

**Universiteti i Shkencave Organizative**  
**“Pjetër Budi”**  
**Instituti për Studime – Prishtinë**

***LOGOS***

**Nr. 1 / 2008**



Botuesi:  
**Universiteti i Shkencave Organizative “Pjetër Budi”**  
**Instituti për Studime -Prishtinë**

Koordinatorë:  
**MSc. Evliana Berani**

Bordi editorial:  
**Prof. Sofronija Miladinovski, PhD,**  
**Prof. Dr. Iljas Useini,**  
**MSc. Ibish Mazreku,**  
**Prof. Dr. Jove Kekenovski,**  
**Prof. Naume Marinovski,**  
**Dr. Shpend Vehapi**

Recensent:  
**Prof. Sofronija Miladinovski, PhD,**  
**Prof. Naume Marinovski**

Redaktor gjuhësor:  
**Afërdita Maliqi**

Dizajni:  
**Halil Zabeli**

U shtyp në shtypshkronjën:  
**EUROPRINTY**  
**Prishtinë**

Tirazhi:  
**500**



# PËRMBAJTJA

|  |     |
|--|-----|
| Kapitulli I.....   | 9   |
| Turizëm dhe hotelieri.....   | 9   |
| Determinantet themelore dhe perspektiva e zhvillimit të turizmit në Kosovë<br><i>MSc. Bedri Millaku, PhD kandidat</i> .....  | 11  |
| Arti në gur i Kosovës – dekodimi dhe transliterimi<br><i>Ilaz Thaçi</i> .....  | 19  |
| Vlerat turistike si kusht për nxitjen e zhvillimit lokal<br><i>Prof. Dr. Iljas Useini</i> .....  | 23  |
| Faktorët gjeografikë dhe ndikimi i tyre ndaj valorizmit të nyjeve dhe boshteve zhvillimore në shembullin e Republikës së Maqedonisë<br><i>MSc. Zija Zimeri</i> .....                                 | 37  |
| Karakteristikat e veprimtarisë së agjencive turistike dhe roli i tyre në organizimin dhe plasimin e prodhimit turistik në Republikën e Maqedonisë<br><i>MSc. Raman Ismaili, MSc. Arben Oda</i> ..... | 53  |
| Perspektiva zhvillimore e turizmit në Pollogun e Poshtëm<br><i>Dr. Shpend Vehapi</i> .....   | 59  |
| Agroturizmi si një mundësi e zhvillimit të zonave rurale (Rajoni i Korçës)<br><i>MSc. Eleina Qirici, PhD. candidate, Prof. As.Dr. Gjergj Pepa</i> .....  | 65  |
| Ndikimi i e-marketingut në zhvillimin e turizmit dhe industrisë hoteliere në rajonin e Korçës<br><i>MSc. Oriola Theodhori, PhD candidate</i> .....   | 75  |
| Kapitulli II.....  | 85  |
| Resurse Humane .....   | 85  |
| Rajonizimi, vetëqeverisja rajonale dhe zhvillimi rajonal në Republikën e Maqedonisë<br><i>Prof. Dr. Jove Kekenovski</i> .....  | 87  |
| Joshja, "Lidhja" dhe mbajtja e personelit në ndërmarrjet hoteliere<br><i>Mislum Zendeli</i> .....  | 99  |
| Kultura kombëtare, marrëdhëniet e punonjësve dhe paga<br><i>MSc. Visar Berisha</i> .....   | 113 |
| Perceptimet e korrupsionit në Kosovë<br><i>MSc. Mytahir Haskuka, PhD kandidat</i> .....  | 120 |
| Ndarja e përgjegjësive në nivelet hierarkike për plotësimin e nevojave publike<br><i>MSc. Orhan Çeku</i> .....   | 128 |

|  |     |
|--|-----|
| Kapitulli III.....   | 137 |
| Sigurime .....   | 137 |
| Përkrahja e shitjes dhe distribuimit                                     |     |
| <b>Prof. Sofronija Miladinosi PhD, Prof. Sreten Miladinosi PhD</b> ..... | 139 |
| Distribucioni si pjesë e marketingut                                     |     |
| <b>Prof. Sreten Miladinosi PhD</b> .....                                 | 142 |
| Sfidat e reformës së Solvencës II në industrinë e sigurimeve             |     |
| <b>MSc. Ibish Mazreku</b> .....  | 145 |

## Mirë se erdhët

Misioni i Universitetit “Pjetër Budi” në Prishtinë është nxjerrë me qëllim që të pasurojë fushën e hulumtimit shkencor në Kosovë. LOGOS është një foshnje e posalindur, e cila shënon një fillim të ri, në fushat e shkencës që mbulohen nga Universiteti i Shkencave Organizative “Pjetër Budi”, në Prishtinë. Duke uruar numrin e parë, falënderojmë autorët për abstraktet dhe angazhimin e tyre të parreshtur, për të shpaluar rezultatet e aktiviteteve të tyre hulumtuese, të cilat publiku i gjerë ende nuk ka qasje, hulumtime këto për të cilat Republika ka aq shumë nevojë në rrugën e saj jo aq të lehtë zhvillimore.

Numri i parë i revistës shkencore “LOGOS” është një përmbledhje e aktiviteteve hulumtuese, si të autorëve të angazhuar në Universitetin “Pjetër Budi” e po ashtu edhe të autorëve mysafirë, të cilët kontribuan me punimet e tyre shkencore. Shpresojmë se “LOGOS” do të jetë një ndihmesë për shoqërinë dhe do t’i hyjë në përdorim audiencës së gjerë.

“LOGOS”-i ynë, është një përpjekje që të vendosen kornizat nëpërmjet paradigmeve shkencore të bartësve të arsimit të lartë, për një arsim të qëndrueshëm të brezave të rinj dhe mirëqenien e kapitalit të ardhshëm njerëzor në fushat si: Turizëm dhe Hotelieri, Sigurime, Resurse Njerëzore dhe Dogana.

Qëllimi i tyre si dhe qëllimi i Universitetit tonë është t’i përmbushim më mirë nevojat e shtetit në ecjen e tij përpara. Ne po angazhohemi që të përgatisim kapitalin njerëzor, në mënyrë që ai të jetë në gjendje t’i përgjigjet si duhet, sfidave që dalin nga ecja jonë drejtë Bashkimit Evropian.

Me këtë rast, unë do të dëshiroja të falënderoj autorët për kontributin e tyre të pakursyer dhe ndihmën e dhënë, që “foshnja e sapolindur” ta shohë dritën.

Në të njëjtën kohë, do të doja ta shfrytëzoj këtë rast që t’i ftojë të gjithë akademikët dhe ekspertët e angazhuara në fushat e sipërpërmendura, të cilët dëshirojnë të jenë pjesë e numrit II, të revistës shkencore “LOGOS”, të vijnë dhe të japin kontributin e tyre. Gjithë se bashku ne do t’ia dalim që të rrisim cilësinë e revistës, gjithnjë me qëllim që të pasurojmë performancën e varfër shkencore në fushat e përmendura më lartë.

I dëshirojmë jetë të gjatë dhe perspektivë të ndritshme revistës shkencore “LOGOS”.

Rektori i Universitetit “Pjetër Budi”  
Prof. Dr. Sofronija Miladinovski  
revistashkencore@universitetipjeterbudi.com





# **Kapitulli I**

## **Turizëm dhe hotelieri**



*MSc. Bedri Millaku, Phd kandidat*

## **DETERMINANTET THEMELORE DHE PERSPEKTIVA E ZHVILLIMIT TË TURIZMIT NË KOSOVË**

### **Abstrakt**

Në këtë punim janë analizuar faktorët determinues të zhvillimit, që janë bazë për zhvillimin e ofertës turistike, duke përfshirë të gjitha elementet, që janë me rëndësi për kushtet dhe rrethanat e vendit tonë, me qëllim të plotësimit të standardeve turistike, që si emërues i përbashkët të kenë rritjen e efekteve ekonomike në perspektivë.

**Fjalë kyçe:** Turizmi, determinantet e turizmit, Kosova.

### **Hyrje**

Zhvillimi i turizmit në Kosovë është i lidhur ngushtë me faktorët determinues, të cilët ndikojnë qarkullimin turistik. Faktorët determinues kryesor përmbajnë në vete këto elemente:

- a) Pozita gjeografike e Kosovës- është e lidhur ngushtë me vendet fqinje, sidomos me Maqedoninë dhe Malin e Zi, me të cilat lidhet me rivierën e detit Egje dhe Adriatik. Pozita qendrore e Kosovës në Gadishullin Ballkanik, paraqet përparësi dhe ndërlihdje me vendet e regjionit, në të cilat ndërtimi i rrugëve është në evolucion.
- b) Për zhvillimin e turizmit malor me të gjitha specifikat, Kosova disponon potenciale të mëdha, të cilat vetëm duhet shfrytëzuar, si dhe disponon burime të shumta termominerale.
- c) Disponon me begatitë e shumta kulturore dhe historike.
- d) Është i domosdoshëm shfrytëzimi i kapaciteteve receptive dhe përmirësimi i kushteve, sipas standardeve turistike, dhe vënia e tyre në funksion të ofertës turistike.<sup>1</sup>

### **Llojet e turizmit në shërbim të ofertës turistike**

Në bazë të analizave dhe hulumtimeve të bëra, mundësitë, struktura në ofertën turistike dhe karakteristikat e qarkullimit turistik të Kosovës përkushtohen në zhvillimin e këtyre llojeve të turizmit;

- Turizmi afarist
- Turizmi transit
- Turizmi dimëror
- Turizmi i fundjavës
- Turizmi i gjuetisë dhe peshkimit

---

\* Bedri Millaku, Zyrtar për licencim dhe kategorizim në MTI- Departamenti i Turizmit Prishtinë

\*\* Afrim Selimaj, Shef i Divizionit për zhvillim ekonomik në KK Pejë.

- Turizmi shëndetësor (balnear)

**Turizmi afarist-** Është turizmi më i zhvilluar te ne. Zhvillimi i qendrave urbane; Prishtina, Peja, Prizreni, Mitrovica, Gjakova, Gjilani, Ferizaj. Pjesa më e madhe e vizitave u bëhet këtyre qendrave, të cilat janë të vizituara 70 për qind nga vendasit. Turizmit të tillë duhet kushtuar kujdes te veçantë, sepse shpreh vlerat e tij në kapacitetet e restoranteve, të cilat për nga numri janë më të theksuara.

### Subjektet turistike sipas viteve për periudhën 2000-2006

| Vitet | Hotelet dhe motelet me restorante | Hotelet dhe motelet pa restorante | Hotele të rinisë dhe shëpi alpinistësh | Kampingjet dhe auto rimorkio | Vendosje për qëndrim të shkurtër | Restorante | Lokal nate | Menza dhe kuzhina | Furnizim me ushqim të përgatitur | Agjencitë turistike | Gjithsej |
|-------|-----------------------------------|-----------------------------------|--|------------------------------|----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------------------|---------------------|----------|
| 2000  | 95                                | 36                                | 11                                     | 3                            | 153                              | 1751       | 152        | 226               | 82                               | 195                 | 2704     |
| 2001  | 132                               | 53                                | 16                                     | 7                            | 241                              | 2226       | 223        | 287               | 218                              | 214                 | 3617     |
| 2002  | 202                               | 74                                | 22                                     | 23                           | 347                              | 2459       | 382        | 342               | 848                              | 346                 | 5045     |
| 2003  | 122                               | 16                                | 18                                     | 2                            | 150                              | 1121       | 75         | 168               | 342                              | 183                 | 2197     |
| 2004  | 190                               | 41                                | 28                                     | 8                            | 181                              | 1669       | 148        | 235               | 522                              | 263                 | 3285     |
| 2005  | 250                               | 53                                | 32                                     | 13                           | 413                              | 2238       | 503        | 338               | 886                              | 376                 | 5102     |
| 2006  | 284                               | 64                                | 26                                     | 8                            | 217                              | 2078       | 831        | 334               | 951                              | 348                 | 5141     |

BURIMI: Agjencia e Regjistrimit të Bizneseve MTI-Prishtinë

Pjesa më e madhe e tyre janë në shërbim të ofertës turistike, që kanë nevojë të përmirësohen. Në perspektivë me investime te theksuar do t'i shërbejë zhvillimit të turizmit, sipas standardeve turistike me vendet e regjionit.

**Turizmi transit** - Ka potencialet me të rëndësishme për zhvillimin e turizmit në Kosovë, për momentin, dhe zhvillimin ekonomik. Lidhshmëria e regjionit paraqet vlerë të rëndësishme, p.sh pozita e Kosovës ndaj qarkullimeve turistike, kryesisht ato të cilat lidhin detin Adriatik dhe Egje. Drejtimi turistik, i cili kalon në magjistralen e Ibrit nëpërmjet Mitrovicës dhe Prishtinës për në qytetin e Shkupit, ku pjesa më e madhe e turistëve nuk e kanë qëllim të destinacionit Kosovën, por kalojnë për të kaluar më shpejtë në rrugët të cilat kalojnë për në Greqi dhe Turqi. Drejtimi nga Podgorica-Ivangrad-Rozhaja-Peja-Prizreni paraqiste lidhje komplementare turistike të Kosovës, kryesisht me Dukagjinin verior, derisa nuk ishte ndërtuar rruga Pejë – Rozhajë me gjatësi 36 km.

Harta e Turizmit transit të Kosovës.



**Pozita qendrore e Kosovës në Gadishullin Ballkanik, rëndësia strategjike dhe turistike (Burimi: M E M).**

Drejtimi turistik nëpërmjet bjeshkëve të cilat e lidhin pjesën e Dukagjinit me Malin e Zi, ku nëpërmjet këtij drejtimi Mali i Zi është në lidhje me të shkurtra më Dukagjinit, derisa të ndërtohet rruga Plavë –Deçan dhe moseksplotimi i territorit të Dukagjinit dhe shfrytëzimi i tyre për turizmin transit.

Turizmi transit në Kosovë do të kompletohet me hapjen e rrugëve me Shqipërinë e sidomos ndërtimi i autostradës Merdare-Durrës. Atëherë do të hapen dy drejtime turistike, të cilat do të lidhin rivierën e Adriatikut dhe të Egjeut. Drejtimi Tivar – Shkodër –Tiranë- Manastir –Selanik, i cili ka aktivitete të shumta, që kalon nëpër rivierën e Adriatikut nëpërmjet Shqipërisë, liqenit të Ohrit dhe të Prespës, si dhe shumë motive atraktive hidrografike të Maqedonisë, që rrezikon qarkullimin transit të Kosovës. Për kalim më të shpejtë për në Detin Mesdhe, i cili është me rëndësi të pjesshme, që e lidhë Beogradin me Shkupin dhe Selanikun, i cili ndërlidhet me lindjen e Kosovës si Mitrovicën, Prishtinën dhe Ferizajin<sup>2</sup>.

**Turizmi dimëror-** Kosova disponon me potenciale të mëdha dhe mundësi për zhvillimin e këtij lloji të turizmit në pjesën e maleve të Sharrit dhe Alpeve Shqiptare. Këto pjesë disponojnë me mundësi të mëdha të terreneve për skijim. Janë formuar qendrat e rëndësishme për skijim si në Brezovicë, e cila është njëra prej qendrave me të njohura dimërore dhe sportive në malet e Sharrit, e që nga viti 1975 kishte në funksion 1500 shtretër. Në Brezovicë me mundësitë e zhvillimit të turizmit lejojnë që

<sup>2</sup> M.Kerni I M.Gashi: “Turizam I lovni Turizam, “ regionalni prostorni Plan SAPK, STR.52. prishtina, 1971.

të ngriten kapacitetet për 3000 shtretër. Brezovica tani disponon me rrugën, e cila e plotëson infrastrukturën e nevojshme, që do të pasojë me ngritjen e numrit të kapaciteteve dhe në kështë mënyrë, potencialet turistike do ta bënin Brezovicën qendër me rëndësi sportive e dimërore të Kosovës, por edhe me gjerë në regjion. Kjo jep baze të rëndësishme në perspektivë. Sipas analizave të bëra në planin regjional të Kosovës, ishte parashikuar që tregu turistik i Brezovicës kryesisht të bazohet në klientelën vendore, e sidomos në kategoritë e rinisë dhe të mysafirëve tjerë.

### Pjesa nga Alpet Shqiptare

| Qendrat kryesore të maleve | Numri i skiatorëve | Kapaciteti i tërësishëm i qendrave |
|----------------------------|--------------------|------------------------------------|
| Maja e Rusolisë            | 19.250             | 40.000                             |
| Maja e Kurvalës            | 11.250             | 22.000                             |
| Bjeshka e Belegut          | 7.550              | 15.000                             |
| Koprivnik                  | 6.620              | 11.000                             |
| Rrasa e Zogut              | 5.150              | 10.000                             |
| Starac                     | 4.150              | 8.000                              |
| Maja e Strezocit           | 3.855              | 7.000                              |
| Hajla                      | 3.780              | 7.000                              |
| Maja e Leqinatit           | 2.760              | 5.000                              |
| Maja e Moknës              | 2.030              | 4.000                              |
| Gjithsej:                  | 65.393             | 129.000                            |

Studimet e bëra nga OECD-ea (ACAU- Atelier Coperativ d'Arahitecture et d'Urbanizme, Gjenevë) mbi kushtet natyrore për mundësitë e zhvillimit të turizmit kanë treguar se në Kosovë mund të ndërtohen 20 qendra të turizmit dimëror-sportiv.

Në pjesët e Alpeve Shqiptare, siç u theksua edhe më parë, potencialet e terreneve të skijimit janë të mëdha, të cilat do të hapin kapacitete për ndërtimin e infrastrukturës deri në 10.000 shtretër. Terrenet e skijimit kanë mundësitë më të mëdha për sportet dimërore, që do t'u korrespondonte kushteve ofertuese për turizmin e madh evropian. Bjeshkët e Deçanit dhe të Pejës, që nga Gjakova në jug e deri të Maja e Rusolisë në veri, për nga kushtet natyrore, mundësojnë ndërtim më të madh të kapaciteteve turistik për sportet dimërore në vend<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> IBT Trebovlje: Studija Razvoj Turizma Kosova, Posebno Shara i Prokletja, Ljubljana, Str.5, viti 1970.

| Qendrat kryesore të maleve | Numri i skiatorëve | Kapaciteti i tërësishëm i qendrave |
|----------------------------|--------------------|------------------------------------|
| Bistrica-Prevallë          | 13.780             | 27.000                             |
| Brezovica                  | 7.575              | 15.000                             |
| Brodi                      | 7.100              | 14.000                             |
| Radeshi                    | 5.150              | 10.000                             |
| Lubinja                    | 4.750              | 9.000                              |
| Brodosavci                 | 4.720              | 9.000                              |
| Restelica                  | 4.620              | 9.000                              |
| Shtërpca                   | 3.920              | 8.000                              |
| Oshlaku                    | 3.190              | 6.000                              |
| Kara Nikolla               | 3.180              | 6.000                              |
|                            | 57.985             | 113.000                            |

Studimet e bëra nga OECD-ea (ACAU- Atelier Cooperativ d'Arahitecture et d'Urbanizme, Gjenevë) mbi kushtet natyrore për mundësitë e zhvillimit të turizmit kanë treguar se në Kosovë mund të ndërtohen 20 qendra të turizmit dimëror-sportiv. Zhvillimi i të gjitha llojeve të turizmit është i kushtëzuar nga pozita transite e Kosovës, pozitë në mes Adriatikut jugor, detit Egje dhe regjioneve emetive të Evropës dhe ish- Jugosllavisë. Rëndësia e këtij turizmi është mjaft e madhe për Kosovën, ku nevojitet zhvillimi i infrastrukturës turistike, që do të jetë në shërbim të ofertës turistike. Perspektiva e zhvillimit është e madhe.

**Turizmi i fundjavës-** Hyn në radhën e turizmit dytësor, që lidhet drejtpërdrejtë me zhvillimin ekonomik të Kosovës, standardin jetësor të popullsisë në kontekst me shkallën e urbanizmit të vendit. Ky lloj turizmi për momentin është i kufizuar në klientelen vendore të Kosovës. Kosova disponon potencial të konsiderueshëm për zhvillimin e turizmit të fundjavës, duke i përfshirë potencialet në dispozicion si: vendet balneare, Deçanin, Malet e Sharrit, Gërminë, Liqenin e Batllavës, Shalën e Bajgorës, Burimin e Drinit të Bardhë, Liqenin e Gazivodës etj. Të gjitha potencialet e lartpërmendura në perspektivë paraqesin qendrën e turizmit shëndetësor për popullsinë e qyteteve të Kosovës, që kanë nevojë për çlodhje dhe rekreacion.



**Pamje nga Guri i Kuq në Rugovë. Foto B. Millaku**

**Turizmi i gjuetisë dhe i peshkimit** - Kosova disponon me kushte ideale për zhvillimin e këtij lloji turizmi. Rezervatet e gjuetisë përbëjnë 107,300 ha, në të cilat jetojnë lloje të ndryshme të kafshëve dhe të shpezëve të egra. Turizmi i gjuetisë për nga efekti është i rëndësishëm për përfitime në efektet devizore, ku çmimi për gjuajtjen e kafshëve të egra është mjaftë fitimprurës.

Lumenjtë e Kosovës po ashtu janë të pasur më peshq të ndryshëm, të cilët krijojnë kushte për zhvillimin e këtij lloji të turizmit.

Malet e Sharrit janë të pasura me lloje të ndryshme të kafshëve të egra të ngjashme me ato të Evropës. Territore të tilla paraqesin rivierën e gjuetisë në Kosovë, e cila organizohet nga shoqatat e ndryshme të gjuetarëve.

Në ujërat e Kosovës: Drini i Bardhë, Sitnica, Ibër-Lepenci, në Bistricën e Pejës dhe të Deçanit, Liqenin e Batllavës, Badovcit, Radoniqit, të cilët janë të pasur më peshq, mund të zhvillohet turizmi i peshkimit, që paraqet anën komplementare të turizmit të gjuetisë dhe të turizmit sezonal. Gjithherë, gjuetia dhe peshkimi paraqesin motive me rëndësi për qarkullimet turistike, me rëndësi të tërheqjes së numrit më të madh të turistëve të jashtëm dhe të vendit, të cilët janë të interesuar për zhvillimin e këtij lloji të turizmit gjatë sezoneve apo pushimeve.

Mundësitë janë të ndryshme si p.sh., me fluturimet nga turizmi stacionar nga Mali i Zi, nga riviera si dhe ardhja e grupeve të turistëve me aeroplan nga Italia apo ndonjë vend tjetër i Evropës qendrore nga agjencitë e ndryshme të vendit, të cilat do të ndikonin në ngritjen e turizmit, që korrespondon me këtë lloj të turizmit. Përfitimet ekonomike në planin afatshkurtër dhe afatmesëm premtojnë mjaft.

**Turizmi shëndetësor**- Është në lidhshmëri me vendet klimatike si dhe më ujërat termominerale. Në malet e larta e sidomos në Sharr e Brezovicë, po ashtu edhe në



Deçan, në lartësinë mbidetare 600-1200 metra, ekzistojnë kushte ideale medicinale të lartësisë, të cilat janë të përshtatshme për zhvillimin e turizmit, ndërtimin e objekteve turistike, që janë të nevojshme për zhvillimin e turizmit stacionar. Ndërtimi i këtyre objekteve do të ndikojë në zgjatjen e sezonit turistik në Malet e Sharrit. Nevojat e popullsisë vendore për pushim, rekreacion dhe qëndrim në ajër të pastër janë bërë të domosdoshme. Largimi nga qendrat urbane dhe nevojat për pushim tani janë domosdoshmëri. Kështu ky lloj turizmi dita e ditës po i merr përmasat e duhura të zhvillimit.

**Vendet balneare** - Në territorin e Kosovës përbëjnë pjesën më të rëndësishme të resurseve turistike. Banjat më të njohura janë: Banja e Pejës-Ilixhja, Banja e Kllokotit dhe Banja afër Mitrovicës. Turizmi balnear në Kosovë ende nuk është i zhvilluar sa duhet. Kosova ka në disponim 55 burime termominerale, të cilat ende nuk shfrytëzohen në mënyrë racionale dhe shfrytëzimi i tyre do të ndikonte në përfitimet ekonomike për popullsinë vendore<sup>4</sup>. Banjat më shumë në Kosovë shfrytëzohen për kurim, që më tepër e kanë efektin e qendrave shëndetësore dhe sociale (fatkeqësisht kjo është e kufizuar vetëm në efektet shëndetësore dhe terapeutikë). Këtu duhet të ekzistojë edhe plotësimi i ofertës turistike, në mënyrë që banjat të jenë edhe qendra atraktive si: për rekreacion, pushim dhe aktivitete tjera turistike të rëndësishme, siç janë banjat e vendeve të regjionit dhe vendeve evropiane, të cilat kanë të zhvilluar standardet turistike.

Potencialet për zhvillimin e turizmit balnear janë të rëndësishme për zhvillimin e turizmit regjional, por vizitorët nga vendet fqinje dhe viset etnike shqiptare duhet të vijnë në banjat e Kosovës. Turizmi balnear sipas trendeve të zhvillimit duhet të arrijë vlerën e 30 për qind të vlerës së përgjithshme të konsumit turistik të Kosovës. Turizmi balnear me infrastrukturën e tij paraqet vlerë të rëndësishme për zhvillimin ekonomik të Kosovës në perspektivë.

## **Përfundim**

Turizmi në Kosovë është i lidhur ngushtë me faktorët determinues, të cilët ndikojnë qarkullimin turistik. Faktorët determinues kryesor përmbajnë në vete këto elemente: Pozita gjeografike e Kosovës në qendër të Gadishullit Ballkanik. Zhvillimi i turizmit malor, me të gjitha specifikat që Kosova disponon në potenciale të mëdha, duhet të shfrytëzohet, si dhe burimet shumta termominerale. Disponon me begatitë e shumta kulturore dhe historike, por është i domosdoshmëm shfrytëzimi i kapaciteteve receptive dhe përmirësimi i kushteve, sipas standardeve turistike, si dhe vënia e tyre në funksion të ofertës turistike: turizmi afarist, transit, dimëror, i fundjavës, i gjuetisë dhe turizmi shëndetësor (balnear). Të gjitha parametrat tregojnë se Kosova disponon me potenciale të shumta turistike, të cilat premtojnë në perspektivë.

---

<sup>4</sup> B. Millaku: Tema e Magjistraturës: Shqyrtimi teorik-operativ dhe analitik i turizmit, funksionet në segmentin balnear të banjave: Banja e Pejës, Kllokotit dhe ujërat termominerale të Kosovës. Fq. 158. Prishtinë 2008.

**Literatura:**

1. M. Gashi: "Bazat e Turizmit" Universiteti i Kosovës, Prishtinë, 1986.
2. M. Gashi "Vlerat turistike ne Kosovë", Plani regjional hapësinor i KSAK, Prishtinë 1969.
3. N. Muhaxheri: Ekonomika dhe Menaxhmenti në Turizëm-Prishtinë 2005.
4. M. Gashi: "Kushtet dhe mundësitë e zhvillimit të turizmit në KSA të Kosovës", Prishtinë 1977.
5. M. Gashi: "Potenciali bazë i vlerave turistike të Kosovës", ekspertizë e hartuar mbi nevojat dhe punën e Planit Regjional Hapsinor të Kosovës, Prishtinë 1969.
6. A. Todoroviq: "Metodologjia e hulumtimit të kohës së lirë- "Savremena Administracija", Beograd 1978.
7. D. Popov: "Agjencionet e udhëtimit – Agjencionet Turistike", - "Turistička shtampa", Beograd 1979.
8. M. Boyer: "Le tourisme", Paris 1970.
9. Rudolf Biçaniq: "Tipologjitë e tregut", Informator, Zagreb, 1968.
10. S. i Z.Markoviq: "Ekonomia e turizmit", Zagreb, 1967.
11. M. Renoux: "Les méthodes de prévision de la demande touristique et recreative", revista "Revue de tourisme",nr.1,1973.
12. Boris Vukoniq: "Marketingu në turizëm, Zagreb, 1986.
13. B. Millaku: "Shqyrtime teorike operative dhe analitike të turizmit, funksionet në segmentin balnear të banjave: Banja e Pejës, Kllkotit dhe ujërat termominerale të Kosovës", Prishtinë 2008.

*Ilaz Thaçi*

## ARTI NË GUR I KOSOVËS – DEKODIMI DHE TRANSLITERIMI

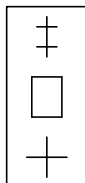
### Abstrakt

Në bazë të burimeve të gjetura nga studimet ndërkombëtare të artit mbi shkëmb, kemi arritur të bëjmë një tentativë mjaft të mirë të interpretimit dhe deshifrimit të artit mbi shkëmb në Kosovë. Shumicën e gravurave më të vjetra tradicionale i kemi gjetur në lokalitete të ndryshme, ku për njerëzit parahistorikë ishte mënyrë e të shprehurit të preokupimeve të tyre mbi sipërfaqen e shkëmbit. Simbolet e ritualeve si dhe shumë shenja e simbole të gdhendura mbi sipërfaqet e hapura të shkëmbit në Zatriq, sugjerojnë lidhshmërinë me pjellorinë (simbolet e gjinive), lidhjen e ngushtë (martesë- këmbim), energjinë (lutjet për t'u bërë të fuqishëm dhe të shëndoshë), territorin, shpresën për të ardhmen, siç janë ritualet që sjellin fat të mirë. Ne do t'i interpretojmë grafemet e gdhendura mbi shkëmb dhe do t' i deshifrojmë sipas kontekstit të lidhshmërisë, të shtimit dhe grumbullimit.

Në këtë mënyrë nxjerrim një interpretim tredimensional të grafemeve për të ndërtuar konceptet e mundshme sa i përket gjinisë, rindarjes territoriale dhe përkushtimit ceremonial. Duke analizuar këto grafeme, dëshirojmë të paraqesim disa shembuj të qartë që janë analog me ata që janë fituar nga studimet e kulturave më të hershme. Dëshirojmë t'iu paraqesim disa nga artikujt e artit mbi shkëmb për diskutim.

“ET” poshtë në kontakt me yllin-bashkon Yllin dhe Vulva shape me arbolet, i cili depërton në të e ngritet lart. Po ashtu, fjala TY ose YT (nga e majta në të djathtë dhe anasjelltas) qëndron mbi shenjën e yllit. TY dhe ET në mënyrë precize rrumbullakojnë kuptimin e elementeve apo shenjave ideografike. Kompozicioni i dedikohet idealizimit religjioz, ndërsa shkrimi demonstroi sugjestionin gramatik, proporcionet e shkronjave janë më të vogla se sa ideogramet, prefiksohen lartë dhe poshtë ideogramit, (simbolit të diellit). Dielli ka në mes ”pikën -shenjën e energjisë”.

Kjo praktikë e stilit të shkrimit është karakteristikë edhe në shkrimin ideografik kinez. Fjala TY është shkruar në disa raste edhe në asociacionet tjera, ndërsa emri HY, dhe në raste të veçanta qëndron edhe si HYU, është karakteristikë e disa kompozicioneve që lë të kuptohet për përkushtimin ndaj zotit. Duke përcjellë format ideografike një nga asociacionet mund të deshifrohet forma e plotë e emrit ZOT (YI - ZOT). Z qëndron ndaras nga OT dhe pika në mes energjisë.



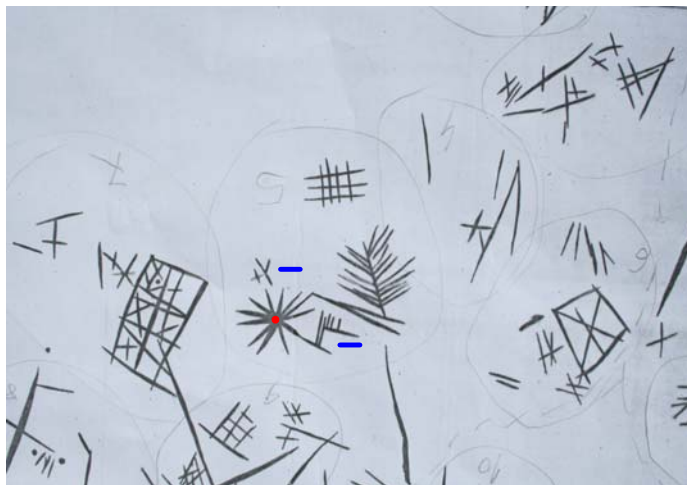
OT dhe pika janë si një fotografi (në një kuadrat), ndërsa Z qëndron si shkronjë jashtë kuadratisë, që logjikisht ndërlidhet me kuptimin e fjalës. Nga deshifrimi mund të kuptojmë se shkronja TO dhe pika - shenja e energjisë formojnë një ideogram, ndërsa shkronja Z i jep karakterin, që në një farë mënyre mund të kuptohet si një lutje për tokën, vendin. Ndërsa lartë në një formë të pjerrët qëndron Y dhe I, (I) mund të jetë (i) ose (j). Kemi ndërtuar një bazë solide të deshifrimit, përmes të cilit mund të shtrojmë një pyetje esenciale, e cila kërkon një përgjigje adekuatë. Në kohën e kësaj mendje 4000 vjet para Krishtit, rekonstrukcioni i këtij sistemi të shkrimit: A duhet të pranohet si provë e vërtetë e degës së shqipes, apo duhet vetëm të vëzhgohet dhe të trajtohet si një formë arkaike e shkrimit të padefinuar? Por, megjithatë ne nuk mund t'ju ikim fakteve!

Ekzaminimi jonë ka kaluar nëpër fazat e provave të ngadalshme dhe të kujdesshme. Vendi dhe fondi i shenjave është karakteristikë e kohës së neolitit, kompozicionet e shkrimit janë të kontekstit përkatës. Shkronjat janë të formave arkaike, ndërsa fjalët nuk mund të transkriptohen në ndonjë gjuhë tjetër përveç në shqip. Ato kanë strukturë perfekt dhe nuk lënë hapësirë për spekulime në deshifrimin e tyre. Gjithashtu, ato janë sikurse formula të perfeksionit të një procesi me mundësi kthimi, të cilat nga deshifrimi japin kuptimin e fjalës dhe po ashtu nga aspekti i kthimit japin kuptimin po të njëjtës strukturë gjuhësore. ET është një fjalë arkaike shqip që nënkupton etërit, të parët, paraardhësit. Kjo fjalë po ashtu mund të lexohet nga e kundërta TE, që po ashtu ka kuptim në gjuhën shqipe, si dhe në kontekstin kompozicional të asociacionit në fjalë. (TE ET-Te Etërit). TY është fjala tjetër që nga analiza leksikore do të thotë (ty ose për ty), po ashtu në rikthim mund të kuptohet YT( i yti). Fjala HYI emri i zotit po ashtu mund të kuptohet në rikthim si (I HY –ut), që i përket dhe i përkushtohet Hyut.

Emrat në këtë kohë, në rastet e ndryshme jo vetëm në Kosovë, por edhe në vendet e tjera, nuk janë shkruar në formën e plotë. Kjo është një periudhë e kohës kur shkrimi dhe paraqitjet e ndryshme kanë zënë fill. Në shumicën e rasteve ato mund të shënohen edhe vetëm me initiale apo me dy shkronja (rrokje), kurse pjesa tjetër e fjalës apo fjalisë ka qenë e kuptueshme. Por e gjejmë këtu edhe në formën e plotë në një rast të vetëm si HYU, ndërsa në rastet më të shpeshta haste në kompozicion me ideograme vetëm si HY apo edhe si YI, që në njëfarë mënyre mund të konsiderojmë se fjala është për një rregull funksional, të asaj kohe, që për ne është deri diku i pakuptueshëm, sidomos kur është fjala për rregullin e të shkruarit, që mund të jetë karakteristikë në sistemet e shkrimeve të lashta. Siç kemi shpjeguar më lartë, HY emri i zotit dhe YI është po ashtu personifikimi i zotit apo i YI-it, që i dedikohet atij.

Ideografia përcillet me fjalët është pjesë e gjuhës, e që paraqitet përmes sekuencave, të cilat përmbajnë tregimin dhe ndërkohë formulojnë asociacionin në tërësi. Nga aspekti ideologjik nga kompozicionet mund të kuptojmë se roli shpirtëror i hyut është shpërndarës i dritës, dhurues i jetës, begatisë në tokë si the baba apo siç mund të lexojmë në A11 (ET)-i, paraardhës.

A 11



— Inscription      Penetrate contact

From the right to the left

From the left to the right

Transliteration

|   |   |     |      |
|---|---|-----|------|
| Y | + | Y T | Your |
| E | T | E T | God  |

Albanian - English

YT - YOUR

TY - FOR YOU

ET;ZOT - ; GODS

YT ETI - YOUR GODS

TY ET / ZOT - TO YOU GODS

Y - y

+ - t

T - z

E - e

I - i

## + Y E I I \* V ##

Mendoj se kjo është një konventë e përgjithshme rreth projektit konceptual të besimit të asaj kohe. Pra, siç mund të vërehet shkronjat janë determinuar nga format ideografike: shkronja T vjen nga përcaktimi i formës mashkullore +, ndërsa shkronja Y nga përcaktimi i formës të simbolit femëror.

Transformimi i simboleve në shenja fonetike apo në shkronja mund të konsiderohet si një mekanizëm i kthyesëm, që në kuptimin e thellë transiliterohet nga simbolika hyjnore. Mund të vërehet se shpikja e shkronjave i ka rrënjët në ideografi apo më mirë të themi në paraqitjen vizuale të konceptimeve ideologjike, në këtë rast vizuale skematike, të imagjinatës konceptuale. Këto refleksione janë të gravura në gurë, që për nga përmbajtja janë forma narrative të mesazheve të shkurtra. Studimi i tyre na

jep të kuptojmë për një zhvillim artistik kreativ të paraqitjes së gjuhës dhe po ashtu të filozofisë së formulimit të mendimit gjuhësor.

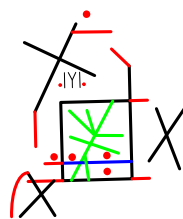
Pra, në këtë kontekst mund të marrim në konsideratë edhe etimologjinë e fjalës Hy. Nga aspekti kulturor mund të themi se fjala Hy është gjenerim i të perceptuarit të shenjtës hyjnore. Kjo mund të na paraqitet sikurse në rastet e lartpërmendura në disa variacione. Në esencë emri përfaqëson, pasqyron një idol, një adhurim që personifikohet me një emër. Nga kompozicionet në këtë zonë mund të shohim pasqyrimet etributeve e të shenjtës, dielli, shkëlqimi, energjia, dhurimi i jetës, toka, pema e jetës dhe të gjitha këto përmbliohen në një emër Zot apo Jy, dhe jo në kuptimin në një zot, por në pluralitetin e karakterit religjioz. Këtu kemi edhe një emër tjetër, i cili ndoshta paraqet një nga ideogramet më interesante, IYI, një strukturë e imagjinatës shumë të perfeksionuar. Ky është ideogram apo emër i krijuesit të universit, që fillon me shenjën e energjisë dhe mbaron me shenjën e energjisë.

Shkronjat I-Y-I janë një formulë, kompozicioni grafik që pasqyron zotëruesin e universit, që lidhet me këtë emër, e që mund të lexohet nga e majta dhe nga e djathta njëjtë. Por, kur të deshifrojmë kompozicionin do të jetë më i qartë kuptimi i këtij emri. Në fakt rregulli për leximin e tij është universal, nëse fillojmë nga mesi i ideogramit nga shkronja Y në të dy drejtimet, nga e majta në të djathtë YI dhe nga e djathta në të majtë po ashtu prapë njëjtë YI. Nga analiza e kompozicionit e kemi të qartë se fjala është për krijuesin e universit. Ajo që është menduar si diçka e perfeksionuar edhe përzgjedhja e formulimit të emrit të tij është e po asaj zgjedhje të kujdesshme e formulimit të emrit. Asociacioni përbëhet nga një kuadrat katror i ndarë në dy pjesë.

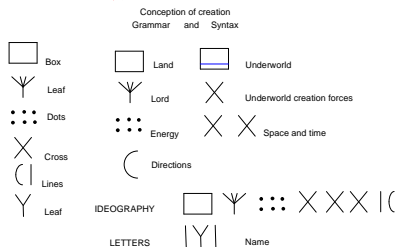
Nga hapësira e këndit të majtë del leaf që përshkon hapësirën e parë dhe del në të dytën të katrorit dhe shpërndahet në tërë sipërfaqen. Leaf është paraqitja skematike e zotit. Jashtë kuadratit janë disa X me madhësi të ndryshme, ndërsa vijëzat në to tregojnë drejtimin e orientimit të tyre, që në fakt formojnë një cikël, ndërsa përmbi kuadrat qëndron ideogrami (IYI). Pra, nga aspekti gramatik sintaksor ne do të tregojmë shenjat ideografike dhe shkronjat si një sintetizim i një koncepti ideologjik.

Fig. (A 20 ) Zone A

A 20 ZONE A



Shkronjat dhe Ideografia  
A 20 Zone A/ Dekodimi dhe  
Transliterimi ARARA Konferencë  
2008 New Mecixo USA



*Prof. Dr. Iljas Useini*

## **VLERAT TURISTIKE SI KUSHT PËR NXITJEN E ZHVILLIMIT LOKAL**

### **Hyrje**

Vlerat turistike, të cilat e krijojnë ofertën turistike të një rajoni të caktuar gjeografik, në fakt paraqesin potencial natyror ose potencial të krijuar, i cili është refleksion i attributeve klimatike ose historike. Secili komunitet shoqëror-politik ka vlera më ndryshe turistike, kurse përparësia komparative e një vlere të caktuar është dhënë, gjithashtu, sipas attributeve klimatike ose historike. Rrjedhat bashkëkohore industriale për shkak të shkallës së lartë të industrializimit dhe ndotjes, vetvetiu nxjerrin në sipërfaqe vlera të caktuara turistike, nëpërmes të cilave kompensohet ajo që është humbur në procesin e industrializimit. Bëhet fjalë për ekoturizmin dhe turizmin rural, sepse trendi i ri i politikës turistike i vë ato në pozitë të parë në kategorizimin e vlerave turistike.

### **Ekoturizmi dhe turizmi rural si opsione bashkëkohore të zhvillimit lokal**

Turizmi si kategori ekonomike ka ndikim të madh në zhvillimin lokal, ku me prodhimet dhe shërbimet e veta i josh konsumatorët e vet, me çka e vë në lëvizje njeriun dhe kapitalin e tij nga një komunë në komunën tjetër. Me zhvillimin e turizmit rural dhe tërheqjen e kapitalit, do të nxitet zhvillimi më i shpejtë në nivel lokal edhe atë në infrastrukturë, rrugët lokale, ujësjellësin, terrenet sportive dhe kapacitetet e bujtjes.

Me zhvillimin e turizmit lokal do të rriten konsumet e nevojshme, ku do të ketë nevojë që popullata rurale në mënyrë aktive të inkuadrohet në zhvillimin lokal, me prodhimet e veta të ushqimit ekologjik të shëndoshë, edhe atë me prodhimet bujqësore, prodhimet blegtorale dhe grumbullimin e fryteve pyjore.

Turizmi rural është element mjaft i rëndësishëm për ngritjen e veprimtarisë turistike në suaza të një shteti, i cili punon në drejtim të zhvillimit të turizmit. Është fakt se turizmi urban është i limituar me numrin e turistëve, që vijnë në mjedisin urban për arsye të ndryshme; biznes, lidhje, vizitë qytetit, ngjarje kulturore, anëtarë të organizatave të huaja joprofitabile, etj. Në periudha të caktuara frekuentimi është më i madh, posaçërisht gjatë ngjarjeve më të mëdha siç është ndonjë panair ndërkombëtar, mbajtja e ndonjë tubimi ndërkombëtar politik regjional. Megjithatë, numri i mysafirëve është i limituar.

Është fakt se mund të bëhet shumë për turizmin rural, sepse te turizmi rural limiti është praktikisht i pakufizuar në rast se një shtet posedon resurse të domosdoshme natyrore, ku do të mund të bëjë forma nga më të ndryshmet të turizmit rural ekskluziv, i cili do të mund të ishte nikoqir i mysafirëve të vendit, por edhe atyre të huaj, gjegjësisht të bëjë eksportim të shërbimeve turistike, respektivisht prodhimeve. Siç është sqaruar më parë: “Viset rurale sigurojnë atraktivitet për turistët, për shkak të ekzistimit të mjedisit rural, kulturës së veçantë, historisë, karakteristikave etnike dhe

gjeografike”. (S.Dekić, S.Vučić, “Turizmi rural bashkëkohor dhe turizmi”, Turizmi fshatar dhe zhvillimi i qëndrueshëm”, Përmbledhje punimesh, Kragujevc, viti 2003, fq.169).

Megjithatë, është fakt se ekzistojnë shumë arsye, të cilat i ndihmojnë ose i pengojnë zhvillimit të turizmit në Maqedoni. Ka shumë argumente, të cilat mëtojnë në atë se shteti duhet të kujdeset për hapjen e vendeve të reja të punës (në Maqedoni me rëndësi të veçantë), të hyra shtesë për vetëqeverisjen lokale, rritjen e të hyrave nga tatimet lokale si dhe përmirësim i kualitetit të jetës së popullatës në viset rurale ku bëhet veprimtaria rurale turistike.

Ekzistojnë edhe argumente kundër. Ndoshta është pak e çuditshme, por megjithatë ka logjikë të caktuar se zhvillimi i turizmit në viset rurale mund ta shkatërrojë qetësinë sociale, e cila ka ekzistuar para zhvillimit të turizmit. Fakti se shumë njerëz do të vijjnë nga mjedisi urban mund ta rritë numrin e incidenteve dhe dhunës, por megjithatë preventiva e mirë nga ana e MPB-së gjatë sezonit turistik është një faktor shtesë për punë të mirë dhe kushte të përshtatshme, respektivisht ndjenjë e qetësisë dhe rehatisë të turistët dhe popullata lokale.

#### **Angazhimi i qendrave në vetëqeverisjen lokale, përcaktim strategjik i politikës zhvillimore turistike**

Siç është shtjelluar në literaturë: “Varësisht nga mundësitë dhe resurset në një mjedis rural, ekzistojnë disa opsione për turizmin rural: rekreacioni dhe atraksionet natyrore janë opsion për zhvillim të turizmit rural, që përfshin liqene, lumenj, pyje, parqe nacionale, plazhe dhe të ngjashme. Mysafirët e vendit dhe ata të huaj kërkojnë aktivitete zbavitëse në kushte të klimës së ngrohtë dhe të ftohtë.

Agroturizmi është vizitë e fermave me qëllim të kënaqjes, edukimit ose pjesëmarrje aktive në aktivitetet e fermës. Ky koncept nënkupton inkorporim të elementeve të turizmit në veprimtarinë e fermës. Agroturizmi i përhap veprimtaritë ekzistues dhe e zhvillon tregun me fermat”. (G. Goldman, A. Nakazawa and D.,Taylor, “Ndikimi i shpenzimeve të vizitorëve në të hyrat lokale” WREP145, Corvalis Oregon State University, v.1994, fq. 170).

Çdo bashkësi lokale do të rreket që ta zhvillojë turizmin deri në mundësitë e saj optimale profitabile. Meqë punohet për një treg me konkurrencë të lartë, vetëqeverisja lokale doemos duhet të ketë faza të sakta si pjesë të planit për zhvillim të turizmit lokal, që të arrihen efektet pozitive në fund të projektit.

Siç argumentojnë më tej autorët:

- Hapi i parë është definimi i qëllimeve të qarta për zhvillimin e turizmit dhe udhëtimet, të cilat vetëqeverisja lokale do t’i mbështesë. Qëllimet e përbashkëta janë: Tërheqja dhe mbajtja sa më e gjatë e vizitorëve në atë rajon, me qëllim të shfrytëzimit maksimal financiar, mbajtja sa më e gjatë e sezonit dhe mbajtja e nivelit të fluksit të turistëve.



- Forcat e organizuara mirë të komunitetit, duhet të formojnë disa grupe punuese. Veprimtaria e tyre involvon promovim të atraksioneve vetanake turistike; ngjarje speciale siç janë: festivalet, panairët, ekspozitat dhe shitjet afariste, punësimi vendor, sajimi i vetëdijes për mikpritje dhe rëndësia e ofrimit të shërbimeve kualitative, sajimi i qendrave të informimit për vizitorët, me qëllim të gjindshmërisë më të mirë gjatë vizitave dhe shpenzim të më shumë parave.

- Është e rëndësishme që kualiteti i atraksioneve t'i përgjigjet programit turistik. Gjithashtu, duhet të merren parasysh restorantet adekuate, hotelet, dhomat dhe higjiena lokale. (S.Dekić, S.Vučić, "Turizmi rural bashkëkohor dhe turizmi", Turizmi fshatar dhe zhvillimi i qëndrueshëm", Përmbledhje punimesh, Kragujevc, viti 2003, fq. 171).

Përsëri kemi një situatë të ridizajnit të definicionit themelor për menaxhmentin, i cili është riaftësuar në funksion të nevojave të zhvillimit të turizmit rural. Praktikisht e gjithë kjo reduktohet në arritjen e rezultateve, të cilat janë të lidhura me ofertë maksimale, gjegjësisht përmbushjen e nevojave të klientëve (konsumatorëve).

Gjithashtu, nuk guxojmë të harrojmë se politika, respektivisht politika publike definitivisht ka pjesëmarrje të madhe në turizmin rural. Ndihma mund të jepet në mënyra të ndryshme edhe atë me anë të një sërë diturish, ndihmë e drejtpërdrejtë financiare ose me dhënie të ndihmës teknike. Me dhënien e diturisë nënkuptojmë ndihmë profesionale rreth organizimit të veprimtarisë së turizmit rural përmes angazhimit të ekspertëve, respektivisht personave profesionalë nga vendi dhe nga jashtë, ku janë bërë reforma të ngjashme në veprimtarinë turistike.

Ndihma financiare mund të jetë një injeksion i caktuar për disa punë, që të mbarojnë më shpejtë dhe të kapet sezoni për të cilën as që është planifikuar se do të mund të shfrytëzohej komercialisht. Kjo do të ishte shumë mirë për veprimtarinë, por këtu nuk nënkuptohet investim i tërësishëm në ndonjë projekt nga ana e vetëqeverisjes lokale. Mendohet për ndonjë ndihmë të caktuar në raste të caktuara kur afaristët do të ngulmojnë dhe vetëqeverisja lokale patjetër të mendojë në atë se çdokujt duhet t'i mundësohet shansi i njëjtë si dikujt tjetër. Ligji patjetër të jetë i njëjtë për të gjithë ata, të cilët duan të merren me këtë lloj biznesi.

Në fund mbetet ndihma teknike, e cila mund të përbëhet nga një dhënie e thjeshtë e shfrytëzimit të makinerisë, e cila u takon ndërmarrjeve ndërtimore, publike dhe komunale si ndihmesë në parapërgatitjen e vendit rural turistik.

Siç është theksuar "ekspansioni dhe kahja e transformimit të kërkesës si koncept i 'turizmit të fortë dhe të butë'".

Kjo është e bazuar në vëzhgimin e ndryshimeve tek ish- klientët dhe klientët aktualë dhe agjencitë turistike dhe standardet e ndryshme të të dy llojeve të turizmit: atij tradicional dhe atij modern". (S.Dekić, S.Vučić, "Turizmi rural bashkëkohor dhe turizmi", "Turizmi fshatar dhe zhvillimi i qëndrueshëm", Përmbledhje punimesh, Kragujevc, viti 2003, fq. 172)

### 3. Ekoturizmi si komponentë e rëndësishme zhvillimore

Tendencat e reja për globalizimin e sistemit botëror ekonomik, sajojnë kushte të reja për aktivitetet turistike. Dukuria në vendet në zhvillim, gjegjësisht në tranzicion, të cilat formojnë kualitet të ri të kërkesës turistike dhe tregjeve të pranuar turistike në përputhje me zhvillimin e shtetit, përbëjnë formë të posaçme të ekoturizmit.

Siç sqarojnë Çomiq dhe Rosiq: “Ekoturizmi, si pjesë përbërëse e kthimit të njerëzve kah rrënjët e veta, bëri që për të parën herë mjedisi jetësor dhe njeriu të bashkohen në shfrytëzim të përbashkët, ruajtje dhe zhvillim të të gjitha hallkave shoqërore ekonomike të unitetit të ekologjisë dhe ekonomisë”(147).

Nga vetë definicioni është më se e qartë se pse ekoturizmi e përmban parafjalën “eko”, që asocion në ekologji, respektivisht ekologjik. Është fakt se shumë shtete të botës, që janë pjesë e ndonjë programi për zhvillim dhe nuk e kanë të zhvilluar metalurgjinë e lehtë dhe të rëndë, si dhe kurrfarë industrie tjetër të rëndë, ndërsa kanë shumë sipërfaqe të pashfrytëzuar, konsiderohen si lokalitete ekoturistike. Një shembull i tillë është Mali i Zi si pjesë përbërëse e SMZ, që konsiderohet si republikë ekologjike dhe në të cilën çdo formë e turizmit rural konsiderohet për ekoturizëm.

Për shkak të faktit se Maqedonia ka disa pjesë të shtetit me pasuri të mrekullueshme natyrore, të cilat nuk janë të zhvilluara sa duhet, respektivisht të pazhvilluara me çfarëdo forme të industrisë, do të ishte e mundur që të investohet në zhvillimin e qendrave ekoturistike nëpër tërë shtetin.

Siç theksojnë më tej autorët: “Qysh nga vitet e shtatëdhjeta të shekullit të kaluar, kur ekologjia është bërë aksion integral i planifikuar në suaza botërore ekonomike shoqërore, fillon të menduarit se shumë hapësira me mjedis të ruajtur jetësor mund të jenë bartës të zhvillimit të ekoturizmi”. (S. Unković, K. Cacić, O. Bakić, J. Popesku, “Trendet bashkëkohore në turizëm”, Fakulteti ekonomik, Beograd, viti 199, fq. 232).

Ekzistojnë dy ideologji të ndryshme në lidhje me karakteristikat e ekologjisë dhe mund të thuhet se ekzistojnë dy qasje, si: Qasje teknocentrike, e cila është hierarkistike, manipulative dhe drejtuese dhe qasje ekocentrike, e cila bazohet në kundërtënie, përbën shkallë shoqërore, sipas moralit natyror, që bazohet në parimet ekologjike.

Që të zhvillohet turizmi rural është më shumë se e rëndësishme ndërlidhja me ekoturizmin si degë dhe ndërlidhja me mjedisin jetësor, ku ofrohen veprimtaritë turistike me të pasurit e shëndetit më të mirë ose ndonjë efekti shërues e kështu me radhë. Mirëpo, që të arrihet ekoturizëm i mirë, para së gjithash duhet të punohet në ngritjen e vetëdijes ekologjike të nikoqirëve dhe të mysafirëve potencialë paralelisht. Mund të them lirisht se të dy palët janë më së shpeshti fajtorë, për shkak të ndotjeve që ndodhin në komuna të caktuara maksimalisht ekologjike nga aspekti i pasurive natyrore dhe industrisë së pazhvilluar në regjion.

Në Republikën e Maqedonisë ekoturizmi do të duhej të jetë pjesë përbërëse e objektivave strategjike të zhvillimit të turizmit rural, që kanë të bëjnë me:

- Intensifikimin e zhvillimit të përgjithshëm përmes shfrytëzimit të kapaciteteve ekzistuese;
- Dalje e shpejtë dhe e rëndësishme e Maqedonisë si destinacion turistik në tregun ndërkombëtar;
- Krijimi i kushteve për zhvillim të mëtutjeshëm të turizmit vendas;
- Përmirësimi i organizimit të përgjithshëm në funksion të udhëheqjes më efikase për zhvillim të turizmit; dhe
- Ndërtimi i ambientit në ekoturizëm, i cili thjesht do të tërheqë investime shtesë dhe do të çojë drejt përparimit të vazhdueshëm.

Që të realizohet ekoturizmi për të cilin është më se evidente se është esencial për joshjen e mysafirëve të huaj për një periudhë më të gjatë dhe për të bërë që Republika e Maqedonisë të jetë një destinacion i respektuar turistik, së pari duhet që të përgatitet një plan i shëndoshë për zhvillim të këtij lloji të turizmit, gjegjësisht të këtij tipi të destinacionit turistik. Është fakt se Maqedonia mundet mjaft të ofrojë për shkak të faktit se posedon një hapësirë të madhe, e cila është e pa ndotur ekologjikisht, por njëherësh edhe maksimalisht e pazhvilluar ekonomikisht.

Duhet të përdoren rregullat themelore të menaxhmentit, të hartohen rregullat e lojës, të kërkohen zgjidhje, të pranohen zgjidhje të caktuara, të implementohen ato dhe në fund të niset me punë.

Siç është prezantuar në literaturë: “Që ta përfundojmë të menduarit për ekoturizmin nuk mundemi e të mos përkujtohem në pasojat nga depërtimi i turizmit në zonat dikur tejet të ruajtura. Zona e Davosit në Zvicër, paraprakisht ka qenë e dedikuar për ndërtim të një sanatoriumi dhe për veprimtari plotësuese bujqësore, ndërsa sot është një nga qendrat më eminente turistike në Evropë”. (S. Milenković, Eko-turizam kao pokretačka snaga razvoja pojedinih prostora”, Ruralni turizam i održivi razvoj, Zbornik radova, Kragujevac, viti 2003, fq.147).

Megjithatë, është fakt se ekoturizmi është zgjidhje për pakënaqësinë bashkëkohore të njerëzve, të cilët duan që me zhvillimin ekonomik dhe me dëshirë që të kthehen pasojat negative të shoqërisë ndaj efekteve etike të zhvillimit dhe eksploatimit dhe mbrojtjes së hapësirave të pambrojtura.

### **Turizmi rural si komponentë e rëndësishme në zhvillimin e vetëqeverisjes lokale**

Qëndrueshmëria nënkupton zhvillimin rural nëpërmjet sigurimit të përtëritjes së resurseve, si dhe efikasitetit ekonomik dhe ekologjik. Realizimi i qëndrueshmërisë ndikon në rishpërndarjen e strukturës së numrit të turistëve në viset rurale. Turizmi rural në vendin tonë nuk është i zhvilluar sa duhet, por është në rritje. Faktorët demografikë, natyrorë, teknologjikë, ekonomikë dhe të tjerë pozitivisht ose negativisht ndikojnë në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit në viset rurale.

Shqyrtimi i kaheve të ndikimit të këtyre faktorëve, në bazë të të dhënave për specifitetet e biodiversitetit, peizazhit, ujit dhe klimës të viseve të caktuara është pikënisje për aktivitetet e ekspertëve në tranzicionin e aktiviteteve rurale. Me këtë arrihet efekt pozitiv kumulativ i aktiviteteve në zhvillimin rural, duke përfshirë zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit. Rritet edhe oferta e prodhimeve dhe shërbimeve

të viseve rurale dhe forcohet fuqia konkurruese e pronës dhe amvisërive. Zhvillimi rural do të bëhet nëpërmjet përfshirjes së bujqve, blegtorëve në aktivitetet turistike dhe ruajtjen e baraspeshës të ekosistemit.

Mjediset rurale, si çak i vendosjes së turistëve potencialë, gjithnjë e më shumë shndërrohen në atraksion, që duhet të shfrytëzohet, por tregues të shumtë flasin për interesim gjithnjë më të vogël të të rinjve për të vazhduar jetën në mjediset rurale. Gjithnjë më pak shkolla, gjithnjë amvisëri më të plakura dhe gjithnjë më shumë shtëpi dhe prona të braktisura, janë karakteristikat e shumë fshatrave në vendin tonë, të cilat dikur kanë qene të mëdha dhe të përparuara. Madje edhe dekada shumë e vështirë ekonomike dhe periudha e tranzicionit që pasoi, ku posaçërisht u goditën qytetet, nuk e ngadalësuan dukshëm procesin e vdekjes së avashtë të fshatrave.

Në këtë kontekst, një shpresë reale nxit potenciali i të ashtuquajturit turizëm fshati edhe në kushte tona, posaçërisht për shkak të kualitetit të rrethinës natyrore dhe vlerave thelbësore pamore të peizazheve thuajse në tërë territorin e Maqedonisë dhe më pas paraqesin vlera, të cilat janë ose mund të jenë shumë atraktive në kuptimin turistik. Turizmi i fshatit është atu reale e rivitalizimit të pjesës më të madhe të territorit të Maqedonisë, të tërësive të saja të vogla dhe të mëdha hapësinore fshatare.

Zhvillimi i turizmit në këto rajone, seriozisht mund ta rrezikojë, madje edhe ta stopojë largimin e të rinjve, sepse zhvillimi i turizmit sot do të thotë krijim i kushteve elementare për një komfor më të lartë të përgjithshëm të popullatës fshatare. Në rrethana të atilla të rinjtë mund të gjejnë jo vetëm motive ekonomike, por edhe motive socio-kulturore për të vazhduar jetën në vatrën familjare, në mjediset në të cilat kualiteti i përgjithshëm i jetës realisht i afrohet atij niveli, i cili sot në botë konsiderohet si i domosdoshëm.

Rëndësia e zhvillimit të turizmit fshatar hetohet edhe nga fakti se me turizmin bashkëkohor nënkuptohet shfrytëzim turistik i një sipërfaqeje relativisht më të madhe, hapësira të gjera, duke aprovuar në ofertën turistike elemente dhe cilësi të cilat, kur është në pyetje sipërfaqja fshatare, nuk mund të jenë të shprehura si deri më tani vetëm nëpërmjet lidhjes tradicionale me konceptin rekreacion në zonat malore dhe qendrat sportive dimërore, pavarësisht asaj se sa ato ende do të jenë atraktive.

Turizmi i vërtetë fshatar, kur bëhet fjalë për Maqedoninë, mund të bëhet realitet me të gjitha rajonet e saja fshatare. Ai si edhe çdo formë bashkëkohore e turizmit, patjetër të zhvillohet në kontinuitet, gjatë tërë vitit. Doemos të ketë veçoritë e veta sezonale dhe infrastrukture. Patjetër të bazohet në një traditë të pasur dhe shumë interesante dhe duhet t'ua ofrojë vizitorëve ato peizazhe dhe atraktivitete antropogjenë, të cilat pikërisht, duke parë objektivisht, vlen të shihen dhe të qëndrohet në to.

Vetëm në rrethana tejet specifike, turizmi i fshatit i kuptuar në këtë mënyrë do të mund të mbetet në bazat klasike të sezoneve verore apo dimërore turistike. Meqë në Maqedoni ka shumë pak lokalitete të tilla (përveç disa qendrave malore të cilat me rregullim të mëtutjeshëm mund të rritet lloji specifik i grupit, oferta ekskluzive turistike, ndërmjet të cilave shembull më i mirë është Mavrova), është evidente se në

aspektin afarist, shumë të rëndësishme janë potencialet, të cilat përmbajnë viset fshatare në tërësi dhe se rregullimi turistik i tyre ka rëndësi më të gjerë ekonomike. Pa këtë, shumë fshatra në territorin e Maqedonisë, do të vazhdojnë të shuhen.

Duke parë potencialin turistik të viseve fshatare, në parim është reale që në fillim të mijëvjeçarit të tretë të supozohet se adhuruesit e turizmit rural në Maqedoni nuk do t'i tërheqë edhe shumë kohë kostoja relativisht e ulët e pushimit dhe/ose lidhshmëria motive me “viset e vjetra”. Kjo është një argument plus, që kah përparimi i turizmit të viseve fshatare në Maqedoni, të bëhet një qasje në mënyrë të re. Ai, ndërkaq, i sjell viset fshatare në një status të peizazheve me dekor të lartë inxhinierik, edhe atë nëpërmes pranimit të elementeve ekologjike të zhvillimit të qëndrueshëm dhe parimeve të rregullimit të atyre viseve, si refleksionet e para dhe më të rëndësishme në çdo aspekt të sintagmës së përmendur.

Me rregullimin e viseve, të cilat tradicionalisht i takojnë popullatës fshatare në Maqedoni, patjetër të arrihet përparimi i tij real, vizual, ekologjik dhe turistik.

Intervenimet para së gjithash patjetër të jenë pasojë e potencialeve të studiuar natyrore të zonave të caktuara – vlerësim dhe përparimi i mikro-relieftit, vegjetacionit, rrjedhave ujore dhe infrastrukturës së trashëguar.

Intervenimet inxhinierike mund të bëjnë shumë, praktikisht gjithë atë që është e mundur për ridedikimin e këtyre potencialeve më të rëndësishme turistike në Maqedoni në sferën e peizazheve reale dhe të prekshme dhe të vlerave turistike, por vetëm nëse rezultatet nga hulumtimi shfrytëzohen paanshëm, e para së gjitha profesionalisht.

Në fund duhet theksuar se në çdo mjedis të rregulluar, sipas principeve të qasjes së peizazhit, më lehtë është të organizohen aktivitetet turistike në shpirtin dhe me karakteristikat tipike fshatare: shëtitje e paramenduar në rrethinë me vizitë të monumenteve në afërsi, nëpërmjet rikognostifikimin e tyre, vlerësim dhe përpunim; pjesëmarrje simbolike, por për turistët është shumë atraktive, në kryerjen e aktivitetet sezonale; rivitalizimi sistematik i dedikuar për turistët i zejeve të vjetra; përparimi i pikturës amatore tradicionale, punimet letrare, amatorizmi teatror fshatar; pjesëmarrje e organizuar në zbulimin dhe mbledhjen e llojeve të rralla dhe të rrezikuara të bimëve siç janë: bimët mjekuese, ekzemplarë të mineraleve, fauna e imta simpatike (fluturat, kërmijtë, gaforret), etj.

### **Gjendja me peizazhin fshatar në Maqedoni**

Insistimi për intensifikim të aktivitetet që lidhen me rivitalizimin e rajoneve fshatare në Maqedoni, krahas atyre turistike, kanë dhe motive të tjera. Shuarja graduale e shumë fshatrave është shkaktuar nga një numër i madh i rrethanave specifike dhe të veçanta të arsyeve të shkaktuara.

Në disa zona bujqësore jo mjaft të zhvilluara, aktivitetet fshatare, edhe vetë jeta, praktikisht janë shuar. Në rastet tjera, me ndërtimin e objekteve jo rentabile ose jo

atraktive industriale, është degraduar mjedisi jetësor dhe janë shkatërruar përparësitë komparative të peizazhit, por kjo megjithatë nuk ka çuar deri në përtëritjen e interesimit të banorëve për vazhdimin e jetës dhe krijimin e familjes. Ka edhe pasoja nga insistimet, përndryshe qëllimmira në të kaluarën, që të përmirësohet struktura dhe veçoria e gjithë rajonit, gjë e cila ka shkaktuar ndryshime karakteristike të peizazhit (ndërtimi i rrugëve, hekurudhave, pendëve, akumulacioneve etj.), pas të cilave kushtet jetësore janë bërë ende më tërheqëse.

Në shumë raste të tilla, më pak ose më shumë, pamëshirshëm janë shkatërruar resurse pyjore, sipërfaqe më të mëdha ose më të vogla pyjore, pyje atraktive të përbëra prej pemëve të cilësisë së lartë dhe me pamje të mrekullueshme të llojeve autoktone të druve, ndërsa ripërtëritja e planifikuar dhe e projektuar e pyjeve të shkatërruara më shpesh nuk ka ndodhur. Përkundrazi, në të shumtën e rasteve është kushtuar vetëm vëmendje periferike për përparimin e shfrytëzimit (prerje e matur) dhe përtëritje e planifikuar e zonave pyjore ose grupeve individuale të druve, që kanë rëndësi të barabartë për mbajtjen e peizazhit karakteristik të fshatit dhe zhvillim të ekonomisë turistike.

Në procesin e zhdukjes së sipërfaqeve pyjore, nuk ka mundur t'i kundërvihet as fakti se në rajonet nën pyll mundet me sukses të zhvillohet prodhimtaria e të ashtuquajturit ushqim i shëndoshë, ashtu që potenciali i tillë, sipas rregullës, nuk është konsideruar mjaft perspektivë për ngritjen e procesit të rivitalizimit të ekosistemeve pyjore.

Për shkak të të gjitha këtyre arsyeve, shumë pyje në rajonet e fshatrave të Maqedonisë janë deri në shkallën e rrezikshmërisë më të vogël ose më të madhe, braktisje dhe shuarje. Në këtë mënyrë, edhe atje ku ka, potenciali turistik-rekreativ dhe vlera reale janë bërë të ulëta, duke pamundësuar të jenë destinacione në ofertën organizatave lokale turistike, madje as mjaft atraktive nga aspekti i peizazhit.

Detyra e parë në ridestinimin e tyre është analiza e tyre botanike dhe përtëritja profesionale inxhinierike e bazuar në të. Më pas vazhdon arkitektura profesionale e peizazhit, rregullimi i viseve që duhet të sjellë një përmbajtje të posaçme në tërësinë standarde pyjore, duke e shndërruar në zonë pyjore të rregulluar dhe të adaptuar për vizita turistike. Zonat e ripërtëritja relativisht shpejtë, bëhen shumë kornizë atraktive peizazhi për aktivitete të ndryshme, në të cilat qëllimi i fundit është që të tërheqin turistë, që në rastin e shumë zonave të fshatrave gjysmë të braktisur në Maqedoni, mund të ketë rëndësi të veçantë për afirmimin e vlerave burimore të veta, posaçërisht të rinjtë, të cilët dekadave të fundit, shumë shpesh, ardhmërinë e vet e shohin vetëm jashtë vendeve të veta të lindjes ose të fëmijërisë.

### **Faktorët e zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit rural**

Ndikimi i faktorëve demografikë të turizmit rural, varet nga dendësia e popullatës lokale, struktura e moshës, indeksi i natalitetit, orientimi profesional i të rinjve, motivimi i ekspertëve të papunësuar turistikë për punë në ekonominë rurale. Numri i banorëve nga aspekti i qëndrueshmërisë, lidhet me konsumin e ushqimit, ujit, drurit për përpunim, energjisë, krijimit të mbeturinave industriale, etj.

Faktor pozitiv për zhvillimin turizmit rural është vitaliteti i njerëzve në atë veprimtari. Në Francë mosha mesatare e fermerëve, të cilët merren me turizëm, është rreth 40 vjeç. Numri më i madh i fermerëve kanë prej 20 deri në 100 hektarë tokë. Orientimi kah turizmi rural shkakton rrudhë në përputhjen e aktiviteteve bujqësore dhe turistike. Negativisht në zhvillimin e turizmit rural mund të ndikojë ajo që më shumë se gjysma e numrit të përgjithshëm të amvisërive në vendin tonë kanë pjesëtarë mbi 60 vjeç. Gjithnjë e më të rëndësishme janë teknologjitë, të cilat mundësojnë konservim të resurseve natyrore.

Karta afariste për zhvillim të qëndrueshëm përmban parime që ndërlidhen me menaxhmentin ekologjik, të zbatueshme edhe në lëmin e turizmit rural. Kjo do të thotë se duhet të mbahet llogari për: pasojat ekologjike të projekteve, të cilat realizohen me aprovimin e veprimtarive të reja, përgjegjësitë për mbrojtje të mjedisit jetësor, siguri e prodhimeve të cilat përdoren për minimizim e efekteve negative, nga shfrytëzimi i resurseve nëpërmjet zbatimit të teknologjisë së sigurt ekologjike, strategjia e sjelljes në raste të përkeqësimit alarmant të kualitetit të zhvillimeve. Në shtetin tonë laboratorët nuk mund t'i konstatojnë mbeturinat nga të gjitha pesticidet, e prandaj duhet të përmirësohet pajisja e laboratorëve, për shkak të realizimit të kontrollit të tërësishëm.

Territori në kuptimin më të gjerë përfshin biodiversitetin, njerëzit, aktivitetet, pronën mbi tokat. Aktiviteti i pyllëzimit ndikon pozitivisht në përmirësimin e mikro-klimës dhe mbi rritjen e qëndrueshmërisë së zhvillimit rural, mbrojtja nga erozioni arrihet me pyllëzim, rotacion të kulturave, të cilat mbillen e të ngjashme. Zjarret pyjore janë faktor, i cili negativisht ndikon në turizmit rural. Kontrolli i faktorëve teknologjikë dhe natyror ndikon pozitivisht në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit.

Mosekzistimi i kushteve të volitshme klimaterike dhe uji i pa ndotur janë faktorë, të cilët ndikojnë në rritjen e konsumit për shërbime turistike në zonat rurale. Në rajonin Bretania, është ekzaminuar raporti ekonomik ndërmjet cilësisë të rrethanave dhe turizmit rural. Është konstatuar se degradimi i rrethanave kushtëzon rënie të kërkesës dhe zvogëlim të çmimit të shërbimeve turistike. Kualiteti i rrethanave në masë të madhe është rezultat i aktiviteteve bujqësore, e me këtë shqyrtohen të dhënat për sipërfaqet pyjore, drithërat. Prania e kullotave ka efekt pozitiv në vëllimin e shërbimeve rurale turistike, kurse blegtoaria e zvogëlon vëllimin dhe çmimin e tyre.

### **Veprimtaritë hulumtuese të cilat i paraprijnë rregullimit turistik të viseve fshatare**

Kur një nga qëllimet është rivitalizimi i zonave fshatare dhe shndërrimi i tyre në zona interesante turistike, në konstatimin e elementeve konkrete dhe potenciale të mjedisit lokal duhet t'i kushtohet vëmendje serioze. Konkluzione duhet të merren vetëm në bazë të analizave të fituara me ndihmën e efekteve të konstatuara në mënyrë të saktë dhe me vlerësimin e dobive të përgjithshme nga organizimi i aktiviteteve të tilla specifike ekonomie, prej të cilave njëkohësisht mund të jetohet.

Ekonomia turistike rrallëherë mund të sjellë shumë shpejtë mirëqenie të popullatës lokale, kështu që me instalimin dhe organizimin e saj, në radhë të parë, arrihen benefite plotësuese në aspektin ekonomik. Mirëpo, aktiviteti i caktuar themelor ekonomik mundëson zhvillim të mëvetësuar dhe dinamik të turizmit si veprimtari plotësuese.

Për nga natyra e gjërave, është e qartë se si veprimtari themelore ekonomike në zonat fshatare të Maqedonisë, nënkuptohet prodhimtaria e ushqimit, e cila edhe drejtpërdrejt mund të lidhet me veprimtarinë sekondare turistike. Kjo lidhje ekziston vetëm për shkak të nevojës gjithnjë më të pranishme të turistëve, krahas ushqimit të zakonshëm (pansionit standard hotelierik në shumicën e objekteve turistike në Maqedoni është shembull ofertë jo të shijshme dhe jointentive), të konsumojnë prodhime lokale ushqimore, ndonjëherë në konsumin jashtë pansional, e herë pas here edhe si lloj i veçantë ushqimi, posaçërisht nëse ai ka veçoritë e të qenit ushqim i shëndetshëm dhe i sigurt ekologjik.

Në lidhje me këtë, është evidente se rajonet fshatare në mjediset e pandotura dhe pak të ndotura (që kur të krahasohet me rrethinën e qyteteve të mëdha, mund të kenë fuqinë e rregullave dhe si të tilla të vlejnjë për rajonet fshatare në përgjithësi), burim atraktiv i ushqimit cilësor dhe të sigurt për shëndetin mund të gjejnë në shfrytëzimin intensiv dhe të planifikuar të prodhimeve specifike pyjore ose në shumë bimë mjekuese (të pyjeve ose livadheve). Theksi në punimin hulumtues, i cili duhet t'i konstatojë potencialet për këtë prodhimtari, patjetër të vihet në frutat lokale autoktone drunore dhe gogëlore, si dhe në bimët e shumta mjekuese – çajet.

Po ashtu, janë të domosdoshme njohuritë e tërësishme për karakteristikat ekologjike dhe antropogjene, të cilat në mënyrë fundamentale e përcaktojnë karakterin e krahinës (kushtet klimaterike, makro dhe mikro reliefin, karakterin dhe gjendjen e tokës, karakteristikat dendrologjike dhe fitocenologjike, nivelin e degradimit dhe mundësitë për ripërtëritjen e vegjetacionit të ulët dhe të lartë në rrethinë, strukturën e trafikut, infrastrukturën ekzistuese dhe inekzistente energetike, gjendjen e ndotjes së rrethinës, numrin, karakteristikat demografike dhe potencialet e popullatës lokale etj.), si dhe analizë në aspektin e nevojave-kërkesave të tregut vendas dhe të huaj.

Ashtu si te ripërtëritja e tërësive pyjore, duhet të kryhet zgjedhja preliminare e tipave adekuate të prodhimeve vendase, për të cilat mund të supozohet se me investime më të vogla dhe me masa më adekuate të kultivimit dhe mbrojtjes do të japin suksesin më të madh.

Ndonëse gjatë punë në terren fitohet pasqyra në shkallën e interesimit të popullatës lokale për këtë lloj të angazhimit, në kuadër të hulumtimeve duhet të përfshihet edhe realizimi i më shumë anketave qëllimore, kurse në përputhje me rezultatet e tyre, të parashikohet dhe në mënyrë efikase të organizohet edukimi elementar nëpërmjet “punëtorive” të organizuara mirë.

Afirmimi personal dhe i drejtpërdrejtë i punëtorëve shkencorë në zgjedhjen e burimeve perspektive të të ardhurave, si dhe inkurajimin e pjesëtarëve të interesuar të



komunitetit lokal për zbatimin (ose të paktën përpjekjet provuese) të rekomandimeve të përcaktuara, krijon bazë të gjerë për ndryshim të qëndrimeve për jo fitimprurje të rajoneve lokale dhe të interesimit, një pjese të popullatës lokale i mundëson që përparësitë e veta komparative t'ua ofrojë vizitorëve, duke kaluar gradualisht në tërësi të një lloji të tillë të parashikimit dhe sigurimit të ekzistencës së vet.

Hulumtimi i llojeve të tilla, patjetër të përmbajë edhe propozim të të gjitha masave për zbutjen se eliminimin e kushteve të pavolitshme në mjedis. Në kuadër të rezultateve nga hulumtimi, është e domosdoshme të formulohen edhe të gjithë faktorët e fshehur dhe potencialesh të rrezikshme si pasojë e aktiviteteve në të cilat popullata lokale nuk merr pjesë drejtpërsëdrejti.

Njëkohësisht, patjetër të hulumtohen edhe të gjitha format e shfrytëzimit të vlerave të ardhshme të rivitalizuara të mjedisit lokal. Kjo nënkupton konstatimin e mundësiave reale për zgjerim të tregjeve potenciale dhe për prodhime dhe vlera turistike në kuptim më të gjerë.

Ashtu si gjatë hartimit të cilitdo qoftë biznes-plan të mirë, edhe këtu kuantifikohen të gjitha efektet mira; mbetja në fshat, punësimi i rritur i popullatës, shitja dhe eksporti i prodhimeve të gatshme specifike, përmirësimi dhe zgjerimi i ofertës turistike. Ato do të japin edhe shumë përgjigje të rëndësishme për një numër të madh të efekteve socio-ekonomike, psikologjike, arsimore dhe efekte të tjera.

### **Masa për realizimin e zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit rural**

Sipas projekcionit të Akademisë së Shkencave dhe Arteve të Maqedonisë, në pjesën për ekonomi turistike, vëmendje e veçantë i kushtohet mbrojtjes së vlerave të rrethinës. Oferta turistike e hapësirës rurale nuk guxon të rrezikojë mjedisin jetësor. Në Samitin për zhvillim të qëndrueshëm, të mbajtur në Johannesburg në vitin 2002, theksohet se “resurset natyrore harxhohen më 20 për qind shpejtësi më të madhe nga ripërtëritja e tyre”. Parashikohet se deri në vitin 2050, raporti i harxhimit dhe ripërtëritjes së resurseve natyrore do të jetë 11 herë më i keq.

Mbrojtja e sistemit ekologjik, përfshin mbrojtjet morfo-sistemeve, pedo-sistemeve, hidro-sistemeve, sistemeve klimatike, biocenozës dhe antropo-sistemeve. Shfrytëzimi i mullinjve (të cilët që moti paraqesin raretet), është vetëm një element në prodhimtarinë e ushqimit të vlefshëm biologjik të dedikuar për turistët. Në vendin tonë ekzistojnë kushte për rritjen e numrit të amvisërive organike, kurse rreth 95 për qind nga sipërfaqja e Evropës Perëndimore, nuk është e përshtatshme për prodhim të ushqimit organik.

Zhvillimi i turizmit rural duhet të bazohet në dispozita adekuate ligjore, siç i përmban, për shembull, ligji francez i vitit 1990. Në shtetin tonë zhvillimi i turizmit rural duhet të ketë efekt pozitiv ndaj punësimit të të rinjve, grave dhe personave me hendikep. Në Francë, në aktivitetet e turizmit rural, gratë marrin pjesë me 80 për qind. E rëndësishme së veçantë është popullata e re, e cila si subjekt imediat në zhvillimin, duhet në mënyrë aktive të inkuadrohet në realizimin e qëndrueshmërisë.

Resurset financiare janë parakusht i rëndësishëm i rrethinës natyrore. Mbrojtja nga përmytjet, nënkupton investim në ndërtim ose rikonstruktiv të pendëve mbrojtëse. Mbrojtja e ujit është e rëndësishme që të mos përsëritet rasti i Suedisë, ku janë ndotur rreth 20 mijë liqene. Masat stimuluese të politikës ekonomike për marrjen me turizëm të qëndrueshëm rural, në plan të parë, do të jenë masat e politikës kredituese. Kreditë mund të jenë të dedikuara për ndërtim ose përmirësim të kualitetit të kapaciteteve për vendosje për turistët.

Në Austri, kreditë për zhvillim të turizmit rural miratohen me afat kthimi deri në 30 vjet, me 3 ose 4 vjet grejs periudhë dhe shkallë të interesit prej 1 për qind ose pa interes fare. Financimi i beneficuar jep kushtet më të volitshme për rajone të caktuara.

Turizmi rural kërkon infrastrukturë minimale, shërbime publike në komunitete lokale. Zhvillimi i zonave turistike në rajonet rurale duhet të jetë në përputhje me planifikimin hapësinor. Ato zona duhet të jenë të definuara në ato në të cilat mund të zhvillohet turizëm i qëndrueshëm dhe në ato në të cilat është vështirë të realizohet.

Që turizmi të mund të jetojë qëndrueshëm në hapësirën rurale, ai nuk mund të jetë masiv, sepse numri tepër i madh i turistëve paraqet rrezik për cilësinë e resurseve natyrore. Të përshtatshme janë kapacitete për vendosje, të cilat për nga arkitektura janë në përputhje me hapësirën rurale. Menjanimi i sigurt i mbeturinave nga mjediset rurale duhet të zgjidhet me mënyrë adekuate.

Parakusht i rëndësishëm për qëndrueshmërinë dhe shfrytëzimin e energjisë përkatëse dhe kursimit të burimeve të papërtëritshme të energjisë. Shembull pozitiv janë Suedia dhe Finlanda, të cilat 15 për qind të energjisë e shfrytëzojnë nga biomasa.

Mbeturinat organike nga prodhimtaria bimore, përdoren për sintezë të biomasës, e cila zëvendëson energjensët e lëngët. Si lëndë djegëse më e përshtatshme, në bujqësi gjithnjë e më shumë duhet të përdoret bio-dizeli. Madje edhe seminarët njëditore mund t'u ndihmojnë bujqve t'i organizojnë aktivitetet e veta në turizmin rural.

Ekspertët turistikë duhet ta përpilojnë përmbajtjen e seminarëve dhe t'i adaptojnë nevojat e bujqve dhe të tjerëve, të cilët janë të orientuar kah turizmi rural. Përfshirja e ekspertëve nga profile të ndryshme (arkitektë, ekologë, etnologë, hotelierë, nutricionistë), është e nevojshme që t'u prezantohen turistëve, begatitë e harruara nga një rajon i caktuar rural. Aprovimi i menaxhmentit të rrethinës në rajonet turistike rurale është gjithnjë e më i rëndësishëm.

Duke i pasur parasysh karakteristikat dhe gjendjet paraprake, mund të konstatohet se pjesa më e madhe e rajoneve të fshatrave në Maqedoni, posaçërisht në zonat kodrinore malore, në këtë moment nuk kanë potenciale të determinuara për organizimin e veprimtarive adekuate prodhuese, e as të kushteve të rekognistikuara për zhvillim më të gjerë të ashtuquajturit turizëm fshati. Nevoja që kjo të ndryshojë, është shansi për Maqedoninë në të ardhmen. Ajo është e një natyre të atillë, që do të

mundet të shfrytëzohet për intervenime më të ndërlikuara në hapësirë, të cilat në kuptimin material nuk do të përfaqësonin ngarkim të tepërt.

Rëndësia turistike e zonave fshatare në Maqedoni, për shkak të faktorëve gjeografikë dhe ekologjikë është tejet e madhe. Jo vetëm që në shumë zona mund të rivitalizohet peizazhi tradicional i kësaj zone ballkanike, interesant edhe për mysafirët e huaj, por edhe në kuptim më të gjerë organizimi i prodhimitarisë bimore ose bujqësore, mund të konsiderohet si një masë reale, e pranueshme ekonomikisht dhe e domosdoshme sociologjike, të cilën shteti patjetër ta ndërmerrë, me qëllim të ndalimit të shkatërrimit të komuniteteve fshatare në Maqedoni.

Rëndësi të veçantë në këtë proces ka formimi i një vetëdije të tillë, në të cilën jeta në fshat, sipas karakteristikave të veta socio-urbanistike, i afrohet jetës në mjediset e qyteteve, duke e bërë atraktive për të rinj. Prania e turistëve në pjesën më të madhe të vitit, gjithsesi është një nga elementet të cilat krahas kualitetit ekonomik, kanë edhe kualitet të rëndësishëm sociologjik.

Gjelbërimi si element themelor i peizazhit të zonave rurale në Maqedoni, doemos të përfaqësojë kornizë elementare gjeografike, ekologjike dhe vizuale në procesin e shndërrimit të rajoneve të caktuara nga rajone të prapambetura dhe të braktisura, në zona turistike ushqimore, të cilat karakterizohen me prodhimtari specifike të ushqimit të shëndetshëm, ujë kualitativ dhe ekzistimin e atraktiviteteve të nduarnduarshme.

Në rast se rajonet pyjore më nuk ekzistojnë, ato patjetër të rregullohen dhe revitalizohen sipas rregullave, të cilat i dikton inxhinieringu pyjor, ndërsa atje ku nuk ka patjetër të ndërtohen nga fillimi. Rol të ngjashëm kanë edhe sipërfaqet e gjelbëruara në rajonet e fshatrave.

Rolin e tyre të përgjithshëm e përcakton arkitekti i peizazhit, i cili drejtpërsëdrejti është përgjegjës për funksionimin e tyre, që sa më shpejtë të bëhet proporcional me madhësinë e tyre dhe kondicionin e bimëve të caktuara. Në fund, duhet të përkujtojmë se nëpërmjet ekzistimit të gjelbërimit mund të pritët se koncepti ‘zhvillim i qëndrueshëm’, kur bëhet fjalë për këtë problematikë, nuk paraqet vetëm qëllim të shtatës teorike ose temë të debateve të pafundme në kabinete.

Turizmi rural dhe agrar janë rruga drejt ardhmërisë së disa amvisërive, nëpërmjet të orientimit të popullatës së re drejt atij aktiviteti. Edhe ndërmarrjet makro edhe ato të vogla, mund të kyçen në zhvillimin e turizmit rural të qëndrueshëm. Përfshirja e ekspertëve me profile të reja është një nga faktorët për zhvillim të rajoneve rurale dhe turizëm të qëndrueshëm. Turizmi i qëndrueshëm e rrit konkurrencën e ofertës së rajoneve rurale dhe e përmirëson valorizimin e prodhimeve bujqësore.

Që biznesi të jetë i qëndrueshëm, turizmi rural duhet t’i plotësojë disa kushte. Masat për përkrahje të qëndrueshmërisë së turizmit rural mund të jenë të karakterit ekonomik, juridik, teknologjik, edukativ.

Mbështetje financiare mund të japin bankat, të cilat ofrojnë kredi për zhvillim rural, që mund të jenë mikro kredi. Politika selektive tatimore, gjithashtu është faktor nxitës për zhvillimin e turizmit rural.

Është i domosdoshëm edhe edukimi i njerëzve, të cilët janë të inkuadruar në aktivitetet e turizmit rural, për krijim të diversitetit të konservuar. Vetëm në atë mënyrë nuk do të rrezikohet përmbushja e nevojave të turistëve në rajonet rurale. Po ashtu, begatimi i ofertës me ushqim të vlefshëm biologjik është një element përbërës për të kaluar turizmi rural në sistem të qëndrueshëm.

*MSc. Zija Zimeri*

## **FAKTORËT GJEOGRAFIKË DHE NDIKIMI I TYRE NDAJ VALORIZMIT TË NYJEVE DHE BOSHTEVE ZHVILLIMORE NË SHEMBULLIN E REPUBLIKËS SË MAQEDONISË**

### **Abstrakt**

Në këtë punim do të bëhet fjalë për faktorët gjeografikë, që ndikojnë në zhvillimin e rrjetit të linjave kryesore të komunikimit, të cilat dinamizojnë proceset transformuese zhvillimore të hapësirës. Korridori X dhe Korridori VIII, për Maqedoninë jo vetëm që janë linja komunikimi, por paraqesin edhe boshte të rëndësishme zhvillimore të proceseve ekonomike. Në këtë punim gjithashtu do të analizohen disa faktorë gjeografikë, që kanë ndikuar për trasimin e tyre dhe efektet e mundshme zhvillimore.

### **Hyrje**

Nëpër territorin e Republikës së Maqedonisë kalojnë dy korridore të rëndësishme komunikimi: Korridori X dhe Korridori VIII. Korridori X dikur ka funksionuar më intensivisht, për shkak të hapësirës së njëjtë shoqërore-politike në Federatën Jugosllave, ndërsa Korridori VIII, që gjatë decenies së fundit, edhe pse nuk është përfunduar si i tillë, gjithnjë e më shumë fiton efektivat, që garantojnë zhvillim më të hovshëm të proceseve ekonomike edhe të sektorit territorial, nëpër të cilin kalon dhe funksionon si i tillë.

Pozita hapësinore gjeografike e Republikës së Maqedonisë ka rëndësi të madhe për zhvillimin e gjithanshëm. Lidhja e ndërsjellët dhe efektive, me një numër të madh të rajoneve brendapërbrenda shtetit (shteteve), supozojnë kushtëzimin e dinamikës zhvillimore. Këtu duhet shikuar edhe aspektin stimulatív.

Nëse rajoni është i zhvilluar atëherë stimulon rajonet tjera për një ngritje të tillë zhvillimore dhe anasjelltas. Pra, nëse një rajon disponon me resurse natyrore, që i tejkalon nevojat e rajonit, atëherë ndikon që tepricën ta bartë në rajonin, që e përkufizon ose edhe më gjerë.

Lugina kompozite e Vardarit dhe e Moravës, që nga e kaluara e largët historike, ka ndikuar që të zhvillohen linjat komunikuese. Natyrisht, sot në kushtet e zhvillimit shoqëroro-ekonomik të vendeve, ku gjenden këto forma relievice, janë modernizuar në shkallën e efektives ekonomike të durueshme dhe profitabile për tri shtetet fqinje: Serbinë, Maqedoninë e Greqinë. Maqedonia nëpërmjet Korridorit X, prej Gjevgjelisë e deri në brigjet e Egjeut, ka distancë prej vetëm 80 km, ndërsa distanca prej Strugës deri në brigjet e Adriatikut (Korridori VIII) është pothuaj dy herë më gjatë, por korridori është shumë i rëndësishëm në aspektin e lidhjeve të ndërsjella ekonomike, kulturore etj.

Struktura relievice e Maqedonisë nuk ka qenë aq pengesë për trasimin e horizonteve të këtyre dy korridoreve. Territori i Republikës së Maqedonisë ka lartësi mbidetare

prej 829m. Krafshet e vërteta përfshijnë një sipërfaqe prej vetëm 2000 km katrorë ose 7,8 për qind, kurse viset bregore-malore kapin sipërfaqe prej 23.713 km katrorë ose 92,2 për qind.

### **Pozita gjeografike e Maqedonisë në kontekstin e valorizimit të nyjeve dhe boshteve zhvillimore**

Territori i Republikës së Maqedonisë shtrihet midis  $40^{\circ}50'$  dhe  $42^{\circ}20'00''$  të gjerësisë veriore gjeografike dhe  $20^{\circ}27'30''$  dhe  $23^{\circ}05'$  të gjatësisë lindore gjeografike dhe ka pozitë të volitshme me shtrirje në pjesën qendrore të Evropës Juglindore. Me cilësitë e tilla të volitshme të pozitës dhe shtrirjes gjeografike të Maqedonisë, nga njëra anë, dhe lidhja e ngushtë me viset fqinje ka ndikuar që Maqedonia të ketë pozitë gjeografike, që mund të polarizohet dhe valorizohet me një dinamikë më të madhe ekonomike (M. Panov 1976).

Rrugët e Maqedonisë janë shënuar edhe në hartat e ndryshme antike. Në realitet, pozita e saj e volitshme shprehet si rezultat i konfiguracionit të terrenit, respektivisht morfoplastikës, luginave të lumenjve, fushëgropave dhe qafëmave, që ndikojnë për lidhje me territoret e shteteve fqinje. Nga të gjitha kushtet natyrore gjeografike, dallohet Lugina kompozite e Vardarit dhe ajo e Moravës, që formojnë arterien e boshtit kryesor komunikativ në kuadrin e kësaj republike dhe më gjerë. Praktikisht, boshti komunikativ i Vardarit lidh rajonet e pjesës më jugore të Evropës Juglindore, do të thotë me Azinë e Vogël, ndërsa në veri, përmes Luginës së Moravës, me Evropën Qendrore.

Ky bosht ka qenë prezent prej kohërave më të lashta, sepse kanë ndikuar kushtet e shumëta gjeografike, duke filluar prej letërsisë për ndërtimin e linjave komunikuese dhe relacionit më të shkurtër midis këtyre dy hapësirave gjeografike. Prej Gjevgjelisë, respektivisht kufirit maqedon-grek, distancë deri të ujërat e ngrohtë të Egjeut është prej 80km, që çon në këtë drejtim autostrada e standardizuar.

Nga ana tjetër, duhet theksuar se nëpër këtë hapësirë gjeografike kalon rruga hekurudhore, e cila është ndërtuar në vitin 1873. Me viset e pjesës veriore të Evropës Juglindore, respektivisht me Kosovën, lidhet përmes Luginës së Lepencit.

Në të kaluarën dhe tani, përmes kësaj rruge automobilistike, territori i Maqedonisë lidhet edhe me viset e bregdetit Adriatik, njëherit dhe me viset dhe qytete tjera të Serbisë dhe Malit të Zi. Që në antikë, rruga e cila ka kaluar nëpër Luginën e Lepencit ka pasur rëndësi të madhe, sepse ky territor është lidhur me qytetet bregdetare të Adriatikut, ndërsa përmes Luginës së Moravës me Nishin (NAISSU), Beogradin (SINGIDINUM) etj., kurse me Bullgarinë vendi ynë lidhet përmes Luginës së Kriva Pallankes, me kalimin e kufirit në Deve Bair, pastaj në Dellceve përmes Luginës së Bregallnices, në Strumicë përmes Luginës së Strumicës dhe në Novo Sellë.

Me Republikën e Shqipërisë lidhjet janë shtuar, në vitet e fundit, si rezultat i kalimit të sistemit monist në atë plural. Kështu, pos Qafë Thanës, R. Maqedonisë lidhet me Shqipërinë edhe përmes Dibrës, Ohrit dhe Prespës. Në pjesën jugperëndimore të

Maqedonisë antike – romake, e njohur me emrin Via Egnatia, kjo rrugë ka lidhur qytetet Romë-Durachium (Durrësi) - Straga (Struga) - Lihnidos (Ohri) - Heraclea Lynkestida (i vendosur në Manastir).

Transverzalja e rëndësishme, që bisedohet më të madhe dhe që kanë filluar punimet e para rreth kësaj ideje, është boshti rrugor, që lidh Perëndimin me Lindjen, respektivisht Detin Adriatik me Detin e Zi (Tiranë-Shkup-Sofje). Kjo shtrirje hapësinore e Maqedonisë dhe lidhja gjithnjë më intensive me katër vendet fqinje do të mundësojë në të ardhmen një progres dhe përparim bashkëpunimi më të dukshëm në të gjitha fushat e jetës.

E vetmja rrugë e progresit dhe përparimit është hapja e plotë e shteteve në fjalë dhe që ndërmjet veti të komunikojnë, jo me një administratë, siç përdoret sot, por e gjitha të racionalizohet dhe të shpejtohet. Maqedonia, duke u nisur nga këto fakte, ka nevojë që përparësitë e kësaj pozite tranzitore dhe strategjike t'i shfrytëzojë, jo vetëm për interesat e veta, por për të gjitha shtetet që e përfshijnë këtë rajon të Evropës Juglindore.

Kufizimi me shtetet fqinje dhe gjatësia e tyre është e ndryshme, p.sh., kufiri verior ka gjatësi prej 231km dhe shtrirje perëndim-lindje, duke bërë prerje të luginave, fushëgropave, maleve e kështu me radhë. Kufiri në fjalë fillon prej Korabska Vrata (Mali i Korabit) në trekufirin midis Jugosllavisë, Shqipërisë dhe Maqedonisë në perëndim e vazhdon në lindje nëpër Malin e Sharrit, me Majën e Lubotenit, që ka lartësi mbidetare prej 2499m, pastaj vazhdon në Grykën e Kaçanikut dhe Luginës së Lepencit, kalon në Malin e Zi të Shkupit, nëpër majat më të larta Kopilaca (1490m) dhe Maja e Zezë (1219m), Fushëgropës së Kumanovës dhe Preshevës (Llojanë, Tabanovcë, Sopot etj., fshatra kufitare të Maqedonisë), Malin Ruen, Luginën e Lumit të Pcinjës, Malit të Kozjakut e deri në kufirin bullgar.

Në disa vende ky kufi ka karakteristika natyrore, ndërsa në të shumtën e rasteve është artificial. Në këtë kufi ekzistojnë 6 kalime kufitare: Jazhincë, Bllacë, Vollkovë, Tabanovcë, Sopot dhe Pelincë. Kufiri maqedon-bullgar fillon prej Bellasices e deri në atë jugosllav të Kopriva (1315m), ka gjatësi prej 165km. Kufiri ka tre kalime: Deve Bair, Delceve dhe Novo Sellë, që prej të gjithave me frekuencë më të madhe është ai i Deve Bairit në Kriva Pallanke, pastaj i Novo Sellës në Strumicë.

Kufiri maqedon –grek është me shtrirje paralele në drejtim lindje –perëndim, me gjatësi prej 262km (prej tyre nëpër liqen 20km, lumenj 4km). Kufiri nuk është natyror, sepse pret fushëgropa, lugina dhe liqene. Vendi më i lartë, nëpër të cilin kalon kufiri maqedon-grek, është ai i Malit Baba me majën Erzhan (2334m), pastaj në afërsi të Gjevçjelisë nëpër Malin Nixhe dhe Kozhufe, Bellasice.

Kufiri perëndimor i Maqedonisë me Shqipërinë (A.Selmani 1992), ka tri cilësi elementare: përbëhet prej viseve malore, ujore dhe lumore. Gjithashtu, dallohet me katër kalime kufitare: Qafa e Thanës e Strugës, Bllata e Dibrës, Shën Naumi në Ohër dhe Stenjë në bregun e Liqenit të Prespës. Pozita hapësinore- gjeografike vlerësohet si e volitshme për të gjitha rajonet, të cilat kanë karakteristika tranzitore komunikuese, si

dhe raporte me rajonet tjera, intensitet dhe frekuenca të mjeteve të trafikut, masat e bartjes së mallrave dhe idesë etj.

E gjithë kjo ka rëndësi të madhe për shpejtimin e zhvillimit ekonomik të Maqedonisë, nëse merret si rajon që i takon Evropës Juglindore. Vendi ynë, sikur të përkufizohej me vende të zhvilluara ekonomike, dinamika dhe struktura e përgjithshme e zhvillimit do të kishte përmasa të tjera. Kjo dinamikë dhe strukturë e tanishme është rezultat i shkatërrimit të një shteti totalitar socialist, që pretendonte t'i paraqesë problemet në figurën bardh-zi, pa strategji ekonomike dhe vizione të sigurta për ardhmërinë, edhe pse nuk mund të hedhen poshtë disa të arritura në sferat e infrastrukturës, industrializimit dhe urbanizimit.

Pozita gjeografike e një rajoni dhe raporti i tij ndaj rrjedhave të përgjithshme të proceseve urbanistike dhe dinamika e industrializimit e vlerëson sistemin e transformimit, pozicionin e rajonit (shtetit), trendeve të aglomeracionit, rrjetës së vendbanimeve, sistemet e mëdha infrastrukturale. Në këtë aspekt duhet të shihet rrjeta e komunikimit dhe rrjeta e tij.

Lokacioni i infrastrukturës, rrjetës komunikuese dhe vendbanimeve urbane krijojnë procese të ndërtimit të nyjeve dhe boshteve gjeografike-hapësinore, fitojnë dinamikë dhe strukturë më të shpejtuar të transformimit të mallrave, teknologjisë dhe gjërave të tjera, që janë faktorë të rëndësishëm hapësinor-gjeografik, për të ngritur potencialet dhe mundësitë e transformimit, ose e definojnë përparësinë strukturale të vendit (shtetit).

Aksionet e njeriut, që kanë tendencë të vazhdueshme për shfrytëzimin e resurseve natyrore për jetë më të mirë, ndonjëherë hyjnë edhe në raporte degraduese ndaj natyrës, që e prishin mobilitetin e përgjithshëm të rrethit gjeografik.

### **Morfoplastika dhe ndikimi ndaj aktivitetit të zhvillimit të nyjeve dhe boshteve**

Struktura relievike e Maqedonisë dallohet me cilësi të ndryshme morfoplastike, sepse këto veçori krijojnë kornizat fundamentale të zhvillimit të përgjithshëm në varësi prej madhësisë së formave dhe strukturave relievike. Veçoritë e këtylla natyrore – gjeografike kanë sjellur edhe për mobilitetin hapësinor nga njëra anë, që kryesisht varet prej kushteve dhe dispozitave kualitative të fushëgropave, luginave dhe formave të tjera relievike.

Depopullizimi dhe degravizmi ka sjellur deri te proceset e dinamizuara të dukurive, problemeve dhe proceseve degraduese në disa vise të republikës sonë, të cilat e shënojnë intensitetin e këtij procesi të pavolitshëm.

Rrafshet e vërteta në territorin e Republikës së Maqedonisë përfshijnë sipërfaqe prej 2000 km<sup>2</sup> ose 7,8 për qind nga territori i përgjithshëm i vendit tonë, kurse viset bregore –malore përfshijnë hapësirë me sipërfaqe prej 23.713 km<sup>2</sup> ose 92,2 për qind (A.Stojmilov1976). Në bazë të këtyre rezultateve del se territori i Republikës ka lartësi mbidetare prej 829 metra.



Struktura hipsometrike e territorit të Republikës së Maqedonisë shihet në bazë të këtyre të dhënave. Kështu p.sh. zona hipsografike deri në 200m lartësi mbidetare përfshin 2,89 për qind prej 201-500 metra prej 22,45 për qind, 501-1000 metra lartësi mbidetare prej 44,02 për qind, prej 1001-1500 metra përfshin sipërfaqe prej 22,23 për qind, pastaj prej 1501-2000 metra prej 6,96 për qind dhe mbi 2000 metra prej 1,37 për qind.

Sipërfaqet më të mëdha në territorin e Republikës së Maqedonisë përfshihen me këndin e pjerrtësisë midis 5-10° me 24,15 për qind nga e gjithë sipërfaqja e vendit tonë. Në vendin e dytë përfshihen sipërfaqet me pjerrtësi prej 10-15° prej 19,66 për qind, në vendin e tretë me pjerrtësi midis 0-2° me sipërfaqe prej 19,38 për qind, ndërsa sipërfaqe më të vogël përfshin pjerrtësia e terrenit me shkallë midis 35-40° prej 0,45 për qind të sipërfaqes së përgjithshme të vendit tonë.

Fushëgropa intermalore e Mavrovës (tani Liqeni i Mavrovës), që i ndan pjesët jugperëndimore të hapësirës së Maleve të Sharrit me Bistrën, që gjithashtu bënë pjesë në këtë kompleks malor, për shkak të luginave lumore, procesi i erozionit recent është aktiv në mënyre radikale.

Proceset erozive në Fushëgropën e Pollogut janë intensive prej Vardarit dhe degëve të tij: Pena, Lumi i Lubotinit, Modraca dhe po të njëjtat degë bartin sasi të mëdha të masës erozive në Pollog, kur bien reshje me sasi të mëdha (876-1200mm). Në pjesën lindore të Maqedonisë, gjenden male me lartësi më të vogël mbidetare, të cilat bien në grupin e masivit malor maqedon-serbe. Në këtë pjesë të vendit dallohen Malet e Osogoves, Plackovica, Gollaku, Malet e Malishevës, Ograzhdeni, Bellasica etj. Kjo zonë përbëhet prej maleve të vjetra të formuara në kohën e orogjenezës së hercinit.

Proceset erozive janë intensive, kurse kolektori kryesor është Vardari me degët e veta. Fushëgropa e Pollogut lidhet me atë të Shkupit, Velesit, Tikveshti të Gjevgjelisë e Vallandovës, të cilat po ashtu janë të ekspozuara ndaj proceseve të ndryshme të transformimit dhe formimit të nyjeve dhe boshteve polarizuese zhvillimore dhe proceseve të ndotjes së ambientit jetësor.

Pellagonia përfshin sipërfaqe më të madhe në vendin tonë prej 1573km<sup>2</sup> vetëm me zonën hipsografike midis 500-100metra lartësi mbidetare. Pos këtyre fushëgropave të rëndësishme janë edhe ajo e Ohrit –Strugës, Prespës, Dibrës, etj., të cilat kanë faza të ndryshme të krijimit të tyre gjatë historisë gjeologjike të kores së Tokës.

Në pjesën lindore të Maqedonisë karakteristike janë fushëgropat e Ovqe Poles, Kocanit, Beroves me atë të Delceves, Strumices me Radovishin dhe luginat të tjera (D.Manakovic1979). Përveç vlerave që i posedojnë fushëgropat dhe luginat për organizimin e jetës dhe aktiviteteve të ndryshme ato luajnë rol të rëndësishëm edhe për zhvillimin e niveleve të nyjeve dhe boshteve zhvillimore, në varësi prej më shumë faktorëve gjeografikë. Në realitet, depresionet relievike janë me temperatura më të larta gjatë ditëve të verës, ndërsa gjatë stinës së dimrit ndodh e kundërta.

Maqedonia ka strukturë të ndryshme relievike, andaj edhe proceset e regjionalizmit territorial mund të jenë të ndryshme. Parametrat dhe kriteret për përcaktimin e regjionalizmit të rajoneve të caktuara homogjene ose heterogjene brendapërbrenda vendit tonë ndikojnë për formimin e kornizave të mundshme të zhvillimit.

Këto karakteristika gjeoplastike duhet në rend të parë të definohen, të zbulohen në to të gjitha proceset eksterne gjeomorfologjike (erozioni recent, energjia e relievit). Nga aspektet e ndryshme të tjera të raportit me rrethinën e vendit, rëndësi të madhe kanë edhe format e relievit, si të volitshme ose të pavolitshme, dhe të njëjtat ndikojnë në lidhjen komunikative.

Lugina kompozite e Povardarjes, p.sh., për shkak të shtrirjes veri perëndim-juglindje, ka ndikuar të zhvillohet boshti kryesor komunikativ. Ky bosht ka funksionuar që nga periudhat më të hershme të zhvillimit historik e deri në ditët tona. Jo vetëm te ne, por edhe në vendet tjera format e relievit, luginat, ngushticat, qafëkalimet me intervenime të vogla formohen boshtet e linjave komunikuese se sa në rajonet ku dominojnë viset malore etj. Zhvillimi i sotëm teknologjik ndikon në ndryshimin e kufijve të ndikimeve të këtyre faktorëve.

Linjat komunikative ndërtohen edhe në terrenet e pavolitshme morfoplastike dhe sisteme të tjera telekomunikuese, që veprojnë në hapësirën gjeografike, po në dallim prej saj se të dhënat financiare janë më të mëdha.

### **Përbërja petrografike-pedologjike**

Territori i Republikës së Maqedonisë cilësohet me përbërje të ndryshme gjeologjike-petrografike dhe pedologjike. Formacione më të vjetra gjeologjike paraqiten në tërë hapësirën që e përfshin masa e Maleve Rodope, ndërsa formacionet më të reja malore paraqiten në pjesën perëndimore të Maqedonisë. Zona e Vardarit në këtë rast është zonë kalimtare malore. Në realitet viset më përbërje më të vjetër paraqiten në masën serbe-maqedonase, masivin e pellagonideve dhe Karadakun e Shkupit. Masivi më i vjetër malor është krahina e Maleve Rodope, e krijuar me rrudhosjen hercine (në karbon era paleozoikut).

Në këtë zonë paraqiten mikashistët, kristaloret e shkrilltë, gneisët, bloqet e graniteve etj. (I.Nesterovski, 1968). Në lindje të Dellceves paraqiten shkëmbinj të trijasit siç janë: konglomeratet me ngjyrë të kuqe, rërishtet, gëlqeroret etj. Përbërje gati e njëjtë paraqitet në gjithë Maqedoninë Lindore me ndryshime pak a shumë për nga përbërja gjeologjike e shkëmbinjve dhe luginave e fushëgropave, me cilësi kualitetesh të ndryshme.

Zona e Vardarit është mjaftë komplekse për nga përbërja petrografike-pedologjike dhe për nga evolucioni tektonik. Ka shtrirje meridionale dhe i takon zonës serbe-maqedonase të maleve të vjetra, duke filluar prej Fushëgropës së Kumanovës-Shtipit në drejtim të Vallandoves, Dojranit dhe vazhdon në territorin grek. Në të paraqiten shkëmbinj metamorfik (në malet Serta, Pllaush etj.), që kanë vjetërsi parakambrike (I.Nesterovski, 1968).

Mirëpo, duhet theksuar se pjesa më e madhe e kësaj zone përbëhet prej sedimenteve paleozoike, duke filluar prej Karadakut të Shkupit në veri e deri në kufirin grek në jug, në të cilën përbërje paraqiten edhe shkëmbinjtë metamorfikë. Sedimente të periudhës neogjene paraqiten në të gjitha fushëgropat kompozite të Vardarit (Kumanovës, Shkupit, Ovcepoles, Velesit), ku janë të qarta facionet dhe reroret, konglomeratët, pastaj sipërfaqet deluviale dhe aluviale, që funksionojnë si rajone të kultivuara me kultura të ndryshme.

Horstantiklinariumi i Pellagonisë përbëhet prej shkëmbinjve metamorfikë, posaçërisht me shkëmbinj karbonatesh. Këta shkëmbinj më tepër paraqiten në pjesën veriore se sa në atë jugore, kurse masat e mermerit dhe gëlqeroreve paraqiten në Jakupicë, pjesa e Suva Gores, Karxhica, Goleshnica, Dautica, Babuna, Fushëgropa e Pellagonisë (të gjitha këto marrin pjesë në horstantiklinariumin pellagonik) etj. (I.Nestorovski 1968).

Territori i Maqedonisë Perëndimore ka strukturë komplekse petrografike-pedologjike dhe tektonike, ku kryesisht dominojnë shkëmbinjtë e krijuar në periudhën e karbonit, siç janë: gneisët, mikashistët, shkëmbinjtë kristalorë të shkrillte, konglomeratet pastaj shtresat e shkumësit (flishi i egër) në rajonin e Dibrës dhe shkëmbinj me përbërje dhe vjetërsi të ndryshme.

Në territorin e Maqedonisë ekzistojnë sipërfaqe të truallit prodhues me struktura të ndryshme, p.sh. dheu prodhues i njohur me emrin 'tokë skeletore, tokë gurore dhe rrishteve', pastaj trojet erozive, deluviale, aluviale etj.

Duke u nisur nga aspekti i funksionalitetit dhe polarizimit të proceseve në rajon karakteristikat relievike janë aktuale për shumë shkaqe: zhvillimin e veçorive ekonomike, dinamizimi i proceseve primare (bujqësisë, blegtorisë), zhvillimin e degëve të veçanta ekonomike, dinamika e urbanizimit dhe rrjeta e vendbanimeve, lidhja e vendbanimeve dhe linjat komunikative.

Janë të njohur shembujt kur në viset e pavoritshme, për shkak të turizmit rekreativ-sportiv, zhvillohen pikat e rëndësishme gjeografike dhe të cilat kërkojnë formimin e kushteve elementare për funksionimin e tyre (infrastrukturën e nevojshme: lidhjet komunikative, bujtinat restorantet, terrenet rekreative-sportive dimërore etj).

### **Ndikimi i klimës në formimin e nyjeve dhe boshteve zhvillimore**

Kompleksi i karakteristikave klimatike paraqet një ndër faktorët më të rëndësishëm për valorizimin e rajoneve dhe vendeve të posaçme në Republikën e Maqedonisë. Njohja e kushteve klimatike ka rëndësi të madhe për zhvillimin jo vetëm të sistemeve komunikuese, por të të gjitha sistemeve ekonomike. Hapja e territorit të Maqedonisë përmes Luginës së Vardarit nga jugu dhe veriu, ndikon në depërtimin e masave ajrore.

Gjatë stinës së dimrit p.sh., masat e ftohta ajrore depërtojnë thellë në jug, ndërsa gjatë verës, gjithashtu ndihen ndikimet e klimës mesdhetare në disa rajone jugore të

Maqedonisë. Që të dy këto tipe klimatike shprehen në kushtet e zhvillimit edhe të kulturave të ndryshme bujqësore ose të bimësisë në përgjithësi dhe botës shtazore.

Për shkak të kushteve, ndikimit të vogël të klimës mesdhetare dhe më shumë të klimës kontinentale në Republikën e Maqedonisë muajt gjatë stinës së dimrit të jenë më të ftohtë dhe me reshje, ndërsa muajt e verës relativisht të ngrohtë edhe të thatë. Për shkak të kushteve të këtilla, masat ajrore dhe elementet tjera klimatike cilësohen me ndryshime të mëdha. Kështu p.sh, temperatura e ajrit ulet në drejtim jug-veri, që është edhe dukuri e zakonshme për shkak të gjerësisë gjeografike dhe ndikimit të Egjeut në pjesën jugore të Maqedonisë.

Temperaturat e mesme vjetore të ajrit në Gjevgjeli dhe Dojrane sillen rreth 14.5 C, në Vallandovë 14,8 C, Demir Kapi 14,0 C, Veles 13,3 C, në Shkup 12,4 C dhe Kumanovë 11,3 C. Temperaturat e ajrit gjatë stinës së verës respektivisht gjatë muajit më të nxehtë (korrikut) janë të ndryshme: Gjevgjeli dhe Vallandove 25,7 C, Demir Kapi 25,4 C, Manastire 22,3 C Krushevë 18,7 C Mavrovi Anovi 17,5 C, Popova Shapkë 14,3 C (a.Lazarevski, 1969).

Ndikimi i veçorive klimatike mund të shpjegohet edhe nga shumë aspekte të tjera, p.sh., klima në rajon varet prej kushteve dhe gjendjes hidrografike, respektivisht rrjetës së lumenjve dhe prurjes së tyre, liqeneve të botës bimore dhe shtazore, veçorive pedologjike, që i sajajnë kushtet elementare për zhvillimin e një veprimtarie ekonomike me cilësi prioritare. Mirëpo, duhet theksuar se temperaturat mesatare të janarit ndryshojnë duke shkuar prej jugut nga viset veriore të Maqedonisë. Nga aspekti funksional, disa prej këtyre aktiviteteve paraqesin nje potenciale të zhvillimit, të cilat nën ndikimin e faktorëve të tjerë mund të arrijnë deri në nje aktive ekonomike.

Kushtet klimatike, përveç cilësive të tjera, luajnë rol të rëndësishëm edhe për sajimin e kushteve natyrore për zhvillimin e infrastrukturës midisrajonale. Rajonet me kushte më të mira klimatike kanë kontakte më të shpeshta me rajone të gjera. Nga e gjithë kjo del konstatimi se klima ndikon edhe në nivelin e zhvillimit të rrjetit infrastrukturual interurban, i cili në hapësirë vepron si nënsistem në boshtin potencial aktiv.

Reshjet janë komponentë e rëndësishme lidhur me rajonet natyrore-gjeografike, sepse ato në përgjithësi ndikojnë në mobilitetin e përgjithshëm të një rajoni. Sasia e reshjeve në Republikën e Maqedonisë është e ndryshme në varësi hapësirë-kohë, por dihet se pjesa lindore e Maqedonisë brenda vitit pranon shumë më pak reshje se sa pjesa perëndimore.

Pellgu i Vardarit në vit pranon sasi reshjesh prej rreth 700mm, pellgu i Strumicës 791mm dhe ai i Drinit të zi rreth 933mm. Këto të dhëna e dëshmojnë konstatimin e mëparshëm, mirëpo në këto pellgje ekzistojnë vise, të cilat brenda vitit pranojnë sasi të pakta reshjesh, qofshin ato në formë të shiut apo borës. Sasia mesatare vjetore e reshjeve bien në Kavadar prej 437mm, Velse 479mm, Shkup 502mm, Manastir 641mm, Mavrovo Anovi 1198mm, e kështu me radhë.

Ekzistojnë dallime të mëdha midis periudhës së vegjetacionit, kur disa rajone fitojnë më shumë reshje e disa më pakë. Kjo ndikon në strukturën e zhvillimit bujqësor dhe më gjerë, p.sh. në Gradsko gjatë periudhës së vegjetacionit reshjet arrijnë sasinë prej 167mm, Sveti Nikole 223mm, Shtipi 224mm, Kavadari 209mm. Nga ana tjetër, viset e Maqedonisë lindore gjatë verës janë ekspozuar ndaj breshrit, ndërsa në ato perëndimore breshëri bie me sasi më të vogla, me përjashtim të Krushevës.

Erërat janë rregullatorë të shumë proceseve klimatike ose të kohës së një rajoni ose edhe më gjerë dhe në territorin e Republikës së Maqedonisë dallohet Vardareci, i njohur si era e veriut. Era fryn më shumë gjatë muajve të dimrit me shpejtësi 2,1m/sek, shpejtësia maksimale arrin 22,7m/sek. Shpeshtësia e erës së veriut (Vardareci) në fushën e Gjevgjelijës arrin prej 327 në janar deri në 275 promilë në dhjetor.

Kjo erë është e shpeshtë edhe gjatë stinës së verës. Era e jugut është e ngrohtë dhe sjellë reshje, ndërsa fryn në drejtim juglindje-veriperëndim me shpejtësi mesatare prej 2,1 m/sek, kurse shpejtësia maksimale arrin 22,5m/sek (A.Lazaravski,1972).

Në fushëgropë të Maqedonisë (Shkupit, Pollogut, Kumanovës, etj.), brenda muajve të dimrit ka edhe ditë me mjegullë dhe vlera e është e ndryshme. Por, më të rrezikshme për shëndetin e njeriut janë mjegullat në fushëgropat, ku gjenden edhe qytetet e mëdha me ndotje të konsiderueshme (Shkupi, Manastiri, Veles).

Elementet tjera klimatike, siç janë lagështia e ajrit, vlerësia, radiacioni diellor etj., gjithashtu janë të rëndësishëm për strukturën e zhvillimit të nyjeve edhe boshteve të trafikut dhe të ekonomisë së një vendi përgjithësi.

### **Potencialët hidrologjike dhe ndikimi i tyre në zhvillimin e nyjeve dhe boshteve**

Karakteristikat hidrologjike të një rajoni janë faktorë të rëndësishëm, që kanë ndikim të drejtpërdrejtë ndaj aktiviteteve të përgjithshme të njeriut në rajone të pacaktuara. Analizat e sistemit të karakteristikave hidrologjike të rajonit të përcaktuar duhet të përfshijnë gjendjen dhe mundësitë e sistemeve të tjera në përbërjen e strukturës së saj - rrjeta sipërfaqësore dhe nëntokësore e ujërave, me shqyrtim të posaçëm ndaj ujërave të pastër për pije, ujërave minerale, termale dhe shëruese.

Përveç këtyre ujrave, është e rëndësishme të theksohet fakti se duhet pasur kujdes edhe për sasinë e ujërave për proceset teknologjike, ujitjet dhe për prodhimet tjera industriale. Gjithashtu, duhet theksuar edhe për shqyrtimin e potencialeve të ujrave tokësore për sistemin hidroenergjetik, meliorative, për turizëm dhe efekte të tjera. Bilanci ujqor varet prej shumë faktorëve.

Studimi i karakteristikave rajonale hidrografike të Republikës së Maqedonisë mund të jenë me shumë nivele dhe në aspektet funksionale, për zhvillimin ekonomik, në të shumtën e rasteve paraqiten si faktorë përkufizues në raport me llojet dhe vëllimin e aktiviteteve të ndryshme të njeriut. Veprimtaritë primare dhe sekondare në pjesën më të madhe varen prej këtij burimi natyror.

Shfrytëzimi i resurseve ujore për ndërtimin e sistemeve meliorative mundëson zhvillimin e veprimtarive primare, kalimin e tyre prej mënyres ekstenzive në prodhimtarinë intensive. Në bujqësi dhe në veprimtaritë tjera primare nuk është e mundur të zhvillohen nyjet aktive zhvillimore. Ato e paraqesin bazën e lëndëve të para të rajonit, kurse disa lloje të industrisë përpunuese mund të zhvillohen në nyje aktive zhvillimore.

Nyjet e këtilla në të shumtën e rasteve janë në shkallë më të ulët dhe janë të përshtatshme për zhvillimin e qendrave urbane dhe, nga ana tjetër, duke e aktivizuar disperzionin (shpërndarje) e veprimtarive sekondare, me të cilën rast do të arrihej shkalla më e lartë e aktivitetit të rajonit (shtetit) dhe rolin e tij në proceset e zhvillimit.

### **Vlerat natyrore –gjeografike si faktorë të zhvillimit**

Resurset natyrore janë vlera që nuk ndryshojnë, ato kanë vlera dhe sasi të përhershme. Mirëpo, me shfrytëzimin e tyre atëherë vlera e sasisë gjithnjë e më shumë shënon rënie dhe në bazë të saj duhet të bëhen parashikimet e tyre.

Zhvillimi i një rajoni varet nga shumë faktorë relevant, por është i vështirë për valorizimi i tyre pa pasur elemente funksionale dhe multidimensionale. Andaj, duhet theksuar se rajoni, si kategori e një hapësire gjeografike, që mund të ketë dimensione të ndryshme për zhvillim, varet edhe prej strukturave të ndryshme që paraqiten si inventar në të, lidhja e ndërsjell me rajonet tjera, mënyra e përcjelljes së ndikimeve të sistemeve, që janë krijuar në njërin rajon.

Duke u nisur nga kriteri se rajoni (vendi) duhet të zhvillohet dhe të krijohet të gjitha mundësitë për shfrytëzimin racional të resurseve natyrore dhe shoqërore atëherë është e nevojshme që të definohen faktorët zhvillimor, prej të cilëve do të krijohet sistemi dhe strategjia e zhvillimit.

Faktorët zhvillimor nuk mund të bëhen jashtë hapësirës gjeografike, prandaj është e nevojshme që të konsultohet edhe sistemi i shkencave të gjeografisë. Në sferën e grupimit të faktorëve zhvillimor duhet të kenë nisje: sferat themelore të gjetjes së metodës më racionale të valorizimit të hapësirës, aspektet kërkimore – hulumtuese nga aspekti i shkencave aplikative, niveli i përfshirjes së sferave zhvillimore dhe raporti i tyre ndaj sistemit hapësinor; Faktorët e ekosistemit, e kuptuar si pjesë hapësinore në të cilën jeton dhe vepron njeriu në të gjitha fushat e ekzistences, faktorëve të vlerave ekzistuese, që janë produkt i veprimit të njeriut (shoqërisë), potencialit kualitativ të resurseve natyrore dhe shoqërore, aspekti i planifikimit hapësinor të mirëfilltë, duke e shndërruar atë si bazë dhe element të fuqishëm zhvillimor, aspektet e planifikimit hapësinor-ekonomik etj. Zhvillimi i një rajoni varet prej më shumë faktorëve relevant.

Valorizimi i tyre është i vështirë pa pasur elemente funksionale dhe multidimensional, andaj duhet theksuar se rajoni, si kategori e një hapësire gjeografike, që mund të ketë dimensione të ndryshme për zhvillimin e tij, varet edhe prej strukturave të ndryshme, që paraqiten si inventar në të, pastaj lidhja e ndërsjellë

me rajonet tjera, mënyra e përcjelljes së ndikimeve të sistemeve, që janë krijuar në njërin rajon, etj.

Duke u nisur nga kriteri se rajoni (vendi) duhet të zhvillohet dhe të krijohen me të gjitha mundësitë për shfrytëzimin racional të resurseve natyrore dhe shoqërore, atëherë është e nevojshme që të bëhen definohen faktorët zhvillimor, prej të cilëve do të krijohej sistemi dhe strategjia e zhvillimit. Faktorët zhvillimor nuk mund të bëhen jashtë hapësirës gjeografike, prandaj është e nevojshme që të konsultohet edhe sistemi i shkencave të gjeografisë.

Në sferën e grupimit të faktorëve zhvillimor duhet të kenë nisje: sferat themelore të gjetjes së metodës më racionale të valorizimit të hapësirës, aspektet kërkimore-hulumtuese nga aspekti i shkencave aplikative, niveli i përfshirjes së sferave zhvillimore dhe raporti i tyre ndaj sistemit hapësinor.

Faktorët e ekosistemit, e kuptuar si pjesë hapësinore, në të cilën jeton dhe vepron njeriu në të gjitha fushat e ekzistencës, faktorëve të vlerave ekzistuese, që janë produkt i veprimit të njeriut (shoqërisë), potencialit kualitativ të resurseve natyrore dhe shoqërore, aspekti i planifikimit hapësinor të mirëfilltë, duke e shndërruar atë bazë dhe element të fuqishëm zhvillimor, aspektet e planifikimit hapësinor-ekonomik etj.

Gjeografia dhe sistemi i saj shkencor ka rëndësi të madhe edhe në jetën praktike. Sikur të ishte ndryshe, atëherë do të bëhej pyetja se çfarë dobie ka njeriu prej saj në jetën praktike? Nuk ekziston disiplinë e pastër gjeografike pa përfshirë në vete edhe elemente të disiplinave të tjera gjeografike. Ndryshe, për proceset e zhvillimit të idesë për shkallën e aplikimit të gjeografisë, për nga vëllimi dhe sasia, kanë shkruar mjaftë autorë, duke dhënë edhe sugjerime për definimin e saj. Kështu p.sh., gjeografi slloven S. Illeshiq (1968), shkruan se “nuk do të ishte e natyrshme që sistemi gjeografik të zhvillohej dhe të shërbente si shkencë nese nuk e ka edhe komponentën e gjeografisë se aplikuar ose aplikimi i gjeografisë”.

Në këtë drejtim, që në vitet e gjashtëdhjeta, në Kvebek të Kanadasë, aplikues të rezultateve të gjeografisë në jetën praktike njihen Jean Gotmann dhe Michel Phipponeau, të cilët në gjeografi kanë “ndërtuar” sistemin e aplikimit të saj në ambientin jetësor. Në aspektin e sistematizimit të kriteriumeve elementare të diferencimit të gjeografisë aplikative kontribut të rëndësishëm ka dhënë edhe gjeografi britanik L. Dudley Stamp, duke e pasur për bazë aspektin e studimit gjeografik të një hapësire me të gjitha rezultatet dhe nivelin e përparimit ekonomik. Ai ka nxjerrë sistemin e posaçëm të “gjeografisë së aplikuar” (L. Dudleu Stamp).

Në një punim tjetër, M. Philipponeau (1960), shpjegon lidhshmërinë e rezultateve gjeografike, sistematizimin e tyre dhe nxjerrjen e kriterëve për sistemin e rregullimit të hapësirës në dobi të njeriut. Ai dallohet që gjeografisë aplikative i jep fuqi të pashembullt për rumbullakësimin e definimit të kriterëve dhe lëndës së studimit të kësaj disipline gjeografike.

Libri i parë (gjeografia e aplikuar) i dy autorëve të mëparshëm u prezentua në Kongresin XIX Ndërkombëtarë të Gjeografisë, mbajtur në Stokholm, në sesionin e “gjeografisë aplikative” (M.Philipponeau, 1960). Gjeografia franceze begatohet edhe me punime shkencore të Pierre George, i cili në kuadër të tekstit të vet “Existe-il une geographie applique”, siç duket i inspiruar me punimet e mëparshme të Phippomeau, kishte pranuar titull të njëjtë “La geographie active” (P.George,1960).

Në këtë tekst vihen dilema të shumta të zhvillimit dhe realizimit të “gjeografisë aktive”, duke u bazuar në shumë rethana politiko-shoqerore të viteve të 60, kur një pjesë e botës ishte nën sistemin kolonial ose gjysmëkolonial. Mirëpo, kureshtja e tij themelore qëndron në faktin se, duhet të bëhet çmos që gjeografia rezultatet, që ka nga hapësira, t'i vëjë në funksion të njeriut- shoqërisë dhe të organizohet hapësira gjeografike.

Mirëpo, duhet theksuar se, sipas George-se, duke e zhvilluar “gjeografinë aktive”, nuk duhet të harrohet edhe sistemi i vlerës së gjeografisë aplikative në sistemin e përgjithshëm të shkencave gjeografike.

Qëndrime të theksuar kishte marrë gjeografia argjentinase me publikimin “La Geografia aplicada”, që kishte bërë dallime të dukshme midis gjeografisë si sistem shkencash dhe gjeografisë aplikative, sepse dituritë aplikative duhen të jenë rezultat i shkencës së gjeografisë, pastaj e gjithë ajo të orientohet në aplikim pozitiv në jetën praktike të njeriut-shoqërisë (La Geografia aplicada, 1961).

Gjatë kësaj kohe, kur ekzistonin mendime të ndryshme lidhur me sistemin e shkencave të gjeografisë dhe gjeografisë aplikative, në disa vende socialiste të asaj bote (Polonia), gjeografi i njohur polak St. Leszckeg-I, në gjuhën polake, kishte shkruar një tekst të titulluar “Gjeografia stosauana”, të cilën tezë e kishte plasuar edhe në kohën e mbajtjes së një buletini anglo-polak (1959) me titull “Problems of Applied Geography”, në të cilin punim kishte bërë orvatje që këtë disiplinë gjeografike ta ndajë nga sistemi i shkencave gjeografike. Gjithashtu, ai kishte propozuar që gjeografia duhet të ndahet në katër disiplina: gjeografia ushtarake, gjeografia e planifikimit, gjeografia medicinal dhe gjeografia turistike (S.Leszcycki,1962).

Gjeografët hungarezë, po atë kohë, kishin përkrahur kahjen e zhvillimit të gjeografisë aplikative dhe kjo shihet në një buletinë me titull “Applied Geography in Hungary” (1966). Janë organizuar shumë simpoziume e kongrese gjeografike, të cilat kanë rrahur problemin e rolit të gjeografisë në zhvillimin e rajoneve, brenda një shteti ose edhe më gjerë.

E gjithë kjo, te shumë autorë, është vënë në shërbim të gjeografisë aplikative, p.sh. në simpoziumin që është mbajtur në Klujev të Rumanisë dhe në Pragë të Çekisë (1967), që kishte karakter ndërkombëtar dhe nacional, gjeografët kishin diskutuar edhe për problemet e gjeografisë aplikative, që ishte nisur në një publikim të Komisionit për çështje shkencore “La geographie appliqué dans le monde” (1965). Nga ana tjetër, duhet theksuar se gjeografët belgë në Kongresin e Londrës kishin prezentuar me veprën “Les applications de la geographie en Belgique” edhe veprën e Akademisë së



Shkencave dhe Arteve të Sibirit Lindor në Irkutskë. Para kolegëve të tyre, në vendet e ndryshme të botës kishin ofruar veprën në gjuhën frenge “Geographie applique” (V.B Sova 1965).

Nga e gjithë kjo shihet se që në vitet e gjashtëdhjeta dhe me vonë ka ekzistuar një interes i madh lidhur me definimin dhe përcaktimin e vendit të gjeografisë në planifikimin hapësinor dhe shoqëror, duke e definuar edhe termin gjeografi aplikative. Gjithashtu, është thënë se gjeografët dhe gjeografia në përgjithësi duhet edhe më tej të angazhohen për një strukturë të këtillë të zhvillimit të sistemit të shkencave gjeografike, por asnjëherë të mos harrohet uniteti saj.

Autori gjeograf, B.J Socava prej Irkutskit, gjeografinë aplikative e lidhë drejtpërdrejtë me faktin se gjeografët duhet të jenë të aftë edhe të planifikojnë, projektojnë dhe përcaktojnë zhvillimin shoqëror dhe ekonomik. Në këtë rast ai e propozon termin “gjeografia inxhinerike”(W.Bunge 1967). Mirëpo, sado që të jetë kjo lëvizje shkencore e dobishme aq më pasoja të rënda në zhvillimin e mendimit shkencor gjeografik.

Në këtë drejtim, gjeografi nuk mund të mbetet vetëm në nivelin e planifikimit dhe të parashikimeve. Ai, duke përdorur metoda moderne ekzakte kuantitative, duhet të ndërtojë tërë strukturën e teorisë së parashikimeve gjeografike.

Kjo dukuri e përzirjes dhe joidentifikimit të drejtë të termeve të lartpërmendura ka ndikuar edhe në procesin e matematizimit të gjeografisë të W.Bunge-se në “Gjeografinë teorike”, që në këto kuptime dhe kahje të gjeografisë kishte ndikuar gjeografi i njohur rus Saushkini dhe termi i gjeografisë konstruktive (I.Gerasimov,1966). Nga ana tjetër, I.Gam-si në një simpozium në Bukuresht, ishte orvatur të propozojë edhe termin për “gjeomorfologji e aplikuar” ose aplikimi i gjeomorfologjisë në jetën praktike (I.Gams,1967).

Gjeografi italian Dino Gribaudi qëndron në mendimin se gjeografia fizike duhet dhe është e nevojshme të humanizohet, me qëllim që të ruhet uniteti i “gjeografisë aplikative” me njohurit e përgjithshme gjeografike, që është faktor themelor i unitetit dhe i jep gjeografisë frymë koordinative e funksionale në planifikimin hapësinor (D.Gribaudi,1966). Më vonë, problemi i gjeografisë aplikative merr përmasa më të gjëra shkencore dhe fiton metodën e përcaktuar kërkimoro-hulumtuese.

### **Faktorët natyror që ndikojnë në rumbullaksimën e sistemit zhvillimor**

Gjeosistemi në vete përfshin strukturat e hapësirës si sistem që ekziston dhe që pëson ndryshime të ndryshme. Në të vepron njeriu dhe sjell ndryshime sipas nivelit të politikës dhe strategjisë zhvillimore, duke filluar prej qëllimit e deri te projektet ideale, realizuese dhe strukturës së investimeve.

Çdo hapësirë gjeografike ka sitemin e veçantë me cilësi, që dallon rajonet mes veti. Ndryshimet gjeografike në hapësirë bëhen në mënyrë evoluimi. Pozita gjeografike e

një rajoni (shteti ose pjesë e kontinentit), elementet gjeografikë në të shumtën e rasteve paraqiten si determinues për strukturën dhe dinamikën zhvillimore. Andaj, dinamika zhvillimore kryesisht varet prej nivelit zhvillimor të shoqërisë në hapësirë-kohë.

Faktorët gjeografikë mund të kenë kahje të kundërta dhe marginale ose faktorë, të cilët janë të pakapërcyeshëm për nivelin e zhvillimit të sotëm të njeriut. Prandaj, në këtë drejtim dallohen dy faktorë: përshtatshmëria e potencialeve natyrore, që ndikojnë në zhvillimin e nyjeve dhe boshteve dhe si faktorë limitues, që nuk mund të ndryshohen.

Sot në botën bashkëkohore faktori i potencialeve natyrore, qofshin latent ose të dukshme, me zhvillimin e teknologjisë, sistemit të informimit, komunikimit etj., në të shumtën e rasteve nuk mund të jetë i volitshëm, por zhvillimi në to ka arritur në një shkallë të lartë (vendet arabe-nafta) dhe se të gjithë këta faktorë duhet të sinkronizohen në një sistem që rezulton pozitivisht.

Zhvillimi i proceseve industriale dhe urbane, plotësimi i nevojave dhe kërkesave të njeriut bashkëkohor, pamëdyshje kërkojnë edhe resurse më të mëdha natyrore. Faktori gjeografik, në këtë rast pozita gjeografike e një rajoni dhe trendet e linjave komunikuese, është i rëndësishëm. Kështu për shembull për të bërë rrjetën e poleve dhe boshteve të komunikimit të rëndësishme janë: pozita gjeografike (aspektet tranzitore dhe strategjike), lidhja e tyre me rajone në rrethinë, morfoplastika (format e relievit), veçoritë klimatike dhe hidrologjike, bota bimore dhe shtazore (endimizimi i bimëve dhe shtazëve), që janë të rëndësishme për formimin e nyjeve dhe boshteve aktive në hapësirë.

### **Lëvizjet demografike dhe ndikimi ndaj zhvillimit të nyjeve dhe boshteve**

Lëvizjet demografike janë faktorë themelor për zhvillimin e të gjitha proceseve në hapësirën gjeografike që ndodhin ndryshime të mëdha ose të vogla në hapësirë-kohë. Sistemi demografik si tërësi përbëhet prej një numri të konsiderueshëm të nënsistemeve, që midis veti kanë korelacione dhe lidhshmëri.

Sistemi i këtij lloji kushtëzon shkallë të lartë të varshmërisë prej sistemeve të tjera. Shqyrtimi i proceseve demografike në Republikën e Maqedonisë dhe përhapja demografike e tyre japin fotografi të qartë për të gjitha hapësirat e zhvilluara dhe të pazhvilluara, si dhe kushtet që kanë ndikuar për procese të këtilla.

Nyjet ose boshtet zhvillimore në territorin e Republikës së Maqedonisë e kanë bërë punën e tyre dhe janë marrë konturat elementare të definimit të tyre, sidomos të boshteve nodalo-funksional.

Studimi i proceseve, problemeve dhe pasojave demografike në mënyrë më të plotë bëhet atëherë kur kemi parasysh elementet demografike siç janë: struktura e popullsisë sipas gjinisë, moshës, përbërjes nacionale, arsimimit, punësimit etj. Gjithashtu, është me rëndësi të ceket edhe fakti i shtrirjes hipsografike të popullsisë,

sipas të gjitha strukturave të lartëpërmendura, të shihen ndryshimet në të dhe njëherit të nxirren konstatime dhe përfundime.

Aspektet demografike të proceseve të deagrarizimit si fenomen, që më të madhe është i shprehur në Republikën e Maqedonisë gjatë pesë dekadave të fundit, ka sjellur probleme të shumëllojshme.

Nga njëra anë, me industrializimin dhe urbanizimin e disa nyjeve të rëndësishme në vendin tonë erdhi deri te intensiviteti i proceseve të deagrarizimit. Në literaturë gjeografike procesi i deagrarizimit është i njohur si rezultat i disa komponenteve midis të cilave më kryesorët janë: sterdendësia, agrara e rajonit, ndikimi i industrializimit si proces që ka ndikuar edhe për zhvillimin e urbanizimit dhe mënyra e jetesës në vendbanimet urbane.

Nëse proceset e deagrarizimit realizohen në gjithë rajonin e përcaktuar pa migracionet e shprehura në të atëherë ky proces mund të cilësohet pozitiv për këto shkaqe: nxisin zhvillimin rajonal ekonomik përmes kushteve për zhvillimin e industrisë dhe të veprimtarive terciare; ndikojnë për transformimin pozitiv në mënyrën e jetesës në rajone, duke sjellur në vendet rurale edhe elemente urbane; e nxitojnë procesin e industrializimit dhe më të zhvillohet prodhimtaria bujqësore, sepse vendet urbane në rrethinë paraqiten si konsumatorët më të mëdhenj; ndikojnë për shpejtësimin e proceseve urbano-hapësinore të fshatrave etj.

### **Përfundimi**

Linjat komunikuese, që veprojnë në hapësira të caktuara gjeografike, për shkak të frekuencave të tyre në bartjen e ideve, mallrave dhe lëvizjen e njerzëve, ndikojnë në mënyrë të drejtpërdrejtë në zhvillimin e rajoneve në afërsi të tyre.

Vendbanimet marrin pozicion të rëndësishëm territorial e funksional në hapësirën më të gjerë dhe kalohet një shkallë më të lartë të transformimit dhe funksionalitetit të tyre.

Linjat komunikuese, që gradualisht shndërrohen në boshte zhvillimore, jo vetëm që janë të rëndësishme për territoret nëpër të cilat kalojnë, por edhe për hapësirën më të gjerë rreth tyre, për shkak të transformimit të peizazhit gjeografik, strukturës së krijuar në situata të reja të kërkesës së tregut të afërt urban ose edhe me gjerë dhe orientimit të aktiviteteve ekonomike të banorëve të rajonit në transformimin e përgjithshëm socio-ekonomik, kulturor, arsimor etj.

Andaj, proceset e këtylla të zhvillimit të korridoreve komunikuese, me tendencë të shndërrohen në boshte zhvillimore, luajnë rol të rëndësishëm në rekonstruimin e veprimtarive ekonomike. Natyrisht, këto procese të zhvillimit të korridoreve (X e VIII) dhe tendenca e tyre mund të konstatojmë se urbanizimi është proces i rritjes kuantitative të popullsisë urbane me ndryshime të dukshme në mënyrën e jetesës dhe të gjithë strukturës së shërbimeve në të.

Shtimi i popullsisë urbane ndikon për ndryshimin edhe të strukturës së popullsisë në aspektin socialo-ekonomik. Në jetën praktike, siç po ndodhin procese në kohën tonë më të re, ekzistojnë disa dallime të dukshme, respektivisht përmirësime dhe ofrime të jetës së popullsisë në qytete dhe vende rurale, largimin e dallimeve midis tyre, si në aspektin e veprimtarive joagrarë po ashtu edhe në aspektin e transformimit dhe prodhimitarisë primare.

*MSc.Raman Ismaili*

*MSc. Arben Oda*

## **KARAKTERISTIKAT E VEPRIMTARISË SË AGJENCIVE TURISTIKE DHE ROLI I TYRE NË ORGANIZIMIN DHE PLASIMIN E PRODHIMIT TURISTIK NË REPUBLIKËN E MAQEDONISË**

### **Abstrakt**

Republika e Maqedonisë është një vend ku mund të përfillen të gjithë faktorët e nevojshëm për zhvillimin e turizmit. Organizimi dhe plasimi i prodhimit turistik nënkupton harmonizimin dhe qasjen e përbashkët të të gjithë bartësve të ofertës turistike. Kërkesa turistike e kohës së sotme po pëson ndryshim në strukturën e saj.

Roli kryesor në organizimin dhe plasimin e produktit turistik në lëminë e turizmit u takon agjencive turistike, të cilat duhet të ndjekin ndryshimet rapide të kërkesës turistike.

Republika e Maqedonisë ngeli e shurdhër në evitimin e rolit të saj në organizimin dhe koordinimin në makroplan të veprimtarisë turistike, me çka prodhimi turistik i Maqedonisë nuk mori formën e prodhimit denstinktiv, që nënkupton specifikat dhe veçoritë e produktit ose shërbimit turistik. Agjencitë turistike në Maqedoni, në një pozitë të tillë, vepruan të pakoordinuara në tregun turistik.

Fjalët kyçe: Republika e Maqedonisë, agjencitë turistike, specifikat, plasimi, kërkesat turistike, ofertat turistike.

Para shpërbërjes së ish - Jugosllavisë, Republika e Maqedonisë ka qenë pjesë e ofertës turistike në këto hapësira, duke pasur statusin e një shteti mesatarisht të zhvilluar. Periudha prej 1990-së deri më 1998-në është periudha në të cilën paraqitet procesi i transformimit të pronave. Në këtë transformim pronësia shoqërore shndërrohet në pronë private, ndërsa politika zhvillimore është orientuar drejt privatizimit dhe krijimit të kushteve për hapjen e ndërmarrjeve private.

Karakteristikat e zhvillimit të agjencive turistike do t'i rishikojmë në përputhje me marrëdhëniet, të cilat e pasqyrojnë kohën e tranzicionit dhe privatizimit. Turizmi bën pjesë në veprimtaritë, me të cilat zmadhohet numri i ndërmarrjeve private afariste.

Karakteristikë është rritja rapide e numrit të agjencive turistike, ku vetëm për 10 vjet zmadhohet në 198 kundër 3 të regjistruara në kohën para tranzicionit dhe privatizimit. Përveç numrit të lartpërmendur të agjencive turistike, mundësia për t'u marrë me këtë veprimtari u shfrytëzua edhe nga një numër i madh i ndërmarrjeve ligjorisht të regjistruara, aktiviteti i të cilave në të shumtën e rasteve është i ndryshueshëm nga aktivitetet e agjencive turistike. Megjithatë, një numër i madh i tyre aspak nuk e kanë nisur ta aplikojnë veprimtarinë turistike.

Me mëvetësimin e shtetit, Republika e Maqedonisë humbi një numër të madh të përfaqësive turistike, si dhe përfaqësitë e turoperatorëve gjigantë të shtetit të shthurur jugosllav.

Maqedonia nuk ka një operator turistik nacional, që do të evidentonte rolin e veprimtarisë turistike në ekonominë e vendit. Roli i turizmit në Maqedoni është gati krejtësisht i marginalizuar dhe e vetmja mënyrë për paraqitje në tregun e jashtëm turistik realizohet nëpërmjet promovimit në panairë turistike me karakter ndërkombëtar. Por, parashtrahet pyetja: Hapi i tillë i promovimit është i mjaftueshëm për të siguruar një pozicion solid dhe konkurrues në treg, në kushte kur kemi një konkurrencë të madhe dhe të ashpër?

Sektori turistik në Republikën e Maqedonisë parashikonte një rikonstruim urgjent, si dhe modernizimin e kapaciteteve turistike në Republikën e Maqedonisë. Në periudhën e tranzicionit shpresohet se privatizimi do të mundësonte investime të kapitalit të huaj, i cili për arsye të akumulimit të ulët në afarizmin tonë vendor përfaqësonte një parashikim për rivitalizimin e sektorit të turizmit.

Megjithatë, pritjet nuk u realizuan, kurse investimet e jashtme në këtë sektor ishin simbolike. Për këtë arsye u kalua në privatizimin e brendshëm, i cili solli deri në copëtimin e kapitalit, ku drejtorët kaluan në 'top-menaxher'. Në fakt, duhet theksuar që situata e papëlqyeshme në turizmin e Republikës së Maqedonisë erdhi edhe si pasojë e privatizimit jo të drejtë të objekteve turistike, me çka edhe kemi zbehje të ofertës turistike, sepse pronarët e rinj nuk investuan në kapacitetet ekzistuese, që të jenë konkurrentë në tregun turistik.

Ndërhyrja e organeve shtetërore në turizëm është një element shumë i rëndësishëm në zhvillimin e kësaj veprimtarie. Duke marrë parasysh se turizmi paraqet dukuri shumë të ndërlikuar, që gjendet nën ndikimin e shumë faktorëve, ndërhyrja e shtetit është më se e nevojshme. Kjo ndërhyrje në fushën e turizmit geli më se e vonuar.

Karakteristikë e kësaj veprimtarie është se Republika e Maqedonisë vonoi kategorizimin e agjencive turistike dhe, në këtë aspekt, dhënia e licencave për punë nuk korrespondon me përgatitjen profesionale të themeluesit dhe drejtuesit të ndërmarrjeve të agjencive turistike.

Licencimi i agjencive turistike u kategorizua në kategoritë: A, B dhe C, dhe nëpërmjet të këtyre kategorizimeve përcaktohet dhe përkufizohet veprimtaria e tyre në fushën e veprimtarisë turistike. Karakteristikë tjetër është se agjencitë turistike janë me një numër të madh të pjesëmarrësve dhe me mungesë koncentrimi. Në bazë horizontale janë të rralla rastet e bashkëpunimit midis agjencive turistike. Derisa paraqitet mungesë e mjeteve financiare dhe konceptit teknik të organizimit, bashkëpunimet afariste ekzistojnë dhe tentohet të arrihet një nivel më i lartë bashkëpunimi.

Forma të caktuara të koncentrimit vertikal, ndërmjet hotelierisë dhe agjencive turistike, si p.sh rasti i "OhridTurs"-it ose linja ajrore dhe agjencia turistike si "Interimpeks"-i

kanë një rëndësi simbolike, për arsye të rasteve të rralla të bashkëpunimeve të tilla në Republikën e Maqedonisë.

Agjencia turistike “Ineks” është partner me kompaninë “Austrian AirLines” në Maqedoni, gjithashtu agjent gjeneral për “Lufthansa” dhe u bë pjesë e TUI-t-The German Tour, pra u bë agjent i një operatori turistik gjerman.

Agjencitë turistike në Maqedoni bashkëpunojnë në kuadër të ATAM-it (Asociacioni i agjencive turistike në R. e Maqedonisë), i cili asociacion vepron në përbërje të Odës Ekonomike të Republikën e Maqedonisë.

Për punën e agjencive turistike në Maqedoni karakteristikë është se një numër i madh i agjencive merret me aranzhmane vetëiniciuese dhe është lënë pas pjesëmarrja e tyre në lidhje me angazhimin, i cili duhet të mundësojë zmadhimin e vizitave turistike në Republikën e Maqedonisë nga jashtë.

Sipas kësaj, niveli i kontributit për zhvillimin e turizmit të jashtëm në Republikën e Maqedonisë duhet të vlerësohet si shumë modest. Arsyet për situata të tilla konsistojnë në:

- Mangësitë organizative të agjencive turistike si në tregun e brendshëm ashtu edhe atë të jashtëm;
  - Mosshfrytëzimin e përparësive krahasuese të Republikës së Maqedonisë, si dhe vendosja reale e vendit në tregun turistik, ndoshta edhe si pjesë integrale e ndonjë oferte më të gjerë turistike;
  - Përfaqësim jo serioz në tregun turistik;
  - Mungesë e koncentrimit dhe globalizimit, në fakt bashkangjitje me subjekte tjera afariste të agjencioneve turistike, si dhe bashkëpunimi dhe lidhja me një operator turistik tjetër; dhe
  - Një propagandë e dobët turistike, si dhe një promovim i pamjaftueshëm i produktit turistik.
  - Për tejkalimin e karakteristikave të dëmshme, të punës të agjencioneve turistike në Republikën e Maqedonië, zhvillimi i turizmit dhe i gjithë afarizmit, si dhe përmirësimi i efekteve ekonomike, duhet të ndërmerren disa masa dhe disa sugjerime nga persona profesionalë, të cilët merren me këtë problematikë:
- Rritja e konkurrencës në ofertën turistike;
  - Pjesëmarrje serioze në tregun turistik;
  - Avancimi i kualitetit të ofertës turistike në të gjitha segmentet në përputhje me standardet e larta botërore;
  - Krijimi i produkteve dhe shërbimeve të reja turistike të cilat janë në përputhje me kërkesën bashkëkohore turistike;
  - Hyrja e kapitalit të huaj si dhe orientimi sipërmarres në sektorin turistik, koncentrimik dhe globalizimi;
  - Internacionalizimi i kapitalit, si dhe diversifikimi;
  - Propagandë turistike më të madhe dhe me kualitative, promocion agresiv si dhe një mesazh të qarte drejt konsumatoreve të targetuar;

- Krijimi i një operatori turistik nacional maqedonas, i cili do të jetë i ndjeshëm ndaj kërkesave të tregjeve të ndryshme botërore.

Në konstatimet të deritanishme që përmendem për punën e agjencive turistike në Republikën e Maqedonisë, një fakt i rëndësishëm duhet të potencohet edhe se, për zhvillimin dhe karakteristikat e agjencive, ndikim të madh ka shteti. Rregullimet ligjore si dhe ligjet të cilat ai i sjell, përkatësisht zhvillimi ekonomik, social dhe hapësinor, zhvillimi social i popullatës, faktori politik, si dhe zhvillimi i përgjithshëm i afarizmit, për përmirësimin dhe lehtësimin e punës ashtu edhe për stagnimin dhe kthimin pas të turizmit, si dhe zvoglimi i numrit të turistëve deri në shkallën e paralizimit total. Neglizhenca dhe paaftësia e formulimit të politikës turistike nga ana e shtetit të Maqedonisë, reflekton dobësi si në organizimin po ashtu edhe në plasimin e prodhimit turistik.

Këto ndikime ndërmjet veti, në mënyrë të paevitueshme, janë të lidhura me agjencitë turistike, kurse në aktivitetet e veprimtarive të tyre ekziston një interakcion i përbashkët. Rezultatet e punës së agjencive turistike pasqyrohen në zhvillimin e përgjithshëm të turizmit nacional, si dhe realizimin e turizmit të jashtëm, përkatësisht importi i devizave, nëpërmjet treguesve të ndryshëm statistikorë dhe skematikë, si ndryshim i cili reflektohet në GDP-në (BPN -Bruto Produkti Nacional) e përgjithshme.

Turizmi në Republikën e Maqedonisë në këto rrethana të pakoordinuara, si në mikro po ashtu edhe në makroplan, merr pjesë me 2 për qind në GDP-në e përgjithshme, d.m.th. përfshirje shumë e vogël. Këto rrethana lënë të mendojmë për një reformë bazike në organizimin e ofertës turistike, ku rolin kryesor duhet që ta lozin agjencitë turistike.

Në Maqedoni duhet të krijohet një produkt special, unikat dhe i njohur me karakteristika qartë të definuara (dinstinkt), i cili do t'na identifikojë nga konkurrenca e ashpër si një destinacion i veçantë turistik. Në kushte të rritjes së globalizimit të tregut turistik, destinacionet turistike janë të ngjashme me njëra tjetrën, pa një dallim të ndjeshëm dhe specifik, përkatësisht pa krijimin e një imazhi turistik, që shumë lehtë mund vijë deri në zëvendësimin e destinacionit turistik. Në veçanti, imazhi i këtillë i mungon Maqedonisë, sikurse edhe një strategji e mirë promovuese dhe promovimi në nivel global, në korniza botërore.

Roli i agjencioneve turistike në veprimtarinë turistike të Republikës së Maqedonisë duhet të jetë avancuar dhe të jetë prezent si në kërkesën po ashtu edhe në ofertën turistike. Oferta turistike e turizmit masiv filloi dhe u zhvillua nën ndikimin e karakteristikave bashkëkohore, të një shoqërie të industrializuar në të cilën njeriu i është nënshtruar një koncepti industrial të bazuar në veprimtari dhe jetesë. Organizimi i kohës së lirë dhe udhëtimet realizohen në të njëjtin koncept, që nënkupton kornizë industriale në mënyrën e prodhimit dhe jetesës, siç janë: masiviteti, koncentrimi i madh i turistëve, prodhim masovik i shërbimeve etj.



Oferta turistike në aspektin hapësinor është e ndarë nga kërkesa dhe në këtë ambient, të një oferte të madhe dhe kërkesës nga ana tjetër, agjencitë turistike gjejnë arsyetimin e ekzistencës së tyre dhe interesin për ndërmjetësim, duke organizuar udhëtime dhe qëndrim të turistëve në vende turistike.

Një kërkesë masovike dhe nevoja për t'iu përgjigjur rrethanave të reja detyron agjencitë turistike në Republikën e Maqedonisë, që nga një tip i agjencisë klasike të reformohen në agjenci turistike bashkëkohore dhe dalëngadalë të tejkalohet shërbimi ndërmjetësues, duke kaluar në sipërmarrëse të reformuara dhe prodhuese.

Dukuria më e re në ekonominë botërore, recesioni global, patjetër reflekton efektet edhe në sektorin e turizmit në Maqedoni dhe detyron agjencitë turistike të bëjnë rishikim në ofertën e tyre turistike. Interesin e Republikës së Maqedonisë duhet orientuar në rritjen e normës së karakterit të agjencive turistike, në atë receptiv dhe zvogëlimit të përfaqësimit emitiv.

Roli i agjencive në anën e ofertës mundëson ndikimin e saj në strukturën dhe kapacitetet e ofertës, si dhe zgjedhjen e mjeteve qarkulluese dhe mënyrën e formimit të çmimeve, ndërsa në anën e kërkesës që të ndikojë në shijet, nevojat dhe motivet e konsumatorëve. Roli më i ri i agjencive turistike lindi si pasojë e zgjerimit të fushëveprimit në veprimtarinë e tyre, siç janë: huazimi i veturave (rent-a-car) dhe mjeteve lundruese (rent-a-boat), blerja e aeroplanëve, ndërtimi i hoteleve dhe objekteve të tjera hotelerike etj.

## **Rezyme**

Turizmi si fenomen i shekullit të 21 mori përmasa të karakterit global dhe mund të theksohet që tendencë e çdo vendi në globin tokësor është që të zhvillojë turizmin e brendshëm dhe atë të jashtëm.

Masiviteti dhe konkurrenca e ashpër në tregun turistik përfaqësojnë fushën, ku duhet garuar të gjithë pjesëmarrësit në këtë lojë me karakter global.

Në punimin e sipër janë trajtuar karakteristikat e veprimtarisë së agjencive turistike në Maqedoni, duke përfshirë fushëveprimin e tyre, mangësitë dhe prioritetet në veprimtarinë e tyre. Përfshihet situata momentale në tregun turistik maqedonas, masat që duhen të ndërmerren mbi rritjen e rolit të agjencive turistike, si pjesa lidhëse ose komunikuese ndërmjet shërbimit turistik dhe konsumimit të tij në tregun turistik.

Kjo nënkupton ridefinim të qasjes në tregun turistik dhe ndjekje të vazhdueshme të ofertës turistike, e cila vazhdimisht ndryshon si pasojë e mosrealizimit të pikës së saturimit mbi nevojat turistike të vizitorëve-turistëve.

Globalizimi paraqet dukuri që duhet ndjekur edhe në fushën e turizmit. Agjencitë turistike duhet t'iu përgjigjen kësaj dukurie me anë të koncentrimin horizontal dhe vertikal në veprimtarinë e tyre, që nuk është rast në Republikën e Maqedonisë. Kërkesa turistike është duke u treguar shumë elastike dhe me strukturë të shumëllojshme, ngase detyron agjencitë turistike të reformohen dhe të radhiten nga

niveli ndërmjetësues në nivel prodhues të shërbimeve turistike. Formimi i turoperatorit nacional në Maqedoni duhet të jetë prioritet i aktivitetit të politikës turistike në nivel shtetëror, me anë të të cilit produkti turistik Maqedonia do të ketë qasje në tregun e jashtëm turistik. Prezantimi në panairë ndërkombëtare duhet ndjekur me një promovim shumë të potencuar.

Valorizimi turistik në Republikën e Maqedonisë shënon normë shumë të ulët shfrytëzimi, që arsyeton domosdoshmërinë e investimeve që duhet bërë në turizmin maqedonas, të cilat investime do të sillnin përmirësimin e ekonomisë në nivel shtetëror.

#### **Literatura:**

1. Petar Gardijan, “Agjencitë turistike dhe turoperatorët”, Shkolla e Lartë e Turizmit, Shibenik, 2001.
2. Prof. Dr. Naume Marinovski “Agjencitë turistike”, Fakulteti për turizëm dhe hotelieri, Ohër, 2005.
3. Prof. Dr. Naume Marinovski, “Bazat e teorisë turistike dhe praktika”, Fakulteti për turizëm dhe hotelieri, Ohër, 2002).
4. Prof. Dr. Nikolla Ackovski, ”Politika mbi zhvillimin e turizmit”. Fakulteti për turizëm dhe hotelieri, Ohër, 2005.
5. Prof. Dr. Antun Kobashiq, Prof. Dr. Josip Seneiq, “Marketingu në turizëm“, Shkollska Knjiga (Libri shkollor), Zagreb, 1989.
6. Prof. Dr. Mitre Avramoski, ”Ekonomia dhe organizimi i turizmit”, FTU (Fakulteti për Turizëm dhe Hotelieri - FTH), Ohër, 2000.

[www.economy.gov.mk](http://www.economy.gov.mk)

*Dr. Shpend Vehapi*

## **PERSPEKTIVA ZHVILLIMORE E TURIZMIT NË POLLOGUN E POSHTËM**

Perspektiva për zhvillimin e ardhshëm të turizmit është zbatimi i një turizmi bashkëkohor, si dhe bashkërendimi i zhvillimit të turizmit me vendet e tjera të rajonit. Është i domosdoshëm hartimi i koncepteve të qarta për organizimin e turizmit, si dhe përfitimi nga eksperiencia e vendeve me turizëm të zhvilluar. Edhe pse me vonesë ka mundësi që shembujt pozitivë të vendeve tjera me turizëm të zhvilluar t'i shfrytëzojmë dhe te ne (Zvicra, Austria etj).

Perspektiva e zhvillimit turistik është e mundur, kur kërkesa turistike dhe potenciali përkatës për përdorim turistik ekzistojnë. Për këtë në të gjitha rastet bëhet fjalë për hapësira natyrore, të cilat përbëjnë potenciale të rëndësishme turistike dhe ku mund të zhvillohen forma të ndryshme të lëvizjes turistike. Këto hapësira rezultojnë me ndjeshmëri të veçantë përkundrejt shqetësimeve që mund t'iu vijnë gjatë përdorimit të tyre. Turizmi përbën një nga aktivitetet më të interesuara për t'i shfrytëzuar këto hapësira, duke e vënë veten kështu në konkurrencë, jo vetëm me aktivitetet e tjera që synojnë gjithashtu këto hapësira, por edhe me mbrojtjen natyrore të tyre.

Turizmi ndihmon midis të tjerash kalimin e gjendjeve të dobëta që vërehen në zhvillimin ekonomik, social e politik të vendeve të ndryshme. Prandaj, ndodh shpesh që si fillim primar i politikës turistike të konsiderohet jo thjesht zhvillim i turizmit dhe hedhja në treg e produktit turistik, por para së gjithash hapja e vendeve të reja të punës për popullsinë. Konflikti midis natyrës dhe përdorimit turistik të hapësirave gjeografike nuk duhet parë vetëm në këndvështrimin ekonomik. Ai është varur edhe nga qëllimet politike të vendosura në këtë fushë dhe nga gjerësia e ofertës turistike, duke përfshirë në të edhe gjithë pasuritë kulturore të hapësirës.

Kur trajtohen efektet ekonomike të turizmit në raport me gjendjen dhe mbrojtjen e mjedisit, vërehen midis tyre bashkëveprime dhe kundërshtime nga më të ndryshmet. Kështu për shembull, objektet e shumta të infrastrukturës turistike sjellin nga njëra anë efekte të rëndësishme ekonomike dhe financiare dhe plotësojnë nevojat e turistëve me shërbime të ndryshme, duke përjetuar njëkohësisht edhe bukuritë natyrore, ku ato ndërtohen në kundërshtim me aftësinë përballuese të tij për objektet të tilla, sistemin e lidhjeve dhe kundërshtive midis mjedisit natyror dhe ekonomisë, kulturës, politikës etj.

Për aktivitetet ekonomike të turizmit vlejnë të njëjtat kushte dhe rrethana si për të gjitha proceset e tjera të prodhimit dhe konsumit. I vetmi faktor përcaktues i prodhimit, pa të cilën nuk do të ishte i mundur zhvillimi i turizmit në një hapësirë të caktuar gjeografike, është pasuria e saj natyrore. Kjo do të thotë se në kuadrin e një zhvillimi të qëndrueshëm, kapitali mjedisor apo ekologjik është përcaktues dhe i pazëvendësueshëm në zhvillim turistik të një vendi apo zone të caktuar. Me këtë

kuptohet qartë rëndësia shumë e madhe që ka mbrojtja e mjedisit natyror për zhvillimin e turizmit.

Një rëndësi e tillë në aspektin ekonomik dhe social të mjedisit natyror ndikon midis të tjerash edhe në preferencat e turistëve, të cilët dëshirojnë që t'i kalojnë pushimet e tyre mes natyrës së bukur, sidomos në parqet kombëtare apo zonat e tjera natyrore të mbrojtura.

Për shumë turistë bukuritë e natyrës përbëjnë faktorin përcaktues për zgjedhjen e vendit të tyre turistik. Ekzistojnë megjithatë konflikte të ndryshme midis fuqisë ekonomike në rritje të vendeve, zonave apo rajoneve gjeografike dhe tendencës për të siguruar një rritje të tillë nëpërmjet mbipërdorimit të natyrës dhe peizazhit natyror.

Në këto raste është e domosdoshme që të ndërmerren veprime të tilla, si:

- Përcaktimi i kufijve maksimal të përballimit të kërkesës turistike. Janë një sërë parametrash, përlllogaritja e të cilëve bën të mundur përcaktimin e mundësive të mjedisit gjeografik, sidomos në zonat e mbrojtura natyrore për përballimin e luksit turistik. Zhvillimi i një turizmi të qëndrueshëm mundet vetëm nëse analizohen dhe respektohen kufijtë e mundshëm të mbingarkesës së natyrës me aktivitete ekonomike e njerëzore.

- Rregullimi dhe përdorimi i mbrojtjes së natyrës nëpërmjet zgjidhjeve që krijojnë tregu turistik. Bazuar në faktin se midis mbrojtjes së natyrës dhe turizmit ekziston konkurrenca hapësinore dhe kohore atëherë ekziston mundësia që nëpërmjet zgjidhjeve, që bën tregu turistik, të menaxhohen sa më mirë resurset natyrore, në mënyrë që konkurrenca të jetë sa më efektive dhe afatgjate.

- Zhvillimi dhe tregtimi i produkteve të reja turistike sa më të përshtatshme me kushtet natyrore. Kjo përbën një nga mënyrat e rëndësishme për reduktimin mbingarkesave, që vërehen në zona të ndryshme natyrore, duke krijuar mundësi të reja në tregun turistik, i cili, nga ana e tij, ndikon në shpërndarjen dhe rishpërndarjen më të mirë të flukseve turistike, veçanërisht në zonat natyrore të mbrojtura. Produktet e reja në tregun turistik çojnë në një diferencim të mëtejshëm të këtij tregu dhe rrisin konkurrencën midis vendeve turistike. Në këtë mënyrë, rritet më tej individualiteti i lëvizjeve turistike në bazë të formave të ndryshme të saj dhe kushteve të veçanta që krijojnë mjedisin gjeografik.

- Planifikim dhe rregullimi hapësinor i zonave natyrore të mbrojtura, të cilat gjenden nën përdorimin e tyre turistik. Një planifikim i tillë duhet të mbështet në analizën e potencialeve turistike natyrore, që përmbajnë hapësirat e ndryshme. Planifikimi i hapësirës dhe i turizmit mund të nxjerrë në pah mjaft fusha konfliktive midis tyre dhe përmes realizimit të tij ndikohet sa të jetë i mundur minimizimi i këtyre konflikteve.

- Përdorimi i instrumenteve që respektojnë dhe rregullojnë raportet midis mbrojtjes së mjedisit natyror dhe zhvillimit të turizmit. Nëpërmjet kësaj jo vetëm që konstatohen konfliktet që ekzistojnë midis mjedisit natyror dhe turizmit, por merren masa konkrete dhe angazhohen institucionet e nevojshme për zgjedhjen e tyre. Nga kjo mënyrë e trajtimit sistematik jepen një sërë mundësish për të paraqitur dhe analizuar konfliktet e

shumta, që shfaqen midis mbrojtjes së natyrës dhe turizmit. Qëllimi për zhvillimin të qëndrueshëm kërkon mbajtjen e shumë faktorëve në mjedisin natyror. Në rast të mungesës së rregullimit dhe planifikimit të hapësirës mbi bazën e potencialeve të saj natyrore në fushën e turizmit, si dhe të instrumenteve që realizojnë këtë, nuk mund të pretendohet për zhvillimin e një turizmi të qëndrueshëm dhe afatgjatë.

Një realizim i tillë kërkon patjetër edhe mbështetjen institucionale dhe pjesëmarrjen e vet masës së njerëzve në kuptimin dhe mbështetjen e planifikimit dhe rregullimit të hapësirës përmes shfrytëzimit të potencialeve të saj në fushën e turizmit.

Pollogu i Poshtëm, zgjerimi territorial i vendbanimeve, sidomos zgjerimi horizontal dhe vertikal i qytetit të Tetovës dhe i konruralizimit të vendbanimeve fshatare rrethë Sharrit, gjithnjë e më shumë thellojnë problemin e furnizimit me ujë. Në këtë drejtim, ujërat si resurs natyror, që ndikojnë në zhvillimin dhe dinamizimin e turizmit, duhet të shqyrtohen nga shumë aspekte, duke filluar prej ujërave nëntokësorë dhe tipet e tyre, ujërat e rrjedhshëm, bilanci ujqor, furnizimi i vendbanimeve me ujë, si dhe problemet eventuale që priten në periudhat e ardhshme.

Klima dhe elementet klimatike, duke filluar prej klimës malore dhe asaj të mesme kontinentale, në pjesën fushore të Pollogut të Poshtëm, gjithashtu, janë resurse natyrore, që rumbullakojnë aksionet e të gjitha veprimtarive ekonomike e shoqërore. Klima, në rend të parë, ndikon në mënyrë të drejtpërdrejtë në turizmin dhe alternativat turistike.

Zona malore turistike e Pollogut të Poshtëm ka rëndësi, në radhë të parë, për mundësitë që krijon për zhvillimin e turizmit të bardhë, por edhe atij me motive pushimi, çlodhje dhe relaksim shpirtëror etj. Kjo zonë krijon mundësi shumë të mira për zhvillimin e turizmit në natyrë-ekoturizmin.

Aspektet pedologjike dhe bota bimore e shtazore si resurse natyrore, me veçantitë e tyre, paraqesin ekzemplarin kryesor e potencial të zhvillimit të turizmit dhe të fenomeneve të tjera, që janë të ndërlidhura me të (hoteleria, bujtinat, zonat e vendbanimeve turistike, fshatrat turistike, gjahu sportiv-rekreativ, rekreacioni dhe zhvillimi i sporteve dimërore, shfrytëzimi i peizazheve natyrore për turizëm veror, fundjavë verore në hapësira të caktuara morfoplastike, si p. sh., vizita e liqeneve turistike, komplekseve pyjore, luleve ekzotike, mbledhja e bimëve mjekësore, gjahu sportiv dhe efekte ekonomike etj).

Sot është me rëndësi të veçantë programimi dhe menaxhimi i pyjeve të Sharrit për qëllime turistike dhe valorizimin e tyre për ngritjen e peizazhit natyror, sidomos të vendeve të begatshme me dendroflotë gjetherënëse ose halore dhe gjetja e mënyrës së menaxhimit të këtij resursi natyror.

E gjithë kjo duke respektuar, para së gjithash, interesin kombëtar, statusin ligjor, rëndësinë ekonomike, ekologjike, përdorimin ambienta1 dhe interesin e fermerëve privatë, me qëllim të mbrojtjes, përmirësimit të cilësisë, stabilitetit dhe funksioneve gjithëpërfshirëse pavarësisht nga pronësia.

Të dhënat me të cilat i posedojmë ofrojnë mundësi reale për krijimin e sistemit të menaxhimit të dendroflorës, në mënyrë më optimale për qëllime turistike. Është e nevojshme të përcaktohen përparësitë e menaxhimit të rajonit sidomos të zonës së Sharrit dhe mundësia për shpalljen e tij si Park Nacional, që edhe dikur ekzistonte një iniciativë e organeve shtetërore për qëllime të këtilla.

Do të ishte mëse e domosdoshme që zona e Sharrit të shpallet si Park Nacional, sepse begatohet alternativat e të menduarit për qëllime të shumëllojshme ekonomike, e në rend të parë zhvillimin e turizmit pyjor ose më mirë të themi turizmi alternative pyjor, ekonomizimi i tyre dhe mbrojtja e zonave pyjore. Me këto do të krijojmë një bazë të të dhënave që siguron ndërtimin e një analize të përcaktimit të menaxhimit të ardhshëm të potencialit ekzistues të florës dhe faunës.

Pyjet si resurset natyrore dhe si motive turistike në Sharr përcaktojnë në mënyrë funksionale efektet ekonomike të veprimtarisë turistike, ose të paktën të bëhet inventarizimi i motiveve që rrjedhin nga këto resurse natyrore. Vetëm përmes turizmit mund të prezantohen edhe propagandohen këto vlera të mbrojtura natyrore dhe në saje të saj mund të realizohen mjetet e nevojshme për mbrojtje.

Shtyllën kryesore për zhvillimin e turizmit e përbën popullsia me të gjitha strukturat e saja. Për të parashikuar të ardhmen duhet të konstatojmë të sotmen.

Në sipërfaqen prej 1080 km<sup>2</sup>, që përfshin territori i Pollogut të Poshtëm, shtrihen 92 vendbanime me një numër të popullsisë prej 189.066. Në vitin 1996 në Maqedoni u bë ndarja territoriale e shtetit, ku u formuan 124 komuna, ndërsa në Pollogun e Poshtëm u formuan 10 komuna, prej të cilave 9 rurale dhe 1 urbane-Tetova.

Për zhvillimet demografike, shoqërore- ekonomike dhe parashikimet e mëtutjeshme me rëndësi është përbërja e popullsisë sipas moshës dhe gjinisë. Struktura e popullsisë, sipas moshës, na jep pasqyrën reale për planifikime të institucioneve parashkolllore, shkollore, shërbimeve shëndetësore, burimeve të punës etj.

Planifikimi, zhvillimi dhe udhëheqja e turizmit, nëse vendosen në baza të shëndosha, nuk ka asnjë dyshim se për çdo regjion mund të jetë nxitës i fuqishëm i zhvillimit ekonomik. Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm, nga këndvështrimi ekonomik dhe ekologjik, është i mundur vetëm me koordinim të mirë të qeverisë, organizatave joqeveritare, ndërmarrjeve turistike dhe turistëve.

Perspektiva e zhvillimit të turizmit në Pollogun e Poshtëm disponon me resurse natyrore shumë atraktive, sidomos viset malore, që duhet të shfrytëzohen në dy stinë të vitit: dimëror (115-151 ditë me dëborë), shtigjet përkatëse (3 prej të cilëve i plotësojnë kriteret e FIS-it), kapacitete të mjaftueshme për vendosje – mbi 400 kampshtëpiza në pronësi private, hotele etj., kurse në stinën verore mund të zhvillohet turizmi malor me të gjitha llojet e sporteve malore.

Nxitja e zhvillimit të bujqësisë dhe blegtorisë për prodhimin e ushqimit ekologjik do të hapin vende të reja pune, ndërsa prodhimet do të plasohen në tregun turistik.

Promovimi i turizmit rural është njëra ndër shtyllat kryesore të aktivizimit turistik të këtij regjioni.

Ernest von Weizsacker thotë: “I numërohen ditët shekullit të ekonomisë, duam ne apo jo, hyjmë në shekullin e ekologjisë.

Klasifikimi i vendbanimeve të Pollogut të Poshtëm, sipas lartësisë mbidetare, na jep pasqyrë të potencialeve turistike të hapësirave të qëllimshme apo turistike.

Prej 92 vendbanimeve, 42 janë rrafshinore, 33 kodrinore dhe 17 janë malore, (91 janë vendbanime rurale), prandaj hapësira, të cilën e studiojmë, ka potenciale të mëdha për zhvillimin e turizmit rural (agroturizmin).

Sipas lartësisë së relievit, vërehet edhe një shkallëzim i llojeve ose formave të lëvizjes turistike. Në pjesët malore të Sharrit dominon turizmi për qëllime klimaterike dhe kuronjëse.

Relievi fushor paraqet një interes më të vogël më me pak ndikim në lëvizjet turistike. Eksperiencia e vendeve dhe qyteteve të ndryshme turistike ka treguar se oferta gjeografike-kulturore në shumë prej tyre ka qenë përcaktues në zhvillimin turistik. Rasti më ideal është kur në një hapësirë të caktuar gjeografike arrihet të kombinohet oferta gjeografike –natyrore me atë kulturore, e këtë ofertë e kemi në këto troje dhe ai është turizmi rural.

Si formë e re e turizmit ai ndikon në disa drejtime:

1. Zbut krizën e bujqësisë përmes rivlerësimit të saj, duke rritur të ardhurat, duke riorganizuar territorin, duke çmuar prodhimin e konsumit bujqësor, që krijon një treg të mirëfilltë turistik me shumëfishim të të ardhurave.
2. Vë në kontakt banorët e qytetit me ato të fshatit; me jetën, ndërtimet, peizazhi rural kulturore-folklorike.
3. Zbut deri diku edhe krizën e papunësisë.
4. Organizimi dhe puna e saj gjatë gjithë vitit, sidomos në stinën e verës, përbën një alternativë dhe mundësi të madhe të riekulibrimit territorial, ekonomik e social.
5. Turizmi rural pasi është gjithëvjetor, i larmishëm, zgjeron strukturën e ofertës dhe konsumit turistik, si dhe krizën e sezonalitetit të turizmit në përgjithësi.

Turizmi rural apo ”turizmi i gjelbër” përbëhet nga peizazhi rural , natyror ose i humanizuar, i cili në pikëpamje prodhuese-kulturore mund të paraqitet me vlera dhe cilësi të ndryshme, prandaj oferta dhe joshjet për qëllimet turistike janë të larmishme: jeta bujqësore dhe prodhimet e saja, që përbëjnë ciklin sezonal të praktikës bujqësore –blegtorale të prodhimeve të saj në formë arkaike, tradicionale ose moderne, pasuria ndërtimore, kulturore folklorike dhe shoqërore janë pjesë e elementeve që zgjerojnë strukturën e konsumit turistik rural.

Ky lloj turizmi mund të zhvillohet në 33 vendbanime kodrinore dhe 17 malore të Pollogut të Poshtëm, ku jetojnë 51.719 banorë së bashku ose 27,35 për qind.

Për të pasur zhvillim të qëndrueshëm të turizmit duhet detyrimisht dhe urgjentisht Mali Sharr të shpallet Park Nacional.

#### **Literatura:**

1. Przulj Z. “Menaxhimi i resurseve njerëzore”, Beograd, 2002.
2. Bahtijareviq, Siber “Menaxhimi i potencialeve njerëzore”, Zagreb, 2002.
3. Sajkoviq, Raporti mbi hulumtimet në rrafshinën e Pollogut, Fletore 11, Shkup, 1970.
4. P. Petkovski, Të dhëna të reja mbi shtrirjen e sendimeteve të shtresave të dheut në ultësirën e Lumit të Radikës dhe të Malit Korab – Maqedonia Perëndimore, Fletore Nr. 16, Shkup, 1971.
5. M. Stankoviq, Paraqitja e Onix-it në fshatrat: Leshok, Neproshteno dhe Palçishtë e Ulët (Rrethi i Tetovës), Shkup, 1951.
6. H. Ismailov, Baseni i thëngjillit në Tikvesh, Punime separeate në Entin gjeologjik-Shkup, Fletore Nr.12, Shkup, 1958.
7. P. Jovanoviq, Relievi i ultësirës së Shkupit, GSGD, Libri 4, Shkup, 1931.
8. M. Llukoviq, Përbërja gjeologjike dhe tektonia e ultësirës së Shkupit dhe të hapsirës së sajë, GSGD, Libri X, Fletore 4, Shkup, 1931.
9. I. Nestorovski, Përbërja gjeologjike dhe përfshirja tektonike të terreneve të Suva Gorës-Osoj-Grupçin-Ultësira e Lumit Treska. Punime të Entit gjeologjik-Shkup, Fletore 10, Shkup, 1963.
10. M. Panov, Gjeografia e RS të Maqedonisë. Karakteristikat natyrore dhe socio-gjeografike, Shkup, 1976.
11. D. Manakoviq, Mali Zheden, Përmbledhje punimesh vjetore të Fakultetit Filozofik të Universitetit të Shkupit, Shkup, 1957, D. Manakoviq, Burimi-prejardhja e ujit të nxehtë në Rashqe, Fakulteti Natyror-Matematikor i Universitetit të Shkupit, Shkup, 1968.
12. D. Vasilevski, Karakteristikat klimatike të Luginës së Pollogut, Shqyrtime gjeografike, Libri 25, Shkup, 1987.



*MSc. Eleina Qirici, PhD. Kandidat*  
*Prof. As.Dr. Gjergji Papa*

## **AGROTURIZMI SI NJË MUNDËSI E ZHVILLIMIT TË ZONAVE RURALE (RAJONI I KORÇËS)**

### **Abstrakt**

Agroturizmi është një subjekt i politikës sociale, bujqësore dhe ekonomike i vendeve evropiane, i njohur si një zhvillim ekonomik, multifunksional i zonave rurale. Agroturizmi është pjesë e turizmit rural, i përcaktuar si një aktivitet që ndodh në fshat dhe nga fshatarët. Ai krijon mundësi të reja për përdorimin e sipërfaqeve të lira, rrit të ardhurat e komunitetit, ndihmon në uljen e papunësisë, si dhe stimulon zhvillimin ekonomik dhe social të rajoneve të tjera.

Realizimi i këtij studimi ndërmerret, duke marrë shkak nga interesi gjithnjë e në rritje i zhvillimit të industrisë turistike, si mënyra më efektive e rritjes së destinacioneve, duke parë këto tendenca të tregut turistik, si dhe potencialet e mëdha që ka vendi ynë për zhvillimin e turizmit. Në ndihmë të këtij studimi u përdoren dy metoda kërkimi: intervistat dhe pyetësorët, të realizuara në zonat kryesore ku zhvillohet agroturizmi.

Zhvillimi i agroturizmit në Korçë përcaktohet nga ekzistenca e zonave rurale atraktive, shumëllojshmëria e sipërfaqes së tokës, metoda tradicionale e prodhimit bujqësor, si dhe nga trashëgimia kulturore e këtyre zonave. Qëllimi kryesor i këtij studimi është që: Të paraqesë situatën konkrete të destinacionit nëpërmjet analizës SWOT; të provojë që agroturizmi është një burim i të ardhurave të komunitetit; të japë problemet, ndikimet dhe sugjerimet për zgjidhje.

Fjalët kyçe: agroturizëm, analizë SWOT, turizëm rural.

## I. Zhvillimi i agroturizmit

Termi agroturizëm u shfaq në fund të shekullit të XX. Ai përfshin fermat bujqësore, të cilat kanë lidhje me turizmin. Ky nocion paraqet të gjitha aktivitetet që lidhen jo vetëm me turistët, por edhe me organizuesit e pushimeve në përgjithësi. Për këtë arsye agroturizmi kuptohet ndryshe nga turistët dhe nga grupet e tjera që kanë lidhje me turizmin.

Në Evropë ndryshimi midis agroturizmit dhe turizmit rural është kritik. Në kuptimin e gjerë agroturizmi përfshin gjithashtu edhe shërbime të kompanive që lidhen me prodhimin e ushqimeve sipas traditës. Ky aspekt i agroturizmit është vendimtar për promovimin e produktit rural në vendet me nivele të larta të prodhimeve ushqimore. Por, problemi kryesor për shumë vende është niveli i ulët i të ardhurave nga fermat.

Agroturizmi ka për qëllim përfitimin e standardeve më të larta të jetesës për komunitetet rurale veçanërisht nëpërmjet rritjes së të ardhurave për njerëzit që punojnë në bujqësi. Për këtë përdoren politika të ndryshme financiare dhe bujqësore. Agroturizmi shihet si një bashkëpunim midis turizmit dhe bujqësisë, pasi vizitori synon të udhëtojë si turist dhe të kënaqet, të çlodhet, të harxhojë kohën dhe paratë, duke vizituar zona bujqësore dhe duke marrë pjesë në aktivitete bujqësore si: peshkim, vreshtari, pemëtari etj.

Reinolds thekson: “Agroturizmi është një biznes i kushtëzuar nga fermerët, të cilët realizojnë aktivitete bujqësore për të kënaqur vizitorët. Ai prezanton aftësitë potenciale gjeneruese të fermave dhe rritjen e përfitueshmërisë”.

Organizata Botërore e Turizmit thekson: “Agroturizmi është pjesë e turizmit rural dhe lidhet me turizmin në fermë. Mundëson konsumin e aktiviteteve të fermës dhe sigurimin e të ardhurave”.

Agroturizmi është pjesë e vogël e turizmit rural dhe botës bujqësore, duke veçuar vende të tilla si: Austria, Franca, Italia dhe Zvicra, ku numri i fermave që ofrojnë këtë formë turizmi është i lartë.

Agroturizmi është një mënyrë e veçantë e kalimit të kohës së lirë, duke i bërë pushimet më të këndshme. Madje, disa studiues e përcaktojnë agroturizmin si tip i turizmit ku mund të gjendet: ajër i pastër, sipërfaqe e lirë dhe qetësi. Disa nga qëllimet e tij janë: Të promovojë komunikimin midis banorëve dhe turistëve; Të kujdeset për zhvillimin e bujqësisë, por në këndvështrim të ri; Të krijojë avantazhin e komercializimit për destinacionin turistik; Të projektojë një imazh të ri të cilësisë së mjedisit.

Shpesh agroturizmi përcaktohet si pjesë e ekoturizmit, sepse të dy kanë lidhje dhe kushtëzohen nga atraksionet natyrore. Të dy përcaktohen si format më të shpejta të zhvillimit turistik. Këto forma janë zhvilluar më tepër në vendet e zhvilluara si modele të zhvillimit potencial të resurseve natyrore dhe mbështetjes ekonomike të shoqërisë lokale. Sot agroturizmi ka zhvillim në shumë vende. Përgjithësisht tiparet e agroturizmit janë: Përfshin akomodimet e veçuara të shtëpitë të fermerëve; përfshin në

aktivitete të gjithë familjen dhe ruhen traditat dhe zakonet; i lejon vizitorët të kenë një qëndrim të rehatshëm larg zhurmave dhe me miqësinë e njerëzve për qetësinë e natyrës.

Agroturizmi është më tepër se një produkt turistik, pasi që ai përfshin edhe shumë shërbime që shoqërojnë produktin. Ai është një mënyrë e të kuptuarit të udhëtimit, është një ndjesi e re, një sjelljeje pozitive në lidhje me mjedisin, komunitetin dhe kulturën e tyre.

Agroturizmi është një aktivitet i kohës së lirë dhe shihet si tepër i suksesshëm. Mundësia e shijimit të mjedisit rural dhe kulturës i shtyn drejt këtyre atraksioneve tregjet e ndryshme të turistëve. Turistët e agroturizmit udhëtojnë me familje dhe zakonisht vijnë nga zonat urbane. Ata tregojnë respekt për zakonet e zonave rurale dhe kërkojnë informacion për vendet që duhet të vizitohen.

## II. Problemet e zhvillimit agroturistik

Zhvillimi i agroturizmit ka edhe probleme sipas shkallës së zhvillimit të destinacionit.

1. **Mungesë e aftësive menaxhuese** - Pjesa më e madhe e fermerëve që përfshihen në aktivitetet turistike karakterizohen nga mungesa e aftësive menaxhuese. Ky problem shfaqet jo vetëm për fermerët, por edhe për qeverinë lokale, e cila është përgjegjëse për planifikimin dhe rregullimin e turizmit.

Kjo shkaktohet nga njohja dhe eksperiencia e vogël mbi zhvillimin turistik, si dhe vështirëson zgjedhjen e projekteve të qëndrueshme e të suksesshme.

2. **Marketingu**- Pjesa më e madhe e faciliteteve turistike tentojnë të jenë në përmasa të vogla dhe kjo e vështirëson tregtimin e tyre të turistët potencialë.

3. **Infrastruktura**- Shumë zona rurale pavarësisht se kane bukuri natyrore vuajnë nga mungesa e rrugëve dhe hekurudhave. Kjo vështirëson kapjen dhe lëvizjen nëpër këto zona. Vizitorët frenohen të vizitohen një zonë rurale nëse kërkon kohë të gjatë për të shkuar atje.

4. **Sezon i kufizuar turistik**- Më tepër sesa qytetet, zonat rurale e ndajnë sezonin turistik. Kjo kufizon numrin e turistëve dhe ditët e okupimit të akomodimeve dhe lehtësirave të tjera, duke sjellë kështu reduktim të fitimeve.

5. **Kthim i ulët nga investimi** - Kthim i ulët nga investimi në turizmin rural tentojnë të jenë të ulëta madje më të ulëta se format e tjera të sipërmarrjeve tregtare. Si rezultat fermerët nuk preferojnë të investojnë në ndërtesa të reja apo facilitete të shtrenjta.

### 6. Mungesa e informacionit për kërkesat dhe dëshirat e vizitorëve-

Mënyra më e mirë për të kuptuar dëshirat e tyre është pyetësori. Nëpërmjet tij kuptohet se çfarë klientët duan ose nuk duan dhe si mund të zhvillohet një sipërmarrje e suksesshme.

### III. Zhvillimi i agroturizmit në rajonin e Korçës

Agroturizmi, si një nga sektorët më me përparësi për zhvillimin ekonomik në rajonin e Korçës, nga bashkëpunimi me rajonin e Normandisë në Francë, ka marre hov në dy vitet e fundit. Mbi 50 familje nga fshatrat Dardhë, Voskopojë, Vithkuq e Liqenas, ushtrojnë aktivitetin e agroturizmit, sipas një modeli francez, që po e përmirësojnë vazhdimisht kushtet e fermerëve të zonës së Korçës.

Fermat tip restorant, fermat restorant dhe hotel, fermat e hapura, fermat për parkim dhe ato të specializuara, kanë filluar të zgjerojnë aktivitetin e tyre në fshatrat piktoreske të rajonit dhe tërheqin më shumë pushues, kryesisht të huaj.

Shoqata e agroturizmit, e para në vendin tonë, është krijuar dy vite më parë, duke u regjistruar si “Korça-rural-agroturizëm”. Një mision francez nga zona e Normandisë ka vizituar fshatrat turistike të rajonit të Korçës dhe ka vlerësuar gjendjen e mirë në të cilën ndodhen disa nga fermat agroturistike në këto fshatra.

Agroturizmi rajonal i Korçës, tashmë në një formë të organizuar dhe me një model francez, ka si synim të nxisë zhvillimin ekonomik të zonave rurale, nëpërmjet shitjes së produkteve bujqësore dhe blegtorale drejtpërdrejt nga ferma.

Familjet që presin pushues vendas, ose të huaj, tashmë kanë aktivitet të rregullt në Dardhë e Voskopojë, fshatra këto më të frekuentuara, por edhe në Vithkuq e Liqenas. Madje në këtë të fundit janë kryer edhe investime gjermane për zhvillimin e turizmit familjar, apo agroturizmit. Vetë interesi që kane familjet fermere për të shtuar të ardhurat e tyre ekonomike i ka nxitur që të investojnë në drejtim të përmirësimit të kushteve të fjetjes, pushimit, argëtimit, e sidomos ushqimit të pushuesve.

Në rajonin e Korçës ende nuk kanë marrë zhvillim të mirë fermat e specializuara për pushues, që ushtrojnë sportet, si: alpinizëm, gjueti, peshkim, apo hipizmin me kuaj. Botimi i guidave turistike të Dardhës, Voskopojës e Liqenasit do të ndihmojë për të hyrë në një fazë të re.

Studimi u ndal në 4 fshatra: Dardhë, Voskopojë, Vithkuq, Liqenas. Sipas një analize SWOT për rajonin e Korçës, në këndvështrimin e agroturizmit u identifikua se: Fuqitë janë të lidhur me tipin e turizmit, që zhvillohet më fort në destinacion. Pjesëmarrje në mënyrën e jetesës, diversifikim të atraksioneve natyrore, sipërfaqe rurale, arkitekturë interesante, aftësi tradicionale (si gatimi, zeje, peshkim, njohje e traditave lokale), ishin përcaktuar si faktorë që kontribuonin në atmosferën rurale.

Për rajonin tonë fuqitë ishin: sipërfaqe atraktive me pyje dhe male, mjedis tipik rural, ajër i pastër me klimë të favorshme në dimër dhe verë, potenciale për aktivitetet sportive, gatime tradicionale dhe mikpritje në këto fshatra.

**Dobësitë** – janë të lidhura me mungesën e trajnimeve të biznesit, mungesën e investimeve kapitale për facilite turistike, që do të plotësojnë kërkesat e turistëve. Disa fshatra kanë probleme në infrastrukturë, mungesë e një sinjalistike të plotë

turistike, dëmtimi i mjedisit të gjelbër, mungesë e marketingut profesional, mungesë e njohurive profesionale të fermerëve, se si të shesin produktet e tyre dhe si të tërheqin turistë, mungesë e promovimit të turizmit rural.

**Mundësitë** – janë të lidhura me nevojën për të krijuar mundësi të reja alternative në botën rurale; promovim i ruajtjes së zakoneve lokale dhe traditave; një rritje e kërkesës ndërkombëtare për turizmin rural shihet si mundësi për zhvillimin e mëtejshëm të këtij sektori.

Disa prej mundësive janë: potenciale për të bërë fshatin një destinacion turistik për zhvillimin e mëtejshëm të këtij sektori; të favorshme -relakse që u nevojiten turistëve; mundësi për të vizituar vende me interes; mundësi për sporte, për zeje, panaire dhe tërheqje të investimeve.

**Kërcënimet** – janë të lidhura me mungesën e planifikimit në përgjithësi dhe me mungesën e planifikimit të agroturizmit; degradime në kulturë apo në mënyrën e jetesës si pasojë e imitimeve të nivelit të shërbimeve moderne. Disa prej kërcënimeve janë: dëmtimi i zonave tradicionale në fshat si rezultat i ndërtimeve pa leje, dëmtime të florës dhe faunës, imazh jo shumë pozitiv në zhvillimin e turizmit.

### **Gratë në zonat rurale**

Vitet e fundit gratë kanë fituar barazi ligjore me meshkujt dhe mundësi të njëjta për punësim me kohë të plotë dhe edukim në nivel universitar. Ndërkohë që situata social-ekonomike e grave është e njëjtë me pjesën më të madhe të grave, ato ndikojnë në vendosjen e disa variablave që ndryshojnë pozitën e tyre social –ekonomike nga gratë e tjera.

Termi “gra fermere” përfshin gratë që përfshihen në prodhimin bujqësor, ndërsa termi “gra fshati” përfshin të gjitha gratë që jetojnë në zonat rurale.

Gratë në zonat e Voskopojës, Dardhës e Vithkuqit janë në pjesën më të madhe punëtore ferme, shitëse, mësuese, infermiere, mjekë dhe studente. Vetëm 1\3 e këtyre femrave sigurojnë vetë të ardhurat, ndërsa pjesa tjetër jeton në kushte të vështira. Ato rrallë përfshihen në sferat e jetës publike apo politike në nivel lokal apo kombëtar. Por, shpesh u kushtohet vëmendje problemeve të këtyre grave dhe cilësisë së jetës se tyre, veçanërisht gjatë periudhës së tranzicionit.

Kohët e fundit po rritet interesi dhe ndërgjegjësimi i institucioneve lokale për të gjallëruar jetën e grave në zonat rurale e për të rritur shkallën e pjesëmarrjes së tyre në jetën politike e shoqërore të zonës përreth. Sot gratë fermere kane një nivel më të lartë edukimi sesa nënat apo gjyshet e tyre në të kaluarën.

Studimet tregojnë se ka një rritje të interesit nga vajzat për të studiuar në degët e agrobiznesit dhe bujqësisë. Sipas takimeve të bëra me gratë fermere rezultojnë se: rritje të tipave të edukimit të grave fermere;- rritje e kërkesës për informacion për programet e ndryshme edukative; gratë fermere kane një imazh të ulët në shoqëri dhe

duhet promovuar puna e tyre; duhen përmirësuar programet shkollore, duke mbështetur fëmijët e fshatit, që nuk kanë mundësi për t'u arsimuar.

Sot vihet re tendenca e migrimit të këtyre grave nga zonat rurale drejt zonave urbane. Vajzat e reja tentojnë punësimin për të fituar pavarësinë ekonomike nga prindërit dhe kërkimin e një jete më të mirë. Kur burrat largohen, gratë kanë përgjegjësinë më të madhe për ecurinë e prodhimeve në fermë.

Aktualisht në zonat e Voskopojës, Dardhës, Vithkuqit e Prespës funksionojnë 6 hotele: 2 në Voskopojë, 2 në Dardhe, 2 në Prespe, ndërsa në Vithkuq nuk ka akoma një hotel për pritjen e turistëve.

Në Dardhë një hotel është ndërtuar i ri, ndërsa hoteli tjetër është duke u rikonstruktuar. Në Voskopojë hotel "Akademia" është hoteli më i madh, i cili ofron akomodim për turistët. Përreth hotelit janë ndërtuar edhe disa shtëpi me qira. Së shpejti do të fillojë aktivitetin edhe një kompleks i ri turistik, si investim i një biznesmeni privat.

Ndërsa restorantet kanë më tepër zhvillim dhe ofrojnë më tepër kuzhine tradicionale. Kuzhina tradicionale gjendet më tepër në Dardhë dhe Prespë. Investimet publike në këto zona janë të pakta dhe deri tani iniciativat e investimeve janë ndërmarre nga sektori privat.

Disa nga investimet kryesore në këto zona janë:

Investimi i projektit për krijimin e një piste skish në Dardhë, që do të mundësojë ngritjen e sezonalitetit të zhvillimit të turizmit në këtë zonë rurale, si dhe rritjen e të ardhurave të komunitetit edhe gjatë sezonit dimëror.

Po ashtu, ekziston dhe projekti për ngritjen e një teleferiku, i cili do të mundësojë lëvizjen e turistëve.

Vlen të theksohet edhe investimi që po bëhet për asfaltimin rrugës Korçë –Dardhë, që do të lehtësojë arritjen e turistëve në destinacion. Për akomodimin e turistëve në këtë zonë me tepër përdoren shtëpitë e lëshuara me qira nga banorët e fshatit.

Aktualisht ofrojnë ambiente me qira për akomodimin e turistëve rreth 12 familje. Ato kanë mbështetur në mënyrë modeste ambientet e tyre për pritjen e turistëve. Por, ia vlen të realizohet një projekt trajnimi për pronarët e këtyre familjeve, me qëllim që të përshtatin sa më mirë ambientet me kërkesat e turistëve.

Zhvillimi aktual i turizmit në Voskopojë është me i gjallë sesa në zonat e tjera rurale të të Korçës. Aktualisht, Voskopoja është bërë pjesë e një programi pilot, financuar nga organizata FERT (formim, lulëzim, rinovim, tokash).

Projekti është një iniciativë për zhvillimin e zonave malore në Shqipëri dhe realizuar në bashkëpunim me Agjencinë e zonave malore (MADA), me Ambasadën Franceze në Shqipëri.

Projekti ka disa objektiva: përforcimi i zhvillimit të ekonomisë bujqësore të zonave malore në disa zona në Shqipëri (Korçë, Diber, Kukës) dhe zhvillimi lokal i zonave

malore realizuar në Voskopojë. Kjo synon kontributin në zhvillimin e integruar të një territori nga ana tjetër përmes shoqërimit të procesit të zhvillimit të territorit, duke ndërhur me projekte konkrete dhe me mobilizimin dhe strukturimin e aktorëve (lokalë, rajonalë, kombëtarë, ndërkombëtarë).

Pas kësaj do të fillojë zhvillimi i projektit për hartimin e planit të veprimit në mjedis për zonën e Voskopojës, Vithkuqit, Dardhës, i cili projekt zhvillohet nga organizata holandeze për zhvillim SNV .

Zhvillimi i turizmit në zonën e Prespës ka pasur prezencën dhe mbështetjen e donatorëve dhe fondacioneve të ndryshme, që kanë shërbyer si asistentë dhe eksperiencëdhënës për organet administrative të zonës në teknikat e zhvillimit të turizmit.

Vlen të përmendet bashkëpunimi dhe ndihma e /hellenic Aid / projekt i zhvillimit të burimeve natyrore GTZ- REC – MADA – SNV dhe UNDP-PNUD.

Udhëhequr dhe në bashkëpunim me këta aktorë janë realizuar projekte në fusha si; hartimi i planit strategjik për ruajtjen dhe zhvillimin e qëndrueshëm të Parkut Kombëtar; mbështetje në menaxhimin e pyjeve dhe kullotave komunale; mbështetje për kontribute në materiale për shërbime pastrimi e grumbullimi të mbetjeve.

Fondacioni CRIC në bashkëpunim me komunën e Liqenasit po organizon një program trajnimi me personat e familjeve, që kanë shfaqur dëshirën të krijojnë ambiente akomodimi për turistët. Në këtë trajnim përfshihen 50 familje, të cilat po mësojnë teknikat e pritjes së turistëve dhe mënyrat e mobilimit të ambienteve të shtëpive, që do të lëshohen me qira.

Duke analizuar pyetësorët që u plotësuan nga turistët, të cilët frekuentojnë këto zona, në këtë sezon turistik rezulton se 54 për qind e tyre janë meshkuj dhe 46 për qind femra. Duke ditur që agroturizmi frekuentohet nga grupmosha të ndryshme edhe nga pyetësorët tregohet se 40 për qind e tyre janë të moshës 36 -45 vjet, të martuar me fëmijë janë 40 për qind e tyre, ndërsa pa fëmijë janë 36 për qind, kurse turistë ta pamartuar ka shumë pak.

Rreth 52 për qind e turistëve janë të punësuar dhe me të ardhura që variojnë nga 305-400 euro, që d.m.th me këto të ardhura janë 42 për qind e të gjithë turistëve. Ndërsa turistët e vetëpunësuar zënë 16 për qind të totalit. Turistët që ndodhen në statusin e studentit dhe të pensionistit zënë shumë pak, rreth 4 për qind të totalit, kjo pasi agroturizmi kërkon të ardhura të konsiderueshme. Rreth 68 për qind e tyre kanë një shkallë të lartë arsimimi, sepse dhe vetë tipi i turizmit e kërkon një nivel të tillë edukimi. 14 për qind janë me shkollë të mesme dhe vetëm 18 për qind janë me arsim 8 vjeçar.

Këto zona frekuentohen me tepër nga turistët vendas, d.m.th 58 për qind e tyre janë shqiptarë dhe vetëm 22 për qind janë të huaj.

Sipas studimit 56 për qind e turistëve i kanë vizituar këto zona 2-5 herë, që tregon se këto zona po tërheqin gjithnjë e më tepër turistë. Turistët nuk janë vetëm të rastësishëm, por edhe besnikë ndaj këtyre zonave.

Siç e cekëm lartë, pjesa më e madhe e turistëve janë të punësuar dhe kjo bën të mundur që qëndrimi i tyre të mos jetë shumë i gjatë, nga 2-5 netë. Një pjesë e vogël, rreth 14 për qind e tyre qëndronte 6-7 netë dhe vetëm 8 për qind qëndrojnë 8-14 netë. Zona turistike që ka vizitueshmërinë më të madhe është Voskopoja e ndjekur nga Dardha më pas Liqenasi e Vithkuqi.

Arsyet kryesore të vizitës së turistëve ishin pjesëmarrje në aktivitetet në mjedis, si dhe njohja me bukuritë dhe traditat e zonës. Shumica e tyre akomodoheshin në shtëpitë me qira, që ofrojnë banorët e këtyre fshatrave. Turistët pohonin se agroturizmi është forma më e përshtatshme e zhvillimit të këtyre zonave.

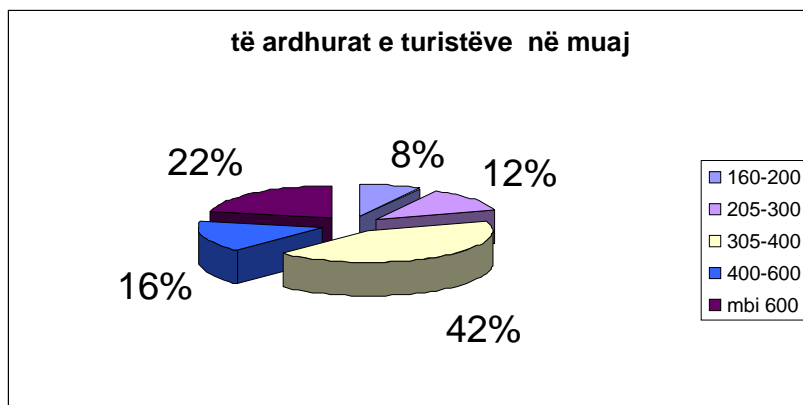
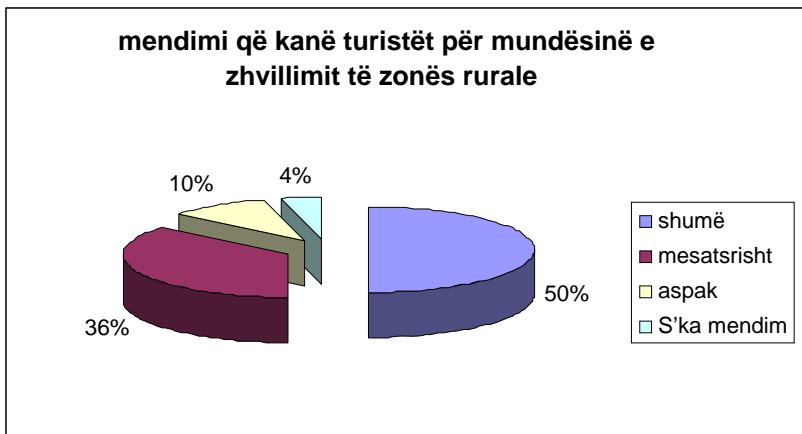
Ky zhvillim siguron të ardhura për komunitetin, si dhe rrit mundësinë e ngritjes së nivelit të jetesës për banorët e këtyre zonave. Sipas opsioneve të turistëve, rezulton se agroturizmi sot është forma më ideale e zhvillimit të qëndrueshëm. Kjo formë turizmi mund të zhvillohet më së miri në zonat rural, kjo për disa arsye: vlerave të veçanta natyrore; forcës tërheqëse atraktive dhe ekzistencës të komunitetit mikpritës; ngritjes së interesit nga pushteti lokal dhe aktoret e tjerë të industrisë turistike.

Por, përveç interesit të shfaqur duhet një bashkëpunim i ngushtë midis sektorit publik dhe atij privat, që do të sillte ngritje të superstrukturës dhe infrastrukturës së nevojshme për pritjen e flukseve turistike. Aktualisht në këto zona rurale ekzistojnë rreth 70 shtëpi me qira, të cilat ofrojnë akomodim për turistët kryesisht gjatë sezonit të verës e dimrit.

Megjithë përpjekjet e banorëve përsëri ekziston mungesa e ambienteve të përshtatshme për arritjen e satisfaksionit maksimal të turistëve. Nga përgjigjet pronarëve të këtyre shtëpive arrin në konkluzionin se ndihet mungesa e eksperiencës lidhur me akomodimin.

Ata pohojnë se mund të sigurojnë investime, por nuk janë të bindur se a është kjo forma e duhur e akomodimeve që kërkojnë agroturistët. Për këtë duhet të ndërmerret një program trajnimi lidhur me njohjen e karakteristikave të agroturistëve, si dhe mënyrat e mobilimit të ambienteve të akomodimit.





**Rekomandime:**

Tre mundësi kryesore mund të sugjerojmë:

1. Një plan i përgjithshëm për zhvillimin e agroturizmit dhe promovimin;
2. Zhvillimi i njësive akomoduese në zonat rurale në lidhje me kapacitetet;
3. Zhvillimi i atraksioneve turistike në zonat rurale.

Plani i përgjithshëm për zhvillimin dhe promovimin e agroturizmit -fushat e kërkimit do të përfshijnë analizën e strukturës fizike, financiare dhe të burimeve njerëzore të lidhura me marketingun dhe turizmin rural, si dhe identifikimin e agroturizmit dhe ngjarjeve tradicionale.

- Zgjidhja e problemeve të infrastrukturës, furnizimi me ujë dhe energji, tërheqja e investitorëve të huaj apo shoqata të ndryshme për zgjerimin e rrjetit rrugor.
- Të përcaktohen rregullat për ndërtesat private, të cilat shfrytëzohen për qëllime turistike.
- Restaurimi i infrastrukturës ekzistuese rurale.
- Promovim profesional i destinacionit me tipe të gërshetuara turizmi, duke bërë të mundur tërheqjen e turistëve të ndryshëm.
- Ngritja e Ueb-site, ku paraqiten të gjitha potencialet që ofrojnë zonat rurale.
- Promovim nëpërmjet mediave në prag të çdo sezoni turistik.
- Përfshirja e destinacionit në paketa profesionale.
- Orientim i produktit drejt kërkesës së tregut për të fituar në kushtet e konkurrencës.
- Përmirësimi i cilësive të shërbimeve.

**Literatura:**

Materiali teorik i këtij studimi është marrë nga: gazetat, librat që janë të botuar në internet, broshurat, guidat dhe intervistat.

1. Gazeta "Koha Jonë".
2. Plani nacional i veprimit për integrimin e grave nga vendbanimet rurale në proceset e zhvillimit.
3. Format alternative të punësimit dhe trajnimit e vazhdueshme në bujqësi.
4. Agroturizmi, turizmi i qëndrueshëm dhe rajonet ultra-periferike.
5. Turizmi dhe ndikimi i tij te komunitetet rurale.
6. Agrotourism Bali Indonesia.
7. Ujëdhësat evropiane dhe shtrirja e fermave.
8. Nga broshurat dhe guidat e zonave: Dardhë, Voskopojë, Vithkuq, Prespë.
9. Zhvillimi i aktiviteteve turistike në mjedisin rural, duke nxitur edhe ngjarjet gjatë qëndrimit të turistëve.

*MSc. Oriola Theodhori, Phd kandidat*

## **NDIKIMI I E-MARKETINGUT NË ZHVILLIMIN E TURIZMIT DHE INDUSTRIË HOTELIERE NË RAJONIN E KORÇËS**

### **Abstrakt**

Tregtia elektronike po ndryshon në mënyrë rrënjësore ekonominë dhe mënyrën e të bërit biznes. Marketingu në internet është një nga fushat më të diskutuara vitet e fundit, sidomos në zhvillimin e turizmit dhe industrisë pritëse. Rritja e numrit të konsumatorëve, që kanë qasje në internet, është e paevitueshme. Qëndrimi indiferent ndaj këtyre ndryshimeve shumë shpejt do t'i çonte organizatat ofruese të produktit turistik dhe ndërmjetësit drejt humbjes të pjesës të tregut, prandaj për të konsoliduar veten e tyre, në këtë mjedis të teknologjisë së lartë, duhet të kthejnë vështrimin drejt marketingut në internet dhe të aplikojnë principet bazë të tij.

Të gjithë jemi të vetëdijshëm për faktin se teknologjitë e reja të shpërndarjes të informacionit dhe komunikimit janë çelës strategjikë të suksesit, që do të udhëheqin sektorin e turizmit dhe produktet turistike në vitet në vazhdim. Interneti ka ndikimin e tij të padiskutuar në industrinë e turizmit dhe udhëtimeve.

Ai nuk ndikon thjesht në zgjedhjet e konsumatorëve për destinacionin e pushimeve, por ndikon edhe modelet e rezervimit, duke lehtësuar krahasimin e çmimeve, ndërkohë që kemi një rritje të numrit të konsumatorëve të fokusuar drejt vlerës së produktit turistik. Gjithashtu, industria e fluturimeve njohu një revolucion përmes përdorimit të internetit, duke ofruar udhëtime me kosto të ulët, sidomos për rezervim në avancë dhe duke mbështetur në këtë mënyrë përpjekjet e sektorit turistik. Natyrshëm ju mund të pyesni: E-Marketingu është diçka e re apo një adaptim i strategjisë ekzistuese?

E-Marketingu është një produkt i bashkimit të teknologjisë moderne të komunikimit me principet bazë të marketingut tradicional të aplikuara më parë.

### **Çfarë është E-Marketingu?**

E-Marketingu ose marketingu elektronik i referohet aplikimeve të principeve marketing dhe teknikave përmes mediave elektronike, më specifikisht përmes internetit.

Marketingu në internet, E-Marketingu apo marketingu online, konsiderohen si sinonime dhe mund të përdoren në këmbim të njëri -tjetrit.

Turizmi tradicionalisht ka qenë një sektor mjaft i përhapur me kanale të gjatë shpërndarjeje, agjentë udhëtimi, transportues, hotele, restorante, operatorë të tjerë shërbimi, të cilët sigurojnë shërbime ekstra për destinacionin. Përdorimi i internetit në

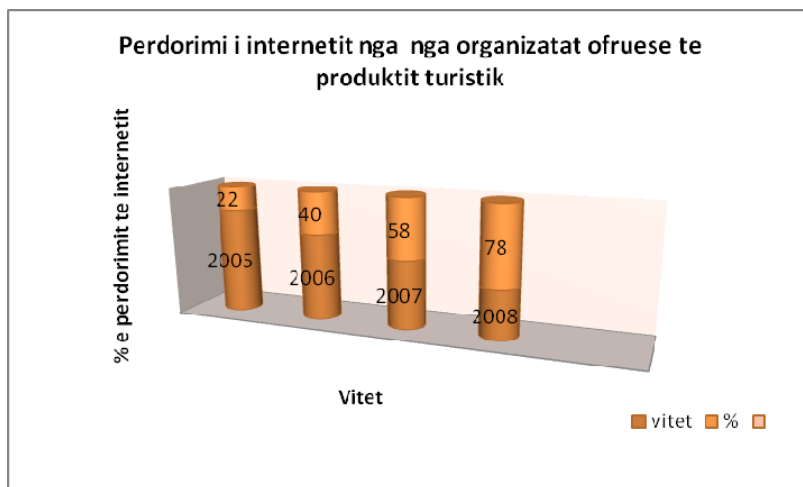
të gjitha aspektet e turizmit është një realitet i dukshëm dhe kjo lidhet me rritjen e kërkesës së konsumatorëve apo turistëve. Duhet të theksojmë një fakt të rëndësishëm se interneti është duke ndryshuar mënyrat e zhvillimit të turizmit.

Websitet e personalizuar janë duke shpërndarë informacion në një numër të palimituar tregjesh të synuar dhe për më tepër ato mund të ndryshojnë në varësi: të zakoneve apo modeleve të blerjes së turistëve, përdorimeve të mëparshme të website-ve, demografive, lidhjeve me hotelet, restorantet, agjencitë turistike apo attributeve tjera.

Të gjitha këto mund të mblidhen nga përdoruesit online ose nga database të organizatave. Interneti mund të konsiderohet si sistemi më ekonomik në dispozicion të organizatave për shpërndarje të informacionit. Transaksionet online, sigurimi i shërbimeve të personalizuar, blerjet përmes internetit, rezervimet, janë në hapat e parë për rajonin tonë, që më vonë do të thellohen duke shtuar gamën e aktiviteteve, që mund të realizohen përmes internetit.

Ne kemi nevojë të japim në mënyrë realiste nevojën dhe mundësitë e rajonit të Korçës për zhvillimin e turizmit dhe industrisë pritëse, ku një ndikim njaft të madh luajnë përpjekjet online. Me anën e këtij studimi marrim iniciativën të ndihmojmë në mënyrë modeste të interesuarit e kësaj fushe dhe sidomos organizatat e shërbimeve, hotelet, restorantet, agjencitë turistike, që, për vetë natyrën e tyre, marketingu në internet është një domosdoshmëri dhe siguron një bazë të mirë për krijimin e avantazheve konkurruese.

Në qoftë se i referohemi përdorimit të internetit nga ofruesit e produktit turistik në rajonin e Korçës shohim një rritje të numrit të tyre nga viti 2005 deri në vitin 2008: kështu në vitin 2005 përdorimi i internetit ka qenë 22 për qind, në vitin 2006 40 për qind, në vitin 2007 ka qenë 58 për qind, në vitin 2008 ka qenë 78 për qind dhe parashikimi në fund të vitit 2009 mendohet të jetë rreth 85 për qind.



Mjedisi i sotëm ekonomik ushtron një ndikim të madh edhe tek industria pritëse, prandaj lind nevoja për të rimenduar edhe njëherë në lidhje me strategjitë e tyre. Rënia apo ngadalësimi ekonomik ndikon zhvillimin e turizmit dhe industrinë pritëse në disa mënyra:

- Kreditë komerciale bankare janë shumë të kufizuara.
- Çmimet e energjisë dhe të ushqimeve janë rritur.
- Konsumatorët, të cilët shpenzonin mjaft për udhëtime dhe kohën e lirë, po provojnë të rrinë në shtëpi.
- Kompanitë janë duke rishikuar edhe njëherë në detaje buxhetet e tyre të udhëtimeve.
- Konsumatorët shpenzojnë zakonisht për produktet e shportës, duke reduktuar shpenzimet për argëtim, çlodhje apo turizëm.

Në këto kushte lind pyetja: Çfarë mund të bëjnë ofruesit e produktit turistik të rajonit tonë për të ruajtur dhe rritur pjesën e tregut? Çfarë mund të bëjë industria pritëse? Çfarë duhet të bëjnë hotelierët për të mbijetuar?

Marketing në internet ose E-Marketingu mund të ndihmojë hotelet për të gjeneruar të ardhura, për të përmirësuar ROI-in, për të tërhequr turistë të tjerë dhe për të konkurruar me efektivitet.

Eksperiencia e 13 viteve të fundit ka treguar se të gjitha hotelet, që kanë aplikuar marketingun në internet, ose kanë pasur si pjesë të strategjisë të tyre të përgjithshme marketingun online, kanë qenë më fitimprurësit. Mund të themi me bindje se strategjia e marketingut në internet është strategjia fituese në mjedisin e sotëm ekonomik dhe interneti mund të konsiderohet si një nga kanalet marketing më të rëndësishëm në industrinë pritëse.

Të dhënat e publikuara në mbarë botën tregojnë se 37-38 për qind e rezervimit në hotele në vitin 2008 u gjenerua nga interneti, në vitin 2007 kjo shifër ishte 30 për qind, kurse në 2006 ishte 28 për qind. Në vitin 2010, mendohet që kjo shifër të rritet deri në masën 45 për qind. Pra, ekziston një tendencë në rritje e konsumatorëve për të bërë rezervim nëpërmjet internetit. Marketingu në internet ofron mundësi të shumta të diferencimit të ofertës. Është shumë vështirë të diferencohen shërbimet për nga vetë natyra dhe karakteristikat e tyre dhe për më tepër të sigurohen avantazhe konkurruese.

Vendet evropiane si dhe rajoni ynë janë duke njohur një adaptim mjaft të shpejtë ndaj botës online dhe kjo është tipike sidomos për organizatat e shërbimeve, ofruesit dhe ndërmjetësit e produktit turistik, kalimi online i të cilëve favorizohet nga një tërësi kushtesh:

• **Shpejtësia e sigurimit të shërbimit:** Shpejtësia me të cilën realizohet një shërbim luan një rol të rëndësishëm në vendimmarrjen e konsumatorëve. Duke e konsideruar kohën si një element kritik, mund të themi se shërbimet online sigurohen në çdo moment dhe shumë shpejt. Organizatat në internet, pra shërbimet e tyre, janë në dispozicion të konsumatorëve 24 orë në ditë, për çdo ditë të muajit, për çdo muaj të

vitit. Në qoftë se një klient kërkon të bëjë një udhëtim turistik dhe kërkon ta realizojë këtë përmes një agjencie turistike, imagjeroni kohën që i duhet atij për të shkuar në agjenci të ndryshme, për të parë ofertat e tyre, për të zgjedhur, bazuar në gjykimin e tij, dhe, më pas, për të siguruar këtë shërbim. Marketingu në internet do ta reduktonte këtë kohë në maksimum.

- **Kosto efektive:** Kostot për shpërndarjen e informacionit dhe reklamimit janë të njëjta për konsumatorët në çdo vend të rajonit dhe të botës. Organizatat e shërbimeve nga vetë natyra e tyre mund të sigurojnë klientë si brenda dhe jashtë vendit, përmes internetit. Agjencitë turistike si: “L.A Travel”, “Albania Travel and Tours” apo “Vasjana Travel and Tours” kanë siguruar një rritje të numrit të konsumatorëve, të cilët përdorin shërbimet e tyre si rezultat i përdorimit të website-it dhe messenger online.

Përdorimi i marketingut online ka reduktuar mjaft kostot e mbledhjes dhe shpërndarjes së informacionit, të përgatitjes dhe shpërndarjes së reklamave, të printimit dhe shpërndarjes së fletëpalosjeve.

- **Ofron mundësi të reja të mënyrës së të bërit biznes:** Disa shërbime të cilat më parë realizoheshin në zyrat e agjencive turistike, në hotele apo restorante tani kanë kaluar online.

Website i agjencisë turistike “VASJANA TRAVEL and tours”. website ka një konfigurim mjaft të mirë, duke siguruar një navigim të lehtë për vizitorët.



Në vitin 2006, kjo agjenci turistike krijoi website-in e saj, hyrje kjo që korrespondonte dhe me sezonin kur udhëtimet turistike arrijnë kulmin. Pavarësisht nga ky fakt, vetë drejtuesit e saj konstatojnë një rritje të numrit të konsumatorëve, që përdorin shërbimet e saj, që i atribuohet kryesisht prezantimit të saj online. Shpejtësia me të cilën konsumatorët kontrollojnë në website-in e saj është rezultat i një konfigurimi të shkëlqyer të website-it në internet. Ajo prezanton disa nga vendet më të bukura turistike, ku njerëzit ndajnë eksperiencat me njëri-tjetrin.

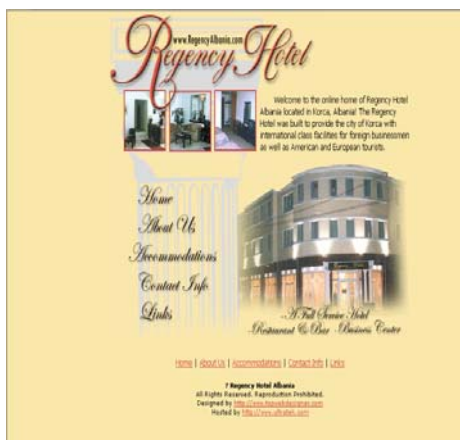
Logoja e saj në website është Vasjana Travel & Tours “Destinacioni i kënaqësisë dhe relaksit”.

• **Zgjerimi i tregut ekzistues dhe hyrja në tregjet e reja:** Marketingu në internet ofron mundësi të reja për organizatat dhe zgjerimin e pjesës së tregut, si dhe hyrjen në tregjet e reja. Ky fakt iu jep mjaft prioritet agjencive të transportit, agjencive turistike, hoteleve apo restoranteve, që të mund të sigurojnë klientë jashtë territorit të Shqipërisë.

• **Web faqet e organizatave janë të njohura falë vizitorëve të shumtë në internet:** Nga pyetësoret e parashtruar konsumatorëve dhe klientëve të organizatave, të cilat ofrojnë produkte dhe shërbime të ndryshme turistike, si dhe nga ndërmjetësit e tjerë në zingjirin e shpërndarjes, doli se mbi 80 për qind e të anketuarve përdorin internetin, ndërsa vetëm 20 për qind syresh nuk e përdorin atë.

Një pjesë e madhe e konsumatorëve e përdornin internetin shumë shpesh, ndoshta edhe çdo ditë. Si rezultat i këtij numri të lartë të vizitorëve në internet, web faqet e këtyre organizatave janë të njohura për sigurimin e shërbimeve të ndryshme.

• **Web faqja mund të korrektohet dhe të pasurohet me informacion të kohës në çdo moment:** Fakti që website-it mund të modifikohet dhe pasurohet me informacion të kohës në çdo moment siguron një epërsi kundrejt marketingut tradicional. Konsumatorët kanë mundësi të sigurojnë informacione të ri dhe oferta speciale në një kohë mjaft të shkurtër. Agjencitë turistike mund të prezantojnë ofertat e tyre të sezonit, duke modifikuar shumë shpejt ato ekzistuese. Hotelet mund të prezantojnë shërbimet ekstra përveç shërbimit bazë, si p.sh. ambiente për konferenca, për organizimin e takimeve, etj.



Website i hotel “Regency” në qytetin e Korçës.

Është hoteli i parë, përse i përket kësaj kategorie shërbimesh në rajonin e Korçës, që siguroi shërbimet online. Logoja e tij online është: “Mirë se vini në faqen online të Hotel Regency, i lokalizuar në Korçë, Shqipëri. Hotel Regency është ndërtuar për t’i siguruar qytetit të Korçës komoditet dhe klasa ndërkombëtar për biznesmenët e huaj, për turistët evropianë dhe amerikanë”.

• **Siguron një lidhje mjaft të fortë organizatë-konsumator:** Marketingu në internet siguron një shkallë të lartë ndërveprimi midis organizatave dhe konsumatorëve, duke rritur edhe ndërvarësinë midis tyre. Si rezultat ndërveprimi rriten përgjegjësitë dhe obligimet kundrejt njëri-tjetrit dhe siguri i informacionit të dyanshëm do të çojë në rritjen e shkallës së besueshmërisë midis palëve pjesëmarrëse në sigurimin e shërbimit. Hotel Regency ka krijuar një bazë të dhënash për klientët e tij duke regjistruar të gjitha të dhënat e klientit, përmes website-it. Përmbajtja e

website-it dhe formularët, që duhet të mbushin klientët online, regjistrojnë në mënyrë automatike të dhënat e tyre, duke krijuar edhe kartën e klientit.

Me rastin e festimeve të ndryshme, promovimeve të veçanta apo ofertave speciale Hotel Regency iu dërgon mesazhe nëpërmjet e-mail klientëve të tij. Kjo ka çuar në krijimin e marrëdhënieve të mira dhe besnikëri të lartë të klientëve. Nga pyetësorët e realizuar me klientët e tij rezultoi se ata ishin shumë të kënaqur me shërbimet e Hotel Regency dhe sidomos me shërbimet online, si: rezervime, reklama, shpërndarje informacioni, etj.

Hotel Regency ka siguruar një rritje të numrit të turistëve në masën 18 për qind sidomos nga Amerika dhe Evropa, pas lansimit të shërbimeve të tij online dhe konfigurimit të website-it.

• **Siguron lidhje të forta midis anëtarëve të organizatës:** Marketingu në internet nuk iu apelon vetëm konsumatorëve të përhershëm, por iu drejtohet edhe anëtarëve të organizatave ofruese të produktit turistik dhe ndërmjetësve në kanalin e shpërndarjes. Duke qenë të lidhur online dhe duke komunikuar vazhdimisht me njëri-tjetrin, për shkëmbimin e të dhënave dhe informacionit (p.sh., organizatat ofruese të produktit turistik dhe ndërmjetësit) rritet edhe ndërvarësia midis tyre. Efikasiteti i njëjës palë do të ndikojë në efikasitetin e palës tjetër. Sfida qëndron në atë që organizatat të kenë efikasitet në zhvillimin e turizmit në përgjithësi.

• **Sigurimi i një numri të madh informatash:** Interneti siguron mundësinë e shpërndarjes të një sasive të madhe informacioni në kohë reale (in real time). Web faqet e organizatave janë ndërtuar në mënyrë të tillë, që të sigurojnë një sasi të madhe informacioni dhe mundësojnë krahasimin e ofertave me ato të konkurrentëve. Pra, turistët në një kohë shumë të shkurtër mund të mbledhin informacione në lidhje me hotelet, restorantet, agjencitë turistike që janë online, të krahasojnë ofertat dhe të zgjedhin atë ofertë që përmbushë më mirë nevojat dhe dëshirat e tyre.

• **Perceptimi i konsumatorëve në lidhje me avantazhet e E-Marketingut në sektorin turistik:** Nga grafiku i mëposhtëm shihet se kursimi i kohës është një nga avantazhet më të mëdha, që sigurojnë konsumatorët kur përdorin websitet e ofruesve të produktit turistik. Ata kanë mundësi të krahasojnë ofertat konkurruese për një kohë mjaft të shkurtër. Shumë konsumatorë janë mjaft skeptikë dhe kërkojnë shërbime të personalizuar dhe këtë e mundëson përdorimi i website-ve të organizatave, të cilët konfigurohen në varësi të kërkesave specifike të turistëve, p.sh. oferta sezonale, suita speciale, fundjavat e veçanta, paketa familjare ose diferencimi për segmentet çelës të konsumatorëve si: udhëtime familjare, udhëtime biznesi, organizimi i mbledhjeve apo dasmave, paketa luksi, etj.

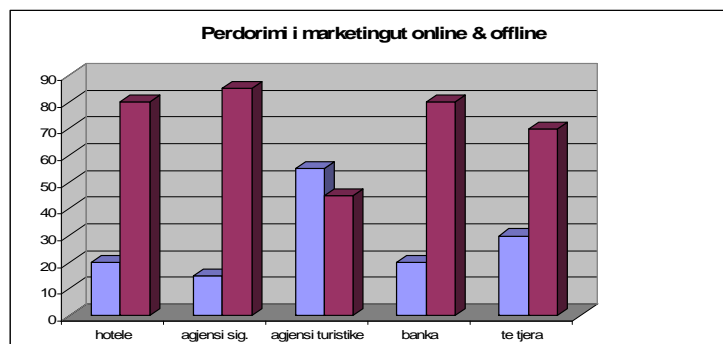
Kostot e përdorimit të internetit konsiderohen mjaft të favorshme sidomos vitin e fundit, me uljen e tarifave të ofrimit të këtij shërbimi. Në lidhje me besnikërinë, sigurinë dhe pavarësinë në zgjedhje, konsumatorët japin përgjigje neutrale. Studimi gjithashtu tregoi se konsumatorët që përdornin teknologjitë e reja të komunikimit kishin nivele të larta edukimi dhe arsimimi dhe ishin të gatshëm të adaptonin të rejat.



Institucionet akademike janë një nga promovuesit më të mire të përdorimit të internetit, meqenëse ata janë të lidhur në rrjet. Rreth 70 për qind e konsumatorëve, të cilët disponojnë internetit në shtëpi ose në zyrë, kërkojnë në website dhe përdorin informacionin për turizmin, krahasuar me 40 për qind, të cilët nuk i kanë këto lidhje, por përdorin qendrat e ndryshme të internetit si: internet caffè, lokalet apo vendet me wireless.



Grafiku i mëposhtëm tregon përfshirjen e organizatave ofruese të produktit turistik në aktivitetet e marketingut online dhe marketingut tradicional. Siç shihet jemi në hapat e parë të përdorimit të marketingut online, që në të ardhmen do të dominojë atë tradicional, sidomos në fushën e turizmit.



Një studim i realizuar në rajonin e Korçës në lidhje me arsyet e përdorimit të website-ve të organizatave sidomos për turizmin domestik siguroi rezultatet e mëposhtme:

- Sigurimi i informacionit për destinacionin.
- Sigurimi i informacionit për hotelet, restaurantet dhe shërbimet e tjera.
- Rezervim në hotele.

- Bërja e pagesave.
- Blerja e paketave të udhëtimit.
- Rezervim për fluturimet.

Mosha e këtyre përdoruesve varionte nga 25 në 48 vjeç meshkuj ose femra, kryesisht të pamartuar ose të martuar me një fëmijë dhe që kishin qajse në internet për një periudhë 5 vjeçare. Këta persona kishin kryesisht arsimim të lartë dhe i takonin grupit që ishin të adaptuar me kohën.

Lind pyetja, çfarë mund të bëjë industria pritëse për të rritur numrin e klientëve (turistëve)?

- Shpenzimet marketing nuk duhet të shkurtohen, por duhet të rivlerësohen përpjekjet marketing dhe sidomos buxheti promocional.
- Kalimi i fondeve nga format e komunikimit offline në ato online.
- Kalimi i fondeve nga përpjekjet për ndërtimin e markës në iniciativat me përgjigje direkte apo shërbimet e personalizuar sipas tipit të klientit.
- Tërheqja e çdo leku të shpenzuar në websitet analitikë dhe të sofistikuar.
- Gjetja e iniciativave të reja nëpërmjet internetit dhe përdorimi i Facebook, Myspace.com
- Ridimensionimi dhe lansimi i strategjive marketing për të arritur turistët aktualë dhe potencialë.
- Lansimi i strategjive të diferencimit për të identifikuar dhe promovuar një pozicion unik të hoteleve dhe potencialeve turistike të rajonit.

Ofruesit dhe shpërndarësit e produktit turistik përdorin internetin për të realizuar: kërkimin marketing online, e-mail marketing, lidhje strategjike, website funksionale, analitikë, estetike dhe fushata reklamuese tërheqëse. Përmes përdorimit të website-it ata prezantojnë oferta unike bazuar në atributet e mjedisit lokal. Ofrimi i një zgjedhjeje të gjerë, duke i lidhur këto me pritjet e klientëve, duke përmendur: oferta sezonale, suita speciale, fundjavat e veçantë, paketa familjare ose diferencimi për segmentet çelës të konsumatorëve si: udhëtime familjare, udhëtime biznesi, organizimi i mbledhjeve apo dasmave, paketa luksi, etj.

Web-site të tilla si Facebook.com, You Tube.com, Myspace.com, etj., janë bërë mjaft të njohura, sidomos vitet e fundit, dhe luajnë një rol të rëndësishëm në krijimin dhe mbajtjen e lidhjeve sociale midis miqve, kolegëve, etj. Si pjesë e strategjisë të saj industria pritëse duhet të monitorojë dhe ndërveprojë me konsumatorët përmes web-site si: Hotel Guide.com, TripAdviser.com, e cila ka regjistruar deri në 25 milionë vizitorë në muaj apo ndërmjetësit si Expedia.com, etj.

Për të pasur një konfigurim sa më të mirë të faqes në internet dhe për ta bërë atë sa më atraktive për klientët e ndryshëm, organizatat përdorin elementet e mëposhtme:

- Dëshmitë e konsumatorëve.
- Eksperienat e përbashkëta të konsumatorëve.
- Blogs të ekspertëve.
- Diferencimin e produktit turistik.

- Komoditetin e produkteve turistike.
- Diferencimi nëpërmjet konsumatorët (njohja e konsumatorëve, personalizimi i mesazheve).
- Trajnimi dhe zhvillimi profesional.

### **Përfundimi:**

Po të analizojmë marketingun në internet në rajonin e Korçës dhe sidomos aplikimin e tij në industrinë pritëse mund të themi se ai është tendenca e kohës dhe një orientim që siguron avantazhe konkurruese.

Pjesa më e madhe e organizatave ofruese të produktit turistik kanë aplikuar principet bazë të marketingut në internet dhe po shkojnë drejt thellimit të tyre.

Një pjesë e vogël ende udhëhiqet vetëm nga konceptet e marketingut tradicional, situatë kjo që lidhet ngushtë me kulturën e tyre organizuese, me konservatorizmin, mungesën e dëshirës për ndryshim.

Industria pritëse në rajonin e Korçës është përfshirë në këtë proces ndryshimi dhe për më tepër vihet re një rritje e numrit të klientëve sidomos nga jashtë vendit, rritje kjo që i atribuohet kryesisht lidhjes globale dhe shpejtësisë të sigurimit të shërbimit.

Interneti është një nga kanalet unike të shpërndarjes në industrinë pritëse dhe zhvillimin e mëtejshëm të turizmit të qëndrueshëm.

Aplikimi i marketingut në internet mund të sigurojë të ardhura domethënëse, rritje të pjesës së tregut, apo kushte të favorshme konkurrence, si dhe rritjen e numrit të përdoruesve të internetit.

Interneti ka ndikimin e vet në industrinë turistike dhe atë të udhëtimeve. Gjithashtu, ai ndikon modelet e rezervim të konsumatorëve, ofron lehtësira në krahasimin e çmimeve, etj.

Kalimi online i shumë shërbimeve të sistemit bankar siguroi kushte mjaft të mira për zhvillimin e turizmit, sepse pagesat apo transferet mund të bëhen direkt nga llogaria e klientit.

Industria e fluturimeve duke ofruar udhëtime me kosto të ulët sidomos për rezervim në avancë mbështet përpjekjet e sektorit turistik.

**Literatura:**

1. Rafi A. Mohammed, Robert J. Fisher, Bernard J. Jaçorski, Gordon J. Paddison
2. Internet Marketing 2004.
3. Raymond L(2001) Përcaktuesit e implementimit të web sajtave në bizneset e vogla, Internet Research.
4. Çfare rëndësie ka interneti në zhvillimin e turizmit? Kelly T and Petrazzini.
5. Matzler K et al (2004) Përcaktuesit e përgjigjes ndaj kërkesave me e-mail drejtuar hoteleve nga shfrytëzuesit..
6. Strategjia e zhvillimit të turizmit në rajonin e Korçës.
7. Të dhëna të grumbulluara nga vrojtimit, intervistat e realizuara me menaxherët e hoteleve, operatorët e tjerë të sistemeve të informacionit, menaxherët e agjencive turistike; intervista personale të realizuara me konsumatorët, etj.

## **Kapitulli II**

### **Resurse Humane**



*Prof. Dr. Jove Kekenovski*

## **RAJONIZIMI, VETËQEVERISJA RAJONALE DHE ZHVILLIMI RAJONAL NË REPUBLIKËN E MAQEDONISË**

### **Abstrakt**

Procesi bashkëkohor i globalizimit e stimulon bashkëpunimin dhe harmoninë, për arsye se pjesa më e madhe e botës duhet të jetë e integruar në sistemin e varshmërisë reciproke ekonomike dhe politike. Megjithatë, sipas vështrimit alternativ, këto trende të globalizimit japin forma të reja të shtrëngueshmërisë dhe të ballafaqimit, të cilat për shkak të veprimtarisë së zvogëluar të qeverive nacionale, zakonisht shpijnë deri në një rajonaizim, për arsye se edhe shtetet nacionale bëhen sa më pak efikase në aspekt të ofrimit të sigurisë dhe të realizimit të stabilitetit dhe prosperitetit.

Këto qëllime arrihen përmes bashkëpunimit me shtetet fqinje dhe gjeografikisht të afërta, e sidomos në rajonet e tyre kufitare.

Procesi i rajonizimit mund të paraqet një hap në drejtim të globalizimit, kurse, nga ana tjetër, ajo mund të jetë edhe dukuri e kundërt në krahasim me globalizimin, edhe pse historia politike mban mend edhe shembuj të rajonalizimit si synim i autoriarkisë së gjithëmbarshme ekonomike, por edhe si separatizëm.

Nocioni 'rajonalizim' ka të bëjë me ideologjinë dhe me lëvizjen politike, që kërkon një kontroll më të madhe të rajoneve ndaj punëve personale, politike, ekonomike dhe punëve shoqërore, sipas rrugës mbi krijimin dhe ndërtimin e institucioneve politike dhe drejtuese me autorizime ligjore.

Stimulimi i lëvizjeve rajonale, drejtoria vetëdrejtuese rajonale, zhvillimi rajonal, bashkëpunimi ndërajonal nga ana e Unionit të Evropës, në një mënyrë e dobëson identitetin nacional të shteteve anëtare, si dhe kapacitetin e institucioneve të shtetit nacional, me çka krijohet një hapësirë për krijimin dhe ndërtimin e identitetit nacional dhe atë të Evropës, që do t'i përforconte institucionet e veta formale dhe të përbashkëta.

Proceset integruese e problematizojnë sovranitetin e shtetit nacional dhe i promovojnë rajonet, si qëllime ekonomike dhe kulturore, që synojnë nga integrimi në bashkësi më të gjera nacionale. Duke i tejkaluar kufijtë lokalë dhe partikularizmin, kështu duke e reduktuar monopolizmin dhe centralizmin, rajonizimi në një numër më të madh të shteteve të Evropës ka shkaktuar zhvillimin më të shpejtë rajonal. Se a është një gjë e tillë edhe në Republikën e Maqedonisë, mbetet të shihet në tekstin e mëtejshëm të këtij punimi?!

### **Disa fjalë mbi nocionin rajonizim dhe rajon**

Rajonizmi është formë e re e autonomisë territoriale, i cili gjerësisht praktikohet dhe aplikohet në njëzet vitet e fundit në disa shtete të Evropës Perëndimore. Kështu si i

tillë kuptohet si proces i krijimit të entiteteve territoriale të decentralizuara në kuadër (në suaza) të një shteti, rajonizmi është prezent në shtetet unitare (sidomos te ato shtete me strukturë të njëjtë heterogjene etnike), po ashtu edhe te shtetet e përbëra. Një gjë e tillë është produkt i synimeve që të zvogëlohet shtrëngesa e vazhdueshme e marrëdhënieve (e raporteve) në relacion qendër dhe periferia në brendi të një shteti nacional, produkt ky që është krijuar si reaksion në periferi i ndjenjave kulturore, politike dhe të eksploatimit ekonomik nga ana e qendrës.

Qëllimi kryesor i rajonizmit është thyerja e monopolizmit kulturor, ekonomik dhe politik, përkatësisht kufizimi i centralizmit. Nëpër të njëjtën formë dhe sipas saj vijën në shprehje specifikat e një territori të caktuar, identiteti dhe entiteti i atij territori, i shprehur përmes vlerave të veçanta të popullatës, e cila jeton në një territor të përcaktuar.

Rajonizmi bashkëkohor paraqitet në Francë në Shekullin XVIII, si proces i orientuar (i drejtuar) kundër koncentrimit enorm dhe koncentrimit qendror të prodhimitarisë, të kapitalit, të administratës dhe kulturës.

Ky proces riafirmohet gjatë viteve të 80-ta të Shek. XX, edhe atë në forma të ndryshme në një numër të madh të shteteve të Evropës, kështu që, gjatë 20 viteve të fundit, rrënjësisht ka ndryshuar fotografia e brendshme e këtyre (e atyre) vendeve-shteteve. Në orvatjen që të baraspeshohet zhvillimi i disa pjesëve të veçanta, rajonizimi e ka përfshirë Gjermaninë, Italinë, Holandën, Francën, Mbretërinë e Bashkuar të Britanisë së Madhe dhe Irlandën e Veriut, Zvicrën, Greqinë, Poloninë dhe vendet tjera të Evropës. Kështu, për shembull, sot, shumë njerëz Unionin e Evropës nuk e quajnë vetëm Shteti i Evropës, por edhe si

Rajoni i Evropës, ose Evropa në Rajone, ose si Evropë e ndarë në rajone, e cila zgjeron dhe zbaton politikë rajonale. Por, për të zbuluar të vërtetën, patjetër duhet pranuar se ende nuk ekzistojnë lajme të cilat bëjnë fjalë si: “Evropa në rajon”, është frazë e rezervuar për personat romantikë dhe për separatistët nacionalë, të cilët kërkojnë copëtimin e shteteve në drejtim të identiteteve më të vogla nacionale.

Nocioni ‘rajonizëm’ përmban, para së gjithash, dimension të rëndësishëm politik, në të cilën është shprehur synimi për përforcimin e potencialit politik të njësisë rajonal e në strukturën e ndarjes së pushtetit shtetëror. Një rajonizim i kuptuar në këtë mënyrë, më me fuqi, manifestohet në ekzistimin e institucioneve të pavarura rajonal e politike. Si primare këto janë trupat prezantuese rajonale dhe organet ekzekutive, të cilat përbëhen nga përfaqësuesit e zgjedhur të drejtpërdrejtë të qytetarëve. Përmes tyre, qytetarët i realizojnë të drejtat e tyre, në qeverisje rajonale, gjë që kontribuon në realizimin e parimit të ndarjes së pushtetit, sipas dimensionit vertikal, përkatësisht dimensionit territorial.

Një kuptim i tillë fillon nga parashikimi, nga ajo se e tërë qeveria është e ndarë në mes shkallëve të shumta të qeverisjes, të cilat janë të kompletuara në udhëheqjen me punët publike. Një gjë e tillë i nënkupton trupat përfaqësuese të qytetarëve, të cilët janë



zgjedhur në nivel rajonal, nga burimet vetanake të të ardhurave, të organizimit personal, të kompetencave të veta etj.

Si produkte elementare të rajonizimit janë rajonet. Nocioni ‘rajon’ ka një kuptim më të madh dimensional, edhe atë: rëndësi gjeografike, politike-rajonale, ekonomike, sociologjike dhe juridike.

Për rajonin mund të bëjmë fjalë si në suaza të shtetit, po ashtu edhe në suaza të Evropës dhe të asaj botërore. Duke i përcaktuar rajonet si “natyrore” dhe si bashkësi të painstitucionalizuara, mund të themi se ato përfaqësojnë rajone, përkatësisht tërësi gjeografike të mbyllura, ku jeton popullsia me elemente të caktuara të përbashkëta, siç janë: gjuha, kultura, traditat historike, elementet e komunikacionit, si dhe elemente të tjera.

Kjo popullsi synon që t’i kultivojë dhe t’i ruajë e njëherit edhe t’i zhvillojë këto veçori në drejtim të zhvillimit dhe përparimit të kulturës së vet, të zhvillimit dhe përparimit social, etj. Nga ana tjetër, rekomandimet, të cilat dalin nga udhëheqja dhe zbatimi i Politikës Rajonale të Evropës, shumë qartë orientohen kah institucionalizimi i rajoneve, kështu që, sipas kësaj, ato definohen si: tërësi territoriale, të cilat janë të afta për një zhvillim të pavarur politikisht, ekonomikisht, si dhe në drejtim të zhvillimit institucional-juridik dhe me një ndihmë të caktuar (më të vogël ose më të madhe) të pavarësisë në raport me qeverinë qendrore, e cila shpreh një sërë organizime të veçanta personale, kompetenca dhe financim.

Në kuptim (në vështrim) të pikëpamjes politike territoriale, e cila është më e ngushtë se njësitë federale dhe autonome, ndërsa më e gjerë se njësitë themelore territoriale, ose thënë ndryshe, largësia e gjuajtjes së autonomisë rajonale është më e vogël se etnonacionalizmi dhe federalizmi, por më e madhe se autonomia lokale e funksionale.

### **Cilat janë parashikimet e mundshme mbi paraqitjen e rajonizimit?**

Personat profesionistë, të cilët merren me këtë problematikë, mund të thuhet se janë në të njëjtin mendim përkitazi me atë se cilat parashikime duhet të jenë të plotësuara (të përmbushen) për të bërë fjalë mbi dukurinë e rajonizimit, kështu që në këtë vështrim, do t’i cekim disa të dhëna, siç janë :

- shtrëngesat ekzistuese ndërmjet qendrës dhe periferisë,
- zhvillimi i pabarabartë (moszhvillimi ose zhvillimi i tejkaluar) të disa pjesëve të një shteti;
- distribuimi jo i barabartë i mundësive në mes qendrës (metropolitit) dhe periferisë;
- ekzistimi i ndjenjës së kolonizimit të brendshëm ose kolonizimit intern;
- mirëmbajtjen (ruajtjen) e veçorive rajonale e kulturore (veçorive me rastin e artikullimit të gjuhës, të të folurit, dialektit, dokeve-zakoneve, folklorit, etj.);
- religjionit personal si dhe traditës së religjionit në periferi;
- identitetin etnik personal dhe përcaktimi etnik;
- historia personale;

- komunikimi permanent rajonal në të gjitha sferat të jetës shoqërore.

Rajonizmi, si formë e kundërshtimit politik të një shteti të centralizuar, më së shpeshti shprehet përmes lëvizjeve rajonale dhe politike, si dhe të partive rajonale dhe politike. Qëllimet themelore të veprimit të tyre janë pjesë përbërëse e kërkesave për decentralizim dhe për një autonomi më të madhe të një rajoni të caktuar. Shumë persona politologë konsiderojnë se ekziston një rrezik i madh, që këto lëvizje rajonale dhe politike të shndërrohen në një formë të radikalizmit, që është i afërt me lëvizjet nacionaliste.

### **Anët pozitive dhe negative të rajonizmit dhe lëvizjet rajonale**

Pasojat e rajonizmit dhe të lëvizjeve rajonale mund të jenë të ndryshme, varësisht nga ajo se çka kërkohet të arrihet me të njëjtat. Në vështrim të kësaj kemi kërkesa, si vijon:

- kërkesat për autonomi të një rajoni;
- në shkallë më të lartë paraqiten kërkesat për federalizimin e shtetit, për arsye të përmbushjes së interesave të rajoneve dhe eliminimit të konflikteve ndërmjet qendrës dhe periferisë (modeli për të krijuar baraspeshën dhe shndërrimin e rajoneve në njësi federale, pengimi i separatizmit, etj.), dhe
- kërkesat më radikale janë ato në formë të radikalizmit rajonal, të separatizmit dhe ndarjen e rajonit nga shteti amë.
- Siç mund të shihet, të gjitha këto janë rajonizime, të cilat, gjatë historisë së tyre, synojnë në drejtim të shtetit të tyre nacional, i cili është shkëputur nga shteti amë, ose në drejtim të një autonomie më të madhe në brendi të shtetit nacional.
- Shumë persona politologë, sot i cekin edhe anët negative të rajonizmit se:
- nuk është e nevojshme të bëhet rajonizimi në shtetet shumë të vogla;
- në disa vende (shtete) ekziston rreziku që ai të transformohet në secesion (në ndarje), edhe nëse centralizmi shkakton kërkesa ekstreme;
- rajonet mund ta rrezikojnë autonominë e vetëqeverisjes lokale nëse parimi i suksistencës nuk do të ishte i garantuar;
- ekziston mundësia reale për krijimin e një aparati administrativ rajonal burokratik.

Por, sot në Evropë ka edhe krahina të tilla, ku popullsia kultivon një identitet të posaçëm, i cili është i lidhur me rajonin ku jetojnë, por ato identitete rajonale nuk janë bërë opsion për të kërkuar ndonjë autonomi më të madhe dhe të ndahet nga shteti amë.

Të tilla krahina janë, si p.sh.: Bavaria, e cila kultivon një dialekt të veçantë; Sicilia dhe Sardenja, të cilat aplikojnë disa elemente të së drejtës zakonore (traditat); Korsika me vendet (gjakmarrjen) e saj; Provansa (La Province) Alzasi, Galicia, Lugina Aosta, Furlania – Krahina e Julisë, Trento-Poadihi, etj. Popullsia e këtyre krahinave, gjithmonë i ka vënë në pah veçorinë e veta, që e ka shprehur në forma të ndryshme, por të gjitha këto kanë mbetur në një shkallë simbolike, pa i ndryshuar raportet ekzistuese në shtetin amë. Një gjë e tillë do të thotë se lëvizjet e sotme rajonale të

rajonizmit janë diçka krejtësisht ndryshe, kështu që, në të vërtetë, lëvizjet rajonale i kanë hedhur poshtë qëllimet klasike (autonominë dhe pavarësinë) dhe fatin e tyre e kërkojnë si nënnyjësi të entiteteve më të mëdha politike-ekonomike (si p. sh. si nënnyjësi të BE) se sa në shtetin nacional.

Në një argumentim të fortë dhe juridik në favor të rajonizmit, veçanërisht dallohen këto anë pozitive: demokratizimi i përgjithshëm i shoqërisë dhe krijimi i suazave demokratike dhe juridike, e cila do të mundësonte një autonomi individuale, të grupeve ekonomike, kulturore, një autonomi të minoriteteve dhe rajoneve, me ç'rast theksohet se, përveç arsyeve teorike-politike dhe të parimeve praktike-politike, shmanget "ndarja e një shteti" të mëvonshëm. Këto arsye vështrohen sikurse vendimet, të cilat duhet t'i shmangin tendencat separatiste nga njëra anë, ndërsa, nga ana tjetër, e pengojnë federalizimin e një shteti.

Sot, edhe pse Unioni i Evropës me vëmendje të posaçme e respekton identitetin nacional, si dhe veçoritë nacionale të anëtareve të saj, por me stimulimin e lëvizjeve rajonale, vetëqeverisja rajonale dhe bashkëpunimi ndërrajonal, në një mënyrë e dobëson identitetin nacional të shteteve anëtare, si dhe të institucioneve të shtetit nacional, me çka krijohet hapësirë për të ndërtuar një identitet mbinacional të Evropës, me qëllim për t'i forcuar institucionet e veta formale dhe të përbashkëta. Mund të themi se rajonizmi e plotëson "mozaikun" e shtetit nacional postmodern, përkatësisht variantet postmoderne të rajonizmit, të cilat janë orientuar kundër konceptit të shteteve nacionale.

### **Rëndësia e rajonizmit dhe vetëqeverisja rajonale për shtetet në Evropën Juglindore ose të Ballkanit Perëndimor**

Rajonizmi, si përcaktim ideologjik, për së afërmi është i ndërlidhur me nocionin 'vetëqeverisja rajonale', që në një kuptim të përcaktuar e stimulon atë përcaktim ideologjik. Vetëqeverisja rajonale nënkupton ekzistimin e njësisë rajonale në një shkallë të rëndësishme të vetëqeverisjes, drejtpërsëdrejti nën shkallën e qeverisë të shtetit qendror.

E drejta e vetëqeverisjes rajonale e përfshin edhe të drejtën dhe obligimin e rajoneve, që të udhëheqin me një pjesë më të madhe të çështjeve (punëve) publike me rëndësi rajonale, përmes përgjegjësisë personale mbi zbatimin e tyre për të mirën e qytetarëve (ky definicion është cekur edhe në Projektin e Kartës së Evropës mbi Vetëqeverisjen Rajonale të vitit 1985).

Për të realizuar qëllimet politike, njësitë rajonale synojnë që të luftojnë për një autonomi sa më të madhe të sistemit të tërësishëm të organizimit të qeverisë shtetërore. Kjo autonomi në një pjesë më të madhe shihet nga ekzistimi i burimeve personale të mjeteve financiare, siç është: e drejta në aplikimin e tatimeve të veta, të drejtën në përqindjen e caktuar nga tatimet e shtetit, etj.

Raporti i rajoneve dhe qeverisë qendrore duhet të bazohet në parimet e decentralizimit politik dhe subsiditetit [1] (ekzistencës). Për këtë arsye, numri më i madh i çështjeve

që kanë të bëjnë me vetëqeverisjen lokale dhe raporti i saj ndaj qeverive qendrore duhet të jetë i njohur me kushtetutën nacionale dhe të parashihet edhe me ligjet përkatëse.

Potenciali demokratik i një vendi matet me faktin se sa një shtet është i gatshëm t'i absorbojë ato tensione, pa u eskaluar forca fizike, të konflikteve ushtarake dhe të aktiviteteve terroriste. Nga e gjithë kjo del se raporti i qeverisë qendrore dhe rajonit duhet të ndërtohet sipas bazës së partneritetit, të bashkëpunimit reciprok dhe të kompletivitetit, e kurrsesi në raport të rregullimit të njëanshëm të rajonit dhe të mbirrregullimit të shtetit.

E drejta e vetëqeverisjes rajonale është një e drejtë shumë me rëndësi për sistemet demokratike-politike, për arsye se ka potencial ta zvogëlojë konfliktin politik në brendi të sistemeve të organizuara politike. Dhënia e së drejtës në një shkallë të caktuar të autonomisë të forcave politike, të cilat janë shprehje e identitetit të veçantë, shpie deri në një masë të stabilitetit dhe demokratizimit të sistemit të tërësishtëm politik.

Në identitetet e tilla të veçanta kulturore, gjuhësore si dhe të identiteteve të tjera, përmes së drejtës së vetëqeverisjes lokale krijohet mundësia, përmes kanaleve legjitime të luftës politike, që të luftojnë për pozitën e tyre më të volitshme në një sistem politik.

Sot tendenca botërore dhe ajo e Evropës është aq më e madhe saqë ka mundësi, që një numër më i madh i kompetencave të jenë pjesë, përkatësisht të jenë kompetencë e vetëqeverisjes rajonale. Këto detyra, kryesisht janë: udhëheqja e politikës ekonomike rajonale, planifikimi rajonal, ndërtimi dhe politika e domicilit (banimit), infrastruktura telekomunikative dhe e komunikacionit, energjia dhe ambienti jetësor, bujqësia dhe peshkataria, arsimimi në të gjitha nivelet, duke përfshirë këtu edhe fakultetet dhe hulumtimet shkencore, kultura dhe mediumet, shëndeti publik, turizmi, rekreacioni dhe sporti, policia dhe rendi e rregullimi publik.

Në këtë kontekst, duhet ta cekim edhe raportin në mes rajonizimit dhe lëvizjeve rajonale, proces ky me rëndësi të madhe për vendet e kësaj pjese të Evropës. Këto procese kontribuojnë në:

- Pranimin dhe aplikimin e standardeve të Evropës (siç janë standardet demokratike, ekonomike dhe të zhvillimit);
- Ruajtjen e idealeve dhe të primeve në respektimin e të drejtave të njeriut dhe të demokracisë, si emërues të përbashkët të qëllimeve të parashtruara;
- Pjesëmarrja reale e qytetarëve në procesin e vendimmarrjes dhe aprovimit të vendimeve politike, sipas mënyrës së administratës moderne dhe efikase, që është e afërt me nevojat e qytetarëve (respektimi me konsekuencë i parimit të supsidimit [2] - të ekzistencës);
- Shkallën më të lartë të integritit;
- Harmonizimi i zhvillimit të barabartë të vendbanimeve lokale, reciprokisht të ndërlidhura mes veti;

- Për ruajtjen dhe kultivimin e diversiteteve kulturore të Evropës, duke respektuar traditën dhe historinë si dhe të imperativës të zhvillimit ekonomik;
- Zhvillimin dhe lidhshmërinë funksionale, që bën fjalë mbi pakuptimshmërinë dhe anarkinë e shprehjeve nacionale.

### **Suazat e drejtësisë dhe përkufizimi institucional për rajonet dhe politikën rajonale në Republikën e Maqedonisë**

Sipas Kushtetutës së Republikës së Maqedonisë [3], Ligji mbi vetëqeverisjen lokale [4] dhe Ligjit mbi organizimin territorial të qeverisjes lokale në Republikën e Maqedonisë [5] në Maqedoni nuk ekzistojnë rajone administrative territoriale. Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë ndërton vetëqeverisje të rëndomtë lokale, ku njësitë e vetëqeverisjes lokale janë komunat [6]. Organizimi territorial është i organizuar në 84 komuna dhe qyteti i Shkupit si njësi e veçantë e vetëqeverisjes lokale. Edhe pse Kushtetuta e përcakton dhe e vërteton pozitën e veçantë edhe statusin e Kryeqytetit – Shkupit, prapëseprapë kjo veçanti nuk do të thotë se ka dyshkallshmëri [7].

Po ashtu, si formë më e ngushtë e vetorganizimit të qytetarëve në komuna, mund të themelohen forma të vetëqeverisjes vendore, edhe atë në qytetet si bashkësi urbane, si dhe në vendbanimet tjera, organizohen – bashkësi lokale [8].

Me Ligjin mbi zhvillimin rajonal të barabartë, të miratuar pak më parë, janë përcaktuar rajonet e planifikuara, të cilat paraqesin – prezantojnë njësi funksionale territoriale të ndërtuara dhe të hapura për nevojat e planifikimit, të zhvillimit dhe realizimit të politikës për nxitjen e zhvillimit në masë të barabartë të rajonit.

Rajonet e planifikuara janë: Njësitë sipas Nomenklaturës të Njësive Territoriale Statistikore (NTAS-NNjTS-Nomenklatura e Njësive Territoriale Statistikore) në nivel të tretë, të përcaktuara me Aktin e Qeverisë së Republikës të Maqedonisë. Fjala është për 8 (tetë) rajone statistikore, edhe atë: Rajoni i Pellagonisë, i Vardarit, Veri-Lindor, Jugperëndimor, i Shkupit, Juglindor, i Pollogut dhe Lindor. Sipas Ligjit mbi zhvillimin e barabartë dhe rajonal, zhvillimi rajonal është proces i identifikimit, i nxitjes, drejtimit-udhëheqjes dhe shfrytëzimit të potencialeve të zhvillimit të rajoneve të planifikuara dhe të territoreve të nevojave të zhvillimit specifik [9].

Planifikimi i zhvillimit rajonal bëhet me dokumente të planifikuara, të cilat harmonizohen me Planin Hapësinor të Republikës së Maqedonisë, me dokumentet strategjike të zhvillimit në nivel nacional (në nivel kombëtar) dhe të dokumenteve programore në nivel nacional, si dhe të dokumenteve programore për integrimin e Republikës së Maqedonisë në Unionin e Evropës.

Dokumentet planifikuese mbi zhvillimin rajonal janë: Strategjia për zhvillimin rajonal të Republikës së Maqedonisë [10] dhe Programi për zhvillimin e planifikimit rajonal [11].

**Bartës të politikës për nxitjen e zhvillimit rajonal të barabartë janë:**

1. Qeveria e Republikës së Maqedonisë;
2. Ministria për Vetëqeverisje Lokale (kompetente për zbatimin e politikës mbi zhvillimin e barabartë rajonal);
3. Pleqësia mbi zhvillimin e barabartë rajonal të Republikës së Maqedonisë[12];
4. Pleqësia për zhvillimin e planifikuar të Regjionit[13];

Po ashtu, në planifikimin e zhvillimit rajonal dhe zbatimin e dokumenteve të planifikuara mbi zhvillimin rajonal, marrin pjesë edhe Byroja mbi zhvillimin rajonal (organ në përbërje të Ministrisë së Vetëqeverisjes Lokale, në cilësi të personit juridik), si dhe qendrat për zhvillimin të rajoneve të planifikuara, të cilin e përbëjnë njësitë e vetëqeverisjes lokale, të cilat hyjnë në përbërje të planit rajonal.

**Konkluzion**

Potenciali demokratik i një vendi (shteti) matet me faktin se sa një shtet është i gatshëm që t'i absorbojë tensionet, pa eskalim të dhunës fizike, të konflikteve ushtarake, si dhe të aktiviteteve terroriste. Nga e gjithë kjo del se raporti i qeverisë qendrore dhe rajonale duhet të ndërtohet në bazë të partneritetit, të bashkëpunimit reciprok e kurrësi në raport të rregullimit të njëanshëm të rajonit, si dhe të mbirregullimit të shtetit.

Procesi i rajonizimit gjithmonë rezulton me krijimin e një lloji të caktuar të rajonit. Rajonizimi është proces i cili është i lidhur ngushtë me realizimin e zhvillimit të ndonjë territori dhe zhvillimin e politikës aktive zhvillimore. Për këtë arsye, rajonizimi shpeshherë lidhet me zhvillimin rajonal, i cili është bartës i këtij procesi. Një gjë e tillë veçanërisht është shprehur në vendet-shtetet në tranzicion, në të cilat procesi rajonizimit është dyfish i kushtëzuar.

Raportet në lëminë e zhvillimit rajonal në Republikën e Maqedonisë, deri më tani nuk kanë qenë të rregulluara në mënyrë integrale me Ligj, edhe pse disa aspekte të caktuara të tij kanë qenë të rregulluara me Ligjin mbi Nxitjen e zhvillimit të territoreve ekonomikisht jo mjaft të zhvilluara[14].

Me Ligjin mbi nxitjen e zhvillimit të barabartë rajonal bëhet synim mbi aplikimin e sistemit për zhvillimin e politikës të zhvillimit të barabartë rajonal dhe të shfrytëzimit të koordinuar e të orientuar të mjeteve mbi zhvillimin rajonal të barabartë, si dhe mbi krijimin e kushteve për një zhvillim lokal.

Qëllimet e politikës mbi nxitjen e zhvillimit të barabartë rajonal, janë:

- a) Zhvillimi i barabartë dhe i qëndrueshëm në mbarë territorin e Republikës së Maqedonisë, të bazuar sipas modelit të zhvillimit poli-qendror;
- b) Zvogëlimi i dallimeve rajonale dhe ngritja e kualitetit të jetesës të të gjithë qytetarëve;

- c) Rivitalizimi i fshatrave dhe zhvillimi i territoreve me nevoja specifike të zhvillimit;
- d) Ruajtjen dhe zhvillimin e identitetit të veçantë të rajoneve të planifikuara, të afirmimit dhe zhvillimit të tyre;
- e) Shfrytëzimi optimal i valorizimit të begatisë natyrore, të kapitalit-pasurisë së njeriut dhe të veçorive ekonomike në rajonet e ndryshme të planifikuara; dhe
- f) Përkrahja e bashkëpunimit ndërkomunal dhe ndërkufitar të njësive të vetëqeverisjes lokale në funksion të nxitjes së zhvillimit rajonal të barabartë.

Rajonet e planifikuara dhe krahinat – territoret me nevoja specifike të zhvillimit nuk janë rajone administrative-politike, të cilat kanë një status të veçantë ose të mëvetësisë, por fjala është për njësi funksionale-territoriale të ngritura (të krijuara) për nevojat e planifikimit dhe të realizimit të politikës mbi stimulimin e zhvillimit rajonal të barabartë.

Rajonet e nominuara fizikisht në shtetin tonë (në Republikën e Maqedonisë) as për së largu nuk përngjajnë tani më në rajonet ekzistuese, të cilat funksionojnë në shtetet e Evropës Perëndimore. Fjala është për të ashtuquajturat rajone statistike, të cilat kanë, para së gjithash, një funksion ekonomik, zhvillimor, kulturor dhe social, çka do të thotë se bëhet fjalë për një tërësi hapësinore të tillë, e cila nuk mundet (së paku sipas rregullativave të tanishme ekzistuese ligjore) të ketë zhvillim të pavarur politik, ekonomik dhe institucional-juridik dhe autonomi (më të vogël ose më të madhe) në raport me qeverinë qendrore.

Po ashtu, këto njësi territoriale funksionale (rajonet e planifikuara dhe lëmitë me nevoja specifike) nuk kanë të vendosur deri në fund ndonjë strukturë të precizuar organizative dhe personale të aktivitetit si prezantim special të ndërtimit përmes financimit personal [15], por as edhe ndonjë pavarësi personale. Kjo e fundit ka të bëjë, para së gjithash, me Pleqësinë mbi zhvillimin e barabartë rajonal, si një nga bartësit e politikës për nxitjen e zhvillimit të barabartë rajonal.

Një pavarësi personale më të madhe, si dhe një pavarësi organizative e kemi te Pleqësia mbi zhvillimin e rajonit të planifikuar, anëtarë të së cilës janë kryetarët e komunave të njësive të vetëqeverisjes lokale, të cilat bëjnë pjesë në përbërje të rajonit të planifikuar. Këto elemente të autonomisë, shihen përmes asaj se, punët profesionale dhe administrative-teknike të Pleqësisë për zhvillim të rajonit të planifikuar i kryen Qendra për zhvillimin e rajonit të planifikuar, të cilën me akt të vetin e themelojnë njësitë e vetëqeverisjes lokale e që hyjnë në përbërje të Planit të rajonit.

Nëse të gjithë kësaj ia shtojmë edhe mungesën e autonomisë politike, e cila në masë të plotë e përcjell edhe autonominë financiare, si dhe pamundësinë e paraqitjes së pavarur të rajoneve në trupat dhe iniciativat ndërkombëtare, atëherë, për një rajonizim të vërtetë, në shtetin tonë (në Republikën e Maqedonisë), fare nuk mund të bëhet fjalë. Një gjë e tillë ndoshta është mirë, për arsye se ende janë të freskëta përkujtimet e konfliktit ushtarak të vitit 2001, dhe më vonë, për shkak të mungesës së përhershme të dialogut politik në mes subjekteve relevante politike, për shkak të iluzioneve ende të pagropuara të iluzioneve për të ndërtuar (për të krijuar) ndonjë shteti të ashtuquajtur,

shtete të mëdha në hapësirat e Ballkanit, të çështjeve të ndryshme të pazgjidhura, përafërsisht me të gjithë fqinjët tanë (fqinjët e Republikës së Maqedonisë), etj.

Vërejtjet dhe kundërshtimet e shumta ndaj procesit të rajonizimit, mund të shmangen përmes rajonizimit, i cili proces nuk është i menjëhershëm dhe i shpejtë, por është gradual, i menduar dhe me kujdes e vëmendje të veçantë, përkatësisht e njëjta bazohet në parimin e shkallë-shkallëshmërisë dhe për një afat me kohëzgjatje më të madhe.

#### **Literatura:**

1. Rajonizimi dhe politika rajonale, Vedran Xhullabiq, Drejtorja bashkëkohore-republike, Zagreb, 2007.
2. Bahe Ian (2007) Cohesion policy, Graziano, Paolo, Vink, P. Maarten (eds) Europeanization: Në „Research agendas“, New York: Palgrave, MacMillan
3. Bahe Ian, George, Stephen (2006) Politics in the European Union, Second Edition, Oxford University Press.
3. Janez Shmidovnik, Vetëqeverisja lokale, Libri Universitar, Sarajevë, 1999.
4. Filip Llovo, Demokracitë e Mëdha Bashkëkohore, botues: Izdavačka knjizharnica e Zoran Stojanoviçit, Sremski Karlovci, Novi Sad, 1999.
5. Demokracitë bashkëkohore, Vëllimi I, Slluzhbeni Glasnik, Beograd, 2006;
6. Zoran Vaciq, Boshko Mijatoviç, Aleksandar Simiq, Zorica Radoviç, Rajonizimi i Serbisë, Qendra për studime liberale, Beograd, 2003.
7. Hague P., Harron Xappon, Comparative Government and Politics, Palgrave, New York, 2001.
8. Alan Norton, International Handbook of Local and Regional Government.
9. Rajonizimi sot, centralizimi nesër, Krunosllav Vukeliq, 2005.
10. Angielko Milardoviç, Rajonizimi, Hrvatski Studij Sveuçilishte u Zagrebu, 08. ozhujak 2005.
11. Ilija Todorovski dhe Jove Kekenovski, Vetëqeverisja lokale, ligjerata të autorizuara, 2006.
12. Todor Todorov dhe Sasho Atanasovski, Anatomia e rregullimit botëror, Prilep, 2003.
13. L Lazarov, Unioni i Evropës, integrimi dhe institucionet, FON-Kultura, Shkup, 2005).
14. Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë, Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë, Nr. 52/91 ; 91/01).
15. Politika rajonale dhe koordinimi i instrumenteve strukturale, Analizë nga Interneti.
16. Ligji mbi vetëqeverisjen lokale, Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë, Nr. 5/02.
17. Ligji mbi organizimin territorial të vetëqeverisjes lokale në Republikën e Maqedonisë, Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë, Nr. 55/04.
18. Ligji mbi zhvillimin e barabartë rajonal, Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë, Maj 2007.



1. Subsistance n.f. (gj.f.) = 1) Fait de subsister, de pouvoir à ses besoins; ce qui sert à assurer l'existence matérielle. Pourvoir à la subsistance de qq. Moyens de subsistance. Econ. Economie de subsistance, orientée vers la satisfaction des besoins matériels essentiels. (Marrë nga Le Robert, Dictionnaire Collège, Paris, 1997, 27, Rue de la Glacière, 75013 Paris, fq. 1228).
2. Subsistance n.f. (gj.f.) = 1) Fait de subsister, de pouvoir à ses besoins; ce qui sert à assurer l'existence matérielle. Pourvoir à la subsistance de qq. Moyens de subsistance. Econ. Economie de subsistance, orientée vers la satisfaction des besoins matériels essentiels. (Marrë nga Le Robert, Dictionnaire Collège, Paris, 1997, 27, Rue de la Glacière, 75013 Paris, fq. 1228).
3. Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë, br. 52/91 i 91/01.
4. Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë, br.5/02.
5. Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë, br. 55/04.
6. Neni 114, alinea 2 e Kushtetutës së RM-së.
7. Neni 117 alinea 1 e Kushtetutës së RM-së.
8. Neni 114 alinea 3 e Kushtetutës së RM-së dhe Kapitulli XII i Ligjit mbi vetëqeverisjen lokale.
9. Për nevoja të planifikimit të zhvillimit rajonal dhe realizimi i masave specifike, si dhe instrumentet për nxitjen e zhvillimit të barabartë rajonal përcaktohen territoret me nevoja specifike të zhvillimit. Territore për nevoja specifike të zhvillimit janë:
  - a. territoret kufitare, territoret rurale, kodrinore-malore, si dhe territoret tjera të cilat janë të prapambetura në zhvillim;
  - b. territoret me begati natyrore dhe trashëgimi kulturore, të cilat janë të mbrojtura me ligj; dhe
  - c. territoret tjera me nevoja specifike të zhvillimit të caktuara me ligj.
10. Strategjia për zhvillim rajonal ka të bëjë me një periudhë prej dhjetë (10) vitesh të përcaktuar nga Kuvendi i Republikës së Maqedonisë, edhe atë më së voni 12 muaj para se të skadojë periudha vijuese e planifikuar. Për zbatimin e strategjisë aprovet Plani aksional trivjeçar.
11. Programi i zhvillimit të rajonit të planifikuar miratohet për një periudhë prej pesë (5) vitesh dhe hartohet në veçanti për secilin rajon të planifikuar, në pajtim me Strategjinë dhe me dokumentat programuese për Integrimin e Republikës së Maqedonisë në Unionin e Evropës. Këtë Program e harton Qendra mbi zhvillimin e planifikuar të rajonit, në pajtim me Metodologjinë për hartimin e dokumenteve të planifikuara, ndërsa e miraton Pleqësia mbi zhvillimin e planifikuar të rajonit, sipas pëlqimit paraprak të Pleqësisë mbi zhvillimin e barabartë rajonal të Republikës së Maqedonisë.
12. Pleqësinë për zhvillimin e barabartë rajonal të Republikës së Maqedonisë e formon Qeveria e Republikës së Maqedonisë, ndërsa anëtarë të saj janë: zëvendësi i kryetarit të Qeverisë së Republikës së Maqedonisë, i cili është i ngarkuar për çështje ekonomike; ministrat të cilat udhëheqin me Ministrinë për: vetëqeverisje lokale, për financa, ekonomi, transport dhe lidhje, punë dhe politikë sociale, për kulturë, për ambient jetësor dhe planifikim hapësinor, bujqësi, pylltari dhe ekonomi të ujërave, si dhe kryetarët e Pleqësive të Rajonaleve të planifikuara. Ai e harmonizon politikën për nxitjen e zhvillimit të barabartë rajonal me politikën sektoriale dhe me politikën makro-ekonomike

të Republikës së Maqedonisë; e përcakton propozimin e Strategjisë mbi zhvillimin rajonal të rajoneve të planifikuara; e përcakton Propozimin e Listës së krahinave për nevoja specifike të zhvillimit; e përcakton Propozimin e Vendimit për klasifikimin e njësive të vetëqeverisjes lokale dhe të rajoneve të planifikuara sipas shkallës së zhvillimit; përcakton propozimin e Vendimit për klasifikimin e njësive të vetëqeverisjes lokale, si dhe të rajoneve të planifikuara, sipas shkallës së zhvillimit; përcakton propozimin për Financimin e projekteve konkrete nga mjetet e Buxhetit të Republikës së Maqedonisë, të dedikuara për zhvillimin e rajoneve të planifikuara, të territoreve për nevoja specifike të zhvillimit, si dhe të fshatrave; jep mendime përkritazi me raportet mbi zbatimin e dokumenteve të planifikuara për zhvillim rajonal; inicon shqyrtimin e çështjeve nga lëmi i zhvillimit rajonal, për çka është mëse e nevojshme koordinimi në mes Qeverisë së Republikës së Maqedonisë me Njësitë e vetëqeverisjes lokale, si dhe të palëve tjera të interesuara dhe të çështjeve të tjera nga lëmi i zhvillimit rajonal të barabartë.

1. Pleqësia për zhvillim të rajonit të planifikuar formohet për secilin rajon të planifikuar në veçanti. Anëtarët e Pleqësisë për zhvillim të rajonit të planifikuar janë kryetarët e komunave të njësive të vetëqeverisjes lokale, të cilët bëjnë pjesë në përbërje të regjionit të planifikuar.
2. „Gazeta zyrtare e RM“ Nr. 2/94 dhe 39/99.
3. Për zbatimin e politikës së përcaktuar rajonale ndahen mjete financiare nga Buxheti i Republikës së Maqedonisë dhe nga buxheti i njësive të vetëqeverisjes lokale, si dhe nga burimet tjera (siç janë donacionet, kreditë, huatë, etj.). Mjetet janë të nevojshme për një krijim të ekipit të kuadrove, si dhe për pajisje teknike të bartësve të politikës mbi nxitjen e zhvillimit të barabartë rajonal.

*Mislum Zendeli*

## **JOSHJA, "LIDHJA" DHE MBAJTJA E PERSONELIT NË NDËRMARRJET HOTELIERE**

### **Hyrje**

Është konstatim i përgjithshëm, se faktorët konvencionalë (puna, kapitali dhe burimet natyrore) nuk janë faktorë kyç të zhvillimit ekonomik. Shumica e autorëve nga lëmi i ekonomisë, këtë meritë ua veshin të ashtuquajturve faktorëve jomaterialë, gjegjësisht burimeve njerëzore.

Sot, misioni i çdo menaxheri apo pronari është që të pozicionojë sa më lart ndërmarrjen e tij. Prandaj, ai duhet të bëjë zgjedhje adekuate të ekipit. Shi për këtë, çdo menaxher-pronar, për të qenë i suksesshëm duhet të ketë parasysh: joshjen, "lidhjen" dhe mbajtjen e personelit apo të burimeve të nevojshme njerëzore.

Veprimtaria hoteliere paraqet bazën materiale të secilës industri turistike, andaj është e natyrshme që të gjitha subjektet që marrin pjesë në përpilimin e strategjisë zhvillimore të turizmit të një lokaliteti, rajoni apo vendi turistik vëmendje të posaçme t'i kushtojnë zhvillimit të hotelierisë.

Meqë veprimtaria hoteliere i takon sektorit terciar, pra është veprimtari kryesisht shërbyese, personeli është faktor relevant në mbarëvajtjen e afarizmit. Shërbimi cilësor dhe i lartë, në hotelieri është rezultat i interakcionit të suksesshëm, mes klientëve dhe të punësuarve. Ky interakcion fillon me krijimin e marrëdhënieve të mira ndërpersonale në ndërmarrjet hoteliere. Këto marrëdhënie ekzistojnë, si në relacionin ofrues të drejtpërdrejtë të shërbimeve-klientë, ashtu edhe në relacionet brenda organizative.

Të gjitha vendet dhe rajonet që kanë të zhvilluar turizmin dhe hotelierinë gjithëherë kanë pasur probleme të theksuara me gjetjen dhe mbajtjen e personelit profesional. Ekonomistët eminentë janë të mendimit se forcat e përgjithshme të ndërmarrjeve bashkëkohore konvergjojnë kah: kënaqja e klientëve-konsumatorëve; rritja e produktivitetit, respektivisht profitit dhe kah kënaqja e të punësuarve. Me fjalë të tjera, shikuar nga aspekti i faktori njeri, ekonominë bashkëkohore e karakterizon:

- Investimi më i madh në njerëz (kahja e zhvillimit të mëhershëm ishte: fitim- produkt- punëtorë), tani kemi kahe të re: punëtorë- produkt- fitim;
- Sjellja e vlerave dhe motivacioneve të reja përmes punës;
- Zhvillimi i konkurrencës për përfitimin e njerëzve;
- Kthimi me kokë teposhtë të piramidës organizative në ndërmarrje;
- Mbështetja e udhëheqjes në punën ekipore, etj.
- Hoteliera dhe turizmi janë pjesë e sektorit terciar i përbërë nga veprimtaritë shërbyese, prandaj dhe ato mbështeten kryesisht në kapitalin njerëzor.

**Nocionet kyçe:** ndërmarrje hoteliere, produkt hotelier, menaxhim i burimeve njerëzore, performancë.

### **1. Roli i njeriut në krijimin e produktit hotelier**

Produkti hotelier është kategoria themelore, prandaj dhe shërben si bazë për të gjitha analizat që kanë të bëjnë me veprimtarinë hoteliere. Ky produkt është një element i rëndësishëm në ekonominë turistike dhe ka një natyrë krejtësisht specifike.

Shkalla e zhvillimit të turizmit si industri, varet nga veprimtaria e hotelierisë e cila ofron shërbime për turistët. Njeriu me aftësitë e nduarnduarshme, ushtron ndikimin e duhur në ofertën e shërbimeve të përmendura. Në hotelieri janë të pakta ato vende pune ku punëtori nuk komunikon drejtpërdrejt me klientin. Kësisoj, ai është drejtpërdrejt i kyçur në formimin e produktit turistik.

"Në hotelieri, në epiqendër të veprimit qëndron njeriu si objekt (klienti), dhe njeriu si subjekt (i punësuar)." [1] Shi për këtë arsye kuadrot në hotelieri kanë qasje të drejtpërdrejtë me formimin e produktit turistik dhe "njëherazi cilësia e shërbimit është faktori kryesor i suksesit të ndërmarrjes" [2].

Produkti, hotelier si hallka më e fortë e zinxhirit të produktit turistik, sipas Kotlerit ka katër karakteristika: paprekshmërinë, pandashmërinë, paqëndrueshmërinë dhe pamundësinë për deponim.

Në hotelieri dhe turizëm është e kufizuar mundësia e zbatimit të teknologjisë dhe mekanizimit, gjë që rrit ndjeshëm kërkesën e fuqisë punëtore në periudha të caktuara kohore. Karakteri i punës në hotelieri është i veçantë dhe dallohet nga ai në veprimtaritë e tjera ekonomike.

#### **Karakteret specifikë të punës në hotelieri [3] vërehet nga:**

- Llojllojshmëria e aktiviteteve në vendin e punës;
- Ritmi dhe intensiteti i punës ndryshon gjatë orarit të punës;
- Orari i tejkëqatur i punës në fundjavë;
- Angazhimi i tepruar në kohën e sezoneve;
- Kontaktet e drejtpërdrejta me klientët që vijnë nga anë të ndryshme të botës me kulturë, doke, stile, gjuhë tjetërfare, krijojnë situata stresi dhe stërngarkime psikologjike;
- Matja e performancës dhe e vlerave në vendin e punës është e vështirë;
- Rreziku permanent të disa vende të punës (kuzhinë, lakanderi, etj).

Këto dhe shumë elemente të tjerë "sjellin një gjendje të padëshiruar në afarizmin e ndërmarrjeve hoteliere, që harxhimet e punës përbëjnë pjesën më të madhe të çmimit të produktit apo shërbimit. Për t'iu përgjigjur kërkesave gjithnjë të ndryshueshme të klientëve, punëtori në veprimtarinë hoteliere, duhet të posedojë aftësi adekuatë: intelektuale, psikofizike, psikomotorike dhe komunikuese. Krahas këtyre, ai duhet të

jetë i sinqertë dhe i vendosur, ta dojë profesionin, të respektojë klientin dhe bashkëpunëtorët, të jetë mikpritës, të ketë qëndrim dinjitoz, etj.

Nga punëtorët e industrisë turistike kërkohet fleksibilitet dhe kujdes i veçantë në kontaktet me klientët e tyre. " Hotelieri është person i cili duhet gjithmonë të jetë në shërbim të klientit, si:

Demokrat( klienti ka gjithmonë të drejtë, ai është mbret dhe ai është në shërbim të tij) dhe autokrat (gjithmonë duhet të ketë kujdes që një klient të mos e keqpërdor mikpritjen apo t'i pengojë të tjerët).

- Akrobat, d.m.th. i volitshëm në çdo situatë, pasi për klientë mund të ketë një pushtetar të lartë, një person të njohur nga jeta publike ( artist apo estet që ka shije për të mirën, të bukurën dhe civilizimin), por mund të rastis edhe klient person nga nëntoka-hajdut (pa ndjenja dhe shije). Klienti mund t'u takojë grupeve racave, partive politike, besimeve të ndryshme, dhe kështu me radhë. Hotelieri në vendin e punës patjetër duhet të gjejë mënyrën adekuate të sjelljes për çdo klient, pasi ky i fundit ka përherë të drejtë.[4]

Këto kërkesa e ngarkojnë aktivitetin e punëtorit në hotelieri, prandaj dhe paraqesin pengesa gjatë regrutimi të punëtorëve të rij në këto ndërmarrje. Nga ana tjetër, në hoteleri dhe turizëm është e kufizuar mundësia për zbatimin e teknologjisë dhe mekanizimit, andaj duhet shikuar dhe anën ekonomike, apo koston e personelit. Sipas Hausmannit afarizmi hotelier është i bazuar në dy parime[5]. Parimi i maksimales që nënkupton me mjetet e disponueshme të arrihen performanca sa më të mëdha, dhe parimi i minimale i cili kërkon që një shërbim i caktuar të kryhet me mjete mundësisht sa më të vogla.

Shikuar nga aspekti i vlerës ekonomike mund të konstatojmë se, te burimet fizike kemi rënie të vlerës gjatë përdorimit. Ndërkaq kapitali njerëzor në hotelieri sa më tepër të rritet realizimi, ngritët eksperiencia, shtohen performanca, me një fjalë shtohet kapitali njerëzor.

Pa marrë parasysh se për cilin segment të veprimtarisë hoteliere bëhet fjalë, qëllimi parësor i të punësuarve në ndërmarrjet e kësaj veprimtarie është përmbushja apo plotësimi i kërkesave të klientëve. Që të realizohet me efikasitet ky qëllim duhet të ketë një udhëheqje bashkëkohore e burimeve njerëzore në ndërmarrjet në fjalë, që do të dijë t'i: planifikojë, rekrutojë, seleksionojë, integrojë, zhvillojë dhe arsimojë, vlerësojë, motivojë, dhe më në fund t'i shpërblejë .

## **2. Joshja e fuqisë punëtore nga ndërmarrjet hoteliere**

Kur flitet për joshjen e punëtorëve në ndërmarrjet hoteliere kemi parasysh një sërë masash dhe aktivitete të cilat i kryen departamenti apo menaxheri i burimeve njerëzore, respektivisht pronari i ndërmarrjes, me qëllim të tërheqjes të një numri të konsiderueshëm të profileve deficitare të nevojshëm për ndërmarrjen. Joshja e fuqisë punëtore cilësore fillon me regrutimin e fuqisë ekzistuese punëtore në tregun e punës,

gjegjësish në institucionet e arsimit të mesëm dhe atij të lartë profesional ku "prodhohen" profile të ndryshme hoteliere.

Joshjes së fuqisë punëtore i paraprinë një planifikim i mirëfilltë. Me fjalë të tjera, ndërmarrja hoteliere duhet të joshë personel cilësor konform strategjisë afariste e cila zbatohet përmes planeve (afatgjata, afatmesëme dhe afatshkurtra) të burimeve njerëzore. Ndërkaq, pasi të bëhet tërheqja e tyre me anën e seleksionimit bëhet përzgjedhja e më të mirëve dhe më të nevojshmeve.

Me gjithë papunësinë që mbretëron në ekonominë botërore, në disa vende apo rajone turistike haset mungesë e personelit të kualifikuar, në veçanti të profileve si bie fjala: kuzhinierë specialistë, shefa të shërbimit, kamerierë, recepsionistë, pastičerë, amvise, dhe kështu me radhë. Arsytet e kësaj mungese mund të jenë: sezonaliteti, rritja rapide e kërkesës, planifikimi joadekuat i kërkesës, injorimi i profesioneve hoteliere nga të rinjtë ( p.sh. në disa vende të Evropës Perëndimore deri vonë profesionet e branshës hoteliere ishin jo aq të pëlqyeshme për nxënësit e shkollave të mesme, si dhe për studentët. Por me kalimin e kohës gjendja ndryshoi dukshëm).

Që të kapërcehen problemet e plotësimit të vendeve të punës në ndërmarrjet hoteliere shumica e shteteve me turizëm të zhvilluar kanë marrë një sërë masash për joshjen e fuqisë së re punëtore, vendase dhe të huaj. Një shembull të këtillë e hasim në Kroaci [6], ku Ministria e Turizmit në bashkëpunim me, Shoqatën e Punëdhënësve në Kroaci (HUP), Entin për punësim (HZZ), Shoqatën e Hotelierëve Kroat (HUH ) vite me radhë zhvillojnë planin aksionar "moj posao" (puna ime) për joshjen e punëtorëve në branshën hoteliere.

Të gjitha ndërmarrjet hoteliere burimet njerëzore i planifikojnë përmes planeve të ndryshme afariste. Ndërmarrjet me numër të madh të të punësuarve e kanë më të vështirë planifikimin e potencialeve njerëzore. Ndërmarrjet që kanë aktivitet të përhershëm (restorantet nëpër qytete, hotelet në kuadër të sanatorimeve etj.) e kanë më lehtë të planifikojnë burimet njerëzore, se sa ato ndërmarrje me aktivitete të karakterit stinor.

Planifikimi dallon nga reparti në reparti. Kështu, p.sh. te ndërmarrjet restorantore planifikimi i personelit shërbyes varet nga: numri i rezervimeve, kapaciteti i objekteve, lloji i shërbimit, e kështu me radhë. Planifikimi varet nga shumë faktorë. Në përgjithësi, në planifikimin burimeve njerëzore ndikojnë dy grupe faktorësh[7]:

1. Faktorët e jashtëm (tregu i fuqisë punëtore, zhvillimi i përgjithshëm ekonomik, trendët e zhvillimit të branshës, rregullativa ligjore, sindikatat, etj.), dhe
2. Faktorët e brendshëm (strategjia e zgjedhur afariste, lloji i punëve që përfshihen, oraret e punës dhe planifikimi i pushimeve vjetore, interesat dhe nevojat e punëtorëve, mungesat në punë dhe fluktuacioni), etj.

Procesi i planifikimit është dinamik, prandaj kohë pas kohe duhet të revidohet dhe ai kryhet me anën e metodave matematikore, statistikore dhe atyre cilësore.

Planifikimi kërkon analizimin si të kërkesës, ashtu edhe të ofertës së fuqisë punëtore. Me qëllim që të bëhet harmonizimi i tyre, gjegjësisht të bëhet përputhshmëria e potencialeve ekzistuese njerëzore me nevojat e parapara, në bazë të planeve afariste për vende pune dhe për reparte të veçanta.

Pasi mbaron planifikimi fillohet me regrutimin e fuqisë së nevojshme punëtore.

Rekrutimi paraqet një grumbull aktiviteteve rreth kërimit, joshjes dhe sigurimit të kandidatëve nga të cilët, pastaj me procesin e seleksionimit, të mund të përzgjidhen më të mirët, për vende vakante të punës. Burimet nga të cilat thithet fuqi e re punëtore mund të jenë: burimet e brendshme dhe burimet e jashtme.

Joshja e fuqisë së nevojshme punëtore bëhet në disa mënyra kuptohet se ndërmarrjet e ndryshme zgjedhin mënyrat që janë më të favorshme për to në bazë të kushteve dhe mundësive.

Shpalljet interne janë mënyra më e leverdishme dhe e parapëlqyeshme e shumicës së ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme nga sfera e hotelerisë. Kjo bëhet në dërrasa të shpalljeve, në gazetë e punëtorëve, etj. Nga analizat e bëra del se diku rreth 60% e ndërmarrjeve përdorin shpalljet interne, si mundësi të parë në plotësimin e vendeve të reja të punës. Disa ndërmarrje, shpalljet i përcjellin përmes zarfeve të pagave të punëtorëve, ose i bëjnë publike nëpërmes letrave qarkulluese.

Ndërmarrja hoteliere mundet që vendet vakante të punës t'i kryej përmes formave të rekrutimit ekstern. Më së tepërmi përdoren këto forma të rekrutimit të jashtëm: shpalljet nëpër media të ndryshme; rekomandimet; zyrat e punësimit; agjencitë private të punësimit; konferencat, ekspozitat; punëtoritë promovuese; institucionet shkollore; interneti, etj.

Në hotelieri për shpalljen e vendeve vakante të punës shfrytëzohet shtypi, veçanërisht ai i specializuar, p.sh. në Gjermani më tepër shpallje nga veprimtaria në fjalë ka në AHGZ [8] (Allgemeine Hotel und Gasstättenzeitung) revistën Top Hotel[9] dhe të ngjashme. Në varësi nga natyra e vendit të punës, shpalljet shkruhen edhe në gazetë rajonale dhe ato të huaja.

Disa agjenci private të punësimit janë të specializuara e të njohura me emrin "gjahtarë talentësh" (head hunters) dhe kryesisht ndërmjetësojnë në punësimin e menaxherëve të niveleve të ndryshme.

Me kalimin e kohës, interneti paraqet një zgjidhje e mirë e furnizimit me personel. Pothuajse të gjitha ndërmarrjet që janë anëtarë të shoqatave hoteliere, vendet e lira të punës i ofrojnë në web faqet e veta. [10] Përveç kësaj, këtu duhet shtuar edhe numrin e madh të bursave të punës nga sfera e hotelerisë dhe turizmit. Këtu do të përmendim: [www.hotel-carrer.de](http://www.hotel-carrer.de); [www.hoteljob.com](http://www.hoteljob.com); [www.gastrojobs.com](http://www.gastrojobs.com) dhe shumë të tjera.

Interneti ofron mundësi të shumta në përfitimin e punëtorëve të rinj. Sipas H.Brak et D. Zimmer këtu mendohet në:[11] web sajtin e ndërmarrjeve në internet, bursat e punës, panairët virtuale për rekrutim (virtuell recruiting fair) online recruiting games

(rekrutimi online me anën e lojërave); Newsgroups ( shpallje virtuale në format teksti në grupet e hapura); shpalljet On-line nga libraritë, etj. Disa nga ndërmarrjet (hotele apo një zinxhir hotelesh) në homepage-t e tyre kanë krijuar një mekanizëm kërkues për shumicën e vendeve vakante.

Pasi të bëhet joshja e fuqisë punëtore, ajo duhet të seleksionohet. Me seleksionimin e burimeve njerëzore nënkuptomë procedurën e përzgjedhjes me teknika dhe metoda të veçanta të atyre aplikantëve, të cilët i plotësojnë më së miri kushtet e parapara në shpalljet e vendeve të lira të punës. Pasi që në hoteleri, suksezi i ndërmarrjes varet, para se gjithash, nga cilësia e personelit, seleksionimi i kuadrove të reja është fazë delikate dhe shumë e rëndësishme nga e cila varet dhe shkalla e fluktacionit që siç dihet, është armiku kryesor i suksesit.

Kandidati i papërshtatshëm krijon tollovi në ekip dhe prish atmosferën në punë. Ai u pengon të tjerëve, i demotivon dhe i frustron ata. Në hotelieri, puna është efektive nëse ajo është ekipore, kurse ajo individualja është e theksuar. Esenca e një seleksionimi të mirë është që të arrihet një pajtueshmëri maksimale mes kërkesave të vendit të punës dhe aftësive, apo zotësive të aplikantit.

Seleksionimi i kandidatëve varet nga numri i teknikave të përdorura, mundësitë materiale dhe kohore, si dhe qëllimi. Efikasitetin e tij e shton numri i metodave të përdorura, kështu që dy metoda janë më të mira se një, tre se dy e kështu me radhë. Të gjitha metodat mund të klasifikohen në dy grupe të mëdha: konvencionale (CV, aplikacionet, referencat, testet, intervistat, qendrat e vlerësimit, puna provuese) dhe jokonvencionale ( analiza grafologjike, hetuesit e gënjeshtres, testet e përdorimit të drogës, etj).

Testimet janë ndër metodat më të preferuara, që përdoren gjatë seleksionimit të burimeve njerëzore, thuajse për çdo vend pune. Ato japin të dhëna të shpejta dhe të sakta për cilësitë, aftësitë, njohuritë dhe interesat e kandidatëve. Në përditshmërinë e seleksionimit të fuqisë punëtore në ndërmarrjet hoteliere përdoren disa lloje të testeve, si: teste të aftësive intelektuale, teste të aftësive psikomotorike, teste të zotësive, teste të njohurive, teste të personalitetit, teste të interesimit për punë, teste të kreativitetit, etj.

Për secilin profil nga sfera e hotelierisë duhet përpiluar teste të posaçme. Kështu, p.sh., testet e inteligjencës, kreativitetit, personalitetit dhe frustrimit, përdoren gjatë seleksionimit të menaxherëve, kurse për profilet restorantore p.sh. kamerierë, kuzhinierë, barmenë, etj., përpilohen teste për vlerësimin e aftësive psikomotorike dhe atyre sensorike. Testet e aftësive verbale, më së tepërmi gjejnë zbatim tek përzgjedhja e kandidatëve për postet : recepsionist, telefonist, odatare, etj.

Si forma të veçanta të testeve në sferën e hotelierisë përdoret: testimi i zotësisë (testimi i kryerjes së punës) dhe ai i shëndetit.

Në testimin e parë, që ndryshe quhet testim i praktikës, kandidatët provohen aty për aty se sa janë të aftë të kryejnë detyra konkrete. Gjatë këtij testimi simulohen vende



pune në miniaturë, gjegjësisht zgjidhen detyrat më tipike të vendit të punës dhe ato testohen.

Metodë tjetër e mbledhjes së të dhënave nga aplikantët është intervista e cila paraqet një proces të evaluimit dhe vlerësimit të informatave nga kandidati, në bazë të të cilave do të mund të konstatohet se a i plotëson ai kërkesat e vendit të punës.

Intervistat mund të jenë të strukturuar (pyetje specifike), të pastrukturuara (përgjigje të lira), gjysmë të strukturuar (lejohet dalja nga skema) sekueciale, të udhëhequra nga ekspertë fushave të ndryshme, stres intervista, "case intevju", etj.

Puna provuese "është mënyra më e vjetër dhe më e thjeshtë e vlerësimit të kandidatit dhe provë e fundit në një situatë konkrete në punë, pas së cilës silltet vendimi definitiv për pranim, ose refuzim".[12] Ndërmarrje hoteliere shpesh e përdorin këtë metodë për seleksionimin individual, me ç'rast në mënyrë të drejtpërdrejtë kontrollohen aftësitë, cilësitë dhe mundësitë reale të aplikantit në vendin e punës.

Një formë e këtillë tek ne haset gjatë sistematizimit të punëtorit në vendin e ri të punës dhe njihet si stazh praktikantësh. Kjo formë e seleksionimit vlen vetëm për studentët e posadiplomuar, të cilëve u jepet mundësia që t'i zbatojnë në praktikë dijet e fituara në shkollë.

Përzgjedhja e menaxherëve në hoteleri ( menaxheri i promocionit, menaxheri i restorantit, menaxheri i banketeve, menaxheri i animacionit, shefi i recepcionit, shefi i kuzhinës, etj). është më e rëndë dhe kryhet përmes : testit të apercpcionit tematik (i njohur si TAT); intervistave të rastit; testeve të situatave (simulimi i situatave) dhe qendrat e vlerësimit të ashtuquajtur. Assessment center.

### **3. "Lidhja" e personelit në ndërmarrjet hoteliere**

"Lidhja" e personelit si nocion duhet nënkuptuar si krijim të marrëdhënieve të ngushta mes punëtorit si individ dhe ndërmarrjes si subjekt ekonomik. Kjo arrihet përmes: integritimit, formësimit dhe zhvillimit të personelit që paraqesin funksione relevante të menaxhimit të burimeve njerëzore. Motivimi i takon pjesës organizative brenda ndërmarrjes pasi te jetë pranuar punëtori në vendin e punës.

Zgjedhja e personit më të përshtatshëm për vendin e punës paraqet vetëm hapin e parë në procesin e ndërtimit të një ekipi në një ndërmarrje hoteliere. Pas përzgjedhjes vazhdohet me integrimin e të posapranuarit në punë në ndërmarrje. Pranimi i një posti të ri, për njeriun paraqet një proces psikologjik, që lë dhe pasoja, nga fakti se bëhet fjalë për detyra të reja. Që të kapërcejë këto vështirësi psikologjike nëpër të cilat kalon një bashkëpunëtori i ri, si dhe që ai të mund të integrohet sa më shpejt në vendin e ri të punës, duhet të ndërmerren masa për integrimin social dhe profesional të tij.

Të gjitha ndërmarrjet e vogla dhe të mëdha nga veprimtaria hoteliere, e bëjnë pranimin e punëtorëve të rinj në mënyra të ndryshme. Kështu p.sh., zinxhirët e hoteleve të mëdha[13] siç janë: "Akzent-Hotels", "Flair-Hotels", "Top International Hotels", si dhe zinxhiri restorantor "Möwenpick" për pranimin e punëtorëve të rinj

përpilajnë programe të veçanta në formë broshurash. Ndërkaq të tjera organizojnë seminare e ligjërata, qëllimi i të cilave është njohja e punëtorëve të rinj me misionin, strategjinë, historikun, përparësitë konkurruese, rregullat e sjelljes në ndërmarrje, etj. "Në hoteleri dhe restorantori është bërë zakon që punëtorit të ri t'i caktohet një "kumbar" (fjala është për mentorin)"[14] Si fazë e menaxhimit të burimeve njerëzore, integrimi ka për qëllim krijimin e një ambienti të mirë për punëtorët e rinj. Pasi të jetë sistemuar personeli i ri duhet të formësohet , zhvillohet dhe përsoset.

Formimi i burimeve njerëzore nënkupton shkollimin dhe trajnimin permanent të personelit, me qëllim që ata t'u bëjnë ballë ndryshimeve të shpejta. Për ata të cilët u mungon shkollimi adekuat por që kanë paradispozita të bëhen profesionistë të mirë, duhet ndërmarrë masa për shkollimin e mëtutjeshëm të tyre. Shkollimi paraqet themelin e procesit të formimit të kuadrove. Kuadrot e hotelierisë dhe turizmit formohen dhe edukohen nëpër shkollat e mesme dhe të larta, si dhe në universitete. Formimi i kuadrove vazhdon edhe pas mbarimit të shkollave, kur ata angazhohen në vende të punës dhe kryejnë të ashtuquajturin stazh praktikantësh.

Me aktivitetet e formimit të personelit merren menaxherët e burimeve njerëzore, apo specialistë nga jashtë. Qëllimet e formimit të personelit mund të jenë të përgjithshme dhe specifike. Si qëllime më të rëndësishme për formimin dhe përsosjen e kuadrit hotelier, numërohen: ngritja e aftësisë konkurruese të ndërmarrjes ; përmirësimi i aftësisë punuese; ikja nga dijet e vjetruara (p.sh. qëllimi i secilit shëf të kuzhinës është ndjekja e kursit për trendët e gastronomisë botërore), etj.

Krahas qëllimeve të përgjithshme qëllimet specifike përcaktojnë saktë arsyet e zhvillimit, personat, si dhe format e formimit (shkollim, trajnim, apo mësim me mentor). Kështu p.sh., organizimi i kursit për mësimin e një gjuhe të huaj është i domosdoshëm për, recepsionistë, kamerierë, odatarë, animatorë, si dhe punëtorë të tjerë, të cilët janë drejtpërdrejt të kyçur në ofrimin e shërbimeve për grupe turistësh të huaj.

Ndërmarrjet hoteliere përdorin një sërë metodash dhe teknikash për shkollim, edukim, mësim dhe trajnim të personelit në vendin e punës (on the job) dhe jashta tij. Ndër metodat më të njohura numërohen:

**Sistemi i dyfishtë i shkollimit** i ashtuquajtur "sistemi gjerman i shkollimit profesional (Berufsschule)". Sipas këtij sistemi dy ditë në javë zhvillohet mësim në shkollë, ndërkaq ditët e tjera të javës i takojnë pjesës praktike, e cila zhvillohet nëpër objekte hoteliere nën mbikëqyrje të mentorëve të caktuar.

**Aftësimi profesional teknik** kryhet për nivelet e dyta, në mënyrë permanente, kur ka ndryshime në organizim, teknikë, etj. Si shembull i domosdoshmërisë të aftësimit profesional teknik është rasti i blerjes së pajisjeve të posaçme që kërkon aftësim të personelit për përdorimin e tyre.

**Shkollimi plotësues** mundëson zgjerimin e dijeve dhe të sjelljeve në punë që ka të bëjë me: kulturën, shëndetin, mbrojtjen në punë dhe tema të ngjashme.

Krahas këtyre metodave përdoren edhe: praktika studentore dhe ajo feriale (në shkollat e mesme profesionale) mentorimi, instruksionet individuale, rotacioni në vendet e punës, orientimi në vendin e punës, plotësimi i profilit, shkollimi me internet dhe shumë të tjera.

Në përgjithësi, në botën bashkëkohore afariste të sferës së turizmit dhe hotelerisë, është pranuar koncepti "lifelong education" - shkollim i përjetshëm. Sipas këtij trendi bashkëkohor "shumica e korporatave të mëdha nga sfera e hotelerisë dhe turizmit kanë krijuar dhe zhvilluar format e reja të edukimit, trajnimit dhe përsosjes së menaxherëve të niveleve më të ulëta. Kështu, janë hapur qendrat speciale të edukimit dhe shkollimit, siç është: "Holliday Inn University", Marriot's "Learning Centre", "Hamburger University", "Disney University" dhe të tjera." [15]

#### **4. Mbajtja e personelit cilësor në ndërmarrjet hoteliere**

Mbajtja e personelit të veshëm dhe cilësor te ndërmarrjet hoteliere është e lidhur ngushtë me motivimin, zhvillimin e karrierës individuale të të punësuarve, vlerësimin e performancës, si dhe shpërblimin e të punësuarve, që paraqesin aktivitete të rëndësishme të sfafit menaxherial.

Njëra prej aktiviteteve më të rëndësishme të menaxhmentit të burimeve njerëzore është menaxhimi me karrierën e personelit. Se sa është e rëndësishme karriera dhe përparimi individual në ndërmarrjet hoteliere, tregon fakti që disa zinxhirë hotelesh (p.sh. "Marriot") kanë konceptuar model të vetin, të veçantë për zhvillimin e karrierës.

Zhvillimi i karrierës nuk është dëshirë vetëm e një individi, por është një kompozim i interesave dhe qëllimeve të individëve, të organizatës dhe të menaxherit të burimeve njerëzore, gjegjësisht pronarit, në bazë të të cilave ai bën vendosjen e punëtorëve sipas rregullit: "njeriu i duhur, në vendin e duhur", njëkohësisht ai organizon dhe planifikon avancime. Në zhvillimin e karrierës ndikojnë shumë faktorë subjektivë (të individit) dhe objektivë të rrethinës ku ai vepron.

Një çështje tjetër e rëndësishme që krijon raporte lidhëse të individit dhe ndërmarrjes apo stafit menaxherial është vlerësimi i suksesit në punë. Njerëzit duhet të ndjehen të relaksuar në ndërmarrje, që të ngelin të punojnë gjatë, me efikasitet dhe të jenë produktivë, prandaj ata duhet në mënyrë të drejtë të vlerësohen. Të gjithë të punësuarit duhet ta kenë të qartë se çka pritet nga ata. Vetëm punëtorët e vlerësuar siç duhet, janë të motivuar dhe japin maksimumin në vendin e punës, andaj është më se e nevojshme të ndiqet dhe vlerësohet suksesi i punëtorëve nga çdo aspekt. Vlerësimi është i lidhur me përcaktimin e vlerave dhe dobive që ka ndërmarrja nga individët e punësuar. Por, njëherazi, vlerësohen sjelljet, personaliteti, zotësitë, dijet, etj.

Vlerësimi paraqet bazë për vendimmarrjen lidhur me pagat, shpërblimet materiale e morale, transferimin, etj.

Në veprimtarinë hoteliere puna ka karakter specifik, prandaj dhe ka probleme gjatë vlerësimit të saj. P.sh. nuk matet vetëm numri i shujtave që ka gatuar kuzhinieri, por performanca këtu paraqitet përmes shkallës së pëlqimit të ushqimit nga klienti.

Ekzistojnë metoda dhe teknika të shumta, me anën e të cilave bëhet vlerësimi i punëtorëve: metodat në bazë të krahasimit (rangimi brenda grupit, krahasimi në çifte) metoda me shkallë vlerësimi (grafike, përshkruese, shkallë në baza të sjelljes) dhe check-listat. Në kohën më të re, vlerësimi i performancës bëhet përmes metodës së vetëvlerësimit, metodës së vlerësimit nga kolegët, metodës së vlerësimit nga ekipe apo agjenci të specializuara dhe metodave të tjera.

Në procesin e vlerësimit të performancës së punëtorëve dhe menaxherëve në sferën e hotelerisë është i kyçur dhe klienti pasi që ai është vlerësuesi më i drejtpërdrejtë i punës (shërbimeve). Nisur nga ky parim, disa zinxhirë hotelesh kanë përpiluar sisteme të posaçme informative të vlerësimit nga ana e klientëve. Janë krijuar "data baza" për vlerësim (numri i ankesave, lëvdatave, sjelljeve etj).

Në disa hotele shpesh bëhet vrojtimi i drejtpërdrejtë i realizimit të detyrave në vendin e punës nga persona të panjohur të ashtuquajtur Mystery guest ( mysafiri-klienti i padukshëm).

Që të rritet performanca e të punësuarve në hoteleri, si gjithkund duhet nxitur kreativiteti me anën e motivimit. Motivacioni për punë varet nga shumë faktorë objektivë (natyra e punës, rrethi, klima organizative, natyra e shpërblimit, etj.) dhe subjektivë (vlerat, aspiratat, nevojat individuale dhe të ngjashme). Mes këtyre faktorëve ekziston një marrëdhënie e ndërsjellë, të cilën menaxhmenti patjetër duhet ta ketë parasysh gjatë përpilimit të mjeteve motivuese (instrumenteve-motivatorëve) për realizimin e qëllimeve. Aspekti i menaxhimit të motivimit në praktikë haset me sintagmën "karota dhe shkopi". Me anën e motivimit duhet të krijohen kushte që të punësuarit fillimisht duhet të ndihen mirë, të fitojnë moral për punë, që të jenë më produktiv dhe kështu ata të mbeten besnikë në ndërmarrjen hoteliere për kohë të gjatë.

Në një studim të bërë nga Instituti Ekonomik i Zagrebit është konstatuar se janë të shumtë faktorët themelorë motivues. Si më të rëndësishëm numërohen: paga, udhëheqësit e mirë, marrëdhëniet e mira ndërnjerëzore, pranimi i kolegëve të rinj, siguria dhe stabiliteti i vendit të punës, atraktiviteti i vendit të punës, përgjegjësia, kushtet e punës, konfirmimi i aftësive, përparimi në karrierë, shkollime në punë, imazhi i ndërmarrjes, mundësia e pjesëmarrjes në fitim dhe faktorë të tjerë.

Shpesh dëgjohet thënia: "Paga e madhe nxit motivim më të madh në punë, gjegjësisht jep rezultate më të mira", por kjo nuk duhet të merret si zgjidhje e përkryer e problemit të rritjes së performancës së punonjësve. Nëse ndërlihdemi në teorinë e nevojave të Maslow-it do të shohim se paga përmbush vetëm një segment të nevojave njerëzore, minimumin e nevojave elementare të punëtorit, prandaj tek ai lind pakënaqësia. Që të eliminohet kjo pakënaqësi, ndikohet me mjete të tjera të natyrës jo financiare, të cilët e motivojnë punëtorin.

Shpërblimet monetare të drejtpërdrejta që ofrohen për punën e kryer, janë të inkorporuar në: pagën bazë dhe pagën e bazuar në performancë. Ndërkaq, shpërblimet jo monetare, kryesisht janë në formë përfitimesh dhe të ardhurash sociale, si p.sh.: pagesa për ditët e papunuara (pushime vjetore, sëmundje, ditë pushimi, raste vdekjeje, ndërprerje), sigurimi i të ardhurave (gjatë pensionimit, papunësisë, sëmundjeve, lindjeve) dhe, si shërbime dhe privilegje të tjera, si p.sh. bursa shkollimi, ofrimi i ngrënies (të ushqyerit) falas në vende të punës, ndihma gjatë strehimit, shërbime juridike, etj. Shpërblimet jomateriale përbëjnë pjesën më të madhe të shpërblimeve. Në praktikën e ndërmarrjeve hoteliere mes tjerash hasen edhe këto sisteme të posaçme të shpërblimit monetar[16].:

**1. Sistemi i ashtuquajtur sistem i kafeneve (Caffeteria system),** sipas të cilit, punëtorit, gjatë nënshkrimit të kontratës së punës, i ofrohet mundësia të për zgjedhë një alternativë gjatë përpilimit të paketës së shpërblimit. Kështu, krahas pagës punëtorit i jepet mundësia të zgjedh edhe njërin nga alternativat: marrja e veturës në shërbim, sigurime të drejtpërdrejta, marrja e shtojcave pensionale, si dhe beneficione të tjera. Qëllimi është të shtohet atraktiviteti në tregun e fuqisë punëtore, si dhe "të lidhet" më fortë punëtori për ndërmarrjen.

**2. Sistemi "Incentives" përfshinë disa elemente stimuluese,** që i ofron ndërmarrja punëtorit. Ky sistem ka për qëllim të rritjes së konkurrencën mes punëtorëve, apo grupeve në ndërmarrje, përmes: dhënies së premive ( bonuseve, përqindjeve) në cash, dhënies së letrave me vlerë, ofrimit të mundësisë për përsosje profesionale me coaching, ose kurse të jashtëzakonshme profesionale, etj. Një sistem të këtillë përdor zinxhiri i mirënjohur Maritim Hotels.

**3. Sistemi Educentive (Educative+Incentive),** i cili ngërthen aspektin edukativ në motivimin e punëtorëve. Shpesh sistemet e shpërblimit kombinohen, duke iu përshtatur natyrës së punës kjo vlen veçanërisht për menaxherët, sepse aktivitetet e tyre janë shumëdimensionale.

## **Përfundimi**

Punëtorët vërtet paraqesin shpenzime për ndërmarrjen, megjithatë, investimi në fuqinë punëtore do të arsyetohet, në qoftë se përsiaten dhe llogariten të gjitha elementet lidhur me të. Ndërmarrjet hoteliere nuk duhet t'i shikojnë punonjësit vetëm si numra. Vlera e tyre është e madhe, ajo rritet kur krijohet strukturë organizative-ekipe. Nëse këto ekipe udhëhiqen siç duhet ato me siguri do të krijojnë rezultate të dëshiruara. Vetëm ata që do ta kuptojnë këtë realitet do të mund të ballafaqohen me sfidat e industrisë hoteliere bashkëkohore.

Procesi i ndryshimeve të përhershme që përcjell të gjitha ekonomitë prek edhe industrinë hoteliere. Ndryshimet sjellin përparime të cilat reflektohen në novitete, konkurrencë standarde të reja. Të gjitha këto nuk e kanë forcën reale shtytëse, nëse nuk përcillen me ndryshime në procesin e menaxhimit të burimeve njerëzore, respektivisht me ndryshime në konceptet dhe psikologjinë e punëtorëve. Qëllimi i këtyre ndryshimeve është që personelit në veprimtarinë hoteliere-turistike t'i

kushtohet vëmendje dhe rëndësi e nevojshme. Kjo arrihet duke e motivuar personelin, gjegjësisht duke e vënë në epiqendër të vëmendjes së veprimtarisë afariste. Kësisoj, nga ai mund të nxirret maksimumi aq i nevojshëm për plotësimin e kërkesave dhe dëshirave të klientëve. Ky paraqet qëllimin konceptual të afarizmit bashkëkohor që sjell përmirësimin permanent të cilësisë së shërbimeve që njëherazi paraqet avantazh në luftën konkurruese që zhvillohet në treg.

Sfida më e madhe me të cilën përballen sot kompanitë më të mëdha në botë është mbajtja e punëtorëve të aftë. Pavarësisht nga luhatjet ekonomike ata luajnë një rol të pazëvendësueshëm në ndërmarrjet hoteliere. Ata paraqesin potencialin krijues të tillët kërkohen edhe nga konkurrenca. Prandaj duhet marrë masa dhe ndërtuar strategji që ata të mbahen në ndërmarrje pasi paraqesin parakusht në realizimin e qëllimeve afariste.

Një prej mundësive që të arrihet ky qëllim është përmes formimit të strukturës organizative të reparteve, sektorëve, gjegjësisht ndërmarrjes. Kuptohet se stili menaxherial dhe metodat e udhëheqjes janë parametrat kryesor që i joshin apo largojnë punëtorët në një ndërmarrje.

Krijimi i një klime të mirë, delegimi i kompetencave dhe i detyrave, paraqesin instrumente të qëlluara për krijimin e një lidhjeje të fortë të individit me ndërmarrjen, gjë që krijon kushte për mbajtjen e personelit në ndërmarrjet hoteliere .

#### **Literatura:**

1. Aslimoski, B., Komunikimet në turizëm, FTU, Ohër, 2005.
2. Avramovski, M., Hoteleria, FTU, Ohër, 2005.
3. Bahtijareviq, F., Menaxhimi i potencialit njerëzor, Golden marketing-Lebri Teknik, Zagreb, 1999.
4. Bakiu, V., Drejtimi i ndërmarrjeve hoteliere, Iliria, Tiranë, 1996.
5. Bakiu, V., Menaxhimi i turizmit, Erik, botime, Tiranë.
6. Barry, G., Menaxhmenti i potencialit njerëzor, Mate; Zagreb, 2006.
7. Brake. J/Zimmer. Praxis der Personalauswahl, so wählen Sie den idealen Bewerber aus, Lexika Verlag, Würzburg, 2002.
8. Ceroviq, Z., Menaxhmenti në Hotele, Sveučilište në Rijekë, Opatia, 2003.
9. Dettmer H., Hausmann Th., Organisations-/ Personalmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Verlag Handwerk und Technik, Hamburg, 2005.
10. Drucker, P., Management im 21. Jahrhundert, Econ, München, 1999.
11. Gardini M. A., : Marketing-management in der Hotellerie, R.Oldenburger Verlag, München, 2004.
12. Hall, L., Menaxhmenti i resurseve njerëzore, Data status, Beograd, 2004.
13. Havolli, Y., Menaxhmenti i resurseve njerëzore, Riinvest, Prishtinë, 2003
14. HAYES, David K. Drejtimi me afarizmin në hoteleri, Zagreb, M plus, 2005
15. Kläser, S., Darstellung und kritische Analyse variabler Entlohnungssysteme für Mitarbeiter in der Hotellerie, Diplomarbeit an der Universität des Saarlandes, 1995, Diplomarbeiten Agentur, Hamburg.
16. Koli Z, Llaci Sh., Menaxhimi i burimeve njerëzore, albPaper, Tiranë, 2005.

17. Kosar, Lj., Shkolla e Lartë e Hotelerisë, Beograd, 2002.
18. Kutllovci, E., Menaxhimi i resurseve humane, Universiteti i Prishtinës, 2004.
19. Locker, T., Personalbeschaffung in der Hotellerie, Darstellung und Evaluation relevanter Akquisitions-und Auswahlverfahren, Diplomarbeit an der Fachhochschule Kempten Fachbereich Tourismus, Diplomatica GmbH, Hamburg, 2002.
20. Martinoska, S., Menaxhmi i restoranteve, FTU, Ohër, 2006.
21. Marushiq, S., Drejtimi me resurset njerëzore, Adeco.d.o.o, Zagreb, 2007.
22. Nejkov, D., Ekonomia dhe organizimi i hotelerisë, Savremena administracija, Beograd, 1977.
23. Nikoliq, M., Menaxhmenti personal, gastrologjia hoteliere-restorante, Shkolla e Lartë e Hotelerisë, Beograd, 2001.
24. Pechlaner H., Raich, F., Gastfreundschaft und Gastlichkeit im Tourismus, Erich Schmid Verlag, Berlin, 2007.
25. Rakiçeviq, G., Menaxhmenti i resurseve njerëzore në turizëm dhe në hoteleri, FTU, Ohër, 2004.
26. Schaetzing, E., E., Management in Hotellerie & Gastronomie, Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main, 1996.
27. Seitz, G., Hotel-management, Springer Verlag, Berlin Heidelberg, 1997.
28. Artikujt nga baza e të dhënave (Scholar Google. d) dhe web site: Gerhard K., und B., Luxenburger, Korrik, 2003, "Handbuch im Auftrag des Initiativkreises Gastgewerbe und der INTERHOGA" Projekt "Mitarbeiterbindung und Mitarbeitermotivation im Gastgewerbe" GBS GmbH, Düsseldorf.
29. Martin, A.; Nienhüser, W. 2002, Geringfügige Beschäftigung: Eine Analyse aus personalwirtschaftlicher Sicht. Publikuar në: Sonderband der Zeitschrift für Personalforschung, München und Mering, S. 133-151.
30. Fuchs M, Kuehne S., Rieder, B., Wettbewerbsfähigkeit durch strategisches Human-Ressource-Management. Eine Kausalanalyse der Tiroler Hotelleriebranche,
31. Gottfried L., Messung von Weiterbildungsdunkelaktivitäten, Berufsbildung Nr. 30 Europäische Zeitschrift.
32. [http://www.bwpat.de/ausgabe11/kargl\\_woehl\\_bwpat11.pdf](http://www.bwpat.de/ausgabe11/kargl_woehl_bwpat11.pdf)
33. <http://www.competence-site.de/e-recruiting.nsf/artikel.html>
34. <http://www.ahgz.de/>
35. <http://www.tophotel.de/>

- 
1. Henselek H., Hotelmanagement-Planung und Kontrolle, Oldenbourg, München, 1999 fq. 25, po aty, fq. 26
  2. Nejkov, D., Ekonomia dhe organizimi i hotelerisë, Savremena administracija, Beograd, 1977, fq. 30
  3. Ceroviq, Z., Menaxhmenti i Hotelerisë, Sveučilište në Rijekë, 2003, fq. 503
  4. Dettmer H., Hausmann Th., Organisations-/ Personalmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Verlag,

[http://www.mojposao.net/download/istrazivanja/Akcija\\_Poslovi\\_u\\_turizmu\\_2008.pdf](http://www.mojposao.net/download/istrazivanja/Akcija_Poslovi_u_turizmu_2008.pdf)

5. F. Bahtijareviq, vepra e cituar, fq.189, <http://www.ahgz.de/>  
<http://www.tophotel.de/>
6. Locker, T., Personalbeschaffung in der Hotellerie, Darstellung und Evaluation relevanter Akquisitions-und Auswahlverfahren, Diplomarbeit an der Fachhochschule Kempten Fachbereich Tourismus, Diplomatic GmbH, Hamburg, 2002. Fq.28
7. Brake, J. Praxis der Personalauswahl, so wählen Sie den idealen Bewerber aus, Lexika Verlag, Würzburg, 2002. fq.50.
8. Po aty, fq. 424
9. Rakiçeviq, G., Menaxhimi i resurseve njerëzore në turizëm dhe në hoteleri, FTU, Ohër, 2004, fq.156
10. Dettmer H., Hausmann Th., Organisations-/ Personalmanagement in Hotellerie und Gastronomie, Verlag Handwerk und Technik, Hamburg, 2005, fq. 152
11. Rakiçeviq, G., Menaxhimi i resurseve njerëzore në turizëm dhe në hoteleri, FTU, Ohër, 2004 fq. 100
12. Kläsener, S., Darstellung und kritische Analyse variabler Entlohnungssysteme für Mitarbeiter in der Hotellerie, Diplomarbeit an der Universität des Saarlandes, 1995, Diplomarbeiten Agentur, Hamburg, fq 24-26



*MSc. Visar Berisha*

## KULTURA KOMBËTARE, MARRËDHËNIET E PUNONJËSVE DHE PAGA

### Parathënie

Kulturat e ndryshme nëpër botë përbëhen prej vlerave, besimeve dhe praktikave të ndryshme, të cilat definojnë sjelljen e njeriut dhe krijojnë pikëpamje dhe të ardhme të lloj-llojshme, në mes tjerash, në çështjet që kanë të bëjnë me mirëqenien e individëve dhe grupeve. Kultura kombëtare, e cila kryesisht praktikohet nga pjesëtarët e një populli, sjell vlera dhe besime, praktika dhe sjelljet në punë dhe organizata, duke definuar në këtë mënyrë kulturën organizative, kulturë me të cilën punëtorët dhe punëdhënësit ‘veprojnë’ dhe ‘kundërveprojnë’.

Sparrow dhe Wu (1997) deklarojnë se ‘literatura tregon se kultura kombëtare është e lidhur me menaxhimin e resurseve njerëzore, së paku përmes gjashtë mekanizmave’, në mesin e të cilave janë: besimi në marrëdhëniet menaxher-vartës dhe implikimet për paraqitjen menaxhuese dhe motivimet; sistemi i pagesave dhe koncepte të ndryshme të ndarjes së drejtësisë; pagesë e shëndoshë sociale dhe individualizmi i shpërblimit.

Kulturat e ndryshme kombëtare lidhin vlera të ndryshme të elementeve të marrëdhënieve të punonjësve dhe llojet e shpërblimit dhe pagesa. Kulturat kolektiviste, për shembull, vlerësojnë më shumë marrëdhëniet mes punonjësve që organizohen dhe kanalizohen përmes sindikatave, derisa shoqëritë individualiste kanë prirje të vlerësojnë sistemin për vlerësimin individual të paraqitjes, përmes të cilave ata mund të komunikojnë me punëdhënësin dhe politikën organizative.

Gjithashtu, shoqëritë individuale vlerësojnë më shumë sistemet e pagesave të bazuara në paraqitjen individuale, derisa shoqëritë kolektive vlerësojnë më shumë planet e pagesës së përgjithshme, ku paraqitja individualiste nuk është në mesin e faktorëve kryesor. Kjo shkresë do të përpiket së pari të definojë kulturën kombëtare e pastaj të paraqesë ndikimin e kulturës kombëtare në marrëdhëniet mes punonjësve dhe menaxhmentit që paguan.

### Çka është kultura kombëtare?

Ekzistojnë shumë definicione për kulturën që rrjedhin nga shkollat dhe periudhat e ndryshme, por sido që të jetë shumica e definicioneve duket se pajtohen në atë se “kultura është shumë e vlerave, besimeve, praktikave, zakoneve dhe sjelljeve, që praktikohet nga njerëzit e grupit të caktuar apo popullit”. Për shembull, Hofstede e definoi kulturën si një grumbull bashkëveprues të karakteristikave të përbashkëta, që ndikojnë në reagimin e një grupi njerëzish ndaj rrethinës së atij grupi (Common, 2006). Nga ana tjetër, “në shkollën krahasuese kombëtare, kultura supozohet të jetë koherente dhe strukturë e qëndrueshme e vlerave, që anëtarët e një populli-shteti bartin dhe veprojnë në mënyrë të pandryshueshme”, (Fang, 2006).

Në metaforë, Hofstede sheh kulturën si një “qepë me shtresat e saj”; ku simbolet, heronjtë dhe ritet (të definuara si praktika) janë sipërfaqja e jashtme e qepës. Kjo është e njohur edhe si pjesa e sjelljes së një kulture. Edhe pse ngadalë, këto elemente të sjelljes mund të ndryshojnë dukshëm me kohë. Në bërthamën e qepës janë vlerat dhe besimet që udhëheqin sjelljen e njeriut dhe duke qenë më e fortë se sa shtresat e jashtme mund t’i nënshtrohen ndërrimeve vetëm gjatë periudhave të gjata kohore (Fang, 2006).

Kur jemi duke folur për kulturën kombëtare, “Adler definon tre aspekte të kulturës kombëtare: që praktikohet nga pothuajse të gjithë pjesëtarët e grupit të njëjtë shoqëror; pjesëtarët më të vjetër të grupit duke u munduar që ta transmetojnë tek anëtarët e rinj; dhe ajo formon sjelljen apo strukturën perceptimin e dikujt ndaj botës (si në rastet e dokeve, rregullave, zakoneve dhe vlerave)” (Sparrow dhe Wu, 1997). Duke supozuar se çdo popull ka kulturën e vet, me siguri mund të bëhet dallimi dhe krahasimi i kulturave kombëtare.

Pa hyrë fare në kultura kombëtare, kulturat ndonjëherë identifikohen në kontekste edhe më të gjëra. Për shembull, shpesh dëgjojmë apo lexojmë rreth krahasimit mes kulturës së Perëndimit dhe asaj të Lindjes, apo ata bile ndonjëherë i referohen sikur qytetërime nga Perëndimi dhe Lindja. Deri diku, ndryshimi i madh mes kulturave nuk është edhe rastësi, pasi rrethanat dhe ngjarjet historike kanë shpër deri tek ajo masë ashtu që lindja të njihet si shoqëri “tradicionale”, derisa perëndimi si një shoqëri “bashkëkohore”.

Kulturat kombëtare mund të ndahen në kultura individuale dhe kolektive. Hofstede, p.sh., definon shoqëritë individuale të atilla, ashtu që interesi i individit është mbi interesat e grupit dhe shoqëritë kolektive janë ato, që interesi i grupit është mbi interesin e individit (Fang, 2006).

Në këtë kontekst, dikush mund të vërejë se kulturat lindore më herët janë identifikuar si më tradicionale, e që mund të identifikohen kryesisht edhe si shoqëri kolektive. Nga ana tjetër, kulturat perëndimore mund të shihen kryesisht si shoqëri individuale, p.sh. Common (2006) thotë se vlerat thelbësore të individualizmit janë hasur në Shtetet e Bashkuara, derisa nocioni i përgjegjësisë është hasur në Azinë Lindore.

Kulturat kombëtare gjithashtu mund të ndahen në shoqëri mashkullore dhe femërore. Shoqëria ‘mashkullore’ apo ‘punëtore’ përpiket të thekson të arriturat personale, zotësitë dhe ndjenjën e admirimit (Sparrow dhe Wu, 1997), derisa kulturat ‘femërore’ përpiket të parapëlqejë zgjidhje ‘të qenuri’ dhe ‘mendore’, që anëtarët e shoqërisë ‘të qenuri’ dhe ‘mendore’ të kënaqen me jetën (Sparrow dhe Wu, 1997).

Megjithatë, mund të jetë krejtësisht e pamundur që të përpiqemi të definojmë apo identifikojmë një kulturë të caktuar në mënyrë të prerë si individualist apo kolektivist, si mashkullore apo femërore, për shkak se kjo është dëshmi e qartë se, ashtu si kulturat kanë komunikuar dhe zhvilluar gjatë historisë, ekzistojnë elemente të njëjës kulture në tjetrën. P.sh., kulturat individualiste kanë elemente kolektivistike dhe anasjelltas, prandaj

ekziston një përplasje vlerash, që shpie te ndryshimet e pashmangshme kulturore gjatë historisë.

Si pasojë, Fang shpjegon këtë fenomen si ekzistencë e ‘mekanizmit jin jang brenda kulturave kombëtare dhe që mund të rezultojnë ndryshime kulturore nga jin në jang dhe nga jang në jin, në një proces dinamik të transformimeve të brendshme’ (Fang 2006). Më pas, ai shpjegon gjithashtu në njërin anë metaforën e “stugorit” apo shtëpive verimi, si një element i orientimit individualist në kulturën suedeze, ndërsa, në anën tjetër, ai thotë se orientimi kolektivist i kulturës së tij simbolizohet me një metaforë tjetër të njohur si “folkhemmet”apo shtëpia popullore (Fang, 2006).

Sidoqoftë, me mbarimin e Luftës së Ftohtë, epokës së globalizimit dhe modernizimit nëpër tërë botën dhe posaçërisht në Lindje, kulturat kanë qenë pak a shumë në kontakt me njëra- tjetrën, prandaj kanë filluar që të kenë ndikim në njëra- tjetrën.

Në këtë pikëpamje, Fang shkon tutje në krahasimin e kulturave në mënyrë metaforike me një oqean, ku “oqeani nuk ka kufi dhe ujërat e tij të ndryshme janë të ndara dhe të përbashkëta, të dyja të ndryshme dhe të ngjashme, të dyja të pavarura dhe të varura” (Fang, 2006). Përveç kësaj, duke ditur se kultura kombëtare gjithashtu definojnë kulturën organizative dhe menaxheriale, është thënë se në vendet në zhvillim këto kultura kanë qenë në masë të madhe nën ndikimin e praktikave perëndimore (Jackson, 2002).

Në mënyrë që të identifikohen dimensionet kryesore të kulturës kombëtare, duke theksuar dallimet mes shoqërive, Hofstede përmbledh dallimet e modeleve të vlerave kombëtare, që kanë të bëjnë me punën në katër indekse themelore (Black, 2002)  
PDI (Power Distance Index-Indeksi i fuqisë së distancës)- shkalla e jobarazisë ndërmjet njerëzve, që populli i një vendi të konsiderohet normal.

UAI (Uncertainty Avoidance Index- indeksi i shmangies së paqartësisë)- shkalla në të cilën njerëzit në një vend preferojnë situata të strukturuar krahas atyre jo-strukturale.  
IDV (Individualizmi)- shkalla në të cilën njerëzit preferojnë, që të veprojnë më shumë si individ sesa si anëtar të grupit.

MAS (Mashkullorë)- shkalla në të cilën vlerat që kanë të bëjnë me rolin e meshkujve janë mbi vlerat që anojnë të jenë të shoqëruara me rolin e femrave (Hofstede, 2003)

### **Kultura kombëtare dhe marrëdhëniet e punonjësve**

Ashtu si kultura kombëtare përcakton sjelljet e njerëzve përmes vlerave, besimeve dhe praktikimeve, këto elemente të kulturës gjithashtu sjellen nga njerëzit në organizata, edhe pse më shumë në rrethana formale, duke krijuar kultura organizative në shoqëritë e ndryshme dhe varur në kulturën e asaj shoqërie.

Kultura kombëtare, si e tillë, ka një ndikim të pashmangshëm në menaxhimin e burimeve njerëzore në përgjithësi dhe përgjithësisht është dëshmuar se zakonet më të mira janë ato, ku kultura kombëtare dhe specifikat e saj merren parasysh kur kemi të bëjmë me njerëzit në organizata.

Gjithashtu, duke ditur se elementet e lartpërmendur të kulturës, dhe në këtë mënyrë kultura organizative, mund të ndikojnë gjithashtu në definimin e marrëdhënieve mes njerëzve dhe grupeve, strukturave dhe politikave të ndryshme, marrëdhëniet e punonjësve janë një element i rëndësishëm i menaxhmentit të burimeve njerëzore, që duhet të merren parasysh në relacion me kulturën kombëtare.

Sipas Mullins, marrëdhëniet e punonjësve, apo siç quheshin në të kaluarën, 'marrëdhëniet industriale', janë "të brengosura me marrëdhëniet mes politikave dhe praktikave të organizatës, stafit të saj dhe sjelljes së grupeve të punës"(Common, 2006).

Në përgjithësi, ekzistojnë dy aspekte kryesore tradicionale të marrëdhënieve të punonjësve, që janë identifikuar: negociimi apo ujdia dhe konsultimi kolektiv. Në këtë pikëpamje, një nga dallimet kryesore është e dukshme mes kulturave me ndikim të dobët dhe kulturë me ndikim të fortë. Ekziston një ndjenjë e përgjithshme se kulturat kolektiviste kanë ndikime më të forta sindikaliste, prandaj janë më të prirura drejt ujdisë kolektive, ndërkohë që kulturat individualiste janë duke humbur çdo herë e më shumë ndikimin në sindikatat e organizatave.

Poole beson se llojet e institucioneve të marrëdhënieve të punonjësve dhe zakoneve nëpër vende, e gjithashtu nëpër kulturat kombëtare, kanë rrënjët në llojshmëritë strategjike të palëve në marrëdhëniet e punës. Palët, punëtorët dhe punëdhënësit u referohen si akterë socialë, që bëjnë marrëveshje institucionale në të cilën punojnë (Black, 2002). Është e vërtetë se e gjithë 'loja' e marrëdhënieve të punonjësve luhet mes punëtorëve dhe punëdhënësve dhe, atë, jo vetëm në bazë të kushteve të politikave, që punëdhënësit e planifikojnë në linjë me objektivat e organizatës dhe e cila duhet të mbështetet nga punëtorët.

Në këtë kontekst, në mënyrë natyrale do të ketë agjenda dhe interesa të ndryshme në mes të secilës palë. Në disa kultura këto agjenda dhe interese bëhen përmes sindikatave dhe në disa janë të shtyer nga vetë stafi në nivel individual, posaçërisht në rastet kur është e zhvilluar matja dhe vlerësimi i paraqitjes. Përveç kësaj, varësisht nga vlerat lidhur me këto interesa nga kulturat e ndryshme, punonjësit do t'i japin prioritet posaçërisht interesave të kulturave të ndryshme.

Një shembull i ndikimit të vlerave të kulturës kombëtare dhe metodave të sjelljes së njerëzve në organizatë është shpjegimi i Crosier-it për sistemin e marrëdhënieve të industrisë franceze, ku identifikoi problemin themelor, që janë vështirësitë e komunikimit të drejtpërdrejtë mes punëtorëve dhe sindikatave dhe punëtorëve dhe menaxhmentit.

Kjo shkon paralel me frikën e marrëdhënieve ballë për ballë dhe izolimin e grupeve shoqërore, që gjenden në modelin e tij të burokracisë dhe që prapë i ka rrënjët në kulturën franceze.( Ky shpjegim është për rëndësinë e shtetit dhe centralizimi burokratik në marrëdhëniet e industrisë franceze dhe për mungesën e kompromisit gjatë debatit përmes ujdisë kolektive). Ajo shpjegon sigurinë në aktivitetin politik

kombëtar, sesa në ujdinë lokale. Si një punëdhënës i madh, shteti ka një ndikim të rangut të gjerë çështjesh. Problemet me disiplinë dhe kushtet e punës janë lënë kryesisht punëdhënësit, duke refuzuar që sindikatat të kenë rolin e tyre. Shteti luan një rol të madh në pezullimet përmes “inspektorëve të punës”. Në ujdinë rreth pagës, punëdhënësit kanë të bëjnë vetëm me sindikata të pakicave, duke refuzuar sindikatat e mëdha, që të jenë pjesë e marrëveshjes”(Black, 2002).

### **Kultura kombëtare dhe paga**

Në përgjithësi, paga definohet si kompensim për punën e bërë dhe konsiderohet nga punëtorët si çështje shumë e rëndësishme, pasi që ajo (paga) përcakton edhe standardin jetësor, e gjithashtu edhe mirëqenien si dhe të ardhmen e tyre dhe familjeve të tyre. Mund të supozojmë se kamja e një standardi të mirë apo të duhur është vlerë nëpër të gjitha kulturat. Duke ditur dallimet kulturore në pikëpamje të vlerësimit të punës, që kompensohet në pikëpamje të elementeve të kompensimit, dikush mund të konkludojë se mund të ketë ndikime të ndryshme kulturore në atë se si menaxhohet dhe kuptohet paga.

Për shembull, është vërtetuar se menaxhmenti i pagës varet në masë të madhe nga anëtarësia e sindikatës, si pjesë e vlerave kulturore, që punëtorët i lidh me sindikatat si mënyrë e paraqitjes së brengave dhe kërkesave të tyre dhe duke komunikuar në mënyrë kolektive me punëdhënësin. Si shembull, “rritja e organizatave të sektorit të shërbimeve me anëtarësi me nivel më të ulët të sindikatës ka siguruar se ujdite kolektive tani mbulojnë vetëm një pakicë të punëtorëve në Britaninë e Madhe” (Torrington, Hall & Taylor, 2005). Gjithashtu, është thënë se “përvojat e vendeve të tjera janë të ngjashme, por mbesin reajonet si Evropa Lindore dhe Skandinavia, ku ujdite kolektive janë vendimtare për nivelin e pagës” (Torrington, Hall & Taylor, 2005).

Është e kuptueshme se në të gjitha ekonomitë, shpenzimet e punës caktohen nga faktorët ekonomikë, siç janë tregu i punës, çmimi i prodhimeve apo shërbimeve, kërkesa e tregut për produkte dhe shërbime etj. Sido që të jetë, edhe pse sasia e kompensimit është shumë e rëndësishme, dallimet kulturore janë të identifikuar nga vlerat e lidhura në format e ndryshme të kompensimit brenda pakos së pagesës.

Gjatë përpjekjes që të definohet pakoja e pagesës, mund të dakordohemi që “kompensimi tradicionalisht është i ndarë në tre komponente: (1) rroga, paga direkte e punëtorit në këmbim për kryerjen e punës së caktuar, (2) stimulimet, pagesat (përfshirë edhe bonuset), që i bëhen punëtorit për paraqitjen e nivelit të lartë të individit apo grupit, dhe (3) benificionet, si kombinim i kostove juridike mandatore (p.sh. sigurimi i papunëve) dhe kompensime tjera jashtë rrogës (p.sh. sigurimi shëndetsor), që japin shumën e përgjithshme të kompensimit për një punëtor të caktuar.

Duke shikuar te kulturat e ndryshme në shoqëri të ndryshme, dikush lehtë mund të thotë se këto komponente të pagesës janë vlerësuar ndryshe. Për shembull, në një shoqëri të moshës së re siç është Kosova, ku gjysma e popullatës është nën 25 vjeç

(Zyra e Statistikave e Kosovës, 2005), “vlerë më e vogël i është dhënë beneficioneve si pensioni dhe sigurimi shëndetësor, krahasuar me vlerën e dhënë posaçërisht ndaj rrogës direkte, si dhe pagesave stimuluese”(Krasniqi, 2006). Sido që të jetë, stimulimet, kur paraqitja e individit merret parasysh, mund të jenë më pak të vlerësuara në shoqërinë kolektive, ku përgjegjësia individuale nuk është vlerë e fuqishme.

Një studim hulumtues i bërë nga Townsend, Scott dhe Markham, që hulumton marrëdhëniet mes dallimeve në bazë të vendit dhe kulturës në praktikata e pagesës, tregon se kultura ka efekt të rëndësishëm gjatë praktikave të pagesës. Më tutje, konkludon se “rrogat, kompensimet tjera, si dhe përpjesa e dyshit, të gjitha janë të ndikuara nga bashkimi kulturor” (Townsend, Scott dhe Markham, 1990).

### **Përfundim**

Edhe pse ekzistojnë zëra që sugjerojnë se kultura kombëtare dhe kultura në përgjithësi nuk ka ndikim në menaxhimin e burimeve njerëzore, siç është pohuar nga Hofstede apo Crosier, p.sh, (Bleck, 2002), ekziston dëshmi e mjaftueshme të jepet përfundimi se rëndësia e kulturës është domethënëse, të mos themi kyçe, posaçërisht në definimin dhe kuptimin e marrëdhënieve, si dhe menaxhmentin e perceptcionit rreth pagesës.

Siç diskutuam në këto shkresa, rëndësia e kulturës është shpjeguar me faktin se individët bartin me vete vlerat, besimet, praktikata dhe sjelljet nga kultura e tyre kombëtare dhe i sjellin në organizata, ndonëse marrëdhëniet e punonjësve në pikëpamje të politikave të marrëdhënieve dhe organizimit varen nga kultura e organizimit që krijohet.

Në kushtet e afarizmit ndërkombëtar, është dëshmuar gjithashtu se “qëndrimet dhe sjelljet e pandjeshme kulturore burojnë nga injoranca apo nga besimet e udhëhequra gabimisht, jo vetëm që janë të arsyeshme, por shpesh shkaktojnë edhe dështimin e afarizmit” (Gerhard dhe Fang, 2005).

Rëndësia e kulturës së menaxhmentit të pagës është njëjtë e lartë. Pasi që kulturat e ndryshme perceptojnë praktika të ndryshme të pagës dhe u lidhin vlera të ndryshme, është me rëndësi të skajshme që të merren në konsideratë vlerat kulturore sa i përket pagës, nëse dëshirojmë të kemi menaxhment të shëndoshë të burimeve njerëzore, ku kënaqësia e punëtorëve, efikasiteti dhe produktiviteti janë në nivel të lartë.

Në këtë suazë, Townsend, Scott dhe Markham (1990) shpjegon se si “dobitë e të të kuptuarit të dallimeve ndërkombëtare në praktikata e pagesës anë dyshtresore: (1) shpresa e punëtorëve është plotësuar më mirë dhe (2) kompanitë do të jenë në gjendje që të rregulojnë buxhetin e tyre të pagave, me përqendrim në çështjet e pagesës, që me të vërtetë janë relevante ndaj fuqive të ndryshme punëtorë”.

**Literatura:**

1. Black, Boyd (2002) 'National Culture and Comparative Industrial Relations Theory', Belfast, School of Management and Economics, Queens University of Belfast, pp. 12-23
2. Common, Richard (2006) 'Human Resources Management and Development', London, Centre for Financial and Management Studies, SOAS University of London
3. Fang, Tony (2006) 'From "Onion" to "Ocean" – Paradox and Change in National Cultures', *Int. Studies of Mgt. & Org.*, vol. 35, no. 4, Winter 2005-6, M.E. Sharpe, Inc., pp. 71-88
4. Gerhart, Barry & Fang, Meiyu (2005) 'National culture and human resource management: assumptions and evidence', *International Journal of Human Resource Management* 16:6, Taylor and Francis Group Ltd., pp. 973
5. Hofstede, Geert (2003) 'Cultural Dimensions', <http://www.geert-hofstede.com/>
6. Jackson, Terence (2002) 'The Stakeholder Organization: The Post Colonial Model', *International HRM: A Cross-Cultural Approach*, London, Sage, pp. 203
7. Shemsi Krasniqi (2006) 'Intervju me Shemsi Krasniqin, ligjërues në Studimet Kulturore të Universitetit të Prishtinës', Prishtinë (Shtator 2006)
8. Sparrow, Paul and Wu, Pei-Chuan (1997) 'Does national culture really matter – Predicting HRM preferences of Taiwanese employees', *Employee Relations*, Vol. 20 No. 1, MCB University Press, pp. 26-32
9. Zyra e Statistikave të Kosovës (2006) 'Statistikat e Përgjithshme, Kosova në shifra 2005', Prishtinë, Zyra e Statistikave të Kosovës (2006), fq. 5, 10
10. Torrington, Derek; Hall, Laura; Taylor, Stephen (2005) 'Human Resource Management', Essex, Pearson Education Limited, pp. 604
11. Townsend, Anthony M; Scott, K. Dow; Markham, Steven E; (1990) 'An Examination of Country and Culture-Based Differences in Compensation Practices', *Journal of International Business Studies*, Vol. 21, No. 4 (4<sup>th</sup> Qtr, 1990), pp. 667-674

*Ma Mytaher Haskuka, Phd kandidat*

## PERCEPTIMET E KORRUPSIONIT NË KOSOVË

### Hyrje

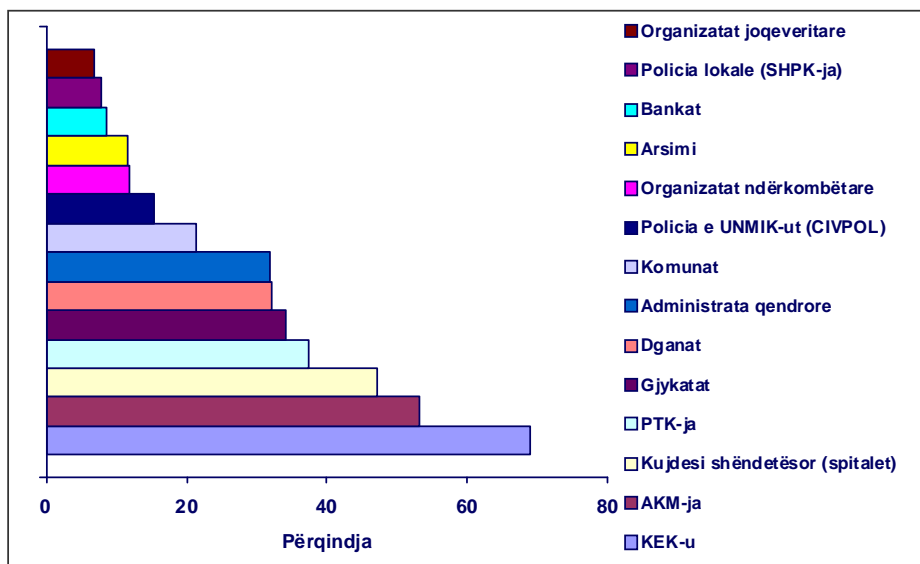
Ky shkrim është botuar po ashtu si një kapitull i Raportit të Paralajmërimit të Hershëm, të bazuar në hulumtimet e opinionit me një mostër reprezentative të kryera në muajt Maj dhe Qershor 2008 dhe të financuara nga USAID dhe UNDP (shih Aneksin Metodologjia).

Shkrimi së pari do të paraqet analizën e shkurtër për perceptimet e korrupsionit, sipas disa faktorëve demografikë, dhe marrëdhënia e këtyre perceptimeve me treguesit ekonomikë dhe psikosocialë. Së dyti, analiza do të paraqet trendet në lidhje me raportimin, sipas shërbimeve të ndryshme publike dhe faktorëve demografikë për kushtëzimin e shërbimeve publike me ryshfet, dhurata dhe favore tjera.

### Perceptimet e korrupsionit

Në përgjithësi, përqindja e atyre që mendojnë se ka korrupsion në shkallë të madhe në institucione/organizata të ndryshme është bukur e lartë. Për 7 nga gjithsej 14 subjekte, 30 për qind e kosovarëve mendojnë se korrupsioni është i pranishëm në “shkallë të madhe” (shiko ilustrimin 6.1)

### Ilustrimi 6.1: Perceptimet e pranisë së korrupsionit “në shkallë të madhe” në institucionet e Kosovës



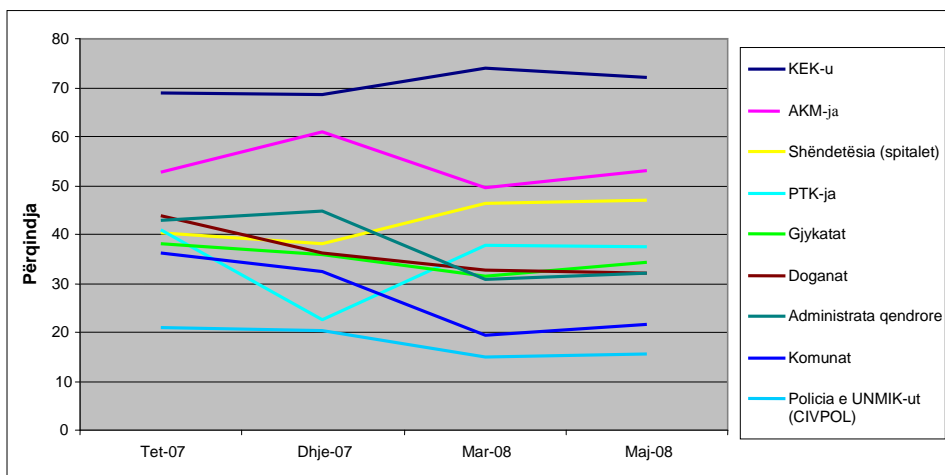


Sikurse është vërejtur në anketat e mëparshme, KEK-u dhe AKM-ja vazhdojnë listën e institucioneve të Kosovës, të cilat perceptohet se kanë korrupsion “në shkallë të lartë”, rreth 69 për qind e të anketuarve mendojnë se ka korrupsion të shkallës së lartë në KEK dhe 53 për qind e të anketuarve kanë mendim të njëjtë për AKM-në.

Duke analizuar trendet e kohëve të fundit, KEK-u dhe AKM-ja, për herë të parë, janë përcjellë nga sektori shëndetësor (spitalet). Në anketën e majit 2008, rreth 47 për qind e të anketuarve besonin se ka korrupsion në sektorin shëndetësor, kundrejt 38 për qind të cilët mendonin këtë në dhjetor 2007.

Në anën tjetër, numri i atyre që perceptojnë korrupsionin në shkallë të madhe në administratën qendrore ka rënë nj 32 për qind nga 45 për qind sa ka qenë në anketën e dhjetorit 2007. Trend të ngjashëm mund të shihen në lidhje me komunat – në tetor 2007 më shumë se 36 e të anketuarve kanë menduar se ka korrupsion brenda këtij institucioni, përderisa në maj 2008 ky perceptim ka rënë në 21 për qind (shih ilustrimin 6.2).

**Ilustrimi 6.2: Përqindja e të anketuarve, të cilët mendojnë se ka korrupsion në shkallë të madhe në institucione të ndryshme, për periudhën tetor 2007- maj 2008.**



### Shkalla e perceptimit të korrupsionit

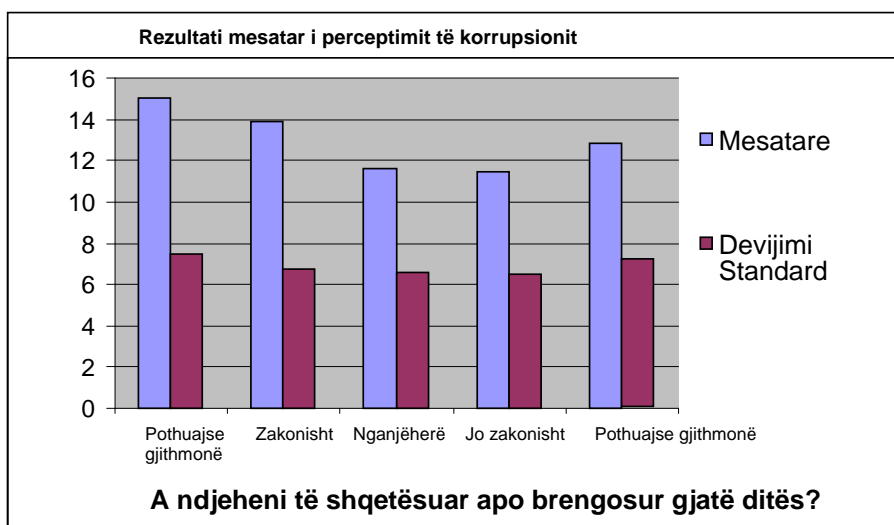
Për analiza më të thella të faktorëve të ndryshëm (ndryshoret demografike dhe psikosociale), të cilët mund të kontribuojnë në rritjen e perceptimeve për korrupsion, është përlllogaritur një ndryshore e vazhdueshme për secilin të anketuar, duke i shtuar asaj përgjigjet pohuese (d.m.th. korrupsioni i pranishëm në “shkallë të mesme” ose “shkallë të lartë”) ndaj pyetjes për praninë e korrupsionit në institucione. Ndryshorja e cila doli si rezultat i kësaj është quajtur “shkalla e perceptimit të korrupsionit”. Kjo është përdorur si ndryshore e varur dhe për analiza statistikore (korelacion, regresion

dhe ANOVA (analizat e mospërputhjes)) për të identifikuar faktorët e rëndësishëm dhe marrëdhëniet me ndryshoret demografike dhe psikosociale.

Përkitazi me faktorët demografikë sikurse janë gjinia, vendbanimi, regjioni dhe papunësia, nuk është regjistruar ndonjë lidhje e rëndësishme. Lidhja e vetme e rëndësishme është gjetur sa i përket moshës; ku me rritjen e moshës rritet edhe shkalla e perceptimit të korrupsionit.

Në anën tjetër, analizat e marrëdhënieve në mes të shkallës së perceptimit të korrupsionit dhe faktorëve të ndryshëm psiko-social (d.m.th. ndjenja e shqetësimit, pesimizmi ekonomik, pesimizmi politik, gatishmëria për të protestuar për arsye politike dhe gatishmëria për të protestuar për arsye ekonomike) kanë zbuluar rezultate të rëndësishme<sup>5</sup>. Ata që u përgjigjen se ndjehen pothuajse gjithmonë të shqetësuar apo brengosur kanë pasur perceptime dukshëm më të larta për korrupsionin sesa ata që vetëm nganjëherë ose kurrë nuk ndjehen të brengosur apo shqetësuar gjatë ditës.

### Ilustrimi 6.3 Rezultati mesatar i perceptimit të korrupsionit sipas ndjenjës së shqetësimit.



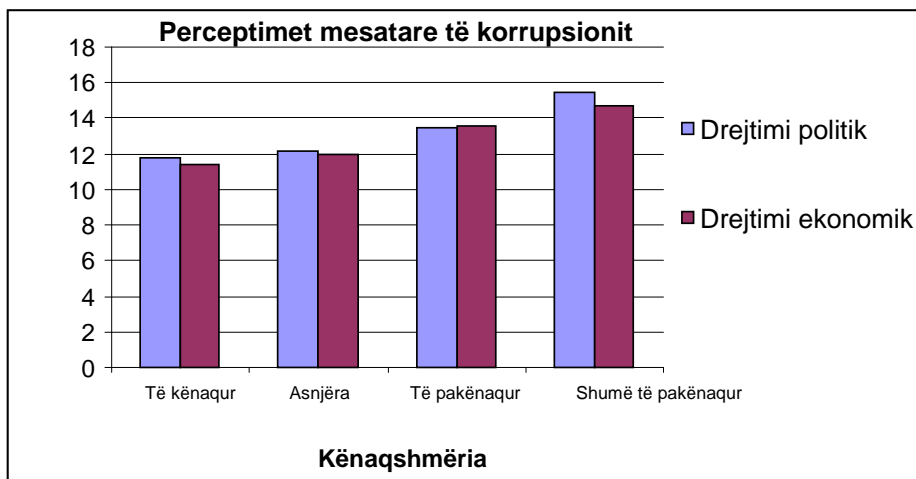
Ngjashëm, analizat e marrëdhënieve në mes të kënaqshmërisë<sup>6</sup> me drejtimet politike dhe ekonomike në Kosovë dhe perceptimet e korrupsionit kanë zbuluar se ata, të cilët janë më pesimist për drejtimin politik dhe ekonomik të Kosovës kanë perceptim më të

<sup>5</sup> Analizat janë bërë me ANOVA duke marrë parasysh strukturën e grupeve dhe perceptimet e tyre për korrupsionin si ndryshore të varura dhe pyetjet për pesimizmin dhe protestën politike, pesimizmin ekonomik dhe protestat dhe ndjenjat e shqetësimit si ndryshore të pavarura.

<sup>6</sup> Gjatë analizave një grup shumë i kënaqur edhe për çështjet ekonomike e edhe politike nuk është marrë parasysh në analiza meqë numri i të anketuarve për këto grupe ka qenë shumë i vogël për të bërë analiza të duhura.

lartë për korrupsionin. Në mënyrë specifike, ata të cilët janë më pak të kënaqur, perceptojnë se korrupsioni është shumë më shumë i pranishëm brenda institucioneve në krahasim me ata të cilët janë më tepër të kënaqur (ilustrimi 6.4)

**Ilustrimi 6.4: Perceptimet e shkallës së korrupsionit sipas përgjigjeve në pyetjet në lidhje me kënaqshmërinë me drejtimin ekonomik dhe politik të Kosovës.**



Ngjashëm, rezultate të rëndësishme janë vërejtur kur të anketuarit janë grupuar sipas përgjigjeve të tyre për protestë politike apo ekonomike. Të anketuarit të cilët kanë qenë më tepër të gatshëm për të protestuar për arsye ekonomike kanë pasur perceptim më të lartë të shkallës së korrupsionit sesa ata të cilët nuk kanë dashur të protestojnë. Ngjashëm, të anketuarit të cilët ishin më të gatshëm për të protestuar për arsye politike kanë pasur perceptim më të lartë të shkallës së korrupsionit sesa ata të cilët nuk dëshiruan t'i bashkohen protestave<sup>7</sup>.

### **Korrupsioni dhe ofrimi i shërbimeve publike**

Sipas kësaj ankete, rreth 10 për qind e të anketuarve (apo rreth 125 persona) kanë raportuar se nga ta është kërkuar një “favor” i ndonjë lloji të caktuar kur ata kanë qenë

#### <sup>7</sup> **Drejtimi i ndikimit**

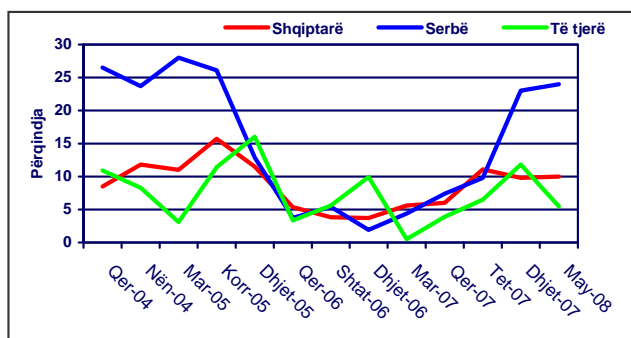
Drejtimi i ndërveprimit është vështirë për t'u përcaktuar me anë të anketave. Për shembull, nuk ka mundësi për të ofruar shpjegime nëse ndjenja e shqetësimit shkakton perceptim më të lartë të shkallës së korrupsionit apo ndoshta perceptimet e shkallës së korrupsionit shkaktojnë shqetësime të njerëzimit. Sidoqoftë, mund të jemi të sigurt se këto rezultate tregojnë se ka marrëdhënie pozitive në mes të perceptimeve të korrupsionit dhe ndjenjës së shqetësimit, pesimizmit politik, pesimizmit ekonomik, gatishmërisë për të protestuar për arsye politike dhe gatishmërisë për të protestuar për arsye ekonomike.

duke iu qasur shërbimeve publike në ndonjë kohë të caktuar gjatë 12 muajve të kaluar.

Numri i përgjithshëm i njerëzve të cilët kanë përjetuar korrupsionin gjatë shfrytëzimit të shërbimeve ka ndryshuar në mes të 5 për qind dhe 10 për qind, gjatë katër viteve të fundit, që nga koha kur korrupsioni është inkorporuar në anketat e SPH-së. Këto shifra ndryshojnë sipas përkatësisë etnike me ndryshimet më të mëdha të vërejtura te bashkësia serbe.

Në anketën e fundit, rreth 24 për qind e serbëve kanë raportuar “kushtëzimin e shërbimit publik”. “Kushtëzimi” ka qenë më i ulëti në mesin e pakicave të tjera etnike, me vetëm 5 për qind, përderisa te të anketuarit shqiptarë ka qenë 10 për qind.

**Ilustrimi 6. 5: Zyrtarët publikë kushtëzojnë ofrimin e shërbimeve, duke kërkuar rryshfet, dhurata dhe favore të tjera.**



### Diskutime dhe përfundime

Ka shumë pak të dhëna empirike për të nxjerrë konkluzione të prera rreth gjendjes së korrupsionit në Kosovë sot, por dëshmitë janë duke u mbledhur se numër i konsiderueshëm i qytetarëve janë duke gjetur se disa transaksione “nën tavolinë” janë të nevojshme për t’iu qasur shërbimeve themelore publike.

Përpjekjet e fundit të qeverisë për të zbatuar strategjinë kundër korrupsionit për Kosovën meritojnë mbështetje të gjerë. Kjo nuk është vetëm rreth zënies së rasteve me profil të lartë, vlera të mëdha. Po ashtu, ka të bëjë me të drejtat e të gjithëve për t’iu qasur shërbimeve themelore publike, nga të cilat varet secili kosovar.

Sipas Transparency International (TI)<sup>8</sup>, nëntë nga çdo dhjetë shtete në zhvillim kanë nevojë për të luftuar korrupsionin. Sipas Indeksit për Perceptimin e Korrupsionit të TI-së, shtetet në regjionin e Ballkanit kanë nivele të larta të korrupsionit së bashku me 50 për qind të botës në zhvillim.

<sup>8</sup> <http://www.transparency.org>

Literatura për korrupsionin zbulon se karakteristikat e zakonshme në të gjitha shtetet me nivel të lartë të korrupsionit përfshijnë:

- Pjesa më e madhe e tyre janë të pazhvilluara apo në zhvillim. Dominojnë aktivitetet e ekonomisë së hirtë. Monopolet apo kompanitë shtetërore kanë pjesë të madhe në aktivitet ekonomike; inflacioni apo hiperinflacioni ka qenë përjetuar në të kaluarën apo të tanishmen.
- Pjesa më e madhe e këtyre shteteve kanë përjetuar totalitarizmin dhe/ose konfliktet qytetare në të kaluarën. Edhe pse pjesa më e madhe kanë demokraci të zgjedhura dhe karakterizohen si demokraci, institucionet demokratike janë në nivele të ndryshme të zhvillimit.
- Papunësia është e lartë dhe shteti provon të zbusë papunësinë duke siguruar vende pune në shërbimin civil/sectorin publik. Ata të cilët janë të punësuar në shërbimin civil/sectorin publik kanë paga të ulëta dhe varësisht nga madhësia e familjes së tyre mund të konsiderohet se jetojnë nën apo afër kufirit të varfërisë.
- Shoqëria civile dhe media nuk janë të zhvilluara aq sa duhet apo janë të dobëta.

Krahas këtyre karakteristikave të zakonshme, puna zhvillimore zbulon se çrregullimet e politikave (ndryshimet e shpeshta në politika me rregulloret të cilat bien ndesh njëra me tjetrën dhe me politika të cilat nuk janë harmonizuar në mes të niveleve të ndryshme të qeverisë), nivelet e larta të pabarazisë së të hyrave dhe mungesa e konkurrencës, e cila është shpesh e pranishme krahas korrupsionit endemik. Nxjerra e argumenteve të qarta sa i përket shpeshtësisë së manifestimit të kësaj është e vështirë. Pabarazitë në nivelin e të hyrave, mund të argumentohen edhe si arsye e edhe si pasojë e korrupsionit.

### **Në lidhje me këtë listë gjërash të ndërlidhura me korrupsionin – Kosova përmbush të gjitha kriteret.**

Sipas analizave, perceptimet në pyetjet e ndryshme ekonomike dhe politike janë të ndërlidhura me perceptimet e korrupsionit dhe perceptimet e korrupsionit mund të shprijnë deri te pesimizmi më i lartë dhe ndjenja e shqetësimit, e cila, në anën tjetër, mund të shtyjë njerëzit deri te rasti që ata të mos respektojnë sundimin e ligjit dhe të përmbushin obligimet e tyre si qytetar.

Ngjashëm, literatura për korrupsionin zbulon se korrupsioni mund të jetë një rreth vicioz dhe mund të jetë m'u ai që krijon dinamikën e tij dhe fuqizon vetveten. Për shembull, kur papunësia është e lartë dhe qeveria është duke u ballafaquar me zgjedhjet, ajo mund të provojë të zbusë papunësinë duke ofruar vende të punës në shërbimin civil.

Ky veprim tërheq pas vetes inflacionin, i cili bën që të ardhurat e nëpunësve civilë të bien, të cilët tani të ballafaquar me varfëri, shikojnë mundësi për të gjetur burime alternative përveç pagës së tyre. Rritja e korrupsionit mund të pengojë në investimet e

drejtpërdrejta nga jashtë, krijon konkurrencën e pabarabartë dhe ndikon në përgjithësi në ekonomi, duke shkaktuar kështu papunësi të madhe.

Krizat me energji elektrike në Kosovë mund të jenë një ilustrim i mirë i këtij “rrethi vicioz”. Një numër i konsiderueshëm i konsumatorëve në Kosovë nuk paguajnë drejtpërdrejtë energjinë e shpenzuar elektrike, sidoqoftë, në anën tjetër të gjithë kosovarët paguajnë energjinë elektrike përmes zhvillimit të dobët ekonomik, investimet e pakta dhe shkallën e lartë të papunësisë, të cilat ndërlidhen drejtpërdrejtë me furnizimin e paqëndrueshëm me energji elektrike.

Për më tepër, kosovarët paguajnë për energjinë elektrike përmes tatimeve si dhe përmes transfereve nga Buxheti i Konsoliduar i Kosovës (BKK)<sup>9</sup> KEK-ut në mënyrë që të financojë deficitin e krijuar nga borxhlinjtë e KEK-ut.

Është në interesin e qytetarëve të paguajnë faturat e tyre të energjisë elektrike dhe të kenë fondet e tyre nga BKK-ja të drejtuara kah rritja e pagave të shërbyesve civilë, për shembull, ose kah investimet në arsim dhe shëndetësi. Shumë pak nuk do të pajtoheshin me këtë argument. Kështu që përse sistemi nuk po punon? Është ndoshta sepse qytetarët nuk janë në dijeni për pasojat e korrupsionit apo ndoshta për shkak se ata nuk konsiderojnë se mospagesën e energjisë elektrike si korrupsion?

Diskutimet e kohëve të fundit dhe debati në media janë hapat e parë në drejtim të luftimit të korrupsionit. Hapi i radhës është për të krijuar konsensusin për këtë çështje dhe për të inkurajuar pranimin se diçka duhet të ndryshojë. Pa e zgatur për çështjen e rastësisë, duhet të ketë një debat për politikën rreth asaj se ku duhet të thyhet ky rreth vicioz, para se intervenimi të mos jetë shumë vonë.

Hulumtimet në vendet e ndryshme të botës kanë treguar se liria e shtypit dhe pavarësia e gjyqësorit po ashtu janë elemente të rëndësishme në reduktimin në media dhe zhvillimit të një kulture të gazetarisë hulumtuese, e cila është e fuqishme. Do të jetë vendimtare për të siguruar se palët relevante/akterët kanë qëndrim të njëjtë në drejtim të të gjitha grupeve të interesit kur jemi te korrupsioni – diçka që mund të thuhet se mungon, së paku te mediat e Kosovës.

Sa i përket gjyqësorit dhe sistemit ligjor, Parlamenti duhet të intensifikojë punën e tij për të siguruar vendosjen e një kornize të fortë legjislativë.

Autoritetet kosovare dhe bashkësia ndërkombëtare duhet të punojë në sistemet për të shtuar llogaridhënien e gjyqësorit, përderisa kujdes i veçantë duhet t’i kushtohet krijimit të mekanizmave për mbikëqyrjen dhe përcjelljen e sektorit të sigurisë nga ana e shoqërisë civile (ndoshta diçka sikurse monitorimi që shoqëria civile bëri gjatë zgjedhjeve të fundit, që sigurisht se është një nga sukseset e Kosovës, veçanërisht kur

---

<sup>9</sup> . Vetëm për gjashtë vite (2002-2007) rreth 126 milionë euro (200 milionë dollarë amerikan) i janë transferuar KEK-ut nga BKK-ja. Shih RZHNJK 2007, Energjia për Zhvillim, UNDP Kosovë, 2007 ([www.ks.undp.org](http://www.ks.undp.org)).

krahasohet me regjionin). Në përgjithësi, demokracia nuk është vetëm për të votuar, por edhe për të drejtën dhe përgjegjësinë për të mbikëqyrur institucionet demokratike dhe vlerësimin e përmbushjes së detyrave dhe funksioneve nga ana e tyre.

## **Aneks**

### **Metodologjia**

Projekti i Sistemit të Kosovës për paralajmërimin e hershëm është komponent i kornizës regionale të UNDP-së për paralajmërimin e hershëm. Përmes projektit tentohet të ngrihen kapacitetet e analistëve vendorë, që të parashohin krizat e mundshme dhe që të japin këshilla për politikat e parandalimit të krizave.

Raportet e paralajmërimin të hershëm hartohen çdo tre muaj. Projekti bashkëfinancohet nga USAID-i dhe UNDP-ja.

Anketa (maj 2008) është bazuar në intervistat sy me sy, dhe ka përfshirë 1.310 të anketuar: 874 shqiptarë, 200 serbë dhe 236 të anketuar të pakicave të tjera të Kosovës. Mostra është përzgjedhur përmes metodës së mostrës së rëndomtë dhe është shtresuar në bazë të regjioneve gjeografike, që bazohen në kodet telefonike të rajoneve (7), në komuna (30) dhe me përpjesëtim urban – rural (1:1).

Kjo mostër përfaqësuese e Kosovës është përllogaritur me nivel të besueshmërisë prej 95 për qind, që nxjerrë intervalin e besueshmërisë prej (CI) of +/- 2.71.

Ky Raport i Paralajmërimin të Hershëm është numër special – Raporti i Paralajmërimin të Hershëm i Kosovës nr. 20/21, që mbulon periudhën prej janarit deri në qershor të vitit 2008, të bazuar në të dhënat nga anketa e majit 2008. Kapitulli 5 i këtij raporti është i bazuar në të dhënat e një ankete të shkurtër, të bërë kah fundi i marsit dhe fillimi i prillit 2008.

*MSc. Orhan Çeku*

## **NDARJA E PËRGJEGJËSIVE NË NIVELET HIERARKIKE PËR PLOTËSIMIN E NEVOJAVE PUBLIKE**

### **Shqyrtime të përgjithshme**

Ndarja e përgjegjësive ndërmjet niveleve hierarkike paraqitet si nevojë e domosdoshme dhe praktike për të mundësuar funksionim më të mirë të pushtetit shtetëror, plotësimin e nevojave publike dhe ofrimin e shërbimeve konform kërkesave të qytetarëve.

Ndarja e kompetencave midis shkallëve të ndryshme të pushtetit varet nga një tërësi faktorësh që kanë natyrë të ndryshme midis tyre. Në radhë të parë kemi dispozitat kushtetuese, që përcaktojnë natyrën e shtetit unitar ose federativ, detyrat dhe fuqitë e shkallëve të ndryshme të pushtetit, si dhe normat që rregullojnë marrëdhëniet midis tyre. Por, kushtetuta nuk është as e pandryshueshme dhe as fikse: ajo mund të ndryshojë më kohë dhe të jetë subjekt interpretimesh të ndryshme.<sup>10</sup>

Një rol themelor për të definuar kompetencat financiare, por edhe kompetencat në fushat tjera të qeverisjes midis shkallëve të pushtetit shtetëror me rastin e miratimit të kushtetutës si akti më i lartë juridiko-politik, marrin arsyet me karakter politiko-historik.

Shoqëria civile, por, edhe debati me qytetarët, janë faktorë që nuk duhet anashkaluar me rastin e përcaktimit juridik të kompetencave dhe rregullimit menaxherial ndërmjet njësive të qeverisjes shtetërore. Zaten edhe procesi i qeverisjes institucionale ka për synim menaxhim efikas dhe transparent me burimet e përdorshme brenda një hapësire gjeografike dhe territoriale si: ato njerëzore (humane), po ashtu edhe burimet kapitale apo pasurore.

Në shekullin tonë kemi parë një transferim progresiv funksionesh nga entet e një shkalle më të ulët tek ata të një shkalle më të lartë, transferim që ka pasur arsye të shumta e të ndryshme, të cilat lidhen me ndarjen qoftë të funksioneve qoftë të pushtetit financiar.<sup>11</sup> Mirëpo, ky transferim kompetencash nga niveli më i ulët te niveli më i lartë i takon të kaluarës historike, për faktin se sot më të madhe, jo vetëm që diskutohet, por edhe është bërë real fakti i transferimit të kompetencave nga niveli qendror në atë lokal.

Ndarja e kompetencave në mes të shkallëve të ndryshme të pushtetit është kusht i domosdoshëm (condicie sine qua non) për funksionimin e shtetit liberal-demokratik. Cilat organe të pushtetit ofrojnë shërbime dhe mirëqenie më të mirë për qytetarët dhe ngritjen e infrastrukturës, realizimin e punësimit, zhvillimin ekonomik e social, pastaj

<sup>10</sup> Mario Leccisotti, "Leksione të Shkencës së Financave", ELITE- Shtëpia Botuese & Library , fq.568

<sup>11</sup> Po aty



krejt në fund kush i njeh më mirë nevojat e qytetarëve nëpër njësitë e ndryshme të qeverisjes, janë pyetje që vazhdimisht shtrohen për diskutim.

Arritja e modelit më të përshtatshëm për realizimin e synimeve të parapara me akte juridike-kushtetuese, si dhe me aplikimin e politikave dhe strategjive kombëtare, rezulton me krijimin e superstrukturës institucionale efikase dhe me funksionalizimin e shtetit të mirëqenies sociale (welfare state).

Ndarja e përgjegjësiave është komplekse dhe parasëgjithash varet nga struktura e shtetit dhe numri i njësive politike-territoriale. Çdo vend i ka edhe specifikat e veta, p. sh. Zvicra ka një autonomi të madhe regionale dhe është e ndarë në kantone, të cilat kanë karakteristika të shteteve sovrane, pastaj Gjermania është e ndarë në Lande, të cilat po ashtu kanë një pavarësi nga qendra. Nëse marrim për krahasim vendet që e kanë kaluar fazën e tranzicionit demokratik atëherë kuptojmë se këto vende janë përballur me probleme të mëdha për gjetjen e modelit më të përshtatshëm të strukturës organizative institucionale.

Vendet si Kroacia, Sllovenia, Maqedonia dhe Shqipëria, kanë aplikuar një sistem decentralizimi të madh apo kanë bërë transferim të kompetencave nga nivelet qendrore në ato lokale, mirëpo këto vende po përballen me probleme të vazhdueshme për shkak se njësitë më të vogla nuk po kanë qëndrueshmëri financiare apo inkasimi i të hyrave vetanake përbën problem në vete.

Për t'i përcaktuar kompetencat financiare në mes të niveleve të ndryshme të pushtetit, duhet t'i kthehemi legjislacionit të aplikueshëm në Kosovë. Në vazhdim të këtij punimi do flasim për kompetencat financiare të organeve qendrore dhe atyre lokale, të cilat i ka përcaktuar ligjvënësi me dispozita juridike në vendin tonë. Vëmëndje të posaçme do t'i kushtojmë kompetencave të nivelit lokal të pushtetit.

### **Niveli qendror**

Sistemi i institucional në vendin tonë është organizuar ashtu që përbëhet prej institucioneve qendrore dhe atyre lokale. Organet qendrore janë Kuvendi i Kosovës, pastaj Kryetari dhe Qeveria së bashku me Ministrinë (si dhe institucionet tjera të pavarura). Niveli lokal përbëhet nga komunat, të cilat shtrihen përgjatë një territori dhe më emër të caktuar, që i karakterizon historia dhe tradita e përbashkët, por të cilat edhe janë të përcaktuara me dispozita pozitive vendore. Ndarja territoriale në vendin tonë nuk është e përzier me rregullim tjetër kushtetues ligjor si Qarqe apo Rrethe, Bashki, Prefektura etj.

Njësinë politiko-territoriale në vendin tonë e përbën Komuna, me madhësi territoriale dhe popullsi të ndryshme. Kushtetuta e Republikës së Kosovës e parasheh kështu në kapitullin e X- Neni 124: Njësi themelore e vetëqeverisjes lokale në Republikën e Kosovës është komuna. Komunat gëzojnë shkallë të lartë të vetëqeverisjes lokale dhe inkurajojnë e sigurojnë pjesëmarrje aktive të të gjithë qytetarëve në procesin e vendimmarrjes së organeve komunale.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Kushtetuta e Republikës së Kosovës, kapitulli i X-, s neni 124

Niveli i kompetencave dhe shkalla e decentralizimit të pushtetit varen para së gjithash nga sistemi qeverisës i një vendi; a është i organizuar pushteti në mënyrë unitare apo federale, apo edhe sistem konfederal, kur të shqyrtohen këto predispozita atëherë qasja shkencore, profesionale e elaborimit është më e lehtë dhe e shpjegueshme. Kushtetuta e Republikës së Kosovës e parashihet Kosovën shtet unitar dhe pushteti ushtrohet nga organet qendrore dhe ato lokale, si njësi të vetme politiko-territoriale të pushtetit vendor.

Në Kosovë për shkak të statusit politik specifik dhe për shkak të fazës transitore, të cilën po e kalon sistemi juridik dhe ekonomik, por edhe ai financiar, si pjesë përbërëse e sistemit ekonomik, nuk është korelativ me situatën ekonomike dhe rrethanat e krijuara. Për këtë arsye edhe definimi i qartë i kompetencave në mes të njësive të ndryshme politiko-territoriale të pushtetit nuk është i përcaktuar saktësisht.

Korniza Kushtetuese (e cila ishte në fuqi deri më 15 qershor 2008) nuk i definonte qartë kompetencat financiare, por vetëm në aspektin e përgjithshëm, gjë që e kemi cekur më lartë në punimin tonë. Mirëpo, me hyrjen në fuqi të Kushtetutës së Republikës së Kosovës, më 15 qershor 2008, dhe miratimit të ligjeve të reja, që rregullojnë këtë sferë të veprimtarisë shoqërore-publike, u krijua një realitet i ri konstitucional-politik në vendin tonë.

Përgjegjësitë për qeverisjen e vendit i moren institucionet legjitime të dala nga vota e popullit. Marrë në përgjithësi, Ministria për Ekonomi dhe Financa është institucioni kryesor financiar në vend. Këtë pohim tonin e mbështesim, duke u bazuar në legjisllacionin aktual në fuqi në Kosovë.

Mirëpo, duhet theksuar se PSSP-ja (Përfaqësuesi Special i Sekretarit gjeneral të Kombeve të Bashkuara) mbante përgjegjësi të theksuar në fushat e politikës ekonomike dhe fiskale, të cilat ushtrohen në konsultim me Këshillin Ekonomik dhe Fiskal (KEF), një organ mbikëqyrës i përbashkët i Qeverisë dhe UNMIK-ut. Pas hyrjes në fuqi të Kushtetutës së Republikës së Kosovës, këto përgjegjësi ushtrohen nga organet vendore të themeluara në bazë të ligjit. Në bazë të Rregullores nr. 2001/19, mbi Degën e Ekzekutivit të Institucioneve të Përkohshme të Vetëqeverisjes në Kosovë, Ministria për Ekonomi dhe Financa i ka këto kompetenca:

- Koordinon zhvillimin dhe siguron realizimin e e balancuar të buxhetit vjetor për institucionet e përkohshme të vetëqeverisjes;
- Krijon buxhete shumëvjeçare dhe programe afatgjata për investime publike në bashkëpunim me IPVQ-të;
- Me institucionet përkatëse për vetëqeverisje të përkohshme dhe, sipas nevojës, me donatorët multilateralë dhe bilateralë koordinon çështjet që kanë të bëjnë me financimin nga donatorët dhe kontributet e dhuruara;
- Siguron përdorimin efektiv dhe transparent të fondeve të donatorëve për qëllimet e akorduara;
- Kryen analiza ekonomike dhe punë kërkimore;
- Regjistron dhe ju raporton IPVQ-ve si dhe Këshillit Ekonomik dhe Fiskal mbi të dalat dhe të ardhurat e buxhetit të IPVQ-ve;

- Përcjell harmonizimin e IPVQ-ve me rregullat në fuqi sa i përket shpenzimeve publike, duke përfshirë furnizimin pa paragjykim ndaj kompetencave të Zyrës së Revizorit të Përgjithshëm.....etj.”<sup>13</sup>

Shkurtimisht thënë “Ministria e Ekonomisë dhe e Financave është përgjegjëse për koordinimin dhe menaxhimin financiar të buxhetit të Kosovës, për zhvillimin dhe zbatimin e politikave fiskale dhe sistemeve administrative, zbatimin e sistemit të kontabilitetit, thesarit, thesarit qendror dhe administratës tatimore.”<sup>14</sup>

### Niveli lokal

Kemi theksuar edhe më parë se ekzistimi i enteve lokale është një fakt real dhe as që paramendohet ushtrimi i pushtetit shtetëror pa ekzistimin e pushtetit vendor.

Dhënia e prerogativave apo bartja e një pjese të administrimit të pushtetit nga organet qendrore në ato lokale në shkencë quhet “vetëqeverisje lokale”. “Vetëqeverisje lokale është subjekt në ndarjen vertikale të pushtetit, në të cilën shteti përkatësisht pushteti qendror është superior ndaj atij lokal. Prej kësaj mund të përfundojmë se vetëqeverisja lokale është autonome, por nuk është tërësisht sovrane”.<sup>15</sup>

Historikisht, madje, mund të thuhet se njeriu fillimisht ka qenë i prirë të formonte grupe të kufizuara, familjen, tribune, fshatin, qytetin, të cilat më vonë kanë shkuar duke u bashkuar në njësi më të mëdha, sidomos për shkak se disa nga grupet fillestare, me anë të luftërave, kanë mposhtur grupet e tjera.<sup>16</sup> Kështu është zhvilluar dhe përparuar ndarja e pushtetit në nivelin qendror dhe në atë lokal.

Mirëpo, niveli i kompetencave ka vazhduar, duke u rritur me zhvillimin e marrëdhënieve ekonomike dhe shoqërore. Po cili është vërtetë argumenti që flet në favor të ekzistimit të enteve lokale? Argumentet e para dhe pothuaj më të rëndësishme janë të prirura të kenë natyrë politiko-shoqërore.<sup>17</sup> Mirëpo, nuk qëndron vetëm ky argument, sepse, arsytimi i ekzistimit të enteve lokale, ka dimensione të shumta dhe dobi shoqërore.

“Në entet më të vogla, qeveria është më pranë nënshtetasve, ua njeh më mirë kërkesat, është në gjendje t’i rrokë më me shpejtësi ndryshimet, mund të kontrollohet më mirë. Nënshtetasit e ndjejnë dhe janë të përfshirë në administrimin e punëve publike dhe, duke i bërë ballë drejtpërdrejtë kostos së shpenzimit publik, bëjnë presion që të shmangët një shtrirje e tij e padrejtë dhe t’i kufizojnë harxhimet e tepërta.”<sup>18</sup>

<sup>13</sup> UNMIK/RREG/2001/19, fq.11

<sup>14</sup> Qeveria e Kosovës, Ministria e Ekonomisë dhe Financave, “Buxheti i Vitit 2006”, fq.64

<sup>15</sup> Robert Dimitrovski&Jove Kekenovski: “Principet e Administratës Publike”, Universiteti “Pjetër Budi”, Prishtinë, 2006

<sup>16</sup> Mario Leccisoti, “Leksione të Skencës së Financave”, fq.570

<sup>17</sup> Vepra e cituar, fq.570

<sup>18</sup> Po aty, fq. 571

Pastaj, pushtetarët më lehtë e udhëheqin një institucion me përmasa territoriale dhe me popullsi të vogël dhe më mirë i njohin kërkesat dhe nevojat e qytetarëve të njësive të vogla të qeverisjes, ku problemet janë më të vogla dhe më të kufizuara.<sup>19</sup>

Një argument tjetër i përfolur shumë dekadën e fundit në favor të enteve lokale është supozimi i mbrojtjes së pakicave kombëtare, që merret për bazë edhe më rastin e decentralizimit në Kosovë, i cili model i ka parakushtet të quhet etnik dhe i motivuar politikisht, do të thotë, me rastin e aprovimit të këtij sistemi nuk janë studiuar implikimet financiare dhe sociale.

Në favor të justifikimit ekonomik të ekzistimit të qeverive apo nivelit lokal të pushtetit flet edhe fakti i efektivitetit.<sup>20</sup> Sa është efektive në përkufizimin dhe plotësimin e nevojave publike qeveria e një vendi në raport me nivelin lokal, kur dihet se politikanët zgjedhen nga votuesit mbi bazën e programeve ekonomike e sociale dhe prirjet për t'i realizuar këto programe. Pastaj, ekzistojnë të ashtuquajturat pasuri publike lokale, që nga përfitimet e tyre përfitojnë banorët lokalë, edhe pse refleksioni ekonomik e përfshin tërë ekonominë kombëtare.

Mirëpo, përkundër përparësive të shumtë, një fakt duhet pasur në konsideratë, se ekzistojnë nevoja publike, të cilat nuk mund të ofrohen në nivel lokal, siç është rasti me mbrojtjen kombëtare, sistemi gjyqësor etj.

Ekziston supozimi se një sistem i pastër i decentralizuar nuk mund të sigurojë mirëqenie sociale për banorët, pa ndihmën e qendrës. Efektiviteti kërkon që ato mallra dhe shërbime, të cilat ndikojnë në tërë vendin, të ofrohen në nivel kombëtar, do të thotë nga qeveria e vendit, nga ana tjetër duket e arsyeshme që të mirat publike lokale, të cilat ofrohen dhe që kanë për qëllim ngritjen e mirëqenies sociale dhe zhvillimit ekonomik në nivelin lokal, të ofrohen nga qeveritë lokale.

“Veprimtaria e organeve të vetëqeverisjes lokale bazohet në Kushtetutë dhe në ligjet e Republikës së Kosovës dhe respekton Kartën Evropiane për Vetëqeverisjen Lokale. Republika e Kosovës merr parasysh dhe zbaton Kartën Evropiane për Vetëqeverisjen Lokale në masën e kërkuar nga vendi nënshkrues.

Vetëqeverisja lokale bazohet në parimet e qeverisjes së mirë, transparencës, efikasitetit dhe efektivitetit në ofrimin e shërbimeve publike, duke u kushtuar kujdes të veçantë nevojave dhe brengave specifike të komuniteteve, që nuk janë shumicë dhe pjesëtarëve të tyre”.<sup>21</sup>

Kemi theksuar edhe më parë se ndërmjet niveleve të pushtetit shtetëror në Kosovë ekziston një konfuzion lidhur me kompetencat dhe përgjegjësitë, që u janë besuar lidhur me plotësimin e nevojave publike. Në njërën anë kompetencat e rezervuara, si dhe ekzistimi i strukturave paralele të qeverisjes që nuk i nënshtrohen juridiksionit të Kosovës, ndërsa në anën tjetër mos-harmonizimi i legjisllacionit në fuqi, kanë krijuar

<sup>19</sup> Kval-Mellbye-TranØy: “Politika dhe Demokracia”, Rozafa, Prishtinë 2006, fq. 86

<sup>20</sup> Mario Leccisoti, v.e cit. fq. 572

<sup>21</sup> Kushtetuta e Republikës së Kosovës, kapitulli i X

huti te qytetarët, rreth kompetencave të pushtetit lokal për plotësimin e nevojave publike.

Baza e qeverisjes efektive është, të kuptuarit e drejtë të roleve dhe përgjegjësive të ndara ndërmjet autoriteteve qendrore e lokale dhe atë si nga nëpunësit ashtu edhe nga qytetarët.<sup>22</sup> Kompetencat dhe përgjegjësitë e komunave përcaktohen me Ligjin Nr. 03/L-040 2008, për Vetëqeverisjen Lokale, i parasheh këto përgjegjësi vetanake për nivelin lokal të qeverisjes:

a.) zhvillimin lokal ekonomik; b) planifikimin urban dhe rural; c) shfrytëzimin e tokës dhe zhvillimin; d) zbatimin e rregulloreve të ndërtimit dhe standardeve për kontrollimin e ndërtimit; e) mbrojtjen e mjedisit lokal; f) ofrimin dhe mirëmbajtjen e shërbimeve publike dhe shërbimeve komunale, përfshirë furnizimin me ujë, kanalizimin dhe drenazhin, trajtimin e ujërave të zeza, menaxhimin e mbeturinave, rrugëve lokale, transportit lokal dhe skemave të nxehtësie lokale; g) përgjigje ndaj rasteve emergjente lokale; h) ofrimin e arsimit publik parashkollor, fillor dhe të mesëm, duke përfshirë regjistrimin dhe licencimin e institucioneve edukative, punësimin, pagesën e rrogave dhe trajnimin e instruktorëve dhe administratorëve të arsimit; i) promovimin dhe mbrojtjen e të drejtave të njeriut; j) ofrimin e përkujdesit publik primar shëndetësor; k) ofrimin e shërbimeve familjare dhe shërbimeve të tjera të mirëqenies sociale, siç është përkujdesi për të cënueshmit, strehimin familjar, përkujdesin fëmijror, përkujdesin për të moshuarit, duke përfshirë regjistrimin dhe licencimin e këtyre qendrave përkujdesëse, punësimin, pagesën e rrogave dhe trajnimin e profesionistëve të mirëqenies sociale; l) banimin publik; m) shëndetësinë publike; n) licencimin e shërbimeve publike dhe objekteve, duke përfshirë ato që kanë të bëjnë me argëtimin, aktivitete kulturore dhe të lira, ushqimin, strehimin, tregjet, shitësit në rrugë, transportimin lokal publik dhe taksitë; o) emërimin e rrugëve, rrugicave dhe vendeve të tjera publike; p) ofrimin dhe mirëmbajtjen e parqeve dhe hapsirës publike; q) turizmit; r) aktivitetet kulturore dhe të lira; s) çdo çështje që nuk është përjashtuar shprehimisht nga kompetenca e tyre, apo që nuk i është paracaktuar një autoriteti tjetër.<sup>23</sup>

Përveç këtyre kompetencave ky ligj parasheh edhe një mori kompetencash tjera të deleguara nga organet qendrore për ato komunale. Në fillim të vitit 2001, u miratua korniza ligjore për financimin e komunave, mirëpo, përkundër kësaj, asnjë nga funksionet e lartpërmendura nuk i ushtruan komunat, për shkak të mungesës së burimeve të financimit.

Burime të të hyrave për financimin e organeve lokale (komunave), sipas dispozitave ligjore në fuqi në Kosovë, janë: Burimet financiare të një komune përbëhen nga (i) të hyrat vetanake të komunës të përcaktuara më këtë ligj, (ii) grantet operative, (iii) grantet për kompetencat e shtuara, (iv) transferet për kompetencat e deleguara, (v)

<sup>22</sup> UNDP, “Mozaiku i Kosovës”, Përceptimi për qeveritë lokale dhe shërbimet publike në Kosovë, Prishtinë mars 2003, fq.15

<sup>23</sup> Ligji Nr. 03/L-040 2008, për Vetëqeverisjen Lokale, neni 17

grantet e jashtëzakonshme, (vi) ndihma financiare nga Republika e Serbisë, dhe (vii) të hyrat nga huamarrjet e komunës.<sup>24</sup>

Nga kjo strukturë e burimeve financiare, shihet qartë se komunat kanë kompetenca minimale në caktimin dhe inkasimin e të hyrave vetanake, për këtë arsye edhe niveli i kompetencave dhe plotësimi i nevojave publike nga komunat është shumë i vogël. Tatimi në pronë, i cili ka filluar të aplikohet që nga viti 2002, nuk po sjellë të hyra monetare të mjaftueshme për shkak të paaftësisë organizative për inkasimin e mjeteve të parapara për t'u mbledhur nga ky tatim.

Burim kryesor i të hyrave të komunave në Kosovë përbën granti apo transferta qeveritare.

Me qëllim të përcaktimit të saktë të roleve dhe kompetencave financiare -fiskale dhe duke e ditur rëndësinë e madhe që ka rregullimi juridik i marrëdhënieve financiare në vend, duhet gjetur modelin e përshtatshëm të funksionimit institucional dhe ligjor.

“Modeli i marrëdhënieve fiskale-financiare që preferojmë për Kosovën, konsiston në rregullimin e marrëdhënieve fiskale për tërë shtetin. Sigurimi i mjeteve monetare dhe ndarja e tyre të bazohet në rolin e tyre, në kompetencat dhe në funksionet e çdo niveli të pushtetit”.<sup>25</sup>

Rritja e rolit të shtetit në ofrimin e shërbimeve të mirëqenies sociale thekson edhe nevojën që këto shërbime të ofrohen edhe organet e pushtetit vendor. “Shteti i mirëqenies bazohet në mendimin se të gjithë duhet të kenë të drejtë për të njejtat të mira, pavarësisht nga vendi i banimit dhe statusi. Nuk është mirë që komunat u japin mundësi dhe të drejta krejtësisht të ndryshme, për shembull, në shërbimet shëndetësore, banorëve të tyre. Shteti kërkon që të bashkërendojë administrimin e mirëqenies, për të siguruar shërbim të njejtë, pavarësisht nga vendi i banimit. Njëkohësisht, komunave ju jepë liri në vlerësim”.<sup>26</sup>

### Shqyrtime përfundimtare

Kur kemi për shqyrtim një temë shumë të rëndësishme, e cila meriton vëmendje të posaçme trajtimi në analet shkencore, gjithnjë me qëllim të aplikimit në praktikë, dilemat lindin me rastin e përcaktimit juridik të kompetencave dhe përgjegjësisë menaxheriale, në nivelet e ndryshme të qeverisjes, sa ofrojnë shërbime për qytetarët organet qendrore dhe ato lokale, kush i njeh më mirë nevojat dhe kërkesat e qytetarëve të zhvendosur nëpër rajone të ndryshme të shtetit, dilema këto në të cilat kemi hasur gjatë shqyrtimit të këtij punimi. Nga ajo çka kemi shkruar kemi arritur përfundime:

<sup>24</sup> Ligji Nr. 03/L-049, për Financat e Pushtetit Lokal, neni 7

<sup>25</sup> Sabri Kadriu: “Financimi Publik me Vështirim të Posaçëm në Kosovë”, Sabrico, Prishtinë 2002, fq.307

<sup>26</sup> Kval-Mellbye-TranØy: “Politika dhe Demokracia”, Rozafa, Prishtinë 2006, fq.92

- Nevojat publike janë kërkesa themelore dhe shprehin të drejta elementare për plotësim nga shoqëria bashkëkohore, plotësimi i të cilave është parakusht i funksionimit të shtetit të demokracisë kapitaliste;
- Plotësimi i nevojave publike në nivelin qendror të qeverisjes duhet të përfshijë ato sektorë, që mund të plotësohen vetëm nga qendra (nevojat e përgjithshme) dhe bartja e kompetencave në nivelet lokale të bëhet konform studimeve paraprake, duke marrë parasysh kapacitetet vepruese të tyre, në mënyrë që të mos ngarkohen përtej mundësive objektive dhe financiare-fiskale;
- Përcaktimi i saktë i kompetencave ndërmjet niveleve hierarkike të qeverisjes përbën kërkesë imediate në funksion të realizimit të qëllimeve të paracaktuara;
- Ndarja e përgjegjësive dhe volumi i kompetencave apo shkalla e decentralizimit të komunave varen nga një tërësi faktorësh potencialë relevantë, gjithnjë duke marrë parasysh kapacitetet financiare dhe ligjore;
- Ofrimi i mirëqenies sociale për nivelin lokal duhet të bëhet nga organet gjegjëse komunale. Pushtetet vendore më së miri i njohin nevojat dhe kërkesat e qytetarëve të komunës së tyre;
- Në mënyrë që të realizohet punësimi i plotë dhe sigurimi i mirëqenies, komunave duhet lejuar pavarësi fiskale financiare më të madhe, pasi që plotësimi i nevojave publike kërkon, përveç angazhimit organizativ-institucional, edhe mjete monetare;
- Disa shërbime publike, të cilat ofrohen nga organet komunale, duhet shikuar mundësinë e privatizimit të tërësishëm ose të pjesëve të caktuara, më qëllim të rritjes së efikasitetit në punë dhe ofrimit të shërbimeve konkurruese;

**Literatura:**

1. Kval-Mellbye-TranØy: "Politika dhe Demokracia", Rozafa, Prishtinë 2006;
2. Mario Leccisotti, "Leksione të Shkencës së Financave", ELITE- Shtëpia Botuese & Library;
3. Robert Dimitrovski&Jove Kekenovski: "Principet e Administratës Publike",
4. Universiteti "Pjetër Budi", Prishtinë, 2006;
5. Sabri Kadriu: "Financimi Publik me Vështrim të Posaçëm në Kosovë", Sabrico, Prishtinë 2002.

**Akte kushtetuese-ligjore:**

1. Kushtetuta e Republikës së Kosovës,
2. Ligji Nr. 03/L-040 2008, për Vetëqeverisjen Lokale;
3. Ligji Nr. 03/L-049, për Financat e Pushtetit Lokal;
4. UNMIK/RREG/2001/19, Mbi Degën e Ekzekutivit të Institucioneve të Përkohshme të Vetëqeverisjes në Kosovë;
5. Korniza Kushtetuese për Vetëqeverisjen e Përkohshme;

**Publikime:**

1. Qeveria e Kosovës, Ministria e Ekonomisë dhe Financave, "Buxheti i Vitit 2006";
2. UNDP, "Mozaiku i Kosovës", Përceptimi për qeveritë lokale dhe shërbimet publike në Kosovë, Prishtinë mars 2003.

**Burime interneti:**

[www.assembly-kosova.org](http://www.assembly-kosova.org)

[www.ks-gov.net](http://www.ks-gov.net)



**Kapitulli III**  
**Sigurime**



*Prof. Sofronija Miladinovski PhD*

*Prof. Sreten Miladinovski PhD*

## **PËRKRAHJA E SHITJES DHE DISTRIBUIMIT**

Kur themi ‘përkrahja e shitjes dhe distribucionit’, mendohet në më shumë se vetëm në një gjë. Nuk mendohet vetëm për reklamat. Për fat të keq janë të shumtë ata që e përziejnë marketingun me promovimet, kryesisht për faktin se shumë stacione televizive shënojnë fjalën "marketing" në vend "reklama" para se ato të shfaqen.

Gati të gjithë distributorët seriozë, bile edhe në Maqedoni, kanë metoda të ndryshme për të përkrahur shitjen. Do t'i shqyrtojmë disa nga mekanizmat standarde të përkrahjes së shitjes dhe do të shpjegojmë se si secila prej tyre është aktualisht duke përkrahur kompanitë e distribucionit. Për fat të keq, vetëm disa nga kompanitë e distribucionit kanë ekipe për përkrahjen e shitjes në Maqedoni dhe kryesisht përkrahja e shitjes bëhet përmes producentëve ndërkombëtarë e vetëm disa nga ata vendorë, pa marrë parasysh a kanë distribucion direkt apo indirekt në Maqedoni.

### **Agjentët tregtarë**

Shumë njerëz me të vërtetë nuk e kuptojnë shprehjen ‘agjent tregtar’. Mund të tingëllojë çuditshëm, por ky është një person përgjegjës për rritjen e shitjes së një prodhimi specifik në dyqane.

Përgjegjësia kryesore e punës së tregtarit është që të kujdeset për mallrat sa i përket vendit të vendosjes së tyre (pjesa më e rëndësishme e tregtisë), mënyrën se si sistemohen mallrat nëpër raftet apo vitrina, mënyra se si dhe ku vendosen çmimet etj. Siç u përmend, vendosja e mallrave në supermarketet është pjesa më e rëndësishme e tregtisë. Varësisht nga tipi i supermarketit, agjenti tregtar ka përgjegjësi të llojllojshme.

Në supermarket të vogël agjenti tregtar lufton për pozitën më të mirë të prodhimit në supermarket, apo me fjalë tjera, për vendin ku prodhimi të ekspozohet dhe shihet lehtë nga blerësit. Me rastin e leverdive të mëdha kyçe, agjenti tregtar duhet të bëjë vetëm atë për të cilën është arritur marrëveshje mes blerësve nga leverditë kyçe dhe menaxherit si përgjegjës i leverdive kyçe (Key Account Manager) për zinxhirin specifik të supermarketeve.

Pentiev thotë gjatë intervistës se “nëse vitrinat e Wrigley tonë janë në vendin (pozitën) më të mirë në supermarket kemi 30 për qind shitje më të madhe në raftet, krahasuar me vitrinat të cilat nuk janë të pozicionuara mirë”.

Disa kompani varen shumë nga agjentët tregtarë. Për shembull, të gjitha prodhimet impulsive janë shumë të ndejshme sa i përket vendit në supermarket. Ashtu edhe si thotë vetë fjala “impulsive”, do të thotë se nuk i blen për shkak se dëshiron t’i blesh, por për shkak se sapo i sheh dhe menjëherë krijohet dëshira për t’i blerë.

Produktet si ëmbëlsirat, çamçakëzët, kondomët; me fjalë të tjera çdo gjë që është e vogël, përdoret shpesh, por që zakonisht nuk shkon në supermarket posaçërisht për këto produkte. Pasi në të gjitha këto produkte të lartpërmendura ekziston një konkurrencë e fortë dhe mund të gjesht shumë prodhime homogjene, ato me pozitë apo vend më të mirë do të kenë shitje më të mirë.

Bile edhe prodhimet që nuk i përkasin grupit të mallrave impulsive i nevojitet marketingu. Për shembull, agjentët tregtarë çdoherë luftojnë që prodhimet e tyre të jenë të vendosura në lartësi prej 140 dhe 160 centimetra, pasi që në këtë lartësi blerësit kanë prirje të shikojnë së pari për prodhimet e pastaj shikojnë më lart dhe më poshtë.

Sido që të jetë, është fakt se agjentët tregtarë janë pjesë e çdo kompanie që shet mallra blerësit, pa marrë parasysh nëse produkti është detergjent prodhuar nga P&G, çokollatë Nestle apo çamçakëz nga Wrigley.

### **Promovimet**

Promovimi në të vërtetë është çereku i marketingut dhe është një çështje shumë komplekse. Përmban pjesën e reklamave, duke bërë promovime për markat specifike, publicitet, duke shfrytëzuar reporterët, organizimet e rastit etj.

Sidoqoftë, ne do të përqendrohemi këtu në promovimet, si njëra ndër mjetet për shitje të suksesshme dhe distribucion.

Për shembull, tregu në Maqedoni është specifik sa i përket markave të reja.

Njerëzit nuk kanë prirje që të ndërrojnë shumë prodhimet, por edhe pronarët e dyqaneve ngurrojnë të blejnë dhe shesin markat e reja, që ende nuk janë të njohura mirë në treg. Është kështu për shkak të situatës ekonomike dhe për faktin se pronarët e dyqaneve ngurrojnë të harxhojnë paratë për diçka që nuk janë të sigurt se do të shitet shpejt. Shumica e menaxherëve të intervistuar përmendin problemin e njëjtë si më i madhi, gjegjësisht, hyrjes së produkteve të reja në treg.

Ekzistojnë kryesisht dy mënyra për të shitur: E para është lidhur me kushtet e mira të pagimit dhe duke lënë kohë të mjaftueshme për pronarin e dyqanit, që të shesë prodhimin e të paguajë e pastaj eventualisht ta bëjë edhe porosinë tjetër.

Mënyra tjetër është promovimi i produktit të agjentit tregtar dhe shitësit t'i shpjegojnë blerësit se kompania është duke bërë promovim. Pa marrë parasysh nëse promovimi është i lidhur me dhënien e mostrave falas (zgjedhje mostrash), lojëra shpërblyese, apo oferta speciale si "paguaj 2 merr 3", blerësi me siguri se do ta pranojë produktin. Për këto arsye specifike, këto promovime më së shumti përdoren nga shumë kompani në Maqedoni dhe, natyrisht, promovimet e tilla nuk kushtojnë shumë.

### **Reklamimi**

Sikur çdo kund, Maqedonia është përplot me agjenci për marketing dhe reklama. Për fat të keq, shumica e tyre nuk janë shumë profesionistë, kur kanë të bëjnë me

planifikimin në media, aktivitetet e marketingut BTL dhe ATL, organizime rasti etj. Shumë këtë e shohin si mënyrë e shpejtë për të përfituar dhe fillojnë me agjenci të tilla e disa nga to më të vërtetë janë duke dhënë rezultate, si: Devine, Ovation, Event, Idea Plus dhe të tjera, që janë mjaft të respektuara për punën që e bëjnë. Ato kryesisht punojnë për korporata të mëdha multi-nacionale, si dhe për prodhuesit e mëdhenj vendorë dhe zakonisht japin rezultate për paratë e investuara.

Sikurse Miss Ceslarov (Asistente marketingu në Wrigley), gjatë intervistës jepte këtë shpjegim: “Ne përdorim shërbimet nga Ovation ashtu që të jemi në mundësi për të zbatuar strategjinë tonë globale të marketingut”. Gjithashtu, ajo argumenton për numrin e madh të agjencive të marketingut dhe reklamimit, të cilat bëjnë shumë më pak se puna e nevojshme minimale, kur organizojnë manifestime apo promovime të produkteve apo shërbimeve.

Sido që të jetë, është rekomandim i imi për secilin që përpiket që të fillojë biznes në Maqedoni dhe dëshiron që të emitojë reklamën, duhet të punësojë personin specifik të trajnuar në BTL dhe planifikim në media, i aftë që të kryejë detyrën, posaçërisht nëse reklamata vijnë si produkt përfundimtar, që duhet adaptuar nga tregu lokal (përkthimi, sinkronizimi etj.) Marrëdhëniet direkt me kompanitë për emetim si MTV (televizioni nacional), A1, SITEL, TELMS dhe të tjera mund të jenë më të lira sesa puna me agjenci marketingu, edhe pse agjencitë reklamuese supozohet të ofrojnë kushte më të mira për reklamën e kërkuar.

#### **Literatura:**

1. AWT International – Macedonia – presentation book.
2. Bobek, S. “Management” Ekonomski Fakultet, Skopje 1999.
3. Kotler P. & Armstrong G. “Principles of marketing” ninth ed. Prentice Hall 2001.
4. Kozuharov, S. & Miladinovski, S “Ekonomia e Menaxhimit” FON, Shkup, 2003.
5. Miladinovski S. & Jakoski, B. “Marketingu dhe Drejtimi (Udhëheqja) me Marketingun” F.T.U. Ohër, 1999.
6. Miladinovski S. “Marketingu” Fakulteti Ekonomik, Prilep, 1996.
7. Perreault, D. William, Jr. & McCarthy, E. Jerome “Basic Marketing” Irwin/McGraw-Hill, 1999.
8. Risteski S. & Janev D. “Statistika mbi menaxhimin dhe ekonomina”-Fakulteti Ekonomik, Shkup, 1994, Wrigley 2002, yearbook.

*Prof. Sreten Miladinovski PhD*

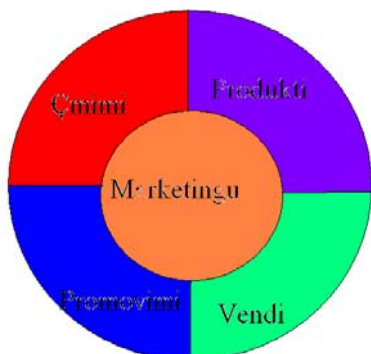
## DISTRIBUCIONI SI PJESË E MARKETINGUT

### 1 Rëndësia e distribucionit si njëra nga 4 ‘p’-të e marketingut

Do të fokusohem kryesisht në njëren ndër ‘p’-të e marketingut (nga anglishtja price-product-promotion-place, gjegjësisht në shqip çmimi-produkti-promovimi-vendi), faktikisht në vend apo të quajtur ndryshe edhe distribucion.

Në vazhdim do të japim një shpjegim të qartë në atë se si produktet që i blejmë në të vërtetë i marrim si të gatshme nga raftet e supermarketit, dhe si kompanitë, që në të vërtetë shesin produktet e tyre, janë nën ndikimin e blerësit, i cili gjendet në supermarket, e për këtë vetë blerësi mos të jetë i vetëdijshëm.

Gjithashtu, rreshtat në vazhdim do të shpjegojnë mënyrat e ndryshme të zhvillimit të biznesit, kur vjen te distribicioni i mallrave në BE, në njëren anë, dhe Maqedonisë nga ana tjetër, si përfaqësuese e një vendi të zhvilluar, ku si kompanitë vendore ashtu edhe ato ndërkombëtare përballen me vështirësi gjatë punës së tyre.



Siç përmendëm, distribicioni është në të vërtetë njëra ndër ‘p’-të, dhe lehtë mund të konkludojmë rëndësinë e kësaj pjese të marketingut. Ashtu siç është thënë se “menaxherët duhet të mendojnë gjithashtu edhe për vendin e prodhimit të mallrave dhe shërbimeve të jenë si në sasi ashtu edhe në lokalitete të duhura- aty ku blerësit dëshirojnë. Pasi që në tregjet e ndryshme të mundshme ekzistojnë nevoja të ndryshme, mund të jetë e duhur të ketë edhe ndryshime të vendit”. (Perreault & McCarthy, 298).

Si shembull mund të konsiderohet fakti se ekzistojnë kompani më se të suksesshme në botë e që marketingun e tyre e bazojnë kryesisht në pjesën e saj të distribucionit, derisa çmimi, promovimi dhe produkti janë më pak të theksuara. Shembuj tipikë janë firmat që prodhojnë dhe shesin bukë. Buka është nevojë.

Është shumë e rëndësishme që në furnizimin me të, të kenë qasje sa më shumë njerëz në sa më shumë supermarkete, dyqane ushqimore etj. Bukës nuk i nevojitet promovim

i madh, apo hulumtime speciale dhe zhvillim të produktit, as ulje e çmimit nëse ka konkurrencë. Duhet të ketë qasje nga të gjitha anët, që nga mëngjesi deri në mbrëmje. Ky është vetëm një shembull tipik, nga i cili mund të fillosh të kuptosh rëndësinë e distribucionit. Ashtu siç shpjegohet: “Vendimet për vendin kanë efekte afatgjata” (Perreault & McCarthy, 300).

Natyrisht, kompanitë më të zhvilluara në botë, pa marrë parasysh se a prodhojnë produkte ushqimore apo joushqimore, kanë zinxhirë të mëdhenj, ashtu që produktet e tyre të distribuohen në mënyrë të përsosur. Kompani të tilla janë: Nestle, Wrigley, Jacobs Craft, P&G, Unilever etj.

## **2 Distribucioni direkt kundër atij indirekt**

Kur vije deri te vendimmarrja për produktet që duhet distribuuar shumica e firmave dhe kompanive kanë të njëjtën dilemë: A të jetë distribucioni direkt apo indirekt? Me fjalë të tjera, duhet vendosur nëse do të bëhet distribucioni direkt nga fuqia e tyre shitëse. Kjo do të thotë se kompania duhet të investojë në formimin e ekupeve për shitje dhe të fillojë distribucionin përgjatë vendit apo të përdorë shërbimet e kompanive të specializuara për distribucion, që do të bëjë punën duke qenë i kontrolluar nga prodhuesi.

Është fakt se prodhuesit më të mëdhenj në botë varen nga vendi i operimit dhe përdorin distribucione si direkte ashtu edhe indirekte. Nëse krahasojmë të dy metodat do të gjejmë aspekte si negative ashtu edhe pozitive, nga të dy metodat.

Vendimi për atë se a duhet bërë distribucioni direkt apo indirekt në shumtën e rasteve është e lidhur me çmimin e zhvillimit të biznesit. Nëse kompania llogaritë të gjitha përparësitë dhe mangësitë e distribucionit të mallrave të saj dhe gjen se financiarisht kanë leverdi të bëhet distribucioni direkt se sa distribucioni indirekt, nga ndonjë kompani tjetër e specializuar për distribucionin e mallrave, atëherë do ta bëjë vetë dhe anashjelltas.

Llogaritë e tilla nuk janë të lehta për t’u bërë, pasi që shumë faktorë ndikojnë te vendimmarrësit që të vendosin për një çështje të tillë. Prodhuesi duhet të mendojë për investimet e nevojshme në resurse njerëzore, automjete, depo, shpenzime operacionale, pengesat nga qeveria (kur kemi të bëjmë me vendet e botës së tretë apo atyre në zhvillim që kanë sistem politik jostabil, problemet e mundshme me grumbullimin e parave e të tjera).

Ata duhet që të krahasojnë shpenzimet e përgjithshme të zhvillimit të biznesit në forcat e veta me shpenzimet që duhet paguar kompaninë speciale të distribucionit, që veç sa janë duke distribuuar mallrat në një treg të caktuar.

Në shumicën e rasteve për vendime të tilla nevojitet kohë dhe ndryshimi bëhet gjatë shikimit të rezultateve pas një kohe të caktuar të operimit. Ashtu siç shpjegon Pavle Pentiev (RegiMenaxher regjional kompanisë Wrigley) - Wrigley kishte përdorur vetëm një kompani për të bërë distribucionin e prodhimeve të Wrigley-it në Bullgari.

Pas gjashtë vjetësh të një biznesi të suksesshëm Wrigley dhe distributori nuk kishin mundur që të gjejnë interes të përbashkët, kështu që Wrigley mori përsipër vetë distribucionin për një vit, kurse më vonë kishte gjetur njëmbëdhjetë kompani të kompanive më të vogla për të bërë distribucionin e mallrave të saj përgjatë Bullgarisë.

Kjo ishte bërë në atë mënyrë pasi që Wrigley ishte frikësuar të ketë prapë vetëm një kompani distributive, e cila do të mund të bëhej e fuqishme në treg e të kërkojë çdo herë e më shumë sikurse kishte ndodhur herën e parë.

Në këtë mënyrë erdhën deri te një zgjidhje: të marrin njëmbëdhjetë distributorë, njëra prej së cilave është Key Accounts (posaçërisht blerësit e mëdhenj si Metro dhe Ramstore), si dhe 10 tjera që e ndajnë punën në regjione të ndryshme të Bullgarisë aty ku u është lejuar që të shesin produktet e Wrigley.

Për shkak të gjitha problemeve të mundshme gjatë distribucionit direkt apo indirekt, shumë kompani janë duke përdorur të gjitha resurset që mund të gjejnë para se të hyjnë në një treg, siç janë: agjencitë e pavarura për hulumtimin e tregut, ministritë e ndryshme, ashtu që të fitojnë informata për mesataren e konsumit për kokë banori të produkteve të caktuara etj., pasi që vendimi i gabuar mund të kushtojë shumë para dhe të ketë efekt të gjatë negativ në tregun e caktuar.

#### **Literatura:**

1. AWT International – MACEDONIA – libër prezantimi
2. Kotler P. & Armstrong G. “Principles of marketing” ninth ed. Prentice Hall 2001.
3. Kozuharov, S. & Miladinovski, S “Ekonomia e Menaxhimit” FON Shkup 2003.
4. Miladinovski S. & Jakoski, B. “Marketingu dhe udhëheqja-drejtimi me marketingun” F.T.U. Ohër 1999.
5. Miladinovski S. “Marketingu” Fakulteti Ekonomik, Prilep 1996.
6. Perreault, D. William, Jr. & McCarthy, E. Jerome “Basic Marketing” Irwin/McGraw-Hill 1999.
7. Samuelson and Marks “Managerial Economics, Second edition, 1999.
8. Wrigley “Merchandising Toolbox” 2001.



*MSc. Ibish Mazreku*

## **SFIDAT E REFORMËS SË SOLVENCËS II NË INDUSTRIJË E SIGURIMEVE**

### **Abstrakt**

Industria e sigurimeve është në një fazë shumë të rëndësishme të transformimit të saj, nga kalimi i një sistemi klasik të menaxhimit, në një menaxhim, i cili do të bazohet në risk. Këto ndryshime kanë filluar në Evropë, përmes organizatave ndërkombëtare, të cilat merren me zhvillimin e infrastrukturës së nevojshme për një industri të menaxhuar mirë dhe me një infrastrukturë të mirëfillte ligjore, përmes direktivave të ndryshme evropiane në fushën e sigurimeve.

Këto ndryshime kanë pasur një intensitet në finalizimin e infrastrukturës së përgjithshme teknike, ligjore dhe strukturore, e cila do të zhvillohej duke u bazuar në tri shtylla. Ende nuk janë analizuar pasojat e krizës aktuale financiare, si dhe ndikimi i saj drejt zbatimit të Solvencës II.

Zbatimi, me siguri, do të ishte një përgjigje adekuate në përballimin e kësaj krize.

### **Hyrje**

Korniza e Solvencës I është në fuqi që nga viti 1970, dhe përdor model shumë të thjeshtë në kalkulimin e kërkesave për kapital. Duke parë këtë gjendje, e cila kishte pasojë dështimin e shumë kompanive, si dhe mosmjaftueshmërinë e njohjes së rreziqeve të reja, shumë shtete kishin krijuar rregullativë të veçantë për të mbrojtur dhe mbikëqyrur kompanitë në fjalë, prandaj kishte laramani në rregullativat e ndryshme.

Si rezultat i kësaj gjendje dhe duke përcjellur zhvillimet në sektorin bankar, sidomos me lindjen e Basel II, lindi ideja që edhe industria e sigurimeve të ketë sistemin e vet, që u pagëzua me emrin Solvenca II. Qëllimi i këtij sistemi është që të përmirësojë rregullativën e sigurimeve dhe atë<sup>27</sup>:

- Sistemin e bazuar në risk;
- Qasje të përbashkët për rezerva, kërkesa për kapital;
- Kornizë të gjithanshme për risk menaxhment;
- Kërkesat për kapital të definuara, sipas qasjes standarde apo modeleve të brendshme;
- Njohja e diversifikimit dhe zbutjen e risqeve

### **1. Si të reformohen kërkesat për Solvencë të sigurveve evropiane?**

Pasi që është zbatuar Solvenca I, linden kërkesa të reja për zhvillimin e një qasje të re, të njohur si Solvenca II. Arsyeja për të zhvilluar këtë qasje është që kemi të bëjmë me

<sup>27</sup> Solvency II, Introductory Guide, CEA ( Insurers of Europe), June 2006

një zhvillim, që kompanitë u ekspozoheshin rreziqeve tjera, të cilat nuk merrnin asgjë parasysh nga forma e funksionimit të Solvencës I.

### Arsyeja e reformës

Arsyeja kryesore për të krijuar një sistem të ri ishte krijimi i një infrastrukture dhe arkitekture të re të Solvencës të kompanive të sigurimeve. Kjo është një reformë e thuktë, e cila bazohet në principe të bazuara në risk, që njihet si qasje e re “qasje e bazuar në risk”.

### Tri shtyllat aktuale të Solvencës së industrisë së sigurimeve

Solvencia II është e bazuar në tri shtylla në tërësi: Shtylla e parë ka të bëjë me kërkesat për kapital; e dyta me sistemet e brendshme të funksionimit të kompanis, dhe e treta ka të bëjë me transparencën e kompanive ndaj publikut.

| Vlerësimi i asetëve, përgjegjësitë dhe kapitali   | Procesi i mbikëqyrjes  | Kërkesat për shpalesje /transparencë   |
|---|--|--|
| Kapitali në dispozicion<br>Rezervat teknike<br>Kërkesat për kapital<br>Vlerësimi i mjeteve<br>Risqet e inkluduara<br>Vlerësimet e risqeve dhe masat<br>Risk në varësi<br>Qasja e bazuar në model të brendshëm | Kontrollat e brendshme<br>Risk menaxhmenti<br>Qeverisja e përbashkët<br>Stress testi<br>Testimi në kontinuitet | Kërkesat aktuale për transparencë janë:<br>GAAP nacional<br>Raportimi rregullator nacional<br>IFRS 4<br>IFRS 7<br>Kërkesat në të ardhmen për transparencë janë :<br>IFRS ( faza 2 dhe IFRS 7)<br>IAIS<br>Ligjet e BE-së<br>Teori e shkëlqyeshme për Unifikim |
| Shtylla e parë  | Shtylla e dytë   | Shtylla e tretë  |

Burimi: Solvency II, Introductory Guide, CEA ( Insurers of Europe), June 2006

### (b) Limitet e rregullativës aktuale

Duke pasur parasysh që të gjitha vendet kanë rregullativa të ndryshme është shumë vështirë të kuptohet se do të bëhet harmonizimi i rregullativës në kuadër të BE-së, gjithashtu edhe jashtë Unionit Evropian, për ato shtete të cilat kanë si qëllim të zbatojnë Solvencën II. Kalkulimi i Solvencës dallon prej një vendi në vend, sepse nëse kalkulimi konsiderohet adekuat për një vend për vendin tjetër do të ishte joadekuat.

Qasja e bazuar në risk si qasje e re krijon domosdoshmëri për të krijuar një model, i cili do të ishte adekuat. Duke parë të gjitha këto dobësi ka filluar iniciativa e krijimit

të një sistemi unik në kalkulimin e Solvencës, i cili ishte i frymëzuar shumë nga sistemi i bankave, në qasjen e bazuar në risk, që është Basel II.

Rregullativa adekuate ende është në proces dhe deri në finalizimin e tij, pas përfundimit të tërë sistemit, mendohet të fillojë zbatimin në praktikë, që mendohet të fillojë diku në 2011-2012.

Kosova ka vullnetin dhe dëshirën të harmonizojë tërë rregullativën, e cila do të shkojë në drejtim të harmonizimit të saj me rregullativën evropiane dhe që do të ishte me interes për të mundësuar zbatimin e Solvencës II, në kohën më të mirë të mundur.

## **2. Rëndësia e procesit të hapur të reformës**

Sot është e pamundur të punohet në diçka, që kishte me qenë me interes të përgjithshëm, siç është Solvenca II, në mënyrë të fshehtë apo jashtë lojtarëve të rëndësishëm të kësaj fushe. Ky sistem është duke u krijuar në mënyrë të hapur, ku pjesëmarrës janë të gjithë akterët e mundshëm, si nga industria ashtu edhe nga rregullatori.

### **a) Rregullativa e sigurimeve nuk mund të imponohet nga jashtë**

Duke pasur parasysh natyrën komplekse të sigurimeve dhe zhvillimet, të cilat ndodhin në këtë industri janë shumë rapide, autoritetet të cilat krijojnë politika dhe rregullojnë këtë fushë e kanë shumë vështirë të krijojnë rregullativa, që do të ishin të detyrueshme për zbatim, pa pjesëmarrjen edhe të industrisë së sigurimeve.

### **b) Pjesëmarrësit në procesin e Solvencës II**

Parashtrohet pyetje logjike se kush janë akterët apo pjesëmarrësit në krijimin e tërë kësaj infrastrukture, si teknike ashtu edhe legale, për të krijuar këtë sistem. Akterët shumë të rëndësishëm në krijimin e këtij modeli janë CEIOPS<sup>28</sup>, pastaj EIOPC<sup>29</sup>, të cilët kanë krijuar rregullativën në lidhje me Solvencën II, ndërsa rol këshillues ka CEA<sup>30</sup>. Rol shumë të rëndësishëm në dhënien e këshillave, rekomandimeve dhe sugjerimeve ka edhe IAIS<sup>31</sup>, kurse një rol shumë të rëndësishëm kanë luajtur edhe IAA<sup>32</sup> dhe CRO<sup>33</sup> Forumi.

## **Orientimet parimore të Solvencës II**

Ekzistojnë shumë ndryshime ndërmjet propozuesve të Solvencës II dhe sigurveve evropiane, mirëpo të dyja palët e kanë të qartë që duhet të lëvizet përpara drejtë krijimit të sistemit të mirëfilltë dhe zbatimit të saj në vendet e BE-së dhe më gjerë.

<sup>28</sup> CEIOPS – Committee of European Insurance and Occupational Pension Supervisors

<sup>29</sup> EIOPC- European Insurance and Occupational Pension Committee

<sup>30</sup> CEA – Comité Européen des Assurances (Shoqata Evropiane e sigurveve)

<sup>31</sup> IAIS – International Association of Insurance Supervisors

<sup>32</sup> IAA – International Actuarial Association

<sup>33</sup> CRO – Chief Risk Officers

Fillimisht, palët pjesëmarrëse janë pajtuar që të krijojnë disa orientime bazë se si duhet të punohet dhe si duhet të qasen në këtë projekt.

### **3.1. Reforma duhet të jetë e arsyeshme**

Pika kryesore është që palët të pajtohen që reforma duhet të jetë e arsyeshme. Në çfarë kontesti mendohej të jetë e arsyeshme? Duke pasur parasysh që kapitai i kompanisë është i limituar dhe kërkesat e reja për kapital shtesë duhen të jenë në harmoni edhe me mundësitë reale të kompanive, që të shtojnë kapitalin varësisht nga kërkesat e reja që dalin nga ky model.

### **Margjina e Solvencës duhet të shërbejë si absorbues fondesh e jo shkurtim fondesh**

Kapitali i kompanisë shërben për të mbuluar të papriturat, që vijnë si pasojë e ndonjë dëmi katastrofal apo dështim investimesh. Margjina duhet të jetë në atë nivel, ku, sipas kalkulimeve të vetë kompanisë apo qasjes standarde, e cila krijohet me sistem, të jetë adekuate, duke i mundësuar hapësira të mjaftueshme kompanisë për të krijuar fonde, që do të ishin si gjenerues të fitimeve.

### **Mbikëqyrja duhet të jetë proporcionale, duke u bazuar në fuqinë financiare të siguruesit**

Mbikëqyrja ekziston për të mbrojtur interesat e policëmbajtësve, prandaj edhe intervenimi i saj është i domosdoshëm kur kompania tejkalon limitet minimale të margjinës së Solvencës, si dhe intervenon në raste kur vlerëson që kompania po shkon në drejtim të përkeqësimit të situatës së brendshme, e cila do të kishte për pasojë dëmtimin e interesave të policëmbajtësve. Me qasjen e re kërkohet që intervenimi i mbikëqyrësve të jetë vetëm atëherë kur shkelen limitet minimale.

Me këtë kuptohet që menaxhmentet kanë rolin kyç për të menaxhuar kompaninë, duke u bazuar në qasjen standarde apo në modelin e brendshëm. Kompanitë duhet të kenë kapacitetet e mjaftueshme të brendshme për të krijuar modele të brendshme, i cili kërkon miratim nga autoriteti.

### **3.4. Formulatat e reja standarde duhen të kenë parasysh risqet bazike, për t'u aplikuar lehtë**

Kalkulimi i deritanishëm i Solvencës ishte shumë i bazuar në lump sum, që merrte parasysh kalkulimin e Solvencës në bazë primë apo në bazë dëmsh. Qasja e re apo kërkesat për kalkulimin e Solvencës II janë më përmbajtësore dhe kanë dy forma për të kalkuluar.

Njëra formë është standarde, e cila krijohet nga ekspertët dhe nga autoriteti dhe është një model, i cili mund të aplikohet nga kompanitë, që nuk kanë modele të brendshme. Forma tjetër është nëse kompanitë kanë modelet e tyre të brendshme në kalkulimin e Solvencës.

Dallimi ndërmjet dy formave është se forma e parë, apo siç njihet si Solvenca I, ka marrë parasysh riskun e marrjes në sigurim (Underwriting risk) apo dëmet dhe nga këto kalkulime kanë nxjerrë margjinën e Solvencës. Qasja e re në vete ngërthen shumë rreziqe, të cilat duhet të merren parasysh në kalkulimin e Solvencës dhe ato janë: riskun e marrjes në sigurim, riskun e shkallës së interesit (interest rate risk), riskun e tregut, si dhe risqet e detyrimeve të aseteve (asset liability mismatch risk).

### **Reforma duhet të ketë parasysh modelet e brendshme në kalkulimin e kërkesave për kapital**

Reforma duhet të ketë parasysh autoritetin, që duhet të njohë të drejtën e kompanive, të cilat, nëse kanë krijuar model të brendshëm, të pranojnë kalkulimin e Solvencës sipas modelit të tyre. Modeli i brendshëm duhet të bazohet në kërkesat, sipas kriterëve të Solvencës II, e cila do të duhej të bazohej në tri shtylla.

Modelet pas finalizimit dhe menyrës së kalkulimit të Solvencës duhet të marrin miratimin nga autoritetet përkatëse për të qenë efikas.

### **3.6. Kontrollimi i Solvencës, për grupet, duhet të marrë parasysh faktet e grupit në vlerësim**

Kalkulimi i Solvencës, sipas qasjes së re, do të merrë parasysh komplet grupin, përveç kompanisë kryesore (mëmë), do të ketë parasysh edhe degën apo filialen (subsidiary). Rregullatorët nuk ishin shumë në favor të kësaj qasjeje, sepse mendonin që secili entitet merr në sigurim risqet e veta.

Kjo ka të bëjë vetëm me risqet që merr në sigurim, mirëpo në rast të situatave të vështira financiare ndikimi në tërë korporaten apo subjektin është i patjetërsueshëm. Prandaj, në kalkulimin e Solvencës, përveçqë secili entitet do të ketë të llogaritur solvencën, ashtu edhe grupi duhet të llogarisë Solvencën, sipas qasjes së re për tërë grupin.

## **4. Disa çështje në debatin aktual për Solvencën II**

Deri te vendimi final janë bërë shumë biseda, konsultime brenda CEIOP, për përcaktimin e principeve bazë, në të cilat do të bazohej puna e ekipeve në të ardhmen. Gjithashtu, krijimi i principeve bazë kishte për qëllim harmonizimin e orientimeve të të gjithë lojtarëve në këtë projekt si BE, CEA dhe industrisë së sigurimeve.

### **4.1. Parimet e kornizës së Komisionit Evropian**

Korniza për përgatitjen e Solvencës II bazohet në shtatë parime bazë dhe ato janë<sup>34</sup>: kompatibiliteti me proceset në IAS<sup>35</sup>, në lidhje me asetet dhe detyrimet, të cilat duhet të vlerësohen me vlerën e tyre reale për nevojat e kalkulimit të margjinës; pranimi i modeleve të brendshme; aplikimi i formulës standarde të bazuar në risk; aplikimi të ketë shtrirje edhe në grupe; aplikimi i kërkesave për Solvencë në dy shtresa dhe ato

<sup>34</sup> Phillipe Trainer, The challenge of Solvency Reform for European Insurers, Geneva papers 2006

<sup>35</sup> IAS- International Accounting Standards

kërkesa për kapital minimal (MCR) dhe margjina e kërkuar (SCR); SCR të jetë 99.5 për qind e MCR-së; harmonizimi jo vetëm i rregullave të Solvencës, por të harmonizohen edhe mbikëqyrjet.

#### **4.2. Çështjet që janë diskutuar në CEIOPS**

Pasi që projekti mbi Solvencën II ka hyrë në fazën aktive, Komisioni Evropian ka dërguar tek CEIOPS tri valë të pyetjeve dhe ato kanë qenë:

Në lidhje me kontrollet e brendshme dhe të jashtme, si dhe për parimet e asete e menaxhmentit; në lidhje me rezervat, niveli i kërkuar i solvencës, solvenca e grupit, teknikat për vlerësimin e riskut, autoriteti mbikëqyrës dhe studimet në lidhje me ndikimin në të ardhmen dhe me fokusimin në atë se cilat asete do të përdoren për kalkulimin e Solvencës, kooperimit në mes mbikëqyrësve, raportimi, siguria e sistemeve adekuate, si dhe tretmani i siguresve të vegjël.

Shumë nga pyetjet në CEIOPS kanë hasur në kritika, ndërsa shumë tjera ende janë në shqyrtim nga industria e sigurimeve.

Me poshtë do të shpalojmë çështjet, të cilat ende janë në proces, pra janë të hapura për diskutime:

##### **a) Mjaftueshmëria e dëshiruar dhe margjina e planifikuar (SCR)**

Duke pasur parasysh që secila industri apo secili vend ka specifikat dhe karakteristikat e veta në blerjen e risqeve dhe duke pasur parasysh këto diferenca, parashtrohet pyetja se si do të gjendet një formulë model apo formë unike në vlerësimin e risqeve, gjatë procesit të marrjes në sigurim. Kjo formë unike do të lehtësonte në unifikimin e standardeve dhe formave të vlerësimit të riskut. Kjo formë quhet 'vlera tek risku' (VaR) dhe përmes kësaj do të vlerësohej rreziku, sipas vlerës në momentin e marrjes në sigurim, d.m.th., në momentin e blerjes së rrezikut.

Pas krijimit të këtij modeli apo forme të vlerësimit të riskut, me këtë metodë, të gjitha karakteristikat dhe ndryshimet, të cilat kanë si specifikë tregjet e ndryshme apo kompanitë e ndryshme, do të vlerësonin shumë drejtë rreziqet sipas vlerave reale. Pas kësaj është biseduar shumë në lidhje me caktimin e margjinës së Solvencës (SCR) dhe bashkarisht të gjithë akterët në krijimin e këtij projekti kanë ardhur në përfundim, që SCR duhet të jetë probabilitet 0.5 për qind brenda një viti.

##### **Mjaftueshmëria e rezervave teknike**

Për qindja e përcaktuar prej 0.5 për qind nuk do të aplikohet te fondet e ndryshme, mirëpo do të aplikohet te detyrimet e kompanisë në të ardhmen. Për qindja prej 99.5 për qind e aseteve do të duhej të mbulonte rezervat për situata të paimagjinueshme. Solvenca II duhet të jetë kompatible me standardet ndërkombëtare të kontabilitetit (IAS), e cila është në proces të caktimit të nivelit dhe formës së kalkulimit të rezervave. Caktimi i modelit të kalkulimit të rezervave, bazuar në standarde ndërkombëtare të kontabilitetit, do të lehtësonte edhe kompanitë për të kalkuluar

drejtë rezervat, të cilat bazohen në të gjitha vlerësimet e risqeve, që përbëjnë një kompani.

### **Kërkesat minimale për kapital**

Diskutohet shumë se si do të duhej të llogaritej apo se sa do të duhej të jetë kërkesa për kapital minimal (MCR). Ka kërkesa të ndryshme që MCR do të duhej të jetë 25 për qind më e vogël se sa SCR, derisa disa të tjerë mendojnë që kjo të jetë 50 për qind e SCR. Ekziston edhe një kategori e profesionistëve, që edhe kapitali minimal (MCR) do të duhej të llogaritej sipas modelit të brendshëm (internal model).

### **Mbulesa e margjinës**

Për të mbuluar margjinën, diskutohet shumë se cilat asete do të duhej të përfshiheshin brenda CEIOPS dhe ka ndryshime në lidhje me këtë. Gjatë diskutimeve për këtë çështje është kërkuar qartë se cilat asete do të duhej të përfshiheshin në llogaritjen e margjinës së Solvencës. Ka disa opinione, të cilat mendojnë se duhet të formulohet një listë, që do të duhej të përfshinte asetet e papranueshme për llogaritje.

### **Struktura e formulës standarde**

Në llogaritjen standarde përdoret formula, e cila bazohet në risk, që do të mund të ndahej në dy grupe. Në grupin e parë konsiderohet formula, e cila përmban formulën e bazuar në faktor (factor-based formula), që llogarit i bën duke u bazuar në koeficient të ndryshëm, të cilët do të llogarisnin ekspozimin e kompanisë ndaj rreziqeve. Grupi i dytë përmban formula të bazuara në scenario, që përmes stres testeve dhe përmes scenariove të ndryshëm që aplikohen, duke shfrytëzuar bilancet e kompanisë, aplikon koeficiente të ndryshëm në krijimin e variancave të ndryshme.

### **Liria e veprimit të mbikëqyrjes**

Gjatë këtyre diskutimeve është krijuar një diferencë në mes grupeve të ndryshme të interesit në lidhje me rolin e mbikëqyrësve në lidhje me Solvencën II.

Për këtë çështje ekzistojnë dy lloj mendimesh: Njëri grup mendon që mbikëqyrësit duhet të krijojnë rregullativa dhe procedura ekzakte në lidhje me zbatimin e saj (në këtë grup hyjnë përfaqësuesit e Evropës kontinentale).

Ndërsa, grupi i dytë mendon që mbikëqyrësit duhet të ballafaqohen me qasjen e hapur dhe pragmatike ndaj tregut, duke krijuar konsensus në mes politikbërësve dhe biznesit (këtë qasje e kanë përfaqësuesit anglo-sakson).

### **Risku kreditues i risiguruesve të mbikëqyrur në Evropë**

Gjate vlerësimit të kompanive risiguruese, të cilat nuk mbikëqyren nga vendet e BE, duhet të përdoren kritere të vlerësimit tjera, në relacion me ata risigurues, të cilët mbikëqyren nga autoritetet mbikëqyrëse në Evropë.

## **Konkluzionet**

Solvenca II është një proces i pandalshëm drejt realizimit të qëllimit më të madh të industrisë së sigurimeve në përsosjen e metodave të menaxhimit të kompanive, duke u bazuar në tërësi në bazë risku.

Procesi i krijimit të këtij modaliteti nuk ka qenë i lehtë dhe kërkohet ende një kohë drejtë zbatimit të tij të plotë nga industria e sigurimeve. Industrinë e sigurimeve, sikur Kosova, nuk kanë nevojë që të përcjellin rrugën e njëjtë në krijimin e infrastrukturës, si teknike ashtu edhe juridike të Solvencës.

Ato kanë nevojë të krijojnë ambientin dhe të parapërgatisin mjedisin e brendshëm të kompanive për të menduar dhe bërë përgatitjet e nevojshme për iniciimin e procedurave për të punuar në krijimin e modalitetit adekuat për Solvencën II.

## **Literatura:**

1. Solvency II, Introductory Guide, CEA ( Insurers of Europe), June 2006
2. CEIOPS – Committee of European Insurance and Occupational Pension Supervisors
3. EIOPC- European Insurance and Occupational Pension Committee
4. CEA – Committee European des Assurances (Shoqata evropiane e siguruesve)
5. IAIS – International Association of Insurance Supervisors
6. IAA – International Actuarial Association
7. CRO – Chief Risk Officers
8. Philippe Trainer, The challenge of Solvency Reform for European Insurers, Geneva papers 2006
9. IAS- International Accounting Standards