



Albania
Investment
Council

Improving Transparency and Investment Climate

MBI FORMALIZIMIN DHE KONKURRUESHMËRINË NË SEKTORIN E TURIZMIT

Tiranë, Tetor 2018

Ky dokument pune është përgatitur nga ekspertët e Sekretariatit të Këshillit të Investimeve në kuadër të mbledhjes XIV të Këshillit të Investimeve (15 tetor 2018), znj. Mimoza Agolli, eksperte për ekonominë dhe z. Elvis Zerva, ekspert ligjor, nën drejtimin e Drejtores së Sekretariatit, znj. Diana Leka (Angoni). Mbështetje është ofruar nga znj. Elisa Lula, oficere administrative dhe komunikimit e Sekretariatit në organizimin e takimeve me partnerë, mbarëvatjen dhe promovimin e anketës, përkthimin (anglisht-shqip) të disa pjesëve si dhe redaktimin gjuhësor të materialit. Falenderojmë subjektet private, shoqatat e biznesit dhe dhomat e tregtisë që i janë përgjigjur anketës si edhe ekspertët dhe institucionet qendrore dhe lokale që kontribuan gjatë procesit të analizës dhe konsultimit. Mirënjohje e veçantë për studentet e Universitetit Epoka për kontributin në promovimin e anketës dhe përditësimin e informacionit përkatës.



LISTA E SHKURTIMEVE

DAT	Drejtoria e Apelimit Tatimor
FMN	Fondi Ndërkombëtar Monetar
KI	Këshilli i Investimeve
KM	Këshilli i Ministrave
MBZHR	Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural
MFE	Ministria e Financës dhe Ekonomisë
MTM	Ministria e Turizmit dhe Mjedisit
NUIS	Numri Unik i Identifikimit të Subjektit
QKB	Qendra Kombëtare e Biznesit
TVSH	Tatimi mbi Vlerën e Shtuar



Albania
Investment
Council

Improving Transparency and Investment Climate

PËRMBAJTJA

HYRJE	5
KONTEKSTI	6
METODOLOGJIA	9
KUADRI AKTUAL LIGJOR DHE INSTITUCIONAL NË TURIZËM	11
1. Ligjet, aktet nënligjore dhe strategjitë	11
2. Politikat incentivuese për sektorin e turizmit	15
REZULTATET E ANKETËS MBI INFORMALITETIN, MASAT FISKALE DHE KLIMËN E INVESTIMEVE NË SEKTORIN E TURIZMIT	18
GJETJET	33
REKOMANDIMET	40
1. Masat kundër informalitetit për operatorët ekonomikë që janë të peregjistruar	41
2. Masat kundër informalitetit për informalitetin në formën e evazionit tatimor	42
3. Masat kundër informalitetit për punësimin e padeklaruar	43
SHTOJCA 1. STRATEGJI TË TJERA SEKTORIALE PËR TURIZMIN	44
SHTOJCA 2. INSTITUCIONET PËRGJEGJEGJËSE PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT	47
SHTOJCA 3. SHËNIME MBI KUADRIN TEORIK DHE OBJEKTIVIN E VLERËSIMIT	51
SHTOJCA 4. KARAKTERISTIKAT E PËRGJITHSHME TË BIZNESEVE TË ANKETUARA	53
BIBLIOGRAFIA	55

HYRJE

Qeveria shqiptare ka ndërmarrë reforma të rëndësishme në mbështetje të sektorit të turizmit. Kuadri ligjor dhe vizioni strategjik i janë përshtatur dinamikave të sektorit ndërkohë që janë përgatitur edhe paketa për investime në infrastrukturë në mbështetje të turizmit. Investimet private në sektor janë shumë dinamike, për shembull vetëm gjatë vitit 2017 janë dhënë 53 leje ndërtimi për ndërtim hotelesh (INSTAT, Maj 2018). Këtyre ndërtimeve të reja, iu shtuan rreth 89.000 m² sipërfaqe totale në dhoma për struktura akomoduese në nivel lokal. Niveli i rritjes së kredisë në sektorin e turizmit raportohet të jetë nga më të lartët nëse krahasohet me sektorët e tjerë. Në gjysmën e parë të 2018, kredia e sektorit u rrit me 6,5% rritje vjetore (Banka e Shqipërisë, 2018). Ndonëse ka përmirësime, Shqipëria akoma ka nevojë për të adresuar probleme në lidhje me aspektet rregullatore të sektorit të turizmit, uljen e informalitetit, trajtimin e problemeve të pronësisë, si edhe të përmirësimit infrastrukturën dhe burimet njerëzore. Sektori duhet të përmirësohet duke u orientuar nga profili që kërkon krah të mirëfilltë pune drejt përdorimit të teknologjisë që mundësojnë reduktimin e kostove (FMN, 2018). Rezultatet e mbledhjeve të mëparshme të Këshillit të Investimeve (2015-2017) si edhe konsultimet me bizneset, kanë identifikuar problematikën e informalitetit si një shqetësim serioz të inves-

titorëve, veçanërisht në turizëm.¹ Informaliteti perceptohet nga biznesi si një fenomen mjaft i përhapur dhe që ndërhyrjet e veçanta mbeten të pamjaftueshme.

Ky dokument synon **të evidentojë në çfarë mase aktiviteti ekonomik në fushën e turizmit ndikohet nga aktiviteti informal dhe evazoni fiskal.**

Kuptimi dhe matja e informalitetit në turizëm mbetet një sfidë e madhe për faktin që sektori bazohet në “*shared economy*” dhe ka ndërveprim me zinxhirë të tjerë të vlerës së ekonomisë. **Për qëllime të kësaj analize, ekonomia informale në sektorin e turizmit i referohet aktiviteteve ekonomike që përfshijnë transaksionet monetare që lidhen me aktivitete ekonomike të ligjshme të cilat mbartin evazion fiskal ose shmangie taksash.** Janë bërë përpjekje për të vlerësuar edhe impaktin e incentivave fiskale mbi formalizimin dhe për të analizuar lidhjet midis informalitetit dhe konkurrueshmërisë së sektorit. Rezultatet e analizës janë me rëndësi për politikën fiskale, kuadrin ligjor dhe koordinimin institucional në mbështetje të zhvillimit të sektorit.

Sekretariati në përmbyllje të detyrave të tij për të adresuar shqetësimet e biznesit, sjell në vëmendje të KI sfidën e formalizimit të aktiviteteve ekonomike të sektorit. Analiza konsideron gjithashtu çështje të ndryshme të raportuara nga bizneset në Sekretariat gjatë periudhës 2015-2018 në lidhje me turizmin në përgjithësi dhe problematikën e informalitetit të sektorit në veçanti.

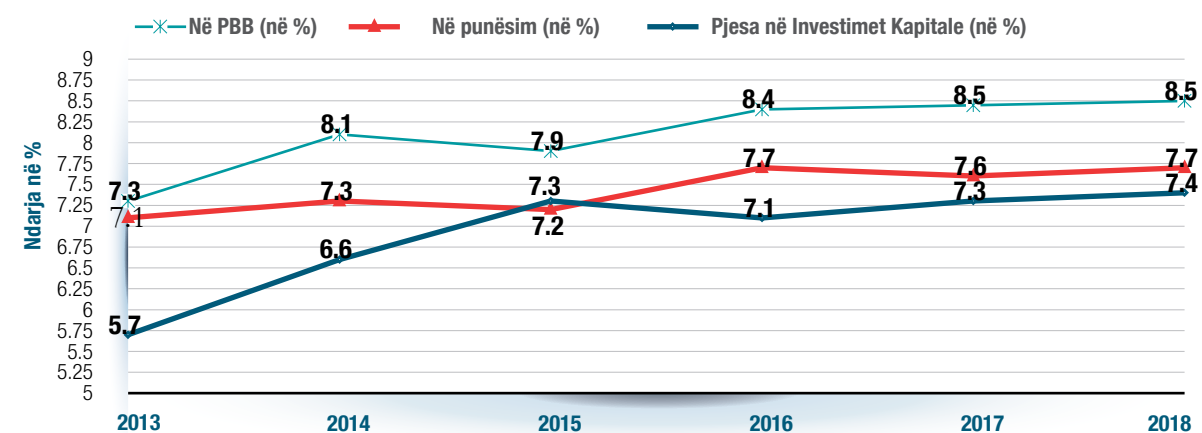
¹ Informacioni i mbledhur i ka shërbyer Sekretariatit për të përpunuar dhe detajuar më tej çështje dhe pyetje për diskutim me aktorët gjatë intervistave individuale, mbledhjeve konsultuese me biznesin dhe mbledhjen në nivel teknik. Sa më sipër, Sekretariati përgatiti pyetje të strukturuar dhe specifike për institucionet publike, bizneset, shoqatat dhe ekspertët në sektorin e turizmit.

KONTEKSTI

Kontributi i sektorit të turizmit në ekonominë kombëtare është i rëndësishëm, veçanërisht përse i takon **punësimit dhe të ardhurave në valutë nga eksportet**. Kontributi i lartë i sektorit në punësim është rezultat i natyrës të sektorit bazuar në krahun e punës (Raport Progresi i BE, 2018). **Industria e Turizmit dhe Udhëtimeve raportohet të ketë një kontribut direkt në PBB prej 8,5%** (në 2017), ndërsa kontributi indirekt i

sektorit për shkak të ndërlidhjes me sektorët e tjerë të ekonomisë dhe efektit multiplikativ në PBB vlerësohet të arrijë 26,2% (WTTC, 2018). Gjatë vitit 2017, sektori gjeneroi 7,7% të punësimit në formën e punësimit të drejtpërdrejt, ose ndryshe 93.500 vende pune. Punësimi jo i drejtpërdrejt i sektorit vlerësohet të përfaqësojë 24,1% të punësimit total. Sektori parashikon të gjenerojë rreth 110.000 vende pune si punësim direkt dhe 344.000 vende pune si punësim indirekt në 2018.

Figura 1. Kontributi i sektorit të Turizmit në PBB, Punësim dhe Investime



Burimi: World Travel and Tourism Council, 2018

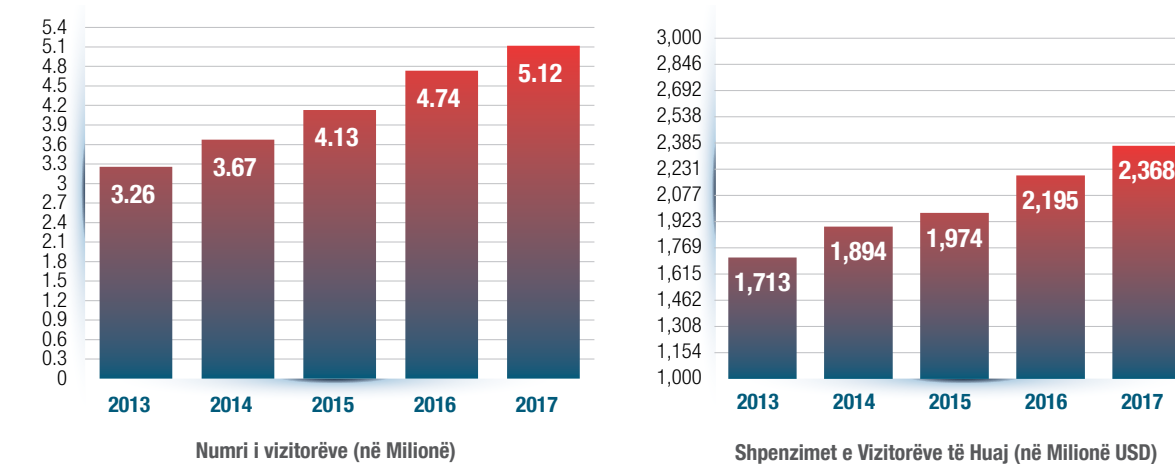
Turizmi mbetet thelbësor për të ruajtur balancën e llogarisë korrente duke qënë se kemi një tkurrje të remitancave dhe IHD-ve në valutë të huaj. Eksportet e turizmit përfaqësojnë 54,2% të eksporteve totale, me një vlerë prej USD 1.9741,1 Milion (në 2017). Investimet në sektor gjatë 2017, u rritën me 7,5% dhe arritën një vlerë prej USD 269 Milion. Dinamikat e investimeve në sektor parashikohen të jenë optimiste për vitet e ardhshme. Investimet në 2018 parashikohen të rriten me 4,4%, ndërsa për 10 vitet që vijnë parashikohet të arrijnë në afërsisht gjysëm miliard USD (WTTC, 2018).

Ministria e Turizmit dhe Mjedisit raporton se në nivel kombëtar, **ka afërsisht 3.800 struktura akomodimi të cilat kanë rreth 29.000 dhoma ose 67.000 shtretër për vizitorë në ditë**. Numri më i madh i kapaciteteve (krevate) që ofrohen është në Shkodër (19.000 shtretër), Vlorë (18.500 shtretër), Tirana (11.000 shtretër), dhe Durrës (4.500 shtretër). Destinacionet e reja historike dhe kulturele si Korçë, Gjirokastrë dhe Berati raportohet të kenë më pak se 2.000 shtretër (Strategjia Kom-

bëtare e Turizmit, 2018). Strukturat e akomodimit në nivel kombëtar dominohen nga hotelet ose struktura të ngjashme në masën 65%, resortet japin vetëm 1% të kapaciteteve akomoduese, bujtina 3%, shtëpitë private, dhomat private të marra me qera në shtëpi private ose apartamente raportohen të ofrojnë rreth 30% të totalit të shtretërve në nivel kombëtar. Strukturat akomoduese dhe shërbimet e tjera që i ofrohen turistëve kanalizohen nëpërmjet një rrjeti prej afro 46 operatorë turistikë dhe 154 agjenci udhëtimi (Strategjia Kombëtare e Turizmit, 2018).

Sektori i turizmit po lëviz shumë shpejt drejt masivizimit, gjatë sezonit turistik të 2018, 4,4 Mln të huaj vizituan Shqipërinë, krahasuar me 2017, numri i vizitorëve u rrit me 12%. Përqindja e vizitorëve të huaj që zgjedhin Shqipërinë si destinacion pushimesh është 49%. **Midis vizitorëve, grupi më dinamik janë ata që vijnë për një ditë në Shqipëri**, ky grup përfaqëson 10% të vizitorëve që konsiderohet pothuajse i dyfishuar gjatë 2018, nëse e krahasojmë me 2017 (INSTAT, 2018).

Figura 2. Numri i vizitorëve të huaj dhe vlera e shpenzimeve të tyre, 2013-2017



Burimi: INSTAT, 2018

Vizitorët mbërrijnë në Shqipëri kryesisht nëpërmjet transportit rrugor (81,1%), me avion (11,3%), dhe nëpërmjet transportit detar (7,5%). Përmirësimi i transportit ajror dhe detar, përfaqëson një mundësi për sektorin e turizmit, duke qenë se këto potenciale përdoren aktualisht nën kapacitetin e tyre dhe politikat për përmirësimin e kostove mund të adresojnë përdorimin më efikas të transporteve alternative nga turistët (Strategjia Kombëtare e Turizmit, 2018).

Duke u mbështetur në burimet turistike, produkti “niche” që Shqipëria planifikon të mbështesë është planifikimi për të mbështetur strategjikisht si turizmin bregdetar dhe atë

kulturor, shëndetësor, eko-turizmin, atë rural dhe shëtitjet malore të kombinuara me gatimet specifike dhe traditën. Pavarësisht zhvillimeve në sektor, Shqipëria mbetet një destinacion i ri ***turistik, me sfidën për t’u pozicionuar në tregun botëror.*** Dinamikat e analizuara në mesin e vizitorëve (pushues apo ditorë) japin një mundësi për sektorin nga ana e kërkesës, megjithatë këto dinamika nevojiten të përputhen me kërkesën për cilësi dhe konkurrueshmëri nga ana e ofertës. ***Kuptimi i veçorive të sektorit nga ana e ofertës, mbetet mjaft i rëndësishëm për investitorët, duke qenë se mjaft sfida që ka sektori sot lidhen me ofertën.***

METODOLOGJIA

Hapat e ndërmarrë nga Sekretariati synojnë të identifikojnë sfidat e biznesit në lidhje me informalitetin e sektorit dhe impaktin që ka formalizimi i tij në konkurrueshmërinë e sektorit si me poshtë vijon:

- » **Punë kërkimore** mbi legjislacionin kombëtar në terma të kuadrit institucional dhe rregullator, dokumenta kombëtare strategjike mbi turizmin, studime dhe raporte mbi turizmin të botuara nga institucione kombëtare dhe ndërkombëtare.
- » **Anketë në nivel kombëtar** si një burim për të marrë një informacion parësor. Anketa synoi të mblidhte informacion në tre fusha kryesore të biznesit dhe klimës së investimeve, përmbushje e detyrimeve tatimore dhe kontrolli tatimor, klima e investimeve në sektor dhe informaliteti në sektor. Anketa u bazua në një pyetësor të standardizuar, me pyetje të mbyllura, të zbatuara edhe më

parë nga Sekretariati. Komente dhe sugjerime u morën nga aktorë të fushës të cilat u reflektuan në versionin final, që u vendos online. Koha e anketimit u vendos të ishte gjatë sezonit turistik me qëllim që të merrej një mendim i përditësuar mbi çështje që preknin biznesin dhe klimën e investimeve në sektor. Anketa u hartua në nivel kombëtar, me pjesëmarrjen e rreth **156 kompanive** (44% akomodim & fjetje, 39% agjenci udhëtimi & operatorë turistikë, 17% ushqim dhe pije) **që operojnë në sektorin e turizmit me një mundësi përzgjedhjeje rastësore prej 5,2% duke siguruar një konfidencë statistikore prej 94%.** Madhësia e kampionit u përcaktua duke u bazuar në madhësinë e popullatës, proporcionin e kampionit dhe saktësinë e rezultateve sipas nivelit të konfidencës². Kompanitë e anketuara u përzg-

² $n=1/\{1/N+[(N-1)/N]*(1/PQ)*(k/Z\alpha-2)^2\}$

jodhën në mënyrë rastësore nga një bazë të dhënash prej rreth 2.997 kompani të regjistruara në DPT. Sektori i turizmit përbëhet nga biznese në akomodim dhe strehim, ushqim dhe pije, operatorë turistikë dhe agjenci udhëtimi. Anketa u dërgua tek kompanitë e përzgjedhura me e-mail. Të dhënat e anketës u përdorën për të kuptuar shkallën ndaj të cilës informaliteti dhe evazioni fiskal dëmton aktivitetin e turizmit. Analiza u fokusua në identifikimin e faktorëve që stimulojnë informalitetin dhe veçanërisht u analizua impakti i masave fiskale në formalizim. *Analiza regressive e katrorëve më të vegjël*, kombinuar me instrumentalizim e informalitetit u përdor për të vlerësuar ndikimin e informalitetit në konkurrueshmërinë e sektorit të turizmit.

» **Intervista të drejtpërdrejta me aktorë.** Intervista të drejtpërdrejta u organizuan

gjatë korrik-shtator 2018 me përfaqësues të shoqatave të turizmit, institucione publike, ekspertë fiskalë, operatorë turistikë dhe agjenci udhëtimi. Në total, Sekretariati mbajti 15 intervista individuale me aktorë të fushës (qeveri, kompani, shoqata dhe donatorë).

» **Konsultime me biznesin me fokus grup:** Gjatë shtator 2018, Sekretariati organizoi në bashkëpunim me Dhomat e Tregtisë tre mbledhje të fokusuara rajonale në Durrës, Gjirokastrë dhe Korçë me 65 biznese operuese në sektorin e turizmit. Një mbledhje përfundimtare në nivel teknik u organizua në Tiranë më 28 shtator 2018, për të diskutuar paraprakisht dhe për të validuar gjetjet më të rëndësishme për t'u prezantuar më tej në mbledhjen plenare të KI me pjesëmarrjen e ekspertëve, përfaqësuesve të MFE, MT, DPT, AKT, Shoqata të Turizmit dhe Shoqata të tjera biznesi.

KUADRI AKTUAL LIGJOR DHE INSTITUCIONAL NË TURIZËM

Sikurse përmendur më parë, industria e turizmit ka rritur kontributin e saj në ekonominë e vendit si në terma monetare ashtu edhe në terma punësimi, duke u bërë kështu një sektor strategjik për Shqipërinë. Për këtë arsye ka një rritje të fokusit nga qeveria, donatorë, institucione fiskale dhe kompani private në sektor. Që prej vitit 2015 ka një rritje të dinamikës për përgatitjen e kuadrit të nevojshëm ligjor dhe rregullator i cili është parakusht për çdo investim dhe zhvillim të qëndrueshëm. Angazhimi politik për një mbështetje më të fortë për turizmin filloi të materializohej nëpërmjet ligjit sektorial dhe ligjit për investimet strategjike të miratuar në vitin 2015, i cili synonte të sillte sektorin nën fokusin e rrymës së re të investimeve. Gjithashtu, akte nënligjore, VKM, rregullore, incentive janë miratuar herë pas here për të plotësuar kuadrin dhe për të adresuar segmente të ndryshme të zinxhirit të turizmit me synim zhvillimin e sektorit dhe kontributin e tij më pranë potencialit.

1. LIGJET, AKTET NËNLIGJORE DHE STRATEGJITË

Për qëllim të analizës, më poshtë jepet një analizë e shkurtër e dinamikave duke plotësuar kuadrin ligjor dhe qëllimet strategjike të sektorit që synohen të arrihen:

A. **Ligji Nr.93/2015 "Për Turizmin"**³.

Ky ligj zëvendësoi Ligjin Nr. 9734, datë 14.05.2007 duke adresuar çështje të ndryshme të ngritura nga komuniteti i biznesit dhe nga ekspertët e sektorit të turizmit. Disa nga këto problematika janë adresuar, ndërsa disa të tjera ende jo (për shembull kategorizimi i apartamenteve/vilave si struktura akomodimi). Megjithatë, ligji solli disa risi krahasuar me ligjin e mëparshëm nr. 9734.

Risite e ligjit:

1. *Përkufizimet e ligjit.* Ligji Nr. 9734, pavarësisht përpjekjeve për të dhënë përkufizimet në fushën e turizmit, kishte mangësi në përmbat-

3 Ndryshuar vetëm një herë me Ligjin Nr. 114/2017.

- jen e tyre, madje disa përkufizime të rëndësishme të fushës së turizmit mungonin. Ligji aktual, ka një kapitull të dedikuar dhe sistematik të përkufizimeve në lidhje me konceptet, procedurat dhe institucionet përgjegjëse për turizmin.
2. Roli dhe funksionet e institucioneve. Ligji Nr.93/2015 parashikon qartë institucionet që merren me turizmin si në nivelin qendror ashtu edhe në atë vendor duke eliminuar kështu mbivendosjen e kompetencave të tyre dhe paqartësitë që ato krijojnë tek përdoruesit e ligjit, kryesisht investitorët e huaj.
 3. Certifikimi dhe licencimi i subjekteve në fushën e turizmit. Ligji i mëparshëm nuk parashikonte licencimin e subjekteve që ushtronin veprimtari turistike, gjë që solli një shërbim jocilësor dhe pa standarde, në dëm të konsumatorit dhe njëkohësisht duke ndikuar dukshëm në rritjen e informalitetit. Edhe pse Ligji Nr. 93/2015 e adresoi çështjen e licencimit të operatorëve turistikë dhe agjencive turistike, sërish ngrihet si shqetësim nga disa operatorë, për nivelin e lartë të informalitetit në këtë segment dhe për mungesën e sigurisë së nevojshme në lidhje me shërbimet që iu ofrohen turistëve.
 4. Kategorizimi dhe klasifikimi i strukturave akomoduese. Në dallim nga ligji i mëparshëm, Ligji Nr. 93/2015 parashikon procedurat e kategorizimit dhe klasifikimit të strukturave akomoduese gjë që mungonte në ligjin e mëparshëm. Megjithatë, ky proces ka mbetur në vend edhe pse aktet nënligjore të nevojshme janë miratuar⁴. Mungesa e këtij procesi ka sjellë

4 VKM Nr. 710 datë 12.10.2016 "Për Miratimin e Rregullores "Për Kërkesat Dhe Kriteret Për Ushtrimin e Veprimtarisë Së Operatorit Turistik"; VKM Nr. 711 datë 12.10.2016 "Për Miratimin e Rregullores "Për Kushtet Dhe Kriteret Për Projektimin dhe Ndërtimin e Strukturave Akomoduese"; VKM Nr. 730 datë 20.10.2016 "Për Miratimin e Rregullores Për Kushtet, Kriteret, Tarifat, Afatet Dhe Procedurën Për Klasifikimin e Strukturave Akomoduese"

- një situatë kaosi në treg sidomos për hotelet. Disa struktura të akomodimit përdorin shenja dalluese (yje) të klasifikimit të cilat nuk përputhen me standardet reale të strukturës apo nivelit të shërbimit që ato ofrojnë. Megjithatë, duket se Ligji 93/2015, ndërsa ka përfshirë "bujtinat" si koncept të ligjit, nuk përfshin dhe as konsideron apartamentet/vilat si kategori e "strukturave të akomodimit". Vende të tjera, për shembull Greqia, i kanë përfshirë në legjislacionin e tyre edhe vilat turistike akomoduese të mobiluara me shumë apartamente banimi dhe rezidencat turistike akomoduese të mobiluara, në kategorinë e Akomodimeve Dytësore Turistike, sipas dispozitave të Ligjit Nr. 4276/2014, ligji kryesor për turizmin.
5. Certifikimi i udhërrëfyesve turistikë. Ligji 93/2015 parashikon edhe certifikimin e udhërrëfyesve turistikë dhe procedurat përkatëse për t'u ndjekur për të standardizuar këto lloj aktivitetesh.
 6. Qëllime të qarta për institucionet. Gjithashtu, Ligji 93/2015 parashikon detyrime për institucionet kryesore të tilla si MTM për përgatitjen e dokumenteve të mëposhtme: a) Plani Kombëtar i Turizmit (PKK); b) Strategjisë së Turizmit dhe Planit të Veprimtari (Strategjia e Turizmit); c) Regjistrin Qendror të Turizmit; d) Regjistri Kombëtar i Burimeve Turistike, si dhe e) Zonat me Prioritet në Zhvillimin e Turizmit.

Çfarë është bërë dhe çfarë pritët:

Nga konsultimi i burimeve publike të informacionit, si dhe nga takimet me biznese dhe aktorë gjatë tryezave rajonale dhe takimit me MTM, rezultojnë sa më poshtë:

1. KKT ka miratuar Planin Kombëtar Ndërsektorial të Bregdetit.
2. Strategjia e Turizmit dhe Plani i Veprimtari

megjithëse kanë qenë objekt i konsultimeve përgjatë disa muajve, nuk janë miratuar ende zyrtarisht nga Qeveria, ndërkohë që drafti i tij zyrtar është i publikuar në faqen zyrtare të Ministrisë Turizmit.

3. Regjistri Qendror i Turizmit i cili duhet të listojë në mënyrë të konsoliduar veprimtaritë në fushën e turizmit ende nuk është i publikuar. Nga konsultimet e kryera me disa bashki, rezultojnë se regjistri plotësohet me të dhëna nga bashkitë të cilat i referohen vetëm numrit të biznese të regjistruara në Qendrën Kombëtare të Biznesit, dhe jo numrit të bizneseve të cilat në fakt ushtrojnë veprimtarisë ekonomike në fushën e turizmit.
4. Regjistri Kombëtar i Burimeve Turistike është përgatitur dhe publikuar⁵.

B. Ligji 114/2017, " Për Disa Ndryshime në Ligjin Nr. 93/2015 "Për Turizmin"

Nëpërmjet Ligjit Nr. 114/2017 Këshilli i Ministrave bëri disa parashikime të reja ligjore në Ligjin Nr. 93/2015 të cilat synojnë të nxisin investimet për ndërtimin e hoteleve dhe resorteve me 4* dhe 5* në zonat më prioritet zhvillimin e turizmit⁶ dhe menaxhimin e tyre nëpërmjet kontratave *franchising* apo kontratave të tjera të ngjashme me to. Sipas këtij ligji, Këshilli i Ministrave, jep statusin e veçantë për subjektin që plotëson kushtet e mëposhtme:

1. është investitor në një strukturë akomoduese me 4 ose 5 yje certifikuar si e tillë nga Komiteti i Standardizimit të Aktiviteteve Turistike në MTM;
2. vlera e investimit është të paktën 8 milionë euro për ndërtimin e strukturës akomoduese

5 <http://www.mjedisi.gov.al/burimet-turistike/>

6 KKT me Vendimin Nr.1 datë 26.07.2018 miratoi listën e zonave me prioritet zhvillimi i turizmit.

me 4 yje dhe të paktën 15 milionë euro për ndërtimin e strukturës akomoduese me 5 yje. Detaje të mëtejshme mbi procesin po parashikohen nga VKM nr. 257, datë 9.5.2018 "Mbi Miratimin e Kriterëve, Procedurave dhe Dokumenteve të Kërkua për Entitete që Aplikojnë Për "Investitor për Struktura Akomodimi me 4* dhe 5*, Statusi i Veçantë".

C. Ligji Nr.55/2015, "Për Investimet Strategjike"

Në përpjekje për të rritur investimet në sektorët strategjikë u miratua Ligji 55/2015 "Për Investimet Strategjike". Ligji identifikon sektorët strategjikë të vendit (Neni 8)⁷ dhe parashikon procedurën të detajuar dhe të posaçme administrative favorizuese, lehtësuese apo përsheptuese të mbështetjes dhe të shërbimeve ndaj investitorëve vendas dhe të huaj (Neni 21 dhe Neni 22). Procedurat administrative, të parashikuara nga ky ligj të cilat lidhen me përgatitjen, zbatimin, zhvillimin dhe realizimin e një projekti investues strategjik, si dhe me lëshimin e licencave/lejeve/autorizimeve dhe mendimeve, në zbatim të këtij ligji, janë me prioritet, renditen të parat në radhë dhe ndiqen me procedurë të përsheptuar për të gjitha institucionet/entet/autoritetet publike, shtetërore, të përfshira në mënyrë të drejtpërdrejt apo të tërthortë në këto procedura. Në bazë të Ligjit, Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve (AIDA) është **Sekretariati i Komitetit të Investimeve Strategjike** (KIS) i cili miraton statusin për çdo investitor strategjik dhe në të njëjtën kohë shërben si një dritare unike për investitorët e huaj në raport me institucionet shqiptare.

7 Energjia, bujqësia, turizmi, nafta dhe nxjerrja e burimeve natyrore janë sektorë strategjikë. Këto sektorë ofrojnë mundësi për fitime afat-gjata nga investimi në një ekonomi me rritje të shpejtë dhe me kosto të ulëta, me burime natyrore të pashfrytëzuara dhe më një forcë punë fleksibile.

Deri në tetor 2018, në total nga KIS janë aprovuar 9 projekte të investimeve strategjike, nga të cilat 6 kanë përfituar statusin e investitorit strategjik/procedurë e asistuar dhe 3 statusin e investitorit strategjik/procedurë e veçantë. 4 projekte janë miratuar në sektorin e turizmit nga të cilat 2 projekte kanë marrë statusin procedurë e asistuar dhe 2 të tjera procedurë speciale. Që nga fillimi i vitit 2016 e deri tani, AIDA ka asistuar 30 projekte investimi (10 prej të cilave në fushën e turizmit), prej të cilave 17 kanë kaluar në të gjitha proceset e investimeve strategjike dhe janë trajtuar për vendimmarrje në Komitetin e Investimeve Strategjike (KIS). 8 projekte të tjera janë ende në fazë konsultimi/asistimi për përgatitje dokumentacioni dhe 5 projekte janë ende në faza të shprehjes së interesit (7 prej tyre janë në sektorin e turizmit). Nuk është evidentuar ndonjë dokument-vlerësimi lidhur me impaktin që ka patur miratimi i kuadrit ligjor të mësipërm.

D. Draft-Strategjia mbi Turizmin B

Qëllimet strategjike lidhen me pesë fusha kryesore dhe 19 drejtime strategjike që synojnë përmirësimin e konkurrencës dhe arritjen e objektivave strategjike. Fushat kryesore ku politikë e turizmit duhet të fokusohen brenda vitit 2022 janë si më poshtë:

1. Zhvillimi i produkteve (diversifikimi i ofertës turistike);
2. Zhvillimi i burimeve njerëzore (përmirësimi i cilësisë së shërbimeve);
3. Marketingu (promovimi i Shqipërisë si një destinacion për turizmin gjatë gjithë vitit);
4. Investimeve private dhe publike;
5. Politikë dhe menaxhimi i destinacionit.

8 Turizmi promovohet si një sektor strategjik gjithashtu edhe në strategji të tjera-në të paktën 8 prej tyre sikurse listuar në Shtojcën A.

Sikurse identifikuar nga draft-strategjia, informaliteti në lidhje me aktivitetin e turizmit mbetet një pengesë e rëndësishme për zhvillimin e sektorit. Kjo duket të konsiderohet si një pikë e rëndësishme pasi në Strategji është përcaktuar një qëllim: regjistrimi 80% i *shared economy* në turizëm (dhoma familjare, apartament dhe villa për aktivitetin e turizmit) deri në vitin 2022. Ndonëse, strategjia identifikon informalitetin si një kërcënim për sektorin e turizmit në përgjithësi, *nuk nënvizon ndonjë veprim/masë për të formësuar këtë kërcënim si një mundësi për bizneset mikro dhe të vogla sikurse nuk parashikon ndonjë përpjekje të përbashkët me politikë fiskale për të adresuar këtë çështje.*

E. Koordinimi institucional – në mbështetje të Zhvillimit të Turizmit

Sikurse përmendur më parë, legjislacioni aktual jep një arkitekturë të qartë të institucioneve përgjegjëse për zhvillimin e turizmit në nivel kombëtar dhe lokal. Ndërsa kompetencat dhe fushëveprimi i aktiviteteve duket se janë parashikuar mirë, **ne kemi evidentuar se duhet bërë më shumë përsa i përket koordinimit midis agjencive vendore dhe bashkive në adresimin e çështjeve në turizëm.** Kjo mund të lidhet gjithashtu me burimet lokale të pakta dhe të kufizuara. Gjithashtu, disa institucione/instrumente nuk zbatojnë kompetencat për të cilat janë krijuar me ligjin (për shembull nga kontaktet që Sekretariati ka patur me biznese dhe shoqata të turizmit gjatë fazës përgatitore të kësaj note teknike, u përmend se Komiteti Këshillimor i Sektorit Privat për Turizmin (KK-SPT) nuk është ngritur ende dhe asnjë mbledhje konsultuese nuk është mbajtur gjatë vitit të kaluar, ndërsa Komisioni për Standardizimin e Aktiviteteve të Turizmit nuk ka filluar ende procesin

e klasifikimit dhe kategorizimit të strukturave akomoduese). Në Shtojcën B jepet një panoramë e plotë e institucioneve që merren me turizëm sipas parashikimeve të ligjit dhe kompetencave të tyre përkatëse.

2. POLITIKAT INCENTIVUESE PËR SEKTORIN E TURIZMIT

Për qëllime të kësaj analize, në këtë seksion jepet një informacion i përditësuar i incentivave për sektorin e turizmit siç parashikohet në legjislacionin aktual primar ose sekondar.

A. Incentivat Administrative⁹ për të reduktuar barrën administrative

“Procedura e asistuar” është procedura administrative e parashikuar në Ligjin Nr. 55/2015, me të cilën administrata publike ndjek, koordinon, asiston, mbikëqyr dhe, sipas rastit, përfaqëson investimin strategjik përgjatë fazave të zbatimit të tij. Procedurat konkrete që lehtësohen për investitorin janë si më poshtë:

- » kryerje e veprimeve përgatitore, përgatitje e dokumenteve dhe aplikim administrativ me procedurë të përsheptuar nga agjenti asistues, përfshirë dokumentet e nevojshme që shoqërojnë aplikimin, kur ato lëshohen nga një organ i administratës shtetërore, me kërkesë të një organi tjetër të administratës shtetërore;
- » trajtim me prioritet të përgatitjes së dokumentacionit, dhënies së mendimeve apo ndjekjen e procedurave të cilat përfshihen në fushën e veprimtarisë së organeve të administratës shtetërore, të përfaqësuar në grupin

9 Incentivat administrative jepen kryesisht sipas parashikimeve të Ligjit Nr. 55/2015 “Për Investimet Strategjike”. Qëllimi i adoptimit të këtyre incentivave është për të rritur fluksin e investimeve të rëndësishme në ekonomi deri në 31 dhjetor 2018. Ligji u plotësua me kuadrin nëligjor në fund të vitit 2015.

operacional, për përgatitjen dhe realizimin e investimit strategjik:

1. konsolidim i tokës;
2. programe mbështetëse;
3. mbështetje me infrastrukturë ndihmëse;
4. vënie në dispozicion të pasurive të paluajtshme shtetërore për zhvillimin dhe realizimin e projekteve investuese strategjike.

Kriteri i përfitimit: Një investitor në fushën e sektorit të turizmit mund të përfitojë nga procedura e asistuar dhe të konsiderohet një investitor strategjik, me kusht që investimi të jetë i barabartë ose më i madh se 5.000.000 (pesë milionë) euro, dhe që në të njëjtën kohë krijon, minimalisht, 80 vende të reja pune.

“Procedura e veçantë” është procedura administrative e parashikuar në Ligjin Nr. 55/2015, me të cilën jepet mbështetje me rregulla të veçanta për investime strategjike me ndikim në ekonomi, punësim, industri, teknologji dhe/ose zhvillim rajonal, me synim lehtësimin dhe përsheptimin e investimeve. Përveç procedurave të lehtësuara si më sipër, ofrohen dhe garancitë e mëposhtme për investitorët:

- » shpronësimi i pasurive të paluajtshme, pronë private, për të mundësuar zhvillimin dhe realizimin e projekteve investuese strategjike;
- » miratimi nga ana e Kuvendit, kur vlerësohet nga Këshilli i Ministrave, të kontratave përkatëse të investimit strategjik, me kërkesë të investitorit strategjik për të rritur sigurinë e marrëdhënies juridike të rregulluar midis tij dhe shtetit shqiptar.

Kriteri i përfitimit: Një investitor në fushën e sektorit të turizmit mund të përfitojë nga procedura e veçantë dhe të konsiderohet një investitor strategjik, me kusht që investimi të jetë i barabartë ose më i madh se 50.000.000 (pesëdhjetë milionë) euro.

B. Incentivat Fiskale për të tërhequr investime cilësore

1. **Ulja e TVSH për strukturat akomoduese nga 20% në 6%.** Shkalla e reduktuar e tatimit mbi vlerën e shtuar që aplikohet për furnizimin e shërbimit të akomodimit në strukturat akomoduese, sipas kategorive të përcaktuara në legjislacionin e fushës së turizmit, është 6 për qind¹⁰ dhe filloi të aplikohet nga qershor 2017.
2. **TVSH¹¹ 6% zbatohet për çdo furnizim shërbimi të ofruar brenda strukturave akomoduese “Hotel/Resort me 5 yje, status special”,** në fuqi që prej janarit 2018.
3. **Përfjashtimi¹² nga tatimi mbi fitimin, i parashikuar sipas këtij paragrafi për një periudhë 10-vjeçare aplikohet për ato struktura, të cilat përfitojnë statusin special** deri në dhjetor 2024. Sipas këtij parashikimi efektet e përfjashtimit fillojnë në momentin e fillimit të veprimtarisë ekonomike të strukturës akomoduese, por jo më vonë se 3 (tre) vjet nga marrja e statusit special.
4. **Përfjashtimi¹³ nga taksa e ndërtesës për**

strukturat e akomodimit me 4* dhe 5* hotel/resort, me status special” sipas parashikimeve të Ligjit “Për Turizmin” dhe të cilët janë mbajtës të një marke tregtare të regjistruar dhe njohur ndërkombëtarisht “brand name”.

5. **Përfjashtimi¹⁴ nga taksa e impaktit në infrastrukturë për strukturat e akomodimit me 4* dhe 5* hotel/resort, me status special”** sipas parashikimeve të Ligjit “Për Turizmin” dhe të cilët janë mbajtës të një marke tregtare të regjistruar dhe njohur ndërkombëtarisht “brand name”. Në fuqi që prej janarit 2018.

Incentivat fiskale të mësipërme (2), (3), (4) dhe (5) pasuan ndryshimet ligjore në Ligjin Nr. 93/2015 “Për Turizmin”¹⁵ sipas të cilit qeveria synon të tërheqë marka ndërkombëtare në fushën e akomodimit për të ndërtuar struktura të reja në Shqipëri. Nëpërmjet këtyre ndryshimeve u fut koncepti i *investitorit në strukturat e akomodimit me 4* dhe 5** të cilët mund të marrin statusin special dhe për rrjedhojë të jenë subjekt të incentivave të mësipërme.

C. Incentivat në Agroturizëm si një industri në rritje

1. **Ulja¹⁶ e TVSH për strukturat e akomodimit të certifikuar si “subjekte agroturizëm” nga 20% në 6%.** Shkalla e reduktuar e TVSH do të zbatohet nga 1 janari 2019 për furnizimin e shërbimit të akomodimit dhe resto-

14 Ky parashikim u bë në Ligjin Nr. 106 datë “Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 9632 datë 30.10.2006 “Për Sistemin e Taksave Vendore”, Nenin 27.

15 Ligji Nr. 114/2017 “Për Disa Ndryshime në Ligjin Nr. 93/2015 “Për Turizmin”.

16 Ky parashikim u bë në Ligjin Nr. 40/2018 datë 09.07.2018 “Për një Shtesë në Ligjin Nr. 92/2014 “Për TVSH” (i ndryshuar).

10 Kjo ulje në TVSH u zbatua me hyrjen në fuqi të Ligjit Nr. 71/2017 “Për një Shtesë në Ligjin Nr. 92/2014

“Për TVSH” i ndryshuar. Sqarime mbi zbatimin e TVSH së reduktuar prej 6% u bënë me VKM Nr. 953 datë 29.12.2004 (e ndryshuar) sipas të cilit TVSH 6% do të zbatohet vetëm mbi furnizimin e akomodimit ose “akomodim + mëngjes” në rastet kur është pjesë e paketave.

11 Kjo ulje në TVSH zbatohet me hyrjen në fuqi të Ligjit Nr. 107/2017 “Për Disa Shtesa dhe Ndryshime të Ligjit Nr. 92/2014 “Për TVSH” i ndryshuar. Shkalla e reduktuar e TVSH prej 6% zbatohet. Shkalla e reduktuar e tatimit mbi vlerën e shtuar 6 % aplikohet për çdo furnizim shërbimi të ofruar brenda strukturave akomoduese “Hotel/Resort me pesë yje, status special”, sipas përcaktimit në legjislacionin e fushës së turizmit dhe që janë mbajtës të një marke tregtare të regjistruar dhe njohur ndërkombëtarisht “brand name”.

12 Ky parashikim u bë në Ligjin Nr. 104 datë 30.11.2007 “Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 8438 datë 28.12.1998 “Për Tatimin mbi të Ardhurat” (i ndryshuar).

13 Ky parashikim u bë në Ligjin Nr. 106 datë “Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 9632 datë 30.10.2006 “Për Sistemin e Taksave Vendore”, Nenin 22.

rantit (me përjashtim të pijeve), në strukturat e certifikuar sipas kriterëve të VKM Nr. 22 datë 12.01.2018. Një nga kriteret kryesore për certifikimin e “subjektit agroturizëm” është që ato duhet të kenë kapacitete akomodimi nga 6-30 dhoma.

2. **Tatimi mbi fitimin do të ulet nga 15% në 5%.** Ky ndryshim do të hyjë në fuqi nga 1 janari 2019 për tatimpaguesit e certifikuar si “subjekt agroturizëm”.
3. **Përfjashtimi¹⁷ nga taksa e impaktit në infrastrukturë për “subjekte agroturizëm” të cilët do të kryejnë investime për qëllime të aktivitetit të tyre.** Kjo masë do të hyjë në fuqi nga 1 janari 2019.

D. Incentiva të tjera

1. Ligji nr. 93/2015, datë 27.07.2015 “Për turizmin”, në Kreun 6 të tij parashikon një sërë lehtësirash/mbështetje për investimet në zonat me përparësi zhvillimin e turizmit siç janë:
 - » Vënia në dispozicion e pasurive të paluajtshme shtetërore, konkretisht Neni 35 parashikon vënien në dispozicion të pasurive

të paluajtshme shtetërore (edhe nëpërmjet kontratës simbolike 1 euro), për një periudhë deri në 99 vjet;

- » Shpalljen e porteve turistike apo pontileve të përhershme që shërbejnë si infrastrukturë mbështetëse për strukturat turistike;
- » Vënia në dispozicion e hapësirave të plazhit për investimet pranë brigjeve të detit apo liqenit.

1. Programi i Integruar për Zhvillimin Rural (PIZHR) – Programi i 100 fshatrave synon të koordinojë ndërhyrjet zhvillimore në hapësirën rurale të 100 fshatrave. Qasja e integruar për zhvillimin rural do të targetojë objektiva të matshëm për zhvillimin e hapësirës rurale, nëpërmjet fokusit të qendëruar, programim i integruar dhe i koordinuar i investimeve publike, atyre të donatorëve dhe investimeve private, në hapësirën e mirë përcaktuar të 100 fshatrave, me potenciale të larta zhvillimi ekonomiko-social, agroturizmit dhe turizmit rural, natyrës dhe mjedisit si dhe të trashëgimisë kulturore.

17 Ky parashikim u bë në Ligjin Nr. 41/2018 datë 09.07.2018 “Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 9632 datë 30.10.2006 “Për Sistemin e Taksave Vendore” të ndryshuar, Neni 27.

Rezultatet e anketës mbi informalitetin, masat fiskale dhe klimën e investimeve në sektorin e turizmit

1. AXHENDA ANTI-INFORMALITET 2016-2018

Lufta kundër informalitetit dhe konsoolidimi i bazës fiskale përbën një pjesë të rëndësishme të axhendës së politikave ekonomike të qeverisë. Në zbatim të Planit Strategjik 2017 - 2021, Drejtoria e Përgjithshme e Tatimeve nisi në vitin 2016 zbatimin e Planit të Veprimit "Kundër Informalitetit", të miratuar nga Ministri i Financave me Vendimin Nr. 10572, datë 08.04.2016. Plani i Veprimit fokusohet në konsolidimin dhe zgjerimin e bazës së tatimpaguesve që paguajnë TVSH-në, vendosjen e kontrolleve të zinxhirit të transaksioneve, zvogëlimin e numrit të tatimpaguesve që nuk

deklarojnë TVSH-në dhe uljen e stokut të borxhit tatimor. Informaliteti është gjithashtu një prej prioriteteve kryesore të axhendës së Këshillit të Investimeve që prej krijimit të tij në vitin 2015, dhe për këtë janë dhënë rekomandimet e duhura qeverisë. Disa nga këto rekomandime janë integruar tashmë në planet e qeverisë, ndërkohë që disa të tjera janë ende në diskutim, si për shembull nevoja për një strategji kombëtare për formalizimin e ekonomisë, etj. Plani i Veprimit Kundër Informalitetit vazhdoi të zbatohet në vitin 2017 me një fazë tjetër aksionesh për reduktimin e informalitetit nëpërmjet platformës së riskut. Pas vitit 2017, masat kundër informalitetit u shoqëruan nga fushata komunikimi dhe ndërgjegjësimi.

2. ANTI-INFORMALITETI DHE MASAT E ADMINISTRATËS TATIMORE NË SEKTORIN E TURIZMIT

Niveli i informalitetit në sektorin e turizmit, i matur përmes deklarimeve tatimore dhe vetë-vlerësimeve nga administrata tatimore, llogaritet të jetë në nivelin 40% (DPT, 2018). Informaliteti në këtë sektor konsiston në mosraportimin e aktiviteteve ekonomike për t'iu shmangur pagimit të taksave, punonjës të padekluar, deklarim i pagave më të ulëta, transaksione ekonomike pa lëshuar faturë (kupon), si dhe subjekte të paregjistruara. Përpjekjet e administratës tatimore për të kufizuar informalitetin në sektorin e turizmit gjatë viteve të kaluara kanë rezultuar në përmirësimin e situatës, megjithatë mbetet ende shumë për t'u bërë.

Plani i veprimit lidhur me masat kundër informalitetit për sektorin e turizmit në vitin 2018 u hartua duke u bazuar **në një analizë të hollësishme të riskut, bazuar në deklaratimet tatimore të dy viteve të fundit**. Masat kundër informalitetit u paraprinë nga një program përfshirës komunikimi dhe edukimi të taksapaguesve, si një masë për të rritur ndërgjegjësimin dhe vetë-pajtueshmërinë. DPT organizoi 12 takime konsultuese rajonale, shpërndau 3.090 materiale informuese dhe kontaktoi me 3.886 biznese. Fushatat e komunikimit dhe konsultimit lidhur me masat e anti formalitetit synonin të përmirësonin vetë-raportimin dhe vetë-deklarimin. Faza e komunikimit dhe ndërgjegjësimit mbi masat kundër informalitetit u pasua nga kontrolle tatimore dhe inspektive në terren. DPT raporton se gjatë vitit 2018 janë kontrolluar 1.500 biznese nga autoritetet tatimore, ndërkohë që janë realizuar 9.486 inspektive në terren gjatë sezonit turistik. Sipas raportimeve të administratës tatimore, masat kundër informalitetit kanë rezultuar në një rritje me 12% të xhiros, e shoqëruar kjo me një rritje prej 13% të shërbi-

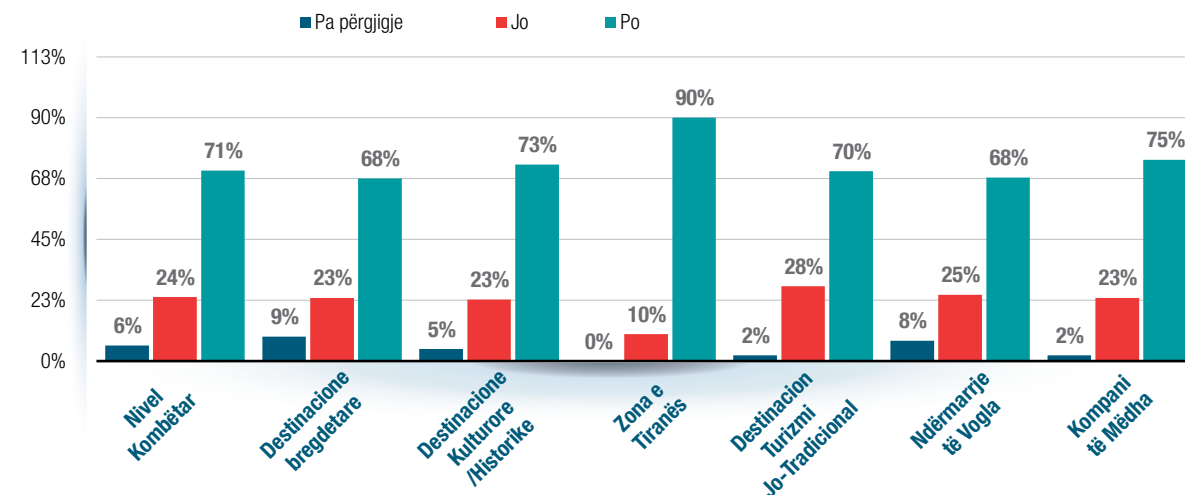
meve të faturuara, dhe rritje prej 13% të punonjësve të deklaruar. Administrata tatimore i ka komunikuar 1.500 bizneseve nevojën për të raportuar si duhet aktivitetin e tyre të biznesit dhe 72% e shoqërive kanë rënë dakord të rishikojnë dhe të korrigjojnë vullnetarisht deklaratat tatimore sipas udhëzimeve të inspektorëve tatimorë.

3. AKTIVITETI EKONOMIK INFORMAL NË SEKTORIN E TURIZMIT

Informaliteti në sektorin e turizmit po rritet në nivel global, kryesisht si pasojë e diversifikimit të destinacioneve turistike, diversifikimit të shërbimit të hotelierisë dhe shërbimeve në përgjithësi ose si pasojë e shkëmbimit të shërbimeve, duke u bazuar në teknologji. Shumë vende po përballen me sfidën për të raportuar lidhur me veprimtaritë ekonomike turistike që kryhen përmes platformave online, të tilla si [booking.com](https://www.booking.com), [TripAdvisor](https://www.tripadvisor.com) apo [Airbnb](https://www.airbnb.com). Këto veprimtari ekonomike nuk kalojnë përmes filtrit të formave tradicionale të tregut dhe për rrjedhojë nuk kontabilizohen si duhet në sistemin kombëtar të tatimeve apo kontabilitetit të ekonomisë.

Kur bizneseve (që ishin subjekt i kësaj ankete) iu drejtua pyetja - nëse përballen me konkurrencën nga aktivitetet ekonomike informale në sektorin e tyre, 70,5% e të anketuarve konfirmuan se e vuajnë konkurrencën nga aktivitetet ekonomike informale. Niveli më i lartë i mbizotërimit të aktiviteteve informale në nivel kombëtar raportohet në Qarkun e Tiranës dhe në destinacionet turistike historike/kulturore (Korçë, Gjirokastrë apo Berat). Bizneset e mëdha (me xhiro mbi 8 milionë ALL) gjithashtu raportojnë për një nivel relativisht më të lartë konkurrence nga aktivitetet informale, se sa ajo në nivel kombëtar. Nëse matet si presion mbi konkurrencën, informaliteti ndjehet më shumë nga bizneset e regjistruara, të cilat kryesisht janë biznese të mëdha ose biznese të rregullta (shih figurën 3).

Figura 3. Përqindja e shoqërive që perceptojnë konkurrencë nga aktivitetet ekonomike informale sipas rajoneve dhe përmasave të biznesit

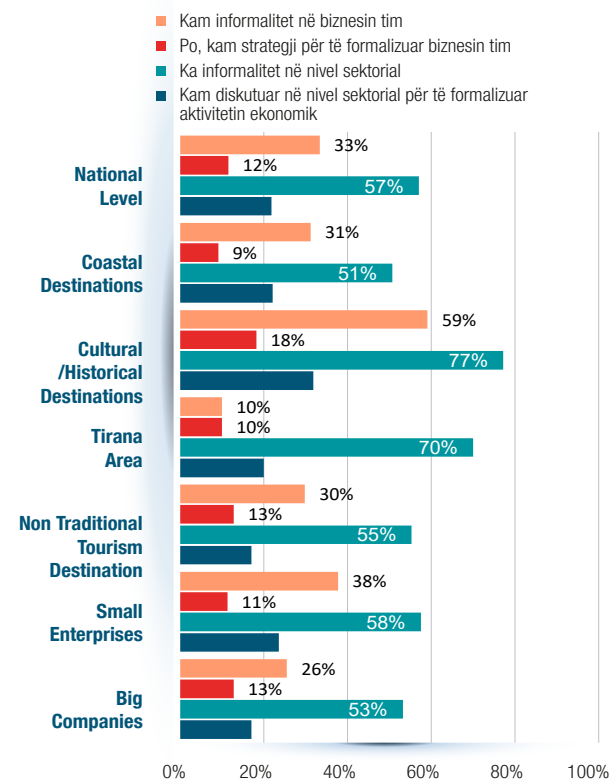


Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI 2018

Informaliteti në sektorin e turizmit tkurret kur bizneseve u kërkohet të raportojnë nëse ka informalitet në biznesin e tyre, në sektorin e tyre të biznesit, dhe nëse kanë menduar ndonjëherë për formalizimin e aktivitetit ekonomik në biznesin apo sektorin e tyre (shih Figurën 4). Kemi raportuar shpeshësinë e përgjigjes “*Nuk kam një strategji për të luftuar informalitetin në biznesin tim*,” “*Kam një strategji për të luftuar informalitetin në firmën time apo në sektorin tim*.”

Në nivel kombëtar, 33% e shoqërive raportuan se kanë një shkallë informaliteti, ndërsa vetëm 12% e shoqërive deklaruan se kanë një strategji për të formalizuar aktivitetin e tyre ekonomik. Niveli më i lartë i informalitetit të vetë-deklaruar raportohet në destinacionet turistike kulturore/historike, e ndjekur nga bizneset e vogla, ndërkohë që niveli më i ulët i informalitetit të vetë-deklaruar shënohet në Tiranë dhe në bizneset e mëdha.

Figura 4. Përqindja e shoqërive që raportojnë informalitet në nivel biznesi dhe sektori.

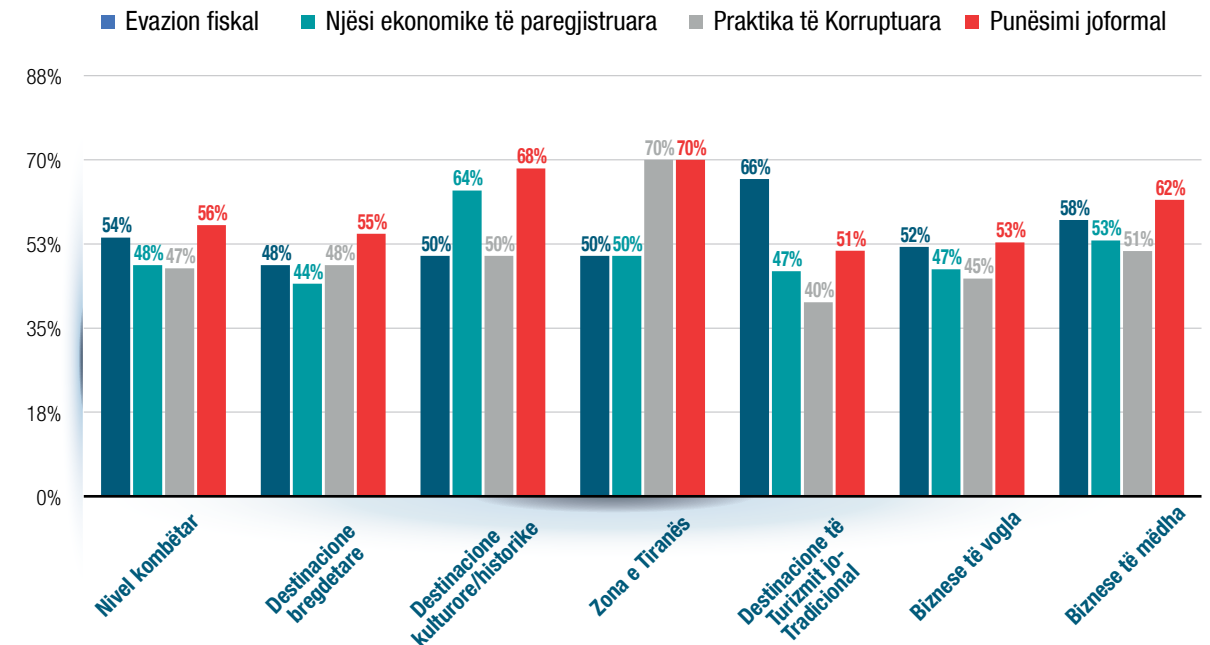


Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

Bizneset raportojnë një shkallë më të lartë *informalitetin në nivel sektori krahasuar me informalitetin e vetë-raportuar të tyre*. Destinacionet kulturore dhe historike dhe qarku i Tiranës kanë raportuar nivelin më të lartë të informalitetit në nivel sektori, ku më shumë se 70% e të anketuarve pohojnë se ndeshin informalitet në nivel sektori. Strategjitë në nivel sektori për formalizimin e aktivitetit ekonomik paraqesin një nivel të shfaqjes së kësaj dukurie të ngjashëm me atë të bizneseve që kanë një strategji për formalizimin e aktivitetit të tyre. Në nivel kombëtar, vetëm 22% e bizneseve kanë deklaruar se kanë marrë pjesë në proces-

in e iniciativës sektoriale për të formalizuar dhe rregulluar aktivitetin ekonomik. Bizneseve iu kërkua të përcaktojnë me detaje se cilat ishin format e aktiviteteve ekonomike informale me të cilat ata përballeshin apo vëzhgonin shpesh dhe shumë shpesh tek konkurrentët e tyre. Përgjigjet tregojnë se në nivel kombëtar, 56% e bizneseve kanë vënë re punësim informal tek konkurrentët e tyre, 54% e tyre deklarojnë se informaliteti shfaqet kryesisht dhe hapur si evazion fiskal, ndërkohë që shpesh ka praktika korruptive të të bërit biznes dhe ende aktivite ekonomike të paregjistruara (shih Figurën 5).

Figura 5. Format kryesore të informalitetit sipas perceptimit të bizneseve



Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

Perceptimi i biznesit mbi format e informalitetit me të cilat përballlet shfaq disa veçanti nëse shihet në kontekstin e destinacioneve turistike dhe përmasave të biznesit. Destinacionet turistike bregdetare raportojnë se format krye-

sore të informalitetit në sektorin e turizmit në lokalitetet e tyre janë evazoni fiskal dhe punësimi informal. Destinacionet turistike kulturore dhe historike si Korça, Gjirokastra dhe Berati raportojnë si shqetësimin kryesor

konkurrencën që vjen nga bujtinat apo bizneset familjare të cilat ushtrojnë presion mbi çmimet, duke ulur çmimin mesatar të shërbimeve turistike në ato zona. Bizneset që ushtrojnë aktivitet në zonën e Tiranës kanë raportuar si shqetësim konkurrencën që rezulton nga praktikët korruptive të biznesit, që lidhen me procedurat e prokurimit dhe inspektimin. Bizneset që ushtrojnë aktivitet në destinacionet turistike jo tradicionale, të cilat në studimin tonë përfshijnë Dibrën, Elbasanin, Fierin, etj., raportojnë si shqetësim kryesor konkurrencën që vjen nga bizneset që nuk deklarojnë të gjithë xhiron dhe nivelin e taksave.

Informaliteti shfaqet si një shqetësim serioz tek bizneset e mëdha, të cilat vuajnë ndikimet negative të punësimit informal, evazionin fiskal dhe konkurrencën nga strukturat e paregjistruara akomoduese (Figura 5). Ndërsa në destinacionet kulturore dhe historike, bizneset e paregjistruara ishin kryesisht bizneset familjare në formën e bujtinave apo shtëpitë e përbashkëta. Zonat bregdetare (në Durrës apo Vlorë) raportojnë se apartamentet e dhëna me qira janë blloqe pallatesh, të cilat nuk janë shitur, dhe kanë kaluar në sektorin e akomodimit dhe mikpritjes në formë të padeklaruar dhe mënyrë të parregullt.

Kjo mënyrë informale e akomodimit të turistëve ka rritur konkurrencën ndërmjet hoteleve, strukturave formale akomoduese dhe atyre informale. Bizneset në këto zona raportojnë si shqetësim kryesor efektin negativ në perceptimin e turistëve mbi cilësinë e destinacionit, nëse akomodohen në struktura akomoduese informale. Ky informalitet kryesisht mundësohet nga operatorët turistikë dhe mund të kufizohet nëse zbatohet sistemi i monitorimit të operatorëve turistikë dhe agjencive të udhëtimit, dhe

ato bëhen pjesë e masave kundër informalitetit. Bizneset që ushtrojnë aktivitet në fushën e hotelierisë dhe mikpritjes në destinacionet turistike kulturore/historike bëjnë thirrje për përmirësimin e konkurrencës dhe strukturës së tregut nëpërmjet regjistrimit dhe identifikimit të strukturave të reja akomoduese. Identifikimi dhe regjistrimi mund të rregullohet nga autoritetet vendore me anë të mekanizmave të thjeshtuar dhe vendosjes së taksave me shkallë tatimore fikse. Forcimi i bashkëpunimit me platformat e rezervimeve online, inspektimi në terren dhe bashkëpunimi me autoritetet vendore do të mundësojnë një ulje të ndjeshme të kësaj tendence informaliteti në këtë sektor. Progresi i punës për hartimin dhe konsolidimin e Regjistrimit Kombëtar të Njësive Akomoduese do të kontribuonte gjithashtu në zgjidhjen e kësaj çështjeje.

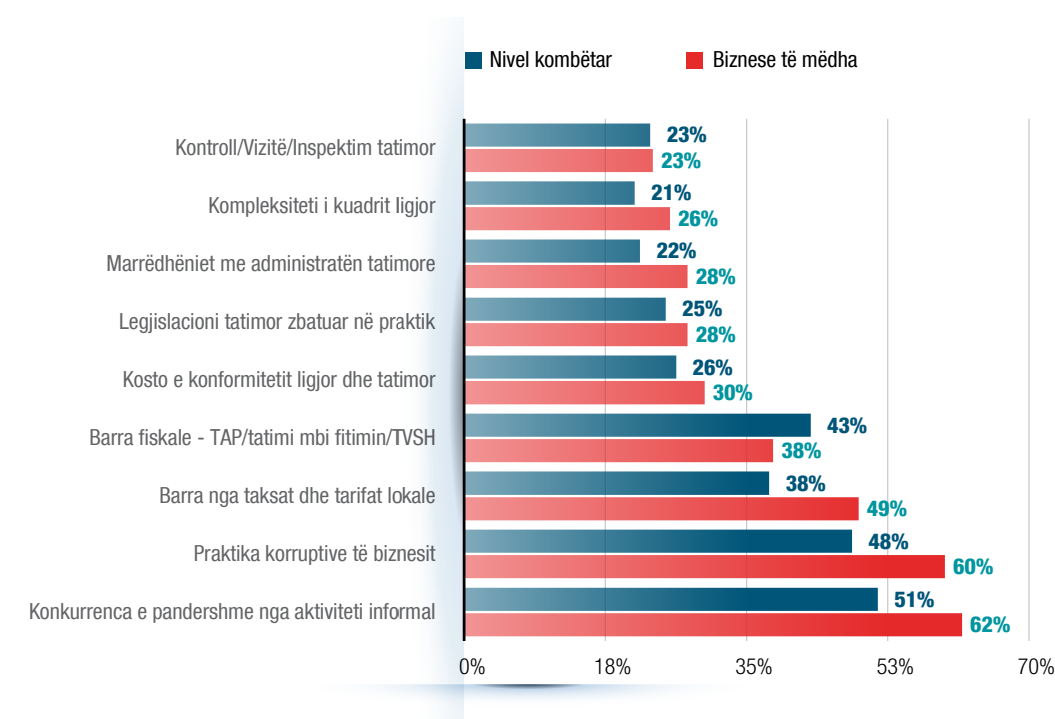
Bizneseve iu kërkua të identifikonin faktorët që në perceptimin e tyre përcaktojnë vendimin e tyre për të kryer aktivitet ekonomik informal. U renditën një listë me faktorë dhe bizneset raportuan rëndësinë e tyre në shkallën nga 1 në 5, ku numri 1-nënkupton faktor i parëndësishëm dhe numri 5-nënkupton faktor shumë i rëndësishëm. Shpeshtësia e raportimit të faktorit të renditur si shumë i rëndësishëm në marrjen e vendimit nga shoqëria për të ushtruar aktivitet ekonomik informal/në të zezë paraqitet më poshtë (shih Figurën 6). Kjo shpeshtësi pasqyrohet për çdo qark dhe madhësi biznesi, për të kuptuar veçantitë e faktorëve që ndikojnë në informalitet. Rezultatet treguan se nuk ka tipare të veçanta, informaliteti mbetet sistematik dhe faktorët që e shkaktojnë atë perceptohen në mënyrë të ngjashme në të gjithë vendin, me përjashtim të bizneseve të mëdha.

Faktori kryesor që përcakton nivelin e rreziqut të kryerjes së aktivitetit ekonomik informal është konkurrenca e padrejtë nga bizneset që operojnë në baza informale në të njëjtin treg dhe vendndodhje. Bizneset informale perceptohen se kanë një avantazh në kosto krahasuar me bizneset formale dhe konkurrojnë në mënyrë të padrejtë bizneset formale dhe të standardizuara. Konsultimet dhe grupet e fokusit treguan se konkurrenca në destinacionet turistike bregdetare ndërmjet operatorëve formalë dhe informalë nuk ishte shumë e ndjeshme për sa i përket çmimeve dhe koston, por cilësisë. Konkurrenca e padrejtë ishte shumë e mprehtë dhe problematike në destinacionet e reja turistike historike

dhe kulturore si në Korçë dhe Gjirokastrë, ku ndikonte ndjeshëm në nivelin e çmimeve dhe mundësinë për përmirësimin e cilësisë së shërbimeve (shih Figurën 5).

Mundësia e bizneseve për të zgjidhur problematikat përmes praktikave korruptive mbetet një faktor që gjeneron informalitet në këtë sektor. Ky faktor luan një rol të ngjashëm në të gjitha rajonet dhe sektorët e biznesit. Në një kohë kur bizneset e mëdha raportojnë se taksat dhe tarifat vendore janë shtysa për informalitet, në nivel kombëtar barra fiskale ende mbetet një faktor nxitës i informalitetit. Kostoja e pajtueshmërisë me taksat dhe legjislacionin tatimor në praktikë renditet ndër faktorët që shkaktojnë informalitet.

Figura 6. Shpeshtësia e raportimit nga shoqëritë e faktorëve që janë shumë të rëndësishëm në përcaktimin e riskut të ushtrimit të aktiviteteve ekonomike informale



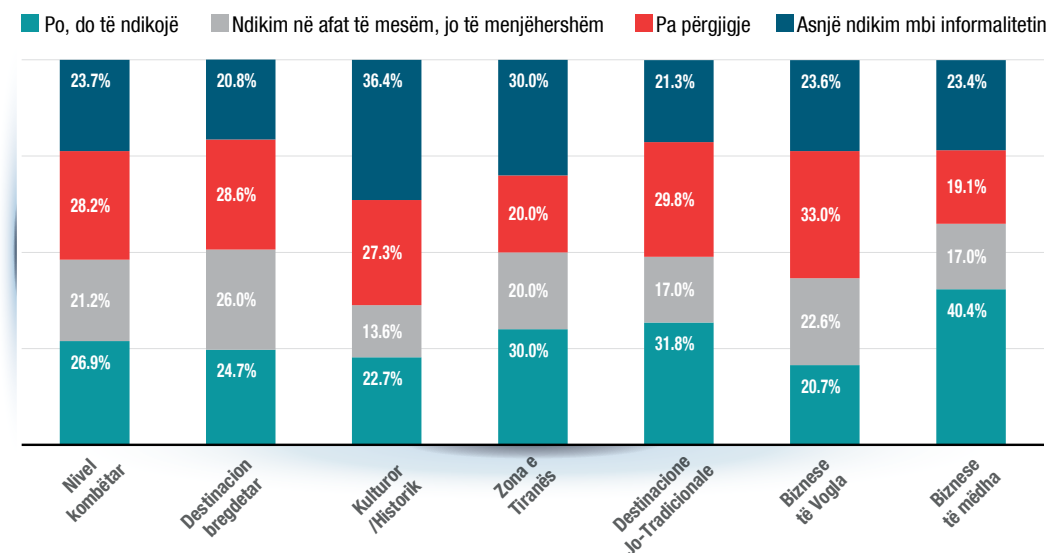
Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së K1 2018

4. NDIKIMI I MASAVE FISKALE NË ZHVILIMIN DHE FORMALIZIMIN E SEKTORIT

Hartimi i incentivave fiskale dhe masave kundër informalitetit ka për qëllim përmirësimin e konkurrueshmërisë në sektor dhe uljes së informalitetit. Vendimi i qeverisë për uljen e TVSH-së nga 20% në 6% për shërbimet e akomodimit dhe mikpritjes ka pasur një ndikim të menjëhershëm në reduktimin e informalitetit, sipas konfirmimit të marrë nga 26% e shoqërive të anketuara. Bi-

zneset e mëdha dhe shoqëritë që ushtrojnë aktivitetet në qarkun e Tiranës pohojnë për një ndikim më të madh të politikës së TVSH-së për formalizimin e shërbimeve të akomodimit. Ky ndikim raportohet në një tendencë më të ulët nga bizneset e vogla dhe ato biznese që operojnë në destinacionet turistike kulturore dhe historike, ku modeli i biznesit që dominon është me ndërmarrje të vogla dhe mikro, të cilat nuk ndikohen nga kjo ndërhyrje politike mbi TVSH-në.

Figura 7. Perceptimi i biznesit mbi ndikimin e uljes së TVSH-së në formalizimin e sektorit të turizmit



Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

Ulja e TVSH-së ka rezultuar në rënien e çmimit të shërbimeve të akomodimit, megjithatë kjo rënie është më e vogël krahasuar me ndikimin që raportohet se ka shkaktuar ulja e TVSH-së në investime dhe punësimin formal. Bizneset bregdetare dhe bizneset e mëdha kanë raportuar për një tendencë në rritje të nxitjes së investimeve që rezulton nga ulja e TVSH-së, ku 42% e kompanive në zonat bregdetare dhe 40% e bizneseve të mëdha raportojnë se i kanë përdorur fondet nga ulja e TVSH-së për investime dhe përmirësimin e

cilësisë së shërbimit. Bizneset e mëdha dhe shoqëritë që ushtrojnë aktivitetet në Tiranë kanë përfituar nga ulja e TVSH-së për të rritur punësimin ose mundësisht për të formalizuar punësimin. Ulja e taksës së TVSH-së është përdorur në destinacionet kulturore dhe historike dhe në destinacionet turistike jo-tradicionale për të përballuar kostot e regjistrimit apo formalizimit të aktivitetit të tyre. Ulja e TVSH-së ka pasur ndikim më të dukshëm mbi çmimet vetëm në qarkun e Tiranës. Ky sektor raporton se ka nevojë të madhe për t'u përmirësuar

ar përmes investimeve, promovimit dhe kualifikimit të stafit.

Shumë biznese që u përfshinë në proceset e konsultimit shprehën nevojën për politika që rregullojnë tregun dhe detyrojnë zbatimin e konkurrencës së ndershme. Gjithashtu, bizneset paraqitën nevojën e këtij sektori për të plotësuar kuadrin e politikave fiskale me axhendën e investimeve publike në qarkun e Korçës, Gjirokastrës, Durrësit dhe rajonet e tjera. Investimet publike, duke filluar nga promovimi i thjeshtë deri tek projektet për rrugë të gjera dhe infrastrukturë, si tubacione gazi për të mundësuar ngrohjen në zonën e Korçës dhe për të ulur kostot ishin nevojat që u evidentuan gjatë konsultimeve me biznesin.

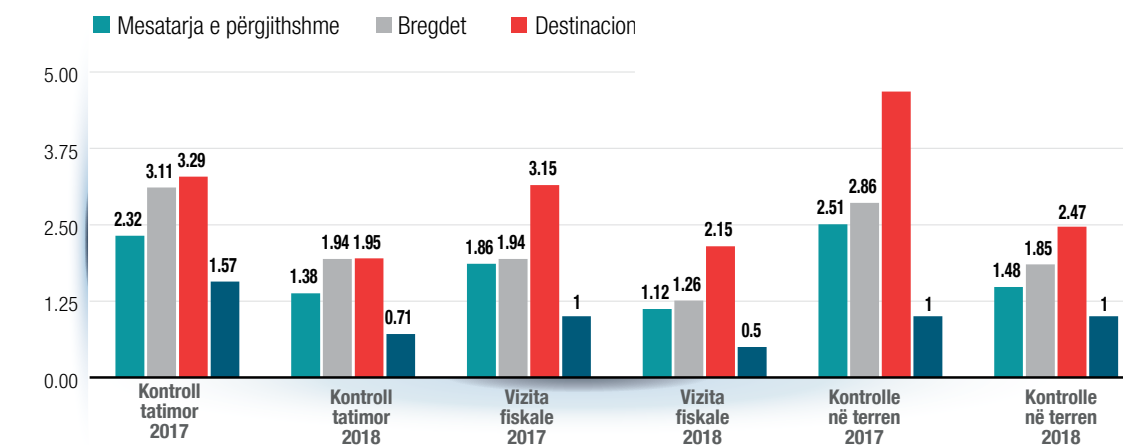
5. PERCEPTIMI I BIZNESIT PËR KONTROLLIN TATIMOR DHE SJELLJEN E ADMINISTRATËS TATIMORE

Autoritetet fiskale njoftuan synimin e tyre për të intensifikuar kontrollin fiskal dhe vizitat në rajonet turistike si një mënyrë për të ulur evazionin fiskal dhe informalitetin. Bizneseve iu është kërkuar të raportojnë shpeshtësinë dhe kohëzgjatjen e kontrolleve/auditeve ose vizitave tati-

more. Nga përgjigjet e dhëna bizneset kryesisht nuk e kanë të qartë se cilës lloj vizite fiskale janë nënshtruar dhe nga cili autoritet.

Analiza tregon se shpeshtësia mesatare e kontrolleve tatimore nga viti 2017 në vitin 2018 ka rënë me 41%. Gjatë vitit 2017 bizneset raportuan një shpeshtësi mesatare të kontrolleve tatimore 2 herë në vit dhe të inspektimeve në terren 3 herë në vit, ndërsa në vitin 2018 shpeshtësia e auditimeve tatimore dhe vizitat fiskale u ulën në një mesatare prej një vizite apo kontrolli. Ndërsa tendenca në rënie e shpeshtësisë së kontrollit tatimor mbetet e njëjtë në nivel kombëtar, shpeshtësia mesatare e auditimeve/kontrolleve tatimore raportohet më e lartë në destinacionet turistike kulturore dhe bregdetare (Figura 3). Shpeshtësia mesatare e vizitave fiskale sipas madhësisë së shoqërisë tregon një rritje mes shoqërive të vogla. Shumë pak përgjigje janë dhënë për kohëzgjatjen e kontrolleve tatimore, megjithatë nga shpërndarja e përgjigjeve konfirmohet një perceptim i përgjithshëm se kohëzgjatja e auditimeve tatimore dhe e kontrolleve tatimore kanë rënë. Kohëzgjatja më e shpeshtë e raportuar është "më pak se një javë" në vitin 2018.

Figura 8. Shpërndarja e shpeshtësisë mesatare të kontrolleve tatimore 2017 dhe 2018

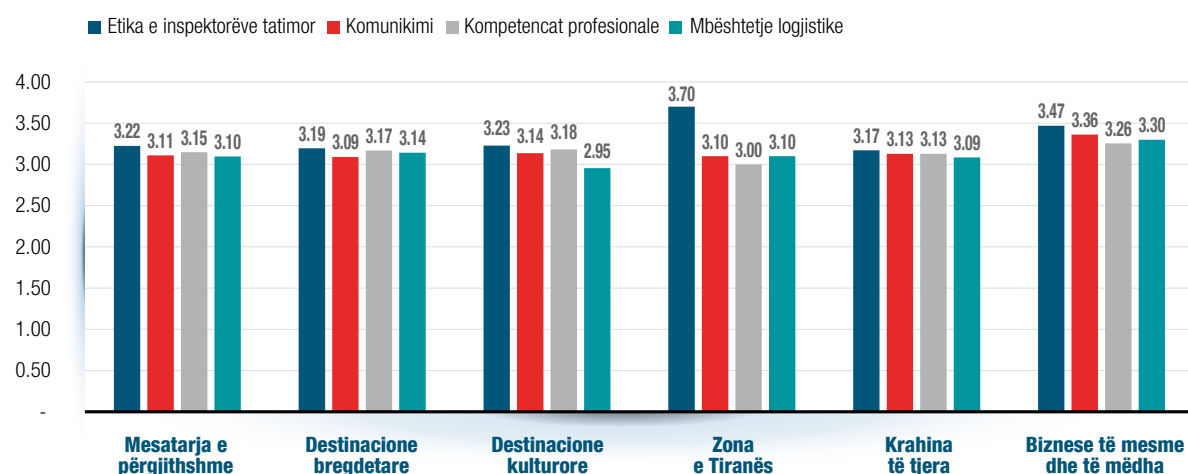


Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

Bizneseve iu kërkua të vlerësonin sjelljen dhe përfundimet e nxjerra nga inspektorët tatimorë, gjatë vizitës ose inspektimit të bizneseve të tyre. Atyre iu kërkua të vlerësonin etikën, aftësitë e komunikimit, aftësitë profesionale dhe mbështetjen logjistike në një shkallë nga 1 si “shumë të ulëta” në 5 si “shumë të mira”. Sekretariati shqyrtoi perceptimet për kampionin e përgjithshëm dhe më pas shikoi veçoritë rajonale apo perceptimet sipas llojit të

shoqërive. Inspektorët konsiderohen se kanë etikë, por kur bëhet fjalë për aftësitë profesionale, aftësitë e komunikimit dhe mbështetjen logjistike ata vlerësohen modestisht, me një notë mesatare diku rreth vlerave neutrale. Shoqëritë e mëdha kanë një perceptim më të mirë rreth profesionalizmit dhe sjelljes së inspektorëve, kryesisht për arsyen se u shërben zyra e tatimpaguesve të mëdhenj dhe jo inspektorët rajonalë.

Figura 9. Perceptimi i bizneseve për profesionalizimin e inspektorëve tatimorë



Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

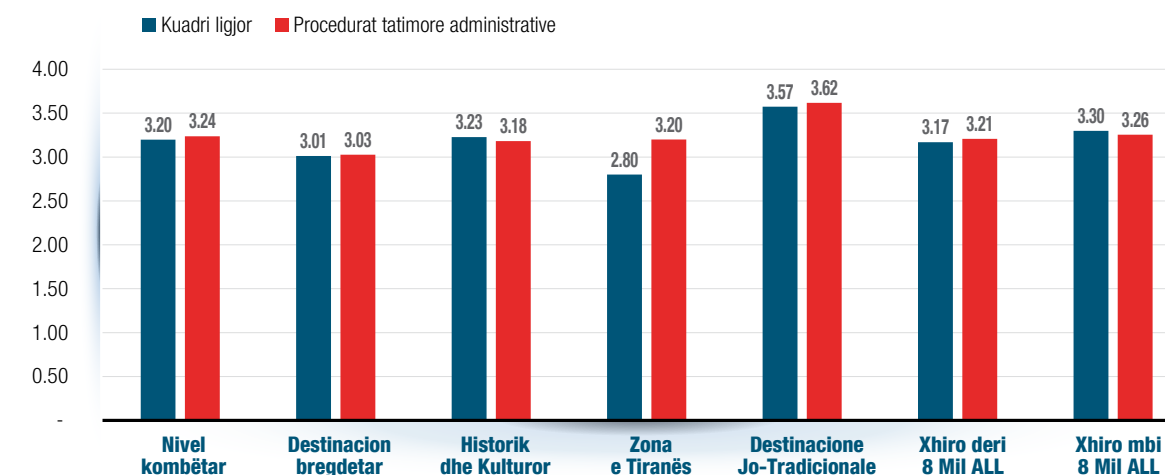
Formati i raportit të kontrollit, përmbajtja dhe referencat konsiderohen si mjaft të qarta, mirëpo rekomandimet specifike dhe përfundimet e raportit vlerësohen si pjesa më e paqartë e punës së inspektorëve. Rekomandimet dhe përfundimet e raporteve perceptohen si të paqarta nga shoqëritë që operojnë në zona malore jotradicionale të turizmit dhe ndërmarrjet e vogla, si dhe nga shoqëritë që operojnë në qarkun e Tiranës. Vetëm 16% e shoqërive kanë raportuar se kanë apeluar vendimin për inspektimin tatimor. Nga

shoqëritë që kanë apeluar vendimet, 84% e tyre i janë drejtuar organeve administrative, kryesisht DAT-së dhe 95% e bizneseve i janë drejtuar Drejtorisë së Apelit Tatimor pranë MFE-së. Në 56% të rasteve, vendimi i ankimimit është marrë në favor të administratës tatimore, ndërsa vetëm 16% e shoqërive që kanë ankimuar vendimet e inspektimit tatimor raportojnë se vendimi i ankimimit është marrë në mbështetje të pretendimeve të tyre. **Vetëm 12% e shoqërive e kanë çuar vendimin e ankimit në Gjykatën Administrative.**

Bizneseve iu kërkua të raportnin perceptimin e tyre rreth qartësisë së informacionit të dhënë nga autoritetet tatimore, kryesisht lidhur me kuadrin ligjor dhe procedurën administrative. Qartësia është matur në një shkallë nga 1 deri në 5, ku 1- mungesë totale e qartësisë dhe 5 - nivel i lartë i qartësisë së informacionit. Në nivel kom-

bëtar, qartësia e informacionit të ofruar ishte e moderuar, vlerësuar si 3,24 (për kuadrin ligjor) dhe 3,20 për procedurat administrative (Figura 5). Niveli më i ulët i qartësisë së informacionit u raportua te bizneset në zonat bregdetare dhe shoqëritë e vogla (me xhiro vjetore më pak se 8 milionë ALL).

Figura 10. Perceptimi i bizneseve për qartësinë e informacionit të ofruar nga autoritetet tatimore, kryesisht për kuadrin ligjor dhe procedurën administrative.

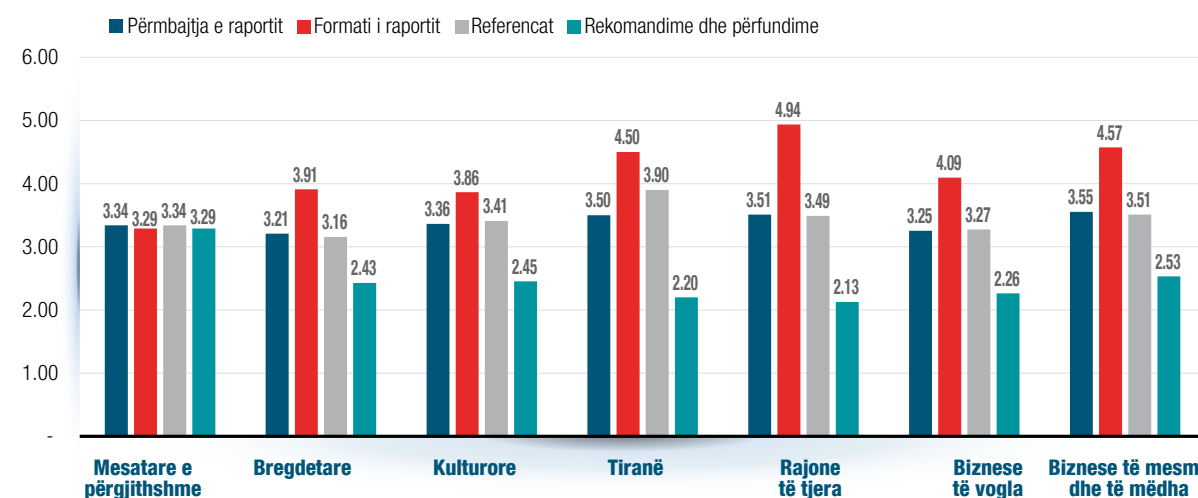


Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

Vetëm 42,7% e shoqërive që operojnë në sektorin e turizmit raportojnë të jenë të vetëdijshme për përdorimin e një sistemi të bazuar në rrezik kur autoritetet tatimore planifikojnë kontrollin, vizitat ose inspektimet në terren. Niveli më i ulët i ndërgjegjësimit është raportuar mes shoqërive që operojnë në destinacionet turistike bregdetare dhe mes shoqërive të vogla. Ndërgjegjësimi i moderuar për sistemin e bazuar në rrezik të kontrollit të autoritetit tatimor shoqërohet me një shkallë më të ulët të informimit, 28,2% e shoqërive

deklarojnë se kanë informacion mbi sistemin e bazuar në rrezik të përdorur nga autoritetet tatimore, ndërsa vetëm një pjesë e vogël prej më pak se 15% e shoqërive në nivel kombëtar raportojnë se kanë marrë trajnime nga autoritetet tatimore. Niveli i informimit të bizneseve mbi përzgjedhjen e kontrollit tatimor të bazuar në risk mbetet i ulët tek bizneset e vogla dhe tek bizneset që operojnë në zona bregdetare, ndërsa shpeshësia e trajnimeve të marra nga bizneset është më e ulët në qarkun e Tiranës dhe në shoqëritë e mëdha.

Figura 11. Perceptimi i bizneseve për cilësinë e raportit të përgatitur nga inspektorët tatimorë

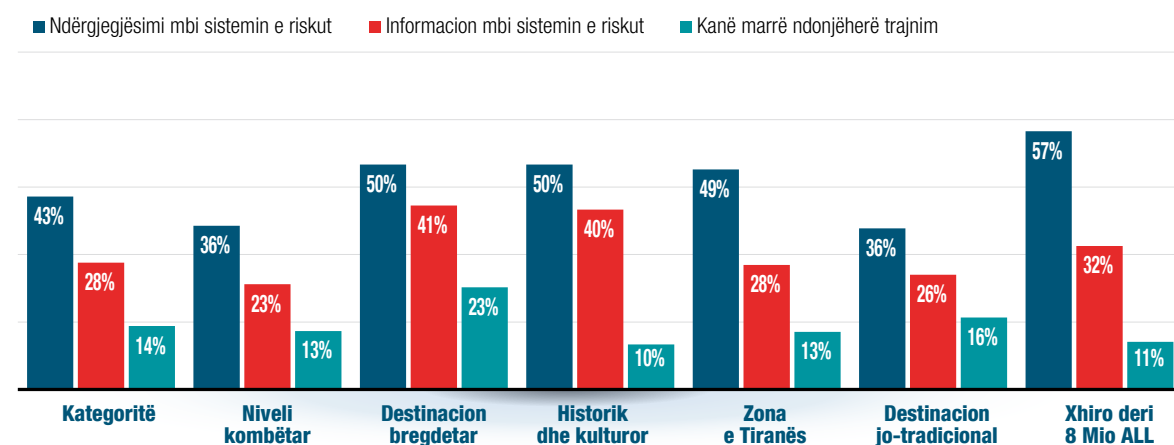


Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

Arsimimi, informimi dhe ndërgjegjësimi tatimor raportohet të jetë i ulët mes shoqërive që operojnë në sektorin e turizmit, me nivelin

më të ulët të raportuar për destinacionin më dinamik turistik, siç janë destinacionet bregdetare.

Figura 12. Ndërgjegjësimi i bizneseve dhe informacioni rreth sistemit të bazuar në rrezik të inspektimit tatimor



Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

6. KLIMA E INVESTIMEVE

Bizneset u pyetën për interesin e investimeve në sektorin e turizmit, për përmirësimin e kapaciteteve dhe të cilësisë. Atraktiviteti i sektorit nga pikëpamja e investitorëve është konsideruar si një tregues i konkurrencës, sidomos për sa i përket ofertës. Një sektor i rregulluar me potencial të lartë për sa i përket kërkesës do të tërhiqte investitorët dhe do të ishte konkurrues.

Investimet private në këtë sektor kanë qenë mjaft dinamike në nivele të përgjithshme, ndërsa në vlera absolute kanë qenë të ulëta. Megjithatë investimet sektoriale po rriten gjithnjë e më shumë (INSTAT, BSH, KBUT). Bizneseve iu kërkua të raportojnë se sa të favorshme e perceptojnë klimën e investimeve në sektor, se sa të favorshme janë procedurat e licencimit dhe regjistrimit, legjislacioni, procedurat tatimore, barra tatimore, burimet njerëzore dhe disponueshmëria/qasja në burimet financiare. Bizneset i vlerësuan elementet e klimës së biznesit nga 1- jo të favorshme deri në 5- shumë të favorshme. **Bizneset perceptojnë një klimë të favorshme investimi**, vlerësimi i tyre qëndron mbi mesataren, **por është ende më e ulët se klima optimale favorizuese për investime.**

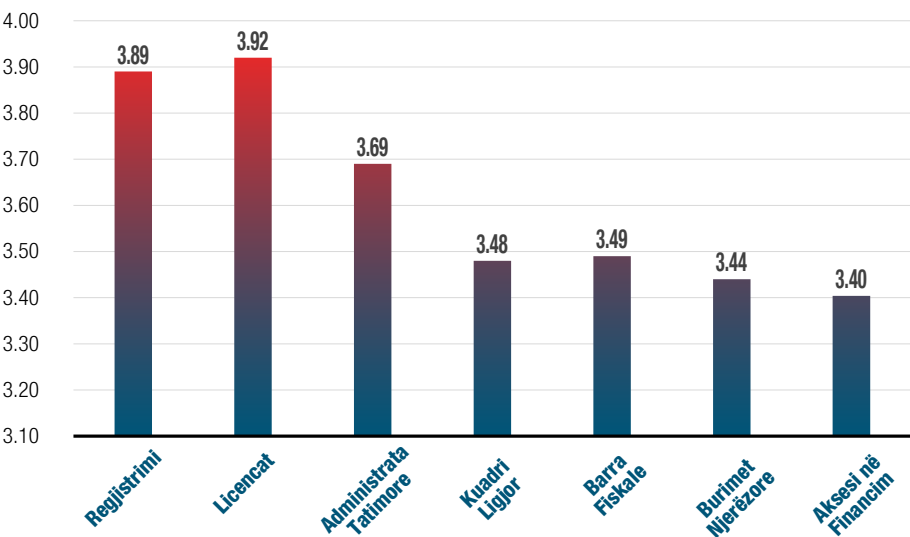
Reformat rregullatore kanë përmirësuar ndjeshëm mënyrën se si biznesi i **percepton kushtet e favorshme** kur bëhet fjala për regjistrimin, licencimin dhe vendosjen e marrëdhënieve me autoritetet tatimore gjatë ndërmarrjes së një investimi të ri (shih Figurën 11). Komplexiteti i kuadrit ligjor dhe barrës fiskale konsiderohen mesatarisht të favorshme vetëm për investimet e reja. **Aspektet më pak të favorshme për klimën e investimeve janë disponueshmëria e kapitalit njerëzor dhe qasja në kapitalin financiar.**

Gjatë konsultimeve, bizneset theksuan vështirësinë në punësimin e një personeli të mirëtrajnuar, në Gjirokastrë një përfaqësues biznesi u shpreh “*Kemi turistë, por nuk kemi kamer-*

ierë”. Ndryshimet demografike dhe migracioni kanë pasur ndikime të mëdha në disa rajone, duke paraqitur kufizime në disponueshmërinë e personelit të kualifikuar. Në disa rajone mungesa e shkollave profesionale ose programeve të trajnimit u identifikuan si shqetësime kryesore në lidhje me cilësinë e burimeve njerëzore (si p.sh. në Gjirokastrë). Në bizneset e qarkut të Korçës u identifikua një bashkëpunim i ngushtë ndërmjet sektorit dhe institucioneve të arsimit, p.sh. universitet ose shkollat të AFP-së. Vështirësia për të tërhequr praktikantë nga jashtë për të punuar gjatë sezonit është përmendur gjithashtu si një pengesë në përmbushjen e nevojës për personel që flet gjuhën angleze ose për guida turistike.

Qasja në financim për sektorin u konsiderua gjithashtu si një barrierë për investimet e reja. Perceptimi bie në kundërshtim me disponueshmërinë e kredive të sistemit bankar të nivelit të dytë. Ka kohë që bankat kanë shtrënguar kushtet për kreditim me qëllim që të zvogëlojnë rrezikun, por megjithatë sistemi është shumë likuid dhe ka fonde në dispozicion. Gjatë konsultimit me disa biznese, u përmend se arsyet kryesore të kufizimit të qasjes në burimet financiare kanë të bëjnë me çështjen e pronësisë të tokës (Shkodër, Korçë, Durrës), planet e qëndrueshme të biznesit dhe informalitetin në deklarimin e treguesve financiarë (fitimi dhe flukset monetare). Gjatë vitit 2018, shqetësimi i biznesit turistik ishte ai i pagesave me para në dorë dhe pamundësia për të kryer pagesa pa para (me karta krediti) në pothuajse shumë destinacione turistike. Informaliteti në këtë sektor ndikon në shumë aspekte të zhvillimit të qëndrueshëm të sektorit dhe konkurrencës, megjithatë ndikimi në disponueshmërinë e mjeteve financiare mbetet më problematik. Përmirësimi i qasjes së sektorit në sistemin financiar dhe reduktimi i pagesave me para në dorë do të shmangte informalitetin dhe do të përmirësonte qëndrueshmërinë financiare të sektorit.

Figura 13. Perceptimi i bizneseve për klimën e investimeve në sektorin e turizmit



Burimi: Llogaritjet tona bazuar në të dhënat e anketës së KI (2018)

7. POLITIKAT E NDËRHYRJES, INFORMALITETI DHE KONKURRUESHMËRIA E SEKTORIT

Incentivat dhe ndërhyrjet me politika për të garantuar potencialin e sektorit të turizmit janë të ndryshme dhe të kombinuara në një axhendë të plotë të politikave që qeveria po i përmbledh për të mbajtur gjallë dinamikën e sektorit. Ky studim u përqendrua në një **problem sistematik të sektorit, ai i informalitetit, ku u mundua të kuptohej ndikimi i informalitetit te politikat fiskale dhe ndërhyrjet**. Kjo do të identifikonte hapësirën fiskale për ndërhyrje dhe harmonizim me kornizën e

përgjithshme të politikave të sektorit të turizmit. Ne kemi përdorur Analizën e Komponentit Kryesor për të ulur numrin e variablave dhe për të krijuar një trekëndësh variablash që matin informalitetin, konkurrueshmërinë dhe politikat fiskale. Informaliteti dhe konkurrenca janë të njëkohshme në natyrën e tyre, që do të thotë se përmirësimi i konkurrencës do të redukton-te informalitetin e sektorit dhe anasjelltas. Ne modeluam lidhjen midis konkurrencës dhe informalitetit nëpërmjet një regresioni linear në dy faza, duke instrumentalizuar informalitetin mbi variablat e politikës fiskale, strukturës së tregut dhe korrupsionin.

Tabela 1. Ndikimi i informalitetit dhe i politikave fiskale në klimën e investimeve (2SLS)

Variablat	Variablat e varura Klima e investimeve
Informaliteti i vetëraportuar	-0,436 (0,228)*
Treguesi i informalitetit	
Term konstant	-0,22 (0.158)
“Dummy” rajonale	v0,058 (0,036)*
Madhësia e shoqërisë	0,086 (0.097)
Shpeshtësia e auditëve/kontrolleve tatimore	0,041 (0.045)
Cilësia dhe profesionalizimi i inspektorëve tatimorë	-0,108 (0,044)**
Qartësia e informacionit dhe raportimi i inspektorëve tatimorë	-0,13 (0,045)**
Barra fiskale (shkalla tatimore)	0,747 (0,046)***
Informacioni dhe ndërgjegjësimi mbi politikat tatimore dhe ndërhyrjen	- 0,134 (0,046)***
Kompleksiteti i legjislacionit tatimor	-0,091 (0,046)**
Legjislacioni fiskal i zbatueshëm	- 0,075 (0,44)*
Praktikat korruptive	-0,022 (0.0046)
Konkurrenca e padrejtë	0,163 (0,058)***
Treguesi “F-statistic”	3,662***
Asnjë vëzhgim	156
R-katrori i axhustuar	0,22

Analiza konfirmoi **ndikimin e fortë që paraqet politika fiskale në nivelin e informalitetit** duke nxjerrë në pah informacione interesante. Nuk është shpeshtësia e vizitave tatimore apo kontroleve tatimore ajo që lidhet me informalitetin, ajo çka prek ndjeshëm ndikimin e politikës fiskale në informalitet janë **masat e buta të ndërmarra kundër informalitetit - profesionalizmi i inspektorëve, raportimi i qartë dhe shumë i saktë nga çdo inspektim dhe shkëmbimi i informacioneve mes autoriteteve tatimore dhe bizneseve**. Këto variabla ndikojnë ndjeshëm në informalitet.

Ndikimi i barrës fiskale në informalitet ndjek gjetjet e mëparshme, duke treguar se kjo barrë fiskale në rritje do të rriste informalitetin në mënyrë të ndjeshme.

Tregjet e shtrembëruara që rezultojnë në konkurrencë të padrejtë rrisin informalitetin, ndërlikojnë

jnë legjislacionin dhe interpretimin ose zbatimin e ligjit, si dhe çojnë në informalitet, megjithatë ndikimi i tyre është i ulët.

Rezultatet e variablës “dummy” rajonale janë të rëndësishme në përcaktimin e informalitetit. Riklasifikimi i bizneseve nga ndërmarrja e vogël në të mesme apo të mëdha nuk ndikon domosdoshmërisht në nivelin e informalitetit, ndërsa variabla e madhësisë së biznesit është disi e lidhur me informalitetin.

Ndikimi i informalitetit, i vlerësuar nëpërmjet treguesve që vlejnë për “informalitetin e vetëraportuar”, në lidhje me konkurrueshmërinë e sektorit, vlerësuar sipas interesit të investitorëve, shfaqet negativ dhe i konsiderueshëm. Një rritje prej 1% e informalitetit do të përkeqësonte klimën e investimeve me 0,5 pikë përqindje, duke çuar në një përkeqësim të konkurrueshmërisë.

GJETJET

1 Megjithëse Strategjia e Turizmit dhe Plani i Veprimit (draft) kanë qenë objekt i konsultimit prej muajsh, ende nuk është miratuar zyrtarisht nga Qeveria e Shqipërisë. Ndërkohë, strategjia e identifikon informalitetin si një nga kërcënimet kryesore me të cilat përballlet sektori i turizmit dhe përcakton vitin 2022 si afat për regjistrimin e 80% të akomodimit familjar (dhoma, apartamente, shtëpi), nuk e adreson zgjidhjen e tij me ndonjë masë apo me veprime të qarta dhe mbetet më tepër me karakter deklarativ.

2 Veçoritë e modelit të biznesit sipas destinacioneve turistike duhet të jenë shtysë në politikat publike, përfshirë qasjen strategjike (masat legjislative, investimet publike dhe institucionet që mbështesin sektorin e turizmit). Nevojat e bizneseve, aftësia e tyre për të përvetësuar dhe zbatuar masat e ndryshme të politikave ndikohet fuqimisht nga modeli i biznesit. Një ndërhyrje e dëshirueshme është diversifikimi i ndërhyrjeve përmes politikave në fushën fiskale bazuar tek modeli i biznesit, si edhe përmirësimi i kapaciteteve administrative të autoriteteve fiskale. Modeli i biznesit në turizëm ndryshon në varësi të destinacioneve turistike, ku modeli i mëposhtëm është konfirmuar nga të

dhënat administrative dhe rezultatet e Anketës:

- » Në zonat bregdetare mbizotërojnë bizneset e vogla dhe të mesme, ku kompanitë e mëdha janë në zhvillim e sipër.
- » Në destinacionet turistike kulturore/historike dhe jo-tradicionale mbizotërojnë bizneset mikro familjare, ndërsa sipërmarrjet e vogla dhe të mesme janë në zhvillim.
- » Qarku i Tiranës raporton pjesën më të madhe të korporatave dhe kompanive të mesme që operojnë në këtë sektor.

3 Sektori i turizmit karakterizohet nga një informalitet sistematik, bizneset perceptojnë që 70% e konkurrentëve të tyre kanë informalitet, ndërsa 33% e bizneseve kanë raportuar se kanë informalitet në vetë aktivitetin e tyre. Kompanitë e mëdha dhe në destinacionet turistike historike/kulturore në zhvillim raportojnë më shumë aktivitet informal sesa niveli kombëtar. Informaliteti manifestohet në formën e punësimit informal (56% e bizneseve) dhe evazionit fiskal (54% e bizneseve). Shpesh ka praktika të korruptuara të të bërit biznes dhe të informalitetit, si aktivitete të paregjistruara ekonomike. **Konkurrenca e çmimeve dhe përkeqësimi i cilësisë së destinacioneve per-**

ceptohen si ndikime negative të informalitetit. Informaliteti bëhet arsye për më shumë informalitet, pasi firmat raportojnë konkurrencën e pandershme nga bizneset që veprojnë në informalitet, në të njëjtin treg dhe vendndodhje, si faktorin kryesor që prodhon informalitet. Bizneset janë të vetëdijshëm për efektet negative të informalitetit, por vetëm 11% raportojnë se kanë strategji në nivel kompanie për të korrigjuar këtë shtrembërim të tregut. **Gjatë konsultimit, bizneset këmbëngulin për përmirësimin e kuadrit rregullator të sektorit dhe nxitjen e konkurrencës së lirë.**

4 Ndonëse ka përpjekje pozitive për formalizim të sektorit të turizmit nëpërmjet “rregullimit/përshtatjes” të politikave fiskale, incentivave dhe nismave që lidhen me rritjen e përputhshmërinë me taksat, përsëri mbetet shumë për të bërë për hir të profilit të sektorit. Konsolidimi dhe formalizimi i sektorit po bëhet sfidues kryesisht për shkak të *natyrës dhe dinamikës së sektorit*, duke përfshirë këtu turizmin inovator të ofruar përmes “shared economy”, diversifikimit të shërbimeve turistike dhe kanaleve të shpërndarjes së tyre. **Organet tatimore mund të kenë instrumente të kufizuara për identifikimin e informalitetit në këtë sektor.** Shumë vende kanë përdorur të dhëna të ndryshme, duke përfshirë ato nga platformat e rezervimit përmes internetit, për të përmirësuar formalizimin e sektorit. Identifikimi i operatorëve ekonomikë në sektorin e turizmit nga administrata tatimore dhe regjistrimi i tyre, mbetet një element thelbësor për reduktimin e informalitetit.

5 Regjistri Kombëtar Qendror, si instrumenti/baza e të dhënave e listës së konsoliduar të sipërmarrësve të turizmit, nuk

është publikuar dhe as nuk është finalizuar tërësisht. Gjatë konsultimeve me bashkitë rezultoi se regjistri popullohet me të dhënat nga bashkitë (p.sh. në Korçë), të cilat i referohen vetëm sipërmarrësve të regjistruar në QKB. Regjistri nuk përmban të gjitha bizneset të cilat *de facto* ushtrojnë aktivitet ekonomik. Nga takimet konsultative ka rezultuar se një numër i konsiderueshëm strukturash akomoduuese (kryesisht bujtina, apartamente dhe hotele të vogla/vila) nuk janë regjistruar fare si aktivitete ekonomike, edhe pse ofrojnë shërbime akomodimi gjatë gjithë vitit ose përgjatë gjithë sezonit turistik. **Në këtë këndvështrim vërehet një mungesë koordinimi midis qeverisjes vendore dhe asaj qendrore lidhur me identifikimin e të gjitha strukturave akomoduuese për turistët të cilat do të ulnin aktivitetin informal në sektor.** Sipas disa bashkive, identifikimi i veprimtarive ekonomike është detyrim i administratës. Nga ana tjetër, sipas Ligjit Nr. 9632 të datës 30.10.2006 “Për Sistemin e taksave vendore” (i ndryshuar), bashkitë kanë të drejtë të përfitojnë *taksën e fjetjes në hotel* që mund të jetë me rëndësi për buxhetin e tyre, duke u nxitur kështu të identifikojnë strukturat akomoduuese për turistët.

Kjo situatë lidhet gjithashtu edhe me një hapësirë në legjislacion. Ligji 93/2015 ndërsa përfshiu “*bujtinat*” në konceptet kryesore, ai nuk përfshiu apartamentet/vilat si një kategori e “strukturave akomoduuese”. Mungesa e referencës ligjore ka krijuar vështirësi për identifikimin dhe regjistrimin e këtyre strukturave akomoduuese.

» Në disa destinacione, si në Durrës dhe Vlorë, blloqe të apartamenteve të ndërtuara janë ridënuar për të qenë struktura të akomodimit për turistët, duke patur një xhiro të konsiderueshme të padëklaruar.

» Ndërsa në destinacione të tjera si destinacionet kulturore dhe historike (p.sh. në Gjirokastrë, Korçë), banesat ose apartamentet private që u jepen me qera turistëve, përfaqësojnë shtëpitë tradicionale që janë konvertuar në burime turistike për shkak të kërkesës së lartë për akomodim. Edhe pse “informale”, struktura të tilla ndihmojnë ekonominë e qyteteve në raport me humbjen modeste buxhetore që mund të shkaktojnë. Në këtë perspektivë ata mundet të gjenerojnë më shumë të ardhura për familjet përmes *shared economy* dhe vetëpunësimit.

Vende të tjera, si për shembull Greqia, kanë përfshirë tashmë vilat turistike akomoduuese të mobiluara me shumë apartamente banimi dhe rezidencat turistike akomoduuese të mobiluara në kategorinë e Akomodimeve Dytësore Turistike, sipas dispozitave të Ligjit nr. 4276/2014, ligji kryesor në Greqi për turizmin. Për më tepër, për individët që kryejnë aktivitete të tilla ekonomike janë vendosur detyrime të rrepta për regjistrimin për qëllime tatimore.

6 Ministria e Turizmit dhe Mjedisit nuk e ka bërë ende klasifikimin e strukturave akomoduuese sipas detyrimeve që rrjedhin nga Ligji 93/2015 dhe Rregullorja “Për Kushtet, Kriteret, Tarifat, Afatet Dhe Procedurën Për Klasifikimin e Strukturave Akomoduuese”, të miratuara me VKM Nr. 730, datë 20.20.2016. Portali elektronik për të lehtësuar këtë regjistrim dhe klasifikim nuk është ende aktiv. Mungesa e këtij procesi ka shkakuar një situatë kaotike në treg, sidomos për strukturat akomoduuese në përgjithësi dhe për hotelet në veçanti. Disa struktura akomoduuese përdorin shenja dalluese (yje) të klasifikimit, të cilat nuk përputhen me standardet e vërteta të strukturës, apo me nivelin e

shërbimit që ato ofrojnë. Gjithashtu, mungesa e klasifikimit të strukturave të akomodimit krijon konfuzion në praktikë ndërkohë që bashkitë vendosin “taksën e fjetjes në hotel”. Sipas Ligjit nr. 9632, datë 30.10.2016 “Për sistemin e taksave vendore” (i ndryshuar), kjo taksë përcaktohet në bazë të klasifikimit të strukturës dhe kategorisë së bashkisë. Për shembull, për hotelet me 4 dhe 5 yje në Tiranë dhe Durrës, kufiri lokal i taksës është 350 ALL natë fjetje/person ndërsa për pjesën tjetër të strukturave të akomodimit është 140 ALL natë fjetje/person. Konsideruar që klasifikimi dhe kategorizimi zyrtar i strukturave akomoduuese ende nuk ka ndodhur, zbatimi në praktikë i taksës vendore mund të jetë subjekt i vendimeve diskrecionare dhe preferenciale nga autoritetet lokale.

7 Megjithëse Ligji 93/2015 e ka trajtuar procesin e licencimit të operatorëve turistikë dhe agjencive turistike, ende ekzistojnë shqetësime në treg nga disa operatorë, për një nivel të lartë informaliteti në këtë zinxhir, i cili nuk ofron sigurinë e kërkuar të shërbimeve për turistët.

8 Deri tani nuk është certifikuar asnjë “aktivitet agroturizëm” sipas dispozitave të VKM-së nr. 22, të datës 12.01.2018, “Për Miratimin e Kritereve Për Certifikimin e Veprimtarisë së Agroturizmit” (VKM 22) dhe që deri në vitin 2019 duhet të jetë objekt i TVSH-së incentivë prej 6%. Ndërsa VKM nr. 22 ka përcaktuar kriteret për këtë certifikim në Pjesën e II-të të saj, MTM-ja dhe MBZHR-ja kanë përcaktuar përmes një rregulloreje, kritere shtesë përtej atyre që ka autorizuar Këshilli i Ministrave. Përmes kësaj rregulloreje sipërmarrësit duhet të paraqesin edhe dokumentin e pronësisë së

fermës/tokës ku bëhet aktiviteti, ose kontratën e qirasë të vlefshme për 5 vite. Është me rëndësi të theksohet se lloje të tilla aktivitetesh organizohen në zona rurale ku, për disa arsye, pronësia e tokës ende nuk është regjistruar plotësisht. Prandaj, ka shumë gjasa që ndërsa incentiva ekziston, vetëm pak sipërmarrës mund të jenë subjekte për të përfituar prej tyre. Për të patur një impakt më të gjerë të kësaj incentive fiskale, do të ishte më e preferueshme që certifikimi si “aktivitet agro-turizëm” të lidhej me aktivitetin sesa me pronësinë e tokës.

9 Zbatimi i TVSH-së së reduktuar prej 6% për strukturat akomoduese që nga qershori i vitit 2017 ishte objekt i interpretimeve kontradiktore në praktikë. Kjo ulje e TVSH-së u bë pas hyrjes në fuqi të Ligjit nr. 71/2017 “Për një shtesë në Ligjin nr. 92 /2014” “Për TVSH-në”, të ndryshuar. Sqarime të mëtejshme për zbatimin e TVSH-së së reduktuar prej 6% janë dhënë në Dekretin nr. 953 të Këshillit të Ministrave, datë 29.12.2014 (i ndryshuar) sipas të cilit TVSH-ja 6% duhet të aplikohet vetëm për “akomodimin” ose “akomodimin & mëngjesin” në rastet e paketave.

Përveç kësaj, VKM parashikonte se për qëllime të zbatimit të normës së ulur të TVSH-së, tatimpaguesit që, përveç aktivitetit në fushën e strukturave akomoduese sipas legjislacionit për turizmin¹⁸, kryejnë aktivitete të tjera, duhet të regjistrohen në Qendrën Kombëtare të Biznesit si tatimpagues më vete duke rior-

¹⁸ Ligji Nr. 93/2015 jep një përkufizim të qartë të strukturës akomoduese. Më konkretisht: “Struktura akomoduese” është struktura që vë në dispozicion të turistëve, vendas apo të huaj, individë ose të organizuar në grupe, për një periudhë kohe të pacaktuar, por jo më shumë se 1 vit, shërbimet e akomodimit (fjetje, ushqim, pije dhe shërbime të tjera), në përputhje me standardet e përcaktuara sipas klasifikimit dhe kategorizimit të saj.

ganizuar veprimtarinë e tyre ekonomike, brenda 3 muajve nga hyrja në fuqi të këtij vendimi, siç përcaktohet në Ligjin nr. 9901, datë 14.4.2008, “Për tregtarët dhe shoqëritë tregtare”. Dispozita e mësipërme nuk iu përcjoll sipërmarrësve në mënyrë të qartë dhe ata nuk ishin të sigurt nëse duhej të regjistronin bar-restorantet, hotelet, baret në plazh si aktivitete të veçanta dhe me NUIS të veçantë, edhe pse këto elementë ishin pjesë e të njëjtës strukturë akomoduese. Nga ajo që është raportuar në Sekretariat, janë të paktë sipërmarrësit që e kanë bërë këtë; të tjerët kanë vazhduar të aplikojnë TVSH-në 20% për shërbimin e akomodimit duke pritur që t’u komunikohet procedura përfundimtare, ndërsa disa të tjerë nuk kanë pasur ndonjë problem, duke aplikuar nga e njëjta pajisje fiskale TVSH-në 6% për akomodimin dhe 20% për pjesën tjetër. Nga konsultimi që Sekretariati mbajti me sipërmarrësit, disa prej tyre fajësojnë Zyrat Rajonale të Tatimeve për shkak të mungesës së udhëzimeve (për shembull në Korçë), ose për keq-udhëzimin e tyre gjatë takimeve informuese (për shembull në Durrës).

Megjithatë, kjo çështje u sqarua përfundimisht nga DPT nëpërmjet një Memo në fillim të shtatorit, duke deklaruar se riorganizimi i aktivitetit ekonomik, pra ndarja sipas llojit të aktiviteteve me NUIS të veçantë, duhet të bëhet vetëm në rastet kur një kompani përveç strukturave akomoduese merret me veprimtari tregtare të cilat nuk janë në fushën e turizmit, të tilla si tregti, energjetikë, ndërtim, etj. Prandaj, në rastet e resorteve dhe/ose hoteleve, të cilat ofrojnë shërbime turistike shtesë si pjesë e shërbimeve të tyre akomoduese, të tilla si bar, bar në plazh, restorant, argëtim, etj., nuk ka nevojë për ndonjë riorganizim.

10 Disa dispozita të akteve nënligjore (Udhëzimi nr. 24, datë 02.09.2008 i MFE-së “Për Procedurat Tatimore” dhe VKM nr. 96 datë 17.02.2010) lidhur me lëshimin e kuponit fiskal për akomodimin dhe restorantet dhe për mbajtjen e printerave fiskalë, mund të përmirësohen për t’iu përshtatur më mirë modelit të strukturave të akomodimit (p.sh. hotel/resort). Kjo do të reduktonte ngatërresën e krijuar në disa raste¹⁹. Gjatë takimeve konsultuese me disa sipërmarrës në sektorin e turizmit dhe me shoqatat e biznesit në këtë sektor, ata argumentojnë se dispozitat e Udhëzimit, i cili bën të detyrueshëm lëshimin e kuponit për çdo porosi në bar, restorant dhe për çdo natë qëndrimi në hotel, janë të vjetëruara dhe lënë hapësirë për veprime arbitrare, veçanërisht nga administrata tatimore. Ndonjëherë ata kanë vendosur gjopa për mos lëshimin e kuponit edhe kur klienti nuk kishte kryer ende procedurën e daljes nga hoteli. Është me rëndësi të theksohet se raste të tilla si p.sh. kuponi fiskal, printeri fiskal mbeten akoma si probleme kryesore që çojnë bizneset në apelimin tatimor.

11 Sekretariati përgatiti një hartë të ndikimit që pati ulja më e fundit e TVSH-së në uljen e informalitetit, si një mënyrë për të matur ndikimin. Ulja e TVSH-së nga 20% në 6% për akomodimin pati një impakt të menjëhershëm në reduktimin e informalitetit sikurse konfirmohet nga 26% e kompanive të përgjigjura. Kompanitë e mëdha dhe ato që operojnë në rajonin e Tiranës konfirmojnë një ndikim më të

¹⁹ Për shembull, ekziston një situatë konfuze lidhur me dokumentacionin e shitjes së paketave turistike për grupe turistësh, kur strukturat akomoduese janë ende të detyruara të lëshojnë një kupon tatimor për aktivitetin e shitjes, megjithëse turistët e bëjnë pagesën në fund të shërbimit.

fortë të politikës së TVSH-së për formalizimin e shërbimeve të akomodimit. Ky ndikim raportohet me prirje më të ulët midis kompanive të vogla dhe atyre që veprojnë në destinacione turistike kulturore dhe historike, ku modeli i biznesit i dominuar janë ndërmarrjet e vogla dhe mikro, të cilat nuk ndikohen nga ndërhyrja e politikës së TVSH-së. **Analizat treguan se ulja e TVSH-së shkaktoi tkurrjen e informalitetit, por gjithashtu u dha hapësirë kompanive që të investonin ose rrisnin numrin e të punësuarve.** Bizneset bregdetare si dhe kompanitë e mëdha kanë raportuar një prirje më të lartë në nxitjen e investimeve nga reduktimi i taksës së TVSH-së, 42,9% e kompanive në zonat bregdetare dhe 40,4% e kompanive të mëdha kanë raportuar të përdorin fonde për uljen e TVSH-së në investime dhe përmirësim të cilësisë. Kompanitë e mëdha si dhe kompanitë që operojnë në zonën e Tiranës kanë përfituar nga reduktimi i TVSH-së për të rritur punësimin, ose ndoshta për të formalizuar punësimin. Reduktimi i TVSH-së është përdorur në destinacionet kulturore dhe historike ose në destinacionet jo tradicionale të turizmit për të përballuar koston e regjistrimit ose formalizimit të aktivitetit të tyre.

12 Bizneset bëjnë thirrje për ndërhyrje të diversifikuara fiskale, në përputhje me modelin e biznesit dhe destinacionet turistike. Bizneset kërkojnë koherencë ndërmjet qëndrimeve fiskale dhe agjendës së investimeve publike. Investimet publike të cilat “kapitalizohen” në investimet e mëdha ndërkombëtare si p.sh. Gazsjellësi TAP të mundësojnë për bizneset lokale akses në burime alternative të energjisë - nga përfaqësuesit e biznesit në Korçë u kërkua si mbështetje për sektorin për të ulur kostot e energjisë. Kërkesa për investime publike

që synojnë promovimin turistik, rrugë, ambient i pastër, burime alternative dhe të qëndrueshme të energjisë, janë evidentuar në të gjitha konsultimet me përfaqësuesit e biznesit.

13 Analiza konfirmoi ndikimin e fortë pozitiv që politika fiskale ka tek niveli i informalitetit, megjithatë ajo që është interesante është se duket se numri i vizitave nga autoritetet tatimore apo kontrollet tatimore kanë një ndikim modest - **ajo që ndikon në mënyrë të konsiderueshme në informalitet është “soft skills” e ndërhyrjeve të autoriteteve të tatimore - inspektorë profesionalë, raportimi i qartë dhe shumë i saktë nga çdo inspektim dhe shkëmbimi i informacionit midis autoriteteve tatimore dhe bizneseve.** Inspektorët perceptohen nga biznesi me etikë, por bizneset shprehin kritika përse i përket aftësive profesionale të tyre. Kompanitë e mëdha kanë perceptim më të mirë për profesionalizmin dhe sjelljen e inspektorëve, me shumë gjasa për shkak se ata marrin shërbime nga zyra e tatimpaguesve të mëdhenj dhe jo nga inspektorët rajonalë. Bizneset janë në mënyrë modeste të kënaqur me rekomandimet, referencat dhe konkluzionet e raporteve të dorëzuara nga inspektorët tatimorë. Kompanitë që operojnë në zona malore të turizmit jo-tradicionale dhe sipërmarrjet e vogla kanë më shumë paqartësi për gjetjet e raportuara nga inspektorët tatimorë dhe, si rezultat, kanë më shumë paqartësi lidhur me mënyrat e adresimit të tyre.

14 Rezulton se kompanitë që ushtrojnë aktivitet në sektorin e turizmit nuk kanë dijet, informacionin dhe ndërgjegjësimin e duhur për zbatimin e taksave, ku niveli më i dobët raportohet në destinacionet turistike më dinamike, si ato bregdetare. Duke

pasur parasysh shkallën e ulët të bizneseve që kanë raportuar se janë trajnuar (14,1% në nivel kombëtar) do të ishte e nevojshme të intensifikohet komunikimi i organeve tatimore me komunitetin e biznesit, nga shkëmbimi formal i notave zyrtare, apo prania e autoriteteve në platformat e dialogut, ashtu edhe transferimi efektiv i informacionit dhe njohurive.

15 Megjithëse ka një perceptim pozitiv mbi klimën e investimeve në sektorin e turizmit (regjistrim, licencim, etj.), sektori pengohet nga niveli i ulët i burimeve njerëzore dhe aksesit në financë. Reformat rregullatore kanë përmirësuar ndjeshëm klimën e investimeve, bizneset perceptojnë si të favorshme procedurat e regjistrimit, licencimit dhe vendosjes së një lidhjeje me autoritetet tatimore, në kuadrin e një investimi të ri. Kompleksiteti i kuadrit ligjor, transparenca në kuadrin ligjor dhe incentivat e investimeve për investitorët e rinj perceptohen i moderuar. Niveli më i ulët i qartësisë së informacionit u raportua në mesin e bizneseve në zonat bregdetare dhe në mesin e kompanive të vogla (të cilat për hir të këtij raporti janë ato me qarkullim me pak se 8 Mln ALL).

16 Aksesit në financim konsiderohet pengesë për investimet e reja në sektor. Perceptimi është në kundërshtim me disponueshmërinë e kredisë në bankat e nivelit të dytë. Prej disa kohësh bankat kanë shtrënguar kushtet për kreditim me qëllim zvogëlimin e riskut, megjithatë sistemi ka likuiditete në dispozicion. Arsytet kryesore të kufizimit të aksesit në burimet financiare janë pasiguria e pronësisë së tokës, mungesa e planeve të zbatueshme të biznesit dhe informaliteti në deklarimin e treguesve financiarë (fitimi dhe flukset e mjeteve monetare).

17 Gjatë takimeve konsultative me aktorë të ndryshëm në sektorin e turizmit u theksua numri i ulët i transaksioneve me karta debiti/kreditit në zonat turistike. Ky është perceptuar më tepër si problem nga këndvështrimi i turistëve, sesa i pronarëve të strukturave akomoduese/restoranteve/bareve, etj. Pronarët konfirmuan se ata ishin të pajisur me terminale të pikave të shitjes (POS) që lejojnë pagesat me kartë debiti/kreditit dhe se i përdorin ato me kërkesë të konsumatorëve, ndërsa turistët kanë vërejtur mungesën e një lehtësie të tillë, duke bërë pagesa me para në dorë. Disa studime kanë konfirmuar një lidhje të drejtpërdrejt midis nivelit të informalitetit dhe nivelit të ulët të transaksioneve nëpërmjet mjeteve elektronike siç janë Terminalet POS²⁰, ose pagesat nëpërmjet telefonave celularë, sidomos në sektorët e tregtisë dhe shërbimeve. Meqenëse pagesat me para në dorë nuk lënë asnjë gjurmë elektronike, është relativisht e lehtë të shmanget raportimi i tyre. Për këtë arsye, pagesat me para në dorë mund të jenë shkak i ekonomisë së fshehur të aktiviteteve që operojnë në fushën e turizmit, pasi ato ofrojnë një stimul për të mos raportuar transaksionin dhe për t'iu shmangur pagesës së taksave, “duke ndihmuar” pronarët që “të kontrollojnë” xhiron e deklaruar për qëllime tatimore, si dhe TVSH-në që duhet paguar. Nga ana tjetër, nuk ka incentiva fiskale për klientët (turistët) gjatë përdorimit të pagesave me kartë, për të rritur disi nevojën për përdorimin e terminaleve POS. Përveç kësaj, shërbimet në fushën e turizmit

20 Reduktimi i ekonomisë së fshehtë përmes pagesave elektronike - Ernst & Young / MasterCard (2016)

(pra akomodimit) ende janë të organizuara në mënyrë spontane dhe nuk janë vendosur kufizime të rëndësishme për përdorimin e pagesave me para në dorë për të ndryshuar disi trendin. Duke iu referuar të dhënave zyrtare nga Banka e Shqipërisë²¹, numri i përgjithshëm i terminaleve POS në Shqipëri deri në vitin 2017 ishte vetëm 7.294, nga të cilat 6.269 ndodheshin në qarkun e Tiranës. Në tremujorin e parë të 2018, numri i përgjithshëm i terminaleve POS u rrit në 8.157, por mbetet më i ulëti në rajon.

18 Mungesa e stafit të trajnuar për të mbështetur zhvillimin e shërbimeve turistike. Gjatë konsultimeve bizneset theksuan vështirësinë për punësimin e një stafi të trajnuar mirë. Një përfaqësues biznesi nga Gjirokastra u shpreh se ... “Kemi turistë, por nuk gjejmë dot kamerierë”. Ndryshimet demografike dhe migracioni kanë ndikuar shumë në disa rajone, duke sjellë kufizime në disponueshmërinë e stafit të kualifikuar. Në disa rajone është identifikuar si shqetësim kryesor mungesa e shkollave profesionale, apo programeve të trajnimit në lidhje me cilësinë e burimeve njerëzore (si në Gjirokastrë). Bizneset në rajonin e Korçës u shprehën se bashkëpunimi midis sektorit dhe institucioneve arsimore, për shembull me universitetin apo shkollat e formimit profesional, është i ngurtë. Gjithashtu, si një pengesë në përmbushjen e nevojës për staf që flet anglisht ose për guida turistike është përmendur vështirësia për të tërhequr praktikantë nga jashtë vendit për të punuar gjatë sezonit në Shqipëri.

21 https://www.bankofalbania.org/Pagesat/Statistika_tesistemeve_te_pagesave/

REKOMANDIMET

Rekomandimet janë hartuar në atë mënyrë që të trajtojnë informalitetin në forma të ndryshme, sipas formave të materializimit të tij. Sekretariati ka qenë shumë i kujdesshëm në hartimin e tyre në përputhje me kornizën ligjore dhe zhvillimin strategjik, duke i kontekstualizuar ato në veprime praktike dhe në gjendje që të zbatohen. Miratimi i këtyre rekomandimeve mbetet objekt për diskutim të mëtejshëm në Këshillin e Investimeve.

REKOMANDIM 1.

Finalizimi dhe miratimi i Strategjisë për Turizmin. Përafrimi i objektivave ndërmjet Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit dhe Ministrisë së Financave dhe Ekonomisë në lidhje me veprimet, masat konkrete dhe agjencitë përgjegjëse për të trajtuar informalitetin në këtë sektor. Çështja e identifikimit dhe regjistrimit të strukturave akomoduese dhe të shërbimeve të tjera në sektorin e turizmit duhet të adresohet. Përcaktimi i etapave të qarta të formalizimit, ak-

sioneve dhe metodave që adresojnë problematikën, mund të bëjnë realist qëllimin e strategjisë.

REKOMANDIM 2.

Ekziston qartazi nevoja për të forcuar qeverisjen e sektorit të turizmit në nivel vendor. Turizmi është sektor strategjik në nivel kombëtar, megjithatë ai mbetet një *shared economy* në dimension lokal, për këtë arsye, autoritetet vendore duhet të jenë më aktive në monitorimin e zhvillimit të sektorit dhe krijimin e dialogut me bizneset, në mënyrë që të përfshijnë zërin e tyre në politikëbërje.

REKOMANDIM 3.

Modeli i biznesit dhe tiparet e informalitetit janë të larmishme sipas tipologjisë së destinacioneve turistike. Për këtë arsye, strategjitë e formalizimit mund të specifikohen dhe grupohen sipas tipologjive të mëposhtme:

- » Grupi 1 - formalizimi/regjistrim + kontrolle tatimore për rastet kur industria e ndërtimit në një masë të caktuar është shndërruar

në industri turistike, duke dhënë me qira në mënyrë masive apartamente për turistët. Impakti nga humbjet e shkaktuara nga ky aktivitet i paformalizuar në buxhetin e shtetit është i konsiderueshëm (p.sh. në qytetet kryesore si Vlora, Durrës, Shëngjin, Saranda, etj.)

- » Grupi 2 - regjistrimi i strukturave të vogla akomoduese (të cilat nuk ushtrojnë aktivitet të mirëfilltë ekonomik) vetëm për qëllime të turizmit dhe jo për qëllime fiskale. (p.sh. në destinacionet historike Gjirokastrë, Berat, Korçë). Sidoqoftë këto mikrobiznese duhet të mbeten objekt i inspektimeve nga autoritetet vendore dhe qendrore sa i përket përputhshmërisë së tyre me standardet higjeno-sanitare dhe objekt i asistencës për t'u shndërruar gradualisht në aktivitete ekonomike të mirëfillta.
- » Grupi 3 - formalizimi i aktiviteteve të promovuara nëpërmjet platformave online si Airbnb në qytetet kryesore si Tirana, Durrës etj., nëpërmjet vetëdeklarimit të të ardhurave sikurse është bërë me dije nga DPT.

Axhenda kundër informalitetit duhet të trajtojë informalitetin në përputhje me format në të cilat ai manifestohet në destinacione të ndryshme dhe për modele të ndryshme biznesi (mikro, biznese të vogla dhe të mesme).

Ka të paktën 3 (tre) tipologji të informalitetit, që bazuar tek të dhënat dhe konsultimet e bëra përshkruhen si: (i) informaliteti si operatorë të përgjithshëm; (ii) informaliteti si evazion fiskal dhe (iii) informaliteti si punonjës të padëkluarar. Masat kundër informalitetit duhet të jenë të ndryshme për çdo lloj aktiviteti informal dhe në përputhje me tipologjinë e biznesit në destinacionet turistike. Për këtë arsye rekomandimet janë përmbledhur si vijon:

1. MASAT KUNDËR INFORMALITETIT PËR OPERATORËT EKONOMIKË QË JANË TË PAREGJISTRUAR

REKOMANDIM 4.

Identifikimi i të gjitha strukturave akomoduese, siç përcaktohet në Ligjin nr. 93/2015, duke përfshirë edhe apartamentet/vilat dhe bujtinat, të cilat ushtrojnë aktivitet ekonomik në fushën e turizmit, nëpërmjet një fushate të koordinuar midis DPT-së, MTM-së, njërive rajonale të MTM-së dhe Bashkive. Një zgjidhje që mund të merret në konsideratë është regjistrimi i bujtinave, që ofrojnë shërbime akomoduese në mënyrë rastësore dhe për një periudhë të kufizuar ditësh në destinacionet kulturore/historike, në baza vjetore, si struktura akomoduese me NUIS/ID, por jashtë regjimit të personit fizik për qëllime taksash dhe tatimesh në nivel qendror dhe vendor. Për këtë qëllim mund të bëhen disa ndryshime ligjore/ose një ligj i ri në mënyrë që t'u ofrohet siguri mikro-bizneseve të tilla, që procesi i regjistrimit bëhet për "qëllime të turizmit" dhe jo për qëllime fiskale.

REKOMANDIM 5.

Klasifikimi i strukturave të akomodimit sipas dispozitave të Ligjit 93/2015 dhe modaliteteve të përcaktuara me Rregulloren "Për Kushtet, Kriteret, Tarifat, Afatet Dhe Procedurën Për Klasifikimin e Strukturave Akomoduese", të miratuara me anë të VKM-së Nr. 730, datë 20.10.2016 është domosdoshmëri për të përshtatur më tej masat - sidomos politikën fiskale - për trajtimin e informalitetit në sektor.

REKOMANDIM 6.

Identifikimi dhe regjistrimi i strukturave akomoduese mund të finalizohet me një "etiketim" të thjeshtë të operatorëve formalë në sektorin e

turizmit - ku thuhet se operatori njihet si operator i regjistruar. Ky etiketim është përdorur në vendet fqinje si Greqia/Kroacia si një masë kalimtare drejt formalizimit të plotë të sektorit. Ky është një hap paraprak deri sa të konsolidohet Regjistri Kombëtar i Sipërmarrjeve Turistike.

REKOMANDIM 7.

Struktura dhe institucione të ndryshme herë pas here japin informacione kontradiktore për nivelin e informalitetit. Në këtë aspekt, duke u bazuar në faktin se pa pasur një bazë të dhënash të saktë dhe të vërtetë për qëllime vlerësimi, nuk është e mundur të arrihet një rezultat optimal kundër informalitetit, prandaj është veçanërisht e rëndësishme të kemi një metodë të unifikuar për vlerësimin e nivelit të informalitetit në baza sektoriale. **Sekretariati rekomandon që të mbledhet informacion nga burime të ndryshme të të dhënave - INSTAT, organet tatimore, autoritetet vendore, platformat e prenotimit online, etj., për të përditësuar dhe saktësuar bazën e informacionit. MFE dhe administrata tatimore mund të udhëheqin këtë proces të konsolidimit të të dhënave.**

2. MASAT KUNDËR INFORMALITETIT PËR INFORMALITETIN NË FORMËN E EVAZIONIT TATIMOR

REKOMANDIM 8.

Ndryshime në Udhëzimin Nr. 24, të datës 02.09.2008, të MFE-së “Për procedurat tatimore” dhe VKM Nr. 96, datë 17.02.2010. Qëllimi i këtyre ndryshimeve duhet të jetë lehtësimi i të bërit biznes dhe gjetja e zgjidhjeve të reja, si p.sh. duke bërë të mundur lëshimin e një *“kuponi përmbledhës”* të lidhur me një *“listë të hollësishme të porosive”* për shërbimet që ofrohen në strukturat

akomoduere, duke e bërë më të lehtë procesin e formalizimit. Këto ndryshime do të përmirësojnë administratën tatimore në monitorimin e pajisjeve fiskale, çastin kur lëshohet kuponi etj., dhe do të kishim një model të përshtatur për bizneset që operojnë në fushën e turizmit.

REKOMANDIM 9.

Inkurajimi i pagesave jo në dorë përmes përdorimit të terminaleve POS dhe pagesave elektronike do të ndikonin nivelin e lartë të ekonomisë së fshehtë në aktivitetet e turizmit, ato do të rrisnin pajtueshmërinë e biznesit me tatimet dhe do të kontribuonin ndjeshëm në rritjen e transparencës dhe reputacionit të ofertës shqiptare në turizëm, sidomos për të huajt. Mënyrat e përballimit të kësaj sfide duhet të jenë objekt diskutimi të mëtejshëm me BSH, bankat e nivelit të dytë dhe MFE-në, me qëllim gjetjen e një zgjidhjeje të pranueshme dhe shmangien e kostove shtesë për bizneset, sidomos për mikro-bizneset. Praktika ndërkombëtare ofron disa masa që mund të ndiqen²². Përveç sa më sipër, zbatimi në praktikë i rregullave mbi kategorizimin dhe klasifikimin e strukturave akomoduere, sipas dispozitave të Dekretit Nr. 730 datë 20.10.2016 të Këshillit të Ministrave, “Për miratimin e rregullores për kushtet, kriteret, tarifat, afatet dhe procedurën për klasifikimin e strukturave të akomodimit”, të

²² 1) Detyrimi për të patur në funksion terminale POS për lloje të përzgjedhura biznesesh (p.sh. bizneset e turizmit). Koreja e Jugut njihet për promovimin e transaksioneve elektronike duke zbatuar një gamë të gjerë të mjeteve. Në vitin 2001, pranimi i kartave ishte përcaktuar për të gjitha bizneset me TVSH në vend. Për më tepër, në vitin 2002 Koreja e Jugut vendosi gjopa për refuzimin e kartës; 2) Zbritja e TVSH-së për pagesat elektronike të pranuar nga tregtarët (shembulli i Uruguajt, ku zbritja e TVSH-së prej 2 pikë përqindje për pagesat elektronike të pranuar nga tregtarët është prezantuar kohët e fundit); 3) Incentiva për konsumatorët gjatë përdorimit të terminaleve POS (zbritja e TVSH-së); 4) Incentiva që konsumatorët të pajisen me karta debiti.

cilat e bëjnë të detyrueshëm përdorimin e terminaleve POS në hotele/resorte me 4 dhe 5 yje, do të ndihmonin në formalizim.

REKOMANDIM 10.

Informaliteti nga objektet akomoduere depërton në treg përmes zinxhirit të operatorëve turistikë, të cilët duhet të jenë subjekt i monitorimit dhe inspektimeve të përbashkëta nga DPT dhe Inspektorati i Turizmit, duke siguruar pajtueshmërinë me kërkesat rregullatore dhe fiskale. Shoqatat e biznesit që veprojnë në këtë segment mund të ndihmojnë për identifikimin e proceseve që janë objekte të informalitetit.

REKOMANDIM 11.

Për administratën tatimore, por edhe për inspektoratet që monitorojnë përputhshmërinë e tregut në formë të përhershme duhet të zhvillohen programe kundër informalitetit. Kjo platformë duhet të zbatohet rregullisht, aksionet sezonale kanë patur një ndikim negativ tek aktiviteti i biznesit dhe perceptimi i turistëve. Bazuar në gjetjet e analizës dhe konsultimet me bizneset del se ndryshimin nuk e bën shpeshtësia e inspektimeve tatimore, por profesionalizmi i procesit, qartësia e informacionit dhe bashkëpunimi, jo urdhrat për mënyrën sesi të bëhet formalizimi. Në këtë aspekt është e rëndësishme të pranojmë se bizneset kanë treguar një shkallë gatishmërie dhe vetëdijeje për t'u angazhuar në formalizimin e aktivitetit të tyre ekonomik. Kjo përfaqëson një forcë shtytjeje për axhendën kundër informalitetit dhe një faktor nga i cili mund të përfitohet. Modelet e informalitetit tregojnë se ai është rritur për shkak të informalitetit në “biznesin fqinj”. Praktikantët e mira, komunikimi dhe ndërgjegjësimi mund të jenë mënyrat për të kufizuar përhapjen e informalitetit.

3. MASAT KUNDËR INFORMALITETIT PËR PUNËSIMIN E PADEKLARUAR

REKOMANDIM 12.

Informaliteti në formën e punësimit të paregjistruar, tejkalon atë të moslëshimit të kuponit, sipas raportimeve nga bizneset në anketë. Mbështetja e bizneseve me kontribut social jashtë sezonit do të përmirësonte situatën e punësimit sezonal. Pagimi i kontributit shoqëror për punonjësit sezonalë jashtë periudhës së sezonit, përmes masave specifike “aktive” të tregut të punës, do të përmirësojë formalizimin e punësimit sezonal informal në sektorin e turizmit.

REKOMANDIM 13.

Prezantimi i programeve për trajnimin e punonjësve gjatë periudhës jashtë sezonit (përpara të fillimit të sezonit turistik). Kjo do të përmirësojë rekrutimin dhe cilësinë e stafit, sipas kërkesave nga bizneset. Paketat për trajnim në sektorin e turizmit mund të jenë pjesë e një programi të veçantë në Skemën e Qeverisë për Punësim Aktiv.

REKOMANDIM 14.

Kuadri ligjor për praktikantët dhe punonjësit sezonalë duhet të përshtatet me natyrën e kësaj skeme punësimi. Aktualisht, kërkesat për këtë skemë punësimi janë trajtuar në mënyrë të ngjashme me atë të punësuarit me kohë të plotë, duke “imponuar” kosto të panevojshme të punësimit të stafit për skemat e punësimit sezonal ose si praktikantë. Ekziston një diskutim në nivel kombëtar lidhur me përmirësimin e kushteve të angazhimit të praktikantëve për të përvetësuar njohuri gjatë ciklit të arsimit. Shoqatat e biznesit në fushën e turizmit duhet të angazhohen dhe të kontribuojnë në këtë diskutim.

SHTOJCA 1

STRATEGJI TË TJERA SEKTORIALE PËR TURIZMIN²²

1. Strategjia Kombëtare për Zhvillim dhe Integrim 2015-2020 (SKZHI)

Dokumenti liston sfidat kryesore me të cilat përballët sektori, përfshi zbatimin e standardeve, cilësinë e shërbimeve dhe faciliteteve turistike, zhvillimin e produkteve turistike, mungesën e bashkëpunimit dhe koordinimin efektiv mes aktorëve që janë apo mund të ishin pjesë përbërëse e industrisë së turizmit. Ndër sfidat specifike përfshihen: (1) nevoja për një integrim më të madh të planifikimit të turizmit dhe destinacioneve turistike; (2) adresimi i dobësive në lidhje me gamën dhe cilësinë e produkteve turistike; (3) zhvillimi i një mjedisi më të favorshëm ligjor dhe institucional për përthithjen e investitorëve të vendas dhe të huaj privatë; (4) nevoja për një

qasje më gjithëpërfshirëse dhe strategjike në lidhje me zhvillimin e turizmit në Shqipëri, për sigurimin e qëndrueshmërisë dhe sigurimin e të ardhurave dhe mundësive të punësimit; dhe (5) nevoja për miratimin dhe zbatimin e “Strategjisë ndërsektoriale kombëtare të turizmit.”

Dy objektiva strategjike për turizmin parashihen në këtë Strategji:

1. Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm në vend për të kontribuar në zhvillimin ekonomik dhe punësimin, nëpërmjet rritjes së qëndrimeve për ndërkombëtarët dhe rritjes modeste të emigrantëve dhe shqiptarëve etnikë; rritjes së kontributit direkt të turizmit në PBB; dhe rritjes së kontributit direkt të turizmit në punësim;
2. Krijimi i një modeli të integruar të turizmit, me përmasa kulturore, natyrore dhe bregdetare nëpërmjet zhvillimit të një strategjie “*Brand-*

ing Albania” me një logo dhe slogan të unifikuar për investimet në turizëm; miratimit dhe zbatimit të “Strategjisë kombëtare për zhvillimin e turizmit”; zhvillimit dhe zbatimit të një Plani kombëtar për zhvillimin e turizmit, të integruar me Planin e Përgjithshëm të Territorit Kombëtar; dhe krijimit të produkteve të reja kulturore, natyrore dhe të turizmit bregdetar.

2. Plani i Përgjithshëm Kombëtar 2015-2030 (PPK)

Plani i Përgjithshëm Kombëtar përcakton orientimet kryesore të zhvillimit të turizmit bazuar në potencialet e territorit. Harta e potencialit turistik brenda këtij Plani ilustron zona të cilat klasifikohen si Zona me Rëndësi Kombëtare për vlerat që kanë në planikimin dhe zhvillimin e qëndrueshëm të territorit. Një numër i konsiderueshëm i këtyre zonave rregullohet nga legjislacioni sektorial në fuqi, si p.sh. zonat e mbrojtura natyrore, burimet ujore dhe fashat e tyre mbrojtëse, zonat minerare, zonat industriale, zonat e trashëgimisë historike dhe kulturore, monumentet e kulturës, zonat dhe parqet arkeologjike, qendrat historike, brezi bregdetar, etj.

3. Plani i Integruar Ndërsektorial për Brezin e Bregdetit (PINS)

Nga analizat e studimet e realizuar deri më sot dhe nga strategjitë kombëtare të zhvillimit, por edhe ato ndërkombëtare për të ardhmen e rajonit të Mesdheut, të bëra për sektorin e turizmit dhe ekonominë detare, PINS Bregdeti vlerëson se tendeca e zhvillimit të turizmit në Shqipëri duhet të përqendrohet në këto lloje turizmi: turizmi bregdetar, turizmi kulturor, turizmi natyror/ekoturizmi, turizmi rural, agro-turizmi, turizmi malor, turizmi i aventurës (sporte) dhe turizmi i shëndetit dhe mirëqenies.

4. Strategjia Ndërsektoriale “Akhenda Dixhitale e Shqipërisë 2015-2020”

Dokumenti synon rritjen e efikasitetit të sektorit prodhues, bujqësi, turizëm dhe industri nëpërmjet sistemeve të TIK. Një nga objektivat strategjike të dokumentit parasheh përmirësimin e infrastrukturës TIK në administratën publike për zhvillime të harmonizuara dhe integruara sipas standardeve ndërkombëtare për e-qeverisjen në të gjithë sektorët (shëndetësi, arsim, mjedis, bujqësi, turizëm, kulturë, energji, transport, etj.) me qëllim ndërlidhjen 100% të të gjitha sistemeve deri në fund të 2020.

5. Strategjia Ndërsektoriale për Zhvillimin Rural dhe Bujqësor 2014-2020

Dokumenti vendos bazën e një planifikimi të integruar dhe synon zhvillimin e turizmit rural dhe aktiviteteve të tjera të lidhura me turizmin, si për shembull turizmi kulturor, turizmi natyror dhe malor, turizmi i verës, etj., duke rikonstruktuar ndërtesat dhe shtëpitë tradicionale për qëllime biznesi, si akomodimi, ushqimi, koha e lirë, tregtia, etj. Sipas strategjisë, arritja e qëllimeve të lartpërmendura do të bëhet e mundur nëpërmjet promovimit dhe marketingut të imazhit turistik të vendit si destinacion turistik me interes të veçantë, diversifikimit të produktit turistik duke e zgjeruar në të gjithë territorin për të siguruar zhvillimin e integruar të turizmit dhe zhvillimit të sistemeve të certifikimit dhe standardizimit në turizëm për të kontribuar në cilësinë e përmirësuar të shërbimeve dhe produkteve në sektor.

6. Strategjia e Transportit

Parashtron që deri në vitin 2030, 30% e transportit rrugor, mbi 300 km distancë, duhet të zhvendoset në mënyra të tjera të tilla si transporti hekurudhor

ose ujq dhe më shumë se 50% deri në vitin 2050. Deri në vitin 2050, synohet që pjesa më e madhe e transporteve të pasagjerëve për distancat e mesme të bëhet me hekurudhë. Nga pikëpamja mjedisore, politika e transportit të BE-së është fokusuar në zhvillimin e një sistemi të integruar të transportit në forma të ndryshme që është i padëmshëm për mjedisin. Strategjia shoqërohet nga një plan veprimi, bazuar në shtyllat: Rritja Blu, Lidhja e Rajonit (rrjetet e transportit dhe energjisë), Cilësia e mjedisit dhe Turizmi i qëndrueshëm. Arritja e modelit të integruar të turizmit të kombinuar të dimensioneve bregdetare (plazhet dhe dielli), kulturore (arkeologjia, trashëgimia) dhe natyrore (eko-turizmi) mbështetet kryesisht mbi një rrjet efikas të rrugëve që mund të lidhë çdo cep të vendit. Disa destinacione janë të një rëndësie të veçantë dhe kanë nevojë për lidhje cilësore rrugore: destinacionet bregdetare, vendet e trashëgimisë botërore dhe eko-turizmi.

7. Strategjia e Zhvillimit të Biznesit dhe Investimeve 2014-2020

Rritja e investimeve të huaja është objektiv kyç për zhvillimin ekonomik të vendit dhe prioritet strategjik i qeverisë. Rëndësia e investimeve të huaja është shumë planëshe si dhe performanca e investimeve ndikon në progresin ekonomik dhe social të vendit. IHD-të sjellin kapitalin e nevojshëm, rrisin produktivitetin e ekonomisë dhe ndërmjet të tjerave nëpërmjet transferimit të njohurive dhe teknologjisë, ndikojnë në hapjen e tregjeve të reja për tregti, si dhe rrisin konkurrueshmërinë e ekonomisë, ndikojnë në reduktimin e deficitit të llogarive korrente, rrisin punësimin dhe mbi të gjitha ndikojnë në mirëqenien e popullsisë. Strategjia konstaton se PPP nëpërmjet kontratave kon-

cesionare ka vërtetuar se është një mekanizëm i suksesshëm në tërheqjen e investimeve të huaja veçanërisht në sektorin e minierave dhe të energjisë dhe parashtrohet që kjo politikë do të zgjerohet edhe në sektorë të tjerë dhe do të bëhen përpjekje për të nxitur praktikën më të mirë në përgjegjësinë sociale të korporatës-CSR, në industrinë nxjerrëse (naftë, miniera, çimento dhe energji elektrike), për të krijuar një mjedis miqësor menaxhues dhe të pranueshëm nga komuniteti lokal.

8. Strategjia për Menaxhimin e Integruar të Kufijve

Objektivat e politikës që përcakton kjo strategji janë:

- » forcimi i masave për luftën kundër krimit ndërkufitar dhe trafikeve të paligjshme me synim rritjen e standardeve të sigurisë së kufijve në parametrat e vendeve të BE-së;
- » rritja e standardeve për kontrollin dhe mbikëqyrjen e kufijve nëpërmjet aplikimit të praktikave më të mira për menaxhimin e integruar të tij;
- » krijimi i një kuadri ligjor të përshtatshëm dhe të harmonizuar me standardet e BE-së dhe Rregullores Schengen;
- » ngritja e një sistemi masash parandaluese për migrimin e paligjshëm, bazuar në kuadrin ligjor dhe praktikën e mira të vendeve të BE-së;
- » përafrimi me standartet e BE-së i qarkullimit të mallrave, mjeteve dhe udhëtarëve në kufi, duke garantuar lehtësi për tregtinë e ligjshme dhe kufij të sigurt;
- » përafrimi i plotë i sistemit elektronik të lëshimit të vizave, e-viza me standartet e Rregullores Schengen.

SHTOJCA 2

INSTITUCIONET PËRGJEGJEGJËSE PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT²³

1. Ministria e Turizmit

- » zbaton parimet themelore të zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm, në përputhje me dispozitat e këtij ligji dhe akteve ligjore dhe nënligjore në fuqi, në bashkëpunim me të gjithë aktorët e industrisë së turizmit;
- » harton dhe paraqet për miratim në Këshillin Kombëtar të Territorit, *Planin Kombëtar të Turizmit* dhe është përgjegjës për zbatimin e tij;
- » harton dhe paraqet për miratim në Këshillin e Ministrave, *Strategjinë e Zhvillimit të Turizmit dhe Planin e Veprimit*;
- » ndërton dhe administron *Regjistrin Qendror të Turizmit* dhe *Regjistrin Kombëtar të Burimeve Turistike*;
- » mbështet financiarisht projekte që ndihmojnë zhvillimin e fushës së turizmit;
- » mbështet, mbron dhe zhvillon burimet turistike dhe promovon produktet e turizmit në

përputhje me parimet e zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm dhe në bashkëpunim me grupet e interesit;

- » Marrjen e masave për mirëqenien, mbrojtjen dhe promovimin e punësimit në industrinë e turizmit, duke i dhënë përparësi punësimit të rinjve;
- » promovon, mbështet dhe bashkëpunon me institucionet publike dhe private në mbledhjen, përpunimin dhe administrimin e të dhënave në fushën e turizmit;
- » harton dhe zbaton politikën për *sistemet e certifikimit dhe klasifikimit* në përputhje me dispozitat e këtij ligji;
- » i propozon Këshillit Kombëtar të Territorit miratimin e zonave prioritare për zhvillimin e turizmit, sipas dispozitave të legjislacionit në fuqi;
- » zhvillon politika për produktin dhe marketingun turistik në fushën e turizmit, bazuar në *Strategjinë e Zhvillimit të Turizmit dhe Strategjinë Kombëtare të Marketingut për Sektorin e Turizmit*;

24 Burimi: Ligji 93.2015, Faqja e internetit e Ministrisë së Turizmit dhe Mjedisit

- » Mbështet, inkurajon dhe fuqizon ndërmarrjet turistike, të cilat kryejnë aktivitetet turistike si objekte akomodimi, në lidhje me përdorimin efikas të burimeve natyrore dhe certifikimin “*Eko-Certifikata*”.

2. Njësitë territoriale të turizmit

Këto krijohen si një strukturë administrative e ministrisë përgjegjëse për turizmin. Mënyra e organizimit dhe funksionimit të degës territoriale të shërbimit turistik miratohet me urdhër të ministrit përgjegjës për turizëm. Ndarja territoriale e shërbimit të turizmit kryen këto funksione:

- » koordinon punën në terren për zbatimin e politikave të zhvillimit të produkteve të turizmit dhe menaxhimin e destinacionit turistik;
- » këshillimi i ndërmarrjeve turistike për të përbushur standardet dhe për të rritur cilësinë e shërbimeve dhe produkteve turistike të ofruara;
- » inkurajon dhe fuqizon ndërmarrjet turistike dhe komunitetet pritëse për arsimim të vazhdueshëm;
- » ofrimi i informacionit mbi ndërmarrjet e turizmit në lidhje me kornizën ligjore dhe standardet në fushën e turizmit dhe shpërndarjen e manualeve të klasifikimit/certifikimit për ndërmarrjet turistike;
- » këshillon palët e interesuara për krijimin e ndërmarrjeve turistike;
- » regjistron çdo kërkesë dhe ankesë të paraqitur nga turistët, përfaqësuesit e tyre dhe shoqatat e konsumatorëve dhe i përcjellë ato në inspektoratin që mbulon fushën e turizmit;
- » bashkëpunojë me autoritetet lokale dhe grupet e interesit për të ofruar informacion në fushën e turizmit, sipas kërkesave dhe detyrave të dhëna nga strukturat përgjegjëse për turizëm;
- » mbledh të dhëna dhe përpilon raporte periodike, në bashkëpunim me zyrtarët e turizmit të njërive të qeverisjes vendore, të cilët e paraqesin atë tek struktura përgjegjëse në ministrinë përgjegjëse për turizëm.

3. Komiteti Këshillimor i Sektorit Privat për Turizëm

Komiteti Këshillimor i Sektorit Privat për Turizmin (KKSPT) është themeluar si një organ këshillimor për sektorin e turizmit. Mënyra e organizimit dhe funksionimit të KKSPT përcaktohet në rregulloren e miratuar nga ministri përgjegjës për turizëm. KKSPT kryesohet nga Ministri përgjegjës për turizëm dhe përfshin përfaqësues nga shoqatat kombëtare të ndërmarrjeve që veprojnë në ose që kanë lidhje me turizmin, përfaqësues nga institucionet e arsimit të lartë, dhomat ekonomike, përfaqësuesit e shoqatave apo OJQ-ve që veprojnë në fushën e turizmit, si dhe përfaqësues të institucioneve/donatorëve ndërkombëtarë.

KKSPT ka funksionet e mëposhtme:

- » këshillon ministrin përgjegjës për turizmin për zhvillimin e Strategjisë së Zhvillimit të Turizmit para miratimit nga Këshilli i Ministrave;
- » trajton dhe shqyrton çështje që lidhen me aktivitetin e turizmit në sektorin privat ose që mund të lindin gjatë ushtrimit të këtij aktiviteti;
- » siguron bashkëpunim midis sektorit privat dhe ministrisë përgjegjëse për turizmin për çështjet që mund të lindin gjatë zhvillimit të turizmit, zbatimit të Strategjisë së Zhvillimit të Turizmit dhe Planit të Veprimit;
- » jep mendime mbi planifikimin e zonave prioritare për zhvillimin e turizmit;
- » jep mendime kur shqyrton aktet ligjore lidhur me turizmin;
- » ofron informacion mbi performancën e sektorit të turizmit privat dhe i sugjeron ministrisë përgjegjëse për turizmin duke marrë masa për çështjet e lidhura me turizmin.

4. AGJENCIA KOMBËTARE E TURIZMIT (AKT)

Agjencia Kombëtare e Turizmit është një entitet juridik publik, nën përgjegjësinë e ministrit përgjegjës për turizmin, i cili synon të promovojë

turizmin shqiptar, brenda dhe jashtë vendit.

KT ka këto detyra:

- » zbaton politika marketingu në fushën e turizmit, promovimi i turizmit shqiptar në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar, për të krijuar imazhin e Shqipërisë si një destinacion turistik në tregun ndërkombëtar;
- » ofron informacion për vizitorët, udhëtarët dhe turistët, për shërbimet turistike të ofruara, për produktet dhe destinacionet turistike, për aktivitete dhe informacione të tjera të dobishme;
- » promovon destinacionet turistike dhe produktet brenda dhe jashtë vendit, duke bashkëpunuar me zyrtarë rajonale të turizmit, qeverisjen vendore dhe organizatat e tjera që veprojnë në fushën e turizmit;
- » nxit investimet në fushat prioritare të zhvillimit të turizmit, duke bashkëpunuar me institucione të tjera të promovimit të investimeve publike në vend;
- » nis dhe promovon projektet e turizmit, sipas fushës së tyre të veprimtarisë, duke marrë miratimin paraprak të ministrisë përgjegjëse për turizëm;
- » propozon dhe harton materiale me karakter promovues, në përputhje me tendencat e tregut turistik dhe realizon prodhimin e tyre;
- » zbaton strategjinë kombëtare të zhvillimit të turizmit dhe strategjinë kombëtare të marketingut për sektorin e turizmit.

5. AGJENCIA KOMBËTARE BREGDETARE (AKB)

Agjencia Kombëtare Bregdetare është një entitet juridik publik nën përgjegjësinë e ministrit përgjegjës për turizmin, i cili synon të mbrojë dhe të ndjekë zhvillimin e zonës bregdetare shqiptare. Kompetencat, mënyra e organizimit dhe funksionimit të AKB miratohen me vendim të Këshillit të Ministrave, me propozim të ministrit përgjegjës për turizmin.

AKB kryen këto detyra:

- » ruajtjen dhe zhvillimin e qëndrueshëm të zonës bregdetare;
- » zbatimi i politikave dhe strategjive për menaxhimin e integruar të zonës bregdetare;
- » bashkërendimin e programeve të lidhura me zonën bregdetare;
- » promovimi i investimeve në zonën bregdetare;
- » kontribuon në informimin, konsultimin dhe qasjen e publikut në hartimin dhe zbatimin e politikave dhe strategjive në lidhje me menaxhimin e integruar të zonës bregdetare;
- » merr pjesë në hartimin e politikave dhe strategjive kombëtare për menaxhimin e integruar bregdetar dhe koordinimin e punës për zbatimin e tyre;
- » propozon ndryshime dhe përmirësimin e kuadrit ligjor dhe nënligjor për menaxhimin e integruar të zonës bregdetare;
- » bashkëpunon me organet përkatëse për projektet dhe aktivitetet e mbrojtjes bregdetare dhe zhvillimit dhe monitorimin e zbatimit të tyre;
- » inkurajon dhe bashkëpunon me organizata, institucione, investitorë dhe aktorë të tjerë ndërkombëtarë ose lokalë dhe duke i ftuar ata të marrin pjesë dhe të përfshihen në projekte dhe zhvillime relevante për menaxhimin e integruar të zonës bregdetare;
- » monitoron zbatimin strikt të instrumenteve të planifikimit territorial, të miratuara nga autoritetet qendrore dhe lokale në zonën bregdetare;
- » harton një rregullore për disiplinën e zhvillimit të aktiviteteve turistike, që zhvillohen në zonën bregdetare. Kjo rregullore miratohet nga ministri përgjegjës për turizmin.

6. INSPEKTORATI Kombëtar i Turizmit (IKT)

Inspektorati Kombëtar i Turizmit ka këto detyra:

- » kontrollon zbatimin e kritereve dhe kushteve të subjekteve që ushtrojnë veprimtari turis-

- tike, në përputhje me dispozitat e këtij ligji, aktet nënligjore në zbatimin e tij dhe aktet e tjera ligjore në fuqi;
- » kontrollon dhe inspekton ambientet ku zhvillohet veprimtaria turistike;
 - » bashkëpunon dhe ofron informacion për organet e tjera shtetërore, për raste që janë në kompetencën e tyre, lidhur me veprimtarinë turistike;
 - » kontrollon dhe merr masa për shkeljet e konstatuara nga subjektet që ushtrojnë veprimtari turistike, në përputhje me dispozitat e këtij ligji;
 - » mbledh dhe administron dokumentacionin e plotë përkatës, përfshirë dokumentet elektronike, të cilat kanë të bëjnë me objektin e kontrollit;
 - » ushtron kontroll në ambientet dhe në dokumentacionin e subjekteve turistike, të cilët kanë për detyrë të lejojnë dhe të vënë në dispozicion të Inspektoratit informacionin dhe dokumentacionin e nevojshëm për inspektim;
 - » vendos gjoba dhe masa të tjera administrative kundër personave fizikë ose juridikë kur vërehet dispozita e këtij ligji.

7. KOMISIONI PËR STANDARDIZIMIN E AKTIVITETEVE TË TURIZMIT

Për certifikimin e aktiviteteve turistike, komisioni për standardizimin e aktiviteteve turistike krijohet për lëshimin dhe revokimin e certifikatave përkatëse, në ministrinë përgjegjëse për turizmin. Mënyra e organizimit, funksionimit dhe përbërjes së komisionit të standardizimit për veprimtaritë turistike përcaktohet me rregullore të miratuara me urdhër të ministrit përgjegjës për turizëm. Komisioni i standardizimit për aktivitetet turistike

përcaktohet me urdhër të ministrit përgjegjës për turizëm dhe përbëhet nga 5 anëtarë.

8. BASHKITË

Bashkitë kanë detyrat e mëposhtme:

- » të krijojnë inventarin e burimeve kryesore turistike të njësisë së qeverisjes vendore dhe inventarizimin e ndërmarrjeve turistike në nivel lokal;
- » të përditësojnë periodikisht, çdo 6 muaj, inventarin e burimeve turistike, për ministrin përgjegjës për turizmin me qëllim krijimin e të një baze të dhënash në nivel kombëtar;
- » të ofrojnë infrastrukturë mbështetëse për aktivitetet e biznesit turistik në nivel lokal, duke bërë të mundur që standardet të respektohen nga ndërmarrjet turistike;
- » të kontribuojnë në zhvillimin e llojeve të ndryshme të turizmit në nivel lokal, si turizmi kulturor, agro-turizmi, etj., bazuar në burimet e turizmit, duke luajtur një rol aktiv në diversifikimin e produktit turistik, në bashkëpunim me të gjitha institucionet qendrore dhe lokale, të tilla si dhe grupet e interesit;
- » të ofrojnë informacion, si pjesë e sistemit të statistikave të turizmit, ministrit përgjegjës për turizmin;
- » të bashkëpunojnë për të marrë masa për të ofruar shërbime shëndetësore parësore për vizitorët/turistët brenda juridiksionit të njësisë së qeverisjes vendore, duke zbatuar standardet e përcaktuara nga ministria përgjegjëse për turizëm dhe shëndetësi;
- » të marrin masa për krijimin dhe mirëmbajtjen e një mjedisi të shëndoshë brenda juridiksionit të territorit të tyre, në përputhje me normat dhe zbatimin e rregullave higjieno-sanitare.

SHTOJCA 3

SHËNIME MBI KUADRIIN TEORIK DHE OBJEKTIVIN E VLERËSIMIT

Për shumë vende, turizmi është një burim i rëndësishëm i të ardhurave, punësimit, fitimeve nga eksporti, të ardhurave publike dhe mundësive për biznes. Për rrjedhojë, nuk është për t'u habitur që shumë qeveri e konsiderojnë turizmin si një mjet të fuqishëm për tërheqjen e investimeve, zgjerimin e infrastrukturës publike, dhe rritjen e standardit të jetesës për komunitetet lokale. Zakonisht, këto përfitime janë më të ndjeshme dhe të shumëllojshme në destinacionet e mëdha turistike dhe në komunitetet e tyre, por ato mund të jenë të dukshme edhe në zona turistike të vogla dhe të largëta.

Ekonomia informale (ose ekonomia e fshehur apo ekonomia gri) përfshin veprimtari të shumta ekonomike, që variojnë nga veprimtaritë me ligjshmëri të dyshimtë, deri te ato tërësisht të jashtëligjshme. Për qëllimet e këtij studimi, ekonomia informale në sektorin e turizmit do t'i referohet në mënyrë ekskluzive veprimtarive ekonomike që përfshijnë **transaksione monetare, por që përfaqësojnë veprimtari të lig-**

jshme ekonomike, dhe kryejnë evazion fiskal apo shmangie të taksave. Studimet të cilat synojnë të identifikojnë nxitësit e ekonomisë së fshehtë, pretendojnë se faktorët që ndikojnë në shfaqjen e aktiviteteve informale mund të klasifikohen në katër kategori kryesore, (i) barra e kontributeve tatimore dhe të sigurimeve shoqërore, 2) miratimi i rregulloreve gjithnjë e më të rrepta (p.sh. rregulloret për tregun e punës, barrierat tregtare, etj.), 3) rënia e cilësisë së mallrave dhe shërbimeve publike, dhe 4) gjendja e ekonomisë formale (Schneider et al, 2011). Pjesa më e madhe e studimeve empirike në këtë fushë kërkimi kanë konstatuar dëshmi të forta se **rritja e barrës së kontributeve tatimore dhe të sigurimeve shoqërore mbetet faktori më influencues në shfaqjen e ekonomisë informale.**

Ekonomia e fshehtë në sektorin e turizmit mbetet ende një fushë e pahulumtuar mjaftueshëm, pavarësisht rëndësisë në rritje të turizmit në ekonominë e brendshme dhe atë globale. Deri më tani, shtetet i kanë kushtuar shumë pak vëmendje njohjes së thelluar, zbërthimit dhe

matjes së ekonomisë së fshehtë lidhur me turizmin. Pavičević (2014) ka raportuar ndikimin negativ të ekonomisë së fshehtë në turizmin e Malit të Zi, duke vënë në dukje se zhvillimit të turizmit malazez i është vënë fre për shkak të numrit në rritje të aktiviteteve të pakontrolluara, si p.sh. rritja e numrit të ambienteve private të paregjistruara të akomodimit në rajonin bregdetar. Vrojtme të ngjashme mbi ekonominë e fshehtë të lidhur me turizmin në Mal të Zi janë bërë edhe nga Milic (2014), i cili ka konstatuar se problemet më madhore të ekonomisë së fshehtë në veprimtaritë ekonomike të lidhura me turizmin janë kapacitetet e padeklaruara të akomodimit sezonal, të cilat gjenerojnë të ardhura dhe punësim të padekluar. Turizmi kroat është ndikuar gjithashtu negativisht nga shërbimi informal i strehimit, i cili ofrohet në shtëpitë private, apartamentet dhe dhomat private, dhe i cili mbetet aktiviteti më i shpeshtë i ekonomisë së fshehtë në turizëm. Në vitin 2016, pothuajse 58% e të gjitha ambienteve fitimprurëse të akomodimit të turistëve në Kroaci përbëhej nga shtëpitë private. Të dhënat e raportimit nga Sondazhet mbi Klimën e Biznesit dhe Performancën e Ndërmarrjeve, të kryera nga Banka Botërore dhe nga Banka Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim në 11 vende të Evropës Lindore në vitin 2013, kanë raportuar se *firmat e regjistruara në sektorin e akomodimit dhe të hotelerisë i perceptojnë praktikën informale si pengesa më e madhe në veprimtarinë e tyre, krahasuar me firmat e sektorëve të tjerë*. Për sa u përket ndërmarrjeve të mesme, ka më pak gjasa që ato ta konsiderojnë sektorin informal si pengesën më të madhe të hasur në ushtrimin e veprimtarisë së tyre, pasi mungesa e subvencioneve përbën një problem akoma më madhor për to.

Ekonomia e fshehtë mbetet një sfidë e cila prek jo vetëm ofruesit e shërbimeve, por edhe turistët dhe komunitetet pritëse. Kjo ekonomi informale në sektorin e turizmit do të ndikonte mbi konkur-

rueshmërinë e përgjithshme të sektorit dhe mbi potencialin e tij për rritje dhe zhvillim të mëtejshëm.

Publikimi i Crouch dhe Richie “Konkurueshmëria e sektorit të turizmit” (1999), identifikon një sërë variablash të lidhura me biznesin dhe politikën, të cilat kontribuojnë në konkurueshmëri dhe influencohen nga dikotomia e ekonomisë formale-informale në sektorin e turizmit. Dikotomia formale-informale në ekonominë e turizmit shfaqet si një fenomen tipik në vendet në zhvillim, dhe për rrjedhojë edhe në Shqipëri. Aktiviteti i turizmit informal do të ndikonte në përparësitë krahasuese endogjene dhe ekzogjene, dhe kryesisht në menaxhimin e burimeve natyrore, krijimin e kapitalit përmes investimeve të reja, përvetësimin e teknologjive, zhvillimin e infrastrukturës, efektivitetin operacional të sektorit si dhe në kuadrin e tij monitorues dhe rregullator.

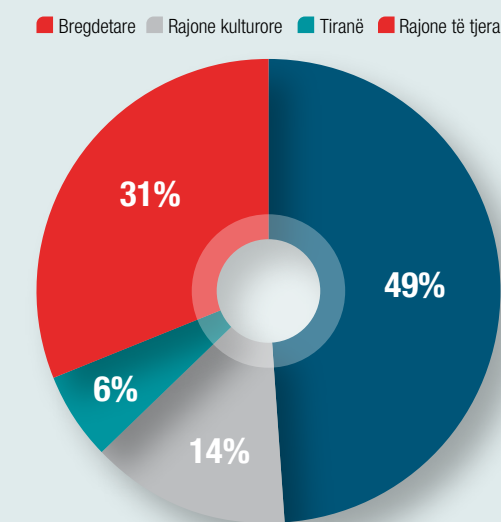
Ky shënim teknik mbi formalizimin e sektorit të turizmit do të përqendrohet në njohjen e shkallës në të cilën aktiviteti i ekonomisë së turizmit është duke u “intoksikuar” nga aktiviteti informal dhe evazioni fiskal, duke identifikuar faktorët që nxisin informalitetin dhe duke eksploruar veçanërisht ndikimin e masave fiskale mbi formalizimin. Masat dhe variablat e gjendjes fiskale të ekonomisë informale, të cilat masin faktorët që ndikojnë në informalitetin në sektorin e turizmit, do të zhvillohen mbi bazën e metodës së analizës së komponentit kryesor. Pritet që çdo ndërhyrje nëpërmjet politikave për formalizimin e aktivitetit të ekonomisë së turizmit të përmirësojë konkurrueshmërinë e ekonomisë së përgjithshme të turizmit. Ndjeshmëria e informalitetit ndaj faktorëve të politikave do të matet duke përdorur regresionin transversal, ndërkohë që një regresion me dy faza do të zbulojë ndikimin e informalitetit në klimën e investimeve, e cila përdoret si tregues i konkurrueshmërisë në sektorin e turizmit.

SHTOJCA 4

KARAKTERISTIKAT E PËRGJITHSHME TË BIZNESEVE TË ANKETUARA

Shpërndarja e të anketuarve sipas rajoneve tregon se shumica e përgjigjeve, rreth gjysma e tyre (49%) përfaqësojnë biznese që kryejnë aktivitet në zona bregdetare dhe në destinacionet turistike bregdetare të Durrësit, Vlorës, Lezhës dhe Shkodrës. Destinacionet turistike të natyrës kulturore dhe historike si Berati, Gjirokastra dhe Korça përfaqësojnë 14%, 6% të kompanive operojnë në Tiranë dhe 30% e bizneseve të mbetura operojnë në destinacionet jo tradicionale turistike të Dibrës, Kukësit, Elbasanit dhe Fierit. Kjo shpërndarje e kampionit në katër fusha kryesore u krijua për të marrë specifikat e sektorit të turizmit sipas karakteristikave të destinacionit, konsideruar që tipologjia e destinacionit ndikon në formën e informalitetit dhe modelin e biznesit. Shumica e kompanive të intervistuar janë regjistruar pas vitit 2000, rreth 85,1% e kompanive të intervistuar kanë deklaruar të jenë të regjistruar pas vitit 2001, ndërsa vetëm 14,9% e bizneseve të anketimit janë regjistruar para vitit 2000.

Figura 1. Shpërndarja rajonale e kampionit të anketës

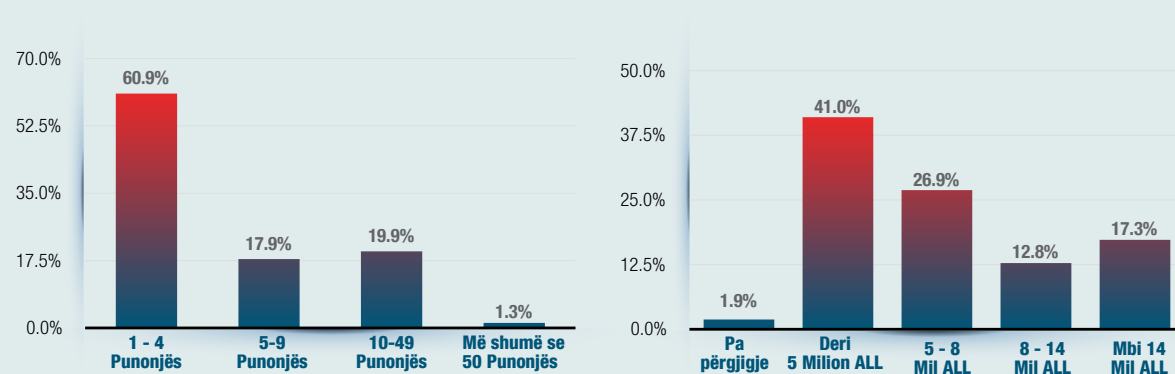


Burimi: Anketa e KI

44% e kompanive të anketuara përfaqësojnë subjekte akomodimi/hotele, 17% ofrojnë shërbime ushqimore dhe pije, ndërsa 35% përfaqësojnë operatorët turistikë dhe agentët e

udhëtimit. Sektori i turizmit dominohet nga mikro ndërmarrjet, 60,9% e të anketuarve kanë 1-4 punonjës, ndërsa 41% raportojnë qarkullim vjetor deri në 5 Mil ALL. Pjesa e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme përfaqëson 37,8% të kampionit (nëse klasifikuar sipas numrit të të punësuarve) ose 39,7% të kampionit nëse xhiro vjetore përdoret si masë klasifikuese (Figura

Figura 2. Shpërndarja e kompanive sipas nivelit të xhiros dhe punonjësve



Struktura e sektorit. Struktura e sektorit dominohet nga mikro-ndërmarrjet, strukturat e vogla dhe të mesme përfaqësojnë një pjesë të dukshme të sektorit, ndërkohë që ndërmarrjet e mëdha janë në pakicë, njëlloj me investimet e huaja të cilat kanë një përhapje shumë të ulët në këtë sektor. Modeli i biznesit të ngritur varet nga des-

2). Ndërmarrjet e mëdha janë vetëm një pjesë e vogël e sektorit, vetëm 17% e kompanive mund të klasifikohen si kompani të mëdha bazuar në xhiron e tyre. Sektori raporton një përqindje të ulët të depërtimit të kapitalit të huaj, vetëm 6,4% e të anketuarve kanë raportuar të kenë kapitali të huaj të plotë ose të pjesshëm në part-neritet me vendasit.

tinacioni turistik, zonat bregdetare dominohen nga bizneset e vogla dhe të mesme, destinacionet kulturore/historike në zhvillim si dhe rajonet jo tradicionale turistike dominohen nga bizneset mikro familjare, ndërsa Tirana raporton një pjesë më të madhe të korporatave dhe të kompanive të mesme që ushtojnë aktivitetet në këtë sektor.

BIBLIOGRAFIA

1. EU Progress Report 2018
2. IMF Report December 2017
3. Investment Climate Statement 2018 – Departamenti Amerikan i Shtetit
4. Raporti Vjetor 2017 - Organizata Botërore e Turizmit
5. Raporti mbi Konkurrueshmërinë në Udhëtim dhe Turizëm 2017- Forumi Ekonomik Botëror
6. Udhëtim dhe Turizëm, Impakti Ekonomik 2018 - Këshilli Botëror i Udhëtimit dhe Turizmit
7. Turizmi për Zhvillim 2017 - Grupi i Bankës Botërore
8. Draft-Strategjia Mbi Turizmin
9. Strategjitë sektoriale mbi turizmin
10. Ligji Nr. 93/2015 "Për Turizmin"
11. VKM Nr. 710 datë 12.10.2016 "Për Miratimin e Rregullores "Për Kërkesat Dhe Kriteret Për Ushtrimin e Veprimtarisë Së Operatorit Turistik"
12. VKM Nr. 711 datë 12.10.2016 "Për Miratimin e Rregullores "Për Kushtet Dhe Kriteret Për Projektimin dhe Ndërtimin e Strukturave Akomoduese"
13. VKM Nr. 730 datë 20.10.2016 "Për Miratimin e Rregullores Për Kushtet, Kriteret, Tarifat, Afatet dhe Procedurën Për Klasifikimin e Strukturave Akomoduese"
14. VKM Nr. 22 datë 12.01.2018 "Për Miratimin e Kriterëve Për Certifikimin e Veprimtarisë Së Agroturizmit"
15. VKM Nr. 257 datë 09.05.2017 "Për Përcaktimin e Kriterëve, Të Procedurave Dhe Të Dokumentacionit Për Subjektet Që Aplikojnë Për Statusin "Investitor Në Strukturë Akomoduese Me 4 Ose 5 Yje, Status Special"
16. Ligji Nr. 55/2015 "Për Investimet Strategjike"
17. Ligji Nr. 92/2014 "Për TVSH" (i ndryshuar)
18. Ligji Nr. 71/2017 "Për një Shtesë në Ligjin Nr. 92/2014 "Për TVSH" i ndryshuar
19. Ligji Nr. 107/2017 "Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 92/2014 "Për TVSH" i ndryshuar
20. Ligji Nr. 8438 datë 28.12.1998 "Për Tatimin mbi të Ardhurat" (i ndryshuar)
21. Ligji Nr. 104 datë 30.11.2007 "Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 8438 datë 28.12.1998 "Për Tatimin mbi të Ardhurat" (i ndryshuar)"
22. Ligji Nr. 9632 datë 30.10.2006 "Për Sistemin e Taksave Vendore" (i ndryshuar)
23. Ligji Nr. 106 datë 30.11.2017 "Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 9632 datë 30.10.2006 "Për Sistemin e Taksave Vendore"
24. Njoftimet për shtyp dhe raportet e DPT
25. MFE dhe KM njoftime për shtyp
26. Artikuj në media dhe analiza

RRETH KËSHILLIT TË INVESTIMEVE NË SHQIPËRI

Këshilli i Investimeve ka si qëllim rritjen e besimit të ndërsjellë midis biznesit dhe qeverisë duke kontribuar në institucionalizimin e dialogut mbi politikat në vend. Kontribuon në reformat kombëtare dhe procesin e tranzicionit ekonomik duke ndihmuar në përmirësimin e institucioneve, ligjeve dhe politikave që promovojnë mirëfunksionimin e tregut.

Dr. Diana Leka (Angoni)

Drejtoresh e Sekretariatit
lekad@investment.com.al

Elvis Zerva

Ekspert Ligjor dhe Rregullator
zervae@investment.com.al

Elida Fara

Eksperte Ekonomike
farae@investment.com.al

Xaira Shurdha

Eksperte për Monitorimin dhe Bashkëpunimin
shurdhax@investment.com.al

Elisa Lula

Oficere Administrative dhe Komunikimi
lulae@investment.com.al

Publikuar nga Sekretariati i Këshillit të Investimeve (SKI), Dëshmorët e Kombit, Tiranë, Shqipëri
info@investment.com.al / www.investment.com.al / SKI është përgjegjëse për përmbajtjen e këtij publikimi.

 Albania Investment Council  ALInvestCouncil  Albania Investment Council