bizneseve aktive. Pavarësisht kësaj, ai përbën vetëm 8,2% të punësimit të përgjithshëm, duke theksuar si rëndësinë ekonomike të sektorit ashtu edhe potencialin e tij për të gjeneruar mundësi për vende pune - veçanërisht brenda turizmit. Sektori renditet i katërti në Shqipëri për nga punësimi në ndërmarrje aktive, pas tregtisë me shumicë dhe pakicë (21,8%), industrisë së lehtë (15,5%) dhe ndërtimit (9,1%).

Për më tepër, të dhënat e kombinuara për tregtinë, transportin, mikpritjen, biznesin dhe shërbimet administrative tregojnë se ky grup sektorësh përbën burimin e dytë më të madh të punësimit në Shqipëri pas bujqësisë.[49] Në vitin 2023, 25,6% e të gjitha grave të punësuara punonin në këto sektorë, krahasuar me 32,0% të burrave.[50] Kjo pasqyron një rritje modeste nga viti 2022, kur shifrat ishin 22,5% për gratë dhe 30,9% për burrat. Megjithatë, kur krahasohen me shkallën e pjesëmarrjes së grave në fuqinë punëtore prej 58,1% në vitin 2023,[51] këto shifra sugjerojnë që gratë vazhdojnë të jenë më pak të përfaqësuara në punësimin e lidhur me turizmin, në krahasim me angazhimin e tyre më të gjerë ekonomik. Kjo mospërputhje tregon se ka pengesa themelore, si ndarja gjinore në profesione, informaliteti dhe mundësitë e kufizuara për avancim në karrierë, që i pengojnë gratë të marrin pjesë plotësisht ose të përfitojnë nga punësimi në turizëm.

Rëndësia strukturore e sektorit të turizmit, kombinuar me potencialin e tij për të mbështetur rritjen ekonomike gjithëpërfshirëse, nënvizon nevojën për të miratuar politika të synuara dhe të përgjigjshme gjinore në punësim. Këto jo vetëm që duhet të promovojnë hyrjen e grave në sektorët e lidhur me turizmin, por edhe të sigurojnë punë të denjë, lëvizshmëri në rritje dhe mundësi të barabarta për zhvillim profesional.

GJETJA KRYESORE 4.2. **Pengesat strukturore kufizojnë qasjen e grave në rritjen e mundësive të punësimit në Turizëm.**

Sipas parashikimeve të Këshillit Botëror të Udhëtimit dhe Turizmit, numri i vendeve të reja të punës në sektorin e turizmit në Shqipëri pritet të arrijë në 314.200 deri në vitin 2034, duke përfaqësuar një rritje prej 26,8% krahasuar me vitin 2024.[52] Kjo rritje pritet të kontribuojë në ekonomi me 749 miliardë lekë (7,3 miliardë dollarë amerikanë), që përbën një rritje prej +3,5% nga viti 2024. Në vitin 2024, u vlerësua se sektori mbështeste 278.100 (mijë) vende pune, që përbën 24,6% të punësimit total dhe shënon një rritje prej 10,2% që nga viti 2019.[53]

Megjithatë, shfrytëzimi i plotë i mundësive nga rritja e turizmit kërkon masa urgjente dhe të fokusuara që trajtojnë papunësinë e grave, veçanërisht në zonat rurale, siç pasqyrohet në prirjet rajonale të treguara në Tabelën 4.3. Pavarësisht kërkesës në rritje për vende pune që lidhen me turizmin, shkalla e regjistrimit të grave të papuna si punëkërkuese mbetet e ulët në zonat rurale. Të dhënat nxjerrin në pah hendeqet e vazhdueshme gjinore në qarqe të tilla si Berati, Dibra dhe Korça, ku gratë përfaqësojnë një pjesë të konsiderueshme të të papunëve, por përballen me pengesa në regjistrimin formal. Intervistat me palët e interesuara zbuluan sfida të shumta strukturore, ndër të cilat distancat e gjata deri në qendrat urbane ku ndodhen zyrat e punësimit, infrastruktura e pamjaftueshme e transportit, shqetësimet për sigurinë gjatë udhëtimit dhe qasja e kufizuar në shërbime digjitale ose informacion të besueshëm institucional.

Trajtimi i këtyre kufizimeve është thelbësor për të siguruar që gratë zonat në rurale të kenë qasje në mundësi të reja turistike dhe të përfitojnë nga rritja e sektorit.

48. Instituti i Statistikave i Shqipërisë (INSTAT). (2024). *Statistikat mbi aktivitetet demografike të ndërmarrjeve, 2021–2023*. https://www.instat.gov.al/media/15231/business-demography-2021-2023-anglisht.pdf

49. Instituti i Statistikave të Shqipërisë (INSTAT). (2024). *Tregu i punës 2023*. https://www.instat.gov.al/media/13552/tregu- i-punes-2023.pdf

50. Po aty.

51. Po aty.

52. Të dhënat e ndara sipas gjinisë nuk janë të disponueshme.

53. Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit (World Travel and Tourism Council.) (2024). *Albania: World conomic impact report* (Shqipëria: Raport i impaktit ekonomik botëror) https://researchhub.wttc.org/product/world-economic-impact-report.

Tabela 4.3. **Punëkërkues të regjistruar zyrtarisht, viti i fundit i disponueshëm**

Qarku	Viti (Niveli më i ulët)	Të papunë gjithsej	Gra (Numri /%)	Viti (Niveli më i lartë)	Të papunë gjithsej	Gra(Numri /%)
Berati	2019	2.072	946	2017	3.748	1.930
			(46%)			(51%)
Dibra	2021	5.319	2.646	2019	4.338	2.391
			(50%)			(55%)
Fieri	2020	10.421	5.681	2017	12.152	6.781
			(55%)			(56%)
Korça	2018	5.013	2.456	2021	6.177	3.443
			(49%)			(56%)
Shkodra	2019	5.290	2.634	2021	8.186	3.868
			(50%)			(47%)

Burimi: UN Women në Shqipëri dhe Kontrolli i Lartë i Shtetit (KLSH). (2023). Fuqizimi ekonomik i grave në Shqipëri: Raport i auditimit të performancës. https://albania.unwomen.org/sites/default/files/2023-05/KLSH%20Audit%20English%202023_web.pdf

Krahas kësaj, ka të dhëna se gratë, veçanërisht në kontekste të punësimit informal, kanë qasje në mundësi punësimi përmes rrjeteve të parregulluara ligjërisht, duke i margjinalizuar ato edhe më tepër nga sistemet formale të punësimit. Kjo mbështetje në mekanizma informalë i bën ato gjithashtu më të cenueshme nga shfrytëzimi dhe përjashtimi prej mbrojtjes dhe përfitimeve ligjore.

Në zonat turistike me rritje të shpejtë, siç janë zonat bregdetare, gratë priren të përqendrohen në pjesën më të ulët të zinxhirit të vlerës, kryesisht në role të lidhura me punët e shërbimeve shtëpiake dhe riprodhuese: pastrim, punë në kuzhinë, pritje dhe lavanderi. Këto role ofrojnë përmirësime të kufizuara ekonomike, njohje të dobët sociale dhe perspektiva të pakta për lëvizshmëri ose pavarësi. Nga ana tjetër, gratë pothuaj të papranishme në rolet me vlerë më të lartë (p.sh. operatorë turistikë, sipërmarrje, menaxhim), ku përparimi profesional dhe shpërblimet financiare janë më të mëdha. Nëse turizmi do të shërbejë si një katalizator i vërtetë për fuqizimin e grave dhe rritjen gjithëpërfshirëse, politikat duhet të shkojnë përtej krijimit të vendeve të punës dhe të trajtojnë barrierat sistemike që i mbajnë gratë në role të nënvlerësuara, informale dhe të papaguara.

GJETJA KRYESORE 4.3. **Hendeku gjinor i pagave në turizëm mbetet i nënvlerësuar dhe i dokumentuar dobët**

Ndonëse INSTAT-i raporton një hendek gjinor relativisht të ulët në paga në nivel kombëtar[54] në sektorët e lidhur me turizmin, 6,2% në shërbime të akomodimit dhe ushqimit, dhe 5,7% në tregti, transport, mikpritje dhe shërbime administrative, provat cilësore sugjerojnë se këto shifra mund të maskojnë pabarazi më të thella brenda tregut të punës në turizëm. Intervistat zbuluan mospërputhje të konsiderueshme në paga, veçanërisht në sektorin e agroturizmit, ku gratë kuzhiniere thuhet se fitojnë midis 600 dhe 700 euro, ndërsa homologët e tyre burra mund të fitojnë deri në 1.500 euro për role të ngjashme. Ky dallim është veçanërisht i theksuar në zonat rurale, ku gratë janë të mbipërfaqësuara në bizneset informale, sezonale dhe familjare. Një nxitës kryesor i hendekut gjinor në paga është nënvlerësimi sistematik i performancës së punës nga gratë, veçanërisht në rolet e lidhura me kujdesin, mikpritjen dhe shërbimet informale. Në hotelet e vogla dhe bizneset familjare, gratë shpesh marrin përsipër përgjegjësi të shumëfishta - si pastrim, gatim, shërbime të pritjes, rezervime dhe madje edhe menaxhim – pa kontrata, paga ose njohje formale. Pritshmëritë kulturore dhe familjare e normalizojnë më tej këtë punë të papaguar ose të nënpaguar, duke i lënë gratë të përjashtuara nga mbrojtja në punë, sigurimet shoqërore dhe mundësitë për zhvillim profesional. Për të pasur një të kuptuar më të thelluar të hendekut gjinor të pagave në sektorin e turizmit, kërkohen informacione të mëtejshme. Të dhënat mbi hendekun gjinor të pagave të raportuara nga INSTAT-i nuk pasqyrojnë realitetin e plotë të sektorit të turizmit, i cili përfshin akomodimin, shërbimet ushqimore, transportin, udhërrëfimet turistike, shitjen me pakicë dhe veprimtaritë argëtuese.

Për të ndërtuar një tablo të saktë të hendekut gjinor të pagave në turizëm, është thelbësore të investohet në të dhëna specifike për sektorin e pagave, të ndara sipas gjinisë, mbështetura nga hulumtime cilësore mbi ndarjen e profesioneve sipas gjinisë, informalitetin dhe punën e papaguar. Përfaqësimi më i madh i grave në role vendimmarrëse dhe profesione me kualifikime më të larta është gjithashtu thelbësor për ngushtimin e pabarazive në të ardhura dhe rritjen e barazisë gjinore në të gjithë sektorin.

Rasti studimor 4.3.1

Përtej paragjykimeve gjinore: faktorët që ndikojnë në mbajtjen dhe avancimin e punonjëseve gra në sektorin holandez të hoteleve[55]

Një studim i vitit 2023 mbi industrinë holandeze të hotelerisë identifikoi faktorët kryesorë që ndikojnë në mbajtjen dhe avancimin e punonjëseve gra, përfshirë balancën midis punës dhe jetës personale, pasja e drejtuesve mbështetës dhe praktikat gjithëpërfshirëse të rekrutimit. Studimi vuri në dukje se, megjithëse gratë shpesh përballen me sfida të tilla si paragjykimet dhe stereotipet gjinore, organizatat që zbatojnë politika mbështetëse dhe nxisin kulturat gjithëpërfshirëse mund të rrisin mundësitë për zhvillimin e karrierës së grave.

GJETJA KRYESORE 4.4. **Avancimi i punësimit të drejtë dhe i formalizimit është thelbësor për të mbrojtur punonjëset gra në turizëm.**

Rritja e shpejtë e sektorit të turizmit në Shqipëri i ka zmadhuar sfidat ekzistuese strukturore të lidhura me informalitetin që dëmtojnë punësimin e drejtë, barazinë gjinore dhe llogaridhënien fiskale. Fuqia punëtore në turizëm - veçanërisht në sipërmarrjet e vogla si bujtinat, akomodimet me mëngjes dhe hotelet familjare - mbetet shumë e cenueshme nga praktikat informale të punësimit.

54. Vërejtjet Përmbyllëse të Komitetit të KEGJFDG-së mbi Raportin e Pestë Periodik të Shqipërisë vënë në pah një hendek gjinor në paga prej 27% në sektorin e industrisë, i cili përfshin prodhimin, minierat, ndërtimin dhe energjinë.

55. Gjendet në internet në: https://www.researchgate.net/publication/376086170_Beyond_gender_bias_Factors_affecting_female_employee_ret ention_and_advancement_in_the_Dutch_hotel_sector

Duke pasur parasysh mbështetjen në rritje te puna e migrantëve, përfshirë gratë, në sektorin e turizmit, është thelbësore të prioritizohet mbrojtja e të drejtave të punës dhe të sigurohet përputhshmëri e plotë me kuadrin ligjor kombëtar dhe standardet ndërkombëtare. Kjo gjithashtu përfaqëson një mundësi unike për të përshpejtuar mbylljen e hendekut gjinor në pjesëmarrjen në punë.

Në përgjigje të shqetësimeve në rritje, Inspektorati Shtetëror i Punës dhe Shërbimeve Shoqërore i Shqipërisë ka kryer inspektime me bazë riskun dhe fushata ndërgjegjësimi në sektorët me risk të lartë, përfshirë turizmin. Në mënyrë të ngjashme, administrata tatimore ka ndërmarrë veprime për të frenuar informalitetin përmes:

- Rritjes së numrit të regjistrimeve të TVSH;
- Zbulimit të punësimit të padeklaruar;
- Trajtimit të problemit të mosraportimit të pagave; dhe
- Luftimit të mashtrimit tatimor në shërbimet e lidhura me turizmin.

Punësimi informal ndikon në mënyrë shproporcionale tek gratë.[56] Shumë gra që punojnë në ndërmarrje të vogla të lidhura me turizmin nuk kanë kontrata formale, mbrojtje sociale ose të drejta në punë. Pavarësisht kryerjes së punëve shumë të rëndësishme si gatimi, pastrimi, marrëdhëniet me klientët, rezervimet dhe menaxhimi, gratë shpesh mbeten të përjashtuara nga shpërblimi sipas ligjit, pronësia mbi biznesin ose vendimmarrja. Kjo padukshmëri sistemike jo vetëm sjell vazhdimësinë e varësisë ekonomike, por gjithashtu shton mundësitë e shfrytëzimit dhe diskriminimit të grave në vendin e punës.Zbatimi i politikave të formalizimit vazhdon të jetë i pabalancuar dhe shpesh pa një qasje të përgjigjshme gjinore.

Marrëveshja e bashkëpunimit midis Agjencisë Kombëtare për Punësim dhe Aftësi (AKPA) dhe njësive të vetëqeverisjes vendore për të bashkërenduar politikat e punësimit në nivele rajonale përbën një hap premtues përpara. Megjithatë, zbatimi dhe monitorimi efektiv i saj – veçanërisht në lidhje me qasjen e barabartë gjinore në punësimin formal – janë ende në proces.[57]

GJETJA KRYESORE 4.5. **Migrimi i fuqisë punëtore në turizëm duhet të rregullohet përmes kornizave ligjore të punës dhe punësimit të bazuara në të drejta dhe me ndjeshmëri gjinore.**

Me zgjerimin në vijimësi të sektorit të turizmit në Shqipëri, mungesat e fuqisë punëtore plotësohen gjithnjë e më shumë nga punëtorët migrantë, të cilët tani përbëjnë një gjithnjë e më të madhe të fuqisë punëtore në sektorin e mikpritjes. Midis muajve janar dhe dhjetor 2024, u lëshuan 1.580 Leje Unike në sektorin e shërbimeve të akomodimit dhe ushqimit, me një shpërndarje të balancuar gjinore (795 burra dhe 785 gra).

Kryesisht, 57% e këtyre lejeve u janë dhënë shtetasve nga Filipinet, India, Mianmari dhe Turqia.[58] Deri në fund të vitit 2023, mbi 1.100 punëtorë të huaj[59] u regjistruan zyrtarisht në punë të lidhura me turizmin, veçanërisht në bashkitë e Tiranës, Durrësit dhe Vlorës, të cilat janë shfaqur si destinacione kryesore për fuqinë punëtore migrante. Një analizë nga Agjencia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive konfirmon se turizmi dhe ndërtimi janë aktualisht dy sektorët që mbështeten më shumë në punëtorë të huaj.[60] Duke pasur parasysh këto prirje, Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit ka njoftuar për një marrëveshje pune në të ardhmen me disa vende aziatike, që synon lehtësimin e migracionit të rregullt dhe inkurajimin e punësimit të grave migrante në turizëm. Megjithatë, zbatimi është vonuar për shkak të çështjeve të pazgjidhura në lidhje me kushtet

56. Sipas Raportit të Komisionit Evropian për vitin 2024 për Shqipërinë, Instituti i Statistikave të Shqipërisë (INSTAT) vlerëson se punësimi joformal përbën 29,4% të punësimit total jobujqësor. Informaliteti është veçanërisht i përhapur në sektorët e bujqësisë, tregtisë me shumicë dhe pakicë, si dhe ndërtimit.

57. UN Women Shqipëri dhe Kontrolli i Lartë i Shtetit (KLSH). (2023). Fuqizimi ekonomik i grave në Shqipëri: Raporti i auditimit të performancës. https://albania.unwomen.org/sites/default/files/2023- 05/KLSH%20Audit%20English%202023_web.pdf

58. Sipas informacionit të dhënë nga AKPA-ja (komunikim personal, 26 shkurt, 2025).

59. Të dhënat e disponueshme nuk janë të ndara sipas gjinisë.

60. Të dhëna të dërguara me email nga Agjencia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive.

kontraktuale, përgjegjësitë e punëdhënësve privatë dhe publikë dhe pajtueshmërinë me rregulloret për lejet për qëllime pune. Është e rëndësishme që këto masa të merren parasysh, kryesisht për gratë, pasi ato shpesh janë pre e kontratave të papërshtatshme ose të paqarta të punësimit; orëve shfrytëzuese të punës dhe pagave të ulëta, si dhe izolimit social dhe rreziqeve të dhunës psikologjike, fizike ose seksuale.

Rasti studimor 4.5.1
Qendra psikosociale "Vatra" – Mbrojtja e grave dhe vajzave nga shfrytëzimi në turizëm.[61]

Qendra psiko-sociale "Vatra", me seli në Vlorë, është një nga OJF-të kryesore në Shqipëri që punon për të luftuar trafikimin e qenieve njerëzore dhe dhunën me bazë gjinore. Që nga viti 1999, "Vatra" ka ofruar mbështetje thelbësore për gratë dhe vajzat e prekura nga shfrytëzimi seksual, trafikimi dhe dhuna në familje. Kjo përfshin strehëza të sigurta, mbështetje juridike dhe psiko-sociale, si dhe shërbime riintegrimi afatgjatë. Organizata është gjithnjë e më e vetëdijshme se turizmi, **ndonëse është ekonomikisht i rëndësishëm, mund të kthehet gjithashtu një kanal për shfrytëzim seksual dhe shfrytëzim të punës, veçanërisht të grave dhe vajzave nga kategori të cenueshme**. Zonat e mbingarkuara të turizmit, veçanërisht përgjatë bregdetit të Shqipërisë, mund të krijojnë mjedise të rrezikshme kur sistemet mbrojtëse janë të dobëta. Për t'iu përgjigjur kësaj, "Vatra" po përgatitet të kryejë një vlerësim të fokusuar për të kuptuar më mirë lidhjet e mundshme midis turizmit dhe shfrytëzimit. Paralelisht, "Vatra" vazhdon të rrisë ndërgjegjësimin e publikut, të trajnojë profesionistë të vijës së parë dhe të forcojë bashkërendimin midis institucioneve dhe shoqërisë civile. Qëllimi i tyre është të sigurojnë që zhvillimi i turizmit në Shqipëri të jetë i sigurt, gjithëpërfshirës dhe të mos ketë shfrytëzim. Duke u përqendruar në parandalimin, mbrojtjen e të mbijetuarave dhe strategjitë me ndjeshmëri gjinore, **"Vatra" po ndihmon për të garantuar që turizmi të kontribuojë në zhvillimin e qëndrueshëm, pa e shtuar rrezikun ndaj grave dhe vajzave**.

Ky kontekst nënvizon nevojën urgjente për të pranuar dhe trajtuar rreziqet e shfrytëzimit dhe abuzimit. Vetëm në vitin 2024, 35 gra u trafikuan për shfrytëzim seksual dhe 8 për punë të detyruar. Sipas të dhënave nga Vatra,[62] 8 gra (pesë nga Mianmari, dy nga Filipinet dhe një nga Nigeria) u gjetën duke punuar në kushte shfrytëzuese në hotele në Shkodër, Tiranë, Sarandë dhe Korçë.

Këto gra kishin mbërritur përmes agjencive të rekrutimit në bazë të kontratave formale, por iu nënshtruan shkeljeve të rënda si konfiskimi i pasaportës, mosdhënia e pagave, orare të tepërta pune, lëvizshmëri e kufizuar dhe dhunë psikologjike. Nga janari deri në korrik 2025, 45 gra u identifikuan si viktima të trafikimit për qëllime seksuale, dhe një rast tjetër i shfrytëzimit për punë u raportua në një hotel në Durrës. Shumë prej këtyre grave të huaja u joshën me premtime të rreme punësimi (p.sh., si kameriere ose kërcimtare) dhe përfunduan duke u detyruar të prostituonin.

Inspektorati i Punës luan një rol të rëndësishëm në identifikimin e viktimave të trafikimit për qëllime pune, veçanërisht në sektorë si turizmi, ku punësimi informal dhe sezonal është i zakonshëm. Megjithatë, kur inspektimet e punës janë të kufizuara në fushëveprim ose cilësi, dhe inspektorëve u mungon trajnimi për të njohur treguesit e shfrytëzimit, siç janë mosdhënia e pagës, kufizimi i lëvizjes, frika nga punëdhënësi ose mungesa e kontratave, rastet mund të mos zbulohen. Viktimat mund t'i "kalojnë" në mënyrë efektive inspektimet pa u identifikuar, duke mbetur jashtë sistemit institucional të mbrojtjes dhe drejtësisë dhe duke bërë që ciklet e abuzimit të vazhdojnë.

61. Gjendet në internet në: https://qendravatra.org.al/about-us-2/
62. Sipas informacionit nga raporte të brendshme të "Vatrës" (intervistë, 29 korrik 2025).

Për të siguruar që kërkesa në rritje për punë të mos rezultojë në forma të reja të pabarazisë gjinore, abuzimit dhe dhunës, Shqipëria duhet të miratojë një kuadër gjithëpërfshirës mbrojtës për punëtorët migrantë, mbështetur në standardet kombëtare dhe ndërkombëtare të punës dhe të të drejtave të njeriut. Kjo përfshin:

Respektimin e Udhëzimeve Kombëtare për Rekrutimin Etik:[63]

- Kritere transparente dhe kushte të drejta në kontrata;
- Qasje e barabartë në të drejtat e punës, kushte të denja pune dhe mbrojtje sociale;
- Qasje në mjete ligjore dhe mekanizma raportimi në rastet e abuzimit;
- Mundësi për mësim të gjuhës, ribashkim familjar dhe integrim kulturor.

Masa të tilla janë veçanërisht të rëndësishme për gratë migrante, cenueshmëritë e shumëfishta të të cilave, për shkak të gjinisë, statusit të migracionit dhe informalitetit, kërkojnë masa mbrojtëse të fokusuara në parandalimin e shfrytëzimit dhe promovimin e punës dinjitoze në sektorin e turizmit.

GJETJA KRYESORE 4.6. **Nënpërfaqësimi i grave në role drejtuese minon qeverisjen gjithëpërfshirëse në sektorin e turizmit.**

Pjesëmarrja e kufizuar e grave në role drejtuese dhe vendimmarrëse në industrinë e turizmit në Shqipëri përbën një pengesë të madhe për ndërtimin e një sektori turizmi gjithëpërfshirës, përfaqësues dhe me ndjeshmëri gjinore. Puna në terren e kryer në qarqe të ndryshme, përfshirë Shkodrën dhe Vlorën, konfirmoi mungesën e konsiderueshme të balancës gjinore në poste drejtuese në shoqatat e turizmit dhe rrjetet e biznesit.

Ky nënpërfaqësim kufizon përfshirjen e perspektivave të grave në formësimin e vendimeve strategjike, prioriteteve të investimeve dhe kulturave të vendit të punës në të gjithë sektorin.

Ndonëse turizmi shpesh portretizohet si një sektor që ofron mundësi të konsiderueshme punësimi për gratë, kjo në vetvete nuk përkthehet në mundësi për avancim në karrierë ose qasje në role vendimmarrëse. Intervistat me profesionistë dhe menaxherë, kryesisht gra, zbuluan një sërë pengesash strukturore dhe kulturore që kufizojnë pjesëmarrjen e grave në role drejtuese:

1. Oraret e ngurta të punës: Prioritizimi i disponueshmërisë së plotë mbi balancën punë-jetë u përmend si një burim pakënaqësie midis disa punonjëseve. Gratë raportuan se mendonin se avancimi i tyre profesional varej nga ndrydhja e nevojave të tyre personale, gjë që kontribuoi në një ndjesi më të gjerë të mungesës së fuqizimit. Një menaxhere kati në një hotel të madh në Vlorë raportoi se përpiqej të mos bënte kërkesë për leje nga puna për të ndjekur një kurs profesional nga frika se kjo mund të shihej si mungesë angazhimi dhe të rrezikonte vendin e punës.

2. Vështirësi në pajtimin e përgjegjësive të punës me ato familjare: Gratë e pamartuara ose ato pa fëmijë favorizoheshin sistematikisht në proceset e rekrutimit. Punëdhënësit pranuan, si drejtpërdrejt ashtu edhe tërthorazi, se kandidatet me përgjegjësi familjare konsideroheshin më pak të dëshirueshme. Kjo praktikë efektivisht përjashton shumë gra – veçanërisht nënat me fëmijë – nga aksesi në mundësi punësimi.

3. Mungesa e proceseve të formalizuara për të nxitur dhe promovuar pjesëmarrjen e grave në pozita me përgjegjësi: Mungesa e politikave formale të barazisë gjinore bën që gratë të jenë veçanërisht të cenueshme dhe përforcon normat informale që i japin përparësi asaj që është më e volitshme për punëdhënësit mbi të drejtat e punonjësve, si dhe roleve drejtuese burrave. Gratë që punonin në këto kushte shpesh përshkruanin një pritshmëri të heshtur të punëdhënësit që ato të shtynin për më vonë aspektet personale, si vazhdimi i arsimimit, zhvillimi profesional ose planifikimi familjar.

4. Stereotipet gjinore që përjetësojnë rolet tradicionale: Menaxherët e hoteleve shprehën preferencë të qartë për punësimin e grave të reja, veçanërisht të diplomuara së fundmi. Kjo justifikohej zakonisht nga perceptimi se ato janë më fleksibël, më të lehta për t'u menaxhuar dhe priren më pak të kërkojnë pushim për t'u kujdesur për fëmijët ose për shkak të detyrimeve të tjera familjare.

63. Për më shumë informacion: https://inspektoriatipunes.gov.al/wp-content/uploads/2023/01/National-Guidelines-on- Ethical-Recruitment-for-Implementing-State-Institutions-30-07-2022-1.pdf

GJETJA KRYESORE 4.7. Trajtimi i dhunës me bazë gjinore është parakusht për pjesëmarrje të sigurt dhe të barabartë në punësim në sektorin e turizmit.

Dhuna me bazë gjinore (DHBGJ) vazhdon të jetë një çështje kritike në Shqipëri, me gati 50% të grave[64] që raportojnë se kanë përjetuar ndonjë formë të dhunës në jetën e tyre. Në një sektor si turizmi, i njohur si burimi kryesor i rritjes ekonomike dhe punësimit në Shqipëri, mostrajtimi i DHBGJ-së rrezikon të dëmtojë jo vetëm të drejtat themelore të grave, por edhe integritetin dhe qëndrueshmërinë e vetë sektorit.

Veprimtaritë e lidhura me turizmin njihen në kontekstin e Konventës 190 të Organizatës Ndërkombëtare të Punës (ONP) si sektorë ku punëtorët, veçanërisht gratë, janë në rrezik të shtuar për të përjetuar dhunë dhe ngacmim, përfshirë ngacmimin seksual. Mjedisi i turizmit, i cili shpesh përfshin mjedise informale, ndërveprime nga afër me klientët dhe struktura hierarkike, mund të shtojë rreziqet me të cilat përballen punëtoret gra, nëse nuk ka mekanizma mbrojtës.

Pavarësisht këtyre rreziqeve, provat në terren dhe të dhënat kombëtare tregojnë një mungesa serioze në mbrojtjen në vendin e punës, protokollet e sigurisë dhe në llogaridhënien e punëdhënësit. Këto janë veçanërisht të mprehta në nënsektorët e mikpritjes, siç shërbimet e akomodimit dhe ushqimit, ku shumë punëtore gra punojnë pa kontrata, mekanizma ankimimi ose pa trajnim mbi të drejtat e tyre.

Gjurmimi e dhunës me bazë gjinore (DHBGJ) në Shqipëri është nevojë urgjente, pasi normat shoqërore vazhdojnë ta pranojnë dhe shpesh e tolerojnë dhunën ndaj grave. Megjithëse Tabela 4.4 paraqet të dhënat e disponueshme mbi qëndrimet shoqërore ndaj dhunës nga partneri intim dhe dhunës në familje, shifrat pasqyrojnë një nivel shqetësues të pranimit dhe normalizimit të dhunës kur gratë i nënshtrohen abuzimit dhe dhunës.

Sipas të dhënave të disponueshme,[65] ekziston një perceptim më i lartë i ngacmimit seksual dhe abuzimit në tregun e përgjithshëm të punës në vend, në dy segmente specifike: të rinjtë dhe të rejat e 16 deri 25 vjeç dhe gratë, pavarësisht nga mosha e tyre.[66] Sipas të njëjtit burim, 29% e burrave besojnë se ngacmimi seksual është i pashmangshëm, krahasuar me 14% të grave. Për më tepër, 70% e punonjëseve gra besojnë se rastet e ngacmimit seksual shpesh mbeten të pandëshkuara për shkak të faktorëve të tillë si frika e raportimit për shkak të rrezikut për stigmatizim ose hakmarrje, mungesa e njohurive për pasojat e ngacmimit të pësuar dhe mungesa e mjeteve dhe burimeve për t'u përballur me të.

Tabela 4.4. Normat gjinore ndaj dhunës në familje nga partneri intim[67]

Normat gjinore	% e njerëzve që pajtohen me normën gjinore
Të gjithë, ose shumica e njerëzve në komunitet, besojnë se dhuna midis një burri dhe një gruaje është një çështje private dhe të tjerët nuk duhet të ndërhyjnë.	55%
Të gjithë, ose shumica e njerëzve në komunitet, besojnë se një grua duhet të tolerojë njëfarë dhune për të mbajtur familjen e saj të bashkuar.	47%

64. UN Women Shqipëri & INSTAT-i. (2019). Anketa kombëtare e popullsisë 2018: Dhuna ndaj grave dhe vajzave në *Shqipëri*. https://data.unwomen.org/publications/national-population-survey-2018-violence-against-women-and-girls- albania

65. Nuk ka të dhëna/studime specifike mbi dhunën në sektorin e turizmit.

66. Së bashku për jetën. (2024). Ngacmimi seksual në vendin e punës: Studim kombëtar mbi perceptimet, përvojat dhe reagimin institucional në Shqipëri. https://www.togetherforlife.org.al/wp-content/uploads/2024/02/Report_Sexual- Harassment-in-The-Workplace.pdf

67. Nuk dihet numri i grave dhe burrave që iu përgjigjën pohimeve.

Normat gjinore	% e njerëzve që pajtohen me normën gjinore
Të gjithë, ose shumica e njerëzve në komunitet, besojnë se një grua duhet të turpërohet ose të vihet në siklet të flasë me dikë jashtë familjes për abuzimin ose dhunën në martesën e saj.	28%
Të gjithë, ose shumica e njerëzve në komunitet, besojnë se kur një grua rrihet nga burri i saj, ajo është pjesërisht fajtore ose fajtore.	28%
Të gjithë, ose shumica e burrave në komunitet ndonjëherë i godasin ose i rrahin gratë e tyre.	14%
Të gjithë ose shumica e burrave në komunitet, ndonjëherë i godasin ose i rrahin gratë e tyre për shkak se refuzojnë të kryejnë marrëdhënie seksuale.	11%

Burimi: UN Women Shqipëri dhe INSTAT-i. (2019). Anketa kombëtare e popullsisë 2018: Dhuna ndaj grave dhe vajzave në Shqipëri. https://data.unwomen.org/publications/national-population-survey-2018-violence-against-women-and-girls-albania

Intervistat treguan se ngacmimi seksual mbetet shqetësim i konsiderueshëm brenda njësive turistike, duke krijuar një mjedis pune të pasigurt për punonjëset gra. Shumë gra raportuan ndjesi cenueshmërie dhe mungesë mbështetjeje kur raportojnë sjellje të tilla. Është e rëndësishme të theksohet se, në nivel kombëtar, vetëm 38% e ankesave për ngacmim seksual raportohen në vendin e punës në tërësi, ndërsa 51% raportohen vetëm midis miqve ose anëtarëve të familjes.[68]

Gjatë muajve dhjetor 2024 - maj 2025, trajnimet për Fuqizim nëpërmjet Vetëmbrojtjes (ESD) u zhvilluan në disa prej hotelet më të mëdha në Tiranë, Durrës dhe Vlorë, duke arritur te 306 gra që punojnë në sektorin e turizmit dhe mikpritjes. Anketimi paraprak tregoi se 80% e tyre nuk kishin marrë kurrë ndonjë trajnim mbi sigurinë, 65% kishin përjetuar ngacmime në vendin e punës, dhe 87% ndiheshin pa besim në aftësinë për të vendosur kufinj. Rezultatet pas trajnimit treguan një ndryshim të dukshëm: 95% raportuan rritje të ndjeshme të vetëbesimit dhe 90% u ndjenë të pajisura me mjete praktike për të përballuar situata të pasigurta. Trajnimet gjithashtu nxorrën në pah nevojën për politika të qarta kundër ngacmimit seksual dhe për mekanizma më të fortë raportimi.

Disa gra sipërmarrëse treguan përvoja incidentesh të ngacmimit seksual të kryera nga turistët ndaj punëtoreve në mjediset e akomodimit. Ato e konsiderojnë këtë si një shqetësim të madh dhe besojnë se kërkohen veprime urgjente për të eliminuar problemin. Ka një nivel të lartë interesi në sektorin privat, veçanërisht në kompanitë e drejtuara nga gra, për të trajtuar problemet e ngacmimit dhe abuzimit seksual. Ky rol drejtues në rritje brenda komunitetit të biznesit të turizmit përfaqëson një mundësi strategjike për ta pozicionuar Shqipërinë si një destinacion turistik të përkushtuar ndaj të drejtave të njeriut, barazisë gjinore dhe parimeve të Konventës 190 të ONP-së.

Duke ndërmarrë rol udhëheqës në zbatimin e Konventës C-190 të ONP-së, sektori i turizmit në Shqipëri mund të shërbejë si katalizator për ndryshime në të gjithë ekonominë, duke demonstruar se qeverisja e përgjigjshme gjinore dhe vendet e punës të sigurta dhe gjithëpërfshirëse janë shtylla qendrore të zhvillimit të qëndrueshëm dhe pozicionimit konkurrues në tregun global të turizmit.

68. Së bashku për jetën. (2024). Ngacmimi seksual në vendin e punës: Studim kombëtar mbi perceptimet, përvojat dhe reagimin institucional në Shqipëri. https://www.togetherforlife.org.al/wp-content/uploads/2024/02/Report_Sexual- Harassment-in-The-Workplace.pdf

Rasti studimor 4.7.1.
Hotel "Marriott" në Tiranë[69]

Në kontekstin e zinxhirëve ndërkombëtarë të hoteleve, proceset e punësimit me ndjeshmëri gjinore janë shpesh më të formalizuara në to, sesa në hotelet e pavarura. Kjo u lejon atyre që të zbatojnë procedura që promovojnë barazinë në punësim. Krahas kësaj, është më e zakonshme që këto biznese të kenë kontrata të përgjegjësisë sociale të korporatave (CSR) që promovojnë përfshirjen e grave në vendin e punës dhe trajtojnë çështje thelbësore si ngacmimi dhe abuzimi seksual në vendin e punës. Përvoja e Hotel Marriott-it mund të shërbejë si pikë referimi për praktikat më të mira. Ky hotel ka protokolle të standardizuara të integruara në proceset e punësimit, si dhe në trajnimin e vazhdueshëm për stafin, përfshirë aktivitete ndërgjegjësimi mbi ngacmimin seksual dhe sigurinë në punë.

Rasti studimor 4.7.2.
Gjetja e një zëri: Fuqizimi i grave në mikpritje[70]

Në Mbretërinë e Bashkuar, industria e mikpritjes ka punuar në mënyrë aktive për të fuqizuar gratë në role drejtuese. Një raport i vitit 2023 nga JLL theksoi rëndësinë e rritjes së përfaqësimit të grave në pozita të larta drejtuese, duke vënë në dukje se ekipet drejtuese të larmishme kontribuojnë në përmirësimin e produktivitetit dhe suksesin e organizatës. Raporti mbështet nismat që nxisin avancimin e grave, ndër të cilat programet e mentorimit, kontratat fleksibël të punësimit dhe trajnime të fokusuara për role drejtuese.

4.2. PËRFUNDIME

- Kushtet e punësimit të grave në sektorin e turizmit paraqesin sfida të konsiderueshme, përfshirë ato në lidhje me nivele të larta të cenueshmërisë dhe paragjykimeve gjinore. Kjo situatë shpesh bën që grave t'u caktohen role tejet të ngjashme me punët shtëpiake, role të cilat kanë njohje të kufizuar ekonomike dhe sociale.
- Mungesa e të dhënave gjithëpërfshirëse dhe të ndara sipas gjinisë, veçanërisht sa i përket ofertës, pengon përpjekjet për të kuptuar mospërputhjen midis kërkesës në rritje të punësimit në sektor dhe niveleve vazhdimisht të larta të papunësisë tek gratë. Pa këto prova, politikat dhe ndërhyrjet e përgjigjshme gjinore nuk mund të hartohen ose vlerësohen në mënyrë të përshtatshme.
- Prania e konsiderueshme e punëtorëve dhe punëtoreve emigrante dhe nismat për marrëveshje ndërkombëtare të punës në lidhje me integrimin e punëtorëve aziatikë duhet të marrin vëmendjen e duhur, veçanërisht në lidhje me nevojat e grave dhe kornizat ligjore për forcimin e një emigracioni të sigurt dhe të rregullt.
- Shfrytëzimi seksual i grave në sektorin e turizmit mbetet shqetësim urgjent, veçanërisht në vende me mekanizma të

69. Sipas një interviste personale të kryer më 4 tetor 2024.
70. JLL. (2023). Gjetja e zërit: Fuqizimi i grave në mikpritje. https://www.jll.co.uk/content/dam/jll- com/documents/pdf/research/emea/jll-finding-a-voice-empowering-women-in-hospitality.pdf

dobët ligjzbatues. Forcimi i rolit të inspektoratit të punës është i rëndësishëm për të siguruar llogaridhënien dhe për të mbrojtur punëtoret gra nga abuzimi. Nevojiten përpjekje të bashkërenduara për të përmirësuar sistemet e monitorimit, raportimit dhe mbështetjes së viktimave.

- Nënpërfaqësimi i grave në tregun e punës në turizëm, së bashku me sfidat me të cilat përballen ato në arritjen e pozicioneve drejtuese, pengon përfshirjen e zërave dhe perspektivave të tyre në formulimin e strategjive dhe politikave për zhvillimin e barabartë dhe të qëndrueshëm të industrisë.
- Është me rëndësi jetike të kuptohet se trajtimi i problemit të dhunës me bazë gjinore në të gjitha dimensionet e saj është një parakusht për qëndrueshmërinë afatgjatë të turizmit. Është thelbësore që të krijohen protokolle dhe mekanizma specifikë për sektorin. Përveç kësaj, duhet të vendosen sisteme të arritshme dhe të besueshme për raportimin e situatave të ngacmimit dhe abuzimit seksual.
- Për ta pozicionuar turizmin si nxitës të barazisë gjinore, Shqipëria duhet të shkojë përtej thjesht përfshirjes, drejt një qasjeje transformuese. Kjo përfshin institucionalizimin e politikave të punësimit me ndjeshmëri gjinore, forcimin e proceseve të formalizimit, zgjerimin e zhvillimit të aftësive për gratë dhe sigurimin e mundësive të barabarta në role drejtuese, financë dhe inovacion në zinxhirin e vlerës së turizmit.

4.3. REKOMANDIME

Prioritet i lartë

- Hartimi i një programi për të rritur ndërgjegjësimin dhe zbatimin e Konventës C-190 të ONP-së në sektorin e turizmit përmes trajnimeve dhe forumeve të diskutimit me të gjithë palët e interesuara në sektorin e turizmit.
- Hartimi i një protokolli specifik për zbatimin e Konventës C-190 të ONP-së në turizëm së bashku me sektorin privat dhe publik.
- Përgatitja dhe institucionalizimi i mekanizmave për të mbledhur, përpunuar dhe raportuar të dhëna të ndara sipas gjinisë mbi punësimin në turizëm, përfshirë ndarjen sipas kategorisë së punës, llojit të kontratës, nivelit të formalitetit, vendndodhjes gjeografike dhe nivelit të pagave. Theksi duhet të vihet në ndjekjen në vijimësi të hendekut gjinor në paga dhe faktorëve që kontribuojnë në të.
- Mbështetja e vlerësimeve të fokusuara mbi lidhjet midis turizmit, shfrytëzimit seksual dhe trafikimit të fuqisë punëtore. Ky hulumtim do të gjenerojë të dhëna të rëndësishme për të informuar strategjitë parandaluese dhe veprimet e politikave.
- Pilotimi i politikave për balancën punë-jetë personale në ndërmarrje të përzgjedhura të turizmit për të mundësuar ecjen përpara në karrierë të grave.

Prioritet mesatar

- Kryerja e një vlerësimi të riskut gjinor të marrëveshjeve ende të pafinalizuara për migracionin për qëllime punësimi, për të vlerësuar pasojat e mundshme për punëtoret migrante në turizëm. Analiza duhet të marrë në konsideratë kanalet e rekrutimit, kushtet e kontratës, ndarjen e punës, strehimin, mbrojtjen nga dhuna dhe qasjen në shërbime.
- Zhvillimi i një analize të tregut të punës lidhur me gratë në turizëm, me të dhëna të ndara sipas gjinisë dhe vendndodhjes (rurale dhe urbane), që analizon një gamë të gjerë vendesh pune në turizëm dhe në sektorët formalë dhe informalë.
- Hartimi i një udhëzuesi se si të përfshihet perspektiva gjinore në kuadrin e përgjegjësisë sociale të korporatave (PSK), përfshirë mekanizmat për të promovuar rolin drejtues të grave në sektor, për të miratuar politika të favorshme ndaj familjes, për të parandaluar dhunën me bazë gjinore dhe për të mbështetur pagat e barabarta dhe zhvillimin profesional.
- Promovimi i barazisë gjinore duke rritur ndërgjegjësimin dhe kapacitetet e Inspektoratit të Punës për të identifikuar rreziqet dhe nevojat specifike gjinore, me fokus në parandalimin dhe trajtimin e shfrytëzimit në sektorët e lidhur me turizmin.

KAPITULLI 5.

SIPËRMARRJA SI NJË MUNDËSI PËR FUQIZIMIN E GRAVE

5.1.GJETJET KRYESORE

GJETJA KRYESORE 5.1. Sipërmarrjet e grave në turizëm konsistojnë kryesisht në biznese të vogla dhe janë të përqendruara në agroturizëm.

Sipërmarrjet e drejtuara nga gratë në sektorin e turizmit në Shqipëri mbeten të kufizuar në shkallë dhe fushëveprim, pavarësisht interesit në rritje dhe mbështetjes së politikave për pjesëmarrje gjithëpërfshirëse në ekonomi. Të dhënat në nivel kombëtar zbulojnë pabarazi të vazhdueshme gjinore në pronësinë dhe drejtimin e bizneseve në tërësi: [71] Vetëm 16,9% e kompanive të regjistruara janë në pronësi të grave; vetëm 18,1% e posteve të larta menaxheriale mbahen nga gra; shumica e ndërmarrjeve të drejtuara nga gra janë biznese të vogla (1-4 punonjës), që kufizon kapacitetin e tyre për rritje dhe inovacion. Megjithatë, në sektorët që lidhen me turizmin, pjesëmarrja e grave tejkalon mesataren kombëtare: 43,8% e ndërmarrjeve në aktivitetet e shërbimeve të akomodimit dhe ushqimit dhe 43,2% në tregti janë në pronësi ose menaxhohen nga gratë. Kjo tregon një prani relativisht të fuqishme të grave në segmentet e zinxhirit të vlerës të shërbimeve të mikpritjes dhe ushqimit. Megjithatë, bizneset e drejtuara nga gratë kanë zakonisht përqendrohen në fusha me të ardhura dhe kapital më të vogël. Pengesat strukturore – si aksesi i kufizuar në financime, trajnime dhe pronësi të aseteve – pengojnë kapacitetet e grave për zgjerim dhe diversifikim të biznesit. Për shembull, në vitin 2018, vetëm 23,2% e grave kishin në pronësi banesë (vetëm, ose bashkë me të tjerë), krahasuar me 52,2% të burrave[72], çka reflekton hendekun gjinor në pronësi që kufizon aksesin në kolateral dhe në mundësitë për investime.
Një pengesë e rëndësishme, të cilës shpesh nuk i kushtohet vëmendje, është niveli i ulët i formalizimit të bizneseve të vogla të grave sipërmarrëse. Shumë gra veprojnë në mënyrë informale, veçanërisht në zonat rurale, në agroturizëm dhe artizanat. Ky informalitet kufizon qasjen e tyre në financim, asistencë teknike, tregje dhe rrjete profesionale, duke i mbajtur bizneset e tyre në nivelin e mbijetesës.

Rasti studimor 5.1.1.
"Natyra Ime": Një histori suksesi e formalizimit të biznesit[73]

Përvoja e Jetmira Kajoshit, themelueses e "Natyra Ime", ilustron efektin transformues të formalizimit. Ndonëse në fillim e mori me frikë procesin, ajo e përshkroi regjistrimin e biznesit të saj si vendimin më të mirë që kishte marrë ndonjëherë. Formalizimi i hapi derën mbështetjes teknike, granteve konkurruese dhe mundësive të reja të tregut, dhe i mundësoi të dhe bëri të mundur asaj të zgjerohej përtej shitjeve lokale dhe të pozicionontе produktet e saj në mënyrë konkurruese.

71. NSTAT, https://www.instat.gov.al/media/12598/burra-dhe-gra-2023.pdf
72. Banka Botërore. (pa datë). Portali me të dhëna gjinore: Shqipëri. https://genderdata.worldbank.org/en/economies/albania
73. Natyra ime, biznes në pronësi të një gruaje

Forcimi i sipërmarrjes së grave në turizëm do të kërkojë adresimin drejtpërdrejt të informalitetit - jo vetëm si një çështje pajtueshmërie, por si një rrugë drejt fuqizimit ekonomik, konkurrueshmërisë dhe pjesëmarrjes më të madhe në zinxhirin e vlerës së turizmit.

Promovimi i sipërmarrjes së gravenë agroturizëm del në pah si një strategji kyçe në agjendën kombëtare të zhvillimit të turizmit në Shqipëri. Nga 38 ndërmarrjet e certifikuara agroturizmin ë tëgjithë vendin, 11 (28,9%) janë në bashkëpronësi ose në pronësi të grave.[74] Kjo është një prirje premtuese, megjithëse nevojitet mbështetje më e fokusuar për të adresuar pabarazitë e rrënjosura gjinore në zinxhirin e vlerës së agroturizmit. Vrojtimet në terren në Shijak treguan se, ndonëse ndërmarrjet e agroturizmit janë kryesisht në pronësi ose të menaxhuara nga burra, gratë luajnë rol qendror, veçanërisht në krijimin e markës, marketing, angazhimin e klientëve dhe përgatitjen e ushqimit. Pavarësisht kontributeve të tyre, grave shpesh u mungon njohja formale e punës, të drejtat e pronësisë dhe ndikimi mbi vendimet strategjike.[75]

Përveç sfidave strukturore, normat sociokulturore dhe paragjykimet e brendshme gjinore, siç është ndjenja se nuk meriton më mirë, kufizojnë besimin e shumë grave sipërmarrëse në aftësitë e tyre drejtuese. Të intervistuarat raportuan ndjenja të pamjaftueshmërisë, nënvlerësim për arritjet e tyre dhe hezitim në marrjen e vendimeve me risk të lartë për biznesin. Këto pengesa psikologjike, shpesh të rrënjosura në mënyrën e ndërtimit të marrëdhënieve gjinore, kufizojnë më tej aftësitë e grave për të drejtuar dhe për të zhvilluar ndërmarrje të suksesshme.

Me gjithë përpjekjet përmes politikave dhe nismave të reja, progresi në zgjerimin e aktivitetit sipërmarrës të grave në turizëm mbetet modest. Gratë sipërmarrëse vazhdojnë të përballen me pengesa sistemike për t'u integruar në zinxhirin e vlerës së sektorit, kryesisht të formuara nga paragjykimet gjinore dhe ndarja e vazhdueshme gjinore e punës. Modeli i biznesit familjar, i cili është veçanërisht i përhapur në zonat rurale dhe në agroturizëm, shpesh përkeqëson barrën e punës së papaguar dhe të paguar për gratë. Në këto mjedise, gratë zakonisht pritet të menaxhojnë si përgjegjësitë shtëpiake, ashtu edhe detyrat e lidhura me biznesin, duke filluar nga shërbimet e mikpritjes dhe përgatitja e ushqimit deri te punët administrative pa njohje ose kompensim formal.

Kjo mbingarkesë me përgjegjësi, e kombinuar me kohën dhe lëvizshmërinë e kufizuar, kufizon ndjeshëm aftësinë e grave për të akses trajnime, fonde dhe burime të tjera thelbësore për zhvillimin e biznesit. Shumë gra sipërmarrëse raportojnë gjithashtu ndjenja izolimi dhe mungesë të mbështetjes nga institucionet ose komuniteti, që mund të pengojnë vetëbesimin dhe të përforcojnë përjashtimin social. Mungesa e mundësive të strukturuara për shkëmbime me kolegët, mentorim dhe advokim kolektiv kufizon më tej aksesin e tyre në tregje, rrjete profesionale dhe pozicione vendimmarrëse. Këto kufizime janë veçanërisht të mëdha për gratë në zona të largëta ose me shërbime publike të kufizuara, ku aksesi në mjetet dhe infrastrukturën digjitale është gjithashtu i kufizuar.

Rasti studimor 5.1.1.
LAGHI D'ALBANIA

Një shembull i mirë i dinamikës gjinore në turizmin shqiptar është projekti "Laghi d'Albania", i financuar nga Agjencia Italiane për Bashkëpunim dhe Zhvillim (AICS). I fokusuar në turizmin e qëndrueshëm përreth Liqenit të Shkodrës dhe Liqenit të Pogradecit/Ohrit, në vitin e tij të dytë, projekti angazhoi 213 përfitues duke theksuar pabarazitë gjinore midis grupmoshave:

- Deri në 30 vjeç: 67 pjesëmarrës (69% gra, 31% burra)
- 31 deri në 50 vjeç: 99 pjesëmarrës (25% gra, 75% burra)
- Mbi 50 vjeç: 47 pjesëmarrës (49% gra, 51% burra)

74. Ministria e Turizmit dhe Mjedisit. (2025). Veprimtaritë e certifikuara në agroturizëm në Shqipëri. https://turizmi.gov.al/wp- content/uploads/2025/02/LISTA-ME-SUBJEKTET-E-PAJISURA-ME-CERTIFIKAT%C3%8B-SUBJEKT-I- CERTIFIKUAR-P%C3%8BR-VEPRIMTARIN%C3%8B-E-AGROTURIZMIT.pdf

75. Sipas Vendimit Nr. 22 (12.1.2018), bizneset e agroturizmit duhet të përfshijnë veprimtari bujqësore, argëtuese dhe edukative. Në Shqipëri, ato operojnë kryesisht si ndërmarrje familjare, duke reflektuar natyrën intime dhe të bazuar në komunitet të sektorit.

GJETJA KRYESORE 5.2. Mbështetja institucionale për sipërmarrjen e grave në turizëm vazhdon të ketë kuadër të kufizuar dhe ende nuk i trajton plotësisht pengesat strukturore, siç janë ato për akses në financime, trajnime dhe rrjete.

Me gjithë rritjen e përpjekjeve institucionale për të promovuar sipërmarrjen e grave në turizëm në Shqipëri, ndërhyrjet faktike ende janë të fragmentuara dhe jo të harmonizuara mjaftueshëm me një qasje transformuese gjinore. Shumë nisma janë përqendruar kryesisht në rritjen e dukshmërisë së grave dhe përmirësimin e aksesit në financim, me qëllim mbështetjen e zhvillimit të produkteve dhe përmbushjen e standardeve të cilësisë. Megjithatë, këtyre përpjekjeve shpesh u mungon një kuadër i gjerë gjithëpërfshirës që trajton pengesat strukturore dhe specifike gjinore me të cilat përballen gratë sipërmarrëse në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit. Një shembull është sektori i artizanatit, i cili është identifikuar si një përparësi kombëtare, si për qeverinë qendrore ashtu edhe për pushtetin vendor. Buxheti i shtetit i Shqipërisë për vitin 2024 përfshinte angazhimin për të mbështetur gratë artiste dhe artizane. Megjithatë, mungesa e ndarjeve të qarta buxhetore, objektivave të ndara sipas gjinisë, ose e mekanizmave të llogaridhënies ka dëmtuar ndikimin e mundshëm të kësaj mase. Po kështu, shumë gra sipërmarrëse – veçanërisht në zonat rurale – përballen me sfida të konsiderueshme në mundësitë e informimit, kryerjen e proceseve të formalizimit dhe shfrytëzimin e skemave publike të mbështetjes, për shkak të burokracisë dhe kufizimeve në infrastrukturë.

Sipërmarrja e grave përfaqëson një pikë hyrëse kritike për fuqizimin ekonomik dhe zhvillimin rural. Sigurimi që këto përpjekje të jenë transformuese nga perspektiva gjinore, dhe jo thjesht gjithëpërfshirëse ose të barabarta, është thelbësor për ndërtimin e një ekonomie turistike më elastike. Për të nxitur pjesëmarrjen domethënëse të grave në sipërmarrje në turizëm, është thelbësore të njihen dhe adresohen pengesat e padukshme, të tilla si mungesa e kohës, qasja e kufizuar në rrjete dhe ngarkesa emocionale, të cilat shpesh anashkalohen në zhvillimin ekonomik të përgjithshëm.

Kjo kërkon jo vetëm politika me ndjeshmëri gjinore, por edhe strategji transformuese gjinore që rishpërndajnë përgjegjësitë, zgjerojnë aksesin e grave në burime dhe krijojnë mjedise të favorshme për fuqizim kolektiv.

> Përpjekjet institucionale për të promovuar sipërmarrjen duhet të **përfshijnë perspektivën gjinore**.

GJETJA KRYESORE 5.3. Një strategji investimi që u përgjigjet çështjeve gjinore është thelbësore për të maksimizuar ndikimin e financimit dhe zhvillimit të turizmit.

Pavarësisht ekzistencës së skemave të ndryshme të investimeve dhe financimit në Shqipëri, gratë sipërmarrëse në sektorin e turizmit vazhdojnë të jenë ndjeshëm më pak të përfaqësuara në kanalet formale të financimit. Pa një strategji gjithëpërfshirëse investimi dhe të përgjigjshme gjinore, instrumentet financiare aktuale rrezikojnë të përforcojnë pabarazitë ekzistuese dhe të mos përfshijnë gratë me potencialin më të madh për të kontribuar në zhvillimin gjithëpërfshirës dhe të qëndrueshëm të turizmit.

Sipas Bankës Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim (BERZH), vetëm 11% e grave në Shqipëri kanë akses në kredi formale, krahasuar me 22% të burrave. Në nivel kombëtar, të dhënat zyrtare tregojnë se përqindja e grave që përfitojnë nga skemat mbështetëse të Agjencisë Shqiptare për Zhvillimin e Investimeve (AIDA) ka rënë nga 46% në vitin 2018, në 44% në vitin 2019.[76] Midis viteve 2014 dhe 2017, vetëm 77 gra sipërmarrëse patën akses në këto përfitime.[77] Gjatë periudhës 2014-2019, grantet për turizëm me fokus gratë përbënin vetëm 3% të numrit të përgjithshëm të skemave financiare. Përfitueset kryesore

76. Instituti i Statistikave të Shqipërisë (INSTAT). (2024). Burra dhe gra në Shqipëri 2023. https://www.instat.gov.al/media/12598/burra-dhe-gra-2023.pdf

77. UN Women. (2021). *Albania: Women's empowerment factsheet* (Shqipëria: Fletë informative mbi fuqizimin e grave) https://eca.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20ECA/Attachments/Publications/2021/8/Expo%20Report/ALBANIA_Factsheet-min.pdf

ishin gratë sipërmarrëse në sektorët e artizanatit (54%), industrisë ushqimore (15%) dhe tekstilit (12%).[78] Nuk ka të dhëna të disponueshme mbi llojin e mbështetjes së marrë, apo për profilet e grave dhe bizneseve që kanë aplikuar për një ndihmë të tillë. Në një takim me përfaqësuesit e AIDA-s, u pranua se gratë janë më pak të përfaqësuara si pronare ose aksionere dhe se, në përgjithësi, ato kanë tendencë të aplikojnë për grante të vogla. Mungojnë skemat financiare të përshtatura për veçoritë e agroturizmit, ose për nevojat specifike të grave sipërmarrëse në këtë sektor. Arsyet mbeten të paqarta, por është e qartë se kërkohet më shumë punë për të rritur ndërgjegjësimin për rëndësinë e barazisë gjinore në kontekstin e investimeve private. Është e domosdoshme që kjo çështje të trajtohet, pasi grave sipërmarrëse në vend u duhet të kenë akses në burime në mënyrë që të konkurrojnë me homologët e tyre brenda zinxhirit të vlerës së turizmit shqiptar dhe me kompanitë e huaja.[79]

Një tjetër nismë kyçe financimi është Programi i Asistencës për Zhvillim Rural në Procesin para Anëtarësimit (IPARD), i Bashkimit Evropian. Ky program me një fond prej 5,196,692.77 €[80] është hartuar për të ofruar mbështetje financiare për projekte që lidhen me sektorin e turizmit. Këto projekte mund të përfshijnë zgjerimin e ambienteve të strukturave të akomodimit turistik, me një kufi maksimal prej 40 dhomash, si dhe përmirësimin e pajisjeve ose zbatimin e sistemeve të pastrimit, si ato të nevojshme për ambientet e kuzhinës. Gratë përbëjnë 34% të përfituesve në nismat e turizmit në zonat rurale mbështetur nga IPARD II, me 27 gra të mbështetura, nga një numër i gjithsejtë prej 79 individësh.[81]

Në intervista, u theksua se gratë hasin sfida të konsiderueshme në përmbushjen e kërkesave për të pasur mundësi për të pasur akses në këtë lloj skeme financimi, si për shembull: mungesa e vendimmarrjes në lidhje me pronësinë e tokës,[82] e cila është kryesisht në pronësi të burrave (80%),[83] dhe nevoja për asistencë teknike për t'u mundësuar dorëzimin e aplikimeve, të cilat në shumicën e rasteve paguhen nga gratë. Në fakt, IPARD-i aktualisht po punon për të ofruar subvencione për mbështetjen teknike të nevojshme për plotësimin e kërkesave për financim. Një skemë tjetër e disponueshme ndihme në nivel kombëtar janë Grantet për Bizneset e Reja, që mundësohen në sajë të zbatimit të Ligjit për Bizneset e Reja. Ky kuadër rregullator nxit krijimin dhe zhvillimin e bizneseve të reja, si vendase ashtu edhe të huaja, përmes shërbimeve në një zyrë të vetme për kryerjen e procedurave të tilla si formalizimi i biznesit, aksesi në financim përmes procedurave konkurruese, stimujt tatimorë dhe masa të tjera mbështetëse.

Në këtë kontekst, *Start-Up Shqipëri*[84] po krijon një reputacion të fortë si skemë financimi në industrinë e turizmit. Aktualisht, programi nuk është hartuar posaçërisht për përfshirjen e grave sipërmarrëse rurale. Kjo pjesërisht për shkak të burimeve të kufizuara të organizatës, por, megjithatë është vendosur si objektiv.

Qëllimi është të sigurohen mundësi të barabarta për informacion, ku gratë të kenë akses të qartë dhe të drejtpërdrejtë në të gjitha proceset. Pavarësisht përpjekjeve të bëra, gratë ende marrin një numër të kufizuar përfitimesh. Gratë dorëzuan 39% të numrit të përgjithshëm të aplikimeve dhe morën 28% të skemës financiare.[85] Gjatë një takimi me përfaqësues të *Start-Up Shqipëri*, u theksua se një nga faktorët që kufizojnë pjesëmarrjen e grave në këto skema financiare është mungesa e kohës, veçanërisht në rastin e grave që kanë përgjegjësi përkujdesi. Ky është një faktor i rëndësishëm, duke pasur parasysh se pothuajse 75% e grave sipërmarrëse në Shqipëri janë të martuara dhe kanë fëmijë. Një pikë tjetër që u ngrit ishte tendenca e grave për të përdorur kanale informale për të marrë informacion për financimin. U vu në dukje se kjo mënyrë nuk garanton gjithmonë besueshmërinë ose cilësinë e informacionit të marrë.

78. Qendra Aleanca Gjinore për Zhvillim (GADC). (pa datë). Gratë në biznes: Gjinia dhe sipërmarrja në Shqipëri. https://www.gadc.org.al/media/files/upload/Study%20women%20in%20business.pdf

79. UN Tourism. (2024). *Tourism doing business: Investing in Albania* (Bërja e biznesit në turizëm: Investimi në Shqipëri). https://pre-webunwto.s3.eu-west- 1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-04/tourism-doing-business-investing-in-albania.pdf

80. Agjencia për Zhvillimin Bujqësor dhe Rural (AZHBR). (pa datë). Faqja zyrtare. https://azhbr.gov.al

81. Të dhëna të ofruara nga Agjencia për Zhvillimin Bujqësor dhe Rural.

82. Qendra Aleanca Gjinore për Zhvillim (GADC). (2023). Zinxhirët e vlerave të klimës nga perspektiva gjinore dhe agroturizmi në Shqipëri. https://www.gadc.org.al/media/files/upload/GSCVA%20in%20Agroturism%20in%20Albania_EN.pdf

83. Po aty.

84. Agjenci pranë Ministrit të Shtetit për Sipërmarrjen dhe Klimën e Biznesit.

85. Nga nismat fituese të vitit 2024, vetëm katër projekte lidhen me turizmin. Nuk ka të dhëna se sa prej tyre drejtohen nga gratë.

5.2.PËRFUNDIME

- Autoritetet kryesore kombëtare të turizmit duhet të sigurojnë që të gjitha përpjekjet për të promovuar sipërmarrjen në sektorin e turizmit të organizohen në kuadër të një strategjie të qartë dhe të një planifikimi të detajuar me perspektivë gjinore, me qëllim maksimizimin e ndikimit të tyre.

- Politikat që lidhen me skemat e financimit (private dhe publike) duhet të mbajnë parasysh kufizimet e veçanta me të cilat përballen gratë për të pasur akses në financim dhe rritjen e sipërmarrjeve të tyre.

- Masat mbështetëse duhet të shoqërohen me sisteme të fuqishme monitorimi dhe vlerësimi, ku përfshihen mbledhja e të dhënave të ndara sipas gjinisë dhe vlerësimet të ndikimit afatgjatë. Kjo është thelbësore për të garantuar llogaridhënien, për t'i përshtatur programet bazuar në të dhëna, dhe për të matur suksesin e qëndrueshëm të ndërhyrjeve që promovojnë sipërmarrjen e grave në turizëm.

- Politikat e sipërmarrjes në turizëm duhet të marrin në konsideratë rolet e diferencuara të grave në të gjithë zinxhirët e vlerës të turizmit –përfshirë fushat në zhvillim si agroturizmi, turizmi krijues dhe ekonomia qarkore. Integrimi i kësaj perspektive do të kontribuojë në një model turizmi më realist dhe më fleksibël.

5.3.REKOMANDIME

Prioritet i lartë

- Përfshirja në strategjinë e re të turizmit e një plani operacional për të financuar veprime me ndikim pozitiv tek gratë sipërmarrëse (në zona urbane dhe rurale), të përshtatura për biznese të madhësive të ndryshme (të vogla dhe të mesme)
- Zgjerimi i mbështetjes për agroturizmin e drejtuar nga gra, me qëllim rritjen e numrit të ndërmarrjeve të certifikuara të agroturizmit në bashkëpronësi ose në pronësi të grave.
- Kryerja, në strategjinë e re të turizmit, e një vlerësimi të përgjigjshëm gjinor të sipërmarrjes së grave nga perspektiva e zinxhirit të vlerës, përfshirë investimet si një kategori kyçe.
- Kryerja e analizës gjinore për të mbështetur hartimin dhe zbatimin e kuotave dhe treguesve në strategji, duke siguruar që objektivat numerikë të përkthehen në rezultate domethënëse për gratë në të gjithë sektorin.
- Ndërmarrja e një studimi të bazuar në të dhëna mbi lidhjet midis turizmit, informalitetit dhe gjinisë, për të ndihmuar punën e Task Forcës për Informalitetin.
- Zbatimi i strategjisë së re të turizmit në përputhje me planin e veprimit dhe sistemin e qeverisjes së Përshpejtuesit Global për Punësimin dhe Mbrojtjen Sociale për Tranzicione të Drejta në Turizëm (*Global Accelerator on Jobs and Social Protection for Just Transitions in Tourism*) (miratuar në qershor 2024). Rishikimi i sistemit të qeverisjes për të sqaruar rolin e aktorëve kryesorë kombëtarë dhe për të vlerësuar ndikimin e tij në barazinë gjinore në turizëm.
- Krijimi i një kornize monitorimi dhe vlerësimi me ndjeshmëri gjinore, të integruar plotësisht në sistemin e përgjithshëm të strategjisë. Kjo duhet të përfshijë tregues gjinorë SMART, të dhëna bazë dhe mekanizma të llogaridhënies.
- Hartimi i një strategjie të integrimit gjinor për Task Forcën për Informalitetin, për të garantuar që barazia gjinore të përfshihet sistematikisht në objektivat, veprimet dhe proceset e monitorimit të saj.

Prioritet mesatar

- Zhvillimi i një skeme financiare për agroturizmin në bashkëpunim me organizatat në terren, me tregues të zgjeruar dhe me pjesëmarrjen aktive të Ministrisë së Turizmit, Ministrisë së Bujqësisë dhe AIDA-s.

KAPITULLI 6.

ARSIMI DHE FORMIMI PROFESIONAL PËR KONKURRUESHMËRI

6.1. GJETJET KRYESORE

GJETJA KRYESORE 6.1. Ndonëse gratë po regjistrohen gjithnjë e më shumë në kurse arsimore dhe profesionale për turizmin, pengesat strukturore kufizojnë aksesin e tyre në mundësi të barabarta dhe transformuese për karrierë dhe zhvillim.

Turizmi është bërë një fushë studimi gjithnjë e më tërheqëse për gratë në Shqipëri, që pasqyron rëndësinë në rritje të sektorit si burim punësimit dhe i të ardhurave nga punësimi formal. Megjithatë, pavarësisht niveleve të larta të regjistrimit të grave në programe të caktuara trajnimi, pabarazitë e vazhdueshme gjinore në akses, përparim dhe rezultate zbulojnë nevojën për ndërhyrje më të fokusuara dhe me ndjeshmëri gjinore në arsimim dhe zhvillim të aftësive në turizëm.

Të dhënat e marra nga Agjencia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive (AKPA) tregojnë se në programe formimi të lidhura me turizmin janë të regjistruar aktualisht 1.249 nxënës, ku vajzat përbëjnë 64% të numrit të përgjithshëm. Pjesëmarrja e vajzave dhe grave është veçanërisht e lartë në kurse pastiçerie (78%) dhe për kuzhiniere (69%), ndërsa studentët meshkuj dominojnë në degë të tjera si piceri (79%) dhe shërbime turistike rrugore (70%)[86]. Megjithatë, në shkollat profesionale që ofrojnë përgatitje profesionale në hoteleri dhe turizëm në përgjithësi, numri i vajzave të regjistruara bie në vetëm 24%, dhe në disa programe të teknologjisë ushqimore nuk ka asnjë vajzë të regjistruar. Në vitin 2024, Agjencia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive (AKPA) raportoi ekzistencën e 16 shkollave të arsimit dhe formimit profesional (AFP) që ofrojnë programe hoteleri-turizmi dhe teknologji ushqimore në të gjithë Shqipërinë, së bashku me 10 qendra të formimit profesional që ofrojnë kurse afatshkurtra të turizmit në Durrës, Elbasan, Fier, Gjirokastër, Korçë, Tiranë, Shkodër dhe Vlorë, përfshirë edhe qendra të lëvizshme.[87] Intervistat me pedagogë të universitetit sugjerojnë se, ndonëse shumë vajza ndjekin studimet për turizëm me shpresën e gjetjes së një punësimi të qëndrueshëm, është i vogël numri i studimeve që tregojnë nëse ky formim përkthehet në vende më të mira pune dhe ecje përpara në karrierë. Disa vlerësime sugjerojnë se 24-38% e të diplomuarve në Mikpritje-Turizëm dhe Ekonomi-Biznes fitojnë më shumë se 50.000 lekë (500 euro), dhe 28% e punonjësve në sektorin e turizmit fitojnë mbi 80.000 lekë (800 euro) në muaj.[88] Megjithatë, vetëm 14% e grave me formim në turizëm raportojnë se fitojnë më shumë se 35.000 lekë (360 euro), krahasuar me 81% të burrave, që vë në pah një hendek të madh gjinor në paga midis të diplomuarve në turizëm.[89]

Zhvillimi i aftësive profesionale në sektorin e turizmit duhet të **marrë në konsideratë gratë sipërmarrëse**.

86. Sipas informacionit të dhënë nga AKPA (komunikim me email, 26 shkurt, 2025).
87. Po aty.
88. Në tremujorin e dytë të vitit 2023, paga mesatare mujore bruto ne Shqipëri arriti në 70.905 lekë, një rritje me 16,9% krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit 2022.
89. Aftësi për punë. (2024). Raport gjurmimi: Shkolla profesionale Hamdi Bushati (2022). https://skillsforjobs.al/wp- content/uploads/2024/03/Hamdi-Bushati_-Raport-Gjurmimi-2022-2.pdf

Kërkohet punë e mëtejshme në terren për të përcaktuar lidhjen midis trajnimit të ofruar dhe kërkesave të tregut të punës. Duhet të mblidhen të dhëna të mëtejshme për të përcaktuar nëse formimi profesional i ofruar po u jep mundësi vajzave dhe grave të sigurojnë pozicione pune më të larta brenda sektorit, apo nëse po lehtëson mundësitë për përmirësimin e aftësive. Gjatë misioneve në terren në Vlorë dhe Shkodër, gratë raportuan disa probleme në lidhje me mundësitë për pjesëmarrje në kurse profesionale. Këto përfshinin mungesën e motivimit, orët e gjata të punës, për shkak të punës së papaguar në shtëpi, dhe mungesën e mbështetjes nga punëdhënësit.

Për shembull, grave që janë përgjegjëse për operacione kyçe, siç janë shërbimet e mikpritjes ose detyrat administrative, mund t'u duhet të marrin leje nga pronari mashkull për të marrë pjesë në programe trajnimi, veçanërisht nëse duhet të udhëtojnë, ose kur ato kërkojnë angazhim kohor të konsiderueshëm. Kjo shpesh lidhet me një mentalitet tradicional, sipas të cilit burrat shqetësohen se zhvillimi profesional i një gruaje mund të çojë në pavarësi më të madhe të saj, ose madje ta bëjë atë të largohet nga biznesi familjar. Kjo kufizon më tej mundësitë e saj për zhvillim dhe pavarësi.

Rasti studimor 6.1 1.

UN Tourism - Trajnim për aftësi në turizëm për gratë sipërmarrëse në zonat rurale në Republikën e Moldavisë[90]

Si pjesë e projektit "Fuqizimi i grave të reja: Fitimi i të ardhurave të qëndrueshme përmes turizmit në Republikën e Moldavisë", që synon të mbështesë gratë në turizëm duke avancuar njëkohësisht edhe disa nga Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm, u përgatit dhe zhvillua një seri prej 11 kursesh trajnimi për të forcuar fuqizimin ekonomik të grave në zonat rurale të Moldavisë. Programi ofroi njohuri praktike dhe mbështetje të personalizuar, duke ndihmuar më shumë se 250 pjesëmarrëse të zhvillonin aftësi thelbësore për menaxhimin e biznesit, marketingun digjital dhe zhvillimin e qëndrueshëm. Praktikat më të mira theksuan rëndësinë e trajnimeve të përshtatura me situatën në vend dhe vlerën e mentorimit në zhvillimin profesional. Projekti u konceptua duke mbajtur parasysh objektivin e theksimit të barazisë gjinore në turizëm, sfidat globale me të cilat përballen gratë në këtë sektor dhe praktikat më të mira për fuqizimin e grave. Nisma është dëshmi se si zhvillimi i aftësive mund të kontribuojë në rritjen e komuniteteve rurale si kontribues kryesorë në sektorin e turizmit.

Puna në terren identifikoi nevojën për nisma për rritjen e ndërgjegjësimit dhe për programe formimi që synojnë edukimin si të punëdhënësve ashtu edhe të punëmarrësve për rëndësinë e praktikave të punës formale dhe përfitimeve nga aksesi i barabartë në mundësi punësimi dhe kompensim të drejtë.

Një studim i kohëve të fundit, bazuar në intervista me punonjës në institucionet e arsimit dhe formimit profesional (AFP) në Vlorë dhe Shkodër, zbuloi mungesë të integrimit të balancës gjinore, avancimit më karrierë dhe konsideratave të barazisë në programet e tyre.[91] Kjo mungesë thekson nevojën për nisma që synojnë promovimin e barazisë gjinore në kurrikulat dhe praktikat e AFP-së. Gjithashtu, çështjet që lidhen me balancën gjinore, avancimin në karrierë dhe barazinë duhet të përfshihen në programet e shkollave profesionale dhe teknike.

90. UN Tourism (pa datë). Tourism Skills Training for Female Entrepreneurs across Rural Areas in Republic of Moldova (Aftësimi në fushën e turizmit për gratë sipërmarrëse në zonat rurale në Republikën e Moldavisë),gjendet në internet në: https://www.unwto.org

91. Intervista në terren, Vlorë (29 shtator 2024) dhe Shkodër (4 tetor 2024).

Formimi profesional për gratë në turizëm duhet të lidhet me **mundësinë për punësim** të tregut të punës.

GJETJA KRYESORE 6.2. **Zhvillimi i aftësive në turizëm duhet të pasqyrojë realitetet dhe nevojat e grave sipërmarrëse.**

Ndërsa sektori i turizmit vazhdon të zgjerohet me shpejtësi në Shqipëri, nevoja për të investuar në zhvillimin profesional të grave sipërmarrëse – si në zonat urbane, ashtu edhe ato rurale – po bëhet gjithnjë e më urgjente. Bizneset e drejtuara nga gratë duhet të mbështeten jo vetëm për të mbijetuar, por edhe për t'u zgjeruar, për t'u zhvilluar dhe për të zënë pozicione me vlerë më të lartë në zinxhirin e vlerës së turizmit.

Përveç trajnimit teknik, shumë gra sipërmarrëse theksuan nevojën për mbështetje psikosociale për të thyer "tavanin e betonit" (një term i përdorur për të përshkruar pengesat sociale dhe psikologjike të rrënjosura thellë që kufizojnë aktivitetin e grave), veçanërisht në mjediset e biznesit të dominuara nga burra ose biznese familjare. Raportimet për mbështetje të kufizuar nga familja, ndjenjën e vetmisë, dhe vetëbesim të ulët, ishin të zakonshme nga pjesëmarrësët, veçanërisht në zonat rurale.

Sektori i turizmit kërkon një konvergjencë të aftësive që lidhen me bujqësinë, mikpritjen dhe menaxhimin e biznesit, me fokus bizneset e drejtuara nga gratë. Është e rëndësishme të theksohet se shkollat profesionale nuk kanë programe formale aftësimi në profesionet tradicionale shqiptare, siç është puna me filigran/dru/gur, gjë që kontribuon në rënien graduale të këtyre aftësive të trashëguara dhe në dobësimin e bizneseve të drejtuara nga gratë në këtë fushë. Në kontekstin e agroturizmit, kjo është me rëndësi të veçantë. Faktikisht, kjo formë e turizmit konsiderohet një strategji për të nxitur më shumë gra të hyjnë në sektorin e turizmit. Duhet të promovohet një strategji e qartë trajnimi me përfitime reale për gratë.

Për shembull, në kontekstin e agroturizmit në Tiranë, ekziston nevojë urgjente për të rritur pjesëmarrjen në arsim dhe formim cilësor për të zgjidhur mungesën e kapitalit njerëzor shumë të kualifikuar.

6.2. PËRFUNDIME

- Ekziston një nevojë e madhe për nisma për rritjen e ndërgjegjësimit dhe për programe trajnimi që synojnë edukimin si të punëdhënësve ashtu edhe të punëmarrësve për rëndësinë e praktikave të punësimit formal dhe të mirave të kompensimit të drejtë.

- Ekziston nevojë urgjente për të zbatuar politika gjinore dhe programe gjithëpërfshirëse trajnimi për rritjen e ndërgjegjësimit për barazinë gjinore, krijimin e mjediseve më të sigurta të punës dhe për fuqizimin e grave në sektorin e mikpritjes.

- Udhëheqja e shoqatave të turizmit mund të përfitonte nga një kuptim më i thelluar i faktit se, ndërsa sektori i turizmit ofron mundësi punësimi për gratë, ai nuk garanton në mënyrë të natyrshme kushte të barabarta punësimi ose mundësi rritjeje krahasuar me ato të homologëve të tyre burra.

6.3.REKOMANDIME

Prioritet i lartë	↘ Të zhvillohet një vlerësim i trajnimeve për çështjet gjinore për gratë sipërmarrëse në turizmin urban dhe rural. Bazuar në këtë vlerësim, të përgatiten kurse trajnimi dhe mekanizma mbështetës për të ndihmuar gratë që të vënë në praktikë njohuritë e tyre. ↘ Të zhvillohet një mjet diagnostikues dhe një plan veprimi me ndjeshmëri gjinore për të kuptuar më mirë mundësitë dhe sfidat gjinore në kalimin nga arsimi drejt punësimit në turizëm. ↘ Të zhvillohet një vlerësim i trajnimeve specifike për çështjet gjinore për sektorin privat në turizëm. Mbi bazën e këtij vlerësimi, të përgatiten udhëzime praktike dhe burime trajnimi mbi gjininë dhe turizmin që do të përdoren nga kompanitë. Përparësi duhet t'i jepet zbatimit të Konventës 190 të ONP-së.
Prioritet mesatar	↘ Të ofrohen programe trajnimi me ndjeshmëri gjinore në turizëm për autoritetet kombëtare, punonjësit, drejtuesit në fushën e turizmit për të rritur aftësitë e tyre për promovimin e barazisë gjinore, zbatimin e metodologjive gjithëpërfshirëse të mësimdhënies dhe krijimin e një mjedisi mbështetës të të nxënit.

KAPITULLI 7.

GRATË UDHËTARE SI KATALIZATORE TË TURIZMIT TRANSFORMUES DHE TË PËRGJEGJSHËM

7.1.GJETJET KRYESORE

GJETJA KRYESORE 7. 1. **Gratë udhëtare përfaqësojnë një mundësi strategjike për zhvillimin e turizmit të përgjegjshëm dhe me ndjeshmëri gjinore në Shqipëri.**

Gratë udhëtare po marrin përparësi për forcimin e turizmit me perspektivë gjinore. Sipas OKB-së për Turizmin, tregu global i turizmit po përqendrohet gjithnjë e më shumë te gratë.[92] Në vitin 2023, gratë përfaqësonin më shumë se gjysmën e turistëve ndërkombëtarë dhe numri i grave udhëtare vazhdon të rritet. Për vitin 2023 u vlerësua se gratë shpenzuan 125 miliardë dollarë për udhëtime në të gjithë botën.[93]

Në Shqipëri, gratë përfaqësojnë 50.3% të të gjitha udhëtarëve/eve të brendshëm të kryera nga rezidentët, duke theksuar rolin e tyre kyç si nxitëse të kërkesës së brendshme turistike. Ndonëse të dhënat aktuale ende nuk ngërthejnë plotësisht natyrën e preferencave të udhëtimit ose të modeleve të shpenzimeve të tyre, prania e tyre sugjeron një mundësi të rëndësishme për të zhvilluar produkte dhe shërbime turistike të përshtatura dhe të ndjeshme ndaj çështjeve gjinore.

Investimi në këtë segment të tregut përfshin më shumë sesa thjesht njohjen e madhësisë së tij – ai kërkon një ndryshim transformues në mënyrën se si kuptohen, hartohen dhe ofrohen përvojat e udhëtimit të grave. Kjo përfshin:

- sigurimi i standardeve të larta të sigurisë dhe lirisë nga dhuna në të gjitha hapësirat turistike,
- promovimi i përvojave që pasqyrojnë interesat, vlerat dhe kontributet kulturore të grave,
- fuqizimi i grave si ofruese dhe konsumatore të turizmit, dhe
- krijimi i mjediseve turistike që pasqyrojnë respekt, gjithëpërfshirje dhe autenticitet.

92. Në vitin 2022, 52% e grave në nivel global kanë bërë një udhëtim vetëm, me një preferencë në rritje për destinacione të sigurta, fuqizuese dhe shumë kulturorore. Vende të tilla si Islanda dhe Zelanda e Re kanë përfituar nga kjo tendencë, duke e reklamuar veten si destinacione të sigurta, me barazi gjinore me përfaqësim të fortë të grave në role drejtuese në industrinë e turizmit.

93. Condor Ferries. (pa datë). Female travel statistics (Statistika për udhëtimet e grave dhe vajzave) https://www.condorferries.co.uk/female-travel-statistics

Rasti studimor 7.1. 1.
Turizmi Violeta - Ekuador

Në kontekstin e projektit të titulluar Turismo Violeta (Turizmi Vjollcë) në Ekuador, Banka Ndërkombëtare për Zhvillim (IDB) ka miratuar një qasje pioniere me ndjeshmëri gjinore në lidhje me udhëtaret gra që udhëtojnë vetëm. Kjo qasje përfaqëson një përparim të konsiderueshëm përtej zgjerimit të thjeshtë të tregut me në qendër gratë. Objektivi është të krijohen lidhje me gra udhëtare të përgjegjshme, që kërkojnë përvoja turistike të cilat plotësojnë nevojat e tyre specifike, ndërkohë që kanë ndikim pozitiv edhe tek gratë vendase dhe kontribuojnë në uljen e pabarazive gjinore. Është thelbësore të përmirësohen aftësitë dhe kapacitetet në sektorin e turizmit për të mundësuar planifikimin dhe menaxhimin efektiv të turizmit nga një perspektivë gjinore. Garantimi i sigurisë dhe mbrojtjes së grave që udhëtojnë vetëm është me rëndësi thelbësore. Pasiguria është element kyç në marketing në sektorin e turizmit. Siguria me ndjeshmëri gjinore përfshin të drejtën për siguri fizike, mundësi lëvizjeje, strehim dhe shërbime bazë si uji, shëndeti dhe higjiena. Ajo është një parakusht thelbësor për zhvillimin e turizmit dhe është e nevojshme të punohet në këtë fushë, në të mirë si të grave dhe vajzave që e përjetojnë atë, ashtu edhe të turisteve që e jetojnë atë dhe që sot janë protagonistet kryesore të flukseve të turizmit në nivel global.

Objektivi kryesor është tërheqja e turistëve, si burra ashtu edhe gra, që përkrahin barazinë gjinore, që udhëtojnë me një nivel të lartë njohurish dhe që presin që udhëtimi i tyre të ketë efekt transformues, duke u siguruar gjithmonë që nivelet e sigurisë së destinacioneve që vizitojnë përputhen me pritshmëritë e tyre.

Bazuar në punën si konsulente të kryer nga Dr. Daniela Moreno Alarcón.

Rasti studimor 7.1.2.
Instituti për Turizmin në Kosta Rika & Instituti Kombëtar për Gratë, Programi RED SOFIA në Kosta Rika[94]

Programi RED SOFIA i kushtohet promovimit të barazisë gjinore dhe rritjes së sigurisë së grave në industrinë e turizmit të Kosta Rikës. E frymëzuar nga shembulli i grave që udhëtojnë vetëm, nisma synon të krijojë një mjedis të sigurt dhe mikpritës për gratë vizitore, duke rritur ndërgjegjësimin për çështjet gjinore midis palëve të interesuara në turizëm. Objektivi kryesor është nxitja e praktikave të turizmit të sigurt me qëllim inkurajimin e grave për të vizituar vendin. RED SOFIA është një përpjekje bashkëpunuese që përfshin një rrjet biznesesh turistike, komunitete lokale dhe palë të interesuara të përkushtuara, që thekson rëndësinë e bashkëpunimit ndërsektorial. Aspektet më të rëndësishme përfshijnë trajnimin për parandalimin e dhunës me bazë gjinore, veprime për të promovuar rëndësinë e barazisë gjinore në sektorin e turizmit dhe përdorimin e një etiketimi për ndërtimin e besimit dhe garantimin e përvojave të sigurta të udhëtimit. Ky program tregon se si turizmi mund të bëhet një levë për një turizëm më të përgjegjshëm dhe të qëndrueshëm.

94. Kosta Rican Tourism Institute (pa datë). Programa Red Sofia, gjendet në internet në: https://www.ict.go.cr/

Përqendrimi në segmentin e grave udhëtare forcon një segment të përgjegjshëm të tregut ku gratë janë forca shtytëse e përvojave turistike, si në aspektin e ofertës ashtu edhe të kërkesës. Nga ana e kërkesës, kjo përfshin nxitjen e konsumit të përgjegjshëm[95] dhe përdorimin e një gjuhë marketimi që flet për autonomi, lidhje me komunitetin dhe angazhim etik. Nga ana e ofertës, kjo do të thotë krijimi i mundësive për gratë që të hartojnë dhe udhëheqin përvoja turistike, veçanërisht në fusha të tilla si trashëgimia kulturore, mirëqenia, artizanati, turizmi rural dhe mbrojtja e mjedisit. Përveç kësaj, gratë janë faktor kyç në vendimmarrjen për udhëtimet,[96] dhe angazhimi i tyre aktiv në platformat e mediave sociale ka bërë që industria e udhëtimeve dhe marketingu i turizmit të përshtatin strategjitë e tyre. Për shembull, hulumtimet tregojnë se gratë kanë më shumë gjasa sesa burrat të shkruajnë vlerësime *online* dhe të shprehin pakënaqësi nëpërmjet rrjeteve sociale.[97] Gratë kanë rol thelbësor në ruajtjen e trashëgimisë kulturore dhe natyrore të Shqipërisë, dhe pjesëmarrja e tyre aktive në sektorin e turizmit është shumë e rëndësishme për nxitjen e rritjes së qëndrueshme të vendit. Njohja, pranimi dhe shtimi i kontributeve të grave, ndërkohë që zbatohen strategji marketingu me ndjeshmëri gjinore, mund të pozicionojë Shqipërinë si një destinacion gjithëpërfshirës dhe tërheqës, si për gratë udhëtare, ashtu edhe për ato që punojnë në turizëm.[98]

Nga marsi deri në qershor 2025, zyra e UN Women Shqipëri pilotoi përvoja turistike vetëm për gra në Tiranë, Vlorë dhe Shkodër për të krijuar hapësira të sigurta, fuqizuese dhe gjithëpërfshirëse për gratë udhëtare, duke rritur njëkohësisht dukshmërinë dhe pjesëmarrjen ekonomike të grave në zinxhirin e vlerës të turizmit. Itineraret lidhën udhëtaret me gra artizane, fermere dhe guida lokale, duke promovuar angazhimin e komunitetit, ruajtjen e kulturës dhe fuqizimin ekonomik të grave. Pjesëmarrëset theksuan vlerën unike të përmbajtjes me fokus gratë, dinamikat gjithëpërfshirëse të grupit, dhe publicitetin për nismat e udhëhequra nga gra, duke demonstruar potencialin transformues të turizmit të përgjigjshëm gjinor për të promovuar besimin, përfshirjen dhe komunitetin.

Rasti studimor 7.1.3.

Balkan Pearls (Perlat e Ballkanit) – "Ditë udhëtimi në Petrelë për nënat dhe fëmijët[99]

Balkan Pearls, një operator i besuar, ka pilotuar një përvojë të përqendruar në natyrë për nënat dhe fëmijët, duke mundësuar avancimin e turizmit gjithëpërfshirës dhe me orientim familjar dhe këndvështrim gjinor. Kjo nismë nuk e konsideron kujdesin për fëmijët si pengesë për lëvizshmërinë e grave, por përkundrazi përqafon realitetet e ofrimit të kujdesit si një nga faktorët në organizimin e udhëtimeve argëtuese dhe të realizueshme. Udhëtimi nxori në pah vlerën e mirëqenies dhe udhëtimit të disa brezave, duke zbuluar njëkohësisht edhe fushat ku mund të bëhet përmirësim. Reagimet theksuan nevojën për tregime të përshtatshme për moshën, mësim interaktiv për fëmijët në moshë shkollore dhe fleksibilitet më të madh në përputhje me motin, terrenin dhe energjinë e grupit. Përmirësimi i ritmit, i ushqimeve të përgatitura, dhe menaxhimi më i mirë i kohës u identifikuan gjithashtu si përparësi. Në të ardhmen, përmirësimi i aftësive të moderimit dhe trajnimi i punonjësve për të ofruar përvoja të përgjigjshme gjinore dhe tërheqëse do ta forcojë më tej këtë produkt.

95. Krijimi i markaveme ndjeshmëri gjinore është komponent thelbësor në promovimin e barazisë në industrinë e turizmit. Duke i dhënë përparësi përfaqësimit të grave në fushatat turistike, destinacionet dhe bizneset sinjalizojnë angazhimin e tyre për forcimin e barazisë gjinore, një vlerë që po vlerësohet gjithnjë e më shumë si nga udhëtarët ashtu edhe nga vendasit.

96. Luca, M. (2023). Behind the paper: Gender rating gap in online reviews (Përtej shkrimeve në letër: hendeku gjinor në vlerësimet në internet). Springer Nature Communities. https://communities.springernature.com/posts/behind-the-paper-gender-rating-gap-in-online-reviews

97. Gratë udhëtare janë forcë dominuese në industrinë e udhëtimeve dhe ndikimi i tyre është i gjerë: 82% e të gjitha vendimeve për udhëtime merren nga gratë, qoftë zgjedhja e destinacionit, rezervimi i akomodimit apo vendimi për turne dhe aktivitete. Marrë nga https://skift.com/2024/10/14/the-woman-traveler-key-data-and-insights-skift- research/#:~:text=Women%20travelers%20are%20a%20dominant%20force%20in%20the,booking%20accommodati ons%2C%20 or%20deciding%20on%20tours%20and%20activities.

98. UN Women Albania. (qershor 2025). A new way to travel: Albania empowers women through gender-inclusive tourism (Një mënyrë e re për të udhëtuar: Shqipëria fuqizon gratë përmes turizmit me përfshirje gjinore). https://albania.unwomen.org/en/stories/news/2025/06/a-new-way-to-travel-albania-empowers-women-through- gender-inclusive-tourism

99. UN Women Albania. (qershor 2025). A new way to travel: Albania empowers women through gender-inclusive tourism (Një mënyrë e re për të udhëtuar: Shqipria fuqizon gratë përmes turizmit me përfshirje gjinore). https://albania.unwomen.org/en/stories/news/2025/06/a-new-way-to-travel-albania-empowers-women-through- gender-inclusive-tourism

Rasti studimor 7.1.4.

Hello Albania (në fazën e rritjes) – "Arratisje" në Vlorë -vetëm për gra udhëtare[100]

Në një rajon bregdetar ku ka pak sipërmarrëse gra në turizëm, Hello Albania zbatoi një program pilot për një produkt të sigurt dhe fuqizues vetëm për gratë udhëtare. Programi pilot konfirmoi se kërkesa është e lartë, por vuri në pah aspektet që duhen përmirësuar – komunikimi më i qartë i itinerarit, menaxhimi më i mirë i kohës dhe një fokus më i fortë në historitë e grave. Vizitoret sugjeruan shtimin e reflektimeve në grup dhe udhëzimeve të vazhdueshme në gjuhën angleze, për qëllime të gjithëpërfshirjes. Përvoja nënvizon nevojën për ngritjen e kapaciteteve në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit – veçanërisht në logjistikë, siguri dhe komunikim me ndjeshmëri gjinore – duke siguruar që i gjithë personeli, nga udhërrëfyesit turistikë tek shoferët, të mbështesin përvoja udhëtimi respektuese dhe pozitive për gratë

Rasti studimor 7.1.5.

Guided Albania (Start-up) – "Takim vetëm për gra në Shkodër"[101]

Guided Albania, një biznes në pronësi të një gruaje të re, zbatoi një aktivitet pilot vetëm për gra që kombinonte mirëqenien, shkëmbimin kulturor dhe angazhimin e komunitetit. Me mbështetjen e bashkisë dhe të rrjeteve të forta lokale, ai ofron një model premtues për turizmin e përgjigjshëm gjinor në Shqipërinë e Veriut. Reagimet e pjesëmarrëseve theksuan nevojën për një rrëfim më të saktë dhe udhëzime më gjithëpërfshirëse, veçanërisht për gratë që udhëtojnë vetëm ose ato që nuk e njohin gjuhën. Në të ardhmen, trajnimi i udhërrëfyesve dhe partnerëve për të drejtat e grave, barazinë gjinore dhe sjelljen respektuese do të jenë themelore për krijimin e përvojave të sigurta dhe fuqizuese

100. Top Channel Albania. (21 qershor 2025). Udhëtim vetëm për gratë! Trendi turistik që po përhapet edhe në Shqipëri, siguria është më e lartë, https://top-channel.tv/2025/06/21/udhetim-vetem-per-grate1-trendi-turistik-qe-po-perhapet-edhe- ne-shqiperi-siguria-eshte-me-e-larte/

101. A2 CNN. (2024). Udhëtimi i një vajze në kërkim të "thesareve" në Shkodër [Video]. YouTube. https://youtu.be/3nBLMr7NRzo?si=UhyJeZP4Fq4rNUJf

Tabela 7.1. **Rëndësia e barazisë gjinore gjatë krijimit të fushatave promovuese të marketingut:**

Nxitja e përfaqësimit të diversifikuar në përmbajtjen e fushatave të marketingut	Marketingu aktual i turizmit në Shqipëri shpesh paraqet një demografi të ngushtë të grave, duke mos pasqyruar mjaftueshëm diversitetin e udhëtareve dhe banoreve. Përmbajtja efektive duhet të përfshijë gra nga të gjitha sfondet, duke përfshirë mosha, etni, pamje fizike dhe aftësi e ndryshme. Paraqitja e grupeve të ndryshme – si grave shqiptare, rome dhe të minoriteteve të tjera – që shijojnë peizazhet, kulturën dhe aktivitetet nëpër Shqipëri, krijon një narrativë më gjithëpërfshirëse dhe tërheqëse. Kjo qasje forcon pozicionin e Shqipërisë si një destinacion që vlerëson barazinë dhe përqafon diversitetin.
Sfidimi i stereotipeve në përmbajtjen e marketingut në sektor	Marketingu tradicional i turizmit shpesh përforcon stereotipe gjinore, duke i paraqitur gratë në role pasive, si vizitore të qendrave të bukurisë apo blerëse. Edhe pse këto aktivitete mund të tërheqin disa audienca, paraqitja e grave që angazhohen në aktivitete aventure, kulturore dhe në natyrë, zgjeron perceptimet dhe tërheq një publik më të gjerë. Përmbajtja që tregon gra duke bërë hiking në Alpet Shqiptare, rafting në lumin Vjosë, apo me biçikleta në zonat rurale, mund të sfidojë stereotipet e vjetra dhe të pasqyrojë interesat e larmishme të grave moderne që udhëtojnë.

7.2. PËRFUNDIME

- Industria e udhëtimeve po përqendrohet gjithnjë e më shumë në gratë udhëtare të përgjegjshme. Këto gra janë të informuara, të përkushtuara ndaj barazisë gjinore dhe kërkojnë përvoja turistike transformuese dhe fuqizuese për veten dhe gratë e tjera.
- Mbështetja në këtë lloj turizmi forcon një tregu të përgjegjshëm. Në këtë segment, gratë janë protagoniste të një përvoje turistike që hedh poshtë stereotipet gjinore, si në aspektin e ofertës ashtu edhe të kërkesës.
- Është e domosdoshme që zinxhiri i ofertës në turizëm të garantojë standard të lartë sigurie, veçanërisht në lidhje me parandalimin e çdo forme dhune ose ngacmimi. Kjo duhet të vlejë si për gratë që punojnë në turizëm, ashtu edhe për gratë turiste.
- Promovimi i kontributeve të grave në ruajtjen e trashëgimisë kulturore dhe natyrore të Shqipërisë, në zhvillimin e sektorit të turizmit dhe rritjen e qëndrueshme të vendit përmes strategjive gjithëpërfshirëse të marketingut ka mundësinë ta pozicionojë Shqipërinë si një destinacion turistik tërheqës për udhëtaret gra.

7.3.REKOMANDIME

Prioritet i lartë	↘ Rritja e kapaciteteve dhe njohurive të gazetarëve për të raportuar mbi turizmin nga një perspektivë gjinore. ↘ Hartimi i një manuali me ndjeshmëri gjinore, në drejtim të komunikimit dhe marketingut, dhe të mbështetur në një standard. ↘ Vlerësimi i tregut të grave udhëtare që udhëtojnë vetëm, në grup dhe me familjarë.
Prioritet mesatar	↘ Zhvillimi i produkteve turistike të përqendruara te gratë ↘ Mbështetje për agjencitë e udhëtimit ose operatorët turistikë të përqendruar te gratë në aspektin e dizajnit të produktit, rrëfimit të historive dhe marketingut.

KAPITULLI 8.

KOMUNITETI DHE SHOQËRIA CIVILE

8.1. GJETJET KRYESORE

GJETJA KRYESORE 8.1. **"Komuniteti gjithëpërfshirës" në turizëm është një mundësi për të parashikuar rolin e grave në këtë sektor.**

Investimi në "komunitet gjithëpërfshirës" nuk është vetëm një përgjigje strategjike, por edhe e domosdoshme, për të siguruar që përfitimet ekonomike, sociale dhe mjedisore të turizmit të shpërndahen dhe ruhen në mënyrë të barabartë në nivel lokal. "Komuniteti gjithëpërfshirës" nuk është një produkt i turizmit apo nënsektor i tij: ai është një strategji zhvillimi që duhet të integrohet në të gjitha llojet e turizmit, që synojnë të vendosin njerëzit, gratë dhe burrat, dhe vendin në qendër të rritjes së qëndrueshme. Duke vënë në dukje se "i barabartë" nuk do të thotë thjesht "barazi gjinore", Korniza AlUla e Turizmit e OKB-së për Zhvillim të Komunitetit Gjithëpërfshirës[102] thekson nevojën e promovimit të rolit të grave në komunitete. Kjo arrihet duke ndjekur një qasje të përgjigjshme dhe të qëndrueshme gjinore, ku merren në konsideratë nevojat e grave në nivel komuniteti. Në lidhje me nismën "Fuqizimi i komuniteteve", është e domosdoshme të përfshihet një kuadër ligjor me ndjeshmëri gjinore. Kjo do të garantojë që gratë të jenë në gjendje të marrin role drejtuese në nivel komuniteti. Në fushën e zhvillimit të komunitetit, programimi gjinor pranohet si një përparësi kyçe.

Planeterra [103]e konsideron turizmin komunitar[104] si një mundësi për të ndërtuar marrëdhënie më të mira midis vizitorëve dhe vendeve. Ky model trajton sfidat sociale, mjedisore dhe ekonomike duke krijuar vlerë për komunitetet, udhëtarët dhe të gjithë industrinë. Ndërsa turizmi konvencional shpesh kanalizon shumicën e të ardhurave në korporata të mëdha ndërkombëtare, duke lënë pak përfitime për komunitetet lokale, turizmi komunitar siguron që këto përfitime të ndahen në mënyrë më të drejtë.

PËRFITIMET PËR KOMUNITETET: Turizmi komunitar u jep komuniteteve kontroll mbi turizmin, duke u lejuar që të marrin vendime dhe të menaxhojnë vetë zhvillimin e tyre; ofron të ardhura të qëndrueshme, zhvillon aftësi, forcon rolin e grave dhe të të rinjve dhe mbron trashëgiminë kulturore dhe mjedisin; krijon vende pune dinjitoze dhe lufton diskriminimin, duke ndërtuar shoqëri më të drejta.

PËRFITIMET PËR TURISTËT: Turizmi komunitar ofron përvoja autentike dhe të paharrueshme që shkojnë përtej një vizite sipërfaqësore në një vend. Ai u jep turistëve mundësinë të lidhen me njerëzit dhe historitë e vendeve, duke nxitur empatinë dhe udhëtim turistik më të ndërgjegjshëm. Po ashtu, ai përmbush kërkesat e udhëtarëve modernë për përvoja domethënëse dhe të vlefshme.

PËRFITIMET PËR INDUSTRINË E TURIZMIT: Turizmi komunitar është një strategji fitimprurëse që përmbush kërkesat në rritje për turizëm të përgjegjshëm dhe autentik. Ai krijon një avantazh konkurrues duke ofruar produkte unike dhe të pasura me kulturë. Ai mbështet qëllimet e bizneseve për zhvillim të qëndrueshëm dhe përmirëson reputacionin e markës së tyre. Po ashtu, ai ndihmon në luftimin e "mbingarkesës turistike" duke shpërndarë vizitorët dhe duke forcuar zinxhirët lokalë të ofertës; rrit besnikërinë e klientëve dhe siguron qëndrueshmëri afatgjatë për bizneset; mbron mjedisin duke promovuar një qasje me ndikim të ulët që përqendrohet në menaxhimin ekologjik dhe qëndrueshmërinë klimatike, duke u shndërruar në një mjet për ruajtjen e ekosistemeve dhe biodiversitetit.

---

102. UNWTO. (2020). AlUla Framework for Inclusive Community Development through Tourism. Marrë nga UNWTO eLibrary.

103. Planeterra është një organizatë jofitimprurëse, që synon arritjen e ndikimit dhe që përdor turizmin për të përmirësuar komunitetet. Ajo ndihmon organizatat dhe komunitetet vendore të shfrytëzojnë turizmin si katalizator për të përmirësuar jetën, për të mbrojtur mjediset natyrore dhe për të promovuar kulturën, duke u përpjekur për një të ardhme më të qëndrueshme dhe të barabartë për të gjithë. Përmes zhvillimit të turizmit komunitar, ajo nxit dhe mbështet përvoja turistike që janë në pronësi, të udhëhequra ose realisht të bashkëkrijuara nga komunitetet në të cilat ato veprojnë.

104. Përkufizimi që i bën Planeterra turizmit komunitar është si vijon: "Turizmi komunitar u referohet përvojave të udhëtimit në pronësi, të udhëhequra dhe të menaxhuara nga komunitetet - organizata jofitimprurëse, kooperativa, ndërmarrje sociale". Marrë nga https://planeterra.org/community-tourism/

Turizmi komunitar gjithëpërfshirës **siguron që përfitimet ekonomike, sociale dhe mjedisore** të jenë të përbashkëta për gratë dhe burrat – veçanërisht për ato që tradicionalisht janë lënë pas dore.

Përhapja e ndikimit të turizmit komunitar shpjegon se si paratë e shpenzuara nga një turist kanë një ndikim të shumëfishtë dhe të përhapur në komunitetin lokal. Ky ndikim funksionon në tre faza:

NDIKIMI I DREJTPËRDREJTË: Paratë shkojnë drejtpërdrejtë në komunitet, duke aktivizuar ndërmarrjet sociale ose organizatat në komunitet që ofrojnë akomodim, ushqim, aktivitete, transport dhe produkte artizanale.

NDIKIMI INDIREKT: Këto ndërmarrje në komunitet përdorin të ardhurat e tyre për të forcuar nismat lokale, për të mbrojtur ekosistemet natyrore dhe për të siguruar produkte dhe shërbime nga furnizuesit e afërt, siç janë fermerët, barinjtë dhe prodhuesit e vegjël.

NDIKIMI I NXITUR: Të ardhurat e fituara nga banorët e komunitetit shpenzohen përsëri brenda zonës, duke mbështetur iniciativa dhe sipërmarrje të ndryshme dhe duke përmirësuar në përgjithësi cilësinë e jetës duke respektuar edhe natyrën.

Turizmi komunitar (TK)[105] është një strategji që mund të përdoret për të arritur "komunitetin gjithëpërfshirës" në Shqipëri. Ai zvogëlon presionin mbi zonat e mbingarkuara në bregdet dhe forcon ekonomitë e brendshme përmes nismave lokale. Kjo qasje nxit qëndrueshmërinë duke fuqizuar komunitetet, veçanërisht gratë, për të marrë një rol aktiv në planifikimin, menaxhimin e turizmit dhe ndarjen e përfitimeve prej tij. Ai nxit kohezionin social, forcon qeverisjen vendore dhe ruan trashëgiminë materiale dhe jomateriale për brezat e ardhshëm. Një studim nga Booking.com[106] zbulon një ndryshim të rëndësishëm në vetëdijen e udhëtarëve, me një ndërgjegjësim në rritje për ndikimin e turizmit në komunitetet lokale. Në klimën e sotme, udhëtarët po kërkojnë gjithnjë e më shumë përvoja që pasurojnë jetën e tyre dhe përfitojnë edhe destinacionet që vizitojnë.

Rasti studimor 8.1.1.
Albergo Diffuso në Shqipëri[107]

Modeli Albergo Diffuso, i zbatuar për herë të parë në Krujë, transformon shtëpi të braktisura të fshatit në një rrjet shtëpish për vizitorë të menaxhuara nga familjet vendase. Gratë luajnë një rol kryesor në mikpritje, kuzhinë tradicionale dhe rrëfim të kulturës, duke siguruar ruajtjen e trashëgimisë jomateriale të Shqipërisë, ndërkohë që gjenerojnë të ardhura. Duke vënë në qendër njohuritë dhe punën e grave, modeli nxit zhvillimin ekonomik gjithëpërfshirës, rigjallëron komunitetet rurale dhe mbështet turizmin e përgjigjshëm gjinor.

105. A2 CNN. (2024, [data e saktë nëse dihet]). Udhëtimi i një vajze në kërkim të "thesareve" në Shkodër [Video]. YouTube. https://youtu.be/3nBLMr7NRzo?si=UhyJeZP4Fq4rNUJf

106. Booking.com.(2025). Travel and sustainability report 2025 (Raport mbi udhëtimet dhe qëndrueshmërinë). https://www.booking.com/download/reports/2025travelampsustainabilityreport-booking.com2.pdf

107. https://www.risialbania.al/revitalizing-cultural-heritage-albanias-first-albergo-diffuso-opens-in-kruja

Në Shqipëri, turizmi komunitar ofron mundësi të mëdha si katalizator për fuqizimin e grave, duke rritur dukshmërinë dhe zërin e tyre në sektorë të dominuar tradicionalisht nga burrat. Ai promovon qeverisjen gjithëpërfshirëse dhe ndërton kapacitete lokale për vendimmarrje, në përputhje me qëllimet e Agjendës 2030 për Zhvillim të Qëndrueshëm, veçanërisht OZHQ 5 (Barazi gjinore), OZHQ 8 (Punë dinjitoze dhe rritje ekonomike) dhe OZHQ 13 (Veprim për klimën).

Rasti studimor 8.1.2.
Fuqizimi i grave në Shqipërinë e Veriut

Në vitin 2025, filloi një projekt prej 2.1 milionë eurosh i drejtuar nga qeveria shqiptare, UN Women dhe AICS për të mbështetur 220 gra në Shkodër, Bulqizë, Malësi të Madhe dhe Dibër. E fokusuar në agroturizëm, bletari dhe prodhim ushqimor, nisma ofron trajnime, lufton dhunën me bazë gjinore dhe promovon zinxhirët e vlerave me ndjeshmëri gjinore. Ajo forcon vetëqeverisjen vendore dhe tregon se si zhvillimi i integruar dhe i përgjigjshëm gjinor mund të fuqizojë komunitetet e grave në zonat rurale dhe mund të nxisë rritjen ekonomike gjithëpërfshirëse.

GJETJA KRYESORE 8.2. **Rritja e shpejtë dhe e pabarabartë e turizmit rrezikon shtimin e hendeqeve gjinore.**

Shqipëria po përjeton një nga ritmet më të shpejta të rritjes së turizmit në Evropë,[108] dhe ekziston një shqetësim në rritje se ky zgjerim i shpejtë mund të dëmtojë trashëgiminë e pasur kulturore të vendit dhe ekosistemet e brishta të lidhura me komunitetet. Përqendrimi i turizmit përgjatë vijës bregdetare, i kombinuar me presionin në rritje mbi infrastrukturën, rrezikon trashëgiminë materiale dhe jomateriale. Për më tepër, zhvillimi i pabalancuar mund të përkeqësojë hendekun gjinor, pasi gratë, veçanërisht në zonat rurale, mbeten më pak të përfaqësuara në drejtimin e turizmit, vendimmarrje dhe punësimin formal. Si pjesë e rajonit të Mesdheut, Shqipëria po bëhet gjithashtu gjithnjë e më e ndjeshme ndaj efekteve të ndryshimeve klimatike, përfshirë humbjen e biodiversitetit, mungesën e ujit dhe temperaturat më të larta.[109]

Në këtë kontekst, investimi në turizmin komunitar nuk është vetëm një përparësi strategjike, por edhe një përgjigje e nevojshme për të siguruar që përfitimet ekonomike, sociale dhe mjedisore nga turizmi të shpërndahen dhe ruhen në nivel lokal në përputhje me nevojat e grave.

Duke i vendosur komunitetet në zemër të turizmit, Shqipëria mund të mbrojë atë që i bën destinacionet e saj unike, duke siguruar që zhvillimi të jetë me ndjeshmëri gjinore dhe i qëndrueshëm:

- Përtej nismave publike, ekziston një mundësi në rritje për sektorin e turizmit në Shqipëri – si publik ashtu edhe privat – për të miratuar mjete që matin dhe rrisin ndikimin ekonomik lokal të turizmit. Përqafimi i qasjeve të tilla mund të ndihmojë të garantohet që rritja e turizmit të përkthehet në përfitime të prekshme për komunitetet lokale, veçanërisht për gratë dhe sipërmarrjet e vogla, duke nxitur njëkohësisht llogaridhënie dhe gjithëpërfshirje më të madhe në sektor.

- Investimi në ndërtimin e kapaciteteve është thelbësor për pajisjen e anëtarëve të komunitetit me aftësitë dhe njohuritë e nevojshme për të menaxhuar dhe përfituar nga aktivitetet turistike në mënyrë efektive. Ky duhet të përqendrohet tek nevojat e grave, sepse ato marrin pjesë në turizmin komunitar.

108. UN Tourism. (2025). Albania first in the world for tourism growth (Shqipëria: e para në botë për rritje të turizmit). https://akt.gov.al/en/un-tourism-shqiperia-e- para-ne-bote-per-rritjen-e-turizmit

109. Profili i rrezikut klimatik: Shqipëri (2021): Grupi i Bankës Botërore, gjendet online tek: https://climateknowledgeportal.worldbank.org/sites/default/files/2021-06/15812-Albania%20Country%20Profile- WEB.pdf

Ekziston nevoja për të përmirësuar aftësitë personale të grave, me qëllim zhvillimin e aftësive të tyre udhëheqëse në të gjithë zinxhirin e vlerës së turizmit.

- Turizmi komunitar i ofron Shqipërisë një mundësi për koordinim efektiv midis palëve të interesuara, që është thelbësor për të siguruar që përfitimet nga turizmi të ndahen në mënyrë të barabartë, të respektohen nga ana kulturore dhe të jenë të qëndrueshme nga ana mjedisore. Organizatat e menaxhimit të destinacioneve (OMD), siç njihen në nenin 5 të Ligjit për Turizmin në Shqipëri, ofrojnë një platformë strategjike për koordinim në nivel vendor. Kur zhvillohen me një qasje të përgjigjshme gjinore, OMD-të mund të bashkojnë organet e pushtetit vendor, bizneset e turizmit, OJQ-të dhe banorët për të hartuar së bashku strategji për turizmin që promovojnë rolin udhëheqës të grave, mbështesin ndërmarrjet në pronësi të komunitetit dhe përputhen me vlerat lokale.

Rasti studimor 8.2.1.
Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa[110]

I shpallur Parku i parë Kombëtar i Lumit të Egër në Evropë në vitin 2023, Lumi Vjosa qëndron si një shembull i fuqishëm i fuqizimit të komunitetit dhe administrimit bashkëpunues të mjedisit. Komunitetet vendore – së bashku me OJQ-të e bashkëudhëhequra nga gratë, operatorët e turizmit të aventurës, sipërmarrjet e turizmit në terren dhe rrjetet kombëtare dhe ndërkombëtare – luajtën rol qendror në mobilizimin e mbështetjes publike dhe rritjen e ndërgjegjësimit kundër ndërtimit të hidrocentraleve. Përpjekjet e tyre të koordinuara jo vetëm që ruajtën integritetin ekologjik të lumit, por edhe ngritën nivelin e punës së organizatave mjedisore dhe të shkencëtarëve. Aktualisht Vjosa ka një Plan Menaxhimi, ku komuniteti vendoset në zemër të mbrojtjes, zhvillimit dhe strategjive për turizëm të qëndrueshëm të parkut, duke garantuar që ruajtja të shkojë krah për krah me fuqizimin lokal dhe qeverisjen gjithëpërfshirëse.

110. Parku Kombëtar i Lumit Vjosa, Plani i Menaxhimi 2024-2030. Gjendet në https://turizmi.gov.al/wp-content/uploads/2024/10/Kapitulli-A-Plani-i-Menaxhimit-te-Zones-se-Mbrojtur.pdf

8.2. PËRFUNDIME

- Rritja e shpejtë e sektorit të turizmit bregdetar në Shqipëri rrezikon të përkeqësojë dallimet rajonale dhe pabarazitë gjinore. Gratë, veçanërisht ato në zonat rurale dhe vazhdojnë të jenë ndjeshëm më pak të përfaqësuara në punësimin formal në turizëm, në role drejtuese dhe në proceset e marrjes së vendimeve.

- Turizmi komunitar ofron mundësi gjithëpërfshirëse për gratë për të gjeneruar të ardhura, për të zhvilluar aftësi drejtuese dhe për të rritur dukshmërinë e tyre sociale, veçanërisht në zonat me shërbime publike të kufizuara. Modele të drejtuara nga vendasit, si Albergo Diffuso, agroturizmi dhe Parku Kombëtar i Lumit të Egër Vjosa, demonstrojnë se si turizmi mund të kontribuojë në përpjekjet për ruajtjen e natyrës.

Aktualisht, ekzistojnë mekanizma të kufizuar për të vlerësuar rezultatet sociale, gjinore dhe mjedisore të nismave të turizmit komunitar. Mungesa e sistemeve gjithëpërfshirëse të monitorimit të bazuara në të dhëna pengon hartimin e politikave në bazë të të dhënave dhe investimet e barabarta.

8.3. REKOMANDIME

Prioritet i lartë	- Forcimi i zhvillimit të turizmit komunitar sipas Strategjisë Kombëtare të Turizmit 2025-2030, duke siguruar që zbatimi i saj të përfshijë objektiva të përgjigjshme gjinore, buxhetim të dedikuar dhe tregues të performancës ndërsektoriale në të gjitha planet përkatëse të zhvillimit. - Krijimi i Rrjetit Kombëtar të Grave në Turizmin Komunitar për të lehtësuar shkëmbimin e njohurive, mbështetjen e kolegeve dhe advokimin e përbashkët.
Prioritet mesatar	Miratimi i kuadrit ligjor dhe i instrumenteve monitoruese transparente dhe me ndjeshmëri gjinore - të tilla si *Ripple Score*[111] - për të matur dhe komunikuar ndikimin ekonomik, social dhe mjedisor të turizmit në zonë. Përdorimi i këtyre të dhënave për të përgatitur politikat dhe për të forcuar llogaridhënien.

111. *G Adventures* specializohet për udhëtime në grupe të vogla dhe turizëm të qëndrueshëm, duke përgatitur itinerare unike që i zhytin udhëtarët në kulturat lokale, ndërkohë që sjellin efekte pozitive për komunitetet që vizitojnë. Në partneritet me Planeterra dhe Sustainable Travel International, kompania krijoi instrumentin ***Ripple Score*** për të matur se sa nga shpenzimet e udhëtarëve qëndrojnë në vend dhe janë në përfitim të destinacionit që ata eksplorojnë. Gjendet në internet në: https://www.gadventures.com/about-us/ripple-score/

KAPITULLI 9.

KONKLUZIONE PËRFUNDIMTARE

Rritja e shpejtë e turizmit në Shqipëri po e pozicionon sektorin si një nga nxitësit kryesorë ekonomikë të vendit. Megjithatë, që kjo rritje të jetë e vazhdueshme nga pikëpamja ekonomike, shoqërore dhe mjedisore, ajo duhet të udhëhiqet nga një qasje e përgjigjshme gjinore që siguron akses, pjesëmarrje dhe ndarje të barabartë të përfitimeve për të gjithë. Kjo kërkon hartimin dhe zbatimin e politikave të bazuara në të dhëna dhe me ndjeshmëri gjinore të cilat prodhohen nga një kuptim i thellë i roleve të grave në sektor, i sfidave me të cilat ato përballen dhe i mënyrave të ndryshme se si turizmi ndikon te gratë dhe burrat.

Një nga sfidat më të rëndësishme të identifikuara përmes këtij raporti vlerësimi është prania e kufizuar e të dhënave të ndara sipas gjinisë dhe me ndjeshmëri gjinore. Mungesa e të dhënave të besueshme dhe të kontekstualizuara pengon aftësinë për të matur hendeqet gjinore, për të vlerësuar ndikimin e turizmit në mjetet e jetesës së grave dhe për të përgatitur planifikimin e politikave gjithëpërfshirëse. Forcimi i sistemeve të të dhënave gjinore të Shqipërisë nuk është thelbësor vetëm për diagnostikimin e pabarazive, por edhe për hartimin e buxheteve të përgjigjshme gjinore, një mjet kyç për të siguruar që investimet publike në turizëm janë të barabarta, efikase dhe në përputhje me objektivat kombëtare të zhvillimit.

Në këtë drejtim, Shqipëria ka një avantazh të dukshëm. Ajo është një nga vendet e pakta në rajon me një metodologji dhe kuadër ligjor të përgatitur për buxhetimin e përgjigjshëm gjinor (BPGJ). Ndërsa zbatimi mbetet jo i njëtrajtshëm – veçanërisht në turizëm – ky themel paraqet një mundësi unike për të udhëhequr me anë të shembullit. Integrimi i BPGJ-së në strategjitë, investimet dhe mekanizmat e vlerësimit të turizmit mund të ndihmojë në garantimin që sektori të kontribuojë në mënyrë domethënëse në barazinë gjinore dhe zhvillimin gjithëpërfshirës.

Së fundi, zhvillimi i një modeli turizmi të qëndrueshëm dhe të përgjigjshëm ndaj çështjeve gjinore kërkon një kuadër të fuqishëm ligjor dhe institucional që fuqizon institucionet publike për të prodhuar, analizuar, përdorur dhe shpërndarë të dhëna gjinore. Kjo duhet të mbështetet me autoritete, kapacitete dhe burime të mjaftueshme, dhe duhet t'u përgjigjet realiteteve të komuniteteve vendore dhe zonave të ndryshme turistike. Duke e vendosur barazinë gjinore në thelb të strategjisë së saj të turizmit, Shqipëria ka mundësinë që jo vetëm të forcojë konkurrueshmërinë dhe qëndrueshmërinë e saj, por edhe të pozicionohet në rajon si udhëheqëse në fushën e zhvillimit gjithëpërfshirës dhe transformues të turizmit.

SHTOJCA

1.HARTËZIMI I PALËVE TË INTERESUARA

Disa aktorë në sektorin e turizmit, ose që kanë lidhje me të, kanë gjasa të luajnë rol në promovimin e barazisë midis grave dhe burrave. Këtu përfshihen, para së gjithash, aktorët publikë, por edhe aktorët ekonomikë, si bizneset e turizmit dhe organizatat ndërkombëtare. Së fundi, por jo më pak e rëndësishme, shoqatat e shoqërisë civile luajnë gjithashtu një rol vendimtar përmes aktiviteteve të tyre të advokimit.

Palët e interesuara publike dhe gjysmë-publike

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Fondi Shqiptar i Zhvillimit	Zhvillim	↘ Inkurajimi i zhvillimit social-ekonomik të qëndrueshëm, të balancuar dhe koheziv në nivel lokal dhe rajonal. ↘ Mbështetja e politikave të qeverisë përmes projekteve dhe programeve të ndryshme, veçanërisht në aspektin e zhvillimit të infrastrukturës, qeverisjes lokale dhe zhvillimit rural.	↘ Trajnim për gratë në menaxhimin e projekteve në komunitet ↘ Integrimi i grave në zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm përmes projekteve lokale: mikpritje turistike, aktivitete kulturore, aktivitete artizanale ↘ Inkurajimi i projekteve wqë integrojnë dimensionet gjinore, përfshirë në turizëm ↘ Ngritja e imazhit të grave në industrinë e turizmit
Ministria e Turizmit dhe Mjedisit	Turizëm, Mjedis	Formulimi dhe zbatimi i politikave që lidhen me mjedisin, mbrojtjen e natyrës, menaxhimin e mbetjeve, monitorimin e mjedisit, pyjet, cilësinë e ujit, zonat e mbrojtura...	↘ Integrimi i perspektivës gjinore në strategjitë sektoriale ↘ Trajnimi dhe ndërgjegjësimi për çështjet gjinore ↘ Nxitja e fuqizimit ekonomik të grave ↘ Mbështetja e nismave të drejtuara nga gratë në sektorin e turizmit ↘ Njohja e rolit dhe kontributit të grave në industrinë e turizmit ↘ Promovimi i "praktikave më të mira" për fuqizimin e grave në bizneset e turizmit

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Ministra e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit	Ekonomi, Kulturë	Krijimi i një mjedisi të favorshëm për rritjen dhe zhvillimin e shërbimeve/produkteve kulturore dhe krijuese, si në sektorin publik ashtu edhe në atë privat.	↘ Integrimi i perspektivës gjinore në strategjitë e sektorit ↘ Njohja e rolit dhe kontributit të grave në industrinë e turizmit ↘ Vënia në dukje e rolit dhe kontributit të grave në përvojat kulturore të sektorit të turizmit ↘ Mbështetja e industrive krijuese duke promovuar karrierat e grave në sektorët e kulturës
Ministria e Sipërmarrjes	Sipërmarrje	↘ Përgjegjëse për komunikimin me sipërmarrësit ↘ Ndihma dhe mbrojtja e sipërmarrjes private ↘ Nxitja e bashkëpunimit ndërinstitucional për të përmirësuar shërbimet publike për sipërmarrjen ↘ Identifikimi i pengesave të biznesit dhe formulimi i strategjive të ndërhyrjes për të zvogëluar pengesat	↘ Integrimi i perspektivës gjinore në strategjitë e sektorit ↘ Trajnimi dhe ndërgjegjësimi për çështjet gjinore ↘ Nxitja e sipërmarrjes së grave dhe i fuqizimit ekonomik të grave në turizëm ↘ Njohja e rolit dhe kontributit të grave në industrinë e turizmit
INSTAT	Ekonomi, Statistika	↘ Institucioni kryesor që prodhon statistika zyrtare dhe koordinon sistemin kombëtar të statistikave ↘ Ofrimi i statistikave transparente, neutrale dhe në kohë në vend	↘ Promovimi i të kuptuarit të pabarazive gjinore duke prodhuar të dhëna dhe analiza mbi situatën e grave, konkretisht në turizëm ↘ Njohja e rolit dhe kontributit të grave në industrinë e turizmit
Turizëm, Bashkia Tiranë	Turizëm	Promovim i turizmit në nivel vendor	↘ Përfshirja e grave në nismat për zhvillimin e turizmit ↘ Trajnimi për vende pune në sektor ↘ Njohja e rolit dhe kontributit të grave në industrinë e turizmit

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Agjencia për Zhvillim Bujqësor dhe Rural	Bujqësi	↘ Përgjegjëse për administrimin e fondeve për zhvillimin bujqësor dhe rural. Ndihma për fermerët dhe agjencitë e bashkëpunimit në bujqësi duke ofruar udhëzime ↘ Zbatimi i politikave shtetërore, programeve të zhvillimit dhe masave për zhvillimin bujqësor dhe rural	↘ Integrimi i perspektivës gjinore në strategjitë e sektorit ↘ Njohja e rolit dhe kontributit të grave në industrinë e turizmit ↘ Trajnime për gratë fermere dhe integrimi i tyre në zinxhirët e vlerave bujqësore ↘ Mbështetja e projekteve të agroturizmit të drejtuara nga gratë
Agjencia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive	Punësim	Përgjegjëse për punësimin dhe zhvillimin e aftësive	↘ Integrimi i perspektivës gjinore në strategjitë e sektorit ↘ Rritja e ndërgjegjësimit dhe trajnime për profesionistët për temat që lidhen me gjininë ↘ Nxitja e sipërmarrjes dhe i fuqizimit ekonomik të grave ↘ Trajnimi dhe mbështetja profesionale për gratë për të hyrë në tregun e punës, veçanërisht në turizëm
Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Aftësive	Zhvillim	↘ Rritja e konkurrueshmërisë së sektorit privat ↘ Forcimi i potencialit eksportues të Shqipërisë Promovimi dhe mbështetja e investimeve të huaja direkte ↘ Promovimi i potencialit turistik të Shqipërisë	↘ Integrimi i perspektivës gjinore në strategjitë e sektorit ↘ Ndërgjegjësimi dhe trajnimi për profesionistët mbi temat që lidhen me gjininë ↘ Promovimi i “praktikave më të mira” në bizneset turistike ↘ Mbështetja e grave sipërmarrëse duke lehtësuar pjesëmarrjen e tyre në financim ↘ Promovimi i investimeve në projekte në sektorin e turizmit që nxisin përfshirjen e grave
Instituti për Zhvillimin e Qëndrueshëm, Mjedisin dhe Turizmin	Turizëm, Mjedis	↘ Ofrimi i studimeve dhe kërkimeve të pavarura për të informuar dhe ndikuar në hartimin e politikave, procesin e zbatimit dhe aktorët privatë që veprojnë në të gjithë sektorët e ekonomisë. ↘ Ofrimi i njohurive mbi modelet e zhvillimit të qëndrueshëm. ↘ Ndërmarrja e veprimeve për të mbështetur zhvillimin e qëndrueshëm në Shqipëri dhe rajon. ↘ Zhvillimi i dialogut, bashkëpunimit dhe bashkërendimit midis grupeve të ndryshme shoqërore	↘ Integrimi i perspektivës gjinore në strategjitë e sektorit ↘ Nxitja e pjesëmarrjes së grave në iniciativat e qëndrueshmërisë dhe në menaxhimin e mjedisit ↘ Trajnimi për projekte ekologjike, veçanërisht në turizmin e qëndrueshëm ↘ Njohja e rolit dhe kontributit të grave në industrinë e turizmit

Palët e interesuara nga organizatat ndërkombëtare

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Banka Botërore	Zhvillim	↘ Ulja e varfërisë dhe mbështetja e zhvillimit të qëndrueshëm Investimi në infrastrukturë, arsim, shëndetësi, qeverisje dhe qëndrueshmëri ndaj klimës. ↘ Ndihma, financimi dhe nxitja e aksesit në burimet teknike për vendet në zhvillim për t'i ndihmuar ato të arrijnë qëllimet e tyre të zhvillimit	↘ Burime të konsiderueshme financiare dhe ekspertizë zhvillimore për të filluar ndryshime sistemike në infrastrukturë dhe politika ↘ Inkurajimi i reformave strukturore në sektorë të rëndësishëm si turizmi ↘ Financimi i projekteve të turizmit të qëndrueshëm që përfshijnë perspektivën gjinore ↘ Promovimi i zhvillimit lokal dhe të qëndrueshëm, duke nxitur njëkohësisht përfshirje më të madhe ekonomike për gratë
Organizata Ndërkombëtare e Punës (ONP)	Punësim	↘ Promovimi i standardeve ndërkombëtare për kushte të mira pune. ↘ Mbështetja e krijimit të vendeve të punës, mbrojtjes sociale dhe të drejtave të punës. ↘ Lufta kundër punës së detyruar dhe punës së fëmijëve. ↘ Lufta kundër diskriminimit në vendin e punës	↘ Kapacitet i fortë për të ndikuar në të drejtat e punës në turizëm ↘ Ndikimi në përmirësimin e kushteve të punës së grave në industrinë me të ardhura të ulëta ↘ Promovimi i miratimit të politikave për të përmirësuar cilësinë e jetës dhe standardet e sigurisë për gratë që punojnë në turizëm ↘ Promovimi i turizmit etik duke nxitur të drejtat dhe mbrojtjen sociale të grave që punojnë në sektor
UN Women	Të drejtat e grave	↘ Promovimi i barazisë gjinore dhe fuqizimi i grave. Promovimi i të drejtave ekonomike të grave. ↘ Mbështetja e grave udhëheqëse dhe e pjesëmarrjes së grave në vendimmarrjen politike. Lufta kundër dhunës me bazë gjinore.	↘ Ndikimi i madh në promovimin e të drejtave të grave, veçanërisht duke rritur ndërgjegjësimin për pabarazitë gjinore ↘ Ndikimi i madh në politikat ndërkombëtare, dhe ndonjëherë lokale, për të integruar një perspektivë gjinore ↘ Promovimi i turizmit më gjithëpërfshirës duke mbështetur iniciativat për fuqizimin e grave në sektorin e turizmit ↘ Krijimi i mundësive ekonomike për gratë vendase ↘ Lufta ndaj dhunës dhe shfrytëzimit të grave në këtë sektor
GIZ	Zhvillim	↘ Mbështetja e zhvillimit të qëndrueshëm në vendet në zhvillim ↘ Mbështetja e projekteve të zhvillimit rural, energjive të rinovueshme dhe qeverisjes ↘ Ndërtimi i kapaciteteve institucionale dhe lokale	↘ Ndikimi i fortë transformues përmes ekspertizës teknike dhe mbështetjes për zbatimin e politikave publike dhe projekteve për zhvillim të qëndrueshëm, shpesh në partneritet me qeveritë e vendeve dhe organizata të tjera ndërkombëtare ↘ Promovimi i turizmit të qëndrueshëm përmes nismave për zhvillimin rural dhe programeve për mbrojtjen e mjedisit ↘ Trajnimi për të përmirësuar aftësitë e grave që punojnë në sektorin e turizmit

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Agjencia Zvicer-ane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC)	Zhvillim	↘ Promovimi i zhvillimit të qëndrueshëm ekonomik ↘ Mbështetja e trajnimit profesional dhe integrimit ekonomik të popullatave në nevojë ↘ Mbështetja e iniciativave të mikrofinancimit dhe bizne-seve të vogla	↘ Nxitja e fuqizimit ekonomik të grave dhe përfshirjes financiare për bizneset e vogla ↘ Promovimi i modeleve ekonomike të qëndrueshme dhe gjithëpërfshirëse ↘ Mbështetje e mundshme për ekoturizmin dhe turizmin rural duke punuar me bi-znese të vogla lokale të drejtuara nga gra ↘ Formimi profesional për të zhvilluar af-tësi lokale në shërbimet e mikpritjes dhe turizmit, me fokus në nevojat specifike të grave

Palët e interesuara në sektorin privat

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Bizneset e shërbi-meve të ushqimit	Ushqimor	↘ Ofrimi i shërbimeve të ush-qimit për turistët dhe banorët vendas; ↘ Tërheqja dhe mbajtja e klientëve përmes shërbimeve cilësore dhe përvojave kulinare	↘ Sektori i shërbimit ushqimor mund të jetë transformues për gratë duke krijuar mundësi punësimi në industrinë e restoranteve ↘ Programe trajnimi për të inkurajuar pjesëmarrjen e grave në role drejtuese ↘ Mbështetja e grave në bujqësi në biznese të drejtuara nga gra, që punësojnë gra ose që janë të përkushtuara ndaj fuqizimit dhe të drejtave të grave ↘ Promovimi i rolit dhe kontributit të grave në sektorin e turizmit ↘ Mbështetja e programeve për ndërmarrjet e vogla për gratë që dëshirojnë të hapin restorantet ose kafenetë e tyre për turistë
Udhërrëfyesit lokalë	Turizëm	↘ Ndihma ndaj turistëve duke ofruar informacion mbi vendet historike, natyrore dhe kulturore ↘ Krijimi i përvojave autentike dhe miqësore për vizitorët për të promovuar kulturën dhe trashëgiminë lokale	↘ Trajnimi për udhërrëfyesit turistikë: menax-him biznesi, mikpritje, promovim i special-iteteve kulturore lokale... rritja e profilit të grave në sektorin e turizmit dhe promovimi i një qasje më gjithëpërfshirëse dhe të larmishme ndaj trashëgimisë lokale ↘ Mbështetja e grave si udhërrëfyese ↘ Integrimi i udhëtimeve të organizuara që vënë në pah gratë (artizanat, bujqësi) dhe sipërmarrjen e grave ↘ Rritja e imazhit të grave në sektorin e turizmit ↘ Promovimi i rolit dhe kontributit të grave në sektorin e turizmit ↘ Fuqizimi i grave duke u ofruar atyre vende pune me orare elastike, veçanër-isht në zonat rurale dhe kulturore ku gratë mund të shkëmbejnë njohuritë dhe traditat e tyre lokale

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Hotel Marriott Tiranë	Turizëm, Mikpritje	Ofrimi i shërbimeve të akomodimit, ushqimit dhe argëtimit për udhëtarët	↘ Marrja në konsideratë më mirë e grave përmes politikave të diversitetit dhe përfshirjes ↘ Promovimi i mundësive të karrierës për gratë në sektorin e mikpritjes ↘ Kontributi në fuqizimin e grave përmes programeve të trajnimit, mentorimit dhe lidershipit: krijimi i mundësive të qëndrueshme dhe të paguara mirë për karrierën ↘ Inkurajimi i grave për t'u angazhuar në role të ndryshme në sektorin e turizmit, të tilla si menaxhimi, mikpritja dhe operacionet e shërbimeve
Turoperatorët	Turizëm	↘ Planifikimi, menaxhimi dhe shitja e paketave turistike ↘ Koordinimi i përvojave në grupe dhe përvojave individuale për turistët	↘ Diversifikimi i mundësive të punësimit për gratë: administrim, logjistikë, organizim, udhërrëfyes... ↘ Promovimi i trajnimit dhe i mundësive të karrierës për gratë, përfshirë menaxhimin e operacioneve turistike ↘ Përfshirja dhe vënia në pah e qarqeve dhe përvojave të drejtuara nga gratë ↘ Promovimi i përvojave që shfaqin perspektivat lokale dhe aftësitë e grave, duke rritur dukshmërinë dhe rolin e tyre në sektorin e turizmit ↘ Forcimi i imazhit të grave në industrinë e turizmit ↘ Theksimi i rolit dhe i kontributeve të grave në sektorin e turizmit

Organizata të Shoqërisë Civile

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Qendra Aleanca Gjinore për Zhvillim (GADC)	Sociale, Barazia gjinore	↘ Promovimi i barazisë gjinore, fuqizimit të grave dhe përfshirjes sociale ↘ Kryerja e studimeve mbi çështjet gjinore ↘ Zhvillimi i fushatave ndërgjegjësuese Zbatimi i projekteve të zhvillimit, ↘ ndërtimi i kapaciteteve dhe advokimi për drejtësi sociale	↘ Puna për të drejtat e grave dhe barazinë gjinore në sektorë të ndryshëm, përfshirë turizmin ↘ Zhvillimi i strategjive që synojnë uljen e pabarazive gjinore në sektorë të ndryshëm, përfshirë turizmin ↘ Trajnimi dhe ndërgjegjësimi mbi çështjet gjinore ↘ Fuqizimi i grave përmes programeve edukative dhe iniciativave për ndryshimin e mentalitetit ↘ Mbështetja e nismave të drejtuara nga gratë në fusha që lidhen me turizmin: mikpritja, udhërrëfim dhe shërbime turistike, veçanërisht në zonat rurale dhe të izoluara ↘ Promovimi i nismave për turizëm të qëndrueshëm që respektojnë të drejtat e grave ↘ Ngritja e imazhit të grave në industrinë e turizmit ↘ Vënia në dukje e rolit dhe kontributeve të grave në sektorin e turizmit

Institucioni	Sektori	Objektivat kryesorë	Kapaciteti i mundshëm transformues
Shoqata Shqiptare e Turoperatorëve	Turizëm	↘ Krijimi i kushteve të barabarta të konkurrencës për të gjitha bizneset. ↘ Mbrojtja e operatorëve turistikë dhe agjencive të udhëtimit në Shqipëri nga politikat e padrejta	↘ Promovimi i përfshirjes së grave në bizneset e turizmit ↘ Trajnimi i grave për role në menaxhim, marketing dhe drejtim në këtë sektor ↘ Mbështetja e politikave që sigurojnë paga të barabarta dhe akses të barabartë në financim për gratë sipërmarrëse në turizëm ↘ Mbështetja e programeve të mentorimit dhe iniciativave për rritjen e ndërgjegjësimit ↘ Inkurajimi i pjesëmarrjes së grave në të gjitha aspektet e turizmit
Shoqata e Agroturizmit në Shqipëri	Bujqësi Turizëm	Promovimi i turizmit rural dhe agroturizmit në Shqipëri	↘ Ofrimi i mundësive të konsiderueshme për gratë në agroturizëm, veçanërisht në zonat rurale ↘ Mbështetja e grave fermere duke i integruar ato në zinxhirët e vlerave të turizmit ↘ Trajnimi në menaxhim, marketing dhe mikpritje ↘ Fuqizimi i grave në zonat rurale, duke ofruar burim të qëndrueshëm të të ardhurave dhe duke vlerësuar aftësitë e tyre në produktet e punuara me dorë, në akomodim dhe në shërbimet turistike
Unioni Turistik Shqiptar	Turizëm	Përfaqësimi dhe mbrojtja e të drejtave të punonjësve të turizmit	↘ Lufta për barazi gjinore në të drejta dhe paga në sektorin e turizmit ↘ Promovimi i kushteve të drejta, të sigurta dhe të denja të punës për gratë: mundësi të barabarta, pagë e drejtë dhe pranim në role vendimmarrëse ↘ Ngritja e imazhit të grave në industrinë e turizmit ↘ Theksimi i rolit dhe kontributeve të grave në sektorin e turizmit
Laghi d'Albania	Turizëm, Mjedis	↘ Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm Promovimi i ruajtjes së liqeneve dhe ekosistemeve ujore në Shqipëri ↘ Rritja e ndërgjegjësimit mes popullsisë lokale dhe turistëve për ruajtjen e mjedisit	↘ Krijimi i mundësive për gratë në komunitetet lokale duke i trajnuar ato në menaxhimin e qëndrueshëm të burimeve natyrore dhe duke i përfshirë ato në projekte të turizmit ekologjik ↘ Mbështetja e iniciativave lokale që promovojnë aksesin e grave në vende pune që lidhen me menaxhimin e hapësirave natyrore dhe ndërgjegjësimin mjedisor ↘ Inkurajimi i pjesëmarrjes së grave në menaxhimin e burimeve natyrore dhe në aktivitetet turistike që lidhen me ekoturizmin

2. ANGAZHIMI I PALËVE TË INTERESUARA GJATË MISIONEVE NË TERREN

Palët e interesuara të përfshirë gjatë misioneve në terren për projektin e UN Women në Shqipëri: "Rritja e konsumit dhe ofrimit të shërbimeve turistike në Shqipëri."

Nr.	Organizata/ Institucioni	Personi i kontaktit	Titulli/Pozicioni	Lloji i takimit dhe vendi i takimit
Niveli kombëtar dhe Tirana				
1	UN Women	Michele Ribotta	Përfaqësuesi i UN Women në Shqipëri	Ballë për ballë, tek ambientet e UN Women
2	Ministria e Turizmit dhe Mjedisit	Herida Duro	Drejtore e Përgjithshme e Turizmit	Ballë për ballë, tek ambientet e Ministrisë
3	Bashkia Tiranë	Alba Tuci	Punonjëse në Drejtorinë për Promovimin dhe Zhvillimin e Industrisë së Turizmit	Ballë për ballë në zyrën e saj
4	INSTAT	Anisa Omuri dhe Elona Sevrani dhe Olsida Capo	Drejtoreshë, Drejtoria e Statistikave Sociale & Drejtoreshë e Drejtorisë së Llogarive Kombëtare & Anëtare, Bordi i Drejtorëve	Ballë për ballë në zyrën e tyre
5	GADC - Qendra Aleanca Gjinore për Zhvillim	Mirela Arqimandriti	Drejtore	Ballë për ballë, Tiranë
6	GIZ	Sofjola Kotelli dhe Adela Llatja	Menaxhere Programi & Drejtuese komponenti & Koordinatore Kombëtare	Ballë për ballë në zyrën e tyre
7	Shoqata Shqiptare e Turoperatorëve	Kliton Gerxhani	Kryetar	Ballë për ballë në zyrën e tij

8	Fakulteti i Ekonomisë, Departamenti i Turizmit	Klodiana Gorica	Personel akademik	Ballë për ballë, Tiranë
9	Udhërrëfyese lokale & aktiviste e turizmit të qëndrueshëm	Albiona Mucoimaj	Udhërrëfyese e turizmit lokal	Ballë për ballë, Tiranë
10	Hotel Xheko Imperial	Eni Xheko	Menaxhere & Sipërmarrëse	Ballë për ballë, Tiranë
11	AIDA	Ornela Gjini dhe Geraldina Fejzaj	Specialiste, Drejtoria e Investimeve	Ballë për ballë në zyrën e tyre
12	Unioni Turistik Shqiptar	Rrahman Kasa	Kryetar	Ballë për ballë në zyrën e tij
13	Shoqata e Agroturizmit në Shqipëri	Blerina Bombaj	Kryetare	Online
14	Ministria e Ekonomisë, Kulturës dhe Inovacionit	Bledar Taushani	Drejtor, Drejtoria e Politikave të Punësimit dhe Migratore	Ballë për ballë, Tiranë
15	Ekspert për çështjet gjinore	Erlad Lamja	Ekspert për çështjet gjinore	Ballë për ballë, Tiranë
16	Fondi Shqiptar i Zhvillimit	Astrit Alikaj dhe Donald Vullnetari	Përfaqësues, "Programi ekonomik & Përfshirja gjinore"	Ballë për ballë në zyrën e tyre
17	Programi Zviceran për Sipërmarrjen	Blendina Cara	Oficere Programi për vendin	Online

18	COSV	Isijda Sinjari dhe Jonida Shano	Drejtore vendi në Shqipëri dhe drejtuese e ekipit	Ballë për ballë në zyrën e tyre
19	Feel Albania	Aida Gjecaj	CEO	Online
20	Hotel Marriott Tirana	Nicholas A. Rana dhe Sonila Toptani	Drejtor i Përgjithshëm, Drejtore e Shitjeve dhe Marketingut	Ballë për ballë në zyrën e tyre
21	Agjencia e Start Up-eve Shqipëri, Ministria për Sipërmarrjen	Jorina Kadare	Përgjegjëse e Sektorit të Mbështetjes për EcoSystem	Ballë për ballë në zyrën e tyre
22	Lëvizja Slow Food	Dhurata Thanasi	Aktiviste e ushqimit	Ballë për ballë, Tiranë
23	Agjencia për Zhvillim Bujqësor dhe Rural, Ministria e Bujqësisë	Mirgjana Gjermizi	Sektori për Sigurimin e Cilësisë dhe Menaxhimin e Riskut	Ballë për ballë në zyrën e tyre
25	Llogaria satelitore e turizmit, IDRA	Elektra Marticanaj dhe John Kester, ekspertë të TSA	Punonjës tek IDRA dhe ekspert i TSA	Online
26	ONP (Organizata Ndërkombëtare e Punës)	Fiorela Shalsi	Koordinatore Kombëtare e Projektit “Lifelong Empowerment and Protection in Albania” (LEAP)	Online
27	Qendra psikosociale ‘Vatra’	Entela Avdulaj	Menaxhere programi tek ‘Vatra’	Online

Nr.	Organizata/ Institucioni	Personi i kontaktit	Titulli/Pozicioni	Lloji i takimit dhe vendi i takimit
Qarku Shkodër				
1	Bashkia Shkodër	Rudin Beka	Nënkryetar Bashkie	Ballë për ballë, Shkodër
2	Qendra Rinore Arka/ CODE PARTNERS	Arta Nikolli	Drejtoreshë	Ballë për ballë, Shkodër
3	Hotel "Tradita Geg e Toske"	Raimonda Sulaj	Bashkëpronare	Me telefon, Raimonda ishte në Itali
4	Margjelo Filigran Albania	Aurora Piranej	Pronare	Ballë për ballë, Shkodër, tek ambientet e punës
5	Hostel "Shtëpia imë është shtëpia jote"	Alma Naraci	Pronare	Ballë për ballë, Shkodër, tek ambientet e punës
6	Kamping Legjenda	Linda Nikaj	Bashkëpronar	Ballë për ballë, Shkodër, tek ambientet e punës
7	Well Point Association, Hiking and Birdwatching Guide	Aurora Piroviq	E vetëpunësuar	Ballë për ballë, Shkodër
8	Universiteti Shkodër	Aurora Dibra	Pedagoge	Me telefon, Aurora ishte në një trajnim në Tiranë
9	Hotel Çoçja	Indira Çoçja	Menaxhere	Ballë për ballë, Shkodër, tek ambientet e punës

10	Zyra e Informacionit Tamarë dhe VIS Shqipëri	Drita Tanazi	Agjente e Zhvillimit Vendor dhe Operator turistik	Me telefon, me leje lindje
11	BID Shkodra	n/a	n/a	Me telefon, me leje lindje
12	Hotel Rozafa	Kristina Ulqinaku	Menaxhere e Përgjithshme	Ballë për ballë, Shkodër, tek ambientet e biznesit
13	Shkolla e Mesme Profesionale “Hamdi Bushati”	Merita Zeneli	Drejtore	Ballë për ballë, Shkodër, në ambientin e shkollës

Nr.	Organizata/Institucioni	Personi i kontaktit	Titulli/Pozicioni	Lloji i takimit dhe vendi i takimit
Qarku Vlorë				
1	Bashkia Vlorë	Arlinda Tepelena	Drejtore në Drejtorinë e Zhvillimit Ekonomik dhe Turizmit	Ballë për ballë, Lungomare e Vlorës
2	OJQ ARTA Turizëm Vlorë	Dionis Sota	Kryetar	Ballë për ballë, Qendra historike e Vlorës
3	Qendra Kulturore AULONA	Sejmen Gjokolli	Drejtor	Ballë për ballë, Lungomare e Vlorës
4	Hotel Kraal	Anisa Ceno	CEO/Sipërmarrës	Me telefon, Anisa duhej të udhëtonte për në Itali për lindjen e bebit të saj.
5	Universiteti Ismal Qemali	Shkëlqim Sinanaj	Profesor në Departamentin e Turizmit	Ballë për ballë, Vlorë
6	Ornela Kovaçaj	Administrator	Restorant & Beach Bar Minimal Vlore	Ballë për ballë, tek ambientet e punës
7	Deni Llanaj	Specialist arsimi	Shkolla Tregtare Vlorë (AFP)	Ballë për ballë, Vlorë
8	Hotel Buddha dhe Cocktail Bardha	Lorjana Doga	Menaxher	Ballë për ballë, tek ambientet e punës
9	Hello Albania Shpk	Stela Gockaj	Operator turistik dhe agjenci udhëtimi	Ballë për ballë, Vlorë

10	Pasticeri Likaj	Likaj	Bashkëpronar dhe menaxher	Ballë për ballë, tek ambientet e punës
11	TID Vlora	Netilda Gunbardhi	CEO	Me telefon, ajo duhej të largohej për në Tiranë.
12	Marina Bay	Sokol Cukani	F&B Manager	Ballë për ballë, Vlorë
13	Restorant & Hotel Vela	Briseida Mosko	CEO	Ballë për ballë, Lungomare e Vlorës

UN WOMEN ËSHTË KRIJUAR PËR TË AVANCUAR TË DREJTAT E GRAVE, BARAZINË GJINORE DHE FUQIZIMIN E TË GJITHA GRAVE DHE VAJZAVE.

Si enti drejtues i Kombeve të Bashkuara për barazinë gjinore dhe sekretariat i Komisionit për Statusin e Grave, ne punojmë për të ndryshuar ligjet, institucionet, sjelljet shoqërore dhe shërbimet, me qëllim mbylljen e hendekut gjinor dhe ndërtimin e një bote të barabartë për të gjitha gratë dhe vajzat.Partneritetet tona me qeveritë, lëvizjet e grave dhe sektorin privat, së bashku me rolin tonë koordinues në kuadër të sistemit të Kombeve të Bashkuara, i kthejnë përparimet në ndryshime të qëndrueshme. Puna jonë për avancimin e të drejtave të grave dhe vajzave përqendrohet në katër fusha kyçe: lidershipi, fuqizimi ekonomik, mbrojtja nga dhuna, roli i grave në paqe dhe siguri, si dhe veprimi humanitar.

UN Women i vendos të drejtat e grave dhe vajzave në qendër të përparimit global—gjithmonë dhe kudo. Sepse barazia gjinore nuk është vetëm ajo që bëjmë. Barazia gjinore është ajo që jemi.

UN WOMEN

FOR ALL WOMEN AND GIRLS

UN Women Zyra e Shqipërisë, Rr. "Skenderbej",
Ndërtesa 8, Ap. 29-31, Tiranë, Shqipëri

albania.unwomen.org
facebook.com/unwomenalbania
x.com/unwomenalbania
instagram.com/unwomenalbania