



INSTITUTI PER STUDIME I SHKENCAVE ORGANIZATIVE-APLIKATIVE - PRISHTINE
INSTITUTE FOR STUDIES OF THE ORGANIZATIONAL AND APPLIED SCIENCES - PRISHTINA

PJETËR BUDI

LOGOS

Nr.3/2010

Botues:

**Instituti për Studime i Shkencave Organizative- Aplikative
“Pjetër Budi”- Prishtinë**

Koordinatorët:

**Prof.Dr.Sreten Miladinovski
Afërdita Maliqi**

Bordi editorial:

**Prof. Sofronija Miladinovski, Ph.D
MSc. Evliana Berani
Prof.Dr. Ibish Mazreku
Prof.Dr. Klime Poposki
Prof.Dr. Jove Kekenovksi
Prof.Dr.Naume Marinoksi**

Recensent:

**Prof.Dr Sofronija Miladinovski, Ph.D
Prof.Dr.Naume Marinoksi**

Redaktor gjuhësor:

Afërdita Maliqi

Dizajni:

Fazli Nrecaj

U shtyp në shtypshkronjën:

Printing Press - Prishtinë

Tirazhi:

300

PËRMBAJTJA

Kapitulli I

TURIZËM DHE HOTELERI	9
1. Nevoja e krijimit të bazës legislative për turizëm të qëndrueshëm në Kosovë Dr.sc. Armand Krasniqi, prof. Ass.....	11
2. Si ta kuptojmë promovimin? Prof. Dr. Sofronija Miladinovski.....	20
3. Kosova në kontekstin e konventave ndërkombëtare mjedisore Dr.sc. Zeqir Veselaj.....	31
4. Turizmi termal në Kosovë - gjendja dhe zhvillimi Mr. Sc. Bedri Millaku PhD kandidat.	41
5. Menaxhimi i turizmit në vendet me rëndësi kulturore dhe natyrore <i>MSc. Ardian Emini, PhD kandidat, MSc. Mentor Shaqiri, PhD kandidat.</i>	48
6. Infrastruktura institucionale ligjore mjedisore dhe gjendja e mjedisit në Kosovë Dr. rer. agr. Ilir Morina.	53
7. Marketing menaxhimi i elementeve të turizmit në kohën e lirë Prof. Dr. Sreten Milladinovski.....	60
8. Qasja e re e turizmit për t’u pozicionuar ndërkombëtarisht-marketing koncepti Prof.Ass.Dr. Fatos Ukaj.....	66
9. Shërbimi kualitativ hotelier dhe aplikimi i konceptit të menaxhimit të kualitetit të tërësishëm –TQM Mr.sc. Raman Ismaili & Mr.sc. Arben Oda.....	75
10. Mjedisi si faktor i rëndësishëm i zhvillimit të turizmit dhe ekonomisë në Kosovë Mr.Sc.Bedri Millaku, Phd- kandidat.....	83
11. Turizmi si fenomen shoqëror <i>MSc.Ardian Emini</i>	89

12. Perspektivat e zhvillimit të turizmit dimëror në “Kodrën e Diellit” në kushtet e ngrohjes globale	
Mr.sc. Mislum Zendeli.....	97
13. SWOT analiza në funksion të formulimit të strategjisë	
Mr. sc. Arben Oda & Mr.sc. Raman Ismaili.....	112
14. Baza materiale si faktor për zhvillimin e turizmit në rajonin e Sharrit dhe Pollogut	
Mr. Jagoda Jankovska.....	119

Kapitulli II

RESURSE NJERËZORE

(Punimet në këtë kapitull janë nga tryeza “Administrata publike dhe sfidat e reformimit të saj”, organizuar nga Instituti “Pjetër Budi” në Prishtinë).

1. Sfidat e reformimit në administratën qendrore	
<i>Prof.Dr.Arsim Bajrami, ministër i Administratës Publike</i>	136
2. Reformat e administratës publike në nivelin lokal, sot dhe nesër	
<i>Sadri Ferati, Ministër i Pushtetit Lokal</i>	138
3. Reforma e administratës publike në Republikën e Maqedonisë	
<i>Prof.dr. Jove Kekenovsk, profesor në Institutin “Pjetër Budi”</i>	141
4. Administrata publike në kërkim të shkopi magjik!	
<i>Albulena Sadiku, OJQ “INPO”</i>	150

Kapitulli III

BANKA DHE SIGURIME	154
1. Kontrata për lizingun	
<i>Mr.sc. Berat Aqifi</i>	156
2. Faktorët e rritjes ekonomike	
MSc. Orhan Çeku & MSc. Mentor Shaqiri.....	163
3. Kriza globale financiare - ndikimi i saj në tregun e sigurimeve	
Mr. Sherif Gashi.....	172

4. Probleme të menaxhimit të riskut bankar - rasti i Shqipërisë	
MSc. Anila Mançka & MSc. Alketa Pasholli.....	184
5. Burimet e financimit të investimeve në Kosovë	
MSc. Mentor Shaqiri.....	197
6. Partneriteti publik – privat në kushte të krizës ekonomike globale	
Mr. Sc Berat Aqifi.....	204

Të nderuar miq!

Në realizimin e vizionit të Institutit “Pjetër Budi” në Prishtinë botimi i numri të tretë të revistës shkencore “Logos” me përmbledhjen e saj mbi aktivitetet hulumtuese paraqet dëshmi faktike se vullneti i mirëfilltë dhe angazhimi serioz në fushën e shkencave organizative pranë Institutit për Studime “Pjetër Budi” realizon suksese të dalluara në lëmin e shkencave organizative në një periudhë shumë të shkurtër kohore, falë dinamikës së imponuar si etje për arritje në fushën shkencore.

Angazhimi i kuadrit profesional dhe kompetent mundësoi që këto suksese të veçojnë këtë institucion për kontributin që sjellë në zhvillimin e shoqërisë në tërësi.

Njëherit këto arritje janë edhe rezultat i bashkëpunimit të mirëfilltë mes autorëve të Institutit “Pjetër Budi” në Prishtinë dhe autorëve mysafirë, që me punimet e tyre shkencore kontribuojnë në kryerjen e misionit tonë të përbashkët, implementimin e njohurive shkencore në funksion të përmirësimit të mirëqenies ekonomike të mbarë shoqërisë kosovare.

Shfrytëzoj rastin që t’ju bëjë thirrje të gjithë akademikëve dhe ekspertëve të lëmive përkatëse që të rrisin kontributin e tyre pranë Institutit “Pjetër Budi”. Ky bashkëpunim njëherit korrespondon mbi shëmbëlltyrën e bashkëpunimit ndërmjet Institutit për Studime të Shkencave Organizative - Aplikative “Pjetër Budi” në Prishtinë dhe Universitetit “Shën Klementi” me seli në Ohër.

Po e përmbyll këtë parathënie me dëshirë dhe shpresë që rezultatet evidente të deritanishme të paraqesin frymëzim në angazhimin tonë shkencor të mëtutjeshëm.

Prof.Dr. Sofronija Miladinovski
Rektor i Institutit “Pjetër Budi”

Kapitulli I
TURIZËM DHE HOTELERI

Dr.sc. Armand Krasniqi. prof. ass

NEVOJA E KRIJIMIT TË BAZËS LEGJISLATIVE PËR TURIZËM TË QËNDRUESHËM NË KOSOVË

Abstrakt

Zhvillimi i qëndrueshëm ekonomik dhe turistik, duke pasur parasysh trendin dhe dinamikën e zhvillimeve bashkëkohore globale, konsiderohet veprim i domosdoshëm shoqëror, që është shndërruar në standarde dhe parime, që me efektivitet duhet zbatuar në jetën tonë.

Turizmi, në cilësi të veprimtarisë ekonomike, konsiderohet me një natyrë shumë heterogjene, si në planin e studimeve teorike ashtu edhe në refleksionet pozitive dhe negative, që paraqiten në botën postmoderne.

Natyrisht, postmoderniteti dhe vetë procesi i globalizmit kanë determinuar qasje racionale dhe ekipore të të gjithë aktorëve të interesuar, në mënyrë që logjika e re e zhvillimeve ekonomike të bazohet mbi parimet e qëndrueshmërisë, balancimit dhe konsumit të planifikuar të resurseve natyrore.

Zhvillimi i jashtëzakonshëm i teknikës e teknologjisë dhe gara për zhvillim dhe depërtim në tregje globale, duke ju falënderuar parimeve të tregtisë së lirë, ka bërë që eksploatimi i resurseve, jo vetëm të bëhet tepër i egër, por seriozisht të rrezikohet biodiversiteti dhe mjedisi global.

Paradigma e re “për zhvillim të qëndrueshëm” kërkon krijimin e bazës legjislative, e cila jo vetëm që duhet mbështetur në konventa ndërkombëtare, deklarata dhe aksione ndërkombëtare, në mënyrë që jo vetëm të jetë lehtë i zbatueshëm dhe i pranueshëm nga shoqëria, por edhe të sigurojë dhe garantojë strategji efektive moderne zhvillimi.

Fjalët kyçe: ekonomi, turizëm, i qëndrueshëm, strategji, legjislacion, konventa ndërkombëtare, deklarata, konferenca.

Hyrja

Në dekadat e fundit turizmi, si në botëkuptimin pozitiv ashtu edhe negativ, është zhvilluar dhe renditur në një faktor të rëndësishëm në kontekst të zhvillimit të qëndrueshëm. Sipas të dhënave të sigurta brenda vendeve të BE- së, turizmi është një nga sektorët e rëndësishëm ekonomik, me 9 për qind të të punësuarve dhe me pjesëmarrje 9 për qind në konsum.

Turizmi, gjithashtu, përfaqëson një nga pesë kategoritë e eksportit në 83 për qind të të gjitha vendeve të botës dhe njëri ndër burimet kryesore të të ardhurave valutore në pothuajse 38 për qind të vendeve.¹

Në shumë vende turizmi ka një nga rolet kryesore në ekonomi si një burim punësimi dhe strategji efektive kundër varfërisë.

¹ Të dhëna nga Organizata Botërore e Turizmit

Sipas parashikimeve të Organizatës Botërore të Turizmit (OBT), pritet që numri i ardhjeve të turistëve në Evropë deri në 2020 të dyfishohet me të hyra të përafërta deri në 720 € milionë. Në anën tjetër, ky zhvillim i pritshëm nënkupton dhe bart në vete një rrezik serioz për mjedisin dhe mirëqenien e popullsisë, por edhe për turizmin si industri.

Me shtimin e kohës së lirë, të ardhurave personale, bazuar edhe trendet e deritashme të lëvizjeve turistike, përafërsisht 180 milionë evropianë shkojnë në pushim çdo vit.

Karakteristikë e këtyre turistëve është shpirti aventurier modern, si dhe kërkesës në vazhdim në rritje për pushime verore, që plotësohen me aktiviteteve në natyrë, kulturë, rekreacion, etj.

Është vënë re se shumica e turistëve po i shmangen destinacioneve me një mjedis të trazuar dhe të pasigurt. Gjithashtu, është evidente se aktualisht turistët po lëvizin drejt Mesdheut Qendror dhe Lindor. Falë zhvillimeve të mjeteve teknike – teknologjike udhëtimet po bëhen shpejtë e lehtë, ndërsa destinacioni më i largët është relativisht i arritshëm pa problem.

Në këtë kuptim edhe koncepti i ri i zhvillimit turistik gjithsesi duhet të bazohet në parimet e tregut, iniciativën private, ekonominë e vogël, vlera të reja, komplementaritetin e resurseve të ndryshme, liqenjve, lumenjve dhe territori pas tyre (pjesën kontinentale), baraspeshën ekologjike, si dhe në parimet e zhvillimit të rajonit si tërësi funksionale.

Të gjitha këto nënkuptojnë edhe konceptin e ri të marketingut turistik, i cili në vete nënkupton pozicionimin e rajonit dhe pjesëve të tij, produktet turistike dhe plasmanin në tregjet e caktuara, alternative turistike.

Logjika e zhvillimit të qëndrueshëm, bazuar në komponentet e sipërpërmendura, duhet të mbështetet në një bazë të sigurt e të fortë legjislative. Andaj, është detyrë e institucioneve qeveritare në të gjitha nivelet, zyra apo lidhje turistike së bashku me grupet e interesit, që me kontributin e tyre serioz të angazhohen që baza legjislative të jetë racionale, efektive dhe integruese.

Kuptimi dhe rëndësia e teorisë për turizm të qëndrueshëm

Ekspansioni zhvillimor dhe i pakontrolluar i turizmit, në veçanti në dekadat e fundit, është përcjellë me shumë pasoja të padëshiruara ekologjike, sociale, kulturore, etj., për shkak të mungesës së një koncepti për zhvillim të qëndrueshëm.

Qëndrueshmëria e zhvillimit turistik, sikurse edhe veprimtarive tjera, para së gjithash, varet nga mundësitë e ambientit jetësor dhe bazat për një zhvillim afatgjatë.

Para të gjithë pjesëmarrësve dhe bartësve të veprimtarive turistike parashtrahet kërkesa e qartë që ta respektojnë dhe zbatojnë maksimalisht nevojën e zhvillimit të qëndrueshëm nëpërmjet zhvillimeve strategjike dhe mënyrave të tjera të trajtimit.

Definicioni i turizmit të qëndrueshëm nuk është i precizuar dhe gjatë shqyrtimit të tij ende përjeton ndryshime të vazhdueshme. Ashtu edhe sikurse me vetë definicionin mbi turizmin, procesi për precizimin e definicionit të turizmit të qëndrueshëm me siguri që do të vazhdojë edhe në vitet e ardhshme, derisa të gjendet një opsion i pranueshëm nga shumica e teoricienëve.

Sipas pikëpamjeve të Organizatës Botërore të Turizmit dhe Programit të Kombeve të Bashkuara për ambientin jetësor, turizmi i qëndrueshëm si veprimtari ekonomike, pranohet si një proces zhvillimor dhe logjik i bazuar ekskluzivisht në respektimin dhe kënaqjen e nevojave të turistëve, në cilësi të bartësve të ofertës, e së bashku me këtë edhe ruajtjen e ambientit dhe mundësi, të cilat i posedon destinacioni i caktuar turistik.

Koncepti i zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm duhet të jetë i bazuar në drejtimin e veprimtarisë turistike, e cila do të mundësojë arritjen e qëllimeve ekonomike, shoqërore e estetike dhe njëkohësisht ruajtjen e vlerave dhe pasurive të lidhura me integritetin social, procesin themelor ekologjik dhe diversitetin biologjik.

Në dokumentet e Federatës së Parqeve Natyrore dhe Nacionale të Evropës – EUROPARC, me termin “turizëm i qëndrueshëm” nënkuptohet “çdo lloj turizmi, i cili i kontribuon ruajtjes së ambientit jetësor, integritetit ekonomik e social dhe përparimit të vlerave natyrore e kulturore”.²

Gjendja aktuale për këtë situatë mund të konstatohet: degradim të ambientit jetësor nga ana e turistëve me një tempo progresive; vetëdije të pamjaftueshme në shkallë të lartë për indikatorët e zhvillimit të qëndrueshëm; zhvillim të turizmit masiv, i përcjell me grumbullim të shumë vizitorëve në vende dhe kohë të caktuar si problem tepër serioz; bashkërisht me tri parametrat e potencuar më sipër mundësitë potenciale për konfliktet në mes të popullatës lokale dhe turistëve, të cilat manifestohen me humbjen e dashurisë, zvogëlimin e motivit, rritjen e agresivitetit etj.; rrezikimin e kulturës lokale si atraksion parësor turistik; ofrimin e informacioneve të gabueshme turistëve dhe efekt të dobët të masave të sjella, më qëllim të mënjanimin të trendeve negative.³

Qëllimi ekskluziv, në të cilin duhet të përcaktohet dhe i cili duhet që maksimalisht të mbështetet, është turizmi i qëndrueshëm respektivisht turizmi i harmonizuar në bazë të një qasjeje integrale dhe që fokusohet në theksin e pesë komponenteve: ruajtjes së ambientit jetësor; afirmimit e integritetit social; respektimin e veçorive kulturore të popullatës lokale; plotësimin optimal të nevojave turistike dhe krijimin e profitit.

Në mënyrë që në përditshmëri të jetë praktikë e turizmit të qëndrueshëm, është e pashmangshme që të vendosim një model të zhvillimit, i cili maksimalisht do të potencojë raportet dhe marrëdhëniet pozitive ndërmjet kategorive dhe qëllimeve të sipërpërmendura dhe, në anë tjetër, po me të njëjtin intensitet, t'i potencojë dhe minimizojë të gjitha efektet negative.

Qëllimet, të cilat potencohen, njëkohësisht janë parakushte, që duhet të realizohen detyrimisht. Në veçanti duhet përmendur që, për dallim nga praktika e deritashme, procesin e ri zhvillimor turistik duhet bazuar vetëm në planin ku rëndësi ka ruajtja e ambientit jetësor, derisa ekonomia të humb rëndësinë e vet në kuptimin relativ.⁴

² Loving Them to Death – Sustainable Tourism in Europ’s Nature and National Parks, Federation of Nature and National Parks of Europ, Grafenau, Germany, 1993 dhe në web faqen <http://www.europarc.org>

³ <http://www.europarc.org> - EUROPARC Federation Strategy *Challenges and opportunities for European protected areas*

⁴ Kripendorf, J., *Reconciling Tourist Activities with Nature Conservation Council of Europe*, Trasbourg, 1992

Është fakt se një turizëm i orientuar drejt në pikëpamje ekonomike mund të sjellë rezultate të mira biznesore në një periudhë të shkurtë kohore dhe të sigurojë plotësim të mjaftueshëm të kërkesave turistike, por, në anë tjetër, edhe të gjenerojë pasoja - efekte negative për ambientin jetësor dhe popullatën lokale.

Kjo edhe në të vërtetë është mënyra ku turizmi, kryesisht, është zhvilluar në disa dekada të fundit. Dëshmi e kësaj tani është mënyra e shërbimeve, të cilat i ofrojnë organizatat e ndryshme turistike, para së gjithash ato të hotelerisë, komunikacionit dhe agjencitë e udhëtarëve.

Në përputhje me këtë, në periudhën e kaluar, profiti, punësimi, pjesëmarrja në bruto prodhimin nacional dhe kënaqësia e turistëve janë nënvizuar si elemente themelore për vlerësimin e një zhvillimi të suksesshëm turistik.

Duke i pasur parasysh definicionet ekzistuese, qëndrimet dhe komentet për turizmin e qëndrueshëm, jemi përcaktuar për definicionin, i cili ka këtë kuptim: “Me turizëm të qëndrueshëm nënkuptojmë zhvillim të integruar dhe kompleks, me të cilin njëkohësisht realizohen qëllimet heterogjene nga të cilët asnjëri nuk ka mundësi të jetë dominant në relacion tjetër, e këto janë: krijimi i profitit ekonomik; ruajtja e integritetit social të popullatës domicile; afirmimin e identitetit kulturor të fushave receptive; ruajtjen e ambientit jetësor; plotësimin optimal të kërkesave turistike”.

Turizmi duhet të drejtohet i integruar së bashku me veprimtaritë tjera komplementare, brenda strategjisë së gjerë dhe të qëndrueshmërisë të një hapësire të caktuar. Një prezencë e këtyre të turizmit mundëson krijimin e efekteve të kënaqësisë shoqërore në afat kohor të gjatë, ku para së gjithash nuk shkatërrohen resurset natyrore dhe nuk rrezikohet jeta e njerëzve.

Parimet bazë për një turizëm të qëndrueshëm

Realizimi i qëllimeve, të cilat burojnë nga koncepti i zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm, nënkupton marrjen dhe zbatimin e shumë vendimeve, të cilat duhet t’u jenë përshtatur trendeve të ardhshme në një kontekst të gjerë dhe të gjatë kohor, që dallojnë nga ato të mënyrës tradicionale të planifikimit dhe nxjerrjes së vendimeve.

Koncepti i turizmit të qëndrueshëm paraqet ndërrim esencial etik të të gjithë pjesëmarrësit e procesit turistik nga ekonomia turistike në cilësi të bartësit dhe kreatorit të ofertës, deri te turisti në cilësi të shfrytëzuesit të tyre.

Nëse arrihet konsensus rreth rëndësisë së parimeve themelore etike si parakushte aksionare dhe shndërrohen në komponent bazë në vendimmarrje, mund të priten rezultate pozitive dhe zhvillim të turizmit në baza të qëndrueshme.

Bazat etike të turizmit të qëndrueshëm janë të lidhura ngushtë me dy kuptime: “nevojë – kërkesë” dhe “përgjegjësi”. Sot kërkesat turistike ose për udhëtim konsiderohen si themelore për nevojat njerëzore, kënaqësinë e të cilave e mundëson popullata e vendeve receptive, në mënyrë që edhe për vete të plotësojë nevojat ekonomike dhe sociale.

Koncepti i zhvillimit të qëndrueshëm detyron që këto kërkesa të plotësohen në atë mënyrë dhe masë që gjeneratave të ardhshme njerëzore t'u mundësohet shfrytëzimi i tyre, aq sa i shfrytëzojnë gjenerata e sotme.

Gjeneratat e sotme duhet që t'i respektojnë të drejtat e pasardhësve të vet, në masë të njëjtë ose më të madhe, në mënyrë që kërkesa turistike t'i kënaqë të dyja palët dhe t'i sigurojë turizmit zhvillim të qëndrueshëm dhe kohë - ekzistencë.

Kjo në të vërtetë është parimi i parë i turizmit të qëndrueshëm. Pra, zhvillimi i turizmit duhet që të realizohet në atë mënyrë që të sigurojë shfrytëzim racional të resurseve të ambientit jetësor, respektim të vlerave kulturore, afirmimit të vlerave autentike dhe specifike në fusha të caktuara, shpirtin dhe traditën të ndonjë vendi me vlerë për popullatën domicile.

Me rastin e nxjerrjes së vendimeve, doemos duhet që të vlerësohen me shumë mundësi alternative dhe atë nga aspekti i prodhimit të efekteve konkrete pozitive dhe negative e të cilat, sipas nesh, duhet t'u përmbahen këtyre rregullave:

- *Mënjanimi nga pasojat negative:* Përderisa ekzistojnë mundësitë minimale që aktivitetet e planifikuara do të shkaktojnë efekte negative, gjithsesi duhet të sigurohen opsione tjera zhvillimore.
- *Vlerësimin e efekteve negative:* Nëse nuk është e mundur që t'i mënjanojmë efektet negative duhet që të përcaktohem për ato të cilat janë më pak negative dhe në pikëpamje kohore janë më të shkurtra.
- *Minimizimin e efekteve negative:* Nga aspekti etik të arsyeshme janë vetëm ato aktivitete, të cilat efekti i tyre negativ ka mundësi të reduktohet në masë të madhe.

Nga rregullat e përmendura më sipër del se vlerësimin të ndikimeve ekonomike dhe sociale në ambientin jetësor duhet t'i paraprijë çdo projekt zhvillimor i përmasave të mesme dhe të mëdha, me të cilat bazohet zhvillimi turistik i ndonjë vendi të caktuar.

Afër saj, çdo fazë e zhvillimit turistik duhet vlerësohet dhe monitorohet nga pikëpamja kritike, në mënyrë që të vërtetohen efektet e vendimit të sjellë dhe të reagohet në vende ku nuk janë planifikuar proceset e caktuara. Për të arritur zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit, kërkohet një qasje e integruar e planifikimit dhe menaxhimit të tij.

Parimet mbi të cilat duhet të rregullohet baza juridike për turizëm të qëndrueshëm

Procesi i integritetit në këto hapësira dhe nevoja për zhvillim të qëndrueshëm është në rrjedhë e sipër dhe po ashtu gjendja faktike në lëmin e transformimeve dhe tranzicionit shoqëror konsiderohet komplekse dhe e komplikuar.

Bazuar në këtë konstatim para institucioneve relevante paraqitet nevoja e dhënies së përgjigjes se cila është rruga që duhet ndjekur!

Cilat metoda dhe angazhime juridike, ekonomike dhe shoqërore duhet ndërmarrë, në mënyrë që turizmi e hoteleria të jenë faktorë pozitiv i zhvillimit të qëndrueshëm shoqëror dhe veprimtari fitimprurëse për subjektet biznesore? Si duhet ta bëjmë turizmin ose si mund ta shfrytëzojmë turizmin si faktor të afrimit me BE-në?

Bazuar në nevojën zhvillimore dhe vështirësitë e identifikuar më sipër, bazuar edhe mbi çështjet, të cilat janë identifikuar si problematike, e që duhet trajtuar me urgjencë në mënyrë që ato të minimizohen eventalisht të mënjanoen, besojmë se në afatin më të shkurtër duhet të merren këto masa: Përveç përafrimit të legjislacionit me deklarata, promovuar nga Organizata Botërore e Turizmit, të cilat i referohen zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit,⁵ duhet të realizohen edhe këto detyra:

- Aktet ligjore dhe nënligjore nga lëmi i turizmit dhe hotelierisë, të cilat janë të përkthyer nga vendet e ndryshme dhe që nuk u janë përshtatur kushteve dhe mundësive të ekonomisë dhe turizmit të qëndrueshëm, të rishikohen, plotësohen më në mënyrë që në këtë fazë të jenë profesionale, reale dhe fleksibile që t'u përshtaten rrethanave vendore;
- Turizmi dhe hoteleria, edhe pse kanë ngjashmëri dhe i shërbejnë të njëjtit mision, për interes të cilësisë, duhet të rregullohen me ligje të veçanta e assesi siç janë tani, kur janë të rregulluara vetëm me një ligj;
- Mungesa e ligjeve sistemore, të cilat veçanërisht do të rregullonin turizmin dhe hotelierinë, të rregullohen me nxjerrje të ligjeve të tjera, që do të garantonin një fazë tranzicioni të suksesshëm e që pas një periudhë kohore do të zëvendësoheshin me ato të BE - së;
- Nga instancat e caktuara profesionale, shoqatat profesionale dhe grupe të interesit të identifikohen, sistemohen, kodifikohen dhe publikohen uzansat që i përkasin vendit dhe prioritet t'u jepet atyre, të cilat janë kompatible me standardet e larta të vendeve të BE- së;
- Në grupe parlamentare të futen edhe anëtarë nga shoqëria civile dhe grupet e interesit, të cilët përfaqësojnë interesin e biznesit dhe qytetarëve, në mënyrë që aktet e caktuara ligjore për turizmin e qëndrueshëm të jenë të zbatueshme në terren;
- Aktet e caktuara ligjore, nënligjore, uzansat, kontratat ndërkombëtare të mos jenë bllokuese për biznesin vendas vetëm pse janë në përputhje me aktet, standardet dhe kontrata e BE - së;
- Qeveria e Kosovës respektivisht Ministria e Tregtisë dhe Industrisë të themelojë Zyrën Turistike të Kosovës, e cila do të luajë rolin që i takon në kuadër të bashkëpunimit dhe zhvillimit nacional, ndërkombëtar dhe promovimin e konceptit për zhvillimin e qëndrueshëm;⁶

⁵ Deklarata e Manilës për turizmin botëror me 1980; Deklarata e Akapulukës për të drejtën në pushim vjetor me 1982; E drejta turistike dhe kodi turistik, Sofje 1985; Deklarata e Hagës për turizmin me 1989; Karta për turizmin e qëndrueshëm në Lanzarota me 1995 (së bashku me UNEP, UNESCO dhe BE); Deklarata e Berlinit për turizmin e qëndrueshëm në mars të vitit 1997; Karta për turizmin e qëndrueshëm; Kodi i përgjithshëm etik për turizmin me 1999; Deklarata nga Hainana – Turizmi i qëndrueshëm në viste e azisë dhe pacifikut 2002; Deklarata për ekoturizmin nga Kvebeku 2002; Deklarata mbi turizmin dhe ndryshimet klimatike

⁶ Vlerësojmë se themelimi i Organizatës Turistike të Kosovës nga ana e Qeverisë së Kosovës – Ministrisë për Tregti dhe Industri ashti siç e kanë të gjitha vendet në rajon do të kontribuonte në masë të madhe për promovimin dhe turizmin në Kosovë. Përveç kësaj, kjo organizatë në bazë

- Të stimulohen dhe inkurajohen Organizatat Joqeveritare që krijojnë dhe zbatojnë projekte për edukimin, vetëdijesimin dhe arsimimin e subjekteve biznesore dhe qytetarëve për turizëm të qëndrueshëm në bazë të agjendës 2010;
- Të shikohen mundësitë e nxjerrjes dhe zbatimit të lehtësirave tatimore për subjektet, të cilat janë të suksesshme për format e turizmit të qëndrueshëm, në veçanti të respektohen, stimulohen dhe ndihmohen ato subjekte, që janë të orientuara në zhvillimin e kapaciteteve eko- turistike;
- Në veçanti nuk do të ishte gabim sikurse të formohet një trup miks ndërqeveritar TASK FORCE, i cili me përgjegjësi dhe autoritet do të kontribuonte në zbatimin e strategjive zhvillimore dhe mënjanimin e vështirësive në zbatimin e legjislacionit;

Rekomandimet

Duke pasur parasysh detyrimet e vendit tonë ndaj vetë konceptit për zhvillimin e qëndrueshëm, edhe pse Kosova nuk është nënshkruese e dokumenteve të Rios - Agjenda 21 (Rio de Janeiro 1992), Plani i Implementimit, 41 – Count Samitin e Rios 10 (Johanesburg, Afrika e Jugut 2002), tërësia ekzistuese legjislative, edhe pse jo e plotë, është kompatible me aktet, strategjitë dhe deklaratat respektive ndërkombëtare.

Ndër aktet e përgjithshme juridike konsiderohet Ligji për Mbrojtjen e Mjedisit të Kosovës⁷ (Dispozitat e përgjithshme, Neni 7 instrumentet për mbrojtjen e mjedisit).

Nisur nga kjo bazë ekzistuese mund të konkludojmë se nuk ka asnjë pengesë, që të kemi një strategji të zbatueshme gjithëpërfshirëse, e cila do të sigurojë:

- Miratimin dhe zbatimin e ligjeve dhe vendimeve që sigurojnë ekuilibër ndërmjet mbrojtjes së mjedisit dhe zhvillimit ekonomik përmes integritit të mbrojtjes së mjedisit në të gjitha politikat sektoriale;
- Planifikimin dhe përdorimin e qëndrueshëm të burimeve natyrore;
- Zhvillim modern të turizmit të bazuar kryesisht në cilësinë origjinale të hapësirës dhe burimeve;
- Rol të shtetit në fushën e infrastrukturës, financimit, komunikimit, etj., pastaj një rritje e dukshme në tregjet e turizmit.
- Krijimin e kushteve politike, ekonomike dhe institucionale për zbatimin e zhvillimit të qëndrueshëm në zona turistike.

Karakteristikat e territorit të Kosovës, modeli i saj natyror dhe vlerat e krijuara, janë relativisht të mira për konceptin modern të turizmit të qëndrueshëm.

Edhe pse Kosova ende nuk ka një program tradicional turistik për pyllin, turizmin rural, destinacionin etj., strategjia me një dinamik mund të ndryshojë këtë koncept statik.

Megjithatë, Kosova mund të përmbushë plotësisht kërkesat moderne të turizmit aktiv dhe të jenë të përfaqësuara përmes "programeve për destinacione turistike në Kosovë" në përputhje me zhvillimin e qëndrueshëm dhe ruajtjen e zonës së mbrojtur - mjedisin.

profesionale do të arrinte që në plani ndërkombëtar të kyçej në rrjetet e caktuara me organizatat simotra, do të bashkëpunonte në Organizatën Botërore të Turizmit dhe do të krijonte kushte për tërheqjen e investimeve të huaja.

⁷ Ligji për mbrojtjen e mjedisit në Kosovë Nr. 03 / L – 025

Turizmi i qëndrueshëm përfshin aktivitete, të cilat kanë pak ndikim negativ në mjedis. Për fat të keq, në Kosovë është evidente mungesa e infrastrukturës adekuate, që do të mbështesë zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm.

Gjithashtu, planifikimit të menaxhimit të mbeturinave në zonat turistike i mungon një mënyrë efektive dhe e përshtatshme, në këtë rast një ndikim i vogël i aktiviteteve turistike në mjedis. Duhet potencuar se për të vënë në jetë këtë filozofi dhe praktikë zhvillimi duhet të udhëhiqemi nga parimi "për zhvillimin e teknologjive ekologjiksht miqësore".

Platforma globale për ndryshimet e vendosura nëpër dokumente të tilla si Kodi global i etikës në turizëm të Organizatës Botërore të Turizmit, deklarata mbi ekoturizmin në Kuebec, rekomandime për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm në zonat e rrezikuara, si dhe të Direktivës për ruajtjen e biodiversitetit, udhëzojnë dhe detyrojnë për paradigmen e re të zhvillimit të turizmit përmes: aktivitet të planifikuar multisektorial, qasje maksimale sociale - lokale, duke kontribuar në menaxhimin e qëndrueshëm të mjedisit dhe sigurim të këmbimit kulturor, që siguron dialog të nevojshëm në të gjitha nivelet.

Përfundimi

Drejtimet e zhvillimit të botës bashkëkohore janë të lidhura drejtpërdrejtë me problematikën e aktiviteteve dhe ekzistencën njerëzore. Kjo nuk është frazë, por realitet me të cilin ndeshen njerëzit në gjithë globin, edhe pse jo sipas një intensiteti dhe standardi.

Kuptimi i zhvillimit për disa ka përmbajtje magjike dhe mundësi për arritje të reja, për të tjerët ky koncept nënkupton vërejtje dhe nevojë për shtegdalje nga krizat. Për të dy palët – njësoj shpresa, pritje dhe angazhime që zhvillimi të sjellë jetë më të mirë.

Turizmi është përditshmëria jonë, pjesë e të sotmes për pjesën më të madhe të globit dhe sigurisht ardhmëria e planetit tonë. Derisa të tashmen mund ta njohim dhe analizojmë, të ardhmen, në bazë të një projekcioni, mund ta parashikojmë në bazë të informacioneve dhe metodave shkencore.

Kjo më qëllim të vlerësimit dhe përcaktimit të aksioneve, të cilat do të drejtojnë nga suksesi. Edhe pse relativisht i ri, në vetëdijen e njerëzve turizmi, si fenomen në vende ku është zhvilluar deri sot, ka sjell efekte pozitive e nganjëherë edhe negative.

Për rëndësinë e këtij fenomeni flitet shumë, studiohet si në pikëpamje shkencore - akademike ashtu dhe në përgjithësi në bashkësinë njerëzore.

Perspektiva e turizmit në bazë të rregullatës juridike dhe veprimeve ekonomike përbëhet pikërisht prej këtyre dy komponentëve, të cilat në fund kanë ndikim të theksuar për zhvillim të qëndrueshëm. Natyrisht, në bazë të këtyre shqyrtimeve, kemi nxjerrë përfundime për lidhjen e tyre logjike, e pikërisht në këtë bazë është punuar kjo temë.

Qëllimi i saj është përgjigjja në pyetjen se: A ka nevojë Kosova të ketë një strategji të përbashkët zhvillimore juridike - ekonomike për turizmin të qëndrueshëm?!

Pothuajse në të gjithë dokumentet strategjike ekonomike hasim përshkrime për nevojat e legjislacionit dhe sundim të ligjit. Por, në anën tjetër, askund nuk mund të vërehet se cilat janë në të vërtetë ligjet e nevojshme - përmbajtja e tyre, që do të jenë në funksion të organeve dhe institucioneve kompetente, në mënyrë që t'i futen aksionit dhe ta jetësojnë me forcë zhvillimin e qëndrueshëm ekonomik dhe turistik.

Gjatë shqyrtimit të kësaj problematike kemi konstatuar se turizmi dhe hoteleria, si fenomene shoqërore, karakterizohen për nga ndërlikueshmëria, si në aspektin juridik ashtu edhe atë ekonomik.

Ky fakt gjithsesi duhet eliminuar që në fillim, duke e rishikuar dhe përafuar legjislacionin vendor dhe duke krijuar një bazë të re legjislative të mbështetur në legjislacion e pranueshëm dhe të standardizuar ndërkombëtar.

Pa dyshim që territori i Kosovës ka potenciale dhe mundësi që të zhvillojë një turizëm të qëndrueshëm, por përveç strategjisë me aktorë institucional dhe jointucional, për të garantuar sukses, baza ligjore dhe vullneti janë vendimtare për zhvillim.

Literatura:

1. Hetemi Dr. Mehdi, "E drejta me njohuritë themelore të së drejtës afariste", Prishtinë 1996
2. Folsom R., "European Union Law", Ts. Paul, v.1999
3. Goldštajn, A. Privredno ugovorno pravo." Informator" Zagreb 1980
4. Inskepp E. Tourism Planning. An Integrated and Sustainable Development, New York, v.1990
5. Krasniqi Mr. Armand, "E drejta në turizëm dhe hotelieri", Pejë 2004
6. Krasniqi Mr.Armand, "Administrimi i shërbimeve në turizëm dhe hotelieri", Pejë 2005
7. Kripendorf, J., "Reconciling Tourist Activities with Nature Conservation Council of Europe", Trasbourg, 1992
8. Jovanović Dr. Spirović Lucija." Privredno Pravo", Beograd 1999
9. Ligji mbi veprimtarinë Turistike dhe hoteliere i Kosovës, Nr. 2004 / 16
10. Viša sila i slušaj u obligacionom pravi, "Pravni informator".
http://www.informator.co.yu/informator/tekstovi/sila_607.htm, marrë me 01.10.2007
11. EUROPARC Federation Strategy Challenges and opportunities for European protected areas
12. Ligji për mbrojtjen e mjedisit në Kosovë Nr. 03 / L – 025
13. Ligji për vlerësimin strategjik mjedisor në Kosovë Nr. 03 / L – 015
14. Ligji për vlerësimin e ndikimit në mjedis ne Kosovë Nr. 03 / L – 024
15. Ligji për veprimtaritë turistike dhe hoteliere në Kosovë Nr. 2004 / 16

Web faqe:

1. <http://www.europarc.org>
2. <http://www.unwto.org>

Prof. Dr. Sofronija Miladinovski

SI TA KUPTOJMË PROMOVIMIN?

Abstrakt

Gjithnjë në opinion përcaktohen shumë sinopsisa me të cilat përcaktohen nocione të caktuara pasi në opinion, ndonjëherë edhe në atë profesional, përcaktohen terminologji të gabuara. Prandaj, ndonjëherë përzihet reklama me propagandën e pastaj me promovimin, marketingun dhe një sërë ngjashmërisht tjera.

Prandaj, këtu do të bëjmë një qasje mbi promovimin, i cili ndërtohet si miksi (përzierje) i aktiviteteve të cilët përcaktohen në vetë përmbajtjen e tyre të vërtetë. Komentimi kuptimor i determinanteve të rregullta i vendos realisht pozitat e rregullta të teorisë së marketingut, e cila në thelb është komentimi i drejtë i këtyre nocioneve.

Me njoftimin me këta nocione lexuesi do të mund të fokusohet në të vërtetën reale dhe do të mund t'i shpërndajë në mënyrë të drejtë determinantet ekzistuese, të cilat mbrojtësin (luftëtarin) e vërtetë ndonjëherë e hutojnë.

Fjalët kyçe: marketingu, aktivitetet promovuese, promovimi, propaganda, miksi komunikues, etj.

Miksi promovues

Promocioni është element final i miksit të marketingut. Nëse produkti është i dizajnuar t'i plotësojë nevojat e tregut të caktuar, ka çmim kompetitiv dhe është i qasshëm në vendet e duhura, atëherë është relativisht lehtë që të formohet dhe të vendoset kampanjë promovuese efektive.

Në rast të kundërt, atëherë nuk ka kampanjë promovuese, e cila do të jetë mjaftueshëm efektive dhe efikase. Të promovohet, do të thotë të inkurajohet ose të avancohet diçka. Aktivitetet promovuese e inkuadrojnë çdo aktivitet që është i dizajnuar që ta inkurajojë ose ta avancojë shitjen e produktit ose shërbimit.

Promovimi i plotëson qëllimet përmes transmetimit të porosisë mbi prodhimin në tregun e caktuar. Tregu mund të zgjedhë një nga mënyrat e shumta të komunikimit: propagandën, promovimin shitës, publicitetin, shitjen personale dhe marketingun e drejtpërdrejtë, që e formojnë miksin promovues të ndonjë kampanje të caktuar.

Pastaj, porosia duhet të bartet tek blerësit potencial, personalisht ose përmes mediave. Zgjedhja e mediumit ndonjëherë quhet miksi komunikues.

Vendimet për miksi promovues dhe komunikues do të përcaktohen nga strategjia e përgjithshme, siç është e ilustruar në figurën 16.1.

Vendimet strategjike

Tregjet e synuara
Strategjia konkurrenente
Pozicionimi



Marketing qëllimet

*Marketing miksi*

Prodhimi Çmimi Promovimi Vendi



Figura 16.1 – Lidhshmëria mes promovimit dhe strategjisë së marketingut

*Miksi promovues*

Reklamimi Publiciteti Promovimi shitës Marketingu i drejtpërdrejt Shitja

Teoria e komunikimit*Miksi komunikues*

Televizioni Shtypi Radio Posterit Kinemaja Posta e drejtpërdrejtë

Nëse dëshirojmë që porosia ta ketë efektin e dëshiruar, doemos duhet të shprehet në atë mënyrë që grupi i synuar ta kuptojë dhe t'i përgjigjet. Modeli i Shramit (Shramm) i paraqet elementet e procesit komunikues përmes transmetimit televiziv.

Fotografia është e enkriptuar në radio valë, e transmetuar përmes ajrit dhe e dekoduar nga marrësi (dëgjuesi). Ky proces gjithashtu zhvillohet edhe kur komunikimi është sy më sy, d.m.th. kur dikush mban fjalim.

Folësi zgjedh fjalë nga njohuritë e tij voluminoze, të cilat do ta transmetojnë dhe sqarojnë temën në atë mënyrë, ashtu që dëgjuesit e tij do të jenë në mundësi që ta kuptojnë dhe të përgjigjen rreth saj. Ky është procesi i enkriptimit. Studentët (dëgjuesit) nuk i shënojnë të gjitha fjalët, por orvaten të zgjedhin disa fjalë kyçe dhe t'i shënojnë. Ata e dekodojnë porosinë.

Ligjëruesi i mirë i ndjek studentët e tij me qëllim që të konstatojë se a dëgjojnë ata dhe nëse është e nevojshme ta ngadalësojmë tempin (ritmin) me qëllim që studentët të mund të shënojnë derisa ai ta fillojë temën e re. Ai përgjigjet në përgjigjen kthyesë.

Në mënyrë të ngjashme promotorët zgjedhin fjalë dhe imazh, të cilat do t'i paraqesin përparësitë e produktit të caktuar, që për publikun e caktuar (blerësit potencial) do të jenë tërheqëse dhe të paharrueshme. Reklama duhet të jetë në valë të njëjta me blerësit.

Shitësi i cili flet sy më sy me klientin mund t'i vërejë dhe dëgjojë reagimet e klientit dhe njëkohësisht ta modifikojë porosinë e tij.

Komunikimi i pahijshëm (TV, radio) nuk mund të marrë përgjigje kthyesë momentale (feedback), prandaj reklamuesi duhet të sigurohet përmes hulumtimit, planifikimit dhe testimit se porosia është enkriptuar në mënyrë korrekte.

Duke e përdorur këtë model si udhërrëfyes, ne tani do t'i shqyrtojmë të gjitha fazat e procesit veç e veç. Diskutimi do ta përdorë fjalën reklamim, por kjo do t'u referohet edhe llojeve tjera të marketing komunikimit.

Marrësi

Marrësi do ta dekodojë porosinë duke e krahasuar me atë të cilën paraprakisht e ka të njohur. Nëse porosia është krejtësisht e panjohur ose është në konflikt me njohuritë dhe qëndrimet tanimë ekzistuese, ai do ta marrë ose injorojë – efekt i njohur si *Disonancë Kognitive*.

Që të shmanget ky rrezik, reklamuesi duhet të ketë njohuri dhe kuptim të mirë mbi tregun e synuar me qëllim që të dizajnojë porosinë, e cila do të depërtojë deri tek nevojat, preokupimet, interesat dhe sjellja e tyre. Kjo porosi do të ndryshojë në varësi nga vitet, gjinia, statusi familjar, stili i jetesës dhe aspiratat.

Porosia doemos duhet ta marrë parasysh përvojën paraprake të marrësit në lidhje me kategorinë e caktuar të produkteve ose brend-it. Rositer-i dhe Persi e ndajnë tregun për kampanjë promovuese në katër kategori:

- Konsumatorë të rinj në kategori
- Brend konsumatorë të rinj
- Brend lojalistët
- Brend këmbyesit

Kjo ndarje e tregut është e ngjashme me ndarjen e konsumatorëve. Porosia patjetër duhet të jetë e ndryshme për secilën kategori.

Kampanja e shtëpisë së shëndetit mund të ketë si qëllime të veta secilën nga këta që vijojnë:

- Të barten benefitet (dobitë) e të ushtruarit të atyre të cilët nuk e bëjnë këtë;
- Të tërhiqen anëtarët të cilët u takojnë klubeve tjera;
- Të ndryshohet qëndrimi i tyre në lidhje me klubin dhe objektet;
- Të binden anëtarët ekzistues që ta përtërijnë anëtarësimin e tyre në klub ose të vijnë sa më shpesh.

Ndryshimi i sjelljes është përafërsisht i rëndë për shkak të rezistencës ndaj ideve të cilat nuk përputhen me përvojën dhe dijen tonë të deritanishme. Në vend që të ketë efekt të drejtpërdrejt ndaj tyre, personi që zbaton marketingun duhet patjetër t'i theksojë përvojat ekzistuese dhe pastaj të fusë element të befasismit, i cili do ta detyrojë marrësin të mendojë.

Përgjigjja - si funksionon propaganda?

Çdo ditë ne pranojmë mijëra porosi promovuese – në gazeta, në lajme, në radio, poster (afishe), billborda (stendë afishimi), reklama, në shitore, etj. Hulumtimet tregojnë se ne mbajmë mend vetëm një pjesë të vogël të këtyre porosive. Mendja jone i shmang një numër të madh të tyre si jorelevante dhe jotërheqëse. Ky proces është i njohur si *Perceptim seleksionues*.

Qëllimi i parë i promotorit është që të tërheqë vëmendjen. Kjo mund të arrihet përmes karakteristikave siç janë madhësia, ngjyra, pozita, përmes imazheve ose sloganeve, të cilat janë të zakonshme ose me përdorimin e tregimeve, që janë dramatike ose humoristike, dhe të cilat do ta zbavitin shikuesin ose lexuesin. Këta karakteristika janë të dizajnuara me qëllim që blerësi ta vërejë reklamën dhe t'i bëhet me dije për ndonjë prodhim të caktuar.

Në rast se reklama ka sukses të tërheqë vëmendjen, ajo nuk do të ketë sukses në qëllimet e saja nëse nuk nxit interesim. Simon Brodbend (Simon Broadbend), shprehet se promotori nuk dëshiron që konsumatori të thotë vetëm “sa reklamë e mirë”, po aq edhe “sa prodhim i mirë”. Ai patjetër duhet të propozojë solucion për problemet e tyre ose t'i kënaqë nevojat. Karakteristikat dhe situatat të cilat janë paraqitur doemos duhet të jenë të tilla me të cilat ajo do të identifikohet dhe nga do të synojë. Përndryshe, ai do ta shmangë reklamën dhe do ta harrojë.

Prandaj, reklamata doemos duhet të përmbajnë informacione relevante. Sido që të jetë, kjo nuk është e mjaftueshme që të nxisë shitje, duke i përjashtuar blerësit të cilët e dinë dhe e kërkojnë atë produkt. Reklamata e klasifikuara mund të kenë efekt, thjeshtë duke i informuar ata të cilët janë në kërkim të produkteve të caktuara, të cilat për momentin janë në lirim.

Reklamata e ekspozuara kanë për qëllim që t'i bindin blerësit e papërcaktuar, të cilët kërkojnë leverdi të caktuar nga produkti. Ata (ndikojnë) thirren në emocionet me qëllim që të sajojnë dëshirë për produktin.

Reklama doemos duhet të sajojë përgjigje nga blerësit. Interesat dhe dëshirat duhet të jenë të shndërruara në aksion, ndërkaq duhet të sqarohet si dhe ku mund të gjendet produkti, të përmbajë adresë ose numër telefoni për informacione të mëtutjeshme. Gjithashtu, mund të përmbajë edhe elemente tjera të volitshme me qëllim që blerësi, për momentin, të blejë nga prodhuesi ose furnizuesi i caktuar përmes ndonjë forme të promovimit shitës.

Këtë që e përshkruam e ndjek modeli AIDA (attention, interest, desire and action) për efektet e reklamimit, edhe krahas asaj që është shumë e thjeshtësuar, kjo listë është e përdorshme për qëllime të reklamimit dhe siguron kornizë të mirë për teori tjera më të ndërlikuara.

Të gjitha modelet si bazë e kanë supozimin se reklamimi efektiv e detyron blerësin të mendojë për produktin, të ndjehet pozitivisht ndaj tij dhe të vendosë për të blerë diçka. Lavixh dhe Stejner

(Lavage and Stainer) këto i quajten faza kognitive, ndikuese (afektive) dhe konative të përgjigjes. Faza kognitive e involvon pjesën e vetëdijshme racionale të trurit, faza ndikuese i involvon emocionet, kurse faza konative rezulton me ndryshimin e sjelljes.

Roxhersi duke e vërejtur rolin e reklamës në prodhimet e reja, konstatoi se roli i reklamës është që ta tërheqë mjaftueshëm konsumatorin ta vlerësojë prodhimin dhe ta provojë para se ta përvetësoj atë. Kjo është prirje kah procesi sipas të cilit dikush vendos që të përcaktohet për ndonjë aktivitet tjetër turistik.

Relacioni mes këtyre modeleve është edhe më i njohur si “Hierarkia e modeleve efektive”. Modeli PIECE gjithashtu është i inkuadruar me qëllim që të demonstrojë se këto modele kanë validitet të caktuar si orvatje për përshkrimin e fazave mentale të ndryshueshme të konsumatorit, i cili është i involvuar në procesin e vazhduar të zgjidhjes së problemeve.

Kognitive	Kujdes ↓	Vetëdije ↓ Dituri ↓	Vetëdije ↓	Njohje të problemit ↓ Kërkimi i informatave	Zbulimi ↓ Pranimi ↓ Përgjigja kognitive	Vërejtja ↓ Përgjigja ↓
Ndikuese Afektive	Interesi ↓ Dëshira	Lidhshmëria ↓ preferenca ↓ gjykimi	Interesi ↓ Vlerësimi ↓	Vlerësimi ↓ Zgjedhja ↓	Sjellja ↓ qëllimi ↓	Kënaqja ↓ mësimi ↓
Sjellja	↓ Aksioni	↓ Blerja	Prova ↓ Miratimi	Blerja ↓ Vlerësimi për blerjen	Sjellja	Përkujtimi ↓ Blerja

Figura 16.2 – Ndikimi i efekteve të reklamave

Tek blerjet impulsive ose rutinore rendi mund të jetë anasjelltas – konsumatori e provon aktivitetin, kënaqet dhe pas saj mëson se dëshiron të dijë diçka më tepër rreth saj, ose reaksionet emocionale dhe racionale ndodhin përnjëherë.

Dobësia (mangësia) tjetër e këtij modeli qëndron në atë se supozon që reklama menjëherë do të rezultojë me përgjigje, që padyshim se është nonsens. Konsumatorët shumë rrallë hasin në reklama të tilla që menjëherë ta presin ose ta shkruajnë informacionin e saj, ose të shkojnë ta blejnë produktin. Shumë shpesh ne i harrojmë reklamën, përderisa diçka nuk na përkujton. Ajo mund të jetë nevojë të cilën e kemi pasur, por nuk ka qenë e përmbushur.

Promotorët modern e shikojnë punën e tyre në sajimin e imazhit të paharruar për brendin e tyre, në të cilin blerësit do të kujtohen në momentin kur duhet të zgjedhin mes produktit të tyre ose të rivalit. Nëse për momentin blerësi përkujton porosinë, atëherë ajo është e suksesshme.

Ajo që definitivisht merret parasysh, nuk është se a do ta mbajë mend blerësi brendin që është paraqitur në reklamë, por a e mban mend reklamën kur do ta shikojë brendin (Millward Brown).

Kolona finale në tabelë është përmbledhje e mendimeve moderne për atë se si funksionon reklamimi. Së pari, reklama doemos duhet të jetë e vërejtur në mesin e të gjitha porosive, të cilat marrin pjesë në garë. Konsumatori doemos duhet të reagojë ndaj saj, në mënyrë kognitive ose motive.

Shumica e promotorëve e kanë për qëllim që të zbavitin, për shkak se përmes procesit të kënaqjes më shpejtë mësohet. Prandaj, kujtesa e konsumatorëve për reklamën mund të jetë e nxitur nga paketimi, kënga ose nga reklama në vetë vendin e shitjes.

Duke u përkujtuar në reklamën dhe kënaqësinë, mundësia është më e madhe që blerësi të zgjedhë nga ofertat alternative. Në këtë model, fazat kognitive dhe ndikuese (afektive) mund të paraqiten menjëherë si përgjigje e zbavitjes.

Mëso dhe mbaj mend

Mënyra me të cilën mësojmë dhe mbajmë mend porositë është çelës për atë se si funksionon reklamimi. Të mësuarit me përsëritje është teknikë e shfrytëzuar gjatë reklamimit po aq sa edhe nëpër shkollat për fëmijë të vegjël. Frazja e cila lehtë mbahet mend me ndihmën e rimës, muzikës ose ndonjë mjeti tjetër, përsëritet përsëri dhe përsëri në TV dhe radio.

Kushtëzimi është një teknikë e cila shfrytëzohet në shkolla. Sjellja e mirë shpërblehet me fjalë lëvduese, kurse sjellja e keqe dënohet me dënim verbal ose fizik. Tek reklamimi hasim dy lloje të kushtëzimit. Njëri është kushtëzimi operativ, i cili e nxit sjelljen blerëse të konsumatorëve përmes ofrimit të lirimeve të mëdha për konsumatorët e mëdhenj dhe përmes sigurimit të privilegjeve.

Për konsumatorët e shërbimeve, personeli mund t'i trajtojë si miq të tyre dhe konsumatorë të besueshëm përmes shërbimeve post – shitëse, duke u dërguar kartolina për festa, etj.

Forma tjetër është kushtëzimi klasik. Në këtë rast reklama ka qasje emocionale, për shembull: një qen i lidhur me produktin siç është letra për tualet. Pas një sërë emetimesh, blerësi e asocion letrën me bukurinë e qenit.

Nëse kthehemi pas, fëmijëve gjithnjë u jepen ushtrime, të cilat u mundësojnë të mësojnë përmes rrugës së zgjidhjes së problemit ose përmes zbatimit të hulumtimit personal. Kjo është e njohur si *Procedim kognitiv*.

Duke e zgjidhur problemin, ai në mënyrë automatike mbahet mend. Sa më elaborues është procesi, aq më e madhe do të jetë mundësia për të mësuar. Promotorët e shfrytëzojnë këtë për shkak se

sajojnë gjëza të cilat shikuesit duhet t'i zgjidhin ose përdorin mahi. Duke e shfrytëzuar mahinë, shikuesi involvohet në reklamë dhe e rrit mundësinë për mbajtjen mend të së njëjtës.

Porosia

Siç vërejtëm në kreun e nëntë, kompanitë shpenzojnë më tepër kohë në përpunimin e strategjive kompetitive dhe në pozicionimin e brendit me qëllim që t'i mundësojnë brendit të tyre përparësi të vërtetë para rivalëve të tyre.

Propaganda duhet ta transmetojë strategjinë kompetitive dhe pozitën e brendit tek blerësit potencial edhe atë për 30 sekonda, përmes reklamave TV dhe radio reklamave ose për kohë më të shkurtë gjatë së cilës ata shikojnë në TV ose në billboard.

Me më pak se 100 fjalë, reklama patjetër duhet të shkaktojë interesim, dëshirë dhe aksion, dhe njëkohësisht ta incizojë idenë e produktit në memorie.

Pyetja e organizatave është: “Si të ndikojë sa më tepër për kaq kohë të shkurtë?” dhe “Cila duhet të jetë porosia e reklamës?”

Reklama duhet të koncentrohet në transmetimin e “propozimit të vetëm shitës” të brendit. Secili produkt duhet të përmbajë porosinë “blije këtë dhe kjo do të jetë leverdia prej tij”. Propozimi duhet të jetë i tillë ashtu që konkurrenca nuk ka mundësi ose ende nuk e ka ofruar. Por, PEP (programi ekonomik propagandistik) është vështirë të sigurohet në treg.

Ai mund të shfrytëzohet vetëm në raste kur prezantohet produkt i ri, në vend të ri. Në raste të tilla kjo është e përshtatshme edhe atë vetëm për kohë të shkurtër.

Në turizëm njerëzit blejnë përvojë. Prandaj, gjasa është më e madhe që të binden me reklamë, e cila reflekton përshtypje të përvojës, që i prekin emocionet, sesa ata të cilat i numërojnë arsyet racionale për pushimin. Për këtë shkak reklama duhet të sendërtojë brend, imazh ose personalitet.

Imazhi përbëhet nga fotografia ose slogani, por duhet të mbështetet edhe nga paketimi, prapavija dhe kënga e produktit si dhe nga stili dhe shërbimi që ofrohet. Çdo vit përdoren variacione të ndryshme, por imazhi mbetet i njëjtë. Kjo qasje e shikon reklamimin si investim në kontinuitet.

Vilmhurst-i thekson se dy qasje nuk janë ekskluzive. Produkti mund të reklamohet në bazë të PEP, si dhe mund të ketë emër të fuqishëm të brendit. Pra, të dy llojet e reklamimit duhet të reflektojnë strategjinë e pozicionimit, sepse ajo më e rëndësishmja është se si brendi shikohet nga blerësit në krahasim me brendet e ngjashme.

Dërguesi

Reagimi i marrësit do të varet nga ajo se sa besim ka tek burimi, i cili e emeton porosinë dhe te kredibiliteti i tij. Prandaj, sugjerimi nga miku i cili tanimë e ka provuar produktin është forma më efektive e reklamimit. Klubet japin shpërbllim nëse e bindni mikun të vijë dhe të aderojë në klubin përkatës. Burimi tjetër më i besueshëm është raporti në gazetë.

Reklammat të cilat shkaktojnë skepticizëm automatik e detyrojnë reklamuesin të orvatet për tejkalimin e skepticizmit të tillë me atë që do ta emetojë reklamën përmes burimit të besueshëm. Ky mund të jetë personalitet mirë i njohur publik, ose aktor i cili paraqet diçka me të cilën publiku do të identifikohet.

Për reklamimin e pajisjeve sportive më së shpeshti shfrytëzohen sportistë të njohur, fakt që shpreh taktik të rregullt. Gjithashtu, me rëndësi të madhe është edhe imazhi i kompanisë. Kompania e mirënjohur dhe e besueshme do të jetë më e vlerësuar sesa ndonjë kompani krejtësisht e panjohur ose me imazh të keq.

Roli i marrëdhënieve publike është që të sigurojnë imazh korporativ vazhdimisht të mirë në opinion. Edhe krahas asaj që numri më i madh i njerëzve e dinë qëllimin e reklamimit, kjo nuk duhet të paraqes barrierë për t'u pranuar porosia. Siç do të kishin thënë Lenon dhe Kuper: "E dimë se na shesin, e dimë se reklammat paksa e teprojnë dhe i transformojnë produktet. Por, ne nuk jemi vetëm shikues pasiv. Ne kënaqemi me reklammat si në aheng.

Ne nuk e kuptojmë seriozisht, por kur do të arrimë deri tek ajo se cilin produkt do e blejmë, kujtohemi tek reklama dhe kujtohemi se cilin produkt e reklamon".

Përgjigjja kthyesë: Matja e suksesit të reklamimit

Lordi Levierhulm, themeluesi i fondacionit Liver, njëherë kishte thënë: "Gjysma e buxhetit tim për reklamim është shpenzuar kot, por nuk e di se cila gjysmë".

Sot kampanjat reklamuese testohen dhe mbikëqyren me kujdes të madh me qëllim që të kontrollohet se paratë për të a janë të harxhuara në mënyrë proporcionale. Megjithatë, ende ka debate dhe hutë në industrinë për atë se çka saktë duhet të testohet, cila ka ndikim mbi vetë reklamimin.

Në fund, të gjitha aktivitetet promovuese duhet të arsyetohen nga efekti i shitjes. Për produktet e reja të cilat kanë mënyrë të posaçme të shitjes, ose për ofertat speciale, mund të përpilohet grafik në të cilën do të vërehet ecuria e kampanjës.

Edhe krahas kësaj, rritja e shitjes mund të jetë edhe nga faktorët e jashtëm, siç janë: koha e cila është faktor kyç në aktivitetet turistike. Prandaj, pjesën e tregut të cilin e mban sipërmarrja e caktuar është indikator më i mirë nga shitja e përgjithshme.

Për kampanjat të cilat planifikojnë të zhvillojnë lojalitetin si brend, llogaritet se efektet janë afatgjate, të qëndrueshme dhe akumuluese. Për këtë qëllim është e nevojshme masë më adekuate e cila do ta matë efektin momental të kampanjës. Masat e ndryshme përdoren:

- Përkujtuesi – i reklamës, emri i brendit ose porosisë;
- Qëndrimi ndaj brendit, i krahasuar me konkurrencën;
- Brend lojaliteti (personaliti) – nëse produkti është person, si do ta përshkruanit;
- Të kuptuarit e porosisë së reklamës;
- Qëllimi për blerje.

Kjo mund të mbikëqyret para dhe pas kampanjës ose me proces të vazhdueshëm (në kontinuitet), me qëllim që të izoloohen efektet e vetë kampanjës. Kampanjat janë normalisht të testuar me shembuj dhe me situata, të cilat janë të dizajnuara për ta replikuar mënyrën në të cilën vërtetë do të dukeshin ashtu. Publiku mund të thirret që të shikojë film ose TV dhe të kryhet testimi.

Pas shfaqjes ata do të pyeten për reklamat në film ose TV dhe se çka mbajnë mend prej këtyre reklamave. Përfundimisht, u ofrohen dhurata me qëllim që të vërehet se a do të varet zgjedhja e dhuratës nga reklama. Ky proces që kritikuar sepse e mbikëqyr procesin e zbatimit të blerjes dhe vendimmarrjes.

Milvord Braun realizoi testim me qëllim që të vërejë se njerëzit a do ta mbajnë mend, jo vetëm produktin, por edhe reklamën që ka të bëjë me të. Kjo tregon se blerësit e kanë marrë vendim për blerje dhe a e mbajnë mend brendin i cili që reklamuar. Kjo është e rëndësishme për faktin se ideja kreative a do të jetë me të vërtetë e qëndrueshme me brendin.

Strategjitë promovuese në turizëm

Teoritë për marketing më së shpeshti dhe numër më të madh janë të zhvilluara në raport me reklamimin edhe atë për mallra me lëvizje të shpejtë, me brend emra mirë të njohur. Shumica e agjencive turistike kanë buxhete shumë më të vogla dhe çmime të ndryshme promovuese.

Shpeshherë qëllimi është që të bartet leverdia e më shumë produkteve të ndërlidhura, sesa të një produkti të vetëm. Reklama shërben që ta informojë opinion për atë se çka ka në kinema, teatër ose në qendrën sportive me shpresë se aktivitetet, të cilat zhvillohen do të jetë mjaftueshëm të mira që të mund ta shesin. Buxhetet e mëdha promovuese të kompanive doemos duhet të përdoren për reklama informative.

Detyra që të sendërtohet interes dhe dëshirë për ndonjë ndodhi të caktuar doemos duhet të realizohet nga elementet tjera të miksit promovues. Më tepër detaje për performancat mund të transmetohen përmes reklamave në radio ose TV, përmes shpërndarjes së broshurave deri tek blerësit e përhershëm, supermarkete, biblioteka dhe organizata tjera.

Sido që të jetë, organizata ka nevojë për brend imazh me qëllim që ta stimulojë opinionin që këtë ta shikojë si mundësi për zbavitje.

Me buxhet të limituar kjo mund të bëhet përmes kreacionit të kujdesshëm dhe imagjinues të logove, reklamave dhe elementeve tjera promovuese, si dhe reklama që përmbajnë vetëm listën e datave të cilat mund të jenë të ndërlidhur me emrin e ndonjë organizate.

Buxhetet e vogla të organizatave mund të zgjerohen përmes reklamimit kooperues. Për këtë qëllim ata bashkëpunojnë me organizata tjera përmes të cilave e realizojnë reklamimin e tyre dhe njëkohësisht edhe reklamimin e organizatave tjera.

Sa më e vogël dhe sa më pak e njohur është organizata, aq më tepër duhet të orvatet që ta bindë opinionin se është kompetente dhe se opinioni mund t'i besojë. Kredibiliteti i organizatës do të vlerësohet nga ana e shfrytëzuesve (konsumatorëve) sipas asaj se si u janë përgjigjur përmes

telefonit, sipas pamjes së personelit dhe të objekteve, etj. Brendi i mirë do të ndihmojë të sendërtohet përshtypja e mirë.

Disa programe, posaçërisht ata të operatorëve turistik janë tepër të ndërlikuara që të mund të sqarohen me reklamë të shkurtër. Prandaj, qëllimi i reklamës në medium është që t'i bindë blerësit potencial që të sigurojnë broshura, që duhet të sigurojnë pushim dhe të vendosin besueshmërinë e kompanisë.

Dizajni dhe përpunimi i broshurës do të jetë puna më e shtrenjtë në buxhetin reklamues të kompanisë.

Por, pa dallim nga kjo, të dizajnohet broshurë e vogël e cila do të jetë më e mirë se ajo e konkurrencës, është sfidë më e madhe sesa dizajnimi i broshurës më të madhe dhe mbresëlënëse. Faktor tjetër në strategjinë promovuese është pozita e organizatës në kanal in distributiv (shpërndarës). Parashtrahet pyetja se shitësi, gjegjësisht agjenti, a ka sistem të vetë të distribuimit, ose a duhet ta promovojë produktin përmes tjerëve, me qëllim që ta përvetësojë blerësin potencial. Kjo është e njohur si zgjidhje mes strategjisë tërhiqjeje dhe shtrëngo.

Zgjedhja e strategjisë do të varet nga shkalla e ndikimit të cilën e kanë pjesëmarrësit në vendimmarrjen konsumuese dhe nga ndikimi relativ i brendit prodhues dhe shitës. Në më shumë raste do të hasim kombinim të dy ose më tepër strategjive për çdo pjesëmarrës në kanal in e marketing distribuimit.

Derisa Bordi Turistik i Xhërsit p.sh. reklamon drejtpërdrejtë në opinion, ata gjithashtu sigurojnë broshura me fotografi mbi operatorët, destinacionet, çmimet, shërbimet fluturuese, etj., me çka edhe punojnë bashkërisht rreth promovimit dhe njoftimit.

Marketing komunikimi i integruar (MKI)

Idetë më të reja për marketing komunikimin e theksojnë rëndësinë e qasjes së marketing komunikimit. Për shkak të numrit të zmadhuar të promovimeve për kujdesin individual, i cili rezulton me fragmentimin e blerësve, me numrin e zmadhuar të mediave reklamuese dhe me suksesin e tyre, do të varet nga emetimi i porosisë sa më shumë herë që është e mundur.

Në vend që miksi promovues të kuptohet si i përbërë prej kampanjave të veçanta të cilat përdorin metoda të posaçme, qasja MKI i vëzhgon si metoda të ndryshme të dërgimit të së njëjtës porosi në të cilën njëra e mbështet tjetrën.

Nga kjo që u tha më lartë mund të përfundohet se mënyrat me të cilat do të mund të arrihen qëllimet promovuese do të varen nga tregu i synuar (Target Market). Secili promovim inkuadron edhe komunikim me njerëz të cilët e integrojnë, dekodejnë reklamën sipas nevojave, preokupimeve, qëndrimeve dhe përvojave të tyre.

Reklamuesi duhet të jetë në valë të njëjta me konsumatorin, pra me shfrytëzimin e gjuhës dhe fotografisë në të cilat ata mund ta gjejnë veten. Gjithashtu, ai patjetër duhet ta vendos kredibilitetin e tij si burim i besueshëm dhe i vlefshëm i informacioneve.

Shumë teori në lidhje me atë se si funksionon reklamimi janë modele hierarkike, që supozojnë se konsumatorët lëvizin më tepër faza, duke filluar prej njohurisë se ekziston produkt deri në blerje. Përderisa këto metoda janë të dobishme për kuptimin e mendimit të konsumatorëve, ndjenjave dhe sjelljes e cila zhvillohet në ta, posaçërisht gjatë vendimmarrjes së vazhduar, nuk e paraqesin mënyrën me të cilën konsumatorët e shfrytëzojnë reklamën në jetën e përditshme.

Disa reklama tentojnë të sendërtojnë përgjigje momentale, me prezantimin e propozimeve unike për produktin e caktuar. Shpeshherë, detyrë e reklamës është ta detyrojë blerësin ta mbajë mend brendin dhe të kujtohet në të në momentin e marrjes së vendimit për blerje, gjë që mund të ndodh më vonë.

Këtë e bën përmes sendërtimit të imazhit që lehtë do të mbahet mend, i cili ndikon ndaj emocioneve dhe të menduarit. Reklamimi i shpeshtë doemos duhet të jetë zbavitës, me qëllim që të vërehet dhe të mbahet mend.

Disa forma të promovimit janë ashtu dizajnuara që të kenë efekt momental të shitjes. Disa të tjera janë investime afatgjate dhe efekti i tyre duhet të matet në pikëpamje të ndryshimeve të sjelljes së blerësve, qëllimit për blerje ose në pikëpamje të rëndësisë për karakteristikat e produktit.

Organizatrat turistike shpeshherë kanë qëllime të ndryshme promovuese për produktet e ndryshme. Është e mundur që ata të komunikojnë me grup ngjarjesh, sesa me një ngjarje të vetme. Ata mund të kenë ofertë të përbërë, e cila nuk mund të sqarohet përmes një reklame të vetme dhe prandaj duhet t'i bindin blerësit që të kërkojnë broshura.

Strategjia promovuese duhet ta marrë parasysh raportin në kanalin distributiv, e gjithashtu edhe raportin me konsumatorët e fundit. Duke i mbledhur elementet e marketing procesit komunikues, kaptina e radhës i përpunon në më tepër detaje format e ndryshme të promovimit, të cilat formojnë një pjesë të marketing qasjes komunikuese të integruar.

Literatura:

1. S. Miladinovski, "Marketing" FTH Ohër, 2008
2. S. Miladinovski, "Ekonomia e marketingut" UTM, Shkup 2009
3. F. Kotler, "Udhëheqja me marketingun" Nju Jork, 2006

Dr.sc. Zeqir Veselaj

KOSOVA NË KONTEKSTIN E KONVENTAVE NDËRKOMBËTARE MJEDISORE

Abstrakti

Në këtë punim trajtohet pozita e Kosovës në raport me konventat ndërkombëtare mjedisore pas shpalljes së pavarësisë dhe kundrejt problemeve mjedisore të grumbulluara. Si shtet i ri ajo duhet të marrë përgjegjësitë dhe obligimet nga konventat.

Baza ligjore qysh tash siguron një hapësirë të favorshme për qasjen në konventa dhe shumë nga parimet udhëheqëse të legjislacionit ndërkombëtar mjedisor janë pjesë e legjislacionit. Madje rastet si konventa e Aarhusit në shtyllat kryesore të saj është përshtatur në legjislacionin mjedisor.

Hyrje

Zhvillimet e bëra në fushën e mjedisit dekadave të fundit, e sidomos prej vitit 1972, kanë promovuar mjedisin si problem jashtë mundësive të menaxhimit të problemeve nga shtetet e caktuara.

Kjo ka nxitur zhvillimin e një numri të marrëveshjeve ndërkombëtare mjedisore apo traktateve⁸. Traktati, në kuptim të përgjithshëm, është një instrument detyrues ligjor i të drejtës ndërkombëtare, i hyrë në fuqi nga aktorët e të drejtës ndërkombëtare: shtetet dhe organizatat ndërkombëtare.

Traktatet kanë emërtime të ndryshme, si për shembull marrëveshje ndërkombëtare, karta, protokolle, konventa, marrëveshje mirëkuptimi, “*modus vivendi*”, shkëmbim i letrave, shkëmbim i notave etj.

Pa marrë parasysh emrin që përdoret, të gjitha këto marrëveshje ndërkombëtare të së drejtës ndërkombëtare janë traktate të barabarta dhe rregullat janë të njëjta.

Traktatet kanë ngjashmëri të theksuar me kontratat: të dyja palët janë të gatshme për të marrë masa për detyrime ndërmjet palëve dhe pala që dështon të përmbushë detyrimet e saj mund të bëhet përgjegjëse para të drejtës ndërkombëtare për atë thyerje.

Parimi qendror i traktatit ligjor është “*maxim pacta sunt servanda*” (marrëveshja duhet të respektohet). Traktatet mjedisore, sipas numrit të palëve, mund të jenë: dypalëshe dhe shumëpalëshe⁹.

Traktatet shumëpalëshe janë shpesh (por jo gjithmonë) të hapura për çdo shtet, të tjerat janë rajonale. Traktatet rajonale janë traktate që lidhen nga shumë palë dhe për rajone të caktuara të botës. Shumica e traktateve që e prekin Kosovën janë traktate që e mbulojnë rajonin e UNECE-s.

⁸ Me Konventën e Vjenës për Ligjin e Traktateve të vitit 1969⁸, traktati definohet si “një marrëveshje ndërkombëtare e lidhur në formë të shkruar ndërmjet shteteve dhe e qeverisur nga e drejta ndërkombëtare, e mishëruar në një instrument të vetëm ose më shumë të tillë, çfarëdo qoftë emërtimi i tyre”.

⁹ Palë është shtet apo organizata ndërkombëtare që bëhet pjesë e zbatimit të marrëveshjeve ndërkombëtare

Traktatet dypalëshe zakonisht vendosin të drejta dhe detyrime ndërmjet një numri të vogël shtetesh pothuaj gjithnjë midis vetëm dy shtetesh (dypalëshe). Megjithatë, mund të ndodhë që një traktat dypalësh të ketë më tepër se dy palë si p.sh. traktati bilateral ndërmjet Zvicrës dhe BE për tërheqjen e Zvicrës nga Marrëveshja për Zonën Ekonomike Evropiane¹⁰.

Në fushën e mjedisit format më të shpeshta të traktateve janë: konventat, protokollet dhe marrëveshjet, pa përjashtuar edhe mundësitë tjera siç janë marrëveshjet e mirëkuptimit, etj.

Historiku i konventave mjedisore¹¹

Publiciteti që e shoqëroi Konferencën e Kombeve të Bashkuara për Mjedis dhe Zhvillim (UNCED) apo siç njihet Samitin e Rios, konfirmoi vendin qendror të brengosjes mjedisore si ngrohja globale dhe humbja e biodiversitetit në agjendën politike globale.

Në fakt, 20 vjet pas Konferencës së Stokholmit kishte jo vetëm një shtim të kërcënimeve ndaj mjedisit si në nivelin lokal ashtu edhe atë global, por edhe një rritje masive të numrit të instrumenteve ndërkombëtare ligjore për të qeverisur çështjet mjedisore.

Traktatet, padyshim se ishin metoda kryesore me të cilën komuniteti ndërkombëtar mund t'i përgjigjet aktiviteteve që mund të paraqesin kërcënime ndaj mjedisit. Një aspekt i rëndësishëm i rregulloreve mjedisore ndërkombëtare është zhvillimi i ligjit të butë (*soft-law*): instrumente jodetyruese ligjore që shtrojnë udhëzimet ose “dëshirat” për veprim në të ardhmen, ose përmes të cilave shtetet detyrojnë veten politikisht për të përmbushur objektivat e caktuara.

Këto instrumente të buta ligjore, nganjëherë zhvillohen në instrumente formale ligjore, ose bëhen instrumente detyruese si p.sh. përmes vendimeve të palëve të Konventës.

Konventat para Konferencës së Stokholmit

Para Konferencës së Stokholmit (1972), shumica e konventave mjedisore janë lidhur me mbrojtjen e botës së gjallë. Si më e rëndësishme në aspektin historik është Konventa e vitit 1902 për mbrojtjen e shpendëve me rëndësi për bujqësinë¹².

Më të rëndësishme në aspektin afatgjatë janë konventat e përgjithshme për ruajtjen e natyrës. Kështu, Konventa e Uashingtonit për rregullimin e gjuetisë së balenave¹³ (1946) dhe Protokollin i saj i vitit 1956, janë veçanërisht të rëndësishme në këtë periudhë dhe përgjatë kohës ndryshuan fokusin prej shfrytëzimit në ruajtjen e balenave.

¹⁰ Ky Traktat në fakt ka 17 palë. Megjithatë, përsëri kjo është një marrëveshje shumëpalëshe, pasi ka dy palë: Zvicrën në një anë dhe BE në anën tjetër. Kjo marrëveshje vendos të drejta dhe detyrime ndërmjet Zvicrës dhe BE-s, por jo edhe dypalëshe ndërmjet Zvicrës dhe shteteve anëtare të BE-së.

¹¹ <http://www.ilo.org/encyclopedia>

¹² *Convention for the Protection of Birds Useful to Agriculture*
http://eelink.net/~asilwildlife/bird_1902.html

¹³ *The Washington Convention for the Regulation of Whaling*
<http://www.iwcoffice.org/commission/convention.htm>

Si konventë pioniere në fushën e konservimit ishte Konventa Afrikane për konservimin e natyrës dhe burimeve natyrore (1968) në Algjeri, e cila edhe pse kishte qasje gjithëpërfshirëse dhe novatore, bëri një gabim (si edhe shumë konventa tjera), duke mos caktuar një strukturë administrative për të mbikëqyrur zbatimin e saj.

Gjithashtu, e rëndësishme dhe më e suksesshme ishte Konventa e Ramsarit për Ligatinat me rëndësi ndërkombëtare¹⁴ e vitit 1971, e cila krijoi rrjetën e ligatinave të mbrojtura.

Një zhvillim tjetër i rëndësishëm në këtë periudhë janë konventat e para globale për ndotjen me naftë. Konventa për parandalimin e ndotjes së deteve nga nafta¹⁵ e vitit 1954 vendosi themele të reja, duke zhvilluar një kornizë rregullator për bartjen e naftës përmes deteve.

Konventat e para duhej të kujdeseshin për një veprim urgjent për kompensimin e dëmeve të shkaktuar nga ndotja me naftë dhe kjo ishte një përgjigje ndaj fatkeqësisë së parë të madhe të një tankeri me naftë (mbytja e tankerit Liberian Torrey Canyon në brigjet jugperëndimore të Anglisë në vitin 1967).

Konventa ndërkombëtare për ndërhyrje në detet e hapura në raste të dëmeve nga ndotja me naftë¹⁶ e vitit 1969 autorizon veprime emergjente nga shtetet bregdetare jashtë ujrave territoriale dhe më pas pasohet nga Konventa ndërkombëtare për detyrimet civile për dëmet e ndotjes me naftë¹⁷ e vitit 1969 dhe Konventa e Brukselit mbi themelimin e fondit ndërkombëtar për kompensimin e dëmeve të ndotjes me naftë¹⁸ e vitit 1971, ofron bazat për kërkesat për kompensim ndaj pronarëve dhe operatorëve të tankerëve të naftës, plotësuar edhe me një Fond ndërkombëtar kompensimi.

Nga Stokholmi në Rio 1972-1992

Vitet 1972-1992, dëshmuar një rritje të konsiderueshme të numrit dhe llojeve të instrumenteve ligjore ndërkombëtare mjedisore, e shumica e tyre sigurisht se i atribuohen Konferencës së Stokholmit¹⁹.

Përveç Deklaratës²⁰ (Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment 1972), Konferenca shtroi parime të caktuara, shumica e të cilave ishin “de lege ferenda” (duke proklamuar më shumë se çka duhet të bëjë ligji se sa çfarë ai ishte në realitet), por zhvilloi edhe

¹⁴ The Convention on Wetlands of International Importance, called the Ramsar Convention <http://www.ramsar.org>

¹⁵ *The International Convention for the Prevention of Pollution of the Sea by Oil –OILPOL*
http://www.imo.org/Conventions/contents.asp?doc_id=678&topic_id=258

¹⁶ *The International Convention relating to Intervention on the High Seas in cases of Oil Pollution Damage* <http://sedac.ciesin.org/entri/texts/intervention.high.seas.casualties.1969.html>

¹⁷ *the International Convention on Civil Liability for Oil Pollution Damage*
http://www.imo.org/Conventions/contents.asp?topic_id=256&doc_id=660#4

¹⁸ *the 1971 International Convention on the Establishment of an International Fund for Compensation for Oil Pollution Damage* <http://www.imo.org/Conventions/mainframe>

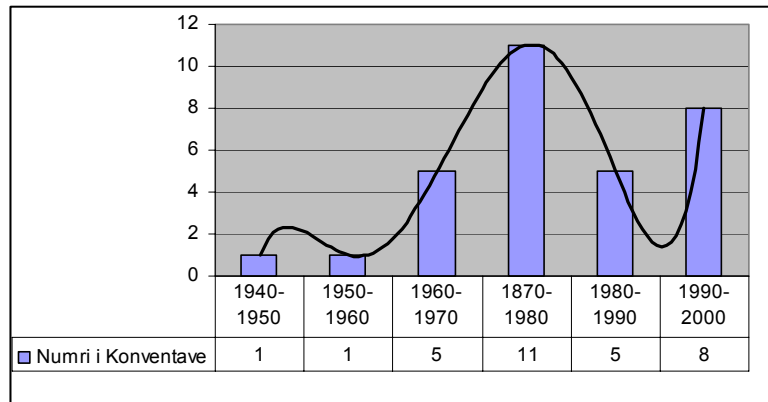
¹⁹ Konferenca e Stokholmit u hap më 5 qershor dhe zgjati deri më 16 qershor 1972.

Rreth 20 vjet më vonë u vendos që dita e hapjes së saj të shënohet si Dita Ndërkombëtare e Mjedisit- 5 qershori.

²⁰ *Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment*
<http://www.unep.org/Documents.multilingual/Default.asp?DocumentID=97&ArticleID=1503>

një Plan të Veprimit Mjedisor 109 pikësh si dhe Rezolutën që rekomandonte zbatimin financiar dhe institucional nga OKB-ja.

Si rezultat i këtyre rekomandimeve u krijua UNEP-i, që ishte drejtpërdrejt përgjegjës për sponsorimin e një numri të traktateve kryesore mjedisore globale.



Graf. Ecuria në vite e zhvillimit të marrëveshjeve ndërkombëtare mjedisore

Ruajtja e natyrës dhe burimeve natyrore

Kjo periudhë shoqërohet me një numër të madh të traktateve globale dhe rajonale për mbrojtjen e natyrës. Në vitin 1972 u miratua Konventa e trashëgimisë kulturore dhe natyrore botërore, ndërsa, më 1973, Konventa për tregtinë ndërkombëtare me lloje bimore dhe shtazore të kërcënuara (CITES²¹). Në vitin 1979, në Bon u aprovua Konventa për mbrojtjen e specieve migratore²².

Në nivel rajonal, gjithashtu u miratuan disa konventa siç janë: Konventa nordike për mbrojtjen e mjedisit²³ (1974), ndërsa, më 1976, Konventa për konservimin e natyrës së paqësorit jugor²⁴. Në vitin 1985, u miratua Marrëveshja e ASEAN²⁵-it për konservimin e natyrës dhe burimeve natyrore²⁶.

Duhet përmendur se traktatet lidhur me Antarktikun si një zonë globale, janë jashtë juridiksionit të ndonjë shteti. Të tilla janë: Konventa e Kanberas për konservimin e burimeve të gjalla detare të Antarktikut e vitit 1980, Konventa e Wellingtonit për rregullimin e aktiviteteve me burime minerale të Antarktikut e vitit 1988.

²¹ The Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora, <http://www.cites.org/>

²² The Convention on Migratory Species, <http://www.cms.int/>

²³ *Nordic Convention on the Protection of the Environment*
<http://sedac.ciesin.columbia.edu/entri/texts/acrc/Nordic.txt.html>

²⁴ *Convention on Conservation of Nature in the South Pacific-Apia Convention*
www.sprep.org/legal/documents/ApiaCONVENTION1976.doc

²⁵ ASEAN- Association of South East Asian Nations- organizatë ekonomike e 10 shteteve e formuar në vitin 1967.

²⁶ *ASEAN Agreement on the Conservation of Nature and Natural Resources*
<http://sedac.ciesin.columbia.edu/entri/texts/asean.natural.resources.1985.html>

Mbrojtja e mjedisit detar

Më 1973, filluan negociatat për Konferencën III për Ligjin e Detit (UNCLOS III). Këto negociata 9 vjeçare kulmuan me Konventën e Ligjit të detit (Montego Bay 1982), i cili në kapitullin XII përfshiu kornizat themelore për rregullimin e çështjeve të mjedisit detar përfshirë burimet e ndotjes nga anijet dhe ato nga toka.

Në nivel e detajuar, Organizata Botërore e Detrave (*International Maritime Organization -IMO*) ishte përgjegjëse për zhvillimin e dy konventave të mëdha globale: Konventa e Londrës për parandalimin e ndotjes së deteve nga derdhja e mbeturinave dhe lëndët tjera²⁷ e vitit 1972 dhe Konventa ndërkombëtare për parandalimin e ndotjes nga anijet²⁸ e vitit 1973.

Konventa e tretë lidhur me derdhjen e naftës ishte Konventa ndërkombëtare për gatishmërinë për ndotjen me naftë, përgjigjen dhe bashkëpunim²⁹ e vitit 1990.

Këto tri konventa vendosen kornizën ligjore globale për bashkëpunim dhe asistencë në përgjigje të rasteve të derdhjeve të mëdha të naftës.

Ndikimet ndërkufitare

Parimi 21 i Deklaratës së Stokholmit shtron “se shtetet kanë përgjegjësinë të sigurojnë që aktivitetet nën juridiksionin dhe kontrollin e tyre të mos shkaktojnë dëme për mjedisin e shteteve tjera ose zonat jashtë juridiksionit shtetëror”.

Për të adresuar këto çështje dhe në përgjigje të krizave të publikuara u zhvilluan konventa ndërkombëtare, siç janë: ndotja ndërkufitare e ajrit në distanca të mëdha, mbrojtja e shtresës së ozonit, njoftimi dhe bashkëpunimi në raste të aksidenteve bërthamore, qarkullimi ndërkufitar i mbeturinave të rrezikshme dhe ndryshimet klimatike.

Ndotja ndërkufitare e ajrit në përmasa të mëdha

Kjo çështje në Evropë u adresua si çështje së pari përmes Konventës së Gjenevës për ndotjen e ajrit në distanca të mëdha në vitin 1979³⁰. Megjithatë, kjo ishte një konventë kornizë, qëllimi modest i së cilës ishte të kufizojë dhe aq sa është e mundur të zvogëlojë dhe parandalojë ndotjen e ajrit, përfshirë ndotjen e ajrit në distanca të mëdha.

Përparim substancial në rregullimin e shkarkimeve të substancave specifike u bë me zhvillimin e 8 protokolleve të saj.

²⁷ *The London Convention on the Prevention of Marine Pollution by Dumping of Wastes and Other Matter* http://www.imo.org/Conventions/contents.asp?topic_id=258&doc_id=681

²⁸ *The International Convention for the Prevention of Pollution from Ships* http://www.imo.org/Conventions/contents.asp?doc_id=678&topic_id=258

²⁹ *The International Convention on Oil Pollution Preparedness, Response and Cooperation*

³⁰ *The Convention on Long-range Transboundary Air Pollution* <http://www.unece.org/env/lrtap/>

Ndikimet ndërkufitare të aksidenteve bërthamore

Vëmendja e botës u drejtua drejt ndikimeve ndërkufitare të aksidentit bërthamor të shkaktuar nga fatkeqësia e Cernobilit në vitin 1986, por edhe para kësaj një numër konventash kanë adresuar çështje që lidhen me rrezikun nga fatkeqësitë bërthamore.

Kështu mund të përmenden Konventa e Parisit për detyrimet e palës së tretë në fushën e energjisë bërthamore³¹ e vitit 1960 dhe Konventa e Vjenës për detyrimet civile për dëmet bërthamore e vitit 1963³².

Më 1963, u adaptua Traktati për ndalimin e provave bërthamore në atmosferë, hapësirën e jashtme dhe nën ujë³³. Konventa e Vjenës e vitit 1980 për mbrojtjen fizike të materialeve bërthamore³⁴ tentoi të vendosë një numër standardesh për mbrojtjen e materialeve bërthamore nga kërcënimet e ndryshme përfshirë edhe terrorizmin.

Pas fatkeqësisë së Cernobilit, më 1986, u adaptuan edhe dy konventa të tjera: Konventa e Vjenës për njoftimin e hershëm të aksidenteve bërthamore,³⁵ që rregullon procedurat e lajmërimit të aksidenteve dhe Konventa e Vjenës për ndihmë në rast të aksidenteve bërthamore dhe emergjencave radiologjike,³⁶ që rregullon bashkëpunimin ndërkombëtar në rast të aksidenteve bërthamore.

Mbrojtja e shtresës së ozonit

Konventa e Vjenës për mbrojtjen e shtresës së Ozonit³⁷ paraqet marrëveshjen e parë ndërkombëtare në këtë fushë. Kjo Konventë më pas u plotësua me Protokollin e Montrealit të vitit 1985, si dhe më pas Amendamentin e Londrës (1990), dhe të Kopenhagës (1992).

Palët e Konventës synojnë që të stabilizojnë klorinet në atmosferë dhe të zvogëlojnë ato nën nivelet kritike deri në vitin 2060.

³¹ *The Paris Convention on Third Party Liability in the Field of Nuclear Energy*
http://www.nea.fr/html/law/nlparis_conv.html

³² *The Vienna Convention on Civil Liability for Nuclear Damage*
<http://www.iaea.org/Publications/Documents/Conventions/liability.html>

³³ *Treaty Banning Nuclear Weapon Tests in the Atmosphere, in Outer Space and Under Water*
<http://www.islandone.org/Treaties/BH454.html>

³⁴ *The Vienna Convention on the Physical Protection of Nuclear Material*
<http://www.iaea.org/Publications/Documents/Conventions/cppnm.html>

³⁵ *Vienna Convention on the Early Notification of a Nuclear Accident*
<http://www.iaea.org/Publications/Documents/Conventions/cenna.html>

³⁶ *Vienna Convention on Assistance in the Case of a Nuclear Accident or Radiological Emergency*
<http://www.iaea.org/Publications/Documents/Conventions/cacnare.html>

³⁷ *The Vienna convention on the protection of the ozone layer*
<http://www.unep.org/ozone/viennaconvention2002.pdf>

Qarkullimi ndërkufitar i mbeturinave të rrezikshme

Duke ndjekur një seri të aksidenteve famëkeqe, në të cilat ngarkesat me materiale të rrezikshme nga vendet e zhvilluara dhe kushtet e pakontrolluara të materialeve të rrezikshme në vendet në zhvillim, transporti ndërkufitar i materialeve të rrezikshme u bënë subjekt i rregullores ndërkombëtare të vitit 1989, që ishte Konventa e Bazelit për kontrollin e qarkullimit ndërkufitar të mbeturinave të rrezikshme dhe deponimin e tyre³⁸.

Kjo konventë është e bazuar mbi parimin e pëlqimit paraprak (prior informed consent) nga shteti në shtet para se të ndodhë qarkullimi i mbeturinave të tilla.

Organizata e Unionit Afrikan, megjithatë shkoi edhe më tutje, duke adaptuar rregullore që synojnë ndalimin e plotë të importit të mbeturinave të rrezikshme në Afrikë: Konventa e Bamakos për ndalimin e importit në Afrikë dhe kontrollin e qarkullimit ndërkufitar të mbeturinave të rrezikshme brenda Afrikës të vitit 1991.

Vlerësimi i ndikimit në mjedis (VNM) në kontekst ndërkufitar

Konventa e ESPOO-s³⁹ për vlerësimin e ndikimit në mjedis në kontekstin ndërkufitar, e vitit 1991, vendosi një kornizë për marrëdhënie fqinjësore ndërmjet shteteve. Kjo konventë e zgjeron konceptin e VNM-së nga konteksti i planifikimit kombëtar, ligjeve dhe procedurave, që ishte deri atëherë, në ndikime ndërkufitare të projekteve të zhvilluara.

Konventat pas vitit 1992

Samiti i Rios nxiti ose koinçidoi me një numër të madh të marrëveshjeve mjedisore ndërkombëtare dhe rajonale, si dhe me një numër të madh deklaratash për të ardhmen e Deklaratës së Rios për mjedisin dhe zhvillimin.

Dy ishin konventat kryesore të konkluduara në Rio: Konventa Kornizë e Kombeve të Bashkuara për ndryshimet klimatike⁴⁰ dhe Konventa e diversitetit biologjik⁴¹.

Konventa kornizë e ndryshimeve klimatike (*UNFCCC*) ishte një modelim më i lirshëm i Konventës së Vjenës për mbrojtjen e shtresës së ozonit. Siç nënkuptohet edhe nga emërtimi i saj, ajo paraqet një kornizë brenda së cilës, përmes protokolleve të veçanta, do të negociohen detyrimet e 155 shteteve nënshkruese të saj.

Më vonë, po atë vit, pasuan Konventa e Helsinkit për mbrojtjen e rrjedhave ujore ndërkufitare dhe liqeneve ndërkombëtare⁴² (1992), si dhe ajo për efektet ndërkufitare të aksidenteve industriale:

³⁸ The Basel Convention on the Control of Transboundary Movements of Hazardous Wastes and their Disposal <http://www.basel.int/>

³⁹ Convention on Environmental Impact Assessment in a Transboundary Context <http://www.unece.org/env/eia/>

⁴⁰ United Nations Framework Convention on Climate Change <http://unfccc.int/>

⁴¹ The Convention on Biological Diversity <http://www.cbd.int/>

Konventa e Helsinkit për efektet ndërkufitare të aksidenteve ndërkufitare,⁴³ e cila mbulon parandalimin dhe gatishmërinë për t'u përgjigjur në aksidentet industriale, që mund të shkaktojnë efekte industriale.

Konventa e Helsinkit e vitit 1992, kërkon themelimin e kornizës për bashkëpunim për monitorim dhe vlerësim, hulumtimet e përbashkëta, si dhe zhvillimin dhe shkëmbimin e informatave ndërmjet shteteve bregore.

Ajo imponon detyrat bazë për shtetet e tilla që të parandalojnë, kontrollojnë dhe zvogëlojnë ndikimet ndërkufitare në burimet e ndara ujore, përsa i përket ndotjes së ujit, përmes teknikave adekuate, përfshirë VNM-në.

Siç shihet, gjatë dy dekadave të fundit, ka pasur një ndryshim të qëndrimit të komunitetit ndërkombëtar ndaj menaxhimit të mjedisit.

Pjesë e këtij ndryshimi ka qenë rritja e konsiderueshme e numrit dhe e fushave të instrumenteve ligjore ndërkombëtare, që i adresojnë brengat mjedisore. Një numër i dukshëm i instrumenteve u arrit me parime dhe institucione të reja.

Parimet si: ndotësi paguan, parimi i parandalimit, aplikimi i instrumenteve ekonomike, pjesëmarrja e publikut dhe brengat për të drejtat e gjeneratave të ardhshme u reflektuan në parimet e pothuaj të gjitha konventave mjedisore.

Roli i UNEP-it dhe sekretariateve të traktateve të themeluar për të shërbyer dhe monitoruar traktatet, çoi drejt sugjerimit që ligji ndërkombëtar mjedisor të dalë në shesh si një degë e ligjit ndërkombëtar.

Konferenca e Kombeve të Bashkuara për Mjedis dhe Zhvillimi (UNCED) ka luajtur një rol të rëndësishëm në tërë këto zhvillime, duke vendosur një program pune, shumë pika prej të cilit mbeten ende të pakryera.

Shumë protokolle ende duhet të nxirren në lidhje me zbatimin efikas të konventave. Sfidë e madhe për Ligjin ndërkombëtar mjedisor mbetet jo vetëm rritja e numrit të traktateve, por rritja e ndikimit dhe efikasitetit të tyre.

Kosova dhe konventat mjedisore

Pozita e Kosovës në raport me konventat ndërkombëtare është se formalisht Kosova nuk është nënshkruese e asnjë konvente ndërkombëtare. Si pjesë e një shteti që tashmë nuk ekziston megjithatë në njëfarë mase ajo ngjashëm me shtetet tjera të pavarësuara duhet të trashëgojë detyrime dhe përgjegjësi nga ato që nuk janë diskriminuese.

⁴² *The Helsinki Convention on the Protection and Use of Transboundary Watercourses and International Lakes* www.unece.org/env/water/pdf/watercon.pdf

⁴³ *Convention on the Transboundary Effects of Industrial Accidents* <http://www.unece.org/env/teia/welcome.htm>

Një numër i madh i tyre sigurisht se kanë të bëjnë edhe me mjedisin. Në Ligjin e mjedisit, në synimet e tij Kosova është përcaktuar për bashkëpunim rajonal dhe ndërkombëtar në mbrojtjen e mjedisit (neni 2, pika 4), si dhe për promovimin e masave rajonale dhe ndërkombëtare për ruajtjen, mbrojtjen dhe përmirësimin e cilësisë së mjedisit (neni 2, pika 8).

Shumica e ligjeve të aprovuara përmbajnë shumicën e parimeve që derivojnë nga konventat mjedisore. Kështu p.sh. Ligji për mbrojtjen e mjedisit⁴⁴ përmban parimet: parimi i parandalimit, parimi i marrjes së masave paraprake, i vlerësimit të ndikimit në mjedis, parimi i qasjes në informata për mjedisin, parimi i mbrojtjes së të drejtave për mjedisin në gjykatë, parimi i përgjegjësisë subsidiare, parimi ndotësi/shfrytëzuesi paguan etj.

Një hap shumë pozitiv për inkorporimin e konventave mjedisore në legjislacionin kosovar është me Konventën e Aarhusit. Kështu dy shtyllat e Konventës: e drejta për informim dhe ajo për të drejtën e pjesëmarrjes së publikut në vendimmarrje, janë pjesë e kapitullit VI të ligjit, ndërsa që e drejta për qasjen në gjykatë (shtylla III konventës) është e siguruar në nenin 6 të ligjit.

Megjithatë, zbatimi në praktikë i këtyre masave dhe parimeve ende nuk është vlerësuar se ka shënuar progres dhe ende nuk janë hartuar aktet nënligjore që sigurojnë zbatimin. Raste të zbatimit të këtyre parimeve në praktikë janë të rralla dhe një tentim mund të përmendet rasti i procedimit në gjykatë të ndërtimit të Qendrës Protokollare në Gërmë në vitin 2005⁴⁵.

Një numër konventash do të gjejnë zbatim edhe në Kosovë dhe mënyra e qasjes së Kosovës, ndjekja e procedurave negociatore, do të jetë e paqartë deri në momentin e pranimit të saj si shtet i pavarur nga ana e OKB-së.

Në kontekstin e konventave mjedisore dy mekanizma të fuqishëm të OKB (UNEP dhe UNECE) janë sponsorues, andaj sekretariat i tyre dhe situata në raport me to do jetë ende komplekse. Këtu duhet përmendur edhe UNESCO-n, që përkujdeset për Konventën e trashëgimisë botërore natyrore dhe kulturore.

Qasja e Kosovës në konventat mjedisore ndërkombëtare duhet të shikohet në kornizën edhe të konventave dhe traktateve tjera, pjesë e të cilave duhet të bëhet një ditë. Ndonëse deri sot nuk është hapur një debat lidhur me hapat që duhet ndërmarrë në këtë drejtim, megjithatë duhet shikuar hapat dhe praktikat e mira që kanë ndjek shtetet, të cilat kanë dalë nga ish- Federata dhe qasjen në këto konventa.

Nga ana e rëndësisë dhe ndikimit të tyre, si dhe ballafaqimit të përditshëm me to, prioritet në fushën e konventave ndërkombëtare mjedisore duhet të kenë: ajo e UNESCO-s për trashëgiminë

⁴⁴ Ligji nr.3/L-025 <http://www.ks-gov.net/mmph/legjislacioni>

⁴⁵ Koalicioni "Gërmia 2005", koalicioni ky i përbërë nga 10 organizata joqeveritare, Partia e të Gjelbërve të Kosovës dhe Shoqata e Pensionistëve të Kosovës, ka paditur në Gjykatën Supreme të Kosovës, Kuvendin e Kosovës dhe Kuvendin Komunal të Prishtinës në lidhje ndërtimit e objektit protokollar-reprezentativ të Parlamentit të Kosovës në zonën e mbrojtur me ligj, të parkut të Gërmisë. Përfaqësuesit e këtij koalicioni, për këtë çështje e kanë njoftuar edhe shefin e UNMIK-ut Soren Jesen Petersen si dhe Ombudspersonin e Kosovës, Marek Antoni Novicki. Ndërtimi i objektit protokollar-reprezentativ të Parlamentit të Kosovës ishte kundërshtuar nga e Koalicionit "Gërmia 2005" (i cili është themeluar veçanërisht për këtë çështje). <http://www.pgjk.org/koalicioni2005.htm>

botërore⁴⁶, për ruajtjen e diversitetit biologjik, për ndotjen ndërkufitare të ujërave⁴⁷, për llojet migratore, konventa e Bazelit për qarkullimin ndërkufitar të mbeturinave⁴⁸.

Një aspekt i rëndësishëm me të cilin do të ballafaqohet Kosova do jetë edhe mungesa e kapaciteteve njerëzore, respektivisht juristëve mjedisor të kualifikuar për t'u marrë me konventat mjedisore, meqenëse si çdo konventë tjetër edhe këto kanë procedura dhe proces të gjatë negociator, si dhe mund të jenë problematike në zbatim⁴⁹.

⁴⁶ Rasti i futjes së Manastirit të Deçanit në Listën e Trashëgimisë Botërore në Rrezik me 2003. Po ashtu nën procedim ka hyrë edhe futja e Parkut Nacional të Sharrit.

⁴⁷ Ujërat e Kosovës derdhen në drejtim të tri shtetve dhe në 3 pellgje detare: Adriatik, Detin e Zi dhe Detin Mesdhe dhe ndikim ndërkufitar i tyre është i paevitueshëm.

⁴⁸ Rasti i tri mauneve me materie të rrezikshme, që edhe pse nuk kanë qenë mbeturinë, mbulohen nga Konventa e Bazelit

⁴⁹ Veselaj Z., Mustafa B. 2007 “ Sistemi i politikave mjedisore- legjisllacioni dhe institucionet”, Universteti i Prishtinës, Prishtinë

Mr. Sc. Bedri Millaku, Ph.D kandidat

TURIZMI TERMAL NË KOSOVË - GJENDJA DHE ZHVILLIMI

Gjendja e zhvillimit të turizmit termal në banjat e Kosovës nuk i korrespondon potencialeve ekzistuese të banjave ekzistuese. Për këtë arsye duhet të shikohen mënyrat më të mira, më të favorshme dhe më bashkëkohore, si në banjat e Evropës.

Banjat dhe termalizmi në Kosovë veçohen me atë se kanë më shumë funksionin e institucioneve kurative-spitalore. Këto institucione pacientët më tepër i vizitojnë me rekomandimin e mjekut për sëmundjen dhe udhëzimit në institucionet e specializuara për mjekimin e tyre. Banjat të ne, më parë dhe tani, kryesisht kanë shërbyer si qendra për mjekimin e sëmundjeve dhe rehabilitim.

Në ofertën e tyre kanë qenë programet për mjekim dhe rehabilitim, të cilat kryesisht janë bazuar në faktorët natyror (ujin termal, baltës shëruese dhe në kushtet klimatike).

Turizmin termal në Kosovë pothuaj se në tërësi mund të radhitet në turizmin vendor lokal. Çmimet e programeve mjekuese dhe të rehabilitimit për një kohë të gjatë janë mbajtur nën kontroll, nga kjo nuk ishte i mundur realizimi i efekteve ekonomike.

Krahasuar me tregun e atëhershëm të ish- Jugosllavisë nuk është arritur konkurrenca përkatëse. Ndërsa, për tregun e jashtëm as që mund të mendohej.

Shkaqet dhe arsyet për një gjendje të tillë janë të shumta: në radhë të parë infrastruktura e dobët e banjave deri te mundësitë e paparashikueshme të efekteve shëndetësore të mjekimit termal dhe konkurrencës së madhe të banjave të Serbisë, Maqedonisë, por edhe të Kroacisë dhe Sllovenisë.

Analizat e bëra në hulumtime tregojnë se:

- a) Pjesën më të madhe e përbëjnë mysafirët vendor;
- b) Numri më i madh i vizitorëve janë pacientë, ku 80 % prej tyre kanë nevojë për shërim dhe rehabilitim;
- c) Në vizita më shumë dominon bujtja të moshës së mesme dhe e vjetër;
- d) Deri në luftën e fundit në vizita ishte pjesëmarrja e pensionistëve, pas luftës paraqitet pjesëmarrja e invalidëve të luftës;
- e) Në mungesë të kapaciteteve të duhura mungon mbajtja e seminareve, manifestimeve të ndryshme, simpoziumeve dhe përgatitja e sportistëve.

Krahasuar me banjat e rajonit, me të drejtë mund të thuhet se banjat tona asnjëherë nuk e kanë arritur as shkallën e mesme të pajisjes infrastrukturore dhe të ndërtimit, e më vonë, për shkaqe të njohura, pësuan krizë, edhe pse disponojnë me potenciale të shumta për zhvillimin e turizmit termal me 55 burime termominerale.

Deri në vitin 1990, banjat kishin kapacitetet modeste dhe kujdesi i pamjaftueshëm rreth modernizimit të pajisjeve për qëllime mjekimi e rehabilitimi, si dhe zgjedhja e varfër e formave të tjera të ofertës kanë ndikuar që një pjesë e klientelës nga Kosova të shkojë në banjat e vendeve fqinje, si në ato të Serbisë.

Nga vlerësimi i përgjithshëm, duke marrë për bazë faktorët e përmendur me lartë, elementet më të rëndësishme për zhvillimin e turizmit termal janë;

- pozita gjeografike –turistike
- kompleksi i vlerave natyrore
- vlerat antropogjenë
- gjendja e kapaciteteve hoteliere
- pajisja komunale
- struktura e të punësuarve
- mjedisi ambiental rrethues i banjave.

Sipas kësaj, arrihet në përfundim se banjat e Kosovës në zhvillimin e tyre kanë pasuri lokale dhe rajonale për të konkurruar në ofertën turistike.

Nga vlerësimi i përgjithshëm i bazës materiale të turizmit termal në Kosovë vërehet se nuk u është përshtatur trendeve bashkëkohore të zhvillimit të termalizmit, i cili me angazhimet e duhura premtion mjaft në perspektivë.

Veprimtaritë përcjellëse në banja (vendet termale) dhe zhvillimi i turizmit

Ofertën turistike në banja e përbënë baza balneare – mjekuese dhe rehabilituese, duke përfshirë edhe veprimtaritë tjera komplementare të kërkesës, në të cilat bëjnë pjesë:

- aspektet sportive –rekreativ
- afariste, kulturore-historike, ekologjike
- aspekte tjera, që janë të zhvilluara në rrethinën e ngushtë dhe të gjerë të banjës.

Banjat kanë funksionin e tyre shumëdimensional, të cilat nuk janë vetëm qendra shëndetësore-mjekuese, por janë edhe qendra të veprimtarive tjera si:

- pikniku
- ekskursionin
- kulturore-manifestimeve
- të turizmit të kongreseve
- të turizmit transit, ku në disa raste udhëtarët ndalen për pak kohë në transit.

Në banjat me infrastrukturë më të zhvilluar organizohen entet e preventivës, të mjekimit dhe rehabilitimit të grupeve të caktuara të klasifikimit ndërkombëtar të sëmundjeve dhe të lëndimeve.

Foto. Pamje nga Hotel “Onix” në Banjën e Pejës

Sipas veprimtarisë së specializimit të ngushtë banjat janë klasifikuar si organizata shëndetësore të mjekësisë së specializimit të lartë.

Në vendet me turizëm të zhvilluar në botë banjat dhe vendet klimatike janë qendra shëndetësore, pushimi, argëtimi, sporti, rekreacioni, relaksimi, në të cilat gjatë gjithë vitit zhvillohen programe atraktive, cilësore tërheqëse dhe shumë profitabile të mjekimit, të sportit, të përgatitjes së sportistëve, të rehabilitimit të sportistëve, të relaksimit, zbavitjes dhe argëtimit.

Oferta e begatshme edhe me programe të shumëllojshme të mjekësisë, kulturës, artit, rekreacionit sportiv, argëtimit, të mjekësisë komplementare, kozmetikës, shërbimeve etj.

Në këto banja janë të angazhuara ekipet profesionale të specializuara, të cilat në pajtim me arritjet bashkëkohore të marketingut formojnë, ofrojnë dhe realizojnë një numër të madh programesh atraktive dhe profitabile, të cilat funksionojnë gjatë gjithë vitit.

Oferta bashkëkohore turistike në vendet balneare turistike çdo ditë e më shumë bazohet në ofrimin e programeve cilësore të rekreacionit sportiv, të sportit, mjekimit, pushimit, rehabilitimit, këndelljes efikase, relaksimit, pushimit aktiv, animacionit, argëtimit, kulturës dhe artit.

Të gjitha këto duhet të jenë në funksion dhe shërbim si modele edhe për banjat e vendit tonë, të cilat deri diku i plotësojnë kushtet e ofertës turistike, e që në të ardhmen premtojnë mjaft, në qoftë se organizohemi si shoqëri dhe i trajtojmë ashtu siç kërkon standardi i federatës së termalizmit.

Gjendja e përgjithshme e zhvillimit të banjave – vendeve klimatike dhe mbrojtja e tyre në Kosovë

Banjat dhe vendet klimatike të ne përbëjnë një potencial të madh dhe të çmueshëm ekologjik dhe rekreativ, e cila është përparësi e rëndësishme kooperative në krahasim me disa vende në rajon. Çdo herë duhet të kemi parasysh, duke i shtuar kujdes favorizimit të cilësisë së këtyre potencialeve. Ekosistemet e banjave dhe të vendeve malore (klimatike) seriozisht janë degraduar.

Banjat, në përbërjen e tyre, nuk janë vetëm potenciale ekologjike, por edhe më tepër se kaq. Ato janë resurse të rralla natyrore dhe pasuri natyrore me rëndësi kombëtare, të cilat kanë potencial shumëdimensionale të shfrytëzimit.

Vlerë e tyre bazë dhe e përhershme janë burimet termale, por çdo herë derisa nuk ndryshojnë ose nuk humbin nën ndikimin e dridhjeve sizmike apo punimeve ndërtimore dhe punimeve tjera, të cilat veprime nuk janë të rralla.

Prandaj, mbrojtja dhe kujdesi për vendet balneare është i domosdoshëm dhe ka një rëndësi të veçantë, kur merret parasysh rëndësia aq e madhe e ujërave termale në aspektin shumëdimensional. Banjat vlerësohen me potenciale të shumta, si vlerë primare;

- a) Burimet termominerale me gazra dhe peloide, siç është Banja e Kllokotit dhe e Pejës vetëm me ujëra termale. Por, së fundi banja e re “Nana Naile” po prin me infrastrukturën dhe organizimin, duke u krahasuar edhe me banjat më moderne.
- b) Mjediset natyrore.

Funksionet themelore të banjave janë:

- a) Mjekimi dhe funksioni rekreativ- shëndetësor: Bëhet shërimi i shtresave më të atakuara nga lodhja e përditshme, e shtresave të ndryshme sociale, siç është rasti te ne në Kosovë.
- b) Funksioni rekreativ turistik: Paraqet vlerë të madhe për vizitorët, të cilët e vizitojnë banjën. Por, duhet shfrytëzuar edhe potencialet tjera në rrethinat e banjës.

Të gjitha vlerat natyrore dhe funksionet tjera janë bazë, por edhe plotësuese. Nga lidhja reciproke e resurseve dhe e funksioneve të banjave rrjedhin roli zhvillimor dhe interesi shoqëror, që shpeshherë ka rëndësi nacionale sidomos te ne.

Kur është fjala për funksionet rekreative-turistike, cilësia e mjedisit në banja, gjelbërimi dhe dekorimi i parqeve, vegjetacioni, rregullimi i rrugicave, zbukurimi i hapësirave të lira, ndikimi i klimës ka rëndësi të madhe, sepse për shumicën e vizitorëve, të cilët janë pjesë e klientelës turistike, kanë primatin kryesor të vizitave.

Fatkeqësisht, gjendja e rregullimit dhe mbrojtjes së mjedisit natyror të banjave tona lë shumë për të dëshmuar.

Për shkak të gjendjes së tillë ekzistuese, do të ishte e domosdoshme që të formohet koncepti dhe format e mundshme të mbrojtjes sipas Ligjit për mbrojtjen e mjedisit natyror, por edhe në bazë të ligjeve tjera, të cilat kanë të bëjnë me këtë lëmi.

Në këtë mënyrë do të rregulloheshin rrethinat e banjave dhe ambienti dekorativ – argëtues, nga i cili banja do të merrte me të vërtetë pamje të një hapësire tërheqëse nga e cila do të plotësohen nevojat për rekreacion.

Rëndësia turistike e burimeve termominerale të Kosovës

Banjat përveç rëndësisë terapeutike kanë edhe rëndësi rekreative, të cilat janë faktor i rëndësishëm për valorizimin e tyre turistik. Ujërat e banjave të Kosovës (Ilixhes, Banjës së Klllokotit dhe të Banjskës, por edhe burimeve tjera), bëjnë pjesë në grupin e ujërave tokësor alkaline, thëngjillore të tharta dhe sulfatore, hipotermale me temperatura prej 32 deri 54°C.

Banjat e Kosovës ofrojnë mundësi për shërimin e sëmundjeve të ndryshme siç janë: reumatizmi, sëmundjet e lëkurës, sëmundjet nervore dhe kardiovaskulare.

Infrastruktura jo aq e zhvilluar momentale ka kushtëzuar që banjat e Kosovës të mos mund të pranojnë numër të madh vizitorësh, siç kemi rastet me banjat tjera të rajonit.

Banjat e Kosovës nga numri i përgjithshëm i bujtjeve realizojnë 16.5 për qind të bujtjeve, të cilat nuk paraqesin ndonjë rëndësi të veçantë.

Burimi termal i Ilixhes prej 17.5 litra uji në sekondë, përbëhet prej 2 pishinave me 12 vaska, që mundësojnë larjen e 234 personave në ditë, në përbërjen e secilës hyn hoteli i ri-stacionari prej 106 shtretërve, ku ofrohen kushtet për shërim, pushim, argëtim dhe bibliotekë.

Në këtë banjë, sipas planit gjeneral, është paraparë ndërtimi i vilave, vikend shtëpizave, kamp shtëpizave etj.

Burimi termominereal i Banjës së Klllokotit është i njohur qysh nga kohërat më të lashta romake. Në përbërjen e tij bëjnë pjesë dy gurra. Në njërin temperatura arrin në 32 °C, ku uji shfrytëzohet për larje dhe shërimin e sëmundjeve të ndryshme, ndërsa në burimin tjetër, i cili ka temperaturën prej 16°C, uji shfrytëzohet për pije dhe gazohet në shishe dhe shitet si uji mineral.

Është për çdo lavdatë banja e re “Nana Naile” në Klllokot, e cila konkurren me banjat më të njohura të rajonit, por edhe më gjerë.

Burimi termomineral i Banjës te Mitrovica ka katër gurra me gjithë kapacitetin prej 13.5 litra uji në sekondë, e cila mundëson kapacitetin për larjen e 150 personave në ditë.

Temperaturat e ujit arrijnë prej 31 deri 54°C. Mysafirët vendosen në hotelin me kapacitet, i cili ka gjithsej 29 shtretër, që ende nuk i plotëson kërkesat e klientelës. Në këtë pjesë shumica e klientëve vendosen nëpër shtëpi private.

Rëndësia turistike e banjave të Kosovës është e lidhur me rëndësinë estetike-ambientale të rrethinës, si dhe me rëndësinë terapeutike të ujit. Rëndësia turistike e banjave të Kosovës ka rol primar kurativ, kështu që tani vizitat e banjave më shumë janë të lidhura me funksionin shërues të ujit se sa me atraktivitetin e tyre natyror dhe dekorativ.

Ujërat termale dhe banjat tjera janë të rëndësishme, të cilat janë të shpërndara në tërë territorin e Kosovës në mbi 50 burime, duke i përfshirë edhe ujërat minerale.

Për studimin e tyre duhet temë e veçantë, për shkak të vëllimit dhe shpërndarjes së madhe të tyre. Një pjesë e tyre edhe pse shfrytëzohen, ende ka të pashfrytëzuara, rrjedhin si burime të lira në të cilat popullsia furnizohet me ujë mineral.

Përfundimi

Në saje të zhvillimit dhe rëndësisë së përgjithshme të turizmit të ne, vendet e rajonit dhe me gjerë, është trajtuar turizmi termal me tiparet e tij.

Ujërat termominerale janë të pranishme në 55 burime të Kosovës. Përfshirja e tërë konceptit të turizmit në raport me kushtet ekzistuese të ofertës turistike në turizmin termal të ne dhe në rajon, duke përfshirë vendet dhe zonat më të njohura termale, të cilat janë në funksion të turizmit balnear.

Por, kushtet për zhvillimin e turizmit paraqiten si faktor potencial në disponim. Mbetet të investohet dhe organizohet në aktivitetet e zhvillimit të turizmit balnear. Duke e parë perspektivën e ndritshme të zhvillimit dhe shfrytëzimit të ujërave termale ka dhe shumë punë për t'u bërë, që shfrytëzimi i tyre të bëhet në mënyrë racionale.

Duke përfshirë të gjitha potencialet me të cilat disponojmë, vlerat tejet të larta fitimprurëse nga termalizmi na bëjnë të kuptojmë se leverdia ekonomike është e një rëndësie të veçantë.

Nga turizmi balnear vihen në funksion edhe veprimtaritë tjera ekonomike, duke përfshirë bujqësinë vendore, tregtinë, artizanatet, ku përfitimet janë gjithëherë për popullsinë vendore dhe ekonominë komunale.

Popullsia vendore është ajo e cila përfiton nga veprimtaritë e ndryshme, që organizohen në zonat balneare të banjave të Kosovës. Por, ambienti i banjave paraqet atraksionin dhe shumë aktivitete, të cilat e rrisin vlerën e mjediseve balneare, që duhet të mbahen edhe më pastër, në mënyrë që të jenë konkurrencte me banjat më të njohura.

Investimet në balneoterapi janë të domosdoshme (për banjat shtetërore). Banja private në Kllokot, e cila aktivitetin e saj e ka filluar që nga maj 2007, e ka mjaft të zhvilluar infrastrukturën. Kjo është konkurrencte me banjat më të njohura të rajonit.

Ndërsa banjat publike, Banja e Kllokotit, Pejës duhet të plotësojmë standardet me vendet e njohura, të cilat kanë të zhvilluar termalizmin. Funksioni i tyre turistik është nën nivelin e banjave të ish - Jugosllavisë.

Por, me angazhim maksimal dhe shfrytëzimin e kapaciteteve në disponim banjat e Kosovës premtojnë mjaft. Këtu duhet përfshirë edhe ujërat tjera termale dhe minerale, të cilat mbetet të studiohen në të ardhmen dhe paraqesin trajtim të veçantë.

Foto. Qendra për Rehabilitim dhe Shërim “Banja e Kllokotit”



Literatura:

1. M. Gashi : “Bazat e Turizmit”, Universiteti i Kosovës, Prishtinë, 1986
2. M. Gashi: ”Bazat e turizmit” – Turizëm dhe Hotelieri për shkolla të mesme, Prishtinë, 1987.
3. M. Gashi: “Vlerat turistike ne Kosovë”, Plani regjional hapësinor i KSAK Prishtinë 1969.
4. N. Muhaxheri: “Ekonomika dhe Menaxhmenti në Turizëm” - Prishtinë 2005.
5. M. Gashi : “Uslovi i mogućnosti za razvoj turizma SAP Kosovu”, Prishtinë 1977.
6. M. Gashi : “Turizmi si fenomen shoqëror bashkohës”, Časopis “Përparimi” ,br.5.Prishtinë 1963. god.
7. M. Gashi : “Potencialne mogućnosti za razvoj turizma na Kosovu i Metohiji“. Magistarska teza u rukopis. Beograd 1967.
8. M. Gashi : “Osnovni potencial turističkih vrednosti Kosova”,ekspertiza izrađena za potrebe i rade regionalnog prostornog plana Kosova, Priština 1969.
9. A. Todorovic:”Metodologija istraživanja slobodnog vremena “Savremena administracija, Beograd 1978.
10. D. Popov:”Putničke agencije”Turistička štampa”, Beograd 1979.
11. Ž. Jovičić:”Osnovi turizma” Naučna knjiga, Beograd 1976.

MSc. Ardian Emini, PhD kandidat

MSc. Mentor Shaqiri, PhD kandidat

MENAXHIMI I TURIZMIT NË VENDET ME RËNDËSI KULTURORE DHE NATYRORE

Abstrakt

Në këtë punim janë studiuar aspektet themelore të trashëgimisë natyrore e kulturore, duke i vënë theks të veçantë menaxhimit të saj. Menaxhimi i trashëgimisë kulturore është sfidë e të gjitha vendeve, si atyre të zhvilluara, po ashtu edhe atyre në zhvillim, për të promovuar vlerat dhe specifikat e veçanta në arenën ndërkombëtare, si dhe për të ndihmuar zhvillimin ekonomik të vendit.

Fazat e menaxhimit, që përfshihen në të gjitha fushat e jetës shoqërore, mund të zbatohen edhe në turizëm, duke dëshmuar universalitetin e menaxhmentit.

Mirëmbajtja e objekteve të trashëgimisë kulturore e natyrore bazohet në Konventat dhe Kartat ndërkombëtare, në legjislacionet nacionale, si dhe në zakonet e vendeve të ndryshme.

Trashëgimia kulturore-natyrore dhe menaxhimi i saj

Trashëgimia kulturore e natyrore si një koncept i gjerë i takon gjithë shoqërisë, ku secili ka të drejtë e përgjegjësi që t'i kuptojë, çmojë e ruajë apo mbrojë vlerat e saj universale që i ngërthen në vete trashëgimia.

Trashëgimia si fushë e gjerë studimore në vete përfshin mjedisin kulturor dhe natyror.

Në këto dy mjedise përshihen shumë fusha të ndërlidhura në mes vete siç janë: peizazhet natyrore, vendet historike, vendet me mjediset e ndërtuara, biodiversitetet e ndryshme, koleksionet, të kaluarën dhe praktikrat e vazhdueshme kulturore, si dhe njohuritë dhe praktikrat e ndryshme të jetesës.

Trashëgimia kulturore dhe natyrore me të dhënat e veta na shpjegon fazat (etapat) e kaluara gjatë zhvillimeve historike, nga të cilat zhvillime formëson thelbin e identiteteve të ndryshme kombëtare, rajonale e lokale, dhe me këtë na bën të nënkuptojmë se është edhe pjesë integrale e jetës moderne-bashkëkohore.

Kjo në një farë mënyre është një pikë referimi dhe instrument dinamik e pozitiv që nxit zhvillimin ekonomik e kulturor.

Trashëgimia kulturore, në kujtesën kolektive të çdo populli apo etnie, është e pazëvendësueshme dhe ka një bazë të rëndësishme në zhvillimet shoqërore, siç kishte në të kaluarën ashtu edhe sot, por do të ketë edhe në të ardhmen.

Në kohën në të cilën po jetojmë, në atë të zhvillimeve të hovshme politike, ekonomike, kulturore e sociale, pra në kohën e globalizmit, promovimi e prezantimi i trashëgimisë dhe dallimeve kulturore

të çdo vendi të veçantë ose rajoni është një sfidë e veçantë për njerëzimin që të angazhohet në mbrojtjen, konservimin, restaurimin, prezantimin-interpretimin, si dhe promovimin e saj në masë.

Megjithatë, për menaxhimin e trashëgimisë kulturore e natyrore janë përcaktuar standarde ndërkombëtare, të cilat në mënyrë të përshtatshme mund të zbatohen dhe të vënë në përgjegjësi institucionet, shoqërinë-komunitetin në (mos)zbatimin e këtyre standardeve.

Objektiv kryesor i menaxhimit të trashëgimisë kulturore e natyrore është komunikimi, interpretimi, promovimi-nxjerrja në pah e vlerave të rëndësishme të saj, si dhe nevoja për mbrojtje nga banorët vendas- komuniteti dhe vizitorët.

Qasja e arsyeshme intelektuale, rëndësia emocionale-shpirtërore, si dhe menaxhimi i mirë fizik nxit zhvillimin e kësaj fushe, pra të trashëgimisë kulturore e natyrore. Kjo në një farë mënyre e detyron njerëzimin në respektimin dhe vlerësimin e vlerave kulturore, gjithnjë me interes dhe synim, që këto vlera të trashëgimisë kulturore e natyrore t'u sjellin një të ardhme më të mirë jetësore e materiale.

Menaxhimi i turizmit bazuar në trashëgiminë kulturore e natyrore përfshin planifikimin, organizimin, koordinimin, motivimin dhe kontrollin.

Planifikimi ka të bëjë me gjetjen e vendeve me rëndësi kulturore e natyrore, përcaktimin e pikave kyçe, përcaktimin e itinerareve dhe ofertave turistike.

Organizimi paraqet shndërrimin e planeve në aksion.⁵⁰Në kuadër të trashëgimisë kulturore, organizimi i turizmit nënkupton zbatimin e ofertave turistike, respektivisht organizimin e udhëtimeve turistike, përcaktimin e ciceronëve, të cilët sqarojnë vlerat dhe traditat kulturore e natyrore për vizitorët.

Koordinimi është fazë e menaxhimit të turizmit, ku duhet të bëhet bashkërendimi i veprimeve nga aktorët e ndryshëm, të ndërvarur në mes vete. Këtu përfshihet koordinimi i agjencive turistike, respektivisht operatorëve turistikë me pushtetin lokal e qendror, si dhe banorët vendas.

Pjesa më e rëndësishme e menaxhimit të turizmit është motivimi i vizitorëve për të vizituar pikat turistike të përcaktuara gjatë fazës së planifikimit. Motivimi është proces psikologjik kompleks, në të cilin kërkesat dhe dëshirat krijojnë forcë shtytëse që synon arritjen e qëllimeve⁵¹.

Motivimi përfshin edhe nxitjen e agjencive për të bërë oferta turistike me vlerë dhe për të bindur vizitorët me këto oferta.

Kontrolli si fazë e fundit e menaxhimit përfshin mbarëvajtjen e tërë procesit të menaxhimit, duke krahasuar planifikimin e këtyre veprimeve me realizimin e tyre.

⁵⁰ Lidija Simonçeska – “Bazat e menaxhimentit”, fq. 13

⁵¹ Enver Kutllovci – “Menaxhimi i resurseve humane”, fq. 71

Bashkëveprimi i turizmit, trashëgimisë kulturore dhe natyrore

“Turizmi kulturor është ndoshta më i vjetri nga fenomeni i turizmit ‘të ri’”. Njerëzit kanë udhëtuar për atë që ne tani e quajmë turizëm kulturor që nga koha e Romakëve, por vetëm se ata nuk u njohën si një grup i udhëtarëve.⁵²

Turizmi vendas dhe ai ndërkombëtar janë mjete kyçe dhe ndër më të rëndësishmet që shërbejnë për një përfitim material dhe zhvillim ekonomik, e veçmas për një shkëmbim kulturor, duke nxitur afrimin e të kaluarës antike me mesjetën, modernen dhe bashkëkohoren, ku mes këtyre katër etapave mundëson një rrjedhë kulturore dhe ju ofron një pasurim shpirtëror dhe vetëdijësim shoqërive të ndryshme.

Kjo njëkohësisht konsiderohet edhe si një forcë shpirtërore pozitive për mbrojtjen-ruajtjen dhe kultivimin e trashëgimisë kulturore dhe natyrore.

Turizmi në bashkëveprim me trashëgiminë kulturore i kap apo më mirë të themi merr në konsideratë karakteristikat ekonomike dhe analizon këto me të vetmin qëllim: atë të gjenerimit të fondeve për mbrojtjen e trashëgimisë.

Po ashtu, këto ndikojnë edhe në edukimin e popullatës në përgjithësi dhe në zhvillimin e avancimin e politikave kulturore dhe ekonomike⁵³.

Kjo është edhe pjesa më thelbësore e ekonomive kombëtare-shtetërore dhe ndër- fqinjësore, ku shpesh mund të jetë edhe faktor kyç dhe i rëndësishëm i zhvillimit të vendit (kuptohet, e gjithë kjo arrihet me zbatimin e politikave të mirëfillta ekonomike, kulturore dhe sociale).

Turizmi është një fenomen kompleks, i cili në vete komponohet prej shumë dimensioneve si ai: politik, ekonomik, social, kulturor, arsimor, bio-fizik, ekologjik, estetik etj.

Sot trashëgimia kulturore dhe natyrore, si dhe diversitetet kulturore, janë ndër pjesët më atraktive dhe më tërheqëse në turizëm dhe oferta turistike.

Keqmenaxhimi i turizmit në vendet me të kaluar të rëndësishme kulturore e historike kërcënon me një shthurje të skajshme me natyrën e tyre fizike po ashtu edhe me atë kulturore e shpirtërore të popullatës vendase dhe vizitorëve.

Pra, me një fjalë, turizmi duhet të jetë një gjenerues i përfitimeve ekonomike për vendin dhe popullatën pritëse dhe në këtë mënyrë të jetë një mjet i rëndësishëm motivimi për popullsinë që të kujdeset, ruajë e sidomos të mirëmenaxhojë me trashëgiminë dhe praktikën e ndryshme kulturore.

E gjithë kjo arrihet kur kemi një përfshirje dhe bashkëpunim të përfaqësuesve vendas (lokal), ruajtësve (organizatat dhe institucionet, të cilat merren me ruajtje-mbrojtje, konservim dhe restaurim të objekteve me rëndësi kulturore), operatorëve të turizmit, pronarëve të pronave, krijuesve dhe zbatuesve të politikave e standardeve, etj.

⁵² Bob McKercher, Hilary Du Cros – “Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management, fq. 1

⁵³ Ratko Dobro – “Osnove Turizma, Teoria I Praksa”, Skript, fq.65.

Nga ky bashkëpunim e bashkëveprim nxirret dhe përgatitet plani kombëtar i menaxhimit, i cili është i nevojshëm për të zhvilluar e arritur një stad të qëndrueshëm të turizmit. E gjithë kjo arrihet, duke marrë masa preventive ligjore e fizike për mbrojtjen e burimeve të trashëgimisë kulturore e natyrore.

Shumë shtete, për të zhvilluar dhe zbatuar këtë lloj turizmi, i referohen dhe mbështeten në karta dhe konventa të ndryshme ndërkombëtare, të cilat tregojnë rëndësinë dhe japin format e ruajtjes së monumenteve kulturore dhe natyrore.

Për ilustrim do t'i përmendim disa të tilla, siç janë: karta ICOMOS (Karta ndërkombëtare për ruajtjen e monumenteve dhe natyrës, 12 tetor 1999 në Meksikë); Konventa për mbrojtjen e pronës kulturore në vendet e konfliktit të armatosur (1954), me dy protokollet (1954 dhe 1999); Konventa për ndalimin dhe parandalimit e importit, eksportit dhe transferimit të paligjshëm të pronësisë së pasurisë kulturore (1970); Konventa për mbrojtjen e kulturës botërore dhe trashëgimisë natyrore (1972); Konventa evropiane e kulturës (1954), etj⁵⁴.

Objektivat kryesore të këtyre konventave janë inkurajimi, lehtësimi në ruajtjen dhe menaxhimin e trashëgimisë, si asaj natyrore po ashtu edhe në atë kulturore. Gjithashtu, synon që përmes rregullave ta lehtësojë dhe ta bëjë sa më të qasshme për popullsinë pritëse dhe atë vizitore.

Në këtë mënyrë nxitet dhe lehtësohet edhe qasja e industrisë së turizmit në këtë fushë të trashëgimisë, gjë që trashëgimia përmes turizmit promovon veten dhe kulturën vendase në arena të ndryshme vendore dhe ndërkombëtare.

Qëllim tjetër i konventave është edhe shtytja e vendeve në krijimin e planeve dhe politikave zhvillimore, në caktimin e objektivave të arsyeshme e të kapshme, në evidentimin e vendeve me rëndësi kulturore historike e natyrore.

Siç shihet, konventat inkurajojnë hartimin e udhëzimeve të detajuara nga palët që shprehin interes, kjo me qëllim lehtësimin e zbatimit të parimeve të konventave, duke i marrë në konsideratë rrethanat, gjendjen faktike, specifikat e veçanta, si dhe kërkesat e arsyeshme që i parashtron popullata vendase (pritëse).

Përfundimi

- Menaxhimi i turizmit dhe trashëgimisë kulturore e natyrore përveçqë sjell përfitime ekonomike njëkohësisht pasqyron imazhin dhe vlerat e një kombi.
- Mbrojtja e trashëgimisë kulturore e natyrore nuk duhet që të bazohet vetëm në konventa ndërkombëtare, por të mbështetet në Ligjin mbi Mbrojtjen e Trashëgimisë Kulturore të Kosovës.
- Menaxhimi i turizmit duhet të bazohet në politikat e zhvillimit të turizmit, si pjesë e politikave të përgjithshme makroekonomike të vendit dhe të specifikohet me anë të strategjisë kombëtare për zhvillimin e turizmit.
- Keqmenaxhimi i trashëgimisë mund të shpie edhe në keqkuptime ndërkulturore, ndëretnike e ndërfaqetare.

⁵⁴ Daniela Angelina Jeliçiq – “Tourism Versus Identity Globalization and Tradition”, fq.186

Literatura:

1. Bob McKercher, Hilary Du Cros – “Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management, e-book
2. Lidija Simonçeska – “Bazat e Menaxhmentit”, Instituti për studime “Pjetër Budi”, Prishtinë, 2005
3. Daniela Angelina Jeliçiq - ”Tourism Versus Identity Globalization and Tradition”, Zagreb, 2006
4. Ratko Dobre - ”Osnove Turizma, Teoria i Praksa”, Skript, Shibenik 2005
5. Enver Kutllovci – “Menaxhimi i resurseve humane”, Prishtinë, 2004.

Dr. rer. agr. Ilir Morina

INFRASTRUKTURA INSTITUCIONALE LIGJORE MJEDISORE DHE GJENDJA E MJEDISIT NË KOSOVË

Abstrakt

Institucionet e Republikës së Kosovës dhe infrastruktura ligjore janë të reja, të brishta dhe në konsolidim. Themelimi i Ministrisë së Mjedisit, Agjencisë Mjedisore, drejtorive mjedisore nëpër komuna dhe inspektorateve adekuata paraqesin bazën fillestare drejt zhvillimit të këtij sektori nacional dhe integritimit evropian.

Hartimi i legjislacionit, strategjive, planeve të veprimit dhe projekteve mjedisore, si dhe zbatimi i tyre janë koncept i këtij punimi.

Ky punim bazohet në paraqitjen e gjendjes reale të infrastrukturës institucionale dhe ligjore mjedisore, gjendjes së mjedisit, si dhe problemet mjedisore dhe infrastrukturës në përgjithësi. Në fund të punimit jepen rekomandimet dhe vizioni për të arritur një përmirësim dhe sistem normal të menaxhimit mjedisor, ngritje dhe funksionalizim të infrastrukturës institucionale dhe ligjore mjedisore.

Fjalët kyçe: ligji, mjedisi, infrastruktura, ndotje

Hyrje

Shteti më i ri i Evropës ka pak kohë që ka filluar përjetësimin institucional. Vitet 2000, 2001, e sidomos viti 2002 kanë qenë vite kur Kosova ka themeluar institucionet e para mjedisore. Mjedisi për herë të parë është kuptuar si një ndër sektorët e rëndësishëm për mbrojtjen e shëndetit të popullatës, resurseve natyrore dhe parandalimin e ndotjes.

Përveç Ministrisë së parë të Mjedisit funksionalizohen edhe Komisioni parlamentar për bujqësi dhe mjedis, Agjencia e Kosovës për Mbrojtjen e Mjedisit (AKMM), ku përfshihen Instituti për Mbrojtjen e Natyrës dhe ai Hidrometeorologjik.

Në vitin 2003, aprovohet Ligji për mjedisin 2003/9, ku përfshihen politikat dhe parimet mjedisore. Pason një ligjet tjera me radhë si ai i Ujit, Natyrës, Mbeturinave, Ajrit, VSM, VNM etj., dhe njëkohësisht edhe aktet nënligjore (Udhëzimet Administrative).

Politikat mjedisore, gjithashtu, fillojnë të kompletohen edhe me dokumente që dalin si rezultat i ligjeve të reja dhe për herë të parë MMPH harton Strategjinë Nacionale dhjetëvjeçare për mjedis me objektiva të përgjithshme.

Menjëherë pas kësaj pason hartimi dhe fuqizimi i Planit të veprimit në mjedis, i cili përmban në vete projekte bazike për një ndërtim infrastrukturor mjedisor në shkallë vendi.

Problematika dhe shtjellimi i gjendjes

Kosova ka filluar të merret me çështjet mjedisore diku rreth viteve të 60-ta, ku në vitin 1968 formohet Njësia për mbrojtjen e natyrës, e cila ka funksionuar në kuadër të Entit për Mbrojtjen e Monumenteve të Kulturës së Kosovës.

Në vitin 1988, Kuvendi i Kosovës nxjerr Ligjin për mbrojtjen dhe zhvillimin e vlerave natyrore dhe vlerave të krijuara me punë të ambientit të njeriut (MMPH, 2008). Në bazë të këtij Ligji, një vit më vonë, Kuvendi i Kosovës nxjerr Ligjin për Entin e Kosovës për mbrojtjen e natyrës dhe mjedisin (AKMM, 2008).

Në vitin 2000, ky Ent regjistrohet në UNMIK si “Instituti për Mbrojtjen e Natyrës dhe Ambientit të Kosovës” me seli në Prishtinë. Në maj të vitit 2000, themelohet Departamenti për Mbrojtjen e Mjedisit dhe në kuadër të tij inkorporohen dhe veprojnë edhe institucionet ekzistuese, si: Instituti për Mbrojtjen e Natyrës dhe Mjedisit të Kosovës, Instituti Hidrometeorologjik i Kosovës dhe Drejtoria e Parkut Kombëtar “Malet e Sharrit” (MMPH, 2008).

Në vitin 2001, themelohen institucionet e përkohshme të vetëqeverisjes, si:

Kuvendi i Kosovës - në kuadër të tij themelohet Komisionin për Mjedis dhe Planifikim Hapësinor i përbërë fillimisht nga 11 anëtarë, i cili në vitin 2005 fuzionohet me Komisionin për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillim rural, me 15 anëtarë (MMPH, 2008).

Më vonë, në vitin 2002, themelohet Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor (MMPH), e cila është përgjegjëse për hartimin e politikave, të zbatojë ligjet dhe të mbikëqyrë aktivitetet për mbrojtjen e mjedisit.

Tri janë shtyllat kryesore të MMPH për të mundur mbrojtjen efikas të mjedisit.

Departamentet (i mjedisi dhe ujit) - përgatisin bazën legale dhe politikat mjedisore, duke u bazuar në direktivat e BE-së dhe gjendjen aktuale. Ato hartojnë strategjitë dhe planet vepruese të sektorëve mjedisor.

Inspektorati mjedisor - është institucion, që përkujdeset për zbatimin e plotë të legjislacionit të miratuar mjedisor. Funksionon në kuadër të MMPH-së dhe punën e kryen kryesisht në terren.

Agjencia e Kosovës për Mbrojtjen e Mjedisit - është themeluar në vitin 2003 me Ligjin për Mbrojtjen e Mjedisit. Funksionalizimi ka filluar në vitin 2006 dhe është duke u përforcuar dhe zhvilluar gradualisht.

Sot ka të ndërtuar Sistemin Informativ Mjedisor dhe i raportojnë mbi 50 institucione publike dhe private.

Institucione të tjera me rëndësi për mjedisin janë edhe:

Zyra e Rregullatorit për Ujë dhe Mbeturina- është rregullator i pavarur ekonomik për shërbimet e ujësjellësit dhe mbeturinave.

Niveli lokal i qeverisjes - disa komuna kanë themeluar Drejtori për Mbrojtjen e Mjedisit, ndërsa disa të tjera mjedisin e trajtojnë në drejtori tjera me zyrtarët mjedisor komunalë.

Shumica e komunave nuk kanë hartuar rregullore mjedisore, të cilat rregullojnë këtë problematikë në territoret e tyre, gjithashtu nuk kanë as Plane Lokale të Veprimit në Mjedis (MMPH, 2008).

Instituti Kombëtar i Shëndetësisë Publike - është institucion shëndetësor, shkencor dhe profesional, që përgatit dhe zbaton strategjinë e shëndetit publik në tërë territorin e Kosovës, duke përfshirë masat higjienik - sanitare, masat profilaktike- kundër epidemike, sociale- mjekësore, edukimin dhe arsimimin shëndetësor, kontrollin e cilësisë së ujit, ajrit, ushqimit, politikat shëndetësore dhe informimin shëndetësor (MMPH, 2008).

Shoqëria civile - në Kosovë llogariten rreth 150 OJQ mjedisore. Shumica nuk janë aktive, sepse janë zvogëluar donacionet për mjedisin, kurse në rreth 50 për qind të komunave të Kosovës nuk ka asnjë OJQ mjedisore aktive (MMPH, 2008). Shumica e OJQ-ve karakterizohen me staf të vogël dhe të paspecializuar, me mungesë të kushteve dhe pajisjeve për veprim, profilizim jo të qartë etj.

Infrastruktura ligjore mjedisore

MMPH ka hartuar një seri ligjesh dhe aktesh nënligjore, kryesisht të konsultuara me ligjet rajonale dhe të bazuara në direktivat e BE-së. Deri më tani në Parlamentin e Kosovës janë miratuar:

Ligji për mbrojtjen e mjedisit (2003/9) / 03/L-025 2008, Ligji për vlerësimin strategjik mjedisor /VSM Nr. 03/L-015, Ligji për vlerësimin e ndikimit mjedisor VNM, Nr. 03/L-024, Ligji për parandalimin dhe kontrollimin e integruar të ndotjes, Nr. 03/L-043, Ligji për mbeturina, 02/L-30, Ligji për kimikate, Nr. 02/L-116, Ligji për produktet biocide, Nr. 03/L-119, Ligji për mbrojtjen e ajrit nga ndotja, Nr. 2004/30, Ligji për mbrojtjen e natyrës, Nr. 2006/22, Ligji për veprimtaritë hidrometeorologjike, Nr. 02/L-79, dhe ligje të tjera në procedurë (MMPH, 2009).

Secili nga këto ligje obligon nxjerrjen e Udhëzimeve Administrative (UA). Shumica e UA janë hartuar dhe miratuar, kurse të tjerat janë në procedura të hartimit apo miratimit.

Gjendja mjedisore

Disa nga specifikat themelore që e karakterizuan shoqërinë kosovare në vitet e fundit janë: shkalla e natalitetit relativisht e lartë, ku pjesa dërrmuese e popullsisë është shumë e re me shkallë të lartë të papunësisë (rreth 40 për qind); nivel i ulët i zhvillimit ekonomik; shkallë e lartë e varfërisë (rreth 30 për qind jetojnë në varfëri dhe 12-16 për qind në varfëri të skajshme) (MMPH/UNEP, 2003); mungesë e kuadrit kompetent me kualifikime profesionale në institucionet qendrore dhe lokale; furnizim jo i mjaftueshëm me rrymë për popullatën dhe ekonominë dhe kriza në sektorin e bujqësisë dhe përpunimit (MMPH, 2006).

Mjedisi paraqet sfidën me të cilën do të përballet shoqëria kosovare në synimin e përgjithshëm strategjik drejt zhvillimit, integritit dhe zbatimit të standardeve evropiane, që duhet përmbushur.

Kosova dhe mjedisi i saj sot ballafaqohen me mungesë të zbatimit të legjislationit, ndërtime pa kritere, mungesë e Planit Hapësinor dhe Planeve Urbanistike, teknologji të vjetruara, mungesë e ujit të pijes, mungesë e trajtimit të ujërave të ndotura, menaxhim i dobët i mbeturinave komunale dhe industriale, shfrytëzimi i egër i resurseve natyrore etj.

E drejta e qytetarit për të thithur ajër të pastër – Ajri

Ndotësit kryesor të ajrit në Kosovë janë: objektet për prodhimin e energjisë, sektori i transportit, objektet industriale (metalurgjia, mihjet dhe fabrika e çimentos, djegia e mbeturinave etj.).

Vetëm nga prodhimi i energjisë elektrike dhe thëngjilli mjedisi ngarkohet me rreth 1 milion t/vit hi dhe zgjyrë (70 për qind deponohet, 30 për qind me transport të thatë fluturon nëpër ajër (KEK, 2006)), 78 000 t/vit pluhur nga termocentralet e Kosovës, 9 milionë tonë CO₂/vit (MMPH, 2008), 30 për qind e popullatës rreth termocentraleve janë më të sëmurë në rrugët frymëmarrëse se sa në rajonet tjera të Kosovës (I.Morina 2009).

Ndotje të lartë kemi edhe nga automjetet në një komunikacion të stërngarkuar dhe sidomos nga automjetet e vjetruara, etj.

Nevoja e domosdoshme për ujë si faktor vital për të jetuar – Uji

Problemet janë të shumta, si: shkalla e ulët e përfshirjes së popullatës në furnizim me ujë nga sistemet publike, 60-70 për qind e tyre; në zonat rurale vetëm 40 për qind e popullsisë kanë qasje në ujësjellës; shkalla e ulët e ndërtimit dhe lidhjes në rrjetin e kanalizimit, ku vetëm 28-30 për qind e popullatës ka qasje në sistem kanalizimi; mungesa e impianteve për pastrimin e ujërave të zeza; vetëdija e ulët e popullatës për përdorimin dhe shfrytëzimin e ujërave; amortizimi i rrjetit të ujësjellësve dhe kanalizimeve; hulumtimet e pamjaftueshme të burimeve ujore (IKSHP, 2004) etj.

Mbrojtja e llojllojshmërisë biologjike dhe trashëgimisë natyrore - Biodiversiteti

Në Kosovë janë të identifikuara rreth 1800 lloje të florës (AKMM, 2008). Zonat më të pasura me florë dhe faunë janë Malet e Sharrit dhe Bjeshkët e Nemuna, ndërkaq 4.27 për qind e tërë territorit të Kosovës është nën mbrojtje.

Nga këto zona një është park nacional, 11 janë rezervate natyrore, 37 monumente natyrore dhe 2 janë peizazhe të mbrojtura.

Mbeturinat dhe menaxhimi i tyre

Menaxhimi i mbeturinave me vite të tëra vendnumëron dhe nuk gjen rrugën e vërtetë për zgjerim dhe modernizim. Në tërë territorin e Kosovës grumbullohen vetëm 45 për qind e mbeturinave komunale dhe atë përafërsisht 90 për qind në zonat urbane, kurse në ato rurale mbulohen më me pak se 10 për qind (MMPH, 2005).

Tarifa për mbeturina është 4€/familje dhe pagesa e faturave është vetëm 30-40 për qind (Morina et al. 2005). Mbeturinat e rrezikshme, kimikatet, mbeturinat industriale, spitalore janë jetime dhe në përkujdesjen e askujt.

Kjo tregon se në Kosovë nuk mund të flitet për fillim të ndarjes së mbeturinave, ripërdorimit, riciklimit apo përfitimit të tyre, me çka do të plotësoheshin parimet kryesore: minimizimi i sasisë, minimizimi i rrezikut nga to, që d.m.th bëhet parandalimi i ndotjes.

Energjetika dhe mjedisi

Sektori energjetik paraqet njërin ndër sektorët më të rëndësishëm të ekonomisë dhe njëherësh është ndikuesi më i madh në mjedis. Resurset për fitimin e energjisë primare janë mjaft të larta, sidomos me rezerva të mëdha të linjtit.

Në fakt 97 për qind e gjithë energjisë elektrike sigurohet nga djegia e thëngjillit në termocentrale, kurse hidrocentralet prodhojnë vetëm 3 për qind të energjisë vjetore (MMPH, 2008).

Shumë pak përdorim ka të energjisë solare, termale apo prodhim energjie nga era dhe biomasa (UNDP, 2007).

Industria dhe minierat

Eksplotimi i resurseve natyrore në Kosovë ishte shumë i përhapur dhe jo i qëndrueshëm. Në vitin 1988, energjia, metalet me ngjyrë dhe procedimi i tyre përbënte 63 për qind të prodhimeve industriale në Kosovë (MMPH, 2008) dhe nuk aplikoheshin masa për mbrojtjen e mjedisit.

Në Kosovë sot gjenden deponi industriale jashtë kontrolli, si: deponitë me metale të rënda të kompleksit Trepça, Feronikeli, Strezovci, KEK, etj. Pastaj, mbetje kimike nga fabrikat e ndryshme, si: Fabrika e Baterive, Ngjyrave, fenolet KEK, etj.

Transporti

Pas luftës pasoi një rritje enorme e numrit të automjeteve. Mbi 300.000 automjete të regjistruara dhe një numër i konsiderueshëm i automjeteve të UNMIK-ut, EULEX dhe KFOR-it, gjenden momentalisht në komunikacion (MMPH, 2008).

Pjesëmarrja e transportit publik është shumë e vogël. Nuk ekziston kontrolli i lirisimit të gazrave apo hedhjes së makinave të dala jashtë përdorimit.

Edukimi dhe ndërgjegjësimi mjedisor i publikut

Edukimi mjedisor ende konsiderohet dytësor në procesin e edukimit dhe arsimit në Republikën e Kosovës. Format e arsimit jashtëshkollor, nga lëmi i mjedisit, sidomos të disa grupeve me interes të veçantë (bujqit, konsumatorët, amviset etj.) thuajse nuk ekzistojnë.

Programet mësimore ekzistuese nuk janë konceptuar në nivel të mjaftueshëm me përmbajtje mjedisore. Në shkollat tona mungon ana vepruese e krijimit të shprehive për mbrojtjen e mjedisit.

Mjetet e informimit publik nuk i përcjellin në nivelin e duhur problemet mjedisore. Qytetari nuk ka ku të kërkojë ndihmë apo të ankohet në rast rreziku të mjedisit ku jeton apo rast rrezikimi të florës apo faunës së veçantë.

Konkluzione dhe rekomandime

Institucionet mjedisore deri më tani kanë zhvilluar programe dhe projekte të ndryshme, por i gjithë sistemi ngec në zbatimin e ligjeve dhe politikave të parapara në legjislacion.

Problematika më e madhe është ndërtimi i mekanizmave në të gjitha nivelet, në mënyrë që të funksionojë zinxhiri horizontal dhe ai vertikal.

Me respektimin e institucioneve të ndërtuara, legjislativitetit të miratuar dhe mekanizmave menaxherial, duke u bazuar në përvojat rajonale dhe evropiane, arrihet deri te një situatë më e kapshme dhe më e kënaqshme se deri më tani.

Nga punimi shihet se ka ende ligje dhe udhëzime të nevojshme, që nuk janë hartuar dhe zbatuar. Shumica e komunave tona ende nuk kanë drejtori të veçantë të mjedisit dhe as sektor mjedisor të mbuluar me staf dhe infrastrukturë adekuate.

Shumica e komunave nuk kanë rregullore të mbrojtjes së mjedisit në territorin e tyre dhe as plane lokale të veprimit në mjedis. Ato nuk menaxhojnë me kompanitë publike të ujërave dhe mbeturinave dhe nuk kanë qasje në deponi të mbeturinave dhe në mbrojtjen e resurseve natyrore. Gjithashtu, vendimmarrja dhe fuqizimi i politikave bëhet pa konsultimin e publikut.

Ndër rekomandimet më me rëndësi që dalin nga ky punim mund t'i renditim: Kompletimi institucional dhe legjislativ, ndërtimi i politikave mbi shfrytëzimin e qëndrueshëm të resurseve natyrore, promovimi i shfrytëzimit të burimeve të ripërtëritshme për prodhimin e energjisë dhe fuqizimi i shfrytëzimit të energjisë, respektimi i kriterëve dhe standardet mjedisore në procesin e ndërtimit të kapaciteteve të reja energjetike, hartimi i programeve për reduktim të ndotjes, respektimi i parimit mbi përdorimin e “teknologjisë më të mirë në disponim”, etj.

Kontrolli i plotë i procesit të dhënies për leje mjedisore, inspektimi, kontrolli dhe ndalimi i aktiviteteve që funksionojnë pa leje mjedisore, ngritja e sistemeve të monitorimit në industrinë e caktuara, instalimi i impianteve për trajtimin e ujërave që shkarkohen nga aktivitetet industriale, etj. Duhet marrë parasysh përmirësimin e infrastrukturës rrugore, ndërtimin e rrugëve transit dhe shmangia nga vendbanimet urbane, promovimi i transportit publik alternativ (tramvaj, tren etj).

Përgatitja e strategjisë dhe udhëzimeve për menaxhimin e kimikateve, ngritja e sistemit për regjistrimin, vlerësimin dhe autorizimin e kimikateve, përgatitja dhe zbatimi i programeve lidhur me ndryshimet klimatike, gazrat serrë dhe elementeve që dëmtojnë shtresën e ozonit, përmirësimi i rrjetit të monitorimit të ujit të pijes, ndërtimi i akumulacioneve të reja ujore, etj.

Të promovohet shfrytëzimi i qëndrueshëm i pasurive pyjore, marrja e masave për mbrojtje nga zjarret, pyllëzimet, etj.

Zgjerimi i sipërfaqeve të mbrojtura të natyrës, inventarizimi i plotë i florës, faunës dhe përgatitja e listës së kuqe të llojeve. Definimi dhe shënjimi i kufijve të zonave të mbrojtura, hartografimi i plotë i zonave të mbrojtura.

Hartimi i planit strategjik për menaxhimin e mbeturinave, fuqizimi i institucioneve menaxhuese të mbeturinave, promovimi i riciklimit të mbeturinave, vetëdijësimi i popullatës lidhur me hedhjen e mbeturinave në vende adekuate dhe për kryerjen e obligimeve ndaj kompanive shërbyese, zvogëlimi i rrezikut nga mbeturinat e shumë rekomandime të tjera të domosdoshme për arritjen e caqeve kombëtare për integritet rajonale dhe euroatlantike.

Literatura:

1. AKMM, 2008: “Raport i Gjendjes së Mjedisit në Kosovë 2006-07”, Raport Mjedisorë, Prishtinë
2. AKMM, 2009: “Gjendja e Mbeturinave në Kosovë 2008”, Raport, Prishtinë
3. IKSHP, 2004: “Kualiteti i Ujit të Pijes”, Raport pune, Prishtinë
4. KEK, 2006: Raport Mjedisor , Prishtinë
5. MMPH/UNEP, 2003: Raport mbi gjendjen e mjedisit në Kosovë, Prishtinë
6. MMPH, 2005: “Gjendja e Mbeturinave në Kosovë 2003/04”, Raport, Prishtinë
7. MMPH, 2005: “Strategjia e Kosovës për Mbrojtjen e Mjedisit 2005/2015”, Prishtinë
8. MMPH, 2006: “Plani i Kosovës për Veprim në Mjedis 2006-2010”, Dokument Strategjik i MMPH, Prishtinë
9. MMPH, 2008: “Raport i Gjendjes së Natyrës 2006-2007”, Raport Mjedisor, Prishtinë
10. MMPH, 2009: Politika mjedisore dhe Legjislacioni. Online në Internet: URL: <http://www.ks.gov.net/mmph> [gjendja 15.10.2009]
11. Morina, I. et al., 2005: “Trajtimi i mbeturinave – zvogëlim i rrezikut për shëndetin dhe mjedisin”, Reviste Mjedisore “REC Buletini”, Prishtinë
12. Morina, I., 2009: “Entwicklung von Verfahren zur Rekultivierung der aschedeponie des Braunkohlekraftwerkes in Prishtina (Kosovo)”, Berliner Ökophysiologische und phytomedizinische Schriften, Band 2, Der Andere Verlag, Berlin, Gjermani
13. UNDP, 2007: “Energjia për zhvillim”, Raport i zhvillimit njerëzor në Kosovë, Prishtinë

Prof. Dr.Sreten Miladinovski

MARKETING MENAXHIMI I ELEMENTEVE TË TURIZMIT NË KOHËN E LIRË

Abstrakt

Ky punim u kushtohet të gjithë atyre të cilët janë të kyçur, e studiojnë ose janë të interesuar për marketing të turizmit në kohën e lirë. Bëhet fjalë për orvatje të herëpashershme për sqarimin e kuptimit dhe dallimet nga marketingu i prodhimeve ushqimore ose komponentëve elektronike.

Në përgjithësi turizmi në kohën e lirë është gjithë ajo që ne e harxhojmë kohën tonë të lirë dhe të ardhurat tona në dispozicion. Ekzistojnë pakufi definicione më konkrete dhe më të plota mbi kohën e lirë.

George Torkildsen, në librin e tij Leisure and Recreation Management, e sqaron natyrën e aktiviteteve të lira, rekreacionit, sportit dhe lojës, të cilat në fakt janë ashtuquajtur rekreacion ose turizëm në kohën e lirë, ose në gjuhën angleze Leisure turism.

Leisure turism ose turizmi në kohën e lirë është përafërsisht lloj i ri i turizmit për të cilin së shpejti do të ofrohen mënyra dhe variante të ndryshme, të cilat do të duhet të promovohen.

Në të gjitha definicionet për turizmin në kohën e lirë shfaqen elemente të caktuara të rëndësishme për mënyrën në të cilën aktivitetet e lira promovohen. Ata janë:

- Mungesa e domosdoshmërisë
- Synimi kah kënaqësia personale
- Rëndësia e lojës, dhe
- Dimensioni social i turizmit në kohën e lirë.

Nocioni “turizmi në kohën e lirë” mund t’i kushtohet kohës së lirë, aktiviteteve të lira ose ndjenjës së lirisë. Aktivitetet më së shpeshti (ose pajisjet e domosdoshme për pjesëmarrje) janë ato të cilat i kemi synim.

Më tutje, pasi aktiviteti ndodh gjatë kohës së lirë dhe pjesëmarrësit i mundëson një “përvojë zbavitëse”, është e domosdoshme që të vërehet dallimi mes kësaj dhe formave tjera të kohës dhe përvojës.

Mungesa e domosdoshmërisë

Sipas Barrett-it, turizmi në kohën e lirë, për dallim nga puna, mundëson liri të zgjedhjes, liri “për të bërë atë që dëshiron” dhe të bësh diçka për vete. Kur jemi të çliruar nga prangat e punës, por edhe nga obligimet familjare dhe detyrimet shoqërore, shfaqen koha e lirë dhe aktivitetet.

Anketat për turizmin në kohën e lirë, si ato vjetoret të Entit Anglez për statistikë “trendet shoqërore” e ndajnë kohën e lirë nga koha e kaluar në punë ose në gjumë, ose kohën e kaluar “duke kryer disa punë tjera thelbësore” të definuara si punë shtëpiake, si dhe kujdesi personal në të cilat hynë blerjet e përditshme, kujdesi për fëmijët, higjiena personale dhe pamja personale, pra në mënyrë tabelore është sqaruar në tabelën 1.

Tabela 1: Koha në javët tipike: statusi i punës dhe gjinia 2001 – 02

	Koha e tërë		Gjysma e kohës		
	Burra	Gra	Gra	Amvise	Pensionist
Orët javore për punë dhe udhëtime	48,9	42,7	21,1	0,4	0,2
Detyrat e domosdoshme	26,8	42,3	57,0	65,5	36,0
Gjumë (mesatarisht 7h)	49,0	49,0	49,0	49,0	49,0
Koha e lirë	46,5	33,0	41,0	53,5	83,0
Koha e lirë gjatë javës	4,8	3,3	4,7	7,0	11,6
Koha e lirë për vikend	11,3	8,3	8,7	9,0	12,6

Mangësi themelore e kësaj ndarje është ekzistimi i tipave dhe shkallëve të ndryshme të nevojës (domosdoshmërisë). Maw, p.sh., përpiloi modelin kohor, duke bërë dallime mes aktiviteteve themelore, plotësuese dhe aktiviteteve të kohës së lirë sipas shkallës së përkushtimit. Si shembull për gjykimin e këtyre dallimeve do të cek si vijon: unë shpeshherë shëtis në parkun mbas ndërtesës sime.

Parashtrohet pyetja: a është kjo punë e rëndomtë e përditshme, aktivitet i lirë plotësues për shkak të asaj që mendoj për këtë kontribut ose për ndonjë libër timin të radhës, duke e shkruar ngadalë në kokën time, ose pjesë e orarit tim të punës?

Sido që të jetë, asnjë aktivitet i lirë nuk është i domosdoshëm dhe m'u kjo mungesë e domosdoshmërisë e bën më të vështirë punën e agentit të marketingut në drejtim të bindjes së konsumuesit që të përcaktohet për aktivitetin e caktuar.

Synimi për t'u relaksuar!

Disa autorë turizmin në kohën e lirë e veçojnë nga aktivitetet tjera sipas motivimit dhe disponimit që realizohen. Sipas Burton-it, aktivitet i lirë është “diçka që bëhet me qëllim për t'u relaksuar, zbavitur ose për ngritje personale ose shoqërore”.

Dhe kështu, kurset praktike për kuzhinieri, qepje, mirëmbajtjen e amvisërisë, automekanik, kopshtari ose kujdesi për kafshët shtëpiake, mund të jenë aktivitete të lira me rëndësi të njëjtë, si edhe llojet pasioneve jo shumë të rëndësishme si luajtja brixh, poker, bingo, futboll ose ngjyrosja me ngjyra uji. Gjitha këto janë pjesë e konkurrencës të cilat i ofron industria zbavitëse komerciale.

Teoricienët kanë ofruar kategori të ndryshme të nevojave për turizmin në kohën e lirë, duke përfshirë “përforsimin, zbavitjen dhe zhvillimin personal”, “ripërtëritjen shpirtërore” dhe raportet e përmirësuar personale. Ikja nga realiteti, ikja nga trysnitë dhe frustracionet nga puna dhe normat shoqërore, si duket është motivi themelor për më tepër aktivitete të lira.

Natyrë e kënaqësisë individuale e fituar nga aktivitetet e lira varet nga individi dhe aktiviteti. Thjeshtë, mund të jetë kënaqje e çdo nevoje dhe dëshire njerëzore. Hulumtimi i motivimit të

konsumatorëve dhe mënyrës me të cilën zgjidhet aktiviteti i caktuar është pjesë e rëndësishme e marketingut të turizmit në kohën e lirë.

Rëndësia e lojës

Jo rrallëherë nevoja për turizmin në kohën e lirë përmbushet përmes luajtjes së lojërave të ndryshme, si p.sh.: sport, karta, lojëra me personazhe të trilluara, tabelë, shah, lojëra kompjuterike dhe drama, posaçërisht improvizimet.

Të gjitha këto kanë rregulla, të cilat e kufizojnë rrezikun e pjesëmarrësve, duke krijuar bazë për garë, duke e ruajtur tensionimin për rezultatin përfundimtar, që janë ndryshe nga jeta e përditshme e pjesëmarrësve.

Në kuadër të këtyre rregullave, pjesëmarrësit mund t'i zhvillojnë aftësitë, mendjemprehtësinë dhe kreativitetin. (Në këtë tensionim mes rregullave dhe kreativitetit, lojërat janë të ngjashme me muzikën dhe artin, të cilat gjithashtu i ofrojnë kënaqësitë e njëjta).

Pasi janë jashtë jetës reale, pjesëmarrësit mund të marrin role dhe status që në fakt janë të pamundshme për ata. Mund ta shprehin veten e tyre në mënyrë spontane dhe kryengritëse të paturpshme, si dhe të zgjidhin probleme dhe të tejkalojnë vështirësi (në fjalëkryqe, për dallim nga jeta reale, gjithnjë ka përgjigje të saktë).

Lojërat janë njëkohësisht ikje nga realiteti si dhe vetëngritëse.

“Lozja” ose “hyrja në kinema” për rritjen e kënaqësisë do të varet nga ajo se sa seriozisht është kuptuar loja dhe dhënia gjithçka prej vetes.

Sa sportistë profesionistë do t'i përshkruanin stërvitjet e tyre si turizëm në kohën e lirë?

Marketing agjentët për turizëm në kohën e lirë duhet ta kuptojnë dhe ta shfrytëzojnë anën tërheqëse të lojës. Aktivitetet e lira të cilat mundësojnë zhvillimin e aftësive, zgjidhjen e problemeve sfiduese dhe kreativitetin, sipas Grattonit, kanë më tepër gjasa të jenë gjatë të popullarizuar në krahasim me ata të cilat përveçohen shpejtë dhe lehtë, gjegjësisht ata që sfida shpejtë zhduket.

Dimensioni social i turizmit në kohën e lirë

Turizmin në kohën e lirë deri më tani e kemi definuar nga aspekti i zgjedhjes së lirë dhe kënaqësisë. Megjithatë, shumica e aktiviteteve të lira janë aktivitete shoqërore dhe realizohen me njerëz tjerë, jo rrallëherë për kënaqësinë e njohjes me individ të ri jashtë rrethit të ngushtë të punës dhe familjes. Marketing agjentët duhet t'i kuptojnë ndikimet shoqërore dhe individuale gjatë zgjedhjes së aktivitetit të caktuar.

Turizmin në kohën e lirë e karakterizojnë edhe implikimet shoqërore. Aktivitetet e lira të caktuara mbështeten ose shmangen për shkak të efekteve të tyre shoqërore. P.sh., shenjëtaria dhe kalërimi kanë qenë të zhvilluara si mënyrë që njerëzit të jenë më luftarak, ndërkaq golfi që shmangur pasi i pengonte shenjëtarisë. Madje edhe sot, mundësimi i aktiviteteve të lira kuptohet si pjesë e zgjedhjes së problemeve siç janë delikuenca e të miturve, zvogëlimi i shpenzimeve për mjekimin e sëmundjeve të zemrës dhe të mushkërive të Fondit Shëndetësor Shtetëror.

Rekreacioni fizik është njëjtë i rëndësishëm si për shoqërinë, ashtu edhe për individin, për të cilin shkak edhe promovohet nga ana e qeverive duke i shfrytëzuar teknikat e marketingut.

Si shembull për kujdesin e qeverive dhe për promovimin e shëndetit përmes aktiviteteve të lira është raporti vjetor i Qeverisë britanike “Shëndeti i kombit”.

Respektimi i artit dhe ruajtja e trashëgimisë kulturore kombëtare gjithashtu ofron mirëqenie shoqërore dhe ekonomike. Për këto shkaqe, objektet për turizëm në kohën e lirë shpeshherë janë të siguruara nga ana e shtetit, në nivel lokal ose nacional, ose do të duhej të jenë të siguruara. Basenet, terrenet ose qendrat tjera për turizëm në kohën e lirë kanë qenë të financuara nga donacione të ndryshme, siç ishin edhe bibliotekat, muzetë dhe galeritë.

Kjo krijoi rrethana marketingu që njerëzit pritnin shfrytëzimin e objekteve me të dhëna minimale madje edhe pa pagesë, me çka edhe i nënçmonin. Kohë më parë, në Angli, por edhe në botë, kjo qasje u ndryshua nga ana e qeverive të cilat i vërejtën shpenzimet.

Qeveria e Thatcherit, në vitet e tetëdhjeta, u angazhua që qeverisja lokale t’ua lëshojw udhëheqjen me objektet për turizëm në kohën e lirë ofruesve më të aftë, të cilët kanë mundësi t’i drejtojnë si shoqata tregtare, gjë që edhe tek ne ka shembuj të ngjashëm.

Vendimi se a duhet të financohet ndonjë aktivitet i caktuar ose jo, para së gjithash do të varet nga vlera e saj shoqërore. Gradacioni i Nash-it i paraqitur në figurën 1 paraqet shkallë të vlerave me kreativitet dhe participim në kulm, si dhe kriminalitet dhe delikuençë në fund.

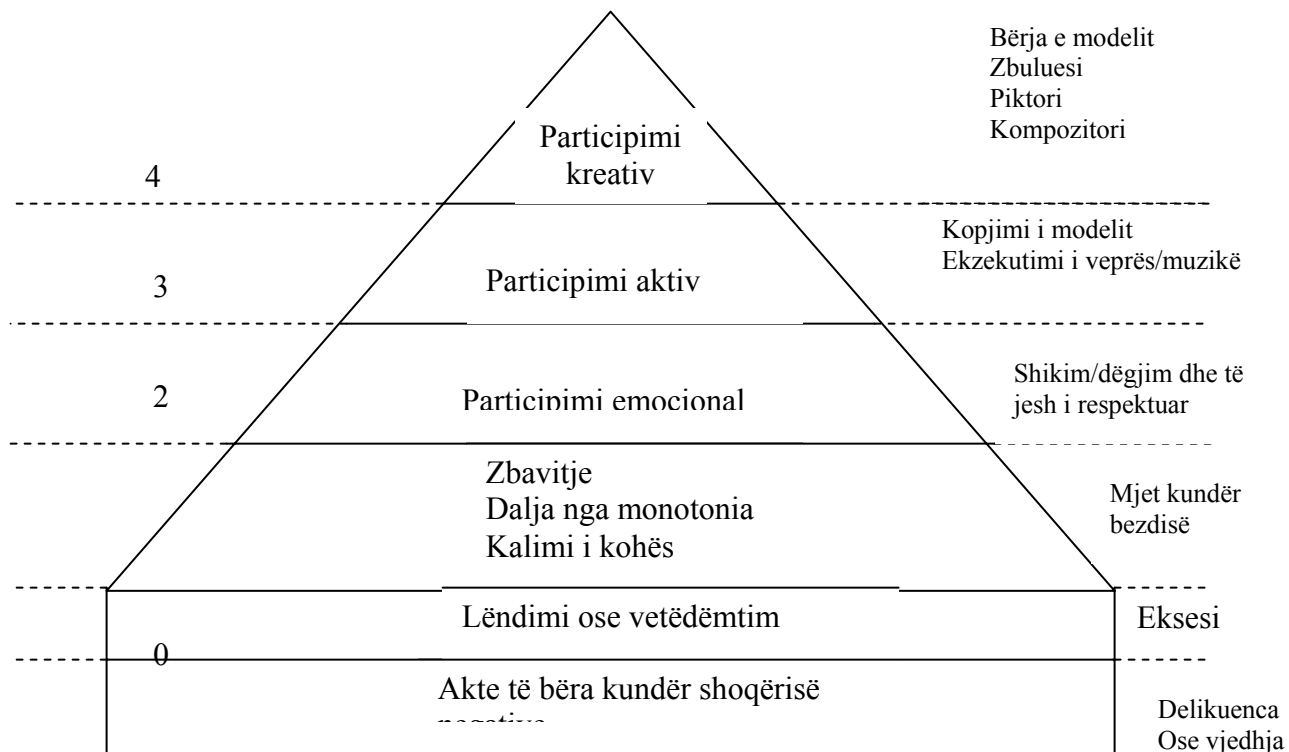


Figura 1. Gradacioni i Nashit, paraqet shkallën e vlerave me kreativitetin dhe participimin e kulmit dhe kriminalitetin dhe delikuencën në fund

Klasifikimi i tij shënon zbavitjet e popullarizuara vetëm si ilaç kundër bezdisë, diçka që mund të vlerësohet si elite. Agjentët e marketingut nuk guxojnë të lejojnë që aq lehtë të abstenojnë nga aktivitetet, të cilat kënaqin nevojat e vërteta dhe paraqesin pjesë të rëndësishme të turizmit në kohën e lirë.

Kurse, nga ana tjetër, qasja e turizmit në kohën e lirë, e vendosur në bazament tregtar, që nënkupton se individët duhet t'i paguajnë shpenzimet e përgjithshme, e injoron faktin se sporti, po ashtu edhe arti, gjithnjë kanë ekzistuar falë mbështetjes së caktuar financiare, qoftë nga kisha, fisnikët e renesancës, nga kombi – shtet ose nga filantropia e biznesmenëve të pasur.

Sot, agjentët e marketingut ua sqarojnë mirësitë nga turizmi në kohën e lirë jo vetëm shfrytëzuesve të fundit- opinionit, por edhe klientëve të tipit të sponsorëve, politikanëve si dhe trupave qeveritare qendrore dhe lokale.

Në fund duhet të thuhet diçka edhe për lidhshmërinë e turizmit në kohën e lirë dhe rëndësisë së marketingut.

Kemi thënë se turizmi në kohën e lirë është diçka që individi e zgjedh për ta bërë për kënaqësinë e tij personale. Kjo paraqet mundësi për të bërë diçka të ndryshme nga jeta e përditshme, të zhvillohen aftësi të reja, të paraqitet ana tjetër e personalitetit dhe të njoftohen njerëz tjerë.

Zgjedhja është pothuajse e pakufizuar dhe individi nuk është nën tryshninë e lindur që të bëjë çfarëdo qoftë. Nga kjo del se detyra që të bindet individi për të zgjedhur aktivitet të caktuar është sfiduese dhe është e domosdoshme që të ketë nivel më të lartë të aftësive për marketing.

Përfundim

Një numër i madh i organizatave luftojnë për kohën tonë të lirë dhe për të hyrat tona në dispozicion. Fillojnë me qëllime të ndryshme, i shfrytëzojnë elementet e marketingut edhe atë shoqërore, politike, mirëbërëse ose thjeshtë komerciale – dhe numri i aktiviteteve dhe objekteve, të cilat i kanë në dispozicion është enorm.

Neve na ofrojnë punë të ndryshme, por zgjedhja është gjithnjë e jona. Ajo që është e përbashkët për të gjithë është që prirja jonë është më e nevojshme, sesa prirja e atyre. Ne e kemi lirinë të zgjedhim atë e cila na ofron më tepër kënaqësi.

Secila organizatë doemos duhet të orvatet të na bindë se shërbimi i tyre është gjëja më e mirë për kohën dhe parat tona dhe se m'u këtu duhet ta bëjmë turizmin tonë në kohën e lirë. Mjetet më shpesh të përdorura për bindjen e klientëve janë çmimi, si dhe cilat produkte dhe shërbime na i ofrojnë, ose thënë thjesht ky është marketing.

Literatura:

1. Bottomley, R. M. The Travel Agent. Sunderland, Business Education Publishers, 1992
2. Gratton, C. and Taylor, P. Leisure in Britain, Hitchin, Leisure Publications, 1987
3. Gratton, C. and Taylor, P. Economics of Leisure Services Management, Harlow, Longman, 1988
4. Inglis, S. A whole new ball game, Leisure Management, 1994
5. Milladinoski, Sofronija. Marketingu ndërkombëtar, F.T.H. Ohër, 2004
6. Milladinoski Sofronija dhe Milladinoski Sreten, Marketingu në turizëm botimi i II, F.T.Shkup, 2007
7. Milladinoski Sreten, Ekonomia e kthyer kah marketingu, Mikena Manastir, 2006
8. Milladinoski Sreten, Ekonomikja në turizëm, F.T.S. Shkup, 2006

Prof.Ass.Dr.Fatos Ukaj

QASJA E RE E TURIZMIT PËR T’U POZICIONUAR NDËRKOMBËTARISHT-MARKETING KONCEPTI

Abstrakt

Komuniteti vendor dhe ai ndërkombëtar i ka dhënë shtytje dhe mbështetje turizmit për të pas një zhvillim të produktit të qëndrueshëm turistik në Kosovë, që nga viti 2000 e këtej.

Komuniteti vendor më herët nëpërmes institucioneve të përkohshëm dhe tani atyre të Republikës së Kosovës, ndërsa komuniteti ndërkombëtar përmes agjencioneve shtetërore si USAID, DIFID, SWISSCONTACT, SIDA etj., me të njëjtin qëllim dhe vizion që turizmi të marrë një kahje pozitive në zhvillim, duke formuar dhe konsoliduar turizmin lokal si p.sh., turizmi në Bjeshkët e Nemuna.

Ide themelore ka qenë dhe ekzistojnë edhe sot që të unifikohen përpjekjet e sektorit privat dhe atij publik për formimin e produktit turistik specifik kosovar. Arritja e suksesit është e mundur vetëm atëherë kur punohet së bashku me të gjithë pjesëmarrësit në “industrinë turistike kosovare”, si një bashkim nacional në përpjekjet që të dilet në tregun ndërkombëtar me një marketing adekuat të destinacioneve atraktive kosovare, për me mund m’u pozicionuar në tregun turistik, rajonal dhe më gjerë.

Hyrje

Turizmi tani është një burim i të hyrave të rëndësishme në disa nga rajonet kosovare, me trashëgimi kulturo-historike dhe bukuri të jashtëzakonshme natyrore.

Ngritja e njohurive të vendimmarrësve si atyre lokal ashtu edhe të nivelit qendror për nevojën e mbështetjes së turizmit ka sjellë situatën që kosovarët ta shohin potencialin ekzistues mundësi për të zhvilluar turizmin, si një degë të rëndësishme në kuadër të strategjisë së zhvillimit të vendit.

Kjo e nënkupton edhe ngritjen e mëtejme të potencialit profesional të njerëzimit të kyçur në turizëm dhe përgatitjen e profesionistëve të rinj, që do të marrin barrën e zhvillimit të turizmit.

Këtu patjetër duhet vënë theksi në ngritjen e njohurive dhe nevojës për metodat bashkëkohore të marketingut, në mënyrë që të jemi në gjendje të garojmë në tregun turistik si në rajon ashtu edhe më gjerë.

Platforma e zhvillimit të turizmit duhet të bazohet në këshillimet nga ekspertët, ndihma menaxhmentit të ndërmarrjeve turistike dhe ndihma në organizimin e fushatave të marketingut.

Sot, përveç institucioneve qeveritare, me çështjet e turizmit kosovar merren organizatat joqeveritare (p.sh Rugova experience) dhe organizata turistike KOTTAS, të financuara nga donacionet e organizatave ndërkombëtare, anëtarësisë, ndërmarrjeve të ndryshme, institucioneve lokale, etj.

Por, duhet nënvizuar se turizmi kosovar mund të ketë një zhvillim dhe të ardhme premtuese vetëm nëse trashëgimia kulturo-historike, tradita kombëtare, bukuritë natyrore, flora dhe fauna do të trajtohen me vëmendje, që shfrytëzimi i këtyre resurseve të bëhet me ndërhyrje minimale në

ndryshimin dhe përshtatjen e kërkesave maksimale të faktorit njeri dhe biznesit për fitime të menjëhershme.

Përcaktimi i zhvillimit të turizmit

Është e vërtetuar se sistemi politik, ekonomik dhe juridik i vendit mund të ketë ndikim themelor në nivelin e zhvillimit ekonomik dhe si rrjedhojë edhe në atraktivitetin si vend turistik dhe si treg i mundshëm i bizneseve për vendosjen që të investohet në këtë rast në turizëm.

Vendet e ndryshme kanë nivele diametralisht të ndryshme të zhvillimit ekonomik, pra edhe të turizmit si veprimtari ekonomike.

Treguesit e nivelit të zhvillimit ekonomik njëkohësisht duhet të jenë edhe masë e përcaktimit të atyre, të cilët merren me turizmin se në cilat tregje të përcaktohen dhe cilat vende mund të llogarisin se mund të gjejnë turistë të interesuar për vizitë Kosovës dhe të bëjnë shpenzime në dëshirë për të përjetuar dhe shijuar trashëgiminë kulturore, traditat, bukuritë natyrore, etj.

Këta tregues dhe njohuritë duhet kombinuar me faktorët tjerë, në mënyrë që në tregjet e caktuara të kemi sukses që Kosovën ta bëjmë atraktive si destinacion turistik.

Njëri nga këta tregues, i cili na intereson neve tani është BPV(GDP) e vendeve të caktuara të paraqitura në tabelle me poshtë.

Vendi	GDP për koke banori-Intl \$	Përqindja(%)Rritjes vjetore e GDP
Shqipëria	7,716	6.1%
Bosnaa dhe Hercegovina	8,390	5.5%
Kina	5,962	9 %
Kroacia	19,085	2.4%
Japonia	34,099	-0.7%
Kosova	2,300 ⁵⁵	5.1%
Maqedonia	10,167	5.3%
Mali i Zi	13,958	7.5%
Serbia	11,457	5.4%
Svicra	42,534	-1.6%
Mbretëria e Bashkuar	35,445	0.7%
SHBA	46,716	1.1%

*Tabela e përpiluar nga të dhënat e Bankës Botërore dhe CIA World Factbook për 2008

Sidoqoftë, treguesit si GDP për kokë banori mund të jenë tregues që hutojnë, nga shkakut se nuk e marrin parasysh koston e jetës së lartë në këto shtete.

⁵⁵ Vlerësimi për vitin 2007.

Zvicra GDP për kokë banori e ka më të lartë, por edhe kostoja e jetesës është shumë e lartë dhe nga kjo arsye p.sh., qytetarët britanikë mund të kenë mundësi që me të ardhurat e veta më të vogla për kokë banori të blejnë më shumë mallra dhe shërbime se sa zviceranët.

Në turizëm, varësisht nga strategjia e përcaktuar për zhvillim, ajo çka intereson është segmenti i popullsisë që e ke në shënjestër si turist potencial, gjë që duhen njohuri shtesë, përveç GDP, në mënyrë që segmenti cak të jetë i fiksuar p.sh., te shtresa e mesme e shoqërive të vendeve perëndimore, që me çmime të volitshme mund të vijjnë në Kosovë dhe të kalojnë një kohë, duke shijuar trashëgiminë, kulturën dhe traditat vendore.

Që të njohim lidhshmërinë në mes të ekonomisë politike të një shteti dhe progresin ekonomik duhet analizuar edhe kontestin e zhvillimit të veprimtarisë së turizmit, duke pas për bazë atë se turizmi si një degë ekonomike e ka tretmanin adekuat në politikat ekonomike të vendit.

Që nga vitet 1980, kemi pas ndryshime dramatike në politikat ekonomike të shumicës së vendeve në rajon e më gjerë, e natyrisht se edhe në Kosovë.

Në të kaluarën kemi pas dy trende: njëri ka qenë se në rajon dhe më gjerë gjatë viteve 80-90 të shekullit të kaluar kemi qenë dëshmitarë të ndryshimeve revolucionare demokratike, ku janë rrëzuar qeveritë totalitare socialiste dhe janë ndërruar me qeveritë të zgjidhura demokratike, e të orientuara drejt tregut të lirë.

Kjo ndodhi në tërë Evropën Lindore përfshirë Shqipërinë dhe RSFJ. Por, për fat të keq nga shteti ku bënte pjesë Kosova nuk mundi të shkëputej për një dekadë të tërë dhe përjetoi një tranzicion të gjatë e të dhimbshëm.

Kjo vlen edhe për shtetet në kontinentin e Azisë, Afrikës, Amerikës Latine. Trendi i dytë që veçohet është se kemi një ecje të fuqishme përpara nga ekonomia centraliste e planifikuar, drejt në disa modele të ekonomisë së tregut të lirë.

Për të ecur përpara në një tranzicion në një sistem ekonomik të tregut të lirë ka qenë e nevojshme që të kalohen disa hapa siç janë: derregullimi, privatizimi dhe krijimi i sistemit juridik, i cili krijon siguri në të drejtën mbi pronën.

Derregullimi - nënkupton heqjen e kufizimeve juridike drejt një konkurrence të lirë në treg, formimi i ndërmarrjeve private dhe rregulloreve në bazë të të cilave do të operojnë.

Sa i përket kësaj, në Kosovë patëm një situatë ku u mundësua juridikisht heqja e këtyre kufizimeve, por formalisht kishte kufizime nga ana e regjimit të atëhershëm, sa i përket nivelit të zhvillimit të veprimtarisë së ndërmarrjeve me pronarë shqiptarë.

Veprimtaria e turizmit është njëra nga këto degë ekonomike që pësoi, duke mos u zhvilluar dhe zënë hapin me vendet e tjera në rajon e më gjerë.

Privatizimi - është aktivitetet që u zhvillua krahas me derregullimin në vendet që ishin në tranzicion gjatë viteve 1990 e tutje. Kjo u bë duke e kaluar procesin e ndërmarrjeve, nga prona shtetërore në atë private, më së shpeshti duke bërë shitjen e pasurisë shtetërore në ankande të organizuara ndryshe nga vendi në vend.

Kjo u bë që të heqin kufizuesit e joefikasitetit të qeverisjes shtetërore, duke i lënë mundësi iniciativës private, që në këmbim me pritjet për një fitim të "madh" të rrisin produktivitetin, të dalin në tregje të reja dhe të evitojnë humbjen e atyre ekzistuese.

Ky proces i privatizimit ndodhi edhe në shtetet e perëndimit në vitet e 90, p.sh., në Britani të Madhe ku nën Qeverinë e kryeministres, Margaret Thatcher, u privatizuan kompanitë e mëdha si British Telecom (BT).

Në Kosovë privatizimi i filluar në vitet 90 vazhdoi në vitin 2003, me cak privatizimin e ndërmarrjeve shoqërore, e ndër to ka pas edhe të veprimtarisë së turizmit dhe hotelerisë. Në shumicën e rasteve ndërmarrjet e privatizuara kanë vazhduar veprimtarinë, duke e rritur nivelin dhe cilësinë e ofertës së vet dhe duke shtuar kapacitete.

Kjo tregohet e dobishme sidomos në vitet e fundit si një konkurrencë për operuesit më të vegjël, që edhe ata të mendojnë dhe veprojnë për ngritje të cilësisë dhe zgjerimin e asortimentit në ofertën e tyre turistike.

Sistemi juridik - në vendet në tranzicion kërkoi kohë që të adaptohet dhe të krijojë së pari ligje për sigurinë e pronës private, por edhe instrumente juridike që të respektohen obligimet kontraktuese, si një ndër kushtet për të funksionuar mirë tregu i lirë.

Në Kosovë legjislacionit ju kushtua vëmendje, por ka një zvarritje në zbatimin e tij pikërisht në krijimin e instrumenteve për të imponuar respektimin e ligjeve, në mënyrë që iniciativës private t'i mundësohet kyçja në aktivitetet e turizmit.

Legjislacioni i krijuar në Kosovë ia pamundëson konkurrencës jolojale dhe veprimtarive joligjore (individëve dhe bizneseve të paregjistruara juridikisht), që të përvetësojnë në kurriz të ndërmarrësve të zellshëm dhe institucioneve publike.

Krijimi i një marke turistike kërkon kohë dhe investime dhe kjo duhet të mbrohet me ligj dhe rregullore, si dhe duhet të ndërtohen kapacitete adekuate në institucione dhe gjyqe që të imponojnë përmbajtje nivelit dhe mënyrës së ofrimit cilësor të shërbimeve për turist si dhe përmbajtje obligimeve kontraktuese.

Në Kosovë, iniciativat në hapjen e shtigjeve për zhvillimin e vendeve turistike i kanë kushtuar mund, mjete dhe kohë individëve ndërmarrës, andaj institucionet qeveritare duhet mbrojtur ata dhe stimuluar.

Një prej stimulimeve do të ishte dhënia e tokës, që është në pronësi të shtetit apo edhe e padefinuar, në një afat kohor më të gjatë, për zhvillimin e qendrave turistike e të ngjashme.

Në praktikën tonë kosovare rruga për të ndërtuar një sistem ekonomik të bazuar në tregun e lirë, e sidomos në veprimtarinë e turizmit, është identifikuar nga njohësit e kësaj veprimtarie si rrugë e mbushur me shkëmbinj e thera, që duhet tejkaluar apo eliminuar, e kjo kërkon kohë dhe investime.

Bizneset dhe individët që nuk kanë këto aftësi shpesh dështojnë, ndërsa ata të tjerët që qëndrojnë kur krijojnë një situatë më të pastër ndeshen me konkurrentët, që dëshirojnë shfrytëzimin e momentit për të përfituar shpejt.

Atraktiviteti, marketingu dhe implikimet për bizneset

Atraktiviteti

Atraktiviteti i vendit, që duhet vizituar, dallon nga atraktiviteti i vendit si treg në të cilin duhet investuar, ku si faktor merren parasysh fitimet e pritura në afat të gjatë, shumta e nevojshme monetare dhe risku i biznesit të zhvilluar në atë vend.

Për turizmin kosovar, kjo e dyta, është e rëndësishme, sepse presim që një nga shtytësit e zhvillimit të industrisë së turizmit të jenë edhe investitorët e huaj.

Nëse merret parasysh e thëna më lartë atëherë qeveria dhe institucionet duhet kushtuar vëmendje që vendi ynë të bëhet atraktiv për investitorët nga aspekti i përfitimeve të tyre, nivelit të investimeve dhe riskut ekonomiko-juridik.

Nëse krijohet një klimë e volitshëm në Kosovë si një mjedis politik, ekonomik dhe juridik i favorshëm atëherë kjo do të influencojë dhe do të rrisë atraktivitetin e vendit si treg dhe vend për investim, por edhe si vend turistik.

Kjo më sipër e imponon edhe nevojën e rishikimit të aspektit etik, që ka ndikim për të bërë vendin atraktiv për biznesin ndërkombëtar, por edhe për mundësinë e shtimit të vizitave të turistëve të huaj.

Faktorët që do të kenë ndikim në zhvillimin e investimeve dhe të tregut turistik në Kosovë janë:

- a) respektimi i të drejtave të njeriut;
- b) respektimi i të drejtave të punëtorëve dhe regullatives mbi mjedisin;
- c) të paraqitemi si vend ku bëhet luftimi i korrupsionit.

Marketingu në turizmin kosovar - implikimet për bizneset

Është më se e nevojshme që të harmonizohen dhe koordinohen aktivitetet në relacionin qeveri-ndërmarrje, me qëllim të futjes së konceptit të marketingut në zhvillimin turistik kosovar. Këtu identifikojmë dy nivele që duhet të zhvillohen aktivitetet: makro dhe mikro nivelin.

Ndërtimi dhe zhvillimi i ofertës turistike, qoftë në mënyrë të koncentruar, apo në mënyrë të shpërndarë nga rasti në rast, por edhe niveli i saj, duhet së pari të bazohet në plotësimin e kushteve të shfrytëzuesve aktual, pra të ofertës së turizmit dhe hotelerisë, por edhe duhet dhënë maksimumin që kjo ofertë e rajoneve gjeografike të Kosovës si “destinacione turistike” të gjejë vendin e duhur në:

- ofertën turistike të Kosovës
- ofertën turistike të rajonit të Ballkanit Perëndimor
- ofertën globale të tregut turistik.

Për të arritur këtë duhet që se pari të përcaktohet vendi dhe roli i turizmit dhe hotelerisë, kurse në Kosovë duhet që të përcaktohen kahet dhe caqet strategjike të turizmit dhe hotelerisë si degë ekonomike, duke bërë:

- Identifikimin dhe valorizimin e potencialeve turistike, duke u bazuar në qasjen strategjike për udhëheqjen me turizmin;
- Orientimin në krijimin e identitetit në tregun e turizmit global si “destinacion turistik”.

Marketingu në nivel të shtetit-qeverisë-ministrisë përkatëse apo makromarketingu realizohet nga institucionet lokale dhe qendrore përgjegjëse me çështjet e turizmit dhe hotelerisë, asociacioneve turistike etj.

Këta përgjithësisht janë të fokusuar në përpilimin e ofertës gjithëpërfshirëse turistike të Kosovës, imazhine vendit si destinacion turistik, aktivitetet e marketingut në tregjet ndërkombëtare turistike, ndihma dhe përkrahja e aktiviteteve të marketingut.

Marketingu në nivel të ndërmarrjeve individuale apo mikromarketingu realizohet individualisht dhe bazohet në mundësitë dhe interesimin e ndërmarrjes konkrete, andaj gjithsesi duhet që aktivitetet në ndërmarrje të jenë të përshtatura dhe integruara me aktivitetet që zhvillohen në nivelin e makromarketingut.

Marketingu i përdorur për destinacionet turistike duhet që të ndihmojë edhe në eliminimin e dëmeve të krijuara në imazhin jo të volitshëm të vendit nga koha e krizës politike, luftës dhe kohës se tranzicionit deri te pavarësia, te vizitorët e huaj, por edhe ata vendas në disa raste.

Një ndër masat e domosdoshme në aktivitetet e marketingut duhet që të jetë edhe komunikimi me palët e interesit dhe palët e interesuara për turizmin dhe ofertën turistike të Kosovës. Nevoja për të komunikuar me “destinacionin turistik” do të mbështetej në këto aspekte të komunikimit:

- Komunikimi intern (biznesi, komuniteti, vizitori-harxhuesi);
- Komunikimi me faktorët e jashtëm (mikrolokacionet, tregu në nivel vendi, tregu global);
- Komunikimi miks (komuniteti, destinacioni turistik, tregu i vendit, tregu global ndërkombëtar).

Destinacionet turistike dhe bizneset do të duhej të jenë të gatshme dhe të kenë interes gjithnjë për zhvillimin e marrëdhënieve me mediat dhe publikun, në mënyrë të gjetjes së formave më të mira të promovimit të turizmit kosovar.

Në varësi të asaj se si komunikohet ndërmjet bartësve të këmbimit në turizëm, dallojmë edhe mjetet e ndryshme të përdorura, të cilat mund të jenë:

- a) mjetet konvencionale(TV, radio, shtypi,etj)
- b) mjetet e specializuara (interneti, evinimentet, etj).

Duhet potencuar se komunikimi nuk mund të bëhet vetëm në nivel të marketingut të destinacioneve turistike.

Vendim themelor sa i përket strategjisë se komunikimit do të jetë në mes të:

- i) strategjisë push
- ii) strategjisë pull.

Strategjia push - mbështetet më shumë në shitjen vetanake se në reklamim nëpër media të ndryshme, ndërsa strategjia pull mbështetet më shumë në reklamimin nëpër media, në mënyrë që të dërgojë porosinë e marketingut drejt turistëve potencial.

Në biznesin ndërkombëtar turistik disa biznese përdorin strategjinë push, ndërsa tjerat atë pull, por gjithnjë e më tepër po e bëjnë kombinimin e shitjes së drejtpërdrejtë dhe reklamimit masiv, në mënyrë që të arrijnë efektivitetin e komunikimit.

Faktorë tjetër që e kushtëzojnë përdorimin e strategjive push dhe pull mund të jenë: tipi i produktit turistik, që duhet të jetë ai që i përmbush nevojat e turistëve, gjatësia e kanalit të distribuimit, si dhe disponimi i mediave të mjaftueshme, në kohë dhe vend të duhur.

Sidoqoftë, pika fillestare e aktiviteteve të marketingut duhet të jetë kuptimi i realitetit se tregu ndryshon gjithnjë dhe duhet reagohet konform ndryshimeve.

Marketingu në turizëm, posa të bëjë identifikimin dhe vlerësimin e ofertës së vet, duhet të koncentrohet në zgjidhjen e konsumatorëve të vet (turistëve), zgjidhjen e tregjeve të caktuara turistike, por edhe në profilizimin e ofertë si produkt turistik specifik në krahasim me konkurrencën.

Marketingu në turizëm e shfrytëzon përparësinë që e ka veprimtaria turistike, nisur nga fakti se ajo i ndërlihdë më shumë veprimtari apo degë të ekonomisë, si dhe ndikon në mënyrë pozitive, duke i rritë mundësitë e tyre për shfrytëzimin e kapaciteteve, siç janë: bujqësia, industria, prodhuesit e produkteve ushqimore dhe pijeve, tregtia, industria e zbavitjes, transporti, etj.

Implikimet për biznesin kosovar është e qartë se shihen edhe me aplikimin e marketing mixit, në kuptimin se kjo kërkon hulumtime, por edhe zhvillim të instrumenteve të marketing mixit, i cili këtu na paraqitet si mori e zgjidhjeve që biznesi u ofron turistëve në tregun turistik, që bizneset e ndryshme kosovare e kanë shënjestër apo cak të vetin.

Shumica e ndërmarrjeve apo bizneseve do të ndryshojnë marketing mixin të përdorur nga rasti në raste apo nga tregu në treg dhe atë varësisht nga dallimet në kulturë nacionale, zhvillim ekonomik, standardet e produktit të ofruar turistik, kanaleve të distribuimit të përdorura, etj.

Strategjia e çmimeve si element të marketing mixit duhet të jetë e përpunuar dhe e vendosur asisoj që turisti të jetë i joshur dhe të ketë bindjen se është i diskriminuar pozitivisht, pra duke aplikuar çmime të ndryshme nëpër vende dhe segmente të ndryshme.

Bizneset duhet të kenë parasysh dy kushte themelore, që një çmim të konsiderohet si çmimi fitimprurës dhe diskriminues.

Së pari, ndërmarrja duhet pasur kujdes që tregun e vet nacional ta ndajë nga ai ndërkombëtar, kurse kushti i dytë i domosdoshëm që të kemi çmime fitimprurëse e diskriminuese për turistët është që të mundësohet një elasticitet i çmimeve, varësisht nga kërkesa nëpër vende të ndryshme.

Përfundimi

Autori Theodoere Levitt e ka argumentuar se si pasojë e mënyrës moderne të komunikimit dhe transportit, shija e konsumatorëve dhe preferencat e tyre janë duke u bërë gjithnjë e më të përgjithësuara, apo globale, gjë që është duke i krijuar tregjet gjithashtu globale për ofertën e produkteve të standardizuara për konsumatorët modern.

Kjo ndër lidhet fuqishëm me konstatimet e mësipërme në këtë punim edhe për mundësinë dhe rrugën e produktit turistik kosovar si ofertë për turistët në ofertën e përgjithshme (globale) turistike.

Natyrisht se ende marketeret duhet marrë parasysh dallimet e mëdha që ekzistojnë në standardin e popullsisë në shtete të ndryshme në botë, kjo për të vetmen arsye që në ofertën e vet turistike Kosova dhe biznesi kosovar duhet që të ofrojnë oferta për shtresa të ndryshme të turistëve potencial, që i përgjigjen atij segmenti të tregut.

Krijimi i një gjenerate të menaxherëve, të cilët janë të përgatitur për të zhvilluar biznes ndërkombëtar, do të jetë përparësi drejt njohjes dhe segmentimit përkatës të tregjeve turistike në kuadër të tregut global.

Bazuar në zhvillimet më të reja në marketing, është e nevojshme të bëhet hulumtim intensiv për risitë dhe ndodhitë në tregjet turistike, në mënyrë që hulumtimi t'i paraprijë zhvillimit të turizmit, dhe zhvillimi i turizmit të jetë shtytës që të bëhen hulumtime të vazhdueshme për përsosjen e produktit turistik të ofruar.

Konkluzionet

Një projekt i konceptuar do të tregojë rrugën se si duhet të zhvillohet turizmi në rajonet gjeografike dhe në nivel vendi në Kosovë.

- Në këtë projekt duhet ndërlidhur veprimin e institucioneve qeveritare të Kosovës, institucioneve në nivel lokal, bizneseve në turizëm dhe hoteleri, organizatave joqeveritare të involvuara në zhvillimin e turizmit dhe asociacioneve turistike.
- Produkti turistik i Kosovës duhet të jetë përmbledhje e një sërë atributesh. Ndërsa, atributet të cilat marketingu do t'i spikatë në ofertë duhet të ndryshojnë nga vendi në vend, në mënyrë që të kënaqë shijet e ndryshme të konsumatorëve dhe preferencat e tyre.
- Strategjia e marketingut, veçanërisht ajo e distribucionit dhe promovimit duhet që të krijohet në atë mënyrë që të mundësohet definimi optimal i kanaleve nëpër të cilat do të ofrohet produkti turistik për turistët.

- Marketing mixi, i përdorur për produktin turistik, strategjinë e komunikimit me tregjet dhe turistët, duhet ta shoh si element të rëndësishëm të veçantë, në mënyrë që të mundësohet informata për atributet e produktit turistik për ta. Por, duhet pas parasysh se turistët e vendeve të ndryshme kanë dallime kulturore, ekonomike, por edhe pengesa tjera për njohjen e plotë të produktit turistik kosovar.
- Fushatat e marketingut brenda dhe jashtë tregut kosovar duhet zhvilluar në bashkëpunim të aktorëve kyç të turizmit, në mënyrë që të kursehet munda e mjetet dhe të arrihet një përfaqësim më i qartë në treg.
- Për të arritur një zhvillim më të hovshëm të turizmit, patjetër duhet krijuar ekipe dhe grupe të përbashkëta me ekspertiza të ndryshme në lëmin e turizmit, në mënyrë që të ndërlihen ata që ofrojnë shërbime turistike, marketeret dhe ekspertët e hulumtimeve të tregut.

Literatura:

1. Charles W.L.Hill, "International Business", Competing in the global Marketplace, Postscript 2001, The Mc Graw-Hill Companies, Inc. For manufacture and export, New York, 2001.
2. T.Levitt, "The globalisation of the markets", Harvard Business Review, May- June 1983, pp 92-102.
3. Dr.F.Ukaj "Promocioni dhe segmentet bashkëkohor promocional në turizëm", Peje 2006,
4. Konferenca "Perspektiva e Turizmit Fshatar në Regjionin e Rugovës", f.1-4, 07.Prill.2007, Pejë.
5. Punimi i prezantuar në Simpoziumin Ndërkombëtar "Prirodno i Kulturnohistorijsko nasljedje i novi modeli upravjanja razvojem turizma", Vlasica, 14-15 Mars 2008, BiH, "Trashëgimia Historike e Kosovës në dritën e trendeve të reja të zhvillimit të Turizmit"
[http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_\(PPP\)_per_capita#cite_note-2](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_(PPP)_per_capita#cite_note-2) -
http://en.wikipedia.org/wiki/World_Bank
www.ks-gov.net/ESK/
www.visitkosova.org
www.kotas-ks.org
www.kosovundp.org
www.euinkosovo.org
www.rugovaexperience.org

Mr.sc. Raman Ismaili

Mr.sc. Arben Oda

SHËRBIMI KUALITATIV HOTELIER DHE APLIKIMI I KONCEPTIT TË MENAXHIMIT TË KUALITETIT TË TËRËSISHËM -TQM

Abstrakt

Kualiteti i prodhimit turistik në esencë dallon dukshëm nga ai i veprimtarive tjera ekonomike. Shërbimi kualitativ në sektorin e turizmit nënkupton plotësim të kërkesave të mysafirit - turistit. Në kushtet bashkëkohore të aktivitetit turistik ndërmarrjet turistike theks të veçantë i kushtojnë kualitetit të prodhimit turistik. Këtu qëndron edhe çelësi i suksesit të çdo subjekti turistik, një përpjekje e përhershme për të konkurruar në tregun gjithnjë e më të ashpër turistik.

Nevoja për të pasur prodhim turistik sa më kualitativ detyron ndërmarrjet turistike të ndryshojnë konceptin menaxherial dhe të përdorin teknika të reja, duke vënë në qendër të aktiviteteve të tyre kualitetin e prodhimit dhe shërbimit turistik.

Menaxhimi i kualitetit të përgjithshëm -TQM (Total Quality Management) vihet në shërbim të udhëheqjes së ndërmarrjes turistike dhe qëllimi kryesor i këtij sistemi është që kualiteti të mos prodhohet, por të drejtohet. Ky është proces krejtësisht i orientuar në treg, i udhëhequr nga mysafirët dhe mbaruar me ta.

Fjalët kyçe: kualiteti, prodhimi turistik, shërbimi, mysafir-turist, subjekti turistik, TQM, menaxhim i kualitetit të përgjithshëm.

Hyrje

Shërbimi hotelier dhe ai turistik në përgjithësi nënkupton një numër të madh pjesëmarrësish nga veprimtari të ndryshme dhe shërbime në proces, si: prodhimtari, plasman dhe konsumim. Në të njëjtën kohë shërbimi hotelier nënkupton aktivitet të veçantë individual të ofrimit të shërbimit direkt. Shërbimi nënkupton llojllojshmërinë dhe kompleksivitetin e zhvillimit të procesit të punës.

Kualiteti në turizëm ose më gjerësisht kualiteti në veprimtaritë shërbyese dallon nga ai i industrisë së prodhimit dhe për fat të keq ajo gjithmonë barazohet me luksin dhe komoditetin e skajshëm. Mysafiri ka kërkesa të ndryshme nga hoteli me tre, katër ose me pesë yje, nga restoranti i klasit të lartë dhe atij të rëndomtë, kështu që kualiteti në turizëm në përgjithësi nënkupton plotësimin e kërkesave dhe atë që zakonisht pritet nga mysafirët.

Në kushtet bashkëkohore të aktivitetit turistik ndërmarrjet turistike theks të veçantë i kushtojnë kualitetit të prodhimit turistik. Zhvillimi i shpejtë i standardit jetësor, shoqërisë së kompjuterizuar, globalizimi etj., ndryshojnë kërkesat dhe motivet turistike.

Por, një gjë mbetet e pandryshuar, përpjekja për të ofruar shërbim sa më kualitativ turistik, i cili do të plotësojë nevojat e turistit bashkëkohor.

Në këtë vështrim duhet t'i theksojmë karakteristikat dhe vetitë specifike të shërbimit hotelier, turistik dhe si ai dallon nga veprimtaritë tjera ekonomike.

- Prodhimi dhe konsumimi i shërbimit hotelier turistik bëhet në të njëjtën kohë - shërbimi nuk magacinohet;
- Punëtorët- potenciali njerëzor ka rol kryesor në procesin e dhënies së shërbimit;
- Shfrytëzuesi i shërbimit është pjesëmarrës në procesin e dhënies së shërbimit;
- Kualiteti i shërbimit është çështje subjektive;
- Për arsye që shërbimi është rezultat interaktiv mes atij që shet shërbimin dhe atij që blen atë, çdo gabim vërehet në të njëjtën kohë dhe merret seriozisht;
- Shërbimi është i paprekshëm dhe krijon vështirësi në vlerësim të kualitetit;
- Shërbimi i keq nuk mund të riprodhohet ose të kthehet;
- Shërbimi hotelier turistik nuk mund të magacinohet ose të ndërrohet.

Përveç këtyre, mund të veçojmë edhe disa karakteristika tjera, që janë gjithashtu të rëndësishme, në veçanti ajo e kontrollit të kualitetit, ruajtja, mbresat dhe emocionet e shfrytëzuesit të shërbimeve-mysafirët.

Si shërbimi është rezultat i shpirtit dhe i përvojës dhe për arsye që ajo nuk ka karakteristika fizike të prekshme, pas plasmanit, d.m.th. pasi që është dhënë si shërbim dhe është harxhuar menjëherë vendoset në memorien e shfrytëzuesit.

Dallimi esencial me prodhimin material, që gjithmonë është i prekshëm dhe i dukshëm, shërbimi duhet të jetë i përkryer që të mbesë sa më gjatë në memorien e konsumatorit. Kjo e bën që ai të shitet dhe të jetë i kërkuar.

Shërbimi hotelier - turistik është i përbërë nga shërbimet bazë dhe ato përcjellëse, siç janë dhomat, ushqimi, por edhe pritja, personeli, hapësira, qyteti etj., që duhet të jenë në harmoni me njëra-tjetrën.

Procesi i shërbimit hotelier prek të gjitha këto komponente dhe duhet të kemi parasysh se edhe ushqimi më i mirë, si shërbim që ofrohet në tërësi, mund të dëmtohet nga ndonjë detaj i vogël siç është p.sh., pritja e kamerierit, parking i pamjaftueshëm, qytetarë të pakujdesshëm etj.

Pra, konsumatorë të kënaqur do të kemi vetëm atëherë kur të gjithë përbërësit e shërbimit hotelier-turistik janë të kënaqur. Kualiteti i shërbimit hotelier do të matet vetëm pasi që ai të jetë i dhënë dhe gjithmonë në bazë të satisfaksionit të mysafirët. Shumë shërbime jomateriale siç janë: shfaqjet, shërbime konsultative, parukeri etj., varen drejtëpërdrejtë nga mysafiri dhe kanë karakter të pastër subjektiv.

Oferta e shërbimit hotelier, duke pas parasysh këto specifika të prodhimit hotelier, gjithmonë në analizën e kualitetit hotelier, bazohet në kërkesat e mysafirëve dhe specifikat e dhënies së shërbimit. Dhënia e shërbimeve nënkupton në masë të madhe komunikim me mysafirët. Kjo është edhe arsyeja kryesore që potencohet kënaqësia e mysafirët nga shërbimi dhe e njëjta mund të sigurohet vetëm mes bashkëpunimit dhe komunikimit të drejtuesve, të të punësuarve, resurseve materiale dhe strukturës kualitative të organizatës.

Theks të veçantë bie në personelin dhe theksohet roli i tyre individual në kualitetin e shërbimit. Kualiteti i dëshiruar do të arrihet atëherë kur të gjithë të punësuarit do të shohin në punën e tyre ndryshe dhe do të tentojnë ta përmirësojnë. Kjo do të ndikojë që shërbimi gjithmonë do të rritë cilësinë, duke ndjekur kërkesat dhe plotësimin e nevojës së mysafirit.

Kur bisedojmë për kualitet, në përgjithësi nënkuptojmë: kualitet individual, kualitet të ekipit, kualitet të prodhimit dhe shërbimeve, kualitet të procesit dhe ndërmarrjes. Për të përmirësuar kualitetin, rol të veçantë ka drejtimi i potencialit njerëzor dhe bashkëpunimi mes tyre.

Ndërsa në qoftë se dëshirojmë të kemi kualitet në punë në përgjithësi duhet të ndërrojmë konceptin e udhëheqjes individuale dhe të aplikojmë udhëheqje në ekip dhe punim si ekip.

Kjo nënkupton që drejtuesi i ndërmarrjes i inkuadron punëtorët në procesin e vendimmarrjes, respekton mendimet e tyre për të arritur objektivat e paracaktuara.

Me këtë veprim ai motivon punëtorët të rrisin kualitetin dhe rezultatin e punës. Drejtimi i ndërmarrjes hoteliere do të jetë i suksesshëm në qoftë se punëtorët janë të informuar për atë se çka duhet të bëjnë, i lavdërojmë dhe i shpërblejmë për punën e bërë, punojmë si një ekip dhe pranojmë këshillat dhe vërejtjet e secilit.

Kualiteti i shërbimit do të rritet vetëm në këto raste:

- Drejtuesi është aktiv në procesin e rritjes së kualitetit;
- Rritet përgjegjësia dhe motivimi i bashkëpunëtorëve;
- Përmirësohet komunikimi në ndërmarrje;
- Drejtori gjithmonë thekson marrëveshjet e punës;
- Thekson arritjet në përputhje me projektin;
- Drejtori punon direkt në arritjen e kualitetit.

Drejtuuesi i ndërmarrjes duhet të thirret në “do ta bëjmë së bashku këtë” kundrejt “do ta bëni ashtu siç u kam urdhëruar”, kjo do të plotësojë kriteret e lartpërmendura.

Aftësimi dhe zhvillimi i punëtorëve përbën elementin kryesor në arritjen e kualitetit dhe luan rol të veçantë në ngritjen e çdo subjekti hotelier.

Prandaj, ndërmarrjet tona hoteliere në Republikën e Maqedonisë duhet t’i kushtojnë vëmendje të veçantë aftësimin të potencialit njerëzor në ndërmarrjet e tyre.

Edhe pse sistemi jonë arsimor nxjerrë kuadër të përgatitur dhe kualifikuar në sektorin e turizmit, siç janë Fakulteti i Turizmit “Shën Klementi” dhe “Metodi” - Ohër, Fakulteti i Turizmit në Shkup, etj., përsëri aftësimin të personelit në objektet hoteliere duhet t’i kushtohet rëndësi e veçantë. Nga kjo edhe do të varet suksesi dhe aftësia konkurruese në tregun e ashpër turistik.

Edukimi dhe aftësimi i punëtorëve bëhet në forma të ndryshme, duke përfshirë ligjërata të ndryshme disa ditore ose mujore, simpoziume, seminare ose trajnime të veçanta të personelit para hapjes së ndonjë subjekti të ri hotelier.

Procesi i edukimit të personelit në ndërmarrjet e ndryshme bëhet në koordinim të politikës së punës, planifikimit për edukim dhe zhvillimit kadrovik. Ata organizohen sipas nevojës që buron nga vendi i punës dhe vlen për të gjitha nivelet e organizimit të ndërmarrjes.

Qëllimi i edukimit ose aftësimi të personelit për kualitet është rritja e produktivitetit të punës dhe arritja e kualitetit të përsosur të prodhimit ose shërbimit, që do të mundësojë rritjen e fitimit dhe sigurisht paga më të larta për punëtorët.

Shtetet që kanë vendosur sistemin e kualitetit të shërbimeve shfrytëzojnë këto forma edukimi ose aftësimi të personelit: ligjërata, takime informative, seminare, aftësim praktik, ekskursionet të ndryshme profesionale, prezantime, konsultime etj.

Menaxhimi i kualitetit të përgjithshëm (TQM - Total Quality Management)

Rëndësia për prodhim kualitativ në veprimin bashkëkohor është jetike për vetëfunksionimin dhe ekzistimin e të gjitha ndërmarrjeve ekonomike.

Këtu nuk mund të anashkalohet as sektori i turizmit, ku konkurrenca është aq e theksuar dhe e pamëshirshme dhe ku kërkesat e tregut janë çdo ditë e më të mëdha. Prandaj, nevoja për të menaxhuar me kualitetin e përgjithshëm është e pashmangshme.

Teknikat e suksesshme drejtuese bëhen imperativ menaxherial, arritja e prodhimit dhe shërbimit kualitativë janë çelësi i mbijetesës në treg.

Qëllimi i vazhdueshëm për të avancuar kualitetin e prodhimit dhe shërbimit bëjnë të domosdoshëm drejtimin e gjithë faktorëve që kanë ndikim në të, duke e vënë në përdorim sistemin e TQM- së ose menaxhimin e kualitetit të përgjithshëm.

Qëllimi kryesor i këtij sistemi është që kualiteti të mos prodhohet, por të drejtohet. Për këtë arsye, TQM -ja është krejtësisht e orientuar në treg dhe e udhëhequr nga mysafirët-turistët, sepse procesi fillon dhe mbaron me ta.

Ky është një cikël i përbërë nga katër aktivitete kryesore:

- planifikimi i kualitetit
- realizimi i kualitetit
- vlerësimi i arritjeve dhe përmirësimi i tij, dhe
- procesi që gjithmonë përsëritet.

Vënia në përdorim e sistemit TQM në sektorin e shërbimit dhe turizmit është shumë e rëndësishme, duke pas parasysh se çdo ndërmarrje hoteliere ka nevojë për të përmirësuar kualitetin e shërbimit. Mirëpo, drejtimi i kualitetit në sektorin hotelier nuk nënkupton vetëm shërbime kualitative sa i përket dhomave, ushqimit, por edhe atij të dhënies së shërbimit, që e bën procesin edhe më të ndërlikuar.

Gjithë kjo sprovon ndërmarrjen hoteliere të zbulojë se me çfarë strukture organizative arrihen rezultate të dëshiruara si: fitimi, punëtorë dhe partnerë të kënaqur, shoqëri të kënaqur, dhe ajo që është më me rëndësi në veprimtarinë hoteliere - mysafirë të kënaqur.

Kualiteti i shërbimit hotelier nënkupton punë të përkryer të mjeteve, të resurseve njerëzore, prodhimeve dhe shërbimeve, mënjanimin e gjithë pengesave dhe pakënaqësive të mysafirëve, sjelljeve ndërnjerëzore, besimi te personeli, siguria e mysafirëve, respektimi i orarit, raport të drejtë mes çmimit dhe kualitetit të shërbimeve, informim i drejtë i mysafirëve, etj.

Problem kryesor në arritjen e kualitetit të shërbimit mund të jetë puna në ekip. Kjo nënkupton sqarim të personelit se çdo të thotë të shërbesh dhe sjellje e shërbimit, si mysafirëve nga jashtë dhe nga brenda, por edhe mes kolegëve të punës.

Kur kemi parasysh se shërbimet hoteliere janë jomateriale, të paprekshme, vlerësimi mbi kualitetin e tyre është i vështirë dhe relativ. Sensibilizimi dhe automatizmi i resurseve njerëzore ndihmon në zgjedhjen e këtij problemi edhe pse parciaisht.

Teknikat dhe metodat e TQM-së në veprimtarinë hoteliere janë si më poshtë:

1. Marrja përsipër e përgjegjësive për kualitet (kjo nënkupton zhvillim të kulturës organizative dhe në këtë duhet të kyçet menaxhmenti i nivelit të lartë në ndërmarrje).
2. Në qendër të vëmendjes të jetë kënaqësia e mysafirit (mysafirët gjithmonë preferojnë kualitet dhe detyrë e ndërmarrjes hoteliere është t'i tejkalojë parashikimet e mysafirit).
3. Kontroll të kulturës së ndërmarrjes (nga ana e menaxhmentit të lartë duhet të bëhet vlerësim mbi kulturën e ndërmarrjes dhe asaj që kërkon TQM-ja dhe në bazë të kësaj të bëhen korrigjime).
4. Shkalla e përgjegjësive individuale dhe atyre ekipore (procesi i TQM -së fillon nga poshtë - lartë dhe duhet edukuar personeli, që të ndikojë me autoritetin e tij në të mirë të ndërmarrjes hoteliere).
5. Vëzhgim mbi plotësimin e kërkesave për kualitet (procesi TQM - së nënkupton aftësi për të vlerësuar përpjekjet për rritje të shërbimit individual, oferta, shkalla e kënaqësisë së mysafirit. Përmbledhja precize dhe e thjeshtë, si dhe analiza nga teknika e aplikuar do të mundësojë të shikojmë ndryshimet në organizatë.

Duhet theksuar se TQM -ja më shumë bazohet në zgjedhjet racionale të problemit sesa në analizat statistike).

Sot kualiteti definohet në dy aspekte: i prodhimit dhe shërbimit dhe në aspektin e konsumatorit. Sipas standardit ISO 9000, kualiteti është një tërësi vetish dhe karakteristika të prodhimit dhe shërbimit mbi të cilat bazohet aftësia për të plotësuar kërkesat e veçanta ose ato të rëndomta të konsumatorit.

Gjithë këto veti dhe karakteristika të prodhimit dhe shërbimit janë të standardizuara.

Klasifikimi i kualitetit është indikator i kategorizimit dhe nënkupton vetitë dhe karakteristikat e veçanta të një prodhimi ose shërbimi për një objekt të caktuar, p.sh. shërbimet në hotele të kategorisë së ndryshme.

Menaxhimi i kualitetit në veprimtari hoteliere është shumë i rëndësishëm kur kemi parasysh specifikat e prodhimit dhe shërbimit turistik. Kjo bëri që gjithë subjektet e sektorit turistik të inkorporojnë kontrollin e kualitetit, standarde dhe sistemin e drejtimit të kualitetit në procesin e dhënies së shërbimit.

TQM -në për herë të parë e kanë aplikuar hotelet e mëdha amerikane dhe arriten rezultate shumë të mira. Duke pasur parasysh karakteristikat e prodhimit/ shërbimit hotelier, që i përshkruam më lartë, rëndësia e kualitetit bie te ato që shërbejnë: personeli dhe menaxhmenti i hotelit.

Sipas standardeve vendosen edhe kriteret e kualitetit, kështu vendosen edhe kriteret e formimit të ekipit siç janë: aftësia, përvoja, sjellja, pamja fizike, etj.

Çdo detaj tjetër në procesin e punës është në përputhshmëri me standardet e vëna dhe sipas kësaj çdo i punësuar duhet të dijë qartë se çfarë, si, kur, për çfarë kohe dhe pse duhet të bëjë një veprim. Mbi të gjitha çdo kërkesë e bërë nga mysafiri është në plan të parë për t'u plotësuar.

Parakushtet që duhet plotësuar për të siguruar kualitet dhe vendosjen e sistemit të drejtimit të kualitetit janë:

- organizim të marketingut
- përgatitja e programeve për kualitet
- krijimi i logjistikës
- riorganizimi i funksionimit të përgjithshëm
- kompjuterizimi i punës.

Vëmendja e shërbimit hotelier gjithmonë përqendrohet te plotësimi i kërkesave të mysafirit, i cili vlerëson punën e personelit ose hotelit në tërësi. Mysafiri i pakënaqur shpesh nuk ankohet nga shërbimi, por problemin e zgjedh duke u larguar në ndonjë hotel tjetër.

Prandaj, sukcesi i ndonjë objekti turistik varet nga kualiteti i lartë i shërbimeve që ai ofron, ndërsa kjo do të arrihet vetëm atëherë kur personeli është i motivuar dhe profesionalisht i trajnuar. Kualiteti në ndërmarrje nënkupton kultivim të përhershëm.

TQM-ja është koncept bashkëkohor i menaxhimit, që përfshin të gjithë pjesëmarrësit e veprimtarisë dhe gjithë nivelet menaxhuese. Qëllimi i TQM-së është të arrijë kualitet të prodhimit dhe shërbimit me harxhime minimale, por që plotësojnë kërkesat e mysafirit. Kjo nënkupton bashkëpunim të përgjithshëm të të gjithë të punësuarve.

Si konkretisht arrihet kjo në praktikë dhe cilët janë risqet që mbanë në vete ky proces?

Korniza e aplikimit të TQM-së në hoteleri është:

- orientimi nga vlerat
- orientimi nga mysafiri
- orientimi nga personeli
- procesi dhe përbërje optimale
- kontrolli i kualitetit.

Sipas këtij koncepti, vëmendje të veçantë i kushtohet kualitetit të plotësimit të kërkesës dhe procesit. Qëllimi kryesor i menaxhmentit është përmirësimi i përhershëm i shërbimit.

Suksesi i TQM-së është gatishmëria e udhëheqjes së hotelit që kualitetin ta vendosë në qendër të të gjitha aktiviteteve, duke filluar edhe nga vetja. Aktiviteti i udhëheqjes si fillim duhet të nisë me definimin e filozofisë dhe kulturës së kualitetit, në bashkëpunimin e projekteve për kualitet, si dhe në aftësimin e punëtorëve për arritjen e kualitetit.

Me rëndësi të veçantë është kontakti direkt i udhëheqjes me mysafirët dhe punëtorët për të marrë informacion të drejtë mbi mangësitë dhe mundësitë për të përmirësuar kualitetin e prodhimit dhe shërbimit. Siç thamë, mysafiri është ai që definon kualitetin, ndërsa paragjykimet mes udhëheqësit dhe mysafirit shpesh dallojnë.

Detyrë e TQM- së është që ky dallim të eliminohet dhe kërkesat e mysafirit të jenë në qendër të të gjitha aktiviteteve. Në këtë sens duhet të shtrohet pyetja se çfarë nënkuptojnë mysafirët me kualitet të shërbimit dhe si mund t'i kuptojmë kërkesat e tyre?

Kriteret që përdorin ekspertët për të definuar kualitetin zakonisht janë:

- Kriteri material (a janë mysafirët të kënaqur nga pamja e jashtme e personelit dhe pajisjeve).
- Kriteri i përkushtimit dhe korrektësisë (në shërbimin e dhënë dhe në pagesën e kryer).
- Kriteri i mirëkuptimit dhe ndjenjës së përbashkët me mysafirin (kujdes të veçantë për çdo mysafir).
- Njohje të profesionit.
- Gatishmëri për t'i dalë në ndihmë mysafirit.

Vëmendje të veçantë duhet t'i kushtohet kriterit të përkushtimit, që është me rëndësi të madhe për mysafirët.

Për të kuptuar qëndrimin e mysafirëve për shërbimet e dhëna përdoret anketimi si instrument dhe shfrytëzohen të dhënat që janë të arkivuara si: kartoteka e mysafirëve, të dhënat personale për çdo mysafir etj.

Sipas disa kërkimeve të bëra në shumë subjekte turistike, dalin dy dimensione që duhet t'u kushtohet vëmendje: dimensionin teknik dhe ai i qëndrimit të personelit ndaj mysafirit.

Me dimensionin teknik nënkuptohen: shërbimi i shpejtë dhe i sigurt, si rrjedhë shërbimi, komunikimi, përgjigjet e mysafirit, mbikëqyrje të punës së përgjithshme.

Ndërsa me dimensionin që nënkupton qëndrimin e personelit ndaj mysafirit duhet të theksohen këto elemente: qasje pozitive ndaj punës, drejtimi me buzëqeshje, shprehje melodike, sjellje e mirë dhe taktike, thirrje të mysafirit në mbiemër, vëmendja ndaj mysafirit, gatishmëri të ndihmohet mysafiri, qasje aktive ndaj shitjes, aftësi për të zgjedhur problemet, etj.

Ndërmarrjet hoteliere në Maqedoni duhet të kenë parasysh këto elemente dhe t'i vendosin në praktikë teknikat e kualitetit të shërbimit, me të cilat do të jenë konkurrese në tregun turistik.

Përmbledhje

Funksionimi efikas i ndërmarrjeve hoteliere si në përgjithësi ashtu edhe në veçanti në Republikën e Maqedonisë do të varet nga vënia në përdorim e konceptit të ri mbi menaxhimin dhe drejtimin e tyre, ku në qendër të vëmendjes do të jetë kualiteti i prodhimit turistik dhe tendenca e përsosjes së tij. Gjithmonë duke pasur parasysh mysafirin-turistin dhe kërkesat e tij specifike.

Në funksion të arritjes së këtij qëllimi, TQM-ja (Total Quality Management), ose menaxhimi i kualitetit të përgjithshëm si sistem bashkëkohor mbi drejtimin e ndërmarrjeve në përgjithësi, ndërron qasjen mbi prodhimin, duke imponuar logjikën se kualiteti nuk duhet të prodhohet, por të drejtohet.

Kjo nënkupton drejtim dhe kontroll të të gjithë procesit të punës dhe përbërësve në të. Qëllimi kryesor i këtij sistemi është orientimi kah tregu, duke nisur dhe mbaruar procesin me mysafirin - turistin.

Ky koncept i ri menaxherial duhet të zbatohet edhe nga ndërmarrjet tona hoteliere gjë që do të ndihmojë në krijimin e fitimeve dhe përparësi në tregun e ashpër turistik.

Literatura:

1. Aslimoski B. Menaxment na kvalitet. Fakultet za turizam, Ohrid , 2005.
2. Cerovi] Z. Hotelski Menadzment , Fakultet za turistik ii hotelski mendzment Opatija, 2003.
3. Kathryn M. Bartol & David C.Martin, Management, Irëin McGraë Hill, third Edition
4. Miladinovski S., Simon~eska L., Sovremeni metodi na upravuvawe, Fakultet za turizam i ugostitelstvo, Ohrid, 2007
5. Simon~eska L. Menaxment Fakultet za turizam i ugostitelstvo , Ohrid, 2008.

Mr.Sc.Bedri Millaku, Ph.D- kandidat

MJEDISI SI FAKTOR I RËNDËSISHËM I ZHVILLIMIT TË TURIZMIT DHE EKONOMISË NË KOSOVË

Abstrakt

Në punim është trajtuar mjedisi si faktor i rëndësishëm për zhvillimin e turizmit si veprimtari ekonomike me vlera të rëndësishme. Në këtë kontekst janë paraqitur vlerat mjedisore si faktor bazë për zhvillimin e turizmit në Kosovë dhe gjendja ekzistuese e veprimtarive ekonomike në funksion të zhvillimit të turizmit, duke përfshirë edhe konfliktin e turizmit me mjedisin.

Janë paraqitur potenciale, të cilat mund të jenë në funksion të ofertës turistike dhe zhvillimit të turizmit si veprimtari mjaft e rëndësishme e ekonomisë, njëherit duke trajtuar sugjerimet për një ofertë të qëndrueshme turistike.

Fjalët kyçe: mjedis, Kosovë, zhvillim ekonomik, motive turistike.

Hyrje

Turizmi është njëra prej veprimtarive mjaft komplekse me karakterin e tij multiplikativ. Zhvillimi i tij kontribuon në ngritjen e standardit jetësor dhe njëherit është i lidhur ngusht me mjedisin jetësor. Mjedisi është faktor me rëndësi të madhe për zhvillimin e turizmit. Në Kosovë mjedisi paraqet problem të veçantë, i cili realisht duhet përmirësuar dhe ndërmarrë një sërë masash, në mënyrë që potencialet tona turistike t'i vëmë në disponim të ofertës turistike.

Ne duhet ta kemi parasysh zhvillimin e turizmit dhe efektin e tij për ekonominë, gjithnjë duke e ruajtur mjedisin, sepse në këtë mënyrë turizmi do të sjellë përfitime të mëdha për ekonominë e vendit.

Vlerat elementare si potenciale themelore turistike të Kosovës

Turizmi paraqet veprimtari mjaft komplekse me karakter shoqëroro- ekonomik, e cila ka rëndësi të shumëfishtë në veprimtaritë dhe degët ekonomike. Karakteri dhe natyra multiplikative e turizmit shkon në përshtatje të kërkesave të popullatës për pushim dhe çlodhje nga aktivitetet dhe veprimtaritë e përditshme në qendrat urbane.

Vlerat turistike të Kosovës përbëjnë numër relativisht të madh të motiveve, si për nga heterogjeniteti po ashtu edhe nga prejardhja. Për nga motivet atraktive, Kosova prin para shumë vendeve të ish- Jugosllavisë.

Koncentrimi i motiveve të shumta turistike, natyrore dhe antropogjene ka rrjedhur nga specifikat natyrore dhe kushtet shoqëroro- historike në të kaluarën, por edhe në vazhdim.

Motivet e pasura turistike dhe pozita adekuate e tyre në mënyrë lineare dhe grupore dëshmojnë se territori i Kosovës paraqet motive specifike turistike në ish- Jugosllavi, e cila përbëhet prej ultësirës

së Kosovës, Rrafshit të Dukagjinit dhe Maleve të Sharrit, Bjeshkëve të Nemuna (Alpeve Shqiptare) dhe Bjeshkëve të Kopaonikut.

Në pjesë të tilla janë koncentruar numër i madh i motiveve antropogjene, motive kulturore dhe historike, vendbanime të vjetra dhe motive etnografike-etnologjike me specifikat e tyre.

Të gjitha e përbëjnë të kaluarën specifike dhe historike të kësaj hapësire.⁵⁶ Kosova është e pasur me fondin e vlerave turistike, të cilat përmbajnë shkallë të gjerë të motiveve natyrore dhe antropogjenë dhe si të tilla ndahen në:

a) Motivet natyrore

1. Motivet morfologjike
2. Motivet hidrografike
3. Motivet biogeografike

b) Motivet antropogjene

1. Motivet ambientale siç janë: qytetet, vendbanimet dhe objektet tjera.
2. Përmendoret historike dhe muzetë.
3. Motivet etnografike- etnologjike.

Radhitja e dendësisë së motiveve turistike në hapësirën e Kosovës është tregues në radhitjen e numrit të motiveve turistike në këtë hapësirë. Radhitja si element hapësinor i qarkullimit turistik tregon ndërlidhshmërinë e hapësirës në raport me motivet⁵⁷.

Dendësia e motiveve turistike në këtë hapësirë është relativisht e madhe dhe kjo mund të tregohet me mundësinë e valorizimit.

Në sipërfaqen prej 10887 km² janë të pranishme mbi 370 motive dhe objekte turistike, të cilat mund të iniciohen në shkallë të lartë të mundësisë relative të valorizimit, duke marrë për bazë si pjesë të fondit të motiveve të tilla, që mund të paraqesin motive të përbashkëta dhe të pavarura.

Prej numrit të motiveve dhe objekteve turistike, pjesa me numër më të madh i përket objekteve kulturore dhe monumenteve historike mbi 160, të atyre me motive natyrore 40, në lokalitetet e vjetra dhe arkeologjike 44, monumente nga Lufta e Dytë Botërore 68, si dhe numër i madh i përmendoreve dhe monumenteve të luftës së fundit.

⁵⁶ M. Gashi: Tema e doktoratës f. 1

⁵⁷ Ž. Jovičić: "Turistička kretanja" Str. 13. Beograd 1966. god.

Mjedisi si faktor i rëndësishëm për zhvillimin e turizmit

Popullata e qendrave urbane shkon në drejtim të viseve atraktive. Por, në qoftë se turizmi shikohet vetëm në karakterin ekonomik atëherë krijohet një përparësi për ekonominë, e cila i lë anash vlerat natyrore dhe shoqërore për hapësirën.

Turizmi nuk duhet të trajtohet vetëm si veprimtari ekonomik. Një trajtim i tillë i turizmit vetëm si kategori e ofertës ekonomike, që do t'u përgjigjej vetëm kërkesave turistike, në vete do të përmbante vlerat natyrore (peizazhin e bukur, relievin, klimën e favorshme, ujërat, botën bimore dhe shtazore) secilin element, që motivojnë qarkullimin turistik.

Me rëndësi shumë të madhe është ruajtja e vlerave dhe motiveve natyrore, të cilat shumë shpejtë mund të dëmtohen nga veprimet e dëmshme mbi natyrën.

Vlerat e tilla shumë lehtë mund të dëmtohen, por në anën tjetër shumë vështirë përtërihen dhe rigjenerohen si vlera me motive të veçanta për ngritjen e cilësisë së ofertës turistike dhe turizmit në përgjithësi.

Do të ishte me rëndësi që ruajtja e mjedisit në radhë të parë të bëhej në kuadër të masave institucionale nga ana e institucioneve të Kosovës, duke filluar nga Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor dhe bashkëpunimi ndërministror me institucionet, të cilat lidhen me mjedisin në mënyrë të drejtpërdrejt apo të tërthortë. Kështu do të jetë komplete pjesa e strategjisë mbi ruajtjen e mjedisit.

Në anën tjetër, pushteti lokal duhet t'i kushtojë kujdes shumë më të madh ruajtjes së potencialeve turistike me vlera të veçanta natyrore.

Gjithherë duhet pasur parasysh që planifikimi, i cili bëhet për zonat turistike apo lokalitetet klimatike dhe balneare të shikohet, vlerësohet në baraspeshë, duke bërë analiza në mes të leverdisë ekonomike dhe mbrojtjes së mjedisit nga degradimi dhe ndotja.

Në llogari të shfrytëzimit të hapësirave të përmendura kërkohet të studiohen kushtet maksimale të ngarkimit të kapaciteteve në hapësirë dhe të tërësive ekologjike, ku mund të ruhen disa tërësi të ekosistemeve.⁵⁸

Prandaj, secili ndërtim, si në zonat me qarkullim me të vogël turistik, por në veçanti edhe në zonat turistike, duhet të rregullohet me ligjet mbi planifikimin hapësinor.

Kështu edhe mbrojtjes së mjedisit do t'i kushtohet çdo herë kujdes i veçantë siç ndodh me vendet e ndryshme të Evropës, në të cilat janë themeluar shumë organizata me karakter institucional për mbrojtjen e mjedisit; Komisioni i KB (Komisioni i Kombeve të Bashkuara për ruajtjen e ambientit të njeriut).

⁵⁸ M. Gashi: Komponentët kryesore të funksioneve turistike në zonat receptive turistike –Prishtinë 1989

Sot në shumë vende të botës problemi i konservimit të natyrës është mjaft i ashpër si në vende afrikane, Amerikën veriore, qendrore dhe Japoni, sidomos në ruajtjen e tërësive ambientale natyrore.

Danimarka është shteti i parë në botë, i cili ka shpallur Ligjin për mbrojtjen e natyrës në vitin 1843. Po ashtu, edhe në vendet e zhvilluara evropiane mbrojtja e mjedisit është sanksionuar me ligj, ku kriteret janë shumë të ashpra.

Kjo më së miri dëshmohet se në Evropë janë krijuar 380 parqe nacionale, përkatësisht rezervate ose hapësira të mbrojtura, të cilat disponojnë me cilësi estetike dhe kuriozitete.⁵⁹

Në Kosovë për park nacional është propozuar Mali i Sharrit, me kompleksin prej 39.000 hektar, i cili do të ketë rëndësi mjaft të madhe shoqërore dhe kombëtare.

Konflikti i turizmit me mjedisin

Bota bimore dhe shtazore paraqesin vlera të veçanta në zhvillimin e turizmit. Turizmi me efektet e tij ndikon në mënyrë negative në mjedisin hapësinor në zonat turistike. Shpeshherë ndodh që turizmi të jetë në konflikt me mjedisin.

Jeta në zonat urbane me mënyrat e saj, kushtëzon nevojën e lëvizjes së popullsisë në drejtim të zonave turistike, me mjedis të pastër dhe atraktiv. Disa prej tyre shfrytëzohen gjatë verës dhe dimrit, kështu që, nga shkalla e lartë e shfrytëzimit, në masë të madhe janë degraduar.

Interesi shëndetësor i popullsisë i aplikuar në qarkullimet turistike në drejtim të ambientit të ruajtur natyror dhe kapaciteteve të ndryshme të objekteve për pushim dhe rekreacion pa kontrollim të duhur nga ana e shoqërisë, patjetër shkakton dëme aq të mëdha sa që këto nuk mund të kompensohen me qëllimet paraprake të rekreacionit të njeriut.⁶⁰

Njeriu është faktori dominant, i cili ndikon në ruajtjen e baraspeshës natyrore, sidomos mjedisit. Çdo herë duhet të analizohet e tërë gjendja në zonat turistike, në të cilat njeriu mund të jetë faktor vendimtar në ruajtjen e mjedisit.

Mjedisi i ruajtur është një përparësi e madhe për shëndetin dhe rekreacionin. Faktori njerëzor dhe stili i tij jetësor tani po ushtron ndikim në transformimet, evoluimin dhe modifikimin e faktorëve primar natyror, sa që këto në shumë vise janë degraduar në shkallë të madhe, sidomos disa zona në bregdetet e Mesdheut, Karaibeve dhe zonat malore në Alpe dhe Pirineje⁶¹.

Te ne shpeshherë zonat atraktive me peizazh të bukur konfrontohen me presionin nga ana e njeriut. Turizmi është konsumues i madh i zonave të ruajtura natyrore. Nëse analizohet në detaje mund të

⁵⁹ M. Gashi: "Bazat e Turizmit " fq. 130 , 1986 Prishtinë

⁶⁰ M. Gashi: Bazat e turizmit fq. 126. 1986 Prishtinë.

⁶¹ H. Nhjon "Geographie des littoraux", Paris 1972 she G. Rouleria në veprën "Geographie des Peysages, Paris 1969.

konkludohet se një vend turistik më shumë okupon hapësirë se sa një zonë e banimit e kapaciteteve të njëjta të urbanizuara.

Dëmtimi më i madh bëhet duke ndërtuar objekte të ndryshme, si objekte receptive, objekte të banimit, objekte për ndërtimin e vikendshtëpizave, sportive, etj. Ndotës të mjedisit janë edhe mjetet e komunikacionit, sidomos mjetet motorike.

Në qoftë se zonat vizitohen me makina aty lirohet sasi e madhe e gazrave dhe krijohen zhurma, të cilat atakojnë vendet turistike.

Ardhja me mjete motorike, së pari është si shenjë e kërcënimit të madh të njeriut që i bën natyrës së ruajtur, madje ngritja e objekteve dhe e lokaliteteve të vendbanimeve është hap i dytë i prishjes së baraspeshës ndërmjet elementeve dhe strukturave natyrore⁶².

Ndërtimi i kamp-shtëpizave nga pjesa e popullsisë urbane dëmton në masë të madhe mjedisin. Kjo dëshmohet nga përvojat e shumë vendeve, sepse pronarët e tyre kanë sjellje të pakontrolluar ndaj pasurisë shoqërore të natyrës.

Kontrollimi i shoqërisë për ruajtjen e mjedisit është i domosdoshëm, sepse njeriu me teknikën e tij në disponim e ndot ekosistemin e hapësirave gjeografike në mjediset e ruajtura natyrore.

Turizmi shpesh ka efektin si prodhues i madh i hedhurinave, të cilat në masë të madhe rrezikojnë mjedisin. Të gjitha hapësirat, në të cilat zhvillohet turizmi, duhet të jenë të mbrojtura nga pasojat negative të njeriut.

Vend të rëndësishëm duhet kushtuar edhe propagandës turistike, e cila zhvillohet për ruajtjen e mjedisit, si dhe vetëdijesimit të popullsisë për ruajtjen e zonave potenciale turistike, sidomos te ne në Kosovë.

Përfundimi

Turizmi paraqet veprimtari mjaft komplekse me karakter shoqëroro- ekonomik, e cila ka rëndësi të shumëfishtë në veprimtaritë dhe degët ekonomike. Karakteri dhe natyra multiplikative e turizmit shkon në përshtatje të kërkesave të popullatës për pushim dhe çlodhje nga aktivitetet dhe veprimtaritë e përditshme në qendrat urbane.

Në pjesë të tilla janë të koncentruar numër i madh i motiveve antropogjene, motiveve kulturore dhe historike, vendbanime të vjetra dhe motive etnografike-etnologjike me specifikat e tyre.

Në sipërfaqen prej 10887 km² janë të pranishme mbi 370 motive dhe objekte turistike, të cilat mund të iniciohen në shkallë të lartë të mundësisë relative të valorizimit, duke marrë për bazë se si pjesë të fondit mund të paraqesin motive të përbashkëta dhe të pavarura në Republikën e Kosovës.

Të gjitha motivet, të cilat vëhen në shërbim të ofertës turistike na bëjnë të kuptohet se rëndësia e tyre për ngritjen e ekonomisë është mjaft e madhe. Por, duhet të kemi qasje që të drejtohem në

⁶² M. Gashi: Bazat e Turizmit fq. 127, Prishtinë 1986.

aspektin e ruajtjes së mjedisit. Më në fund mund të thuhet se mjedisi i pastër është kusht për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm.

Literatura:

1. M. Gashi: Tema e doktoratës
2. Ž. Jovičić: "Turistička kretanja, Beograd 1966". god.
3. M. Gashi : Komponentët kryesore të funksioneve turistike në zonat receptive turistike –Prishtinë 1989
4. M. Gashi: "Bazat e Turizmit", 1986 Prishtinë
5. M. Gashi: "Bazat e turizmit", 1986, Prishtinë.
6. H. Nhjon "Geographie des littoraux", Paris 1972 she G. Rouleria në veprën "Geographie des Peysages, Paris 1969.
7. A. Todorovic: "Metodologija istraživanja slobodnog vremena "Savremena Administracija", Beograd 1978.
8. D. Popov: "Putničke agencije"Turistička štampa", Beograd 1979.
9. Ž. Jovičić: "Osnovi turizma", Naučna knjiga, Beograd 1976.

MSc. Ardian Emini

TURIZMI SI FENOMEN SHOQËROR

Abstrakt

Në këtë punim analizojmë dhe shtjellojmë zhvillimet historike të turizmit, ku marrim fillet e para historike të zhvillimit të turizmit, duke u nisur nga parahistoria, antika, mesjeta, moderne e deri në kohën bashkëkohore. Me këtë rast, si fushë studimore insistojmë t'i nxjerrim themelet shkencore-historike të fushës së turizmit, e cila në këtë mënyrë ndihmon të arriturat e saj të ardhshme si shkencë dhe si fushë studimore, e cila gjen zbatim në praktik.

Fjalët kyçe: turizmi, periudhat e zhvillimore të turizmit, fenomenet, faktorët.

Periudhat zhvillimore të turizmit

Për turizmin si fenomen ekonomik e shoqëror hasim pikëpamje të ndryshme të dijetarëve, studiuesve në lidhjen me origjinën dhe kohën e turizmit.

Disa pikëpamje të tyre na orientojnë në atë se turizmi fillon të zhvillohet qysh në kohërat antike, pra që atëherë e hasim një rrjedh të vazhdueshme historike e deri më sot. Ka edhe studiues tjerë, të cilët janë të mendimit se turizmi është një fenomen i ri dhe i takon një periudhe të re sidomos fundit të shekullit XIX dhe fillimit të shekullit XX.

Nga kjo mund të vërejmë se kemi të bëjmë me mendime dhe ide të ndryshme rreth zhvillimit të turizmit, ku secila palë ka argumentet e veta për mendimet dhe idetë e tyre. Në të njëjtën kohë, hasim edhe grupin e tretë të studiuesve, të cilët janë përfaqësues dhe ithtarë të idesë se ekzistojnë disa periudha (faza) në zhvillimin e turizmit si dukuri shoqërore – ekonomike.

Këta mendimtarë flasin rreth fenomeneve të ngjashme në zhvillimin e turizmit (krahasimin e fenomeneve të kaluara me të sotmen), nga e kaluara parahistorike-historike tek klasat e privilegjuara, e deri në kohën bashkëkohore.

Ky koncept merret si bazë për trajtimin e fenomenit turizëm, pasi që njëherit edhe konsiderohet nga kuptimësia e saj si një përcjellje, mënyrë studimi –hulumtimi nga lashtësia e deri në ditët tona. Prandaj, diskutimet e mëtejshme do të ndjekin mendimin se mund të dallohen dy periudha të rëndësishme në zhvillimin e turizmit si:

1. Periudha (koha) e turizmit tek klasat e privilegjuara, dhe
2. Periudha (koha) e turizmit modern- bashkëkohor.

Në shtjellimin e këtyre dy periudhave të rëndësishme në zhvillimin e turizmit arritëm në përfundimin se qysh në themel, pra në fillim, faktorë kyç në zhvillimin e turizmit ishin njerëzit dhe involvimi –përfshirja e tyre, lëvizja e lirë dhe mjetet materiale.

Me fjalë tjera pa kohë të lirë, pa lëvizje të lirë dhe pa të ardhura të mira materiale nuk mund ta hasim e as ta kemi përfshirjen e njerëzve në zhvillimet turistike⁶³. Tani mund të shtrojmë pyetjen, se si e kishim përfshirjen e njerëzve në zhvillimin e turizmit në kohërat e lashta historike, për shembull në kohën e skllavopronarisë, në feudalizëm, dhe në kapitalizëm?

Përgjigjja është e qartë: kishin mundësi vetëm ata që i përmbushnin kërkesat që i cekëm më lart si koha, parat etj., e ato ishin klasat e privileguara (pronarët e skllavëve, feudalët, kapitalistët) etj., pra ata që përcillnin, mbikëqyrnin, kontrollonin, dirigjonin punët e të tjerëve dhe të përbënin një numër relativisht të vogël të popullsisë.

Si rrjedhim, një pjesë e madhe e njerëzve objektivisht nuk kanë mundur të kyçen në zhvillimet turistike, pasi që nuk kanë pasur në dispozicion kohë të lirë dhe nuk kanë poseduar me mjete materiale-para. Pra, ishin njerëz pa kohë të lirë dhe pa para të tyre.

Kjo pësoi ndryshim në pjesën e dytë të shekullit XIX e sidomos në shekullin XX, kohën kur një pjesë e madhe e njerëzve fillojnë të kyçen në zhvillimin e turizmit dhe zhvillimet e saj, ndërsa nga kjo turizmi fillon të masivizohet⁶⁴.

Me kalimin e kohës hapen edhe rrugë tjera të reja që ndikuan si faktorë kyç në zhvillimin e turizmit si: shtimi i popullsisë (nataliteti), urbanizimi, transporti (infrastruktura rrugore) vetëdijesimi shoqëror, si dhe faktorët psikologjik që gjithashtu janë efekte stimuluese për zhvillimin e turizmit.

Periudha e turizmit të klasës së privilegjuar

Periudha e turizmit e klasës së privilegjuar është një e kaluar e lashtë historike, që nis qysh para 1500 vjetëve të civilizimit njerëzor, në të cilën gjenden të dhëna të ngjashme me turizmin⁶⁵.

Shpesh thuhet se hapat e para të turizmit gjenden thellë në të kaluarën historike (parahistorike). Ku si fillim, autorë të ndryshëm i marrin lëvizjet e para “Homo Erectus” (mbetjet, fosilet e të cilëve janë gjetur në një hapësirë të gjerë të Evropës Perëndimore, në Afrikë, Kinë etj.) që i kishin ndërmarrë në kërkim të ushqimit dhe vendbanimeve të reja⁶⁶.

Sigurisht që ky para-njeri nuk është larguar ose nuk e ka lëshuar vendqëndrimin e tij të mëhershëm për shkaqe turistike, por me gjithë atë është larguar nga vendbanimi i tij.

Nga kjo lëvizje fillon edhe lëvizja, e cila në thelb konsiderohet si pasuese e udhëtimeve turistike, me të cilën nënkuptohet ndryshimi i vendit (p.sh: largimi nga vendi i banimit të përhershëm në të ashtuquajtur vend turistik), që nënkupton bazën në zhvillimin e turizmit (në këtë kontekst fillimin e udhëtimit).

Udhëtimit, stimulim të fuqishëm i dha civilizimi fenikas (4000 vjet para erës sonë), si dhe koha kur parat u krijuan si mjet pagese, e cila nxiti zhvillimin e tregtisë, në përgjithësi ndërtoi një biznes të

⁶³ Kaiser.C.,Helber.L.:” Tourism, Planning, and Development Heinemann”,London 1978, fq.58.

⁶⁴ Grup autorësh:”The New History of the World”,Oxford Neë York 2003,fq.457.

⁶⁵ Hands-on History:”Ancient Civilizations Activities”, Neë York 2007,fq.34.

⁶⁶ Po aty...

larmishëm dhe hyn në funksion transaksionet financiare⁶⁷. Gjithashtu, duke ju falënderuar këtyre të dhënave dhe risive tjera si: letrës, timonit, u hapen edhe kanale tjera në stimulimin e rrugëtimit, atëherë ishin kryesisht të motivuar nga këmbimi etj.

Ka një numër të madh të fakteve materiale që në kohën e nismës së zhvillimit të civilizimit njerëzorë (para erës sonë) u ndërmorën një numër udhëtimesh. Besohet se njëri ndër hapat e para në “udhëtimin turistik” e ndërmori Mbretëresha Hachepsut (Hatshepsut) në territorin e sotëm të Somalisë, rreth viteve 1500 para erës sonë.

Për këtë udhëtim gjenden të dhënat në reliefin në mur të tempullit Luksor (Luxor), ku jepen të dhënat për udhëtimin e ndërmarrë nga mbretëresha që kishte për qëllim vendosjen e paqes në territorin e saj⁶⁸.

Në tempullin e Tebës janë të skalitura rreth 500 emrat e udhëtarëve grek (turistë), të cilët kishin ndërmarrë udhëtim 500 vjet para erës sonë etj⁶⁹.

Nga kjo mund të konkludojmë se edhe në Egjiptin e lashtë, Babiloni, Persi, Palestinë, Kinë, Indi, Gadishullin Ballkanik mund të gjejmë argumente të ngjashme, apo të përafërta me zhvillimet e sotme turistike, të motivuara nga arsye të ndryshme (vendosjen e paqes, tregti, religjion, mjekësi). Relativisht turizmi u ndikua edhe nga zhvillimet ekonomike, dimensionet e volumit të udhëtimeve ishin modeste të vogla, shkalla e prodhimit (eksploatimit) u ndikua nga një numër i vogël i pjesëmarrësve në udhëtime.

Nëpër literatura, shpesh si ilustrim analog merret Greqia dhe qytetërimi romak, që me të vërtetë na çojnë në shumë supozime, që merren si bazë e zhvillimit të turizmit deri në ditët tona p.sh.: infrastruktura rrugore, zhvillimi i objekteve hoteliere etj.

Në Greqinë e vjetër civilizimi pati një nxitje për ndërmarrjen e udhëtimeve siç ishin edhe Lojërat Olimpikë, të cilat nisën të zhvillohen në vitin 776 para erës sonë dhe vazhduan të organizoheshin deri në shekullin XII⁷⁰.

Atëherë u proklamua edhe “Paqja e Shenjtë” (në fakt ndaleshin luftërat dhe konfliktet mes shteteve greke gjatë zhvillimit të këtyre lojërave), dhe për pjesëmarrjen e shteteve në gara organizoheshin konkurse në disiplinën e ndryshme sportive, e letrare ku konkurronin në poezi, dramë, muzikë⁷¹.

Këto ngjarje vetëm sa e konfirmonin nivelin e lartë të civilizimit në Greqinë e lashtë. Logjikisht mund të nxjerrim përfundimin se edhe atëherë ka pasur arsye dhe motive të ndryshme në inicimin e udhëtimeve të tilla si: rekreative, sportive, argëtim, arsimit dhe një spektër të gjerë arsyesh dhe motivesh kulturore.

⁶⁷ David P.Silverman:”Ancient Egypt”,London 1997,fq.74.

⁶⁸ Po aty...

⁶⁹ William R.Biers:”The Archaeology of Greece: An Introduction”, England 1996,fq.85.

⁷⁰ Sarah B.Pomeroy., Stanley M.Burstein., Ëalter Donaln.:”A Brief History of Ancient Greece”, Los Angeles 2009,fq101.

⁷¹ Po aty..

Udhëtarët e sotëm duhet të akomodohen, ushqehen, t'u mundësohen format e ndryshme të transportit, argëtimit etj., dhe e gjithë kjo na çon në nxjerrjen e dy konkluzioneve:

1. Zhvillimi që ne sot e njohim si ofertë turistike, ndërmarrjen e masave rreth vendeve të strehimit-akomodimit, vende për argëtim dhe asaj të kalimit të kohës së lirë, transport etj.
2. Shpenzimet e mjeteve materiale e patën efektin e vet të rëndësishëm në ngritjen e këtyre kapaciteteve⁷².

Gjithsesi, kishte edhe të dhëna tjera të ngjashme rreth turizmit antik. Udhëtimet e posaçme në atë periudhë ishin ato shëndetësore, por edhe ato për arsye fetare. Si ilustrim për këtë do të marrim udhëtimin e posaçëm në Delfi si udhëtim për shërim të shenjtë⁷³.

Në Peloponez p.sh. janë gjetur mbetje arkeologjike për ekzistencën e një qendre shëndetësore, e cila dyshohet se kishte rreth 120 dhoma për mysafirë (këto mbetje arkeologjike i takojnë viteve 1800 para erës sonë)⁷⁴.

Po ashtu, ka qenë në këtë kohë ishte edhe "Mbrëmja Pythinijane", e cila zhvillohej në tempullin e zotit Pythi në Delfi (i njohur deri në ditët tona me përgjigje-fjalë dykuptimëshe të tij). Në këtë periudhë ishte krijuar një rregullore ligjore e fortë për mbrojtjen e udhëtarëve, mysafirëve të huajve dhe kalimtarëve të rastit.

Kjo rregullore ishte e rreptë ndaj shfrytëzimit të të huajve, ku siguronte të huajt, plaçkitjen e udhëtarëve, papastërtinë, veprime të pamoralshme, shërbime të dobëta valutore e të ngjashme.

Të huajt (udhëtarët-mysafirë) ishin të mbrojtur posaçërisht pasi mendohej që i mbronte Zeusi, dhe në këtë frymë u zhvillua mikpritja, në formë dashamirësie ndaj çdo personi të huaj në vende private dhe vëmendje dhe mirësjellje ndaj tyre në vende publike, e cila më vonë do të zhvillohet në mënyrë të konsiderueshme në civilizimin romak⁷⁵.

Në periudhën romake ka qenë atraktive pushimi dhe argëtimi. Shteti Romak ndërtohej dhe zhvillohej nga fushatat pushtuese, që i ndërmerrnin nga katër anët e botës. Në këto vende të pushtuara romakët kishin ndërtuar edhe rrugë të reja që llogariten të jenë rreth 90.000 km², të cilat frekuentoheshin e frekuentohen⁷⁶, pra njëherit janë edhe si themele të rrugëve moderne si Via Militares, Via Egnatia etj.

Vëmendje e veçantë në këtë kohë i kushtojë rehabilitimit shëndetësor të ushtarëve romakë (legjionarëve) dhe kështu u ndërtuan një numër i spitaleve dhe banjave shëruese, që shërbyen si vende shëruese dhe pushuese për strukturën militare të Romës, që sot përfaqëson vendet turistike klimaterike.

⁷² Hitrec.T.: "Turistička Destinacija, Pojam, Razvitak, Koncept", Turizam br/nr.3-5,Zagreb 1995,fq.28.

⁷³ David P.Silverman, vep e cit...fq.118.

⁷⁴ William R.Biers, vep e cit...fq.223.

⁷⁵ Po aty...

⁷⁶ Simon James: "Ancient Rome", Oxford New York 2006,fq.278.

Përveç ushtarëve në këto qendra termale trajtoheshin edhe qytetarët e lirë romakë (plebejt), si dhe shumë qytetarë të lirë (Patric). Patricët e pasur ndërtnuan njëherit edhe udhëhiqnin vilat në Detin Adriatik dhe Likurg në kohën e pushimeve verore⁷⁷, të cilat zgjasnin 5-6 muaj, por edhe deri në (1)një vit.

Në shtetin romak ngjarjet publike ishin të veçanta dhe interesante, fillimisht ishin garat në atletikë, që më vonë u shndërruan në lufta jo humane siç ishin luftërat e gladiatorëve dhe beteja me kafshë. Këto lojëra për herë të parë u organizuan në amfiteatrin Maximus-(arenë), e cila mund t'i pranonte më shumë se 100.000 shikues, ndërsa më vonë edhe Coloseumi që nxinte rreth 80.000 shikues⁷⁸.

Lojërat zgjasnin (nga koha e mbretit Trajan) rreth tre muaj ditë pas dite. Objektet për akomodim ishin të vendosura për gjatë rrugëve që lidhnin periferinë e Romës me qendrën, që njëherit ishin edhe vendpunishtet⁷⁹.

Në kohën e feudalizmit hasim një rënie relative të aktiviteteve turistike, që ndërlidheshin me udhëtimet që ishin në vllugun e saj në kohën e skllavopronarisë. Në këtë periudhë historike dominon dhe vjen në pah aktiviteti i kishës (veçanërisht katolike), e cila ndërmernte aktivitete rekreative specifike, të ndërlidhura me liturgjinë kishtarë.

Dogma kishtarë shkaktoi pasivitet tek njerëzimi, lutjet dhe aktivitetet e ndaluara janë të lidhura me aktivitetet dinamike dhe rekreative (nxitja e pasurimit të trupi dhe shpirtit) dhe e gjithë kjo ndikon negativisht në udhëtimet e motivuara nga rekreacioni dhe çështjet shëndetësore⁸⁰.

Megjithatë edhe në këtë periudhë nuk u ndërpreu të gjitha udhëtimet. Në fakt, në këtë kohë vërehet ngritja i udhëtimeve me arsye fetare. Siç janë ato nëpër qendra të ndryshme dhe pelegrinazhe të ndryshme fetare si në Lourdes në Francë, Romë, Jerusalem, Mekë etj.

Në të njëjtën kohë, pjesëtarët e klasës së privilegjuar (feudalët) organizonin apo merreshin me organizime të ndryshme si turne të ndryshme, konkurse e ekspedita gjuetie etj., që përfshinin një numër të vogël njerëzish⁸¹. Qysh pas lajmërimit të Humanizmit dhe Renesancës civilizimi rilind dhe lirohet prej stagnimit shekullor të rendit feudal.

Prej shekullit XVI filluan të lulëzojnë përsëri idetë për lirinë e trupit dhe shpirtit, përshkrimet natyrore, bukuritë natyrore, atraktiviteti i zonave të ndryshme, ndodhitë-ngjarjet interesante, monumentet kulturore etj.

Në shekullin XVII, borgjezia e re, e ndikuar nga shumë faktorë si: shkencor, arritjet teknike, idetë e reja politike, ekonomike e kulturore etj., përfshihet në udhëtimet, të cilat zgjasnin për disa muaj⁸².

⁷⁷ Po aty...

⁷⁸ Po aty...

⁷⁹ Po aty...

⁸⁰ His. The world... vep e cit.fq.320.

⁸¹ Po aty...

⁸² His. The worl... vep e cit.fq.346.

Kjo borgjezi e re njihet si shoqëri e re, të cilët inicionin udhëtime të reja detare, që ishin njëherit edhe iniciativa zbuluese, që arrinin në zona të thella të kontinentit.

Në këtë shekull janë të njohura, udhëtimet nëpër Evropë (Grand Tour), ku u vizituan qendrat e njohura kulturore si: Roma, Parisi, Berlini, Praga si dhe një numër i qendrave malore si Alpet dhe vendpushimet shëndetësore në Francë, Itali etj.⁸³.

Tregtarët, mjekët, bankierët dhe të gjitha profesionet tjera si artistët, profesorët, letrarët etj., udhëtuan në vende të ndryshme të shtyrë nga motive të ndryshme pushimi, rekreacioni, zbavitjeje, mësimi, kulturore dhe arsye tjera. Popullariteti i këtyre udhëtimeve ishte në nivel.

Këto iniciativa, sidomos në shekullin XVIII, por edhe në pjesën e parë të shekullit XIX, kur vërehet një dyndje e madhe -perspektiva natyrore i quajmë si “kthimi në natyrë”, ngase natyra ishte popullore në shkrimet e shumë shkrimtarëve të kësaj periudhe⁸⁴.

Në këtë kohë haset edhe një ngritje e madhe apo më mirë të themi një motiv i shtuar për udhëtime “turistike” dhe një dëshirë e shtuar për njohjen e vendeve dhe njerëzve, kulturave dhe zakoneve të tyre.

Udhëtimet speciale erdhën në shprehje menjëherë pas shpikjes së motorit me avull, ndërtimit të rrugëve moderne, ndërtimit të hekurudhave dhe anijeve, ndërkaq kulminacionin e arriti me shpikjen e motorit me djegie të brendshme dhe në fund paraqitjen e automobilin (në fund të shekullit XIX).

Periudha e turizmit bashkëkohor

Që nga pjesa e dytë e shekullit XIX e deri në ditët tona zgjat kjo periudhë moderne-bashkëkohore në zhvillimin e turizmit.

Si vit vendimtar merret viti 1841, kur anglezi Thomas Cook organizoi grupin e parë të udhëtimit me tren, me pjesëtarët e një shoqërie antialkooliste, të cilëve ju ofroi një shëtitje në grup me tren (kjo shëtitje u bë mes dy qyteteve në Angli, Leicester dhe Liverpulit.

Udhëtimi në atë kohë me tren ishte atraktiv dhe ishte njëditor), ku udhëtimi ishte shoqëruar me çaj dhe muzikë⁸⁵. Pas kësaj iniciative, në vitin 1845, Cook organizoi apo më mirë të themi themeloi Agjencionin e parë të udhëtimit dhe filloi të veprojë me punë serioze në turizëm⁸⁶.

Kështu për shembull: në vitin 1851 u organizua udhëtimi për vizitë në Ekspozitën Botërore në Londër, e cila mendohet se kishte rreth 165.000 vizitorë. Në vitin 1867 u organizua vizita e ekspozitës në Paris, që i kishte rreth 20.000 vizitorë, ndërsa në vitin 1867 rreth 11 udhëtarë themeluan një pikë shitje të tiketave të udhëtimit në Londër, ndërsa në vitin 1871 e organizuan udhëtimin e parë rreth botës⁸⁷.

⁸³ Po aty...

⁸⁴ Hitrec.T, vep e cit.

⁸⁵ Foster.D.: “Travel and Tourism Menagment”, London 1985, fq.30.

⁸⁶ Po aty...

⁸⁷ Po aty..fq.49.

Cook ishte novatori i kësaj ideje, duke futur në qarkullim rezervimin, vaucher programin e rrugëtimit dhe praktikisht mbeti themelues i formave të ndryshme të organizimit të udhëtimit bashkëkohor. Kjo qëndron mes kërkesës dhe ofertës turistike, e cila krijon apo ndërton shërbimet turistike në harmoni me format e udhëtimit (p.sh: pako turistike, marrëveshjet e ndryshme, aranzhimet etj.) e gjithë kjo bëhet popullore veçanërisht pas Luftës së Dytë Botërore⁸⁸.

Kështu shërbimet turistike nga të harmonizuara u shndërruan në domethënëse dhe faktorë të rëndësishëm të kërkesës turistike, ku ajo më dominantja dhe individualja që ishte deri atëherë u shndërrua në një fenomen masiv.

Megjithatë, duhet t'i cekim edhe faktorët tjerë, të cilët ndikuan dhe ishin pjesë e zhvillimit të turizmit në këtë periudhë, siç janë për shembull: rritja e shpejtësisë dhe komoditetit të transportit hekurudhor dhe më vonë edhe atij rrugor me anë të automobilave. Në këtë kohë hasim ngritjen e sferës, fushës së turizmit malor, shëndetësor dhe bregdetar.

Në të njëjtën kohë vërejmë edhe shtimin e kohës së lirë dhe rritjen e të ardhurave financiare jo vetëm te klasat e privileguara (aristokraci dhe borgjezi), por në përgjithësi të gjitha shtresat shoqërore (në këtë kohë gradualisht vërejmë edhe involvimin e shtresave tjera shoqërore në udhëtimet turistike).

Në këtë periudhë zbulohen edhe fusha të reja turistike (destinacione), sidomos në rajonin e Mesdheut, ku ende intensivisht punohet në ndërtimin e infrastrukturës dhe super strukturës së turizmit, e cila filloi me punën e parë të shoqërive turistike, të cilat në vendet turistike ndihmojnë në organizimin e punëve turistike, ndikojnë në “promovimin” e atyre vendeve dhe lajmërojnë banorët vendorë për ardhjen e turistëve.

Në këtë mënyrë stimulojnë ndërmarrjen e udhëtimeve turistike për shembull: për fushata të gjuetisë, peshkim alpinizëm, e automobilizëm etj⁸⁹.

E gjithë kjo është apo më mirë të themi duhet të jetë një veprimtari aktive e strukturave shtetërore, e cila mes dy luftërave botërore ndikoi në angazhimin, stimulimin dhe zhvillimin e turizmit në të gjitha sferat, ku ka premisa ekonomike dhe shoqërore.

Zhvillimi dhe hapja e fushave të reja të qarkullimit (sidomos atij rrugor), pra atij automobilistik , u bë më domethënëse për udhëtimin, sidomos për krijimin e agjencioneve të udhëtimit etj.

Turizmi, posaçërisht pas Luftës së Dytë Botërore, e sidomos pas aplikimeve apo futjes në funksionim të udhëtimeve ajrore në vitet e 60-ta të shekullit XX, pra krijimit të linjave ajrore në vitet e 70-ta, u krijua si një ekspansion domethënës apo si “zgjerim i udhëtimeve”⁹⁰. Udhëtimet e organizuara gradualisht fillojnë t'i marrin dimensionet e një “industrije”⁹¹.

⁸⁸ Po aty...

⁸⁹ Foster.D, vep e cit...fq.120.

⁹⁰ Po aty...

⁹¹ Po aty...

Përfundimi

E kaluara historike është faktori kyç në shtjellimin e zhvillimit të turizmit, që na pasqyron etapat të cilat i ka kaluar turizmi nëpër periudha të ndryshme.

Periudhat e turizmit pasqyrojnë gjendjen e turizmit në të kaluarën si dhe japin mundësinë e krijimit, formimit të një strategjie apo plani për zhvillimin e turizmit në të ardhmen, ndërkaq në një formë i thellon themelet e turizmit si fushë studimore dhe krijon një bazament për studimet më të thella në të ardhmen.

E rëndësishme në këtë punim është shtjellimin i këtyre dy periudhave në zhvillimin e turizmit, të cilat na shtyjnë në përfundimin se qysh në fillim, faktorë kyç në zhvillimin e turizmit ishin njerëzit dhe involvimi i tyre në këtë fushë, lëvizja e lirë dhe mjetet materiale.

Literatura:

1. Grup Autorësh.: "The New History of the World", Oxford New York 2003.
2. Hitrec.T.: "Turisticka Destinacija, Pojam, Razvitak, Koncept", Trizam br/nr.3-4. Zagreb 1995.
3. Hodson. A.: "The Travel and Tourism Industry-Strategies", Pergamon Press, London 1987.
4. Foster.D.: "Travel and Tourism Managment", London 1985.
5. Hands-on History: "Ancient Civilizations Activities", Neë York 2007.
6. Hayëood.J.: "Historical Atlas of Ancient Civilizations", London 2005.
7. Kaiser.C., Helber.L.: "Tourism, Planning, and Development Heinemann", London 1978.
8. Siverman.D.: "Ancient Egypt", London 1997.
9. Sarah.P., Stanley.M., Walter.D.: "A Brief History of Ancient Greece", Los Angeles 2009.
10. Simon.J.: "Ancient Rome", Oxford New York 2006.

Mr.sc. Mislim Zendeli

PERSPEKTIVAT E ZHVILLIMIT TË TURIZMIT DIMËROR NË KODRËN E DIELLIT NË KUSHTET E NGROHJES GLOBALE

Abstrakt

Në konferencën e mbajtur në Lima, në shtator të vitit 2008, Organizata Botërore për Turizëm (UNWTO) zgjodhi pikërisht temën: “Ndryshimet klimatike dhe turizmi”, duke pasur parasysh nevojën e analizimit të problemeve që lindin në veprimtarinë turistike nga ndryshimet klimatike.

Shumica e qendrave sportive dimërore ballafaqohen me problemet që i solli ngrohja globale, ndërkaq të njëjtat kanë angazhuar ekspertë të fushave të ndryshme për kërkime shkencore. Ata janë munduar të përpilojnë strategji zhvillimore konform kushteve të krijuara.

Alternativa e parë hëpërhë ka qenë pajisja e qendrave me topa të bores, kurse e dyta ndërtimi i qendrave sportive në lartësi më të mëdha mbidetare dhe me qëndrueshmëri të sigurt të borës. Por, zgjedhja e parë krijon harxhime të mëdha uji, energjie dhe prishje të ekostrukturave. Kurse e dyta vjen në kundërshtim me parimet e turizmit të qëndrueshëm.

Me një situatë të këtillë përpos problemeve të natyrave tjera ballafaqohen edhe subjektet ekonomike që janë në qendrën turistike Kodra e Diellit⁹², një nga qendrat e njohura në Maqedoni për kushtet natyrore dhe terrenet sportive.

Ky punim ka për qëllim caktimin e aktiviteteve që duhet të ndërmerren nga organet lokale e republikane dhe organizatat joqeveritare nga sfera e turizmit për të gjetur modalitete dhe forma të bashkëpunimit, në përpilimin e strategjive zhvillimore të turizmit në këtë qendër të njohur konform kushteve të krijuara.

Dihet se turizmi, si veprimtari, krijon efekte multiplikative në vendin apo rajonin ku zhvillohet andaj përkujdesja për një zhvillim të qëndrueshëm të kësaj qendre do të ndikojë në zhvillimin e tërë rajonit. Para së gjithash këtu mendohet në punësimin e banorëve, zhvillimin e bujqësisë dhe blegtorisë për nevojat turistike, zhvillim ky që nuk do të dëmtojë natyrën dhe ambientin.

Fjalët kyçe: ngrohje globale, skenar, qendra sportive, turizëm dimëror, strategji zhvillimore

⁹² Në të gjitha hartat dhe dokumentet zyrtare qendra dimërore Kodra e Diellit njihet me emrin Popova Shapka, që do të thotë se ky është emërtimi zyrtar edhe pse në shkrimet në shqipë përdoret emri Kodra e Diellit

Hyrje

Sipas një informate më të re të Akademisë së Shkencave të Zvicrës deri në vitin 2050 klima e përgjithshme në Alpe do të rritet për 2 °C. Sipas tyre, priten verëra ekstrem të thata dhe dimra të ftohtë. Të reshurat e borës do të zëvendësohen me ato të shiut. Në Gjermani llogaritet se deri në fund të këtij shekulli do të rriten 2,5-3,5 gradë C.

Temperaturat më së shumti parashihen të ngritën në pjesën jugore dhe juglindore të Gjermanisë, deri 4 gradë. Këto vlera janë trende globale. Bazuar në skenarin e lartpërmendur në Zvicër deri në vitin 2050 do të shtohen të reshurat në dimër për 10 për qind, kurse në Gjermani për 1/3. Sot në Alpet gjermane 1/3 e të reshurave është në formë të borës, kurse në fund të këtij shekulli ky numër mund të zvogëlohet në 1/6.

Shikuar nga aspekti i turizmit ngrohja globale do të sjellë probleme serioze për shumicën e destinacioneve turistike. Më së shumti do të pësojnë rajonet që tradicionalisht ofrojnë shërbime turistike dimërore.

Ngrohja globale pra më së tepërmi do ta godasë turizmin dimëror veçanërisht qendrat e njohura sportive që gjenden në Evropë dhe më gjerë.

Ndryshimet klimatike i rrezikojnë qendrat dhe rajonet e skijimit veçanërisht ato që janë në lartësi mbidetare nën 1500 m. Dihet se qendrat turistike sportive dimërore anekënd botës gjithëherë kanë qenë të varur nga qëndrueshmëria e dëborës dhe nga kushtet klimatike.

Shumë hulumtime janë bërë në lidhje me këtë problematikë dhe supozohet se nga 230 qendrat sportive dimërore në Zvicër, që tani ekzistojnë në një periudhë jo të largët kohore, do të ngelin 144 shumica nga to apo më saktë 94 sosh vetëm në Kantonet Wallis dhe Graubünden.

Turizmi dimëror varet kryesisht nga sportet dimërore nga del se edhe turizmi dimëror varet kryekëput nga dëborja dhe qëndrueshmëria e saj. Krahas kësaj varësinë nga dëborja sportet dimërore kanë një raport 3:1 të disfavorshëm përballë atyre verore (sportet dimërore paraqesin pakicë në paletën e sporteve të përgjithshme).

Prandaj, janë në rritje zërat se sportet dimërore nuk janë dhe aq të leverdishme për veprimtarinë turistike. Mundësitë e shfrytëzimit të kohës së lirë me forma të reja, si pasojë e ndryshimit të stilit jetësor krijojnë atraktivitete të reja të ofertës së përgjithshme në industrinë turistike. Këto ndryshime paraqiten si konkurrencë sportive dimërore.

Mirëmbajtja e infrastrukturës së sporteve dimërore aq shumë do ta shtrenjtojë qëndrimin në qendra turistike dimërore, saqë shumica e familjeve nuk do të mund të merren me sporte dimërore.

Sportet me ski, që llogariteshin si sporte masive, sipas parashikimeve, do të shndërrohen në sporte, të përshtatshme vetëm për një pjesë të popullatës.

Prandaj, qendrat e turizmit dimëror dhe të gjitha subjektet që ushtrojnë këto veprimtari (ndërmarrjet hoteliere, ndërmarrjet e teleferikëve, ndërmarrjet e mirëmbajtjes së shtigjeve, ndërmarrjet që ofrojnë

shërbime dimërore turistike si p.sh. shkolla të skijimit etj.) për të qenë në hap me kohën dhe për të përballuar konkurrencën nga format tjera të turizmit kërkojnë rrugë shtigje të reja veprimi.

Këtu para se gjithash mendohet në krijimin e kushteve më të mira në aspektin e përgatitjes së shtigjeve për skijim, ofrim të shërbimeve të reja dhe shtesë, sigurim të borës gjatë qëndrimit të klientëve etj. Nga shumica e faktorëve që ka ndikim në kërkesën dimërore turistike është qëndrueshmëria e dëborës, përshtatshmëria dhe rregullimi i pistave dhe kapacitetet e skiliftave.⁹³

Në këtë kontekst shumica e politikbërësve të këtyre rajoneve me të drejtë investimet në ndërtimin e pistave dhe infrastrukturës turistike dimërore, në viset me lartësi të mesme dhe të ulët mbidetare, i llogarisin investime të gabuara, shikuar nga aspekti ekonomik dhe ekologjik.

Në dimër bora do të qëndrojë, por nëpër vise më të larta kjo do të thotë se qendrat ekzistuese dimërore nuk do të mund të jenë më rentabile.

Në vitin 2050, shumica e akullnajave të vogla në alpe do të zhduken dhe kjo shkrirje do të tronditë themelet e fundamenteve dhe stacioneve të teleferikëve ekzistuese. Do të rriten gjithashtu rreziqet nga rrëshqitja e gurëve dhe shkëmbinjve malor, ndërkaq që të mbahet në nivelin e dëshiruar atraksioni turistik i alpeve patjetër duhet që kërkesa t'ju përshtatet ndryshimeve.

Ka zëra që thonë se me ndryshimet klimatike qendrat dimërore do të duhet të orientohen kah zhvillimi i turizmit veror alpin, kështu që verat e ngrohta mund të shfrytëzohen për destinacione të reja veçanërisht nëpër liqene malore, duke i bërë këto më atraktive. Ndërkaq nga këto ndryshime do të përfitojnë vendet me lartësi mbidetare më të mëdha.

Studimet e bëra në Zvicër dhe Austri tregojnë se ekoturizmi apo turizmi natyral mund jetë një alternativë e turizmit dimëror pasi krijon shanse zhvillimore rajonale dhe ekologjike. Që në takimin e parë në Rio 1992, janë vu themelet për një mbrojtje afatgjate të resurseve natyrale. Kjo në fakt paraqet një proces të përqendruar të politikës botërore ambientale. Në të njëjtën vijë është qëndrimi i Organizatës Botërore Turistike pranë KB (UNWTO) ku potencohet rëndësia e të ashtuquajturës “turizëm i qëndrueshëm”.

Ky duhet të paraqet formën më të përsosur të ngritjes së cilësisë së jetesës në vendet ofruese të shërbimeve turistike. Vendet që do të zbatojnë këtë model do të krijojnë standarde të larta të përjetimeve për klientët, por njëherazi standarde të mbrojtjes afatgjate të ambientit jetësor. Në vendet alpine të gjitha kërkesat që kanë të bëjnë me mbrojtjen e ambientit jetësor në planin nacional rajonal dhe lokal janë skajshmërisht të konceptuara.

Këtu do të përmendim shembullin e Ministrisë Federative të Austrisë, e cila qysh në vitin 1995 ka vënë kritere dhe masa të veçanta për mbrojtjen ambientale turistike.

Shanset për zhvillim në vendet malore janë më tepër për turizmin veror se sa atij dimëror. Sa i përket kërkesës së turizmit dimëror ekspertët prognozojnë se kërkesa e tillë do të koncentrohet në ato qendra që do ta mbijetojnë krizën.

93 Peter Zellmann,në:KOMMUNAL 02/2007

Pasi që në Mesdhe do të ketë ngritje të temperaturave sigurisht që kjo do të rritë kërkesën për turizëm malor gjatë verës. Madje tani më është rritur kërkesa për produkti turistik “verë malore“ edhe përkundër rreziqeve nga ortejë dhe lumenjtë.

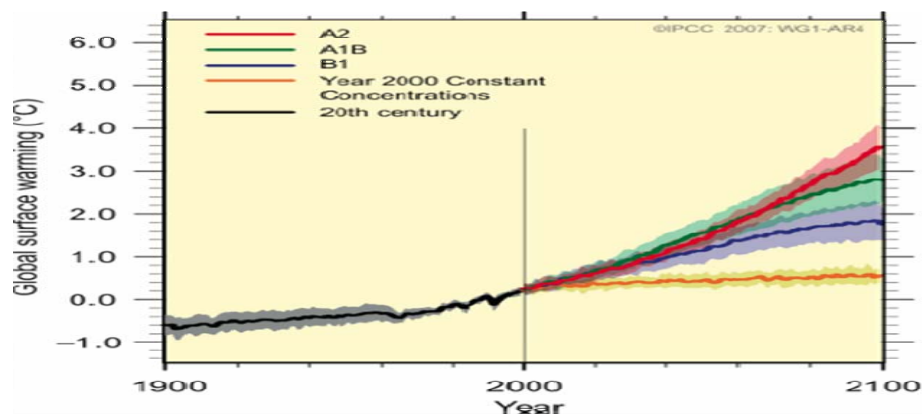
Shkencëtarët zviceranë, bazuar në prognozatat klimatike, parashikojnë shkrirjen e akullnajave dhe kjo do të rritë atraktivitetin e këtyre viseve malore.

Këto pamje madhështore duhet të përdoren si përparësi konkurruese të këtij destinacioni turistik. Deri në vitin 2050 sipërfaqja e mbuluar me akullnaja do të zvogëlohet për një të tretën krahasuar me ato të viteve 90-ta. Kësi pikëpamjesh madje ka dhe komisioni internacional për mbrojtjen e alpeve nga ndryshimet klimatike.

Autorët në raportet më të reja në temën: “Turizmi dhe planifikimi hapësinor në kohën e streseve klimatike“ thonë se bora do të qëndrojë vetëm në lartësi të mëdha mbidetare. Kjo tregon qartë trendin e lëvizjes së gjërave të ndikuar nga ndryshimet klimatike.

Andaj, tendencat e industrisë turistike, veçanërisht të këtyre rajoneve që pretendojnë të kenë atraktivitet të qëndrueshëm, duhet t’ju përshtaten kushteve të reja, duke ndryshuar ofertën konform rrethanave të krijuara.

Derisa në vendet që kanë të zhvilluar turizmin dimëror siç janë vendet alpine, me të madhe punohet në drejtim të përshtatjes së situatës së krijuar apo gjetjes së formave të përshtatshme në zhvillimin e turizmit konform kushteve të krijuara atmosferike, në Maqedoni, respektivisht në Komunën e Tetovës, si më e goditura nga këto ndryshime, nuk merren me këtë problem. Për këtë temë as që flitet e le më të hulumtohet dhe analizohen strategjitë vepruese në të ardhmen.



Prognozatat e rritjes së temperaturave sipas disa skenarëve deri në vitin 2100⁹⁴

Ndryshimet klimatike në Maqedoni deri në vitin 2006 janë analizuar përmes dy parametrave themelor: temperaturës së ajrit dhe të reshurave. Janë bërë analiza përmes të dhënave nga periudha

⁹⁴ Burimi Schär et al. (2004): ©IPCC FOURTH ASSESSMENT REPORT, CLIMATE CHANGE 2007 (AR4)

1971-2000 në 34 pika të matjeve meteorologjike me qëllim që të definohet klima në disa rajone dhe që të bëhen analizat komparative në një periudhë 30 vjeçare.

Sipas rezultateve të skenarëve, ngritja mesatare e temperaturave është 1,0 °C në vitin 2025, 1,9 °C në vitin 2050, 2,9 °C në vitin 2075 dhe 3,8 °C në vitin 2100.

Ndërkaq, sasia mesatare e të reshurave pritet të zvogëlohet për -3 % në vitin 2025, -5% në vitin 2050, -8% në vitin 2075 dhe -13 % në vitin 2100 krahasuar me vitin bazë.

	Ndryshimet e temperaturave mesatare °C	Ndryshimet e të reshurave %
Viti	vjetore	vjetore
	2025 2050 2075 2100	2025 2050 2075 2100
E ulët	0,9 1,6 2,2 2,7	-1 -2 -4 -5
E mesme	1.0 1,9 2,9 3,8	-3 -5 -8 -13
E lartë	1.1 2,1 3,6 5,4	-6 -7 -12 -21

Tabela e ndryshimeve të projektuara të temperaturave të mesme të ajrit (°C), në të reshurat (%) për Maqedoninë bazuar në produktin e drejtpërdrejtë të GCM (Modeli global klimatik) të interpeluar në lokacionin gjeografik 21,5°E i 41,4°N në raport me periudhën bazë të vitit 1990⁹⁵.

Kërkime për ndryshimet klimatike dhe ndikimet në turizmin dimëror

Kërkime shkencore që kanë të bëjnë me problemet e turizmit dimëror si rrjedhojë e ngrohjes globale janë bërë dhe bëhen në vendet që disponojnë me qendra turistike dimërore, si p.sh: Zvicra, Austria, Gjermania, Australia dhe Kanadaja.

Në Zvicër për problemet e ngrohjes globale dhe pasojave është përpiluar program nacional (NFP 31), ku përfshihen edhe ndikimet që do të kenë rritjet e temperaturave në zhvillimin e sport-turizmit dimëror.

Shkencëtari i njohur i kësaj fushe Abegg, (1996) bazuar në skenarin e rritjes së temperaturës prej 2 K prognozoi se deri në vitin 2050 borë të sigurt do të ketë vetëm në 63 % të hapësirave të përshtatshme për sporte dimërore në territorin zviceran.

Ndërkaq, pjesa tjetër, edhe pse do të ketë borë të mjaftueshme për subjektet që ofrojnë shërbime të sport-turizmit dimëror (ndërmarrjet e teleferikëve dhe ski-lifteve, ato të hotelierisë, shkollat e skijimit etj.) nuk do të ketë garanci për rentabilitet.

Autori tjetër Buerki (2000) duke u bazuar në skenarin më pesimist (+1,2-2,6 K) prognozoi se në periudhën 2030-2050 bora e sigurt do të jetë në lartësi 1600-2000 m.

95 Burimi: Raporti i dytë nacional i RM bashkëngjitur Konventës së KB për ndryshimet klimatike

Në Austri, si vend alpin me turizëm dimëror më të zhvilluar, qeveria dhe subjektet e tjera kanë iniciuar studime të mirëfillta në këtë fushë. Sipas Breiling (1997), nëse temperaturat ngritën për 2-3 K deri në 2050 pasoja do të kenë fillimisht rajonet e Austrisë lindore dhe pastaj ato perëndimore.

Po ashtu, sipas të njëjtit autor, ngrohja globale më tepër do t'i godasë hapësirat me të ulëta. Ai të gjitha rajonet turistike dimërore në Austri i ndan në tri grupe dhe paraqet skenarët për secilën veç e veç .

Sipas studimit të Kromba-Kolb& Formayer (2001), ndikimet klimatike në 50 vjetët e fundit tregojnë se temperatura ka lëvizur për 1 K në të gjitha lartësitë. Në dekadën e fundit qëndrimi i borës në lartësi prej 1000-1500 m është më i shkurtër për një javë, kurse mbi këtë lartësi nuk vërehen ndryshime.

Në Gjermani po ashtu shumë studiuesit janë marrë me ndikimin e ngrohjes globale në turizmin dimëror.

Harrer (1996) është nisur nga skenari +3 K dhe parashikon që, në Gjermani, probleme të turizmit dimëror, si pasojë e ngrohjes globale, të ketë vetëm në hapësirat në lartësi mbi 1500 m (në anën veriore) dhe mbi 2000 m (në pjesën jugore). Sipas tij, nga mungesa e borës së qëndrueshme parashikohen të humben diku rreth 20-25 mil. bujtje.

Që nga vitet 1980 edhe në Kanada është punuar dhe studiuar në temën e ndikimeve të ngrohjes globale në sport –turizmin dimëror. Autorë të ndryshëm si p.sh. Wall & Mc Boyle kanë bërë studime të shumta për zgjatjet sezonale dimërore në vise të ndryshme të Kanadasë. Por, meqë këto studime janë bërë në një kohë të hershme 1977 nuk kanë ndonjë peshë në trajtimin tonë.

Scott et al (2003) është një studim i mirëfilltë për ndikimin në turizmin dimëror- ndryshimet klimatike në rajonin e Lakelandit në Kanada. Sipas këtij studimi, rritja e temperaturës ka shkurtuar sezonin e turizmit dimëror në varësi prej rajonit prej 0-16 %, kurse për vitin 2050 kjo % parashihet të jetë 7-32 %.

Në Australi, pasi ka potenciale për zhvillimin e sporteve dimërore, janë bërë studime lidhur me ndikimet klimatike në zhvillimin e turizmit dimëror, si studimi Hennessy et al (2003), ku parasheh dy skenarë.

Studimi Low impact (impakt i ulët) dhe high impact (impaktit të lartë) për periudhën 2020 dhe 2050, parasheh që të reduktohet kohëzgjatja e qëndrimit të borës nëpër rajone sportive dimërore sipas ndikimit të ulët prej 2-7%, ndërkaq sipas atij të lartit prej 17-54 %.

Strategjitë e zhvillimit të turizmit dimëror në kushtet e ngrohjes globale

Edhe pas dy dekadave nga mbajtja e samitit botëror klimatik në Rio përsëri shumica e vendeve nuk e marrin me seriozitet problemin e ngrohjes globale. Me qëllim që të shkohet më tutje në realizimin e masave të parapara në Kjoto u nënshkrua protokollin botëror për planin aksional.

Raporti më i ri i KB "Climate Change 2007" bazohet në serinë e 80.000 të dhënave nga 577 hulumtime të bëra gjatë një kohe prej 20 vjetësh.

Kjo degë turistike është duke u shndërruar si një sektor më i rëndësishëm ekonomik, që zhvillohet me një dinamikë të përshpejtuar, duke mbërritur shumë prej 800 miliardë dollarë në vit nga udhëtimet internacionale.

Por, rritja e temperaturave do të ndikojë në uljen e të ardhurave nga ski-turizmi si element i konsumit të përgjithshëm turistik.

Problemet akute të turizmit dimëror janë të njohura: ndryshimet klimatike, shërbimet e shtrenjta për sporte dimërore, mobiliteti (komunikacioni) ambienti etj.

Nga rritjet e temperaturave më së shumti do të pësojnë rajonet që tradicionalisht ofrojnë shërbime turistike dimërore. Që të mbajnë pozitat që kanë në tregun turistik qendrat dimërore duhet domosdo të rrisin investimet krahas plotësimit të ofertës.⁹⁶

Për të analizuar ndikimet e ngrohjes globale në ski-turizmin duhet të nisemi nga sintagma se “pa dëborë nuk ka sport dimëror, pa sport dimëror nuk ka turizëm dimëror”.

Mungesa e turizmit dimëror vështirëson dhe zhvillimin e turizmit veror, duke krijuar problemet e të punësuarve stinor, pagave të ulëta, afarizëm sezonal, mbushje minimale e arkave të fondeve për pagesë në raste të papunësisë dhe kështu me radhë.

Pra, fillimisht duhet të nisemi nga kushtet themelore të nevojshme për ski- turizmin e kjo paraqet qëndrueshmërinë e dëborës. Si borë e sigurt llogaritet bora e rregullit 100 ditor gjatë sezonit. Vetëm në kushte të borës së sigurt një qendër skijimi mund të jetë profitabile (këtu duhet të bëhen ca parashënime):

1. Kufijtë e lartësisë së borës së sigurt ndryshojnë. Që të merren parasysh ndryshimet klimatike të një hapësire të madhe alpine duhet të korrigjohet kjo lartësi teposhtë (ndikimi kontinental në veri) apo përpjetë (ndikimi i mediteranit në jug) nga ajo që është definuar në alpet zvicerane.
2. Kufiri i lartë i borës së sigurt do të ngritët përpjetë për çdo gradë celzius në 150 m lartësi.

Ngritjes së temperaturës për +2 °C dhe +4°C i përgjigjen lartësitë 300 gjegjësisht 600 m. Rritjet e temperaturave, sipas skenarit më optimist, parashihen të ndodhin siç vijon: në vitin 2020 për +1 °C, në 2050 për +2 °C kurse në fund të shekullit +4 °C.

Hulumtimet e lartpërmendura përfshijnë analizat e bëra në 666 qendra (rajone) alpine të skijimit: 228 austriake, 168 zvicerane (përfshirë këtu Lihteshtajnin) 148 frënge, 87 italiane dhe 39 gjermane. Nuk janë marrë parasysh ato qendra skijimi të cilat kanë më pak se tre pajisje transporti respektivisht më pak se 5 km gjatësi të pistave të skijimit.

Si qendër skijimi është llogaritur ajo e cila plotëson rregullën 100 ditësh të mbulesës së borës. Nga gjithsej 666 skijimi me borë natyrale llogariten vetëm 609 (91%).

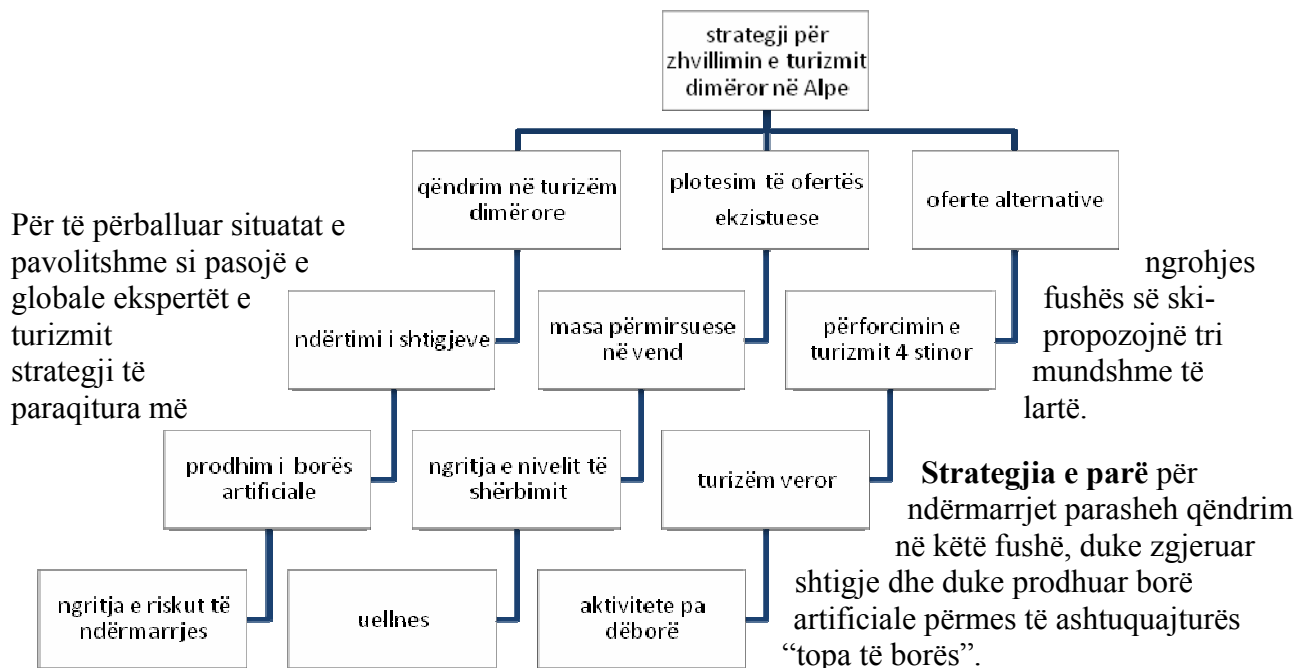
96 Sabine M.: INTERNATIONALE SEILB AHNRUNDSCHAU 3/2008

Sipas këtyre parashikimeve, nëse temperatura do të rritet për +1 gradë C, kjo nënkupton ngritje të lartësisë mbidetare për 150 m, atëherë numri i tyre do të zvogëlohet për 500 (75%). Nëse lartësia e borës së sigurt rritet në 300 m (+2 °C) do të ngelnin 406 (61%), kurse me rritjen e lartësisë në 600 m (+4 °C) do ngelnin vetëm 202 respektivisht 30%.

Në rrafshin internacional më mirë qëndrojnë qendrat e skijimit në alpet zvicerane. Nëse lartësia e dëborës do të zhvendosej në 300 m (600 m) numri i tyre do të reduktohet në 129 (79%) respektivisht në 78 (49 %).

Shanset më të mëdha për borë të qëndrueshme, sipas këtij hulumtimi, kanë dy kantonet zvicerane Graubunden dhe Valis, Departamenti Savoy në Francë, provinca autonome Valle d'Aosta në Itali si dhe me ca përkufizime Tiroli.

Gjasat më të vogla në të ardhmen në aspektin klimatik dhe topografik kanë rajonet më pak të volitshme si p.sh. Jugu dhe jugperëndimi i alpeve frënge, si dhe shumë rajone me karakter para alpin.⁹⁷



Strategjia e dytë nënkupton plotësimin e ofertës ekzistuese dimërore me masa të përmirësimit të cilësisë së shërbimeve dhe ofrimit të formave të reja plotësuese të qëndrimit në qendra dimërore, si p.sh. Uellnes.

Strategjia e tretë paraqet oferta alternative të zhvillimit të turizmit dimëror. Këtu parashihen masa në drejtim të përforcimit të turizmit katër stinor, ngritjen e turizmit veror dhe orientim kah aktivitetet të cilat nuk kërkojnë dëborë.

97 Abegg B. (1996). Klimaänderung und Tourismus. Klimafolgenforschung am Beispiel des Eintertourismus in den Schöeizer Alpen. Schlußbericht NFP 31

Analiza e gjendjes në Qendrën sportive dimërore “Kodra e Diellit”

“Kodra e Diellit” llogaritet si njëra nga qendrat më të rëndësishme e turizmit dimëror dhe atij malor jo vetëm në Maqedoni, por dhe në mbarë hapësirat e Ballkanit. Për të pasur një bazë për planifikim afatgjatë të kësaj qendre duhet parë skenarët e zhvillimeve të ngrohjes globale në këtë pjesë të Ballkanit.

Raportet e ngrohjes globale në Maqedoni për periudhën e ardhshme janë paraqitur në tabelën e mëposhtme. Në të shihen skenarët e mundshëm të zhvillimeve klimatike në “Kodrën e Diellit”.

Viti	Ndryshimet e temperaturave mesatare (°C) vjetore				Ndryshimet e të reshurave (%) vjetore			
	2025	2050	2025	2050	2025	2050	2025	2050
E ulët	1,2	2,3	3,0	3,7	0	-1	-2	-2
E mesme	1,3	2,6	3,9	5,3	-2	-3	-5	-8
E lartë	1,5	3,0	5,0	7,4	-4	-5	-8	-15

Ndryshime të projektuara për temperaturat mesatare të ajrit në °C dhe për të reshurat (%) për pjesën veri perëndimore të Maqedonisë nën ndikimin dominues të klimës alpine (të paraqitur nga stacionet Lazaropole, Popova Shapka dhe Solunska Glava)⁹⁸.

Të gjitha prognozatat flasin se do të ketë ngritje të temperaturave edhe për këtë qendër dimërore. Por, me këtë rast duhet të potencojmë se kjo qendër dimërore gjendet në një lartësi “të sigurt” mbidetare sa i përket qëndrueshmërisë së dëborës.

Sipas të dhënave të Entit Hidrometeorologjik të Maqedonisë, numri mesatar i ditëve me dëborë në Kodrën e Diellit është 135, kurse trashësia e dëborës në muajt janar, shkurt dhe mars mesatarisht është 100 cm.

Në muajin dhjetor ka një shtresë të mirë të dëborës, ndërkaq në muajt nëntor dhe prill trashësia e saj ndryshon mjaft. Në bazë të të dhënave statistikore dhe në bazë të konstatimeve që mundëm të arrijmë në vend⁹⁹, mund të llogaritet se minimumi i qëndrueshmërisë së dëborës është 4 muaj.

Kjo gjendje është në lartësi mbidetare mbi 1300 m për shpatet të kthyer prej veriperëndimit kah lindja dhe në lartësi prej 1500 m për shpatet tjera përveç atyre në jug. Mbase terrenet skiatore gjenden në lartësi prej 1300 deri 2450 m, kurse pjesa dërrmuese e tyre shtrihet në drejtim verilindor dhe lindor ato ofrojnë mundësi shumë të mira për një borë të qëndrueshme gjatë stinës së dimrit.

Gjatë përpilimit të një strategjie zhvillimore subjektet vendimmarrëse duhet pasur parasysh konkurrencën ekzistuese të turizmit- sportiv dimëror në Ballkan që është në rritje të sipër.

⁹⁸ Burimi: Raporti i dytë nacional i RM bashkëngjitur Konventës së KB për ndryshimet klimatike

⁹⁹ Plani hapsinor AKAY, fq.12

Me këtë rast do të përmendnim shembullin e Bullgarisë, ku krahas qendrave të njohura Pamporovo, Borovec, ndërtohet qendra e re Pipeline, ku investohen rreth 2.5 miliardë euro. Projektet e mëdha të kësaj fushe e bëjnë që Bullgaria me të drejtë të quhet “Alpet e Ballkanit”, të cilin zhvillim e mundësojnë fondet e BE, që ofrojnë financa për qendrat dimërore me turizëm të qëndrueshëm.

Konkurrencë në “Kodrën e Diellit” paraqesin dhe qendrat ekzistuese në Serbi (Kopaoniku dhe Zlatibori), ku janë bërë investimet e mëdha në drejtim të përmirësimit të kushteve për qëndrim në këto qendra.

Në këtë kontekst, në Maqedoni investime për zhvillimin e turizmit dimëror janë bërë në Kozhuf edhe përkundër faktit se parashikimet për këtë rajon janë shumë më pesimiste.

Kahet e zhvillimit të mundshëm të “Kodra e Diellit” në kushtet e reja klimatike

Nga ndryshimet e ndodhura klimatike në Maqedoni më së tepërmi vërehet ulja e sasisë së të reshurave në shumicën e rajoneve. Kjo ulje është e theksuar në rajonet malore të Sharrit (Mavrovë dhe Kodra e Diellit) rreth 100 mm në vit.

Në Kodrën e Diellit do të ketë borë të qëndrueshme, por nëpër vise më të larta. Për analizë të parametrave klimatik janë marrë të dhënat nga stacionet meteorologjike në Kodrën e Diellit në një lartësi mbidetare prej 1750 m.

Andaj, qendra ekzistuese “Kodra e Diellit” nuk do të jetë rentabil, kurse humbjet e krijuara do të duhet të kompensohen me aktivitete tjera turistike¹⁰⁰.

Njëra nga strategjitë më të volitshme të zhvillimit të qendrës “Kodra e Diellit” në kushtet e reja klimatike mendojmë të jetë zhvillimi i turizmit katër stinor. Ofertat alternative të turizmit dimëror mund të jenë në drejtim të plotësimit por jo të zëvendësimit të plotë të saj me aktivitete të reja.

Sa i përket Qendrës Dimërore “Kodra e Diellit”, është më se e nevojshme që organet qeveritare kompetente për zhvillimin e turizmit dimëror të iniciojnë investime të nevojshme. Këto investime duhen për ndërtimin e shtigjeve sportive (të reja gjegjësisht mirëmbajtjen e të vjetrave) e teleferikëve, e objekteve tjera të nevojshme.

Në këtë drejtim ndoshta do të ishte mirë që kjo qendër të privatizohej apo t’i jepej në koncesion ndonjë brendi të huaj për ta përmirësuar gjendjen e mjerueshme materiale të qendrës. Pasi ekziston raport jo i volitshëm i sporteve verore përballë atyre dimërore në Kodrën e Diellit duhet krijuar kushte për sporte verore dhe duke minimizuar kësisoj varësinë nga dëbora.

Në këtë rrafsh duhet shndërruar liqenet malore, që gjenden shumë afër kësaj qendreje, në destinacione të reja atraktive. Turizmi dimëror gjithherë duhet të plotësohet me aktivitete të reja, për të qenë në hap me kohën dhe për të përballuar konkurrencën nga format tjera të turizmit.

100 Bürki, Rolf; Elsasser, Hans; Abegg, Bruno: Climate Change and winter sports, 5th World Conference on Sport and Environment, Turin 2-3 December 2003

Faktorët relevant që merren me planifikimin afatgjatë dhe strategjik të zhvillimit të turizmit në Kodrën e Diellit, duhet të bazohen në strategjitë që ofrohen për qendrat tjera dimërore sportive. Ndjekja e përvojave të vendeve të zhvilluara lehtëson marrjen e hapave të planifikimit.

Nëse përzgjidhet strategjia e qëndrimit në këtë fushë, subjektet e ofertës turistike duhet të ndërtojnë shtigje të reja si dhe të prodhojnë borë artificiale. Kjo strategji zmadhon investimet, si dhe riskun e ndërmarrjeve të kyçura në plotësimin e nevojave të turistëve në qendrat rekreative dimërore. Gjithashtu, kjo krijon probleme të organizimit struktural edhe të ndërmarrjeve tjera që janë të kyçura në veprimtaritë që ofrojnë shërbime për turistët dimëror.

Mirëmbajtja e ski-lifteve, pistave sportive, teleferikëve me kalimin e kohës bëhen më të shtrenjta, ndërkohë që stina e shfrytëzimit shkurtohet. Kjo strategji bart edhe riskun e investimit të gabuar, që mund të rezultojë me krizë financiare të qendrës “Kodra e Diellit”.

Kjo mënyrë teknike e formësimit të borës nuk është e përshtatshme, pasi bora artificiale kërkon një temperaturë të qëndrueshme diku - 4 °Celsius. Snowmax-topat e borës nuk janë aq të leverdishëm për qendrën tonë pasi harxhojnë shumë ujë dhe energji, kurse klientela nuk posedon fuqi të lartë blerëse.

Për turizmin dimëror duhet të ndërmerren aktivitetet në vazhdim: pajisje me topat e dëborës për rastet kur mungon ajo, organizimin e koncerteve live me yje të muzikës, ndriçimin e pistave për skijim natën, zërimin e tyre për dëgjimin e muzikës, ndërtimin e skilifteve që të shkurtohet koha e pritjes, si dhe lidhshmëria mes veti më e mirë, pasurim të aktiviteteve të qëndrimit turistik për ditët pa dëborë.

Për të prodhuar borë artificiale për një ha shteg skiatorësh duhet 4000 m³ ujë dhe 25.000 këh ose për shtigjet e Alpeve nevojiten 95 mil. M³ 600 mil. kwh. Ndërkaq, një familje 4 anëtarësh për një vit harxhon 200 m³ ujë dhe 4500 kwh energji.

Nuk ka mundësi të përballohen këto harxhime me çmimet ekzistuese. Lartësia mbidetare që siguron qëndrimin e borës po ashtu është faktor relevant në studimet që kanë të bëjnë me turizmin dimëror dhe ngrohjen globale.



Foto 1



Foto 2

Sipas strategjisë së dytë, oferta ekzistuese duhet të përmirësohet, d.m.th duhet të ngritet niveli i shërbimeve, si dhe të ofrohen forma të reja të aktiviteteve si p.sh. Uellnes, Freestyle-Skiing , skijim me karvin, shtigje për snou borde etj.

Bartësit e politikës zhvillimore të turizmit dimëror tani janë duke marrë masa për ngritjen e një imazhi të ri të këtij lloji të turizmit si dhe për joshjen e gjeneratave të reja.

Kurset e gjata dhe të mërzitshme të skijimit janë zëvendësuar me Snoëboards, Carver (forma të reja të skive).

Strategjia e tretë e ndjekur nga qendrat e njohura alpine dimërore ndjek rrugën alternative të zhvillimit të turizmit dimëror. Kjo nënkupton përforcimin e turizmit katër stinor, avancimin e turizmit veror gjegjësisht orientim kah aktivitetet, të cilat nuk kërkojnë dëborë. Me këtë rast do të përmendim disa nga sportet e reja verore me të cilat zgjerohet oferta turistike e qendrave dimërore që janë të rrezikuara nga mungesa e dëborës dhe si alternativë krahas turizmit dimëror është edhe ai veror.

- Ndërtimin e skiliftave dhe pistave për skijim në kullosë (Foto 1.).
- Grasski (gjerm.) një sport veror skijim në kullosa ngjashëm sikur skijimi alpin. Te ky sport rrëshqitja bëhet në kullosa me këpucë me rrotëza (foto 2.).
- Bullracer- (gjer. Grasscar) ngasja e motoçikletave të posaçme nëpër shpatet malore (Foto 3.) .
- Mountainbike (MTB) ngasja e biçikletave të përshtatshme për terrene malore.
- Alpine Coaster (gjerm. Sommerrodelbahn) hekurudhë e veçantë për rrëshqitje nëpër terrene të larta malore (Foto 4.).



Foto 3



Foto 4

- Për turizëm katër stinor: bullracer, ndërtimin e rrugicave për ecje dhe xhoking, ndërtimin e trenave të shpejtë (gjerm. rodelbahn), terminale të internetit, lokalitete për fëmijë (kinderlande).

Këtu do të përmendnim dhe paraglaiderizmin si sport që tani më ka filluar të parapëlqehet nga shumë klube dhe dashamirë të fluturimeve me paraglaiderë nga shpatet e malit Sharr.

Një strategji e mundshme alternative e turizmit dimëror në “Kodrën e Diellit” është vënia nën mbrojtje e hapësirës së malit Sharr dhe shpallja e parkut nacional. Edhe parku nacional krijon mundësi të mira të komercializimit dhe zhvillimit të turizmit malor.

Rajoni siç është mali Sharr ka një potencial të theksuar të botës shtazore dhe bimore, prandaj mund të jetë një alternativë e turizmit sportiv dimëror d.m.th. të ofrohet turizmi i qëndrueshëm përmes një parkut nacional. Kjo aq më tepër kur shumica e turistëve janë plotësisht dakord me rregullimin ligjor të mbrojtjes së natyrës dhe botës shtazore.

Nga motivet kryesore të turistëve që parapëlqejnë pushimin në një park nacional është dhe mundësia e takimit me kaproj e dhi të egra krahas qetësisë së jashtëzakonshme që mbretëron në këto anë.

Me këtë rast duhet parandaluar me çdo kusht i ashtuquajtur turizëm masiv, i cili shkatërron ambientin dhe nuk ofron perspektivë turistike.

Një mundësi komplementare e ofertës turistike të Kodrës së Diellit është shfrytëzimi i verave të ngrohta me destinacione të reja të turizmit nëpër liqene malore. Në malin Sharr gjenden mbi 30 liqe të bukur malor, që duhet valorizuar si resurse turistike.

Përfundimi

Nëse nisemi nga konstatimet e Forumit Botëror se ndryshimet klimatike ndodhin dhe ka gjasa që situata të përkeqësohet, është më se e arsyeshme që kjo gjendje duhet të brengosë të gjithë ata që preken nga ky rrezik.¹⁰¹ Për të siguruar një zhvillim të qëndrueshëm dhe afatgjatë në Qendrën turistike dimërore të “Kodrës së Diellit” duhet të ofrohen zgjidhje strategjike alternative zhvillimore për t’u ballafaquar me sfidat e së ardhmes, konform kushteve me të cilat disponon vendi.

Zhvillimi i turizmit dimëror në “Kodrën e Diellit” kërkon investime në mirëmbajtjen e shtigjeve për skijim, ngritje të nivelit të sigurisë në pajisjet e transportit të skiatorëve nga një shteg në tjetrin. Kjo ndikon në ngritjen e çmimeve të shërbimeve sportive dimërore.

Çmimet e tilla nuk i shkojnë përshtati klientelës ekzistuese së Kodrës së Diellit. Nga ana tjetër, edhe sikur të bëhen investimet e duhura për kapacitete të reja në transport, përgatitje terrenesh, blerje pajisjesh për dëborë artificiale, përsëri për shkak të paqëndrueshmërisë së saj nuk mund me qenë rentabile.

Marrja me çështjet e ndikimit të ngrohjes globale në zhvillimin e turizmit dimëror nënkupton analizën e gjendjes dhe të parashikimeve, përkufizimin dhe zgjedhjet alternative më të mira zhvillimore.

Kuptohet që alternativat e propozuara duhet të jenë të aplikueshme dhe të ndikojnë në zbutjen apo reduktimin e pasojave negative që mund të sjellë zhvillimi i ngrohja globale. Pra domosdo duhet

101 Institut für Landschaftsplanung Alnarp Schönedische Universität für Agrarwissenschaften Box 58, S-23053 Alnarp

përcaktuar për turizmin e qëndrueshëm si modeli më i përshtatshëm dhe më me perspektivë jo vetëm për qendrën turistike Kodra e Diellit por dhe për tërë rajonin e malit Sharr e më gjerë.

Masat që duhet të ndërmerren nga organet, organizatat dhe subjektet ekonomike, të cilat i tangojnë problemimi i zhvillimit të turizmit të qëndrueshëm në këtë qendër turistike duhet të jenë komplekse dhe shumëdimensionale.

Të gjitha palët duhet t'i koordinojnë aktivitetet dhe të bashkëpunojnë në gjetjen e strategjive më të mira të zhvillimit të qendrës në fjalë.

Për përmirësimin e gjendjes duhet punuar drejt:

- Përmirësimin të kushteve të qëndrimit konform kërkesës së ndryshuar turistike (përmes konsumatorëve të hulumtohen kërkesat turistike), si dhe ngritjes së shkallës së internacionalizimit të ofertës;
- Zhvillimit të turizmit katër-stinor, të qëndrueshëm dhe atij të integruar;
- Zgjerimit të stinës dimërore përmes aktiviteteve të reja dhe atraktive, ofrimin e mundësive për krijimin e ofertave alternative;
- Krijimin e lidhjeve apo përsheptimitin e proceseve integruese të të gjitha subjekteve, me qëllim që më lehtë të tejkalohen vështirësitë e krijuara nga ndryshimet klimatike.

Dalja nga situata shihet në krijimin e politikave të përbashkëta dhe në bashkëpunimin ndër-rajonal dhe atë të subjekteve ekonomike, të organeve komunale dhe banorëve me qëllim zbutjen e pasojave negative, që sjell ngrohja globale në qendrën “Kodra e Diellit”.

Faktorët me relevantë të qendrës gjatë proceseve të vendimmarrjes duhet të mbështeten në rezultatet e arritura në qendrat e tjera evropiane. Zbatimi i modeleve, tani më të suksesshëm, dukshëm do të lehtësojnë zgjedhjen e disa nga problemet që ka sjellë ngrohja globale.

Literatura:

1. Abegg B. (1996). Klimaänderung und Tourismus. Klimafolgenforschung am Beispiel des Wintertourismus in den Schöeizer Alpen. Schlußbericht NFP 31
2. Abegg B., R. Frösch (1994). *Climate Change and Winter Tourism: Impacts on Transport Companies in the Sëiss Canton Graubünden.*
3. Andreas Reiter, *Die Alpen 2040*, www.ztb-zukunft.com/pdf/alpen.pdf
4. Auer I. (1996) Teilbericht zum Projekt: *Klimasensibilität österreicherischer Bezirke mit besonderer Berücksichtigung des Winterfremdenverkehrs. Klimaanalyse*, Teilbereich Niederschlag.
5. Breiling (1993b). *Klimaveränderung, Wintertourismus und Umwelt.* In Envirotour II Report. Ed. Pillmann W. A. Wolz, Wien.
6. Bürki, Rolf; Elsasser, Hans; Abegg, Bruno: *Climate Change and Wintersports*, 5th World Conference on Sport and Environment, Turin 2-3 December 2003
7. Elsasser H., B. Abegg, U. König (1995). *Winter ohne Schnee? Klimaänderung und Tourismus im Alpenraum.* Reihe ”extracts” Nr. 27, IRUB, Eien.
8. Fachverband der Seilbahnen (1994). Seilbahnen Österreichs.

9. Flavio Milan, "Klimasensibilität österreichischer Bezirke mit besonderer Berücksichtigung des Wintertourismus" Arbeitsblatt Schnee und Tourismus, Geographisches Institut, Bern.
10. Peter Zellmann, www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/.../ft_01_2007.pdf
[KOMMUNAL 02/2007](#)
11. Plani hapsinor: Popova Shapka-Jellak, AKAY-Zhenevë, Direkcioni për planifikim hapsinor, Ohër, Komunaproekt, Tetovë, 1978
12. Raporti i dytë nacional i RM bashkëngjitur Konventës së KB për ndryshimet klimatike
13. Sabine M.: Internationale seilbahnrundschau 3/2008
14. Schär et al. (2004): IPCC Fourth Assessment Report, Climate Change 2007 (AR4).

Mr. sc. Arben Oda
Mr.sc. Raman Ismaili

SWOT ANALIZA NË FUNKSION TË FORMULIMIT TË STRATEGJISË

Abstrakt

Zhvillimi i turizmit dhe benificionet që sjell industria e turizmi janë me rëndësi të veçantë për zhvillimin e përgjithshëm ekonomik në Republikën e Maqedonisë. Hoteleria, si pjesë e rëndësishme e turizmit, luan rol të veçantë në krijimin dhe plotësimin e kërkesave të veçanta të turistit modern. Aktiviteti hotelier në Republikën e Maqedonisë ka nevojë për adaptim të menaxhmentit hotelier në përgjigje të kërkesave bashkëkohore dhe konkurrencës shumë të theksuar në tregun turistik.

Zbatimi i formave bashkëkohore të menaxhmentit dhe aplikimi i mundësive strategjike si mënyrë drejtimi do të mundësojë realizimin e qëllimeve dhe zhvillim të ndërmarrjeve hoteliere në vendin tonë.

SWOT analiza si teknikë analitike bërë për Hotelin „Makpetrol” në Strugë do të përdoret si model aplikimi nga ndërmarrjet hoteliere në Republikën e Maqedonisë për të identifikuar përparësitë konkurruese në treg.

Fjalët kyçe: turizmi, industria turistike, hoteleri, ndërmarrje hoteliere, qëllim, menaxhmenti strategjik, përparësi konkurruese, SWOT analiza, tregu turistik, Makpetrol Strugë, R. Maqedonisë.

Hyrje

Ndërmarrjet hoteliere përfaqësojnë një ndër veprimtaritë më të rëndësishme në tregun kompleks turistik. Veprimtaria hoteliere është nën ndikim të theksuar të veprimtarive tjera ekonomike, dukurive të ndryshme shoqërore, proceseve dhe manifestimeve të ndryshme në zhvillim.

Duke pas parasysh këtë dhe karakterin bashkëkohor afarist, që karakterizohet me konkurrencë të theksuar, prodhim hotelier me kualitet të lartë, si dhe mbijetesën në treg, rritje dhe zhvillim të ndërmarrjeve hoteliere në Republikën e Maqedonisë, parashtrohet nevoja për adaptim të menaxhmentit drejt formave moderne, duke aplikuar mundësitë strategjike në funksion të vënies dhe realizimit të qëllimeve.

Menaxhmenti strategjik ju mundëson ndërmarrjeve të jenë efikase dhe efektive, nëpërmjet planifikimit dhe parashikimit të shfrytëzojnë maksimalisht faktorët intern dhe mundësitë eksterne, që paraqiten në ambientin afarist dhe në të njëjtën kohë të minimizojnë dobësitë interne dhe pengesat eksterne.

Kjo do t'ju mundësojë ndërmarrjeve hoteliere të jenë konkurruese në treg dhe me sukses të përballojnë dinamikën e ndryshimeve interne dhe eksterne.

Strategjitë si vendime kryesore janë mjet i fuqishëm për të përfituar përparësi konkurruese në treg. Ato luajnë rol kryesor në planifikimin strategjik të ndërmarrjeve hoteliere, ndërsa zgjedhja e strategjive efektive do të varet nga shumë faktorë si objektiv dhe subjektiv.

Përveç fuqisë financiare të hotelit, ambientit afarist në të cilën ndodhen ndërmarrjet, rëndësi të veçantë në zgjedhjen e strategjive kanë aftësitë analitike të menaxherit, si besimet e parimet e tyre. Formulimi dhe zgjedhja e strategjive efektive realizohet mbi bazë të disa metodave analitike, siç është SWOT analiza, që do të aplikohet për hotelin “Makpetrol” në Strugë dhe e njëjta do të shërbeje si model koncept për ndërmarrjet tjera hoteliere në Republikën e Maqedonisë.

Rëndësia e zhvillimit të hotelerisë dhe kontributi ekonomik që ajo jep në zhvillimin ekonomik të përgjithshëm në Republikën e Maqedonisë arsyeton edhe kërkimin studimor të kësaj natyre. Rëndësia do të jetë edhe më e madhe kur kemi parasysh ndryshimet e mëdha të ambientit afarist turistik në rrafshin global, si dhe konkurrencën e rreptë në të.

Për këtë arsye vënia në përdorim e menaxhimit strategjik dhe implementimi i tij nga ana e drejtuesve të ndërmarrjeve hoteliere në vendin tonë, jo vetëm që nënkupton domosdoshmëri, por është e vetmja mënyrë për të mbijetuar dhe për të qenë i suksesshëm në treg.

SWOT analiza

SWOT analiza është teknikë planifikimi me të cilën bëhet analizë sistematike e faktorëve intern dhe ekstern të ndërmarrjeve.

Faktorët intern nënkuptojnë sistemin menaxherial të ndërmarrjes, punëtorët, prodhimi/shërbimi, teknologjia, ambienti etj., ndërsa faktorët ekstern paraqesin kushtet shoqërore-ekonomike, socio-kulturore, demografike, ekologjike dhe juridiko-politike.

Të gjithë këto elemente trajtohen me krijim të matricës SWOT.

D.m.th. me SWOT analizën identifikojmë anët e fuqishme dhe të dobëta të ndërmarrjes si dhe mundësitë dhe pengesat që dalin nga ambienti dhe në bazë të tyre formulojmë edhe strategjitë alternative të ndërmarrjes.

SWOT analiza është akronom i fituar nga shkronjat e para të fjalëve Strength - Fuqi, Weaknesses- Dobësi, Opportunities- Mundësi dhe Threats - Rreziqe.

Vetë SWOT nënkupton përshtatje të ndërmarrjes në drejtim të kërkesave të tregut, duke eliminuar dobësitë dhe duke shfrytëzuar përparësitë dhe mundësitë e saj.

Përshkrim i hotelit “Makpetrol” –Strugë

SH.A.“Makpetrol”-Shkup është kompani private e themeluar më 1947, si ndërmarrje tregtare për tregti me naftë dhe derivate të naftës. Sot ajo përfaqëson një ndër ndërmarrjet më të sukseshme në Republikën e Maqedonisë.

Aktiviteti turistik, si një ndër aktivitetet e shumta të kësaj ndërmarrjeje, realizohet me dy hotelet e saj si njësi të veçanta funksionimi.

Hoteli “Makpetrol” Strugë është themeluar më 1986. I vendosur në një ambient të këndshëm malor, të rregulluar mirë, me pamje nga Liqeni i Ohrit. Ndodhet jo larg qytetit të Strugës dhe 10 kilometra larg aeroportit të Ohrit. Në largësi prej 3 kilometrash ndodhet kalimi kufitar “Qafë Thanë” me Republikën e Shqipërisë, që e bën hotelin atraktiv për turistët e huaj.

Hoteli ka parking privat, plazhe private, bazen të hapur dhe terrene rekreativo- sportive. Disponon me kapacitet prej 46 dhomash dykrevatëshe dhe tre apartmane.

Të gjitha dhomat janë të klimatizuara, me toalet, tv- statelitor, mini bar, telefon dhe verandë me pamje nga liqeni.

Ndërsa apartamentet janë të pajisura me xhakuzi, mini bar, kuzhinë dhe internet lidhje. Hoteli punon në bazë gjysmë pansioni (tavolinë suedeze). Kapaciteti i restorantit është 300 ulëse, ku shërbehen ushqime tradicionale dhe internacionale të përgatitura nga mjeshtër të kuzhinës. Në kuadër të hotelit funksionon edhe restoranti i hapur me 150 ulëse.

Hoteli disponon edhe salla të pajisura me aparaturë moderne për kongrese dhe seminare të ndryshme. Organizon shëtitje fakultative për mysafirët, mbrëmje të ndryshme argëtuese dhe aktivitete të ndryshme sportive.

Hoteli drejtohet nga menaxheri i hotelit, i cili përdor formën demokratike drejtuese, vendimet merren në ekip dhe motivacioni është praktikë e punës.

Aplikimi i SWOT analizës në ndërmarrjen hoteliere “Makpetrol”- Strugë

Për të krijuar matricën SWOT, me të cilën në mënyrë tabelarike do të paraqiten përparësitë, mundësitë, dobësitë dhe rreziqet e ndërmarrjes hoteliere “Makpetrol”, paraprakisht përgatitem një pyetësor të standardizuar për intervistë, i cili u realizua me menaxherin, punëtorë të sektorëve të ndryshëm dhe me mysafirët e hotelit.

Për këtë qëllim shfrytëzuam edhe informacionet e përgjithshme, që kemi për turizmin në Strugë dhe Maqedoni në përgjithësi, web-faqet e hoteleve konkurruese, shënime statistikore etj. Me këto determinuam faktorët në mikro dhe makro plan të hotelit “Makpetrol” Strugë.

Sipas kësaj, SWOT analiza e hotelit “Makpetrol” Strugë është paraqitur në tabelën 1 dhe në bazë të kësaj do të përpilojmë matricen SWOT të strategjive alternative të hotelit.

Përparësi (Strengths)	Dobësi (Weaknesses)
1. Vendndodhja e përshtatshme (natyrë e bukur, klimë të këndshme, kalimet kufitare tokësor dhe ajrore shumë afër) 2. Plazh private (krevate, byfe, roje, hendboll në plazh) 3. Bazen të hapur (lojëra në ujë) 4. Terrene sportive (tenis, hendboll, futboll, basketboll) 5. Fitnes qendër	1. Nuk ka të angazhuar menaxher për marketing 2. Nuk posedon sistem qendror për rezervime 3. Bashkëpunim të ulët me agjencionet turistike 4. Vendimet strategjike merren në SH.A.Makpetrol - Shkup. 5. Menaxheri i hotelit nuk është i

<p>6. Dhoma të pajisura mirë 7. Kuadër të shkolluar profesional, 8. Shërbim kualitativ (HASAP, ISO 2020) 9. Sistem motivimi Punësime të anëtarëve të familjes. Mikpritje Shërbime gastronomike (kuzhinë tradicionale dhe internacionale) Trajtime të veçanta për punëtorët (gjuhë, kualitet) Resurse të konsiderueshme financiare Pajisje moderne Sistem informativ të brendshëm Puna në tim</p>	<p>pavarur në vendimmartje 6. Web-faqja nuk është atraktive 7. Promovimi nuk është i bashkërenduar me shërbimet që ofrohen 8. Nuk ka lidhje interneti në të gjitha dhomat 9. Sistemi i shpërblimit dhe i dënimit shpesh ndikojnë negativisht në punë 10. Planet zhvillimore nuk janë të qarta. 11. Argëtime të ndryshme 12. Animacion të pamjaftueshëm dhe organizim i kohës së lirë të mysafirëve</p>
<p>Mundësi (Opportunities)</p>	<p>Rreziqe (Threats)</p>
<p>1. Mundësi për të zgjeruar tregun turistik 2. Ndryshime në kërkesën turistike (Shtimi i kohës së lirë dhe standardit jetësor, si dhe interes për të eksploruar të panjohuren) 3. Resurset natyrore të rajonit të Strugës 4. Vlerat kulturore dhe historike të Strugës. 5. Shtimi i kapacitetit dhe elementeve përcjellëse 6. Furnizim dhe rregullim të dhomave 7. Afinitete për turizëm aktiv 8. Interes për segmente të reja (vikend turistë, familje më të ardhura të larta, sportistë, tubime shkencore, kongrese). 9. Promovim të aranzhmaneve individuale 10. Inicim të turizmit shëndetësor (avanturist, argëtues) 11. Qendër argëtuese për fëmijë 13. Golf terrene 14. Zgjerimi i plazhit 15. Mundësi për shëtitje me traget, peshkim etj. 16. Promovim të hotelit në panairët ndërkombëtare turistike</p>	<p>1. Infrastrukturë të dobët 2. Kriza ekonomike 3. Fuqia blerëse e ulët e turistëve vendas 4. Viza hyrëse me R.Shqipërisë 4. Shërbim i ulët i mysafirëve në kalimet kufitare 5. Higjiena e dobët në nivel lokal 6. Konkurrencë nga hotelet e Ohrit. 7. Turoperatorë në nivel shtetëror 8. Promovim të dobët të Strugës në tregun ndërkombëtar turistik 9. Bashkëpunim i dobët ndërmjet subjekteve turistike në nivel lokal dhe shtetëror. 10. Karta turistike për Strugën 11. Funksionimi i hotelit varet nga kushtet atmosferike 12. Nuk ka byro turistike në Strugë 13. Investime të ulëta në Maqedoni nga jashtë në sektorin e turizmit 14. Nuk ka strategji për zhvillim të turizmit në nivel shtetëror 15. Komunikacioni ajror i pazhvilluar në vend 16. Subjekte të pakoordinuara në vend në kuptim të ofrimit të ofertës të përbashkët 17. Kategorizim i papërfunduar i</p>

17. Promovim të turizmit maqedonas në panairët ndërkombëtare. 18. Kongreset dhe turizmi	objekteve hoteliere 18. TVSH e lartë (18 %)
--	--

Tabela nr.1 : SWOT analizë e hotelit “ Makpetrol “ – Struge
(Analizë personale)

Në bazë të SWOT analizës do të krijojmë matricën SWOT nga e cila do të gjenerojnë katër strategji alternative:

WT- strategji që koncentrohet në mënjanimin e dobësive interne dhe shmangien e rreziqeve eksterne. Si të tilla shpesh shfrytëzohen strategjitë për stabilitet, zvogëlim, ose likuidim.

WO – kjo strategji koncentrohet në mënjanimin e dobësive interne, me qëllim të shfrytëzimit të mundësive eksterne.

ST- strategji që shfrytëzon përparësitë interne për të mënjanuar rreziqet eksterne.

SO- kjo është strategjia më e dëshiruar dhe bazohet në kombinimin adekuat të përparësive interne dhe mundësive eksterne.

Sipas kësaj, matrica SWOT për hotelin “Makpetrol” - Strugë është si më poshtë:

SO - strategji	WO – strategji
<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategji për diversifikim të ofertës, turizëm sportiv, turizëm kulturor. 2. Strategji e segmentimit të tregut (familijare, vikend turist, kongrese) 3. Strategji për zhvillim të golf-turizmit (ndërtim të terreneve për golf) 4. Strategji për të bashkuar ofertën me qendrat tjera turistike si Ohri, Pogradeci) 5. Strategji për marrje në koncesion të plazhit dhe ndërtim të një limani afër hotelit 6. Strategji për ndërtim të një qendre argëtuese (AQUA PARK) 7. Strategji për marrje me qira të hoteleve tjera në afërsi dhe mundësi zgjerimi 8. Strategji për diferencim të prodhimit hotelier 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing aktivitete të veçanta 2. Aktivitete agresive propaganduese 3. Propagandë e përbashkët e prodhimit turistik të Strugës në tregun ndërkombëtar turistik 4. Strategji për bashkëpunim me agjencionet turistike dhe turoperatorët e huaj 5. Strategji për të përmirësuar e- shërbimet 6. Strategji për zhvillim të SQR ose kyçje në rrjete tjera të rezervimeve 7. Nxitje të bashkëpunimit ndërmjet subjekteve tjera turistike në R.M. dhe AZHPTRM
ST - strategji	WT – strategji
<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategji për të pasuruar prodhimin (liman, traget, drekë në traget, peshkim) 2. Strategji për përfaqësim më të madh të hotelit në aktivitetet promovuese në 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategji për shërbim të veçantë të marketingut, menaxher marketingu 2. Aplikim të një sistemi tjetër motivimi 3. Definim dhe koordinim të planeve zhvillimore të menaxhmentit të lartë

nivel lokal dhe shtetëror 3. Strategji për diferencim të prodhimit 4. Strategji për të plotësuar dhomat me pajisje moderne 5. Strategji për të zgjeruar kapacitetet ekzistuese	4. Nxitja e inovacioneve në ndërmarrje 5 .Strategji për bashkëpunim me hotelet ndërkombëtare
---	---

Tabela nr.2: Strategjitë alternative të Hotelit “Makpetrol “ - Strugë

(Analizë personale)

Kriteret bazë që duhet të shfrytëzohen nga menaxhmenti janë: fuqia financiare e ndërmarrjes, parimet dhe besimet e menaxhmentit dhe punëtorëve, si dhe qëllimet që duhet të realizohen në periudhën e ardhshme.

Përfundim

Hoteli “Makpetrol”- Strugë ka mundësitë e veta për zvizillim. Për shkak që është pjesë funksionale e kompanisë “Makpetrol” - Shkup ka mundësi zhvillimi nëpërmjet diversifikimit konglomerat, duke investuar në biznese tjera.

Mundësi tjetër është integrimi vertikal prapa, d.m.th. investim në biznese si agjencione, kompani ajrore ose duke investuar në prodhim dhe tregti.

Mundësi tjetër është integrimi horizontal, që nënkupton blerje ose ndërtim të hoteleve të reja. Në bazë të analizës dhe përpunimit të të dhënave nga ambienti i brendshëm si dhe në bazë të ndikimeve të faktorëve të jashtëm, si strategji alternative të mundshme të hotelit “Makpetrol” - Strugë mund t’i veçojmë:

- Strategji për diversifikim të prodhimit hotelier në fushën e turizmit sportiv, gjuetisë, kulturor, kongrese.
- Strategji për diferencim të prodhimit me ndërtim të golf terrene.
- Strategji për diferencim të prodhimit me ndërtim të një parku argëtues (Aqua Park).
- Strategji për pasurim të prodhimit, shëtitje, peshkim, etj.
- Strategji për segmentim të tregut në segmente të reja.
- Strategji për bashkëpunim me agjencione turistike dhe turoperator të huaj.
- Strategji për propagandë agresive.
- Strategji për zgjerim të kapaciteteve ekzistuese.
- Strategji për propagandë të përbashkët turistike të Strugës.
- Përfaqësim më të lartë në aktivitete promovuese në nivel lokal dhe shtetëror.
- Strategji për nxitje të inovacioneve.
- Strategji për bashkëpunim me hotele të huaja.

Literatura:

1. Avramoski M., ‘Ekonomika i organizacija na turizmot’, FTU, Ohrid, 2000.
2. Avramoski M. & Bunta{eski B., ‘Vonpansionskata ponuda i potro{uva~ka vo ezerskite turisti~ki mesta vo Makedonija’, Ohrid, 2008..
3. Ansoff I., ‘Implanting Strategic Management’ Prentice Hall International Inc, London, 1984.
4. Ansoff I., ‘Strategic Management’ Mac Millan Press Ltd, London, 1995.
5. Ansoff I., ‘Corporate Strategy’, McGraë Hill, Neë York, 1965.
6. Bateman S.T., Zeithaml P.C., ‘Management function and strategy’, Burr Ridge, Illinois, 1993.
9. Buble M., ‘Strateske opcije’, Ekonomski fakultet Split, Split, 2000.
10. Miladinovski S., Simon~eska L., ‘Sovremeni metodi na upravuvawe’, FTU, Ohrid, 2007.
11. Wuklev B., Drakulevski L., ‘Strategiskiot menaxment’, Ekonomski Fakultet, Skopje, 2001.
12. www.makpetrol.com.mk.

Mr. Jagoda Jankovska

BAZA MATERIALE SI FAKTOR PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT

Abstrakt

Lëndë e hulumtimit të këtij punimi është baza materiale si faktor i zhvillimit të turizmit në rajonin e Sharrit dhe Pollogut. Në të është prezantuar baza materiale e rajonit, që përfshin atë pjesë të ofertës turistike me të cilën sigurohet pranimi i turistëve, me gjithë bazën receptive e cila u referohet kapaciteteve për vendosje që, njëkohësisht, janë edhe shkak për zhvillimin e përgjithshëm turistik në rajon.

Objektet për vendosje, që janë të ndara në dy zona, të Tetovës dhe Gostivarit, janë prezantuar me shumë hotele, motele, pushimore të punëtorëve, pushimore për fëmijë dhe të rinj, shtëpia malore dhe komplekse të manastireve.

Në rajon ekziston numër i madh i objekteve për vendosje (bujtje), por te të gjithë këta mungon procesi i privatizimit, me çka, në të njëjtit, turizmi do të bëhej veprimtari prioritarë, e jo veprimtari shoqëruese. Kjo do të jep impuls të ri në rregullimin dhe pasurimin e qëndrimit turistik në vetë objektet, si dhe në rritjen e bazës materiale që padyshim është kusht i domosdoshëm për rritjen e qarkullimit turistik.

Fjalët kyçe: baza materiale, potenciali turistik, qarkullimi turistik, lokalitetet turistike.

Baza materiale

Përveç faktorëve natyror dhe antropogjen të cilët, në të vërtetë, paraqesin cilësi të rëndësishme primare për rajonin, si dhe faktorët komunikues prej të cilëve varet shkalla e qasjes së hapësirës, ndikim të madh mbi ekonominë turistike ka baza materiale.

Në kuptimin më të gjerë të fjalës, kjo përfshin pjesën më të madhe të ofertës së përgjithshme turistike, sepse pa të cilësia dhe atraksioni i hapësirës mbeten tërësisht i pashfrytëzuar ose jo i mjaftueshëm.

Baza materiale e përbën atë pjesë të ofertës turistike me të cilën sigurohet pranimi i turistëve në lokalitetin e caktuar, si dhe të gjitha kushtet tjera të domosdoshme që mundësojnë pushim dhe rekreacion.

Në fakt, këtu hyn të gjitha elementet e ofertës në kuptimin më të gjerë të fjalës, të cilat në mënyrë të drejtpërdrejt ose të tërthortë shërbejnë për përmbushjen e nevojave.

Në këtë pjesë do ta përpunojmë bazën receptive ekzistuese, e cila u kushtohet kapaciteteve për vendosje dhe infrastrukturës komplete, pasi njëkohësisht janë edhe shkak dhe determinant e zhvillimit të përgjithshëm turistik në rajon.

Kapacitetet për vendosje (bujtje)

Kapacitetet për vendosje paraqesin element dhe faktor të rëndësishëm në zhvillimin turistik të çdo hapësire atraktive. Objektet hotelerie për vendosje (hotele, motele, kampe, bujtina, pushimore, shtretër nëpër amvisëri, etj.) paraqesin një nga bartësit kryesor të faktorëve material për zhvillimin e turizmit.

Prej ndërtimit të hotelit të parë në Tetovë në vitin 1908 dhe ndërtimit të shtëpisë së parë malore Luboten në Malin “Sharr”, fillon edhe zhvillimi i turizmit. Sipas shumë autorëve, zhvillimi bashkëkohor dhe intensiv i turizmit fillon pas mbarimit të Luftës së Dytë Botërore, më saktë prej vitit 1962, kur qe lëshuar në përdorim teleferiku prej Tetovë deri në fshatin Lisec, gjegjësisht me lëshimin e tij komplet në përdorim deri në “Kodrën e Diellit” (Popova Shapka) në vitin 1965, kur u ndërtua edhe hoteli i parë në Malin “Sharr”, “Kodra e Diellit”.

Të dhënat nga viti 1962 për rrethinën e atëhershme të Tetovës, e cila i përgjigjet territorit të komunave të rajonit tonë (me Komunën Hanet e Mavrovës), tregojnë se atë vit në rajon nuk kanë ekzistuar hotele, që do të thotë se edhe qendrat si Tetova dhe Gostivari nuk kanë pasur kapacitete të tilla, që do të mund të qëndronte edhe udhëtari i rastit.

Po atë vit, një numër më i madh i shtretërve ishin në motele, 60 shtretër në 33 dhoma, kurse numri më i madh ka qenë në shtëpitë malore në Malin Sharr, gjegjësisht 308 shtretër në 34 dhoma. Në periudhën e njëjtë, në shtëpitë malore në tërë Maqedoninë ka pasur 59 dhoma dhe 450 shtretër, që d.m.th. se 57,62 % dhoma dhe 68,44 % shtretër në objekte të tilla kanë qenë në rajonin e Sharrit dhe të Pollogut.

Kjo, para së gjithash, u referohet shtëpive malore në Kodrën e Diellit (150 shtretër) dhe në Malin Luboten (50 shtretër). Në këtë periudhë është ndërtuar hoteli i parë dhe fatkeqësisht akoma hoteli i fundit në Tetovë, në qendër të qytetit, i kategorisë C, me 62 shtretër, si dhe në Gostivar me 52 shtretër, gjithashtu i kategorisë C.

Të dhënat e vitit 1966 tregojnë se në Komunën e Tetovës ka pasur gjithsej 408 shtretër (në Kodrën e Diellit 208, Tetovë 75, Luboten 50, Jelak 20, Leshnicë 20, Brodec 14). Në Komunën e Gostivarit (pa Hanet e Mavrovës) ka pasur 52 shtretër në hotelin e lartpërmendur në Gostivar.

Sot, në rajonin turistik të Sharrit dhe Pollogut, vizitorëve u rrinë në dispozicion 1.401 shtretër, prej të cilëve 1.309 në zonën e Tetovës dhe vetëm 92 shtretër në zonën e Gostivarit.

Të gjitha llojet e objekteve për vendosje janë paraqitur në tabelën nr. 28, me karakteristikat e tyre themelore në bazë të së cilave do të bëjmë analiza adekuate.

Tabela nr. 29 – Numri i objekteve dhe shtretërve në rajonin e Sharrit dhe Pollogut në vitin 2002

Zona turistike	Llojet e objekteve për vendosje	Numri i objekteve	Numri i dhomave	Numri i shtretërve
Zona e Tetovës	Hotelet	4	188	540
	Motelet	3	48	104
	Pushimoret e punëtorëve	9	91	290
	Pushimoret për fëmijë dhe të rritur	1	36	140
	Shtëpitë malore	3	27	182
	Konaku i manastireve	2	13	53
Zona e Gostivarit	Hotele	2	58	92
Gjithsej		22	461	1401

Hotelet paraqesin llojin më të rëndësishëm të objekteve për vendosje në rajon. Në vitin 2002 ka pasur 6 hotele dhe në numrin e përgjithshëm të objekteve marrin pjesë me 30%. Ata kishin në dispozicion 259 dhoma ku ka pasur 682 shtretër, të cilët gjenden në “Kodrën e Diellit” (3), Gostivar (2) dhe në Tetovë 1 hotel.

Hotelet janë “Kodra e Diellit”, “Sllavija” dhe “Teteks” në “Kodrën e Diellit”, Hotel “Central” dhe Hotel “Ballkan” në Gostivar dhe Hotel “Maqedonia” në Tetovë.

Të gjitha hotelet janë ndërtuara deri në vitin 1991, veçanërisht gjatë viteve shtatëdhjeta të shekullit të kaluar.

Foto nr. 33 – Kapacitetet hoteliere në “Kodrën e Diellit”



Hotelet sipas stinës dhe shfrytëzimit të tyre, gjatë vitit, janë objekte që më së shumti shfrytëzohen për vendosje (bujtje). Të gjitha hotelet zakonisht shfrytëzohen gjatë tërë vitit. Nëse bëjmë analizë për nga kategoria e tyre do të vërejmë se vetëm hotelet, që ndodhen në “Kodrën e Diellit” janë të kategorisë “B”, kurse të tjerët nëpër qytete janë të kategorisë C.

Foto nr. 34 – Hotel “Kodra e Diellit”



Foto nr. 35 – Pjesë e apartamentit në Hotel “Kodra e Diellit”



Për shkak të përmbushjes së nevojave të vizitorëve, këto hotele, në ofertën turistike, përveç vendosjes, kanë në dispozicion edhe kushte tjera të posaçme me të cilat u rritet vlera turistike dhe me këtë kanë ndikim të madh në zhvillimin e turizmit.

Hoteli “Kodra e Diellit” është pronë e EEM (Elektro Ekonomia e Maqedonisë) dhe është i kategorisë së lartë “B”. Ndodhet në lartësi mbidetare prej 1.737 m, në afërsi të terreneve për skijim dhe teleferikut, si dhe ka 58 dhoma.

Të gjitha dhomat janë të pajisura me telefon dhe banjo. Ka dy apartamente që për herë të parë janë pajisur (moblie, TV, shtyllë muzikore) në vitin 1979 dhe janë vënë në dispozicion të mysafirëve. Kapaciteti i përgjithshëm është rreth 170 shtretër, por ka pasur vite kur të gjitha hapësirat janë shfrytëzuar maksimalisht me çka kapaciteti ka arritur edhe deri më 200 shtretër.

Hoteli ka në dispozicion edhe sallën e restorantit, e cila mund të pranojë deri më 350 mysafirë, sallonin TV dhe aperitiv barin me rreth 50 ulëse, diskotekën me kapacitet për 150 mysafirë.

Gjatë stinës së dimrit punon ski shërbimi dhe ski shkolla, kurse ka edhe disa hapësira, të cilat shfrytëzohen si shitore për suvenire dhe të ngjashme. Hoteli është i pajisur edhe me hapësirën për parkim.

Hotel “Sllavija” gjithashtu është në pronësi të EEM dhe është i kategorisë së lartë “B”. Gjendet në lartësi mbidetare 1.780 m, në afërsi të shtigjeve për skijim dhe me panoramë të mrekullueshme.

Hoteli ka në dispozicion 52 dhoma në strukturën e të cilave ka gjashtë apartamente, kurse të tjerat janë dhoma me nga dy shtretër dhe, sipas nevojës së mysafirëve, disa prej tyre të shndërrohen në dhoma me tre shtretër.

Kapaciteti i përgjithshëm është rreth 120 shtretër, kurse kapaciteti maksimal, me përfshirjen edhe të dhomave tjera dhe shtretërve, ka arritur deri në 180 shtretër. Hoteli ka në dispozicion edhe sallën e restorantit me rreth 180 ulëse, TV sallon dhe aperitiv barin me 50 ulëse.

Pronari i njëjtë i këtyre dy hoteleve ka mundësuar që të plotësohen mes veti, për shkak të së cilës edhe nuk ka diskotekë. Por, ka pishinë të mbyllur, bilardo, ping pong, si dhe sallë fitnesi dhe kazino, të cilat tani nuk punojnë. Në kudër të këtyre dy hoteleve është edhe terreni i kombinuar për futboll të vogël, hendboll dhe basketboll. Hoteli ka në dispozicion edhe hapësirën për parking.

Foto nr. 36 – Hotel “Teteks”



Hoteli “Teteks” është në pronë të ndërmarrjes Teteks nga Tetova dhe deri në vitin 1998 punonte kryesisht si pushimore për punëtorë, për nevojat e ndërmarrjes, prej kur filloi të punojë në mënyrë komerciale me ç’rast u shndërrua në hotel i kategorisë “C”.

Gjendet në lartësi mbidetare prej 1.720 m, në afërsi të terreneve për skijim, kurse rreth 50 m larg hotelit gjendet edhe ski teleferiku. Hoteli ka në dispozicion 25 dhoma në strukturën e të cilave ka 3 apartamente, 7/2, 4/3 dhe 11/4.

Kapaciteti i përgjithshëm është rreth 80 shtretër, kurse kapaciteti maksimal, duke i përfshirë edhe dhomat dhe shtretërit tjerë, arrin deri më 100 shtretër. Hoteli disponon edhe me sallën e restorantit me rreth 120 ulëse, TV sallon me 40 ulëse, kurse gjatë sezonit punon edhe disko klubi.

Përveç këtyre, në rajon ekzistojnë edhe 3 hotele në qytete. Qyteti i Tetovës ka strukturë tejet të varfër hotelesh. Në Tetovë gjendet vetëm hoteli “Maqedonia” i cili ka pozitë të mrekullueshme pasi gjendet m’u në qendër të qytetit, ku kalojnë rrugët më frekuentuese të Tetovës.

Hoteli “Maqedonia” është i kategorisë “B”, me kapacitet prej 94 shtretërve të vendosur në 40 dhoma. Struktura e dhomave duket kështu 6/1, 19/2, 10/3 dhe 5/4.

Hoteli ka në dispozicion katër salla restorantesh me kapacitet prej 550 ulëseve, të cilat shfrytëzohen për nevoja nga më të ndryshmet (seminare, manifestime, dasma). Deri në krizën ushtarako – politike të vitit 2001, në Tetovë punonte edhe hoteli “Arabati Baba Teqe”, i cili ndodhet në kompleksin me të njëjtin emër dhe ka kapacitet prej 64 shtretërve.

Foto nr. 37 – Hotel “Central”



Foto nr. 38 – Hotel “Ballkan”



Në qytetin e Gostivarit ndodhen edhe dy hotele. Hoteli më i madh “Central” është i kategorisë “C” dhe gjendet në rrugën “Borçe Jovanovski” nr. 56. Ka në dispozicion 27 dhoma kryesisht me nga dy shtretër, që, varësisht nga nevojat, mund të pranojnë 42 – 60 shtretër. Ka në dispozicion restorant të madh dhe sallë për bankete.

Hoteli “Ballkan” është gjithashtu i kategorisë “C” dhe gjendet në rrugën “Ilindenska” nr. 165. Ka në dispozicion 16/1 ose dhoma me dy shtretër me kapacitet prej 24 – 30 shtretër, kurse kapaciteti maksimal arrin edhe deri më 60 shtretër. Gjithashtu, ka sallën e restorantit me rreth 100 ulëse dhe sallën për bankete me rreth 300 ulëse.

Të gjitha hotelet kanë pozitë të jashtëzakonshme turistike – gjeografike, si në Tetovë dhe në Gostivar, ku kemi edhe numër të madh të monumenteve kulturore – historike, ashtu edhe ata të cilët gjenden në Kodrën e Diellit, rrethina e afërt e të cilëve është përplot me bukuri natyrore.

Numri i dhomave dhe shtretërve të paraqitura në tabelën nr. 28 është diçka më i madh sesa që është në terren në momentin e hulumtimit tonë, por gjatë shqyrtimit të hoteleve, përmendëm se në varësi nga nevojat, numri i dhomave dhe shtretërve mund të jetë më i madh.

Sipas funksionit dhe përfaqësimit, motelet janë objekte turistike, që zënë vend të rëndësishëm në strukturën e kapaciteteve për vendosje në rajon. Sipas të dhënave nga ligji për statistikë, në vitin 2002 në rajon kanë ekzistuar 3 motele, me kapacitet prej 104 shtretërve, të vendosura në 48 dhoma.

Numri i tyre realisht është diçka më i madh, gjë që rrjedh nga mosrespektimi i rregullores ligjore, edhe pse të njëjtit e kryejnë funksionin e motelit dhe pranojnë mysafirë. Me qëllim të paraqitjes objektive të gjendjes, duke mos hyrë në (pa)rregullsitë e veprimtarisë së moteleve, do t’i paraqesim karakteristikat e tyre themelore.

Foto nr. 39 – Motel “Petrol Kompani”



Prej të gjithë moteleve në rajon, një nga më të njohurit dhe më modern në Maqedoni është moteli “Petrol Kompani”, që ndodhet në autostradën Shkup – Tetovë, në largësi prej rreth 3 km nga Tetova.

Moteli është ndërtuar kryesisht për udhëtarët, të cilët kalojnë nëpër këtë rrugë dhe ka në dispozicion rreth 36 shtretër, të radhitura në 20/1 ose dhoma dy krevate shumë mirë të pajisura. Gjithashtu, ka sallë restoranti dhe aperitiv bar. Në kuadër të kompleksit punon edhe pompa e benzinës.

Në autostradën e njëjtë, në afërsi të fshatit Zhelinë ndodhet moteli “Trskara”, i cili paraqet motel – restorant tipik dhe ka në dispozicion 35 shtretër. Në qytet ndodhen tre motele MK Petrol, ATA dhe Beli 9.

Të gjithë janë motele moderne, kurse më i madh prej tyre është MK “Petrol”, i cili gjendet në dalje të Tetovës nga Gostivari. Për nga funksionet dhe shërbimet e tij është i ngjashëm me Petrol Kompani.

Këto tri motele kanë në dispozicion rreth 80 shtretër. Në zonën e Tetovës gjenden edhe dy motele, ndërkaq një nga më të njohurit është moteli “Vratnica”, i cili gjendet në fshatin Vratnicë, në rrugën e dytë për nga frekuentimi në rajon, Tetovë – kalimi kufitar Jazhincë.

Moteli ka në dispozicion restorant të madh dhe 18 shtretër. Njëri nga më të bukurit në rajon është moteli “Konak”, që gjendet në lokalitetin “Kodra e Diellit”. Moteli është i ndërtuar në stilin alpin dhe ka pamje tepër tërheqëse. Ka kapacitet prej rreth 20 shtretërve dhe punon vetëm gjatë stinës së dimrit.

Foto nr. 41 – Motel “Konak”



Pushimoret për punëtorë në rajon si dhe në Republikën e Maqedonisë, si lloje të objekteve turistike për vendosje (bujtje), janë të shumta. Të tilla sot janë nëntë pushimore, me kapacitet prej rreth 290 shtretërve të shpërndara në 86 dhoma.

Numri i objekteve të cilat për fat të keq tanimë nuk punojnë gjithashtu është i madh, para së gjithash për shkak të gjendjes së keqe financiare të ndërmarrjeve të cilave u takojnë. Prej tyre, të cilat shfrytëzohen në pjesë të caktuara të vitit, më të njohura janë KIM “Jelak” (30), “Zhito Polog”(32), “Granit” (24), “Elektrodistribucimi” (30), “EDTKO” (24), “Banka e Tetovës” (20), “Komuna Projekt”(8), “Pushimorja ushtarake”(18) dhe pushimoret ushtarake të tipit të kazermave (100).

Karakteristikë për këto pushimore është se janë shfrytëzuar gjatë periudhës dimërore dhe verore të vitit, më saktë gjatë kohës së shfrytëzimit të pushimeve vjetore në ndërmarrje dhe kryesisht janë të tipit të mbyllur.

Për shkak të gjendjes së vështirë financiare të ndërmarrjeve, pronarëve të objekteve, si dhe nga ana tjetër, procesi i filluar por i pambaruar i privatizimit dhe mirëmbajtja e tyre jo e rregullt, objektet gradualisht po rrënohen.

Në rajonin turistik të Sharrit dhe Pollogut punon edhe Pushimorja për fëmijë “Kodra e Diellit” e ndërtuar në vitin 1985 nga ana e Entit për Mbrojtje Shëndetësore dhe ka 140 shtretër të shpërndara në 36 dhoma.

Gjithashtu, ka sallë të madhe restoranti, si dhe hapësira tjera të destinuara për zbavitjen e të rinjve. Si edhe në objektet tjera të tilla në Maqedoni, pushimorja nuk shfrytëzohet gjatë tërë vitit, më saktë shfrytëzohet gjatë pushimeve dimërore dhe verore të nxënësve m'u për shkak të karakterit dhe dedikimit të të njëjtave.

Mali "Sharr" si më i madh në Republikën e Maqedonisë ka traditë të gjatë në ndërtimin dhe vendosjen e kapaciteteve të tilla. Për fat të keq, sot në tërë rajonin ekzistojnë vetëm tre shtëpi malore me kapacitet prej 182 shtretërve.

Ne, në pjesën mbi zhvillimin historik përmendëm numër të madh të shtëpive të tilla gjahtarësh, pyjore dhe malore, të cilat në të shumtën e rasteve janë asgjësuar dhe braktisur gjatë krizës ushtarake – politike në rajon, në vitin 2001.

Në vendin ku ishte e ndërtuar shtëpia më e vjetër malore në Maqedoni, edhe sot ekziston shtëpia malore "Luboten", në pronësi të KHE "Jugohrom".

Duke i pasur parasysh zgjerimet dhe ndërtimet e kolibeve malore në rrethinë, këtë lloj të shtëpive malore, në pikëpamje të karakterit dhe dedikimit, disa i llogarisin edhe si pushimore për punëtorë, me çka kapaciteti i përgjithshëm arrin mbi 100 shtretër.

Shtëpia malore "Smreka", me të cilën udhëheq Shoqata malore "Transverzalec", gjendet në "Kodrën e Diellit" dhe ka kapacitet prej mbi 30 shtretërve. Kjo shtëpi malore punon gjatë tërë vitit dhe jo vetëm për nevojat dhe aktivitetet e alpinistëve, përkundrazi, është i hapur për të gjithë vizitorët me çmime shumë të volitshme.

Objekti i tretë është i kombinuar, gjegjësisht shtëpi gjahtarë– malore "Setole" në afërsi të fshatit Setole. Kjo shtëpi, në masë më të madhe, është dedikuar për nevojat e gjahtarëve dhe disponon me rreth 30 shtretër. Të gjitha shtëpitë e tilla gjenden në mjedise që janë përplot me vlera ambientale. Konakët e manastireve, gjithashtu, mund të jenë objekte shumë atraktive për vendosje edhe atë duke e pasur parasysh karakterin, dedikimin dhe rregullin.

Manastiri i Leshokut ka në dispozicion 33 shtretër, të vendosur në tetë dhoma të gatshme për pranimin e mysafirëve, me mundësi për shfrytëzimin edhe të hapësirave tjera ndihmëse dhe shtretërve, sallën për ushqim me kapacitet prej 100 vizitorëve.

Për momentit, një pjesë e objekteve ekzistuese rinovohen dhe me mbarimin e saj priten vizita masive të këtij kompleksi, jo vetëm nga ana e besimtarëve, por edhe nga të gjithë vizitorët tjerë. Kompleksi i manastirit Shën Naumi i Ohrit ndodhet në "Kodrën e Diellit". Një pjesë e Konakut është pajisur dhe i është dhënë me qira KS "Luboten" i cili e shfrytëzon, para së gjithash, për aktivitetet dhe nevojat e veta.

Pjesa e rregulluar gjendet në katin përdhës që ka në dispozicion 20 shtretër të vendosur në pesë dhoma. Gjithashtu, disponon me kuzhinë dhe sallë për ushqim me kapacitet prej 60 ulëseve. Me përfundimin dhe pajisjen e pjesës tjetër të konakut do të fitohet objekt i rëndësishëm për vendosje (bujtje).

Ndryshe, në rajonin turistik të Sharrit dhe të Pollogut janë të gjitha llojet e objekteve për vendosje, por nëse hedhim një vështrim te të gjithë këta, planifikimi dhe zhvillimi i turizmit në rajon doemos duhet të përmbahet përmes procesit të privatizimit të objekteve dhe kategorizimit të tyre, me çka, në të njëjtit, turizmi do të bëhet veprimtari prioritar, e jo veprimtari shoqëruese (e dorës së dytë) e gjigantëve të ndryshëm industrial.

Nga ana tjetër, kjo do të jap impuls të ri në rregullimin dhe pasurimin e qëndrimit turistik në vetë objektet, si dhe në zmadhimin e bazës materiale që padyshim është kusht i domosdoshëm për zmadhimin e qarkullimit turistik.

Kapitulli II Resurse Njerëzore



(Punimet në këtë kapitull janë nga tryeza “Administrata publike dhe sfidat e reformimit të saj”, organizuar nga Instituti “Pjetër Budi” në Prishtinë).

Prof.Dr.Arsim Bajrami, ministër i Administratës Publike**SFIDA E REFORMIMIT NË ADMINISTRATËN QENDRORE**

Reforma e administratës publike është një ndër prioritetet kyçe të Qeverisë së Republikës së Kosovës e përfshirë edhe në kuadër të Programit të Qeverisë së Republikës së Kosovës 2008-2011, Kornizës Afatmesme të Shpenzimeve dhe Planit të Veprimit për Partneritet Evropian për vitin 2009. Qeveria e Republikës së Kosovës është e përkushtuar në ngritjen dhe zhvillimin e administratës publike konform standardeve evropiane.

Me ndryshimet socio-politike dhe ekonomike në Kosovë është paraqitur nevoja e reformimit të Administratës me qëllim të ngritjes së cilësisë së shërbimeve për qytetarë dhe biznese. Reformimi përfshin plotësimin e infrastrukturës ligjore, ngritjen e kapaciteteve administrative dhe avancimin teknologjik të funksionimit të administratës.

Procesi i reformës është ndër prioritetet kryesore të Qeverisë që ndërlidhet me objektivin për krijimin e një administrate moderne, funksionale, profesionale, politikisht neutrale dhe të përgjegjshme përballë kërkesave dhe nevojave të qytetarëve, me qëllim final drejt ndërtimit të një shteti ligjor dhe demokratik.

Në kuadër të Programit të Qeverisë së Republikës së Kosovës 2008-2011, është paraparë E-Qeverisja si politikë prioritare në drejtim të përmirësimit të vazhdueshëm të kualitetit të shërbimeve qeveritare dhe në funksion të avancimit të proceseve të punës në Administratën Publike.

Në këtë kontest, Qeveria e Republikës së Kosovës, me datë 12 dhjetor 2008, ka miratuar Strategjinë për E-Qeverisje 2009-2015, me zbatimin e së cilës është bërë edhe lansimi i produkteve të paralektorale si: Dizajnimi i Portalit Qeveritar; Aplikacioni për regjistrimin e patent-shoferëve dhe automjeteve, si dhe lansimi i moduleve online për regjistrimin dhe licencimin e bizneseve.

Me aplikimin e qeverisjes elektronike qytetarët dhe bizneset, por edhe vetë Qeveria, do të kenë shërbime efektive dhe shumë të shpejta, qasje në shërbim nga çdo pikë dhe distancë, nxitje të zhvillimit ekonomik dhe shoqëror, mundësi të ngritjes së aftësive, si dhe shërbimeve të përhershme në çdo kohë.

Në funksionim të profesionalizimit të administratës publike, Qeveria e Republikës së Kosovës ka filluar Projektin e Rishikimit Funkcional, i cili si i tillë menaxhohet dhe mbikëqyret në nivel politik nga Komisioni Ndërmintor për Reformën e Administratës Publike dhe që synon të përmbushë objektivat e përcaktuara për një strukturë efektive horizontale/vertikale dhe një organizim të institucioneve të administratës publike në përputhje me kompetencat e tyre, gjë e cila pashmangërisht synon krijimin e një administrate publike efikase dhe efektive.

Projekti i rishikimit funksional deri më tani ka përfshirë pjesën më të madhe të ministrive, duke ofruar zgjidhje të qëndrueshme në funksion të avancimit të administratës publike në nivelin qendror.

Një pako e gjetjeve dhe rekomandimeve të dala nga procesi i rishikimit funksional (lidhur me Ministrinë e Administratës Publike, Ministrinë e Punëve të Brendshme dhe Ministrinë e Administrimit Lokal) janë miratuar nga Qeveria e Republikës së Kosovës.

Projekti i Reformës së Administratës Publike në vazhden e objektivave dhe përmbushjes së prioriteteve të përcaktuara mbetet i angazhuar për një administratë apolitike, profesionale, multietnike, transparente, efikase me një strukturë dhe organizim efektiv horizontal dhe vertikal të institucioneve të administratës publike në harmoni me përgjegjësitë e tyre, ku komunikimi efektiv dhe reciprok me qytetarët në zhvillimin e politikave dhe ofrimin e shërbimeve konsiderohet faktor i rëndësishëm dhe qenësor në performancën e një administrate publike moderne në përputhshmëri me standardet evropiane dhe ndërkombëtare.

Menaxhimi i burimeve njerëzore përkatësisht fillimi i implementimit të sistemit të ri të klasifikimit të shërbimit civil dhe reformës në listën e pagave, si dhe E-Qeverisja në përkrahjen e funksioneve administrative dhe proceseve të avancuara të punës, synojnë ofrimin dhe dhënien e shërbimeve efikase, profesionale, transparente dhe eficiente për qytetarë, institucione dhe biznese.

Duke iu referuar vizionit për një administratë publike të reformuar, të përgjegjshme e të mbështetur në merita për të plotësuar nevojat dhe kërkesat e qytetarëve dhe institucioneve.

Qeveria e Republikës së Kosovës mbetet e përkushtuar në avancimin dhe zhvillimin e përafrimit dhe implementimit të politikave dhe ligjeve në harmoni me standardet e BE-së; sigurimin e infrastrukturës së nevojshme për një funksionim efikas të institucioneve të Republikës së Kosovës; për sistem funksional në parandalimin dhe luftimin e korrupsionit, si dhe rritjen e përgjegjësisë dhe llogaridhënies në administratën publike.

Në këtë kontest përkushtimi i vazhdueshëm qeveritar si dhe koordinimi ndërinstitucional me akter vendor e ndërkombëtar në funksion të zhvillimit dhe implementimit të reformës në shërbimin civil dhe administratën publike në tërësi, do të mundësojë tejkalimin e çdo sfide dhe njëherazi arritjen në përmbushjen e objektivave të përcaktuara qeveritare në drejtim të profesionalizimit dhe modernizimit të mëtutjeshëm të administratës publike.

Sadri Ferati, Ministër i Pushtetit Lokal

REFORMAT E ADMINISTRATËS PUBLIKE NË NIVELIN LOKAL, SOT DHE NESËR

Objektivat e administratës pavarësisht nga niveli janë të njëjta, si për administratën qendrore, po ashtu edhe për atë lokale. Objektivi jonë është që të ndërtojmë një administratë të avancuar, efikase, të qëndrueshme dhe të besueshme para qytetarëve tanë.

Gjithmonë pyetja kryesore shtrohet për objektivat përafërsisht që i kanë të gjithë, edhe ata që janë më shumë të zhvilluar, edhe ata që janë më pak të zhvilluar, por gjithmonë shtrohet pyetja si bëhet kjo, pra në cilat platforma duhet të ndërtohet dhe si duhet të zhvillohet kjo më tutje.

Unë do të ndalem vetëm te pjesa e administratës pasi është tema themelore, ndërsa më vonë do të shohim se si tërësi reforma e pushtetit lokal ndikon në një administratë efikase.

Ne krenohemi me rezultatet që janë arritur deri më tani, por jemi shumë të vetëdijshëm se cila është sfida që na pret që ne të arrijmë qëllimin tonë. Pretendojmë një administratë të depolitizuar dhe pikërisht këtë po e bëjmë me ligje shumë të avancuara, që janë aprovuar në Kosovë e sidomos për qeverisjen lokale, si Ligji për vetëqeverisje lokale, që është në pajtueshmëri të plotë me Kartën Evropiane për vetëqeverisje lokale, e që siguron një administratë efikase.

Njëkohësisht krijon edhe një autonomi të fuqishme për vetë strukturat e vetëqeverisjes lokale, që të kontribuojnë në zhvillimin e administratës, duke i respektuar specifikat e secilës komunë veç e veç. Ky është koncepti në të cilën po e ndërtojmë.

Tanimë nuk është problemi i ndërtimit të këtij koncepti, sepse e kemi shumë të qartë sepse ligji e përcakton se cila është struktura e politikbërjes politike, legjislative dhe ekzekutive-administrative. Por, Kosova si një vend i ri ende e ka problemin e funksionimit në praktikë, sesa ndërtimin e ndonjë koncepti.

Megjithatë, ndërtimi i konceptit është baza fillestare që më vonë të krijohen praktika tjera të respektimit të këtij koncepti.

Më pastaj, do të angazhohemi që të krijojmë një qëndrueshmëri në administratë dhe që të ruhet gjithmonë memoria, ngase me ndërrimet e pushteteve të gjithë jemi dëshmitarë se shpeshherë din të goditet edhe vetë administrata, dëmtohet memoria dhe vazhdimisht jemi në situatë që të ngrisim kapacitetet me të njëjtat struktura, që janë bërë katër vjet më parë.

Kemi bërë avancime, aftësimin e shumë zyrtarëve me shumë profesionalizëm, por me një ndërrim pushteti ata njerëz mbesin në rrugë, merren fillestarë sipas preferencave dhe vijave të tjera dhe sipas kësaj ajo komunë goditet dhe duhet shpenzime të tëra dhe dëmtim i tërë i shërbimit që ofron komuna për arsye që dikush ka dëshiruar me vendos, se zyrtar X është më i mirë se ai tjetri duke mos pasur kujdes për administratën.

Këtë me qëllim e evidentova për një qëndrueshmëri të administratës në nivelin lokal, por kjo vlen edhe për nivelin qendror.

Sa i përket krijimit të parakushteve apo modernizimit të administratës ne kemi fituar projektin, të cilin jemi duke implementuar. Tani është në përfundim softueri dhe në muajin mars të gjitha komunat e Kosovës do të kenë mundësinë e digjitalizimit të plotë të shërbimit.

Në aspektin programor hauderik dhe softuerik komunat e Republikës së Kosovës tani do të jenë të barabarta me të gjitha komunat më të zhvilluara të Evropës. Tash do t'i kemi mundësitë teknike, sikurse i ka një komunë në Slloveni, Gjermani, Estoni apo shtetet më të zhvilluara.

Kjo ka qenë kërkesa jonë dhe kjo do të mundësohet. Prandaj, përveç kapaciteteve që zyrtarët tonë të jenë në hap me teknikën, tani është duke zhvilluar edhe programi i pasaportës evropiane, që tashmë një kompani ka fituar edhe tenderin për t'i aftësuar zyrtarët që ata të jenë në hap. Unë mendoj që në muaj mars do të jetë momenti që ne do të festojmë dhe do të krenohemi që kaq shpejt ne kemi krijuar këtë parakusht.

Ne do të insistojmë që komuna dhe ministrinë të bëjnë shumë në mënyrë që ta ushqejmë atë sistem, në mënyrë që qytetari t'i marrë ato shërbime që nga informatat, aplikimet në një sportel dhe shumë përparësi që jep ky sistem.

Por, normal ne nuk presim, që qysh në ditën e parë, në muajin mars, kur të inaugurohet do të fillojnë këto shërbime. Por, është shumë me rëndësi se ne po e ndërtojmë konceptin, pastaj parakushtet ajo që quhet teknika- mundësia që jepet, dhe pastaj vetë zyrtari do të jetë ai që do të zhvillohet në mënyrë që qytetari mund të marrë të gjithë ato shërbime që janë paraparë.

Ne presim që në momentin e aprovimit të ligjit për dokumentet elektronike qytetarët nuk do të kenë më nevojë që të krijojnë radhë nëpër sportele, por të gjitha dokumentet personale, si certifikata e lindjes, ajo e kurorëzimit, e vdekjes, e pak me vonë, edhe deri të dokumentet që lidhen me kadastrën, do të mund t'i marrë përmes kodit të vet në aparat, pa u futur fare në komunë. Sistemi e garanton këtë, por vetëm mbetet çështja e ligjit.

Pra, në muajin mars do të fillojë digjitalizimi i plotë i shërbimeve administrative nëpër komunat e Republikës së Kosovës. Përjashtim bëjnë dy komunat në pjesën veriore që ne do t'ua mundësojmë, por nuk jemi të sigurt se si do të funksionojë. Duke qëndruar në mes të dy sfidave, ajo që duhet parë është një administratë optimale që po unifikohet të mos rrezikohet zhvillimi i politikave dhe shërbimet e mira që duhet të ofrohen te qytetarët.

Ne në vitin 2008, pas një studimi gjashtëmujor dhe një pune të zellshme të të gjithëve, edhe përfaqësuesve të ministrisë dhe me partnerët vendorë dhe ndërkombëtarë, kemi punuar për krijimin e standardeve unike për konsolidimin e një administratë efikase. Gjatë konsolidimeve kemi vërejtur se në komuna ka pas një raste kur një zyrtar ofron shërbime për më pak se 100 qytetarë dhe po ashtu ka pasur raste kur një zyrtar ofron shërbime për 770 qytetarë.

Pra, kemi pasur një administratë heterogjene d.m.th. jo e bazuar në kritere unike.

Duke marrë parasysh këtë dhe mënyrën e financimit ne kemi marrë një vendim dhe tani kemi caktuar kritere që do të implementohen në vitin 2010, të cilat kritere do të jenë unike për administratën.

Fillimisht do të jetë kriteri i numrit të popullatës dhe kriteri gjeografik, si kritere fillestare, ndërsa më vonë, duke u fuqizuar komuna, duke krijuar të hyra vetanake, duke administruar vetveten, ajo pastaj mund të thirret në autonominë e caktuar.

Por, derisa komunat tona ende nga grantet qeveritare financojnë administratën, ne do të krijojmë kritere unike fillestar dhe mbi këtë numër, ose nën këtë numër komuna duhet të japin shpjegime shtesë pse duhet të jetë ky numër më i madh, ose pse duhet të jetë më i vogël.

Në momentin kur ajo krijon mjete vetanake financiare dhe fillon m'u sjell konform dokumenteve universale që Kosova i ka pranuar si standarde, siç janë Karta evropiane për vetëqëversije lokale, atëherë komuna mund ta krijojë autonominë financiare me mjetet që i takojnë.

Me mjetet vetanake do të mund të rrisë aspo zvogëlojë administratën gjithmonë duke i dhënë llogari qytetarit pse ato mjete ajo i shpenzon në administratë nuk i shpenzon në zhvillim ose pse duhet ajo ta ketë këtë administratë në mënyrë që të jetë më efikase, pra një administratë optimale.

Ky është një prej dokumenteve që unë jam jashtëzakonisht i kënaqur që është ndërtuar dhe do të krijojë standarde unike për avancimin e administratës. Po ashtu, që nga ky vit kemi filluar dhe brenda 2010 do të mbërrijë me standardizuar dhe zhvilluar deri në përmasa të kënaqshme vetëvlerësimet, pra performancat e institucioneve dhe performancat e zyrtarëve, duke filluar nga vetë ministria, në mënyrë që të kemi vlerësime për performancë.

Po ashtu, do të bëjmë vlerësimin e performancës të vetë komunave edhe vetë zyrtarëve, që do t'i kemi dy rezultate: që të stimulojmë zyrtarin që duke qenë i zellshëm dhe efikas do t'i shërbejë si një kompliment, por edhe njëkohësisht nuk do të mund të fshehët mbrapa mosdijes apo mospunës, sepse ajo mund të shihet në vlerësimin e performancës kur i bëhet komunës dhe zyrtarit.

Kjo do të bëhet me qëllimin më të mirë që të stimulojmë aty ku duhet të stimulojmë dhe që t'i lëvizim kapacitetet aty ku duhet të vihen.

Pra, nëpërmes depolizimit, kthimit të qëndrueshmërisë, modernizimit të ngritjes së kapaciteteve, krijimit të standardeve unike të funksionimit të administratës, përcaktimin e standardeve për shërbime dhe përcaktimin e performancës ne po provojmë që të krijojmë parakushte si stimulimin e nevojshëm, mbështetjen e nevojshme të administratës në mënyrë që edhe në Kosovë ta kemi një administratë lokale të avancuar efikase, të qëndrueshme dhe të besueshme para qytetarëve.

Prof.dr. Jove Kekenovski, Profesor në Institutin “Pjetër Budi”

REFORMA E ADMINISTRATËS PUBLIKE NË REPUBLIKËN E MAQEDONISË

Hyrje

Reforma e administratës publike është proces i vazhdueshëm, i cili zhvillohet në demokracinë e zhvilluar dhe ekonominë e tregut, prandaj ky proces ishte i domosdoshëm dhe filloi të rrjedh edhe në vendet në tranzicion. Kontinuiteti i procesit të reformës shihet në aftësimin e vazhdueshëm dhe zhvillimit të sistemit administrativ, për shkak të ndryshimeve të shpejta në shoqërinë bashkëkohore dhe proceseve të globalizimit.

Procesi i ndryshimit dhe ridefinimit të rolit të shtetit në shoqëri posaçërisht është theksuar në vendet në tranzicion, ku funksionet predimensionale, para së gjithash komanduese dhe kontrolluese të shtetit, duhet të zëvendësohen me funksionet rregullative, që janë më konsistente me ekonominë e tregut.

Qeveria e Nikola Gruevski, e cila konsiderohet si qeveria më agresive për reforma në Maqedoni pas vitit 1990, ballafaqohet me sfida të madhe që të përmirësojë punën e shërbimeve shtetërore respektivisht me sfida serioze, që të reformojë administratën shtetërore.

Koncepti i reformës së administratës publike filloi në vitin 1998, me formimin e Komisionit për reforma në administratën publike, i cili punonte në koordinim dhe realizimin e reformave. Me Komisionin (ku bënë pjesë 8 ministra) kryesonte Ministria e Drejtësisë.

Një vit më vonë (maj 1999), Qeveria e Republikës së Maqedonisë e miratoi Strategjinë për reforma të administratës publike. Me këtë dokument janë përcaktuar parimet kryesore të reformës dhe fushat, në të cilat duhet të realizohet reforma e administratës publike.

Qëllimi fundamental i reformës së administratës publike ishte që në Republikën e Maqedonisë të përmirësohen strukturat dhe proceset e saj me çka do të përkrahej zhvillimi i shoqërisë demokratike dhe ekonomia e suksesshme e tregut.

Reforma e administratës publike duhej të siguronte zhvillim të sistemit maqedonas të administratës publike me karakteristikat kryesore në vijim:

- Administratë e vogël publike, respektivisht “shtet” i vogël me natyrë të ndryshuar të intervenimit shtetëror e orientuar para së gjithash drejt funksioneve rregullator dhe të përcjelljes;
- Strukturë e thjeshtë e sistemit të administratës publike në pajtim me parimin e demokracisë parlamentare;
- Administratë demokratike e cila, në kuadër të Kushtetutës, është e udhëhequr nga e drejta gjatë realizimit të autorizimeve publike dhe shfrytëzimi i mjeteve të cilat i besohen;
- Mbrojtja e administratës gjatë kryerjes së autorizimeve me interesa politike dhe interesa tjera dhe kontrolli i saj përmes mekanizmave transparent edhe nga ana e institucioneve të pavarura;

- Administratë publike të përgjegjshme, qytetare dhe e orientuar, si shërbim efikas për qytetarët dhe subjektet e së drejtës në realizimin e të drejtave të tyre;
- Model demokratik i administratës publike.

Principet kryesore për funksionimin e sistemit të ri të administratës publike ishin të orientuara drejt mundësimit të: sundimit të ligjit, transparencës, kompetencës, stabilitetit, përgjegjësisë, parashikueshmërisë, trajtimit të njëjtë, efikasitetit dhe etikës.

Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë në mënyrë decisive nuk e definoi termin administratë publike, por në nenin 95, pika 1, jep definicionin e administratës shtetërore, ku përcakton se atë e përbëjnë ministrinë, organet e tjera të administratës dhe organizatat e përcaktuara me ligji (Ligji për organizimin e punës së administratës shtetërore "Gazeta Zyrtare e RM" nr. 58/00, 44/02, 55/05), i cili përcakton strukturën dhe kompetencat e administratës shtetërore¹⁰².

Termi "administratë publike" përkundër të punësuarve në organet e administratës shtetërore i përfshin edhe të punësuarit në organet e njësisve të vetëqeverisjes lokale dhe në shërbimet profesionale të Kuvendit të Republikës së Maqedonisë, kryetarit të RM, Qeverisë së RM, Gjykatës Kushtetuese, Gjykatës Supreme, Gjykatave, Këshillit gjyqësor republikan, Avokati i Popullit, Prokuroria Publike, Komisioni Zgjedhor Shtetëror, Komisioni Shtetëror për parandalimin e Korrupsionit, Drejtoria për mbrojtjen e të dhënave personale, Komisioni për mbrojtjen e konkurrencës, Agjencia për shërbyesit shtetëror dhe Enti shtetëror për auditim, si dhe institutet shtetërore, të cilave u janë besuar autorizime publike dhe institutet që kryejnë veprimtari me interes publik, nëse kjo është e përcaktuar me ligj.

¹⁰² Në Ligjin për organizimin dhe punën e organeve të administratës shtetërore ("Gazeta zyrtare e RM" nr. 58/00, 44/02, 55/05) përcaktohen organizimi dhe kompetencat e organeve të administratës shtetërore. Ligji përcakton 14 ministri me gjithsej 45 organe në përbërjen e tyre, 5 organe të pavarura të administratës shtetërore dhe 3 organizata administrative. (ME ndryshimet e bëra në Ligjin për organizimin dhe punën e organeve të administratës shtetërore nga ana e Qeverisë të Kuvendi i RM në shtator të vitit 2006, u krijua ministria e re për shoqëri informatike dhe janë bërë korrigjime në lidhje me statusin e disa organeve, të cilët kanë kaluar në organe të pavarura apo organe jashtë sistemit të pushtetit ekzekutiv, ndër të tjera edhe për shkak të reformave të realizuara për përafrimin e legjislationit maqedonas me atë të BE).

Me Ligjin për organizimin dhe punën e organeve të administratës shtetërore ("Gazeta zyrtare e RM" nr. 59/00, 12/03, 55/05 dhe 37/06) është përcaktuar organizimi, mënyra e punës dhe kompetencat e Qeverisë së Republikës së Maqedonisë. Me ndryshimet dhe plotësimet e Ligjit në vitin 2003 është bërë precizimi i kompetencave të Sekretariatit për legjislation, si shërbim profesional i Qeverisë. Sekretariati për legjislation është i obliguar që të siguroj konsistencën e sistemit juridik dhe për të dhënë mendime profesionale për pajtimin e propozimeve të ligjeve dhe rregullave tjera me Kushtetutën e Republikës së Maqedonisë, me legjislationin e BE dhe me marrëveshjet ndërkombëtare të ratifikuara në pajtim me Kushtetutën e Republikës së Maqedonisë, si dhe për të dhënë mendime profesionale për rregullat e komunave për të cilat Ministria për vetëqeverisje lokale kërkon këtë. Në pajtim me ndryshimet dhe plotësimet e Ligjit për Qeverinë e RM në vitin 2005, është formuar Sekretariati për çështje evropiane, përgjegjës për koordinimin e punëve në lidhje me euro-integrimit.

Në vend të Sektorit të mëhershëm për euro-integrime që ishte pjesë e Sekretariatit gjeneral të Qeverisë, Sekretariati për çështje evropiane është definuar si shërbim i pavarur qeveritar, e udhëhequr nga zëvendës kryetari i Qeverisë përgjegjës për çështje evropiane. Ndryshimet dhe plotësimet e Ligjit për Qeverinë e RM të vitit 2005, gjithashtu, e ndryshojnë edhe pozicionin dhe funksionimin e Sekretariatit gjeneral, si shërbim profesional i Qeverisë së Republikës së Maqedonisë, që më parë ishte e rregulluar me vendim qeveritar. Ndryshimi i tillë është në pajtim me Planin strategjik për zhvillim të Sekretariatit gjeneral të vitit 2002.

Me termin “administratë publike” si term më i gjerë, nënkuptohen të punësuarit në veprimtaritë e arsimit, shëndetësisë, kulturës, shkencës dhe veprimtaritë sociale, ndërsa sipas qëndrimit të pranuar gjerësisht dhe standardeve në të gjitha vendet e zhvilluara, administrata në ndërmarrjet publike nuk përfshihet në termin administratë publike.

Dallimi kryesor ndërmjet administratës shtetërore dhe publike është në statusin që e kanë të punësuarit në këto dy kategori. Në fakt statusi specifik i të punësuarve në administratën shtetërore me rregulla të posaçme, (Ligji për shërbyesit shtetëror dhe aktet nënligjore që dalin prej tij), ndërsa për të punësuarit në administratën publike vlejné dispozitat e legjislacionit të përgjithshëm të punës.

Reforma

Reforma në periudhën e kaluar ishte e fokusuar në përcaktimin e kornizës së domosdoshme për zhvillimin e organeve të administratës shtetërore dhe kompetencave të tyre, në organizimin dhe punën e Qeverisë, si dhe në zhvillimin e kornizës institucionale të nevojshme për koordinimin e planifikimit strategjik dhe lidhjen e qëllimeve strategjike me buxhet; sistemin e analizës dhe koordinimit të politikave; sistemit për koordinimin e reformës në administratën publike; si dhe sistemin për koordinimin e procesit të integritetit evropian.

Periudha fillestare (2 vitet e para) e realizimit të reformave në këto fusha karakterizohet me definimin e parimeve kryesore dhe respektimin e tyre në kornizën ligjore të domosdoshme për zbatimin e mëtutjeshëm të reformave.

Pas miratimit të ligjeve kryesore, reforma ishte e koncentruar në:

- Formimin e strukturës institucionale të domosdoshme për realizimin e reformave në fusha të caktuara;
- Intensifikimin e reformave në disa fusha të cilat nuk ishin të definuara si prioritete në kohën e miratimit të strategjisë.

Në vitet e kaluara pas periudhës fillestare janë arritur rezultate të dukshme në fushat e përcaktuara në Strategjinë për reformën e administratës publike, ku janë të nevojshme reformat.

1. Në reformën e sistemit të administratës shtetërore, respektivisht shërbimit shtetëror, janë arritur rezultate të mëdha në definimin e kornizës ligjore dhe nënligjore për funksionimin e sistemit të ri të shërbimit shtetëror.

Përparimi i deritanishëm është realizuar përmes definimit dhe miratimit të kornizës së nevojshme ligjore dhe akteve nënligjore (Ligji për organizimin në punë të organeve të administratës shtetërore, Ligji për Qeverinë e RMB, Ligji për shërbyesit shtetëror, Ligji për vetëqeverisjen lokale, Ligji për pengimin e korrupsionit etj.), është krijuar struktura institucionale e nevojshme për koordinim dhe udhëheqjen e reformës në administratën shtetërore (Njësia për reforma të Administratës Publike, agjencia për shërbyes shtetëror.¹⁰³ Komisioni shtetëror për luftimin e Korrupsionit etj.), si dhe

¹⁰³ Agjencia për shërbyes shtetëror (ASS) është formuar me përkrahje të USAID. Agjencia është menduar si ndërmjetësues për punësim në sektorin shtetëror. Të punësuarit në ASS janë të trajnuar nga ekspertë ndërkombëtar që të

ndërmarrja e masave tjera plotësuese dhe aktiviteteve për implementimin e qëllimeve të parashtruara reformuese.

Me Ligjin për shërbyesit shtetëror në mënyrë normative janë përcaktuar parimet për zhvillimin e shërbimit shtetëror të definuar në Strategjinë për reformën e administratës publike. Gjithashtu, me këtë ligj është formuar Agjencia për shërbyes shtetëror me kompetenca horizontale për zbatimin dhe koordinimin e politikave për menaxhimin e resurseve njerëzore, për futjen dhe zbatimin e standardeve në organizimin dhe punën e shërbimit shtetëror dhe për kryerjen e punëve profesionale, administrative dhe të tjera të lidhura me statusin, të drejtat, kompetencat dhe përgjegjësitë e shërbyesve shtetëror.

2. Reformat në administratën publike në kuptimin më të gjerë, ku përfshihen të punësuarit dhe institucionet, të cilat kryejnë veprimtari në shëndetësi, veprimtari sociale, arsimim dhe shkencë, si dhe kultura, janë të rëndësishme dhe reforma themelore, të cilat do të kenë ndikim të madh në mënyrën e dhënies së shërbimeve, si dhe në të punësuarit dhe institucionet në fushat adekuate.

Marrë në përgjithësi, qëllimet themelore të reformave në këto fusha kishin për qëllim: dhënien e shërbimeve më kualitative dhe më efikase për qytetarët. Proceset të cilat kishin ndikim më të madh në konceptimin dhe zbatimin e reformave në këto fusha janë procesi i decentralizimit dhe i ridefinimit të rolit të shtetit.

Në periudhën e kaluar është bërë përparim i madh në lidhje me decentralizimin dhe definimin e sistemit të vetëqeverisjes lokale¹⁰⁴ përmes së cilës do të sigurohet udhëheqje efikase dhe e përgjegjshme, profesionalizëm dhe kompetenca të administratës lokale, afrimi i pushtetit lokal me qytetarin, si dhe dhënia e shpejtë dhe kualitative e shërbimeve lokale dhe zgjidhja e problemeve të përditshme të qytetarëve

Përparimi i bërë në fushën e ridefinimit të rolit të shtetit në periudhën e kaluar ka kaluar nëpër grupe të aktiviteteve:

- Ndarja e funksioneve jo themelore të qeverisë dhe bartja e tyre në sektorin privat;

përgatisin dhe ti përcjellin provimet e shërbyesve potencial qeveritar. Gjithashtu, agjencia fiton donacione të mëdha për financimin e pajimeve kompjuterike dhe trajnimin e sektorin shtetëror.

¹⁰⁴ Në bazë të Ligjit për organizimin territorial të komunave, numri i komunave është zvogëluar nga 123 në 84 komuna dhe qyteti Shkup, si njësi e posaçme e vetëqeverisjes lokale; ishte miratuar Ligji i ri për vetëqeverisje lokale ("Gazeta zyrtare e RM nr. 5/2002) me të cilin kompetencat e komunave janë rritur dhe zgjeruar në këto fusha: planifikimi urban; zhvillimi lokal ekonomik; kultura; arsimit; mbrojtja sociale dhe mbrojtja e fëmijëve; veprimtari komonale, mbrojtja e mjedisit jetësor dhe natyrës; sporti dhe rekreacioni; mbrojtja shëndetësore dhe shpëtimi i qytetarëve dhe të mirave materiale; me Ligjin për financimin e njësisve të vetëqeverisjes lokale është përcaktuar modeli i decentralizimit fiskal; me Ligjin për shërbyes shtetëror, të punësuarit nëpër komuna kanë marrë statusin e shërbyesve shtetëror. Qëllimi përfundimtar i reformës së vetëqeverisjes lokale është realizimi efikas i të drejtave të qytetarëve, kualiteti i shtuar i shërbimeve që jepen në nivel lokal dhe shkalla më e lartë e participimit të qytetarëve në menaxhimin e punëve lokale. Reformat e tilla janë komplementare me nevojat specifike të cilat dalin nga procesi i integritetit të Republikës së Maqedonisë në Bashkimin Evropian, posaçërisht nga aspekti i zhvillimit regjional, përgatitjeve për shfrytëzimin e fondeve strukturore të Bashkimit, si dhe realizimit të bashkëpunimit tej-kufitar në kuadër të programeve tej-kufitare të BE.

- Ristrukturimi dhe privatizimi me futjen e elementeve të tregut në punën e sektorit publik¹⁰⁵;
 - Realizimi më efikas i funksionit rregullativ të shtetit; dhe
 - Dekoncentrimi i kompetencave të shtetit.
3. Në sferën e financave publike është bërë përparim i dukshëm në definimin e sistemeve të reja dhe vendosjes institucionale në procesin e buxhetit, punës së trezorëve, menaxhimit të borxhit publik dhe furnizimeve publike, si dhe auditimin e brendshëm, që nënkupton përparimin e përgjithshëm të menaxhimit financiar dhe kontrollit.
 4. Qëllimet kryesore të cilat duhet të arrihen me reformën e sistemit gjyqësor si segment i sistemit juridik në krijimin dhe organizimin e gjyqësorit të pavarur, të paanshëm dhe efikas dhe mbrojtja e drejtë e të drejtave dhe lirive të njeriut dhe sigurimi i sundimit të ligjit dhe sigurisë ligjore.
 5. Puna efikase dhe transparente e Qeverisë, e hapur për pjesëmarrjen e qytetarëve, e cila do t'u mundësojë shërbime më të mira elektronike për qytetarët dhe për bashkësinë e biznesit, që do të mundohet përmes zhvillimit të sistemit informativ.

Strategjia e miratuar për zhvillimin e shoqërisë informative dhe Plani i aksioneve i definojnë drejtimit, masat dhe aktivitetet e domosdoshme për përkrahjen e zhvillimit në këtë fushë.

Me amendamentet e Kushtetutës së RM të vitit 2001 dhe futjes së parimit të përfaqësimit adekuat dhe të drejtë të anëtarëve të bashkësive në administratën publike, si një nga vlerat themelore të rendit tonë kushtetues, ngritja e përqindjes së përfaqësimit të anëtarëve të bashkësive hyn ndër prioritetet kyçe në procesin e reformës së administratës publike.

Pengesat të cilat u shfaqen gjatë reformës

Nga pavarësimi i shtetit e deri më sot riorganizimi strukturor i shtetit, me theks të posaçëm në administratën publike, ishte objekt i përcaktimit partiak të secilës qeveri dhe njëkohësisht, pothuajse prej vitit 1994, ishte objekt edhe i marrëveshjeve me institucionet financiare ndërkombëtare gjatë përfshirjes në aranzhimet reformuese me to.

Atëherë këto institucione përipiqeshin për zvogëlimin e administratës shtetërore për 10 për qind nga ajo ekzistuese, mirëpo, në vend se të zvogëlohet, ajo vazhdimisht rritet për rreth 5 për qind në vit, ndërsa në vitet e fundit ajo tejkalon edhe 10 për qind.

Nëse merret parasysh se në vitin 1998 në Republikën e Maqedonisë numri i përgjithshëm i të punësuarve në administratën publike (duke përfshirë shëndetësinë dhe arsimit) ishte 94.200, në fund të vitit 2000 ai numër rritet në 98.207 të punësuar, kurse sot ai është mbi 130.000.

¹⁰⁵ Reformat e administratës në pjesën e *reformimit të rolit të shtetit* lëvizën në drejtim të transformimeve të ndërmarrjeve me kapital shoqëror përmes privatizimit, privatizimi i disa ndërmarrjeve publike nacionale, transformimi i një pjese të sektorit shëndetësor përmes privatizimit të mbrojtjes shëndetësore primare, mundësimi i veprimit të sektorit privat në sferën e arsimit, bartja e funksioneve të caktuara nga sektori publik në atë privat dhe joqeveritar në sferën e mbrojtjes sociale.

Mbipunësimi është një problem i pazgjidhur dhe i pazgjidhshëm. Sipas analizave të ekspertëve maqedonas dhe ndërkombëtarë, nuk ka nevojë për më shumë se 40.000 të punësuar, andaj do të kërkohej zvogëlimi i fuqisë punëtore për rreth 70 për qind. Në 17 vitet e fundit pushteti në Maqedoni është ndërruar disa herë, por asnjëri nuk guxoi ta zvogëlojë numrin e shërbyesve shtetërorë, duke u arsyetuar se do “t’i zemërojë votuesit”.

Është fakt në se disa fusha ishte e domosdoshme që të formohen institucione të reja siç ishin: përfaqësitë diplomatike- konsullore, infrastruktura gjyqësore, institucionet të ndryshme shtetërore dhe publike si: agjenci, drejtori, ndarje e re territorial dhe formimi i njësive të reja të vetëqeverisjes lokale, sigurimi i dyshkallësisë së organeve shtetërore e të ngjashme.

Mirëpo, nuk është bërë kjo përmes transformimit dhe reformimit të administratës shtetërore ekzistuese, por me angazhimin shtesë të ushtarakëve partiakë!

Administrata shtetërore e trashëguar, ekzistuese si dhe rritja e panevojshme e saj përveçse u shndërrua në ngarkesë të madhe për buxhetin njëkohësisht, që është shumë më keq, u shndërrua në aparat shtetëror të burokratizuar, i cili me dëshirën që ta arsyetojë nevojën e vet vazhdon edhe sot e kësaj dite “të paraqesë nevojën e rritur për ekzistimin e saj, përmes komplikimit dhe duplikimit të kompetencave gjë që e bën administratën shtetërore joefikase, joefektive dhe të shtrenjtë për qytetarët”.

Përkundër kësaj, në kushte të kufizimit të mundësisë për punësim në administratën shtetërore si shfrytëzues të drejtpërdrejt të buxhetit, para së gjithash, për shkak të “ngrirjes” së pozitës buxhetore “pagat dhe kompensimet e tjera”, nga ana e policëve financiarë ndërkombëtarë, partitë në pushtet në kushte të presionit të madh për punësimin e aktivistëve të ndryshëm partiak, për të cilët janë dhënë premtime parazgjedhore, “shpëtimin” e kanë parë në punësimet e reja në ndërmarrjet dhe shërbimet publike, të cilat nuk janë shfrytëzues të drejtpërdrejtë buxhetor.

Kështu, ka ardhur deri të punësimi në ndërmarrjet publike në elektroekonomi, ujësjellës, telekomunikimi, shërbime postare, menaxhim i hapësirave afariste dhe banesore, planifikimi hapësinor, agjencitë dhe fondet zhvillimore dhe investuese, fondet jashtëbuxhetore, entet administrative dhe shtetërore, etj., që ndikojnë indirekt në Buxhetin shtetëror dhe ngarkesën e qytetarëve.¹⁰⁶

Për momentin, parakusht i vetëm për punësim në shërbime shtetëror në Maqedoni është prejardhja etnike apo përkatësia partiake “adekuate”, gjë që nuk garanton as produktivitet as kompetencë.

Fondi Monetar Ndërkombëtar dhe Banka Botërore vazhdimisht këshillojnë që të mos bëhen punësime në baza të përkatësisë partiake. Megjithatë, pengesë kryesore për reformat në administratën publike paraqitet mosrespektimi i i vazhdueshëm i ligjit nga ana e partive politike dhe përfshirja e ACS në procesin qeveritar të punësimi.

¹⁰⁶ Sot e kemi shumë të vështirë kur ndërmarrjet dhe entet publike të privatizuara (Enti për sigurime të pronës dhe personave, “Telekom” Banka ekonomike. Elektroekonomia e të ngjashme) “Lirohen” nga punësimet e stërngarkuara partiake. Gjatë secilit ndryshim të pushtetit, të punësuarit e ri në periudhën deri tek ndryshimi i pushtetit nuk mundën të largohen në mënyrë efikase për shkak të “mbrojtjes ligjore” dje kontinuitetit të vendimeve dhe marrëveshjeve shtetërore.

Mungesa e madhe e aftësive të kualifikimeve paraqet edhe një problem tjetër për Qeverinë. Një numër i madh i shërbyesve shtetërorë nuk kanë kompetencë adekuate e as kualifikimet e nevojshme për pozitën e tyre.

Gjithashtu, reforma në administratën publike ka një armik të madh. Ky është obligimi nga marrëveshja kornizë që të arrihet përfaqësimi proporcional i pjesëtarëve të minoriteteve, e nga ana tjetër nevoja që të zvogëlohet numri i shërbyesve.

Në vend të përfundimit

Administratë e ngadaltë, e shtrenjtë dhe tepër e madhe: Këto janë tri karakteristikat me të cilat është e njohur administrata publike në Maqedoni, e cila reformohet nga pavarësimi. Prej momentit kur shteti e mori statusin e kandidatit për anëtarësim në Bashkimin Evropian, në vitin 2005, dhe e shtyrë nga afatet të cilat i vendosi Brukseli, ndryshimet në këtë sferë fitojnë në dinamikë.

Organi kryesor është Agjencia për shërbyes shtetëror, e cila ka kompetenca të selektojë dhe punësojë kuadër dhe të udhëheqë me resurset njerëzore në administratë. Në vitin e fundit intensivisht punohet në profesionalizimin dhe depolitizimin e shërbimit shtetëror me vendosjen e elementit të karrierës.

Reformat nuk realizohen me numra lakuriq, e nuk ekziston një qasje e unifikuar në reformë, e cila do t'ju përgjigjet të gjitha shteteve dhe ekonomive, pasi që duhet të merren parasysh specifikat e të gjitha shteteve si për shembull:

- Papunësia e përgjithshme
- Gjendja socio-ekonomike e shtetit
- Struktura etnike
- Trashëgimia kulturore
- Niveli i demokracisë
- Resurset, standardi jetësor
- Perspektivat alternative etj.

Për promovimin e këtyre reformave janë të nevojshme vizione të harmonizuara të të gjithë faktorëve, që marrin pjesë në realizimin e ndryshimeve si: politikanët, posaçërisht ata të opozitës, publicistët, funksionarët udhëheqës, punëtorët shkencor, përfaqësuesit e ekonomive dhe punëtorëve, sektori privat, sektori joqeveritar dhe vetë qytetarët.

Trendi i përgjithshëm i cili më se shumti ka ndikuar në organizimin efikas të administratës publike është “decentralizimi”, i cili nuk është proces i lehtë, por ia vlen të tentohet, sepse vetëqeverisja lokale paraqet lidhje në mes të shtetit dhe shoqërisë qytetare, me çka sigurohet baze për shfrytëzim efektiv për resurse.

Përkundër decentralizimit, reforma e dytë qenësore ka të bëjë me zhvillimin dhe futjen e sistemit të menaxhimit, sipas rezultateve të arritura në administratën publike dhe largimi i sistemit të “punësimit të përjetshëm” në administratën publike dhe kalimi nga modeli i abuzuara në kontrollin paraprak të resurseve në modelin e pengimit të keqpërdorimit me respektimin e rregullave ligjore

dhe përcjellja e vazhdueshme e kualitetit të punës dhe menaxhimi përmes ekonomizimi, efikasitetit, efektivitetit dhe kualitetit të shërbimeve të siguruara për qytetarët dhe ndërmarrjet.

Edhe përkundër faktit që nuk ka model të përkryer të reformës efikase, të administratës publike, megjithatë përvoja dhe shkenca nga shtetet e zhvilluara europere, mund të na shërbejnë si udhërrëfyese për këto reforma;

- Nevoja për lidhshmëri dinamike dhe vizion të qartë për reformat;
- Qasja e drejtë ndaj reformave;
- Përkushtimi i vërtetë i të gjitha organeve dhe institucioneve shtetërore;
- Përcaktimi qeveritar i koordinuar dhe homogjen;
- Udhëheqja sipas rezultateve, kontrolli mbi rreziqet financiare;
- Përfshirja aktive e pushtetit lokal si qendër e proceseve zhvillimore;
- Qasja në më shumë nivele;
- Transparenca e procesit;
- Futja e konkurrencës dhe matja e rezultateve me kritere kualitative, etj.

Përfundimisht, që të fillohet me këtë proces të lodhshëm, por të pashmangshëm është i nevojshëm sigurimi paraprak i mjaftueshëm i mjeteve financiare nga burimet e konsoliduara të financimit, me përkrahje të mëdha nga donacionet e huaja, të cilat do të përdoren në mënyrë efikase dhe transparente.

Çdo fillim është i vështirë, por kur është i pashmangshëm (nëse nuk shikohet politikisht), ai është i mundshëm.

Përfundimi

Njëri nga burimet e preferuara të Qeverisë së Republikës së Maqedonisë është ai se me reformat do të fitojmë një administratë publike, qytetari të vogël dhe funksionale me një strukturë të thjeshtë, e cila në punën e saj nuk do të udhëhiqet nga vendimet politike, por nga nevojat e qytetarëve. Në çfarë mënyre është e mundur kjo? Propozimet e mia për realizimin e kësaj gjendjeje janë:

- Është e nevojshme që në periudhën e ardhshme posaçërisht t'i kushtohet vëmendje zhvillimit të kapaciteteve adekuate për menaxhimin e resurseve njerëzore në ministri dhe në organet tjera të administratës shtetërore.
- Agjencia për shërbimet shtetërore duhet t'i zhvillojë kapacitetet e veta që të mundet në mënyrë efektive dhe efikase t'i kryejë funksionet e saj (në këtë mënyrë mund të pritët zbatimi i procedurave të parapara me ligj, si dhe zhvillimi i shërbimit shtetëror përmes trajnimeve të planifikuara si duhet).
- Në periudhën e ardhshme duhet të përcaktohen aktivitetet kreative për promovimin e etikës dhe sjelljes etike të shërbimeve shtetërore (në kontekst të kësaj gjendjeje për shkak të arritjes së baraspeshës së nevojshme dhe promovimi të sjelljes etike të politikanëve, propozohet miratimi i kodit të etikës për ministritë, funksionarët e zgjedhur dhe të emëruar).

- Që të vazhdohet me zbatimin dhe zhvillimin e vazhdueshëm të sistemeve tashmë të krijuara për planifikim strategjik dhe për analiza të politikave dhe koordinimit.
- Përmirësimi i vazhdueshëm i sistemit të koordinimit horizontal, ndërsa vëmendje e posaçme duhet t'i kushtohet futjes së sistemit dhe procedurave për koordinim vertikal, respektivisht forcimi i këtyre funksioneve në organet e administratës shtetërore, të cilat mund të kontribuojnë në zhvillimin e tyre si organizata moderne (planifikimi strategjik, analiza e politikave, menaxhimi i resurseve njerëzore, kontrolli i brendshëm, teknologjia informative).
- Deri më tani nuk është definuar statusi dhe kushtet për punësimin e të punësuarve të cilët punojnë në administratë publike në kuptimin e gjerë (shëndetësi, veprimtari sociale, arsim dhe shkencë, si dhe kulturë).

Të gjitha kushtet nga marrëdhënia e punës siç janë: punësimi, përparimi dhe ndërprerja e marrëdhënies së punës, të drejtat dhe obligime, si dhe vlerësimi duhet të përcaktohen në atë mënyrë që t'i paraqesin parimet themelore për profesionalizëm, efikasitet, neutralitet politik dhe orientim shërbyes të të punësuarve në sektorin publik.

Prandaj, në periudhën e ardhshme rekomandohet që të analizohet mundësia e miratimit të ligjit të posaçëm për të punësuarit në sektorin publik, i cili do t'i shprehë këto parime dhe do të sigurojë zhvillimin e kualitetit të resurseve njerëzore në sektorin publik.

- Me qëllim të sigurimit të efikasitetit dhe efektivitetit në zbatimin e rregullave dhe qëllimeve të parashtruara në veprimtari adekuate, si dhe të sigurimit të menaxhimit të institucioneve në pajtim me principet bashkëkohore menaxhuese në periudhën e ardhshme duhet të analizohet mundësia për futjen e marrëveshjeve për menaxhim, apo të ashtuquajturat “marrëveshje për zbatim” (performance agreements), të cilët janë të zakonshme në administratat bashkëkohore.
- Që të forcohen sistemet dhe kapacitetet të shfrytëzuesit buxhetor për realizim efikas dhe efektiv të menaxhimit dhe kontrollit financiar, ndërsa e gjithë kjo duhet të përkrahët me zhvillim dhe përparime adekuate të sistemit informativ.

Posaçërisht e rëndësishme në procesin e përmirësimit të përfaqësimit adekuat dhe të drejtë të bashkësive në administratën publike është respektimi i parimit të profesionalizmit dhe kompetencës të shërbyesve të ardhshëm shtetëror, respektivisht siguri i pajtueshmërisë në mes të ngritjes së kualitetit të shërbimit shtetëror dhe përmirësimi të përbërjes etnike, gjë që përbën sfidën kryesore në zhvillimin e shërbimit në periudhën e ardhshme.

Albulena Sadiku, OJQ “INPO”

ADMINISTRATA PUBLIKE NË KËRKIM TË SHKOPIT MAGJIK!

Reformimi i administratës publike nuk është përgjegjësi vetëm e Qeverisë. Ky reformim është përgjegjësi edhe e shoqërisë civile, e cila duhet të sigurohet që reformimi do të ndodhë. Pa u lëshuar në shtjellime teorike, do të shkoqis disa elemente për të mbështetur këtë mendim.

E para, në shoqëritë transitore mospjekuria politike bën që qeveria t'i bishtrnojë reformimit si proces, sepse punëson individ militantë partiak e të paaftë në administratë. Si rezultat, bërja e politikave dhe zbatimi i tyre mbeten në nivele që nuk garantojnë reformimin. Në këtë rast, shoqëria civile duhet të sigurohet që përmes programeve si llogaridhënie dhe sundim të ligjit punësimi dhe reformimi të ecin përpara me hapat e duhur.

E dyta, qytetari i Kosovës voton një herë në 4 vjet. Shoqëria civile është një mekanizëm i mirë për të adresuar shqetësimet dhe nevojat e qytetarëve gjatë tërë kohës, në mënyrë që reformimi i administratës të jetë i drejtuar për shërbime më të mira ndaj qytetarëve.

Dhe, elementi i tretë është neglizhenca e politikës për të zbatuar politikatat e filluara. Prandaj, trysnia e shoqërisë civile duhet të jetë e pranishme për të realizuar korpesin. Këto tri elemente janë disa ndër të shumtat. Si përgjithësim i saj, duhet të kemi në mendje se shoqëria civile është një domosdoshmëri për të pasuruar reformimin e AP nga poshtë lartë (botom – up).

Elementet e lartpërmendura nuk ishin shtjellime teorike, por përgjithësime mbi gjendjen në Kosovë dhe rolin që shoqëria civile duhet ta ketë. Prandaj, prezantimi im do të jetë një vështrim i të gjeturave të Raportit të Progresit të Komisionit Evropian për Kosovën për vitin 2009, me qëllim të mbështetjes së elementeve të përmendura më lartë.

Sipas këtij raporti, Ministria e Administratës Publike ka kryer rishikimin e detyrave dhe përgjegjësi brenda administratës publike. Përderisa një hap i tillë është përshëndetur nga Komisioni Evropian, konsideroj se Ministria e Administratës Publike megjithatë në këtë kontekst ka mundur të bëjë më shumë në informimin e shoqërisë civile, por edhe publikut për këto rishikime. Unë do të dëshiroja të shihja një raport të këtij procesi.

Gjithashtu, një vlerësim pozitiv Raporti të Progresit bën edhe për Bordin e Pavarur Mbikëqyrës, i cili ka zgjidhur 166 ankesa të punonjësve të administratës publike. Edhe këtu kemi të bëjmë me nevojën e një transparence dhe publiciteti të punës së këtij organi.

Vlerësoj se Bordi do të duhej që të bënte publik në një raport me rastet e zgjidhura dhe të pazgjidhura, duke ofruar edhe informacion për të kuptuar më mirë nëse vendimet e Bordit kanë qenë objektive.

Raporti i Progresit vëren se legjislacioni që ndërlidhet me reformën e administratës publike mbetet për t'u miratuar, më saktësisht ligjet mbi shërbimin civil, mbi pagat, si dhe mbi organizimin e institucioneve të administratës publike.

Duke qenë se Administrata Publike në Kosovë, është në shumicën e tërësisë së saj rezultat i nepotizmit, ndikimi politik të shërbyesit civil ka qenë i një niveli të lartë. Kështu, ne kemi qenë dëshmitarë të proceseve të “pastrimit” të administratës publike në momentin e ndërrimit të partisë në pushtet.

Prandaj, pakoja legjislative për administratën publike duhet të sigurojë pavarësinë e shërbimit civil dhe të krijojë mekanizma efektiv, që sigurojnë efikasitet, llogaridhënie dhe mbi të gjitha shërbim të mirë ndaj qytetarëve nga ana e administratës publike.

Në Kosovë vazhdojmë të kemi probleme me përkufizimin dhe ndarjen e stafit civil nga ai politik. Legjislacioni për reformën e administratës publike duhet që domosdo të sqarojë dhe definojë qartazi këto terme.

Kemi problem me Komisionin për Emërime të Larta Publike, i cili ende nuk është plotësisht funksional dhe kjo ka penguar procesin e rekrutimeve për pozita të larta nëpër ministri.

Raporti i Progresit thekson se kapacitetet administrative të Sekretariatit të Komisionit mbeten të kufizuara. Edhe këtu kemi të bëjmë me neglizhencën e autoriteteve, të cilat konsideroj se për shkak të mungesës së vullnetit politik ose tendencës për krijim të kanaleve për ndikim politik ka dështuar të funksionalizojë Komisionin për Emërime të Larta Publike.

Institucionet e Kosovës duhet të angazhohen për të fuqizuar aspektin e ndërtimit të kapaciteteve në administratën publike. Shërbyesit civil duhet të kenë mundësitë për edukim të vazhdueshëm në fushëveprimtaritë e tyre.

Ndoshta një shkollë e veçantë për administratën publike do të duhej të funksiononte në kuadër të Ministrisë së Administratës Publike, njësoj sikurse në të ardhmen në Kosovë Akademia Diplomatike do të funksionojë në kuadër të Ministrisë së Punëve të Jashtme.

Raporti i Progresit përfundon kapitullin për administratën publike, duke konkluduar se në përgjithësi ka pas progres të vogël për sa i përket reformës së administratës publike. Aktet kyçe ligjore duhet miratuar.

Sigurimi i shërbimeve të administratës publike për të gjithë njerëzit e Kosovës, si dhe vendosja e një administrate profesionale të përgjegjshme, të lehtë për t’iu qasur, përfaqësuese, të lirë nga ndikimet politike është prioritet kyç i Partneritetit Evropian.

Kjo nuk është garantuar plotësisht. Kapacitetet e administratës publike të Kosovës mbesin të dobëta. Nevojiten përpjekje substanciale për të siguruar transparence për emërime publike.

Ky konkludim i Raportit të Progresit është shumë shqetësues. Gjithashtu, është një konkludim që demaskon zyrtarët e zgjedhur në Kosovë, të cilët kanë një retorikë super-entuziaste për integritet evropiane, por që dështojnë ta vënë në praktikë një gjë të tillë. Kjo neglizhencë dhe paaftësi e autoriteteve në Kosovë po ndikon në largimin e vendimit në procesin e integriteteve evropiane.

Përderisa zyrtarët publik nuk vuajnë nga pasojat e dështimit të procesit të integritimeve evropiane, qytetarët e Kosovës mbeten të izoluar nga 19 dhjetori kur për Serbinë, Malin e Zi si dhe Maqedoninë u hapen kufijtë.

Por, të gjeturat e Raportit të Progresit nuk kanë thënë asgjë të re, sepse këto shkelje janë evidencuar edhe nga shoqëria civile. Do të thotë që nuk ka pasur pasivizëm nga shoqëria civile, por konsultimi dhe marrja parasysh e vërejtjeve ka qenë minimale. Kjo nënkupton se duhet t'i krijohet më shumë hapësirë qasjes pluraliste, me qëllim që të kemi një administratë sa më funksionale.

Kapitulli III Banka dhe Sigurime

Mr.sc. Berat Aqifi

KONTRATA PËR LIZINGUN

Abstrakt

Në praktikën e re afariste, me zhvillimin e marrëdhënieve shoqëro-ekonomike dhe zhvillimin e tregjeve dhe tregtisë ndërkombëtare, paraqiten forma të reja të kontratave në qarkullimin ndërkombëtar si instrumente mjaft të rëndësishme për rregullimin e tregtisë ndërkombëtare.

Në radhën e këtyre kontratave bënë pjesë edhe Kontrata për Lizingun, si një ndër burimet mjaft të rëndësishme të financimit afatmesëm dhe afatgjatë dhe paraqet një nga zgjidhjet mjaft efektive ekonomike për furnizime me asete për funksionimin më efikas të ndërmarrjeve tregtare të të gjitha llojeve të përcaktuara sipas ligjeve në fuqi të shteteve të caktuara.

Lizingu u mundëson ndërmarrjeve dhe personave fizik që të bëjnë modernizimin e pajisjeve të tyre, dhe me vetë aktin e tillë të bëhen më efikas dhe më konkurrent në tregje të ndryshme në vend dhe jashtë tij.

Instituti i Lizingut paraqet një lloj alternative për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, si dhe ato ndërmarrje të posaregjistruara, të cilat që në fillim të funksionimit të tyre ballafaqohen me disa probleme të natyrave të ndryshme financiare, e që është e evidente në këto rrethana të krizës globale ekonomike financiare në rajon e gjetiu.

Sipas disa të dhënave, mendohet se industria e Lizingut në botë sot është në zhvillim e sipër. Në të shumtën e shteteve përmes formës së modelit të lizingut supozohet se financohet më shumë se ¼ e të gjitha pajisjeve të mjeteve të punës.

Në shtetet në zhvillim përmes formës së lizingut financohet furnizimi i mjeteve të reja të punës (makina të ndryshme) dhe automjete në vlerë me mbi 40 miliardë dollarë.

Fjalë kyçe: lizingu, asete, subjekte tregtare (lizingdhënësi dhe lizingmarrësi).

Kontrata për Lizingun

Lizingu (leasing) si institut-detyrimor afarist juridik paraqet një kreacion dhe kontratë të rendit juridik të SHBA-ve, e cila me kalimin e kohës ka zënë vend të rëndësishëm në qarkullimin ndërkombëtar të mallrave dhe shërbimeve. Shprehja “leasing“ rrjedh nga fjala angleze “to lease“, që do të thotë “dhënie hua ose me qira“.

Gjithmonë, Kontrata e Lizingut dukshëm dallon nga kontrata për qiranë, për arsye se pas skadimit të afatit kontraktues tek kontrata për qiranë, asnjëherë nuk ndodh që dhënësi të zhveshet nga e drejta e pronësisë në sendin e dhënë, kurse te Kontrata për Lizingun nuk ndodh e njëjta.

Në shumë shtete si dhe në Kosovë, ky institut është përkrahur dhe normuar me Ligj të posaçëm, që rregullon këtë materie të rëndësishme, e cila stimulon investimet.

Në disa shtete që na rrethojnë, si p.sh. në Maqedoni është paraparë me Ligjin mbi Lizingun ("Gazeta zyrtare" Nr. 49/2003). Sipas këtij Ligji, lizingu është aktivitet që ka të bëjë me objektin e tundshëm dhe të patundshëm, me ç'rast shfrytëzuesi i lizingut e përcakton objektin – lëndën e lizingut, i cili është blerë ose prodhuar nga ana e dhënësit të lizingut dhe jepet në përdorim të shfrytëzuesit të lizingut për periudhën kohore të përcaktuar me kontratë, me zëvendësimin e pagesës me kompensim mbi shfrytëzimin e objektit-mallit me lizing, në bazë të Kontratës me Lizing, e cila është e lidhur në mes dhënësit dhe shfrytëzuesit të lizingut, sipas kushteve të përcaktuara me kontratë (Nenin2).

Në Kosovë ky institut është përkrahur dhe është normuar me Ligj të posaçëm, që rregullon këtë materie të rëndësishme, e cila stimulon investimet me Ligjin për Lizingun, Nr. 03/L-103, i cili rregullon lizingun e pronës së luajtshme dhe të paluajtshme, si financiar ashtu edhe operativ, dhe përcakton të drejtat dhe detyrimet e palëve të lizingut.

Ky ligj nuk zbatohet për qiranë e tokës, qiranë e ndërtesave, zyrave ose qiranë e apartamenteve dhe nuk do të zbatohet lizingu i mallrave ose për qiranë e paqëndrueshme (jo të përjetshme), parave, dokumenteve, instrumenteve financiare, llogarive, letrave me vlerë, veprave të artit, pronës intelektuale ose pronës tjetër të paprekshme.

Karakteristikat e Lizingut

Shkaqet financiare: Të gjitha ndërmarrjet ose tregtarët individual nuk janë në gjendje të blejnë pajisjet që janë mëse të nevojshme për fillimin, zgjerimin ose modernizimin e bizneseve të cilat i ushtrojnë. Kur ndërmarrjet nuk kanë mundësi të ofrojnë garancion bankar, Lizingu është një përgjigje e mirë për këto probleme.

Ekonomizimi dhe përshtatshmëria: Ndërmarrjet ose personat fizik bëjnë pagesën e kompensimit të lizingut nga profiti i realizuar në bazë të shfrytëzimit të sendit- objekt i lizingut. Shpeshherë në praktikë ndodh që përmes formës së lizingut të bëhet financimi i projekteve të ndryshme në shumë edhe deri 100 për qind.

Në disa shtete me anë të shfrytëzimit të Lizingut mund të realizohen edhe disa përparësi, ashtu që shumica e përgjithshme e Lizingut mund që të fshihet nga tatimi në fitim.

Historiku i zhvillimit të Lizingut

Shikuar në aspektin historik, Lizingun si formë e financimit për herë të parë e hasim në SHBA, diku ka fundi i shekullit XX dhe atë nga disa kompani të asaj kohe. Supozohet se që nga vitit 1877, kompania Bell Telephone Company, që merrej me shitjen e aparateve telefonike, të njëjtat nuk i shiste, por personave fizik dhe juridik u jepte në shfrytëzim në formë të Lizingut.

Ndonëse Lizingu paraqet një ndër format më të reja të financimit, thuhet se në praktikë rastet e para janë paraqitur qysh në kohën e shtetit të vjetër të Babilonisë, diku 2000 vite p.e re dhe praktikonin një lloj lizingu për barka dhe kafshë. Po ashtu, Lizingu në aspektin teorik për herë të parë u gjet në disa dokumente të shkruara në disa akte juridike të shkruara të kohës.

Forma moderne e financimit - lizingu rrjedh nga SHBA. Kompaninë e parë të Lizingut e themeloi Henri Shofeld, në vitin 1952, me qëllim të realizimit të transaksioneve në lëminë e transportit hekurudhor në SHBA. Që nga ato momente me sukseset e arritura financiare nga transaksionet e asaj kohe, biznesmeni Shofeld themeloi kompaninë amerikane të Lizingut me emrin “United States Leasing Corp.”, e cila kompani edhe sot vazhdon të funksionojë me sukses me emrin „United States Leasing International Inc“.

Të nxitur nga zhvillimi shumë i shpejtë teknologjik i ndërmarrjeve, Evropa lizingun fillon ta praktikojë diku viteve 60 të shekullit që e lëmë pas dhe atë nga nevoja e ndërrimit ose rifreskimit të mjeteve të tyre të punës nga ana e shumë kompanive.

Nga e gjithë kjo, Lizingu financiar ofronte një mundësi të mbledhjes së mjeteve të nevojshme të punës në kushte shumë të volitshme, se sa gjatë blerjes së tyre përmes formave klasike të kreditimeve. E gjithë kjo ndodh në kohën kur mbizotëronte koha e zhvillimit të shpejtë

Llojet e Lizingut

Ligji për Lizingun i Kosovës në Nenin.1 rregullon lizingun e pronës së luajtshme dhe të paluajtshme dhe përcakton të drejtat dhe detyrimet e palëve të Lizingut. Sipas këtij Ligji, dallojmë dy lloje kryesore të Lizingut:

1. Lizingu operativ
2. Lizingu financiar

Lizingu Operativ

Lizingu operativ (operating leasing) nënkupton transaksionet e Lizingut, të cilat nuk i plotësojnë asnjë nga kriteret e përcaktuara në paragrafin 2.1 deri 2.4 të përkufizimit të Lizingut Financiar të cekur më lartë. Lizingu operativ ose afatshkurtër, që zakonisht quhet, ka të bëjë me sendet e konsumueshme.

Dallimi kryesor në mes të Lizingut operativ dhe atij financiar konsiston në ate se:

- Lizingu operativ është i ngjashëm shumë me huamarrjen, kurse
- Lizingu financiar paraqet një lloj transaksioni më të përbërë dhe kompleksiv.

Kjo është një formë e një lloj kreditimi - aranzhmani kreditues që bënë financimin e furnizimit me pajisje të makinave dhe llojeve tjera për nevojat e shfrytëzuesit të Lizingut.

Lizingu financiar

Në shumë shtete të botës, po ashtu edhe sipas Ligjit për Lizingun në Kosovë, në praktikë “Lizingu financiar” (finance leasing) nënkupton një marrëdhënie financiare, në të cilën lizingdhënësi hyn në një marrëveshje me shkrim me lizingmarrësin, që i jep lizingmarrësit të drejtën e posedimit dhe përdorimit të asetit- objekt lizingu për periudhën e caktuar të kohës në këmbim të pagesës nga lizingmarrësi të kësteve të përcaktuara, me ose pa opsionin për blerje.

Në SHBA kjo quhet Closed-leasing, kurse në disa juridiksione të tjera është quajtur blerje me këste, blerje qira ose leasing finance.

Karakteristikat e Lizingut Financiar

- Lizingmarrësi përcakton asetin - objekt lizingu dhe zgjedh furnizuesin;
- Lizingdhënësi përfiton asetin - objekt lizingu ose të drejtën e posedimit dhe përdorimit të asetit- objekt lizingu në lidhje me një lizing.

Furnizuesi ka qenë i njoftuar nga lizingdhënësi ose lizingmarrësi ose në ndonjë mënyrë tjetër ka pas njohuri për këtë fakt dhe Lizingu i përmbush një ose më shumë nga kriteret si në vijim:

- E drejta në asetet e lizingut kalon menjëherë nga lizingdhënësi në lizingmarrësin në fund të kohëzgjatjes së lizingut;
- Lizingu përmban një mundësi të volitshme të blerjes nën të cilën lizingmarrësi mund të fitojë (marrë) asetet e lizingut më pak se sa vlera reale e tregut në fund të kohëzgjatjes së lizingut;
- Kohëzgjatja e Lizingut është për periudhën më të gjatë se 75 për qind e qëndrueshmërisë ekonomike të aseteve të dhëna me lizing; ose
- 2.4 vlera aktuale e pagesës së lizingut është më e madhe se 90 për qind e vlerës reale të tregut të aseteve, që është në fillimin e kohëzgjatjes së lizingut.

Në Kosovë, Lizingu financiar është ende në një fazë fillestare të zhvillimit të tij i normuar me Ligjin për Lizing, të miratuar në qershor të këtij viti. Ligji është mjaft modern dhe rregullon Lizingun e pronës së luajtshme dhe të paluajtshme, si financiar ashtu edhe operativ, dhe përcakton të drejtat dhe detyrimet e palëve të Lizingut e që ka për detyrë të nxisë zhvillimin e lizingut në tregun e Kosovës.

Definicioni për Kontratën e Lizingut

“Kontrata e Lizingut” nënkupton kontratën e lidhur mes lizingdhënësit dhe lizingmarrësit, e cila i jep lizingmarrësit të drejtën e posedimit dhe shfrytëzimit të asetit - objekt lizingu për periudhën e caktuar kohore, me marrëveshje, në këmbim të pagesës nga lizingmarrësi të kësteve të përcaktuara. Kontrata për lizingun mund të definohet si kontratë e lidhur ndërmjet dy palëve, d.m.th kompanitë e ndryshme të specializuara: Kompanisë së Lizingut (të lizingdhënësit) dhe shfrytëzuesit të Lizingut, ku në të shumtën e rasteve në praktikë paraqiten kompanitë e ndryshme të specializuara, që kryejnë punët juridike dhe veprimet tjera lidhur me kontratën e lizingut.

Në këto transaksione, lizingdhënësi pajisjet me makina ose inventare tjera furnizuesit i jep në shfrytëzim, në bazë të Kontratës për Lizingun, në kohë të caktuar. Shfrytëzuesi i Lizingut është i obliguar që dhënësit t'i paguajë çmimin e kontraktuar.

Parimet themelore të Lizingut

- Lizingdhënësi mban të drejtën e pronësisë ndaj objektit të lizingut
- Lizingmarrësi fiton të drejtën e pronësisë ekonomike.

Llojet e Kontratës së Lizingut

Kontrata e Lizingut mund të jetë:

- Kontratë vendore: paraqet atë lloj kontrate kur të dy palët e Kontratës së Lizingut paraqesin ose janë banorë rezidentë të Kosovës;
- Kontratë ndërkombëtare: paraqet atë kontratë kur lizingdhënësi ose lizingmarrësi nuk janë banorë rezidentë të Kosovës.

Efektet e Kontratës për Lizing

Si shumë lloje tjera të kontratave, po ashtu edhe Kontrata për Lizingun, për dallim nga disa lloje të kontratave, prodhon efekte të caktuara juridike, të cilat mund të sjellin deri te shumë prioritete dhe dobi materiale për subjektet e lizingut.

- Kontrata për Lizingun palëve u ofrohet pa mjete tjera të sigurimit të kontratave, kurse përparësia e Lizingut është se lizingdhënësi ofron kushte të financimit pa kërkesa tjera rreth sigurimit të asaj kontrate. E gjithë kjo konsiston në atë se lizingdhënësi mbetet të jetë pronar i aseteve – objekt i lizingut. Në vendet në rajonin tonë, zakonisht kërkohet edhe ndonjë mjet tjetër shtesë si garancion, por i cili dallon nga kreditë e llojeve të ndryshme bankare.
- Procedura e dhënies së Lizingut është e formës më të shpejtë dhe formale, që shpeshherë në praktikë ndodh që realizimi të bëhet edhe brenda ditës, gjë që nuk ndodh me llojet e kredive bankare të formave të ndryshme.
- Lizingu ofron mundësi që kompanitë, sidomos në vendet e dala nga tranzicioni, bizneset e tyre t'i fillojnë dhe zhvillojnë me kushte minimale të investimeve vetanake. Pagesa rreth obligimeve ndaj lizingdhënësit mund të rregullohet gjithnjë me marrëveshje që i ofron mundësi më të mira për lizingdhënësin.
- E drejta e pronësisë ndaj aseteve - objekt lizingu dhe procedura e thjeshtësuar i ofron lizingdhënësit një siguri që është shumë më e madhe që do të ishte tek pengu ose ndonjë mjet tjetër i sigurisë, që shfrytëzohet rreth sigurimeve të kredive bankare të llojeve të ndryshme.
- Procedura e thjeshtësuar e paraqitjes së dokumentacionit të Kontratës për Lizingun ndikon në atë që shpenzimet transakcionale të jenë minimale, gjë që i mundësojnë lizingkompanive të ngrisin efikasitetin në shkallë më të lartë për punë të mëtutjeshme të tyre.
- Kjo u ofron mundësi kompanive që të bëjnë lëshime në çmimin e shërbimeve të tyre, ku nga e gjithë kjo situatë përfitojnë më së shumti lizingmarrësit.

Rëndësia e Lizingut

Lizingu paraqet një lloj të financimit ekstern të furnizimit të mjeteve të caktuara si mundësi e investimeve kapitale në ndërmarrje dhe atë:

- Mjeteve vetanake të investimit;
- Përmes huave të ndryshme bankare;
- Letrat me vlerë si, dhe
- Lizingut si formë tjetër e mundshme.

Subjektet në marrëdhënien e Lizingut

Palë në marrëdhënien e Lizingut mund të jetë çdo subjekt i së drejtës (subjekt tregtar) kompani e huaj ose vendore, që nuk gëzon statusin e bankave, i regjistruar në Regjistrin e Shoqërive Tregtare të Kosovës (Regjistër) si një Shoqëri me Përgjegjësi të Kufizuar (ShPK) ose si Shoqëri Aksionare (ShA) në përputhje me Ligjin Nr. 02/L-123 për Shoqëritë Tregtare dhe t'i plotësojë të gjitha kushtet përkatëse të parapara me atë Ligj.

- Palët në marrëdhënien e lizingut janë: lizingdhënësi, lizingmarrësi dhe në disa raste përfshin edhe furnizuesin.
- Lizingdhënësi mund të jetë çdo person fizik dhe juridik
- Lizingdhënësi dhe furnizuesi mund të jetë person i njëjtë.

Objekti i Kontratës së Lizingut

Objekti i Kontratës së Lizingut, sipas Ligjit për Lizingun të Kosovës, paraqet “asetet” që nënkuptojnë çdo mall të luajtshëm ose të paluajtshëm të qëndrueshëm. Ky term nuk përfshin mallrat e paqëndrueshme, paratë, dokumentet, instrumentet financiare, llogaritë, letrat komerciale, letrat me vlerë, veprat e artit, pronën intelektuale ose pronën tjetër të paprekshme.

Nga kjo rezulton se si objekt i Kontratës për Lizingun mund të paraqiten të gjitha sendet, që nuk paraqesin sende për përdorim të njehershëm.

Kohëzgjatja e Kontratës së Lizingut

“Afati i Lizingut” i mbetet palëve kontraktuese, siç përcaktohet në Kontratën e Lizingut, gjatë të cilës lizingmarrësi ka të drejtë të posedojë dhe të shfrytëzojë asetin- objekt lizingu. Objektivist afati i lizingut, sipas legjislacionit aktual të Kosovës, nuk mund të jetë më pak se një vit dhe jo më gjatë se qëndrueshmëria ekonomike e asetit -objekt lizingu.

Kompetencat gjyqësore

Kontestet, të cilat eventualisht do të paraqiteshin lidhur me Kontratën për Lizingun në mes personave juridik të vendit dhe atyre të huaj, sipas parimit të autonomisë të vullnetit të palëve, palët mund t'i shprehin në kontratë ose me marrëveshje.

Në të kundërtën, të njëjtat do të zgjidhen para gjykatave kompetente të Republikës së Kosovës.

Përfundim

- Lizingu është kontratë oneroze (me barrë ose ngarkesë) që së bashku me kontratat tjera të këtij lloji si: kontrata e shitblerjes, qirasë, mbajtjen e përjetshme, franshisingut etj., e ekonomive bashkëkohore mjaft e rëndësishme që kohëve të fundit ka zënë vend të posaçëm në zhvillimin e ekonomive, sidomos e vendeve në tranzicion ku bënë pjesë edhe Kosova.
- Lizingu paraqet një nga burimet të rëndësishme të financimit afatmesëm dhe afatgjatë, sepse paraqet një nga zgjidhjet mjaft efikase ekonomike për furnizime me asete- objekt lizingu për funksionimin dhe furnizimin më efikas të subjekteve tregtare të të gjitha llojeve të përcaktuara sipas ligjeve në fuqi të një vendi të caktuar.
- Lizingu i mundëson ndërmarrjeve dhe personave fizik që të bëjnë modernizimin me pajisje me makina e inventare dhe që për to të mos bëjnë investime, dhe me vetë aktin e tillë të bëhen më efikas dhe më konkurrent në tregje të ndyshme në vend dhe jashtë tij.
- Lizingu është mjaft i përshtatshëm për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, si dhe ato ndërmarrje të posaregjistruara, të cilat që në fillim të funksionimit të tyre ballafaqohen me disa probleme të natyrave të ndryshme financiare, e që është evidente në këto rrethana të krizës globale ekonomike financiare në rajon e gjetiu. Në shumë shtete ky institut është përkrahur dhe është normuar me ligj të posaçëm, të cilat ligje rregullojnë këtë materie të rëndësishme, e cila stimulon investimet.

Literatura

1. Riza Smaka, E drejta biznesore, Prishtinë. 2008
2. Mehdi J. Hetemi, E drejta ndërkombëtare tregtare-afariste, Prishtinë, 2007
3. Mehdi J. Hetemi, E drejta në njohuritë themelore të së drejtës afariste, Prishtinë. 2006
4. Ivan Jauković, Intesa leasing
5. David G. Mayer, Busines leasing For Dummies
6. Miladin Krstanoski, Pravo na dogovorite vo medjunaroden promet, Ohrid, 2008
7. Rosenberg, Ugovor o leasingu, Zagreb, 1974

Publikime të internetit

1. http://www.kombeg.org.rs/aktivnosti/udr_banaka/20071102/lizing.htm
2. <http://bif-specijal.mediaonweb.org/sh/062006/tekst/863/>
3. <http://www.leasingworld.co.uk/>
4. <http://www.governmentleasingneës>
5. www.lizing.co.yu/

Akte juridike

Ligji për Lizingun, Gazeta Zyrtare e Republikës së Kosovës, 25 qershor. 2009

MSc. Orhan Çeku
MSc. Mentor Shaqiri

FAKTORËT E RRRITJES EKONOMIKE

Abstrakt

Trajtimi i një teme mjaft të rëndësishme si faktorët e rritjes ekonomike kërkon shtjellim teorik dhe praktik me qëllim të evidentimit dhe shtjellimit të problemeve dhe rezultateve eventuale.

Sistemi ekonomik i një vendi me demokraci liberale, funksionon mbi parimet e tregut të lirë dhe konkurrues, ekzistimin e pronës private, liritë dhe të drejtat e njeriut, të drejtën e punës dhe të drejtën për punë, parime këto kushtetuese. Funksionaliteti i ekonomisë kombëtare varet nga shkalla e zhvillimit të forcave prodhuese, faktori njeri, vullneti politik, kuadri institucional dhe ligjor, si dhe një mori faktorësh tjerë potencial.

Fjalë kyçe: sistemi ekonomik, rritja ekonomike, kapitali human, kapitali natyror, resurset financiare.

Hyrje

Ekonomia kombëtare rezulton si e qëndrueshme vetëm nëse vazhdimisht i nënshtrohet proceseve të reja transformuese inovatore teknologjike dhe trendi i saj në kontinuitet është më përmasa të rritjes. Në tërë botën e globalizuar, sot, flitet për nivelin e rritjes ekonomike. Studiues, shkolla dhe institute të njohura me renome botërore, politikan, edhe programe partiake, temë trajtimi kanë rritjen ekonomike të vendit dhe ndërmarrjen e masave që të ndikohet në zhvillimin ekonomik.

Madje edhe vendet më të industrializuara i ka prekur një krizë e vogël ekonomike, siç ishte rasti më krizën globale financiare. Mirëpo, këto vende kanë krijuar bagazh ekonomik gjatë një periudhe të gjatë dhe kanë përvoja të madhe në menaxhimin e situatave të krizës.

Në vendet të cilat janë në zhvillim vërehen përmirësime të dukshme ekonomike dhe kjo është arritur falë angazhimit dhe strategjisë së mirëfilltë ekonomike afatgjate.

Ndryshe nga këto qëndrojnë vendet e ashtuquajtura post-komuniste, të cilat po e kalojnë fazën e tranzicionit, të kalimit nga ekonomia e planifikuar centraliste në ekonominë e lirë të tregut konkurrues. Disa prej këtyre vendeve e kanë kaluar këtë fazë, me anëtarësimin në Bashkimin Evropian, e prej tyre vlen të përmendet: Sllovenia, Polonia, Çekia, Letonia, Estonia, etj.

Pjesa tjetër e vendeve post-komuniste si Shqipëria, Maqedonia, Bosnja dhe Hercegovina nuk kanë arritur ta kalojnë këtë fazë të tranzicionit dhe mbeten akoma në nivel të ulët të zhvillimit ekonomik. Republika e Kosovës, e cila po e përballon situatën e ndërtimit të shtetit dhe zhvillimit ekonomik në mënyrë paralele, qëndron krejt në fund. Paralelizëm ky me probleme të mëdha.

Faktorët që ndikojnë në rritjen ekonomike

Zhvillimi ekonomik apo rritja ekonomike e vendit përveçqë varet nga një tërësi faktorësh prodhues në dispozicion dhe nga niveli i forcave prodhuese ekzistuese, më rëndësi është edhe kombinimi i faktorëve dhe menaxhimi konsekuent.

Në përgjithësi ekonomia kombëtare konsiderohet e qëndrueshme nëse është e aftë të shfrytëzojë burimet dhe kapacitetet e saj njerëzore, financiare dhe kapitale, për gjenerimin e rritjes së vazhdueshme ekonomike dhe për sigurimin e mirëqenies së gjithë banorëve të saj.

Rëndësia e resurseve (njerëzore, financiare dhe natyrore) është e pakontestueshme, mirëpo vetëm shfrytëzimi efektiv i tyre siguron një rritje të vazhdueshme ekonomike dhe mirëqenie shoqërore, si dhe mundëson që ekonomia kombëtare të jetë konkurrenente në tregun global, duke krijuar në këtë mënyrë përparësi konkurruese.

Rritja është esenciale për arritjen e stabilitetit socio- ekonomik dhe zhvillimin politik të një vendi¹⁰⁷. Zhvillimi ekonomik e determinon edhe stabilitetin politik institucional. Trendi i zhvillimit ekonomik të vendit duhet të jetë koherent me forcat prodhuese dhe shtimin e popullsisë.

Rritja apo zhvillimi ekonomik varet dhe nxitet nga një tërësi faktorësh esencial relevant. Lidhur me faktorët e zhvillimit ekonomik, studiues të ndryshëm kanë dhënë mendime të ndryshme, me dallime të vogla dhe jo thelbësore, mirëpo më gjithëpërfshirës është mendimi i studiuesit P. Samuelson, i cili thekson se “pa marrë parasysh zhvillimin ekonomik të vendit, këta janë faktorë kryesor që ndikojnë në zhvillimin ekonomik”:

1. Faktori njeri: arsimimi, motivimi, oferta e fuqisë punëtore
2. Faktori natyror: mineralët, xehet, toka dhe pasuritë mbitokësore
3. Formimi i kapitalit: pajisjet, uzinat, rrugët
4. Teknologjia: shkenca, teknologjia, udhëheqja, ndërmarrësit.¹⁰⁸

I.

Punimet e fundit empirike në teorinë neoklasike dhe atë të rritjes endogjene theksojnë rolin e kapitalit human në rritjen ekonomike. Kapitali human prodhohet nëpërmjet arsimimit formal dhe trajnimit joformal, si dhe eksperiencës gjatë punës. Problemi për vendet në zhvillim qëndron në faktin se, është në mënyrë të skajshme e vështirë të akumulohen faktorët e prodhimit, kapitali fizik dhe human, në nivele të ulëta të të ardhurave, karakteristikë kjo për këto vende¹⁰⁹.

Këto vende kanë problem me sigurimin e mirëqenies e nganjëherë edhe minimumin jetik. Në një vend ku “luftohet” për ekzistencë nuk priten rezultate të favorshme. Edhe nëse qeveria ndan mjete

¹⁰⁷ Riinvest: Instituti për Hulumtime Zhvillimore, “Qendrueshmëria Ekonomike e Kosovës (sfidat, politikat dhe mundësitë)”, Prishtinë, Janar 2006, fq. 11

¹⁰⁸ Paul Samuelson & William D. Nordhaus: “Ekonomija”, Zagreb 1992, fq. 697

¹⁰⁹ Rudiger Dornbusch & Stanley Fischer: “Makroekonomia”, Botim ndërkombëtar, shtëpia botuese „Dituria“, fq. 268

buxhetore për arsimim, duhet të kalojë një kohë e madhe që studiuesit të kthehen për të kontribuar në vendin e tyre, për shkak të dilemave lidhur me pagat dhe kontratat e punës.

Një situatë e tillë qëndron në Kosovë, ku një numër i madh studiuesish nuk kanë stimulim për t'u kthyer në vend për të punuar. E ashtuquajtura tezë "Brain Gain" (kthimi i trurit), nuk funksionon, për shkaqet e përmendura dhe për disa faktorë tjerë politik.

Përkundër kësaj, faktet empirike (të dëshmuara në vendet e zhvilluara), mbështesin idenë se investimet në kapitalin human, edukim dhe trajnim, japin rezultate në praktikë dhe ndikojnë në normën e rritjes ekonomike të paktën për një periudhë kalimtare.

Qeveria si hartuese e politikave makroekonomike duhet të formojë institucion relevant, që do të kujdeset për zhvillimin e sektorëve vital ekonomik, të cilët i mungojnë, si p.sh. investimet në zhvillimin e shkencës, teknologjisë, me qëllim të barazimit të standardit ekonomik dhe social me vendet e zhvilluara. Kjo arrihet duke investuar në zhvillimin e kuadrove në fushat relevante, ndërkaq ky investim i kontribuon në një të ardhme zhvillimit ekonomik të vendit.

Një element tjetër në kuadër të resurseve humane si bazë e mirëfilltë e zhvillimit ekonomik është motivimi i punëtorëve për kryerjen e detyrave të punës, që rezulton me produktivitet në punë dhe eliminimin e trazirave sociale dhe problemeve lidhur me sindikatat.

Por, se si arrihet motivimi i punëtorëve për punë, autorët kanë dhënë mendime të ndryshme, mirëpo parësore mbetet ana praktike. Praktika ka dëshmuar se kontratat afatgjate të punës në kombinim me stimulimin financiar (paga e mirë), si dhe orari i punës fleksibil (sipas specifikave të pozitës së punës), rezulton të jetë një motivim i mirë për punë efektive.

Si pjesë e motivimit shtesë konsiderohet edhe investimi për shkollim dhe trajnime për stafin në një organizatë, ndërmarrje apo institucion tjetër.

Element tjetër i rëndësishëm është edhe oferta e fuqisë punëtore, si pjesë e tregut, çështje kjo e lidhur me shtjellimin e deritanishëm. Tregu i fuqisë punëtore ekziston në dy nivele: faktik dhe perceptiv.¹¹⁰

Niveli faktik paraqet reflektim të gjendjes reale, ndërsa ai perceptiv paraqet fuqinë punëtore të parashikuar nga ana e punëdhënësve. Edhe pse në Kosovë ekziston një shkallë e lartë e papunësisë, gjë që do të reflektohej në një ofertë të pasur të resurseve njerëzore, një gjë e tillë, të paktën për nga aspekti kualitativ nuk po paraqitet.

Nga 338.574 të papunë, rreth 2% e tyre janë me kualifikim të lartë (shkollë e lartë, universitet) 26% me shkollë të mesme, 12 të kualifikuar dhe rreth 60% të pakualifikuar.¹¹¹ Për një rritje të qëndrueshme ekonomike duhet të kemi një treg të fuqisë punëtore, në të cilin oferta dhe kërkesa do të përputheshin në një nivel të kënaqshëm, kryesisht përmes shkollimit formal dhe joformal. Kështu, politikat arsimore duhet të krijohen, duke pasur parasysh kualitetin e jo kuantitetin, sidomos në arsimin e lartë.

¹¹⁰ Gabriela Rakicevic – "Menaxhmenti i Resurseve Njerëzore", Pjetër Budi, 2007, fq. 115

¹¹¹ Raporti i performancës 2008/2009, Ministria e Punës dhe Mirëqenies Sociale, fq. 15

II.

Qeveria duhet të fokusohet në sektorin e bujqësisë, përkatësisht duke përdorur politika që i nxit fermerët kosovarë në zhvillimin e bujqësisë, të paktën produkteve të cilat i lejon ambienti natyror i Kosovës. Një mënyrë tjetër është edhe ndërmarrja e politikave subvencionuese për bujqësi, duke aplikuar lirime dhe lehtësime tatimore dhe politika tjera.

Një tjetër sektor vital për rritjen ekonomike në vendin tonë është sektori i energjetikës. Në vendin tonë ekzistojnë resurse të pashfrytëzuara energjetike, që nëse përdoren në mënyrë efikase vendi ynë do të shndërrohet në vend eksportues, ndoshta kryesori në Ballkan, e jo si deri më tani ku gjendemi në një krizë permanente energjetike.

Energjia elektrike është faktor i rëndësishëm për nxitjen e investimeve të huaja direkte. Një sektor, gjithashtu, shumë i rëndësishëm për zhvillimin ekonomik është ai i minierave dhe mineraleve.

Dihet fakti se në Kosovë gjenden burime të mëdha të mineraleve të paeksploatura, pra nëntoka kosovare është e pasur me burime nëntokësore dhe me metale të ndryshme. Përveç linjtit, vendi ynë është i pasur edhe me minerale si: plumb, zink, nikel, magnez, si dhe metaleve tjera, të cilat nuk janë të zbuluara ende e që supozohet se janë të shumta.

Privatizimi i minierave duhet të shikohet me kujdes të shtuar dhe duhet gjetur modelin e përshtatshëm për rivitalizimin e tyre. Nëse arrihet të rivitalizohen minierat apo të kthehen në prodhim, vendi do të përfitonte shumë nga ky sektor vital i ekonomisë, ku do të rritej eksporti me të cilin do të ulej deficieti i bilancit tregtar dhe do të rritej zhvillimi ekonomik.

III.

Pas sigurimit të faktorit njeri dhe atij natyror arrihet deri te formimi i kapitalit, respektivisht shfrytëzimi i këtyre dy faktorëve. Për një ekonomi kombëtare, e cila synon të jetë konkurrenente me ekonomitë tjera të lira, duhet të sigurohen të gjitha kushtet për krijimin e kapitalit duke përfshirë: infrastrukturën rrugore, depot, uzinat dhe vendet tjera për deponime, pajisjet që shfrytëzohen për të eksploatuar faktorin natyror përmes atij njerëzor.

Infrastruktura rrugore përveç faktit që paraqet një veprimtari, ku mund të punësohen një numër i madh punëtorësh, ajo më së shumti u shërben veprimtarive të tjera, ku secila pjesë e territorit të një shteti duhet të jetë e kyçur në komunikacion rrugor. Kjo nga njëra anë mundëson plasimin e produkteve, para së gjithash vendore në treg, si dhe eksportimin e tyre dhe importimin e produkteve, që janë në deficit për atë vend.

Për bartjen e mallrave në të dy drejtimet duhet të ekzistojnë edhe depo, ku këto mallra do të vendoseshin për arsye të ndryshme (doganim, vendosje e përkohshme). Nëse qeveria me politikat e saj zhvillimore parasheh një shpërndarje të drejtë të infrastrukturës rrugore, atëherë mund të themi se janë krijuar kushtet për zhvillim të mëtutjeshëm.

Por, për çfarëdo veprimtarie, qoftë edhe ajo tregtare, janë të nevojshme pajisje për realizim të suksesshëm të biznesit. Zakonisht, për vendet në zhvillim këto pajisje importohen nga vendet e

zhvilluara, mirëpo politikat makroekonomike duhet të përpiqen që të mundësojnë kushte për prodhimin e tyre edhe në këto vende.

IV.

Përveç sektorëve të përmendur më lartë, të ashtuquajtur tradicional, qeveria duhet të hartojë politika, që për synim kanë inkorporimin e të arriturave shkencore, tekniko-teknologjike, në jetën publike dhe shfrytëzimin e tyre nga qytetarët. Jemi dëshmitar të revolucionit që ka shkaktuar zhvillimi i mikroprocesorëve dhe të arriturave tjera në fund të shekullit XX dhe fillimshekulli XXI, të arritura këto që kanë ndryshuar jo vetëm jetesën e qytetarëve në përgjithësi, por edhe të menduarit e njerëzve.

Mirëpo, në mënyrë që këta faktorë të japin rezultate, është i domosdoshëm mobilizimi i qeverisë dhe i shoqërisë si tërësi, pastaj kombinimi dhe ristrukturimi i tyre, në mënyrë që të kemi rritje të vazhdueshme ekonomike. Këta faktorë duhet shfrytëzuar maksimalisht dhe tregjet të funksionojnë në mënyrë latente, sidomos tregu i punës, ku kërkesa të jetë e barabartë me ofertën.

Infrastruktura institucionale dhe ligjore si faktor i zhvillimit ekonomik

Përveç faktorëve të përmendur më lartë praktika dhe teoria shkencore kanë dëshmuar rëndësinë e kuadrit institucional dhe infrastrukturës ligjore, si faktor relevant për zhvillim ekonomik të qëndrueshëm.

Ekzistimi i institucioneve të forta dhe stabile politike presupozon siguri ekonomike, me këtë edhe nxitje të investimeve qoftë vendore, ashtu edhe investime të huaja të drejtpërdrejta.

Ofrimi i sigurisë së kapitalit financiar është element i domosdoshëm i investimeve të huaja të drejtpërdrejta, së bashku me elemente tjera si: ulja e normave tatimore, taksave, eliminimi i burokracisë në marrjen e lejes dhe regjistrimit të bizneseve.

Të gjitha këto rezultojnë pozitive nëse kuadri institucional funksionon në mënyrë transparente, duke u mbështetur në bazën kushtetuese dhe ligjore.

Faktor tjetër është edhe definimi i të drejtave pronësore dhe garantimi i tyre institucional përmes Kushtetutës dhe ligjeve përkatëse. E drejta e pronës private është shprehja më e lartë e garantimit të të drejtave dhe lirive të njeriut.

Garantimi i të drejtave pronësore mundëson alokimin efikas të burimeve. Të drejtat pronësore, gjejnë shprehje në parimet kushtetuese dhe duhet të rregullohen me dispozita përkatëse ligjore.

Kufizimi i të drejtave pronësore lejohet vetëm në rastet e veçanta (interesi i përgjithshëm: ndërtimi i rrugëve, shkollave, spitaleve etj.), por paraprakisht duhet të miratohet ligji, me të cilin përcaktohen kushtet në të cilat lejohet kufizimi i të drejtave pronësore.

Rritja ekonomike, rasti i Kosovës

Rritja substanciale afatgjate do të siguronte ekonomi të qëndrueshme. Rritja ekonomike paraqet rritjen e produktit real të brendshëm bruto të një vendi dhe ndryshimin në kapacitetet prodhuese të vendit¹¹².

Procesi i rritjes ekonomike shoqërohet me një spektër të gjerë të politikave: financimi i zhvillimit, infrastrukturën publike, kornizën rregullative, politikat industriale, intervenimet qeveritare etj¹¹³. Zhvillimi ekonomik ndodh kur mirëqenia ekonomike e njerëzve të një vendi rritet përgjatë një periudhe të gjatë.

Gjendjen e zhvillimit e masim me një numër të caktuar treguesish ekonomik, duke përfshirë para së gjithash GDP-në reale për frymë, por edhe tregues të tillë si shëndeti, edukimi dhe jetëgjatësia, duke treguar se çështja e zhvillimit është e interesuar për më shumë se sa thjesht standardi material i jetesës¹¹⁴.

Po si ka qëndruar situatë ekonomike e Kosovës pas luftës në “protektoratin ndërkombëtar”? Më poshtë po paraqesim tabelën e cila më së miri e pasqyron nivelin e rritjes ekonomike prej vitit 1948 deri me 2005:

Tabela 2: niveli i rritjes ekonomike nëpër vite 1948-2005

Periudha	Rritja vjetore e autputit kombëtar (%)
1948-1965	5,7
1966-1970	6,0
1971-1975	7,5
1976-1980	3,6
1981-1985	1,8
1986-1988	1,1
1989-1999	-5.0
2000-2001	10-16
2002-2005	(-3)-(4)

Burimi: ESK dhe vlerësimet e IMF për periudhën e pasluftës.

¹¹² Riinvest: “Qëndrueshmëria Ekonomike e Kosovës”, fq. 11

¹¹³ Poa ty, fq.12

¹¹⁴ Rudiger Dornbusch & Stanley Fischer: “Makroekonomia”, Botim ndërkombëtar, fq. 271

Shkurtimisht do ta analizojmë situatën ekonomike pasluftës në Kosovë. Siç shihet nga tabela në dy vitet e para të pasluftës ka pasur një bum ekonomik, ku është shënuar rritje ekonomike me përmasat të mëdha.

Kjo ka rrjedh si pasojë e mobilizimit të diasporës shqiptare, që kanë kontribuar në rindërtimin e shtëpive të shkatërruara gjatë luftës nga okupatori serb, si dhe hapjen e bizneseve të reja, që kryesisht kanë qenë të orientuara në sektorin e shërbimeve dhe të tregtisë, qoftë me shumicë apo me pakicë.

Një faktor tjetër ka qenë edhe ndihma ndërkombëtare në formë të donacioneve, që kanë kontribuar kryesisht në rindërtimin e shtëpive dhe ekonomive familjare të shkatërruara gjatë luftës. Një pjesë e këtyre donacioneve ishte orientuar në ngritjen e buxhetit të Kosovës.

Ky bum ekonomik zgjati në një interval të shkurtër kohor, për arsye se pas kalimit të fazës emergjente nuk u ndërmorën hapa konkret në rimëkëmbjen e ekonomisë kombëtare, duke u fokusuar në prodhimtari gjeneruese. Edhe ata biznesmen të pakët që bënë përpjekje për ta rimarrë vetën, ambienti afarist nuk u lejoi për të realizuar profit të madh.

Një dukuri tjetër shumë e dëmshme, pa dyshim ishte kontrabanda, evazioni fiskal dhe korrupsioni, që u instalua strukturat udhëheqëse shtetërore.

Okupimi serb la pasojë të mëdha ekonomike duke e ditur se në periudhën 1990-1999 në Kosovë nuk ka pasur fare zhvillim ekonomik për faktin se pushteti serb në mënyrë të dhunshme absorboi substancën materiale të qytetarëve të shtetit tonë.

Dëmet e luftës ishin katastrofale, përveç aspekteve ekonomike dhe sociale, ku një numër i konsiderueshëm i njerëzve humbën jetën, të tjerët u shpërngulën me forcë nga shteti i tyre, ndërkohë që procesi i formimit të shtetit dhe institucioneve demokratike kanë krijuar barriera të mëdha për rritje të vazhdueshme ekonomike.

Dëmet e luftës vlerësohen të jenë mbi 5 miliardë euro, që në të ardhmen Serbia duhet t'i paguajë Kosovës në formë të reparacioneve për dëmet e shkaktuara ekonomisë vendore.

Qeveria e një shteti luan një rol pothuaj vendimtar në nxitjen e zhvillimit ekonomik, sepse përmes politikave ekonomike dhe sociale të inkuorporuar në strategjinë kombëtare të zhvillimit ekonomik, ndikon në rritjen e vazhdueshme ekonomike.

Përmes strategjisë zhvillimore, qeveria duhet të përdorë kapacitetet dhe burimet e nevojshme për nxitjen e zhvillimit ekonomik.

Operatori publik duhet t'u jep përparësi atyre burimeve që i ka në dispozicion dhe zgjedhjen në mes tyre; atyre të cilët gjenerojnë të ardhura dhe sigurojnë zhvillim ekonomik të qëndrueshëm në vazhdimësi, më nënyrën që të mos ketë variacione apo luhate në mes të rritjes dhe uljes ekonomike në përgjithësi.

Aplikimi i masave të financave publike për nxitjen e rritjes ekonomike

Qeveria e vendit, përveç masave të politikës ekonomike që ndikon në zhvillimin e gjithëmbarshtëm ekonomik, ajo duhet të ndërmerrë edhe masa tjera, qëllimi final i të cilave të jetë përmirësimi i bazës materiale të qytetarëve, përkatësisht zhvillimi ekonomik.

Këto masa janë: aplikimi i instrumenteve dhe mekanizmave të financave publike.

Qeveria përmes aplikimit të instrumenteve të financave publike mund të ndikojë në nxitjen e rritjes ekonomike, ndërkaq si më kryesoret janë:

- Rritja e investimeve përmes uljes së deficitit të buxhetit për të dhënë shtysë në investimet private dhe nëpërmjet nxitjeve fiskale (taksore);
- Ulja e rregullimit të panevojshëm;
- Nxitja e investimeve në kapitalin human, që do të thotë të shpenzosh më shumë burime dhe përpjekje në edukim dhe trajnim;
- Rritja e investimeve të infrastrukturës;
- Sigurimi i nxitësve fiskal për shpenzime kërkimi dhe zhvillimi.¹¹⁵

Instrumentet e politikës fiskale duhet përdorur dhe përshtatur konform ambientit ekonomik dhe biznesor. Përmes politikës fiskale ndikohet në tejkalimin e krizave ekonomike afatshkurta, si përdorimi i “politikës fiskale anticiklike, politikës fiskale ekspansioniste, restriktive, pastaj multiplikatorit dhe akcelatorit”¹¹⁶etj.

Përmes këtyre masave ndikohet në zbutjen e varfërisë dhe uljen e nivelit të papunësisë, në periudha të krizës ekonomike inflatore dhe deflatore, efekte këto makroekonomike.

Përfundimi

Shkalla e rritjes ekonomike është e ndikuar nga burimet natyrore, burimet njerëzore, burimet e kapitalit dhe zhvillimi teknologjik në ekonomi së bashku me strukturën institucionale dhe stabilitetin.

Menaxhimi institucional është faktor vendimtar, si në drejtimin e politikave zhvillimore, ashtu edhe në menaxhimin e krizave ekonomike recesive, depresive, të cilat shfaqen kohë pas kohe, sidomos në vendet me ekonomi jo stabile, si dhe në vendet e tranzicionit.

Duke pasur parasysh se ekonomia kosovare i posedon të gjitha burimet respektivisht faktorët relevant për një zhvillim ekonomik të qëndrueshëm, nevojitet një mobilizim i gjithëmbarshtëm i këtyre faktorëve përmes masave në vijim:

- Krijimi i legjisllacionit të favorshëm për investime të huaja;
- Krijimi i të ashtuquajturës “oazë tatimore”;

¹¹⁵ Rudiger Dornbusch & Stanley Fischer: “Makroekonomia”, botim ndërkombëtar, fq. 267

¹¹⁶ Bozhidar Jelçiq: “Shkenca mbi Financat dhe e Drejta Financiare”, Enti i Teksteve dhe i Mjeteve Mësimore i , Prishtinë, 1983, fq.

- Rritja e investimeve të infrastrukturës;
- Nxitja e investimeve në kapitalin njerëzor;
- Sigurimi i kushteve për kërkim dhe zhvillim, duke ulur tatimet për subjektet kërkimore.

Literatura:

1. Bozhidar Jelçiç: “Shkenca mbi financat dhe e drejta financiare”, Enti i Teksteve dhe i Mjeteve Mësimore, Prishtinë
2. Gabriela Rakicevic – “Menaxhmenti i Resurseve Njerëzore”, Pjetër Budi, 2007
3. Paul Samuelson & William D. Nordhaus: “Ekonomija”, Zagreb 1992
4. Raporti i performancës 2008/2009, Ministria e Punës dhe Mirëqenies Sociale
5. Riinvest: Instituti për Hulumtime Zhvillimore, “Qendrueshmëria Ekonomike e Kosovës (sfidat, politikat dhe mundësitë)”, Prishtinë, janar 2006
6. Rudiger Dornbusch & Stanley Fischer: “Makroekonomia”, Botim ndërkombëtar, Shtëpia Botuese „Dituria“.

Mr. Sherif Gashi

KRIZA GLOBALE FINANCIARE - NDIKIMI I SAJ NË TREGUN E SIGURIMEVE

Sistemi financiar është indikator kryesor i zhvillimit të një vendi së bashku me sistemin ekonomik. Në kohën e sotme kemi një sistem mjaft të sofistikuar dhe të zhvilluar, por nga ana tjetër globalizmi ka bërë që sistemi financiar i çdo vendi në një formë apo tjetër të jetë i lidhur me sistemin ndërkombëtar financiar.

Çdo ndryshim apo krizë në sistemin ndërkombëtar financiar do të reflektohet në mënyrë të ndryshme në sistemet financiare kombëtare. Vendet me zhvillim më të lartë ekonomik kanë një sistem financiar më të avancuar se ato vende që janë në zhvillim apo vendet e pazhvilluara. SHBA-të prijnë me një legjislaturë më të zhvilluar të sistemit financiar.

Sistemet financiare kanë mekanizmat e vet me të cilët rregullohet mbarëvajtja dhe zhvillimi i tij. I tërë sistemi financiar është i rregulluar përmes tregjeve financiare që mund të jenë:

- Tregjet monetare
- Tregjet e kapitaleve
- Tregjet valutore
- Tregjet e derivateve financiare

Tregjet monetare përfaqësojnë ato struktura nacionale, të cilat me anën e instrumenteve financiare mobilizojnë për një afat deri në një vit fondet e lira monetare të popullsisë dhe njësive ekonomike.

Tregjet kapitale përfaqësojnë ato struktura institucionale dhe instrumente të veçanta që përdoren për mbivlerësimin afatgjatë të fondeve të lira qoftë ato të popullsisë apo njësive ekonomike.

Tregjet financiare funksionojnë përmes ndërmjetësve financiarë si bankat komerciale, bankat e kursimeve, institucionet tjera financiare, kompanitë e sigurimeve etj.

Jemi dëshmitarë të një krize financiare globale me një ashpërsi, që nuk ka mundur të parashihet as nga ekspertët më të mëdhenj të ekonomisë.

Kensi si dhe mendimtarët paskensian nuk kanë qenë të aftë që t'i parashohin ndodhitë e tilla në sistemin financiar.

Produktet financiare gjatë investimit nuk morën shumë parasysh rrezikun financiar dhe rrezikun e moskthimit. Në vitet e 80 kishim një krizë të tillë për moskthimin e mjeteve të huazuara sidomos të vendeve në zhvillim. SHBA i quajti borxhe të këqija, por përmasat ishin më të vogla.

Me globalizimin ekonomik kriza të tilla e orientojnë tërë sistemin financiar dhe ekonomik botëror. Kriza financiare që ka filluar të vërehet që nga qershori 2007 mbërriti shkallë të lartë në vitin 2008, duke tronditur sistemin global financiar dhe ekonomik, ndërkohë që ende vazhdon dhe është vështirë të parashihet sa do të zgjasë dhe sa e thellë do të jetë.

Kjo është kriza më e madhe që ka ndodhë pas viteve të 30, sepse të gjitha krizat kanë qenë lokale, ku ka pasur mundësi të reflektohet në dy tri vende, kurse tani e tërë bota është në krizë.

Kriza mund të krahasohet me krizën e vendeve në zhvillim, por për herë të parë nga një depresion i madh ekonomik me qendër të ekonomisë botërore në SHBA, por edhe vendet tjera do të kenë pasoja mjaftë të mëdha .

Shkaqet e krizës

Sipas Prof. Dzhozef Shtiglig shkaqet e krizës janë:

- Në shtatë vitet e fundit shpenzimet janë ato që e kanë mbajtur ekonominë amerikane;
- Çmimet janë rritur shumë më shumë;
- Investimet kanë mundësuar njerëzit që të përfitojnë nga aktivet afatgjate të paluajtshmërisë, sepse të gjitha mjetet i kanë investuar në paluajtshmëri dhe kanë sjellë një fitim shumë të lartë, çka ka ndikuar në rritjen e çmimeve në aktivet e paluajtshme;
- Eksportimi i hipotekave një fenomen i rrallë në ekonominë botërore çka rezulton se nga të gjitha huat hipotekare të këqija mbi 50 % janë nga Evropa;
- Investim shumë i vogël në fondet e sigurimeve dhe fondet pensionale;
- Rritja enorme e çmimeve të paluajtshmërisë;
- Gjatë kësaj kohe amerikanët kanë marrë mbi 1.950 miliard kredi të reja. Kjo bënë që të gjitha këto të jenë të papërballueshme, ndërkaq ajo që është e papërballueshme është vështirë të ndalohet.

Ndër shkaqet që kanë sjellë deri te kjo krizë janë edhe:

- Mosparashikimi adekuat i rrezikut financiar e posaçërisht rrezikun e kthimit të huave dhe vlerësimi jo adekuat i kolateralit;
- Deficiti bilancor i tregut amerikan si pasojë e fluktuimit i ekonomisë aziatike, ku sasi e madhe e parave janë bartur në SHBA;
- Prezantimi i ekonomisë kineze do të ketë pasoja për pjesën tjetër të botës, sepse Kina është që sa kohë një ndër faktorët kryesor të ekonomisë botërore;
- Raportimi dhe mbikëqyrja jo e mirë e agjencioneve, rejtingu i kredive, raporte joprofesionale apo ndikuere. Në botë janë vetëm tri agjencione që vlerësojnë rejtingun e kredive (“Standard&Poor”, “s.Mondy” dhe Fitch) çka mund të vijnë deri te keqpërdorimi;
- Një ndër shkaqet është efekti psikologjik p.sh. në gjuhën kineze kriza paraqitet në dy anët e rrezikshme.

Kriza globale financiare nuk reflekton njëjtë në tërë ekonominë e një vendi, por as në tërë botën, për shkak të karakteristikave të ndryshme të organizimit si të sistemit financiar po ashtu edhe atij ekonomik.

Zhan Klod Trishe, kryetar i Bankës Qendrore Evropiane, thotë: “Rritja ekonomike do të jetë shumë më e ulët se sa është deklaruar për vitin 2009”. Në forumin e mbajtur në Kras Montano, Bashkimi Evropian deklaroi se jemi të ballafaquar me një recesion të gjatë dhe të ashpër.

Në Japoni ekonomia është në recesion që nga vitet e 90. Pastaj, Meksika dhe Brazili goditen së pari nga kriza tregtare, sepse këto vende janë një ndër eksportuesit më të mëdhenj në SHBA. Kriza financiare në SHBA ka bërë që të zvogëlohet konsumimi i produkteve të këtyre vendeve dhe nga ana tjetër ka zbrit çmimet.

Gjermania dhe Japonia janë në pozitë më të mire sesa SHBA në raport me deficitin e pagesave. Të gjitha vendet e botës në shumë samite si të G8 po ashtu edhe më gjerë kanë shtuar masat preventive për të tejkaluar situatën. Qeveria amerikane lejoi mjete nga fondi rezerv për të zbutur situatën në vlerë prej 750 miliard dollar, po ashtu shtetet e Bashkimit Evropian bënë të njëjtën gjë.

Mirëpo, sipas të gjitha gjasave, ky intervenim nuk do të mjaftojë nëse nuk merren masa radikale në menaxhimin e riskut financiar. Shumë ekonomistë kanë qenë të mendimit që kjo ndihmë mos të lejohet, sepse po favorizohen subjektet që janë më të pasura, të cilat kanë dështuar në menaxhim.

Reflektimi i krizës financiare

- Mosaftësia paguese (likuiditeti) e shumë institucioneve financiare dhe ndërmjetësve financiar;
- Zvogëlimi i prodhimit në mbarë botën (humbje të mëdha në tërë ekonominë më me ndikim në tërë botën);
- Humbja e besimit të këto institucione (rënia e vlerës së aksioneve, rënia e vlerës së dollarit);
- Humbja e shumë vendeve të punës në mbarë ekonominë botërore;
- Rënie e investimeve;
- Ka pasoja afatgjate sipas disa ekonomistëve së paku dhjetë vjet;
- Vendet në zhvillim do të kenë më pak investime.

Pra, siç është cekur edhe më lartë se kriza financiare nuk ka goditur njësoj të gjithë sektorët financiar (bankat, kompanitë e sigurimeve, ndërmjetësit e ndryshëm financiar), por janë më shumë të prekur se sa sektori ekonomik, por kriza në sektorin financiar shkakton krizën në sistemin ekonomik.

Ndikimi i krizës financiare në tregun e sigurimeve

Shoqëritë e sigurimeve janë institucione që kundrejt një pagese të caktuar në formë premie marrin përsipër mbulimin e disa dëmeve të personave fizik dhe juridik shkaktuar nga ndonjë ngjarje.

Tërë veprimtaria e kompanive ka për qëllim sigurimin e palës nga ndonjë dëm i papritur, mbulimin e shpenzimeve operative të kompanisë dhe sigurimin e një fitimi.

Kjo sigurohet nga të hyrat, të cilat realizohen nga premitë e shitura dhe të arkëtuara, si dhe nga të hyrat e siguruar nga investimet.

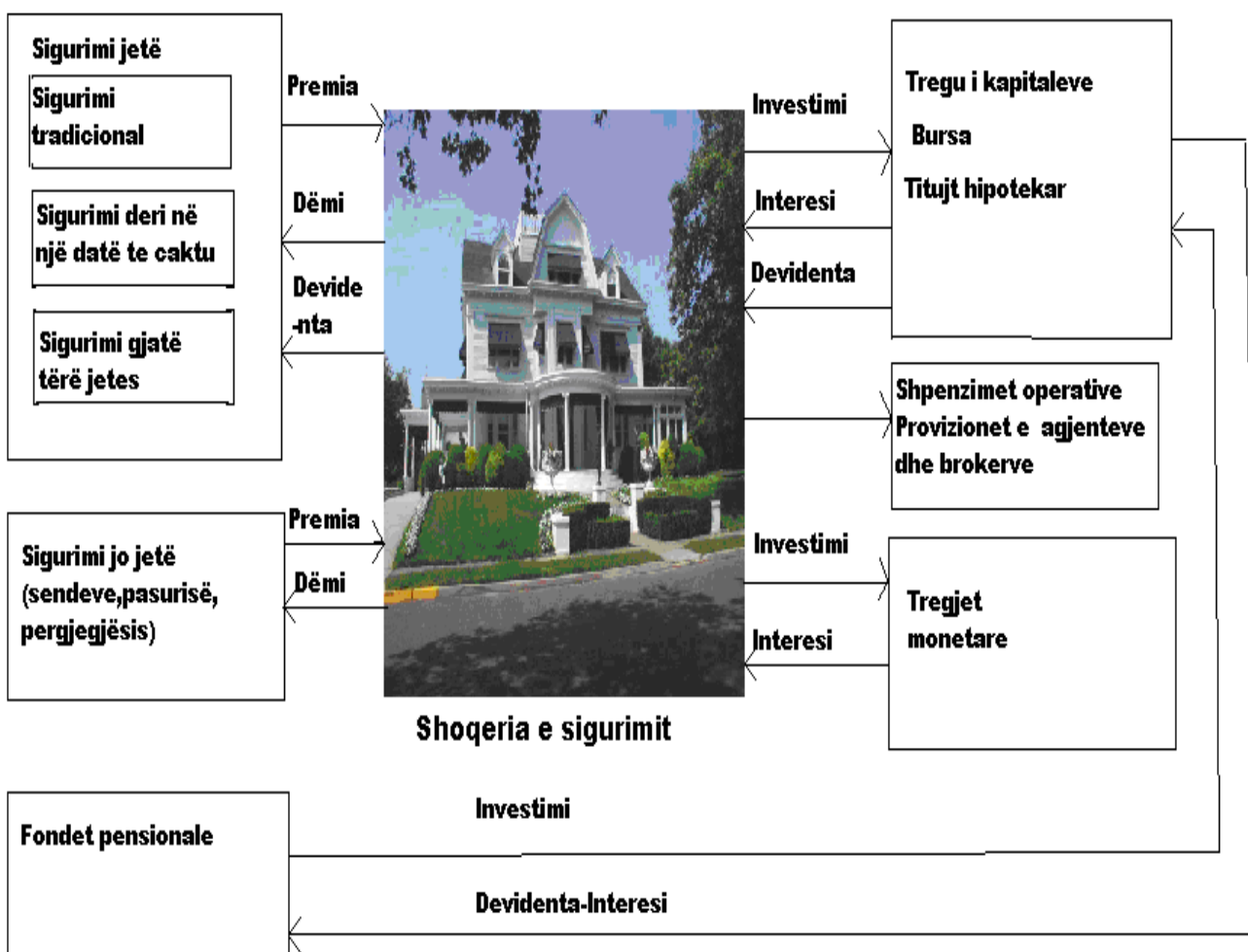
Në shoqëritë e sigurimeve koha është një parametër mjaft i rëndësishëm, sepse koha nga pagesa e premisë së sigurimit e deri te pagimi i dëmit është e gjatë.

Gjatë kësaj periudhe kompanitë kanë në disponim tepriçë mjjetesh, të cilat gjatë periudhave të ndryshme bëjnë investimin e tyre në tituj financiar.

Aktiviteti primar sigures i kompanisë merr përsipër riskun e humbjes nga persona ose organizata që janë drejtpërdrejt subjekt risku. Të tilla risqe mund të lidhen me pronën, përgjegjësinë, aksidentet personale ose rreziqe të tjera, që mund të dalin nga ndonjë ngjarje e sigurueshme. Si e tillë kompania ekspozohet ndaj pasigurisë që rrethon afatin dhe rëndësinë e pretendimeve sipas kompanisë.

Më poshtë në tabelën nr. 1 paraqesim skemën e një kompanie sigurimi për të mundur të analizohet veprimtaria e saj afariste dhe investuese:

Tabela nr. 1 paraqitja skematike e veprimtarisë së një kompanie sigurimi



Kompanitë e sigurimeve varësisht se çka kanë për objekt sigurimi ndahen:

Kompani të sigurimeve jetë dhe jo jetë (sigurimi i pronës, sendeve, përgjegjësisë etj.)

Tregu i sigurimeve jo jetë është dominant në tërë tregun botëror, por raporti më i mirë sigurim jetë dhe jo jetë qëndron në vendet më të zhvilluara.

Nisemi nga kjo ndarje për arsye se secili sigurim i ka karakteristikat e veta dhe dallojnë njëra prej tjetrës .

Kompanitë e sigurimeve jetë kanë obligime afatgjate, andaj edhe aktivet e veta i investojnë në letra me vlerë afatgjate si obligacione private dhe shtetërore me kohë maturimi afatgjatë në aksione të kompanive të zgjedhura, por një pjesë e mjeteve investohen edhe në tituj hipotekar. Investimi në aksione ka një fitim të madh, por edhe një rrezik permanent.

Kompanitë e sigurimeve jojetë kanë borxhe afatshkurta që në çdo moment kërkojnë për t'u shlyer, andaj mjetet gjatë periudhës afariste më shumë janë të rezervuara. Mjetet mund të angazhohen në formë të obligimeve dhe bonave pranë ndonjë banke financiare apo kompanie.

Karakteristikë e këtyre investimeve është se janë afatshkurta, me likuide, fitimi është më i vogël, po ashtu edhe rreziku. Për këtë, kompanitë e sigurimeve kanë një portofol heterogjen dhe investimet e bëra i bëjnë në produkte në disa shoqëri e jo vetëm të përqendruara në një.

Për të analizuar segmentet se në cilat fusha kanë pësuar humbje kompanitë e sigurimeve po u referohemi disa të dhënave statistikore të disa kompanive botërore të sigurimeve.

Kompania me e madhe e sigurimeve në Zvicër “Zurich Financial Servise“ ka pasur një rënie drastike të fitimit në periudhën e katërt të vitit 2008 edhe atë për 87 për qind krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar.

Arsyet:

- Për shkak të rënies së vlerës së pasurisë së patundshme;
- Të hyrat më të vogla nga primet e sigurimeve jetë;
- Rënia e vlerës së investimeve;
- Aksionet Zurich kanë humbur në vlerë prej 11%, që nga fillimi i vitit 2009.

Një ndër kompanitë më të mëdha botërore të sigurimeve “Allianza” përfundon vitin afarist 2008 me një humbje prej 2.44 miliardë euro.

Arsyet:

- Zhvlerësimi i pasurisë së patundshme;
- Shitja e pasurisë bankës Dresdner;
- Zvogëlimi i primeve si sigurim jetë po ashtu edhe jo-jetë.

Të hyrat e Allianza në vitin 2008 ishin për 5.3 për qind më të ulëta se në të njëjtën periudhë të vitit të kaluar, ndërkaq fitimi operativ ishte 28 për qind më i vogël krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar.

Ndikim kryesor në këtë rezultat ka pasur rënia e sigurimit jetë. Drejtori i kompanisë, Michael Diekman, deklaroi se Allianza është kompani stabile, por nuk ishte në gjendje të deklarojë për rrjedhat, por vetëm “se viti 2009 do të jetë shumë i vështirë dhe parashikimet janë të pamundshme”.

Assicurazioni Generali SpA- kompania e tretë e sigurimeve në Evropë për vitin 2009 parashih zvogëlim të fitimit, për shkak të krizës financiare dhe si rrjedhojë do të ketë rënie e interesimit për sigurimin jetë dhe ndoshta mosaftësi për pagesë të siguruesve për shkak të largimit nga puna. Në vitin 2008, sipas raporteve të kompanisë, sigurimi jetë ka pasur rënie afërsisht 59 për qind, ndërsa jojetë 1 për qind.

Kompania më e madhe e sigurimeve në SHBA “AIG” është pranë falimentimit, ku Qeveria amerikane me një injeksion prej 150 miliardë dollarësh tenton që ta shpëtojë, në mënyrë që mos të humbet besimi. Në bazë të raportit të tremujorit të fundit AIG ka deklaruar humbje prej 61.7 miliardë dollarë, që është humbja më e madhe në SHBA e deklaruar ndonjëherë.

Humbje më të mëdha ka pasuar në investime ku për çdo aksion ka humbur 22.95 dollarë krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar. Humbja e AIG së bashku me vitin e kaluar ka arritur shumën prej 99.3 miliardë dollarë.

Kompania e sigurimeve “AON” Çikago ndërmjetësuesi më i madh në botë i sigurimeve shënon një rënie të fitimit neto, për shkak të shpenzimeve të rikonstruimit si dhe rënie e vlerës së aksioneve 15 % krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar.

Fondi Garantues në Francë – është ndër fondet e para të themeluar me qëllim mbulimin e humbjes personave të tretë, i cili gjatë vitit 2008 ofron humbje në shumë prej 203 milionë euro. Parashikimet e periudhës së ardhshme janë shumë skeptike.

Disa kompani siç janë Aegon (Holandë) ING, si dhe kompania „AIG“ për të mbuluar humbjet që kanë planifikojnë të shesin pjesë të kompanisë në Tajvan.

Shikuar në tërësi kompanitë e sigurimeve nga kriza financiare kanë pësuar humbje sidomos kompanitë e sigurimeve jetë. Mirëpo, me zgjerimin e tregut disa kompani kanë arritur sadopak të zbusin humbjen si p.sh., menaxheri kryesor i Shoqatës së Kompanive të Sigurimeve në Çeki, Tomas Sikora, deklaron se sigurimet jojetë edhe në këtë vit do të kenë rritje, por jo në parametrat e paraparë për shkak të krizës financiare.

Kompania e Sigurimeve UNIQA- grup Austria gjatë vitit 2008 ka pasur një rritje të premisë për afërsisht 10 për qind më shumë se në të njëjtën periudhë të vitit të kaluar.

Kjo është si rezultat i zgjerimit të tregut në Evropën Juglindore, ku rritja e premisë në këto vende ka qenë 26.7 për qind. Në tregun vendor edhe në Austri ka rënie të premisë dhe të fitimit, për shkak të krizës, por tregu i jashtëm e mbulon.

Kompania e Sigurimeve “VIG” po ashtu në vitin e kaluar ka pasur rritje prej 16 për qind nga viti 2007. Në tregun vendor, VIG në sigurimin jetë ka rënë mbi 59 për qind të të hyrave nga premia, kurse në vendet e Evropës Juglindore, ku kompania disponon mbi 37 për qind të të hyrave ka pasur rritje 29 për qind të premive.

Në Kinë tregu i sigurimeve ka pësuar një rënie të vogël krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar. China Life, kompania më e madhe e sigurimeve jetë, ka pasur një rënie në vlerë prej 7.5 për

qind. Investimi i mjeteve në vitin 2007 ka qene 27 për qind në aksione, mirëpo menjëherë kanë reaguuar për shkak të krizës financiare dhe në vitin 2008 ato zbresin në 13.3 për qind.

Investimet e mjeteve në obligacione kanë qenë 68.4 për qind në 2007, kurse në 2008 janë rritur në 84.4 për qind. Për vitin 2009 kompanitë e sigurimeve në Kinë paralajmërojnë një ulje të ndjeshme si të primeve bruto po ashtu edhe fitimit neto.

Nga ajo që është paraqitur më lartë vijmë në përfundim se të hyrat si nga primet e paguara të sigurimit jetë, sigurime jojetë po ashtu edhe të hyrat nga investimi i mjeteve, që nga fillimi i krizës financiare, kanë rënie të dukshme.

Ndodh që kompanitë nga primet bruto nuk mundën t'i mbulojnë shpenzimet, të cilat kanë ndodhur brenda një periudhe kohore, por me të hyrat nga interesi apo të hyrat nga devidenta i mbulojnë ato çka do të thotë se kompania nuk është e shëndosh financiarisht, së shpejti do të humb aftësinë likuiduese ndaj partnerëve dhe palëve.

Raportet e mësipërme të disa kompanive tregojnë se vitet në vijmë nuk do të jenë aspak të lehta në përballimin e krizës.

Arsyet kryesore janë:

- Zvogëlimi i aftësisë paguese të konsumatorëve si atyre fizik e posaçërisht atyre juridik;
- Rënia drastike e vlerës së kapitalit;
- Rreziku që u kanoset investimeve sidomos atyre afatgjate (aksioneve, huave hipotekare etj.).

Kriza financiare e cila zgjati shumë dhe do të zgjatë ende goditi tërë ekonominë në mënyrë zinxhimore. Kjo krizë zvogëloi aftësinë paguese, aftësinë prodhuese, distribuuese aftësinë investuese, ku vetëm në BE parashihet që investimet do të zvogëlohen brenda vitit 2009 prej 4-5 për qind, me ç'rast do të shkurtohen me miliona vende pune.

Nuk do të shpëtojnë lehtë as kompanitë e sigurimeve, ku vetëm ING ka lajmëruar shkurtrimin e më shumë se 7.000 vendeve të punës. AIG, po ashtu, ka lajmëruar dhe ka liruar një numër të madh punëtorësh nga puna.

Reflektimi i krizës financiare në vendet e rajonit

Tabela nr. 2 paraqet portofolin e industrisë së sigurimeve në disa vende të rajonit- viti 2008.

Vendi	Sigurimi jetë i shprehur %	Sigurimi jo jetë i shprehur %
Sllovenia	70%	30%
Kroacia	7%	93%
Kosova	25%	75%
Shqipëria	0.70%	99.3%
Serbja	12.2%	87.8%
Maqedonia	97.2%	2.8%
FbiH	82.4%	17.6%

Tregu i sigurimeve në Shqipëri është treg i ri me mundësi zhvillim të shpejtë dhe ka qenë shumë pak i ndikuar nga kriza globale financiare. Më lartë u cek se kriza globale financiare ka ndikuar në: zhvlerësimin e vlerës së patundshmërisë, rënien e vlerës së mjeteve të angazhuar në bursa, në rënien e premisë bruto, rënien e fitimit të kompanive të sigurimeve, si dhe rënia e solvencës.

Deri më 31.05.2009, në bazë të raporteve nga AMF, këto elemente të cekura me lartë si shenja të krizës nuk janë reflektuar në tregun e sigurimeve. Në raportin e tremujorit të parë kemi një rritje të premisë bruto krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar për 31 për qind.

- TLP ka rritje të premisë bruto prej 2.4 për qind krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar, kurse numri i kontratave të nënshkruara është për 3 për qind më i vogël.
- Kartoni jeshil 31 për qind më shume se sa në të njëjtën periudhë të vitit të kaluar.
- Sigurimi kufitar 29 për qind më shumë
- Sigurimet vullnetare 49 për qind, ku sigurimet vullnetare të jo jetës kanë pasur rritje prej 54 për qind, kurse sigurimet jetë kanë pasur rritje prej 29 për qind, me ç'rast dominon sigurimi "jetë debitor" me 65 për qind, për shkak se është kërkesë e bankave të nivelit të dytë për afrimin e kredive.
- Nëse krahasohet rritja e premisë bruto në të njëjtën periudhë të vitit 2006/2007 në periudhën 2008/2009 kemi një rritje më të ngadalshme edhe atë të sigurimet jojetë për 22.2 %, kurse te sigurimet vullnetare kemi një rritje prej 8.46 %.

Nëse shikohet raporti i sigurimeve jetë dhe jo jetë mund të konstatojmë se mjetet e tepërta të kompanive janë angazhuar si depozita afatshkurta, kështu që kriza globale nuk ka ndikuar aq shumë.

Por, nga shënimet e mësipërme vërehet një rënie e ndjeshme e primeve bruto. Solvenca është shumë në nivel për arsye se kanë ardhur deri te rritja e rezervave teknike, Fondit të Garancisë etj. Kushti që tregu i sigurimeve të mundet të kalojë me pasoja sa më të vogla duhet që të zhvillojë një portofol heterogjen, pasi që tregu është ende shumë i papërpunuar dhe ka mundësi që të zhvillohet.

Reflektimi i krizës financiare në tregun e sigurimeve në Kosovë

Tregu i sigurimeve në Kosovë është treg i ri, i cili ka një klientelë të re. Produktet e kompanive të sigurimeve në Kosovë janë kryesisht sigurim jojetë. Sigurimi jojetë mbi 87 për qind është i detyrueshëm, ku vetëm 13 për qind është sigurim vullnetar. Nëse nuk ndryshon raporti sigurime jetë dhe jojetë, atyre të detyrueshëm edhe vullnetare, ne do të kemi një treg përafërsisht të njëjtë me tregun 2008.

Në Kosovë është një dukuri tjetër te raportet dëme prime për arsye se gjatë vitit 2008 kemi pasur 28 për qind dëme në krahasim me premin.

Kompanitë e sigurimeve janë mjaft rentabile, kanë mjete të shumta të cilat i angazhojnë në forma të ndryshme investimesh, por kryesisht në obligime afatshkurte dhe në bona. Meqenëse nuk kanë aq interes të lartë në investime, por kanë një rrezik më të vogël, shndërrohen shpejt në likuiditet.

Kompanitë e sigurimeve në tregun e Kosovës nuk do të goditen aq fort sikurse kompanitë në shtete tjera për arsye se:

- Të hyrat nga primet e sigurimeve jojetë do të pësojnë pak rënie, por jo në një masë të ndjeshme;
- Të hyrat nga sigurimet jetë nuk kemi pasur;
- Angazhimi i investimeve kryesisht është në depozita afatshkurta;
- Shumë pak ka investime në paluajtshmëri.

Ndikim më të madh ka pasur dhe do të ketë në Trustin e Kursimeve Pensionale dhe invalide për shkak se:

- Mjetet e tepërta janë angazhuar në obligacione private dhe aksione private me një shkallë të lartë fitimi, por me një rrezikshmëri të madhe. Nuk është studiuar tregu monetar ashtu sa duhet, por menjëherë mjetet janë investuar në tregjet e kapitaleve. Mosparashikimi real i riskut financiar. Kriza globale pikërisht goditi tregjet financiare. Trusti deri më tani ka humbur mbi 136 milionë euro.
- Mosfunksionimi i strukturave të brendshme të vet Trustit;
- Shpenzimet operative tejnorme;

Në këtë rast pëson humbje vetëm konsumatori, i cili nuk ka bazë ligjore për t'u mbrojtur.

Tregu i sigurimeve në Kosovë momentalisht nuk ka krizë, por duhet të ketë parasysh në parashikimin e mirë të rrezikut nga mjetet e investuara, sepse shumë lehtë mund të ndodhë që të goditet sektori bankar në Kosovë nga kriza financiare globale. Po ashtu, rreziku valutor duhet të merret parasysh edhe pse euroja është një ndër valutat më stabile.

Kriza globale financiare godet po ashtu tregun e sigurimeve në Kroaci në strukturë. Goditet industria e sigurimeve jetë, ku krahasuar me periudhën janar –maj 2009 me të njëjtën periudhë të vitit 2008 kemi një rënie të premisë bruto prej 0.8 për qind, ku nga 17 kompani që merren me këtë lloj sigurimi pesë kompani kanë pasur rënie të premisë, ndërsa sigurimi jojetë ka pasur një rritje mjaft të ulët vetëm 1.6 për qind krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit 2008.

Nga 21 kompani që merren me sigurimin jojetë gjashtë prej tyre kanë pasur rënie të premisë bruto. Duhet theksuar se në tregun e sigurimeve në Kroaci vërehen dy fenomene të krizës, rënia e shitjes së veturave, si dhe mosregjistrimi dhe mossigurimi i veturave.

Kështu, shitja e veturave të reja krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar ka rënë mbi 11.20 për qind me çka ka zvogëluar preminë bruto nga sigurimi kasko mbi 50 për qind. Po ashtu, mosregjistrimi i veturave ka zvogëluar preminë bruto prej 4.1 për qind krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar.

Te sigurimet jetë bien sigurimet me kreditime, ndërsa rriten sigurimet e thjeshta, për shkak se njerëzit kanë frikë për sëmundjet e ndryshme dhe pamundësia për pagesën e shpenzimeve të shërimit. Problem tjetër paraqitet pagesa e premisë, ku deri më tani ka pasur probleme.

Raporti vjetor i vitit 2008 krahasuar me raportin vjetor të 2007, rezulton me një zvogëlim të kapitalit të kompanitë e sigurimeve jete prej 7.95 për qind apo shprehur në euro 9.986.320 euro, ndërsa ato jo jetë 12.12 për qind apo në euro 54.719.660 euro.

Të gjitha këto probleme si rrjedhojë e krizës ekonomike, por edhe problemeve tjera vënë në pyetje Solvencën. Humbet besimi me çka do të vijë edhe deri të procedura e falimentimit.

Siç po shihet kriza financiare nuk reflektohet njësoj në të gjitha kompanitë e sigurimeve. Tregu i sigurimeve në Serbi ka qenë më i zhvilluar, kështu që me ligjet që ka sjellë Banka Qendrore e Serbisë ka mundësuar një mbikëqyrje më të mirë të veprimtarisë së sigurimeve.

Për përballimin e krizës Banka ka mundësuar me ligj që parat e gatshme në formë depozite për sigurimin jetë nga 35 për qind të rriten në 40 për qind, kurse për sigurimet jojetë nga 30 për qind në 35 për qind.

Struktura e aktives krahasuar me vitin 2007 ka ndryshuar në dobi të aktives operative dhe zvogëlimin e aktives të paluajtshme, ndërsa struktura e pasives, duke rritur rezervat teknike dhe njëkohësisht ka ardhur deri te zvogëlimi i kapitalit, por në një përqindje të vogël.

Tregu i industrisë së sigurimeve në Serbi me sukses është duke përballuar krizën, por këtu rreziku me i madh është ai valutor, për shkak se valuta e tyre nuk është e qëndrueshme. Solvenca është në nivel të kënaqshëm. Rezervat teknike në krahasim me primet bruto janë rritur shumë më shpejt.

Në FBiH tregu i sigurimeve ka probleme të organizimit, për shkak se organizohet në dy etnitete me ligje të ndryshme. Secili etnitete ka nga një agjencion, që bën mbikëqyrjen, licencimin dhe procedurën e falimentimit. Kriza globale financiare nuk ka ndikuar aq shumë.

Premia bruto ka shënuar rritje prej 12 për qind krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar. Sikurse në tregjet tjera të rajonit edhe këtu qytetarët janë më shumë të përkushtuar në sigurimin e veturave se sa sigurimin e shëndetit dhe jetës.

Bruto premia në kuartalin e parë 2009 krahasuar me të njëjtën të periudhës së vitit të kaluar ka rritje prej 5.1 për qind. Shikuar në tërësi në vendet e rajonit industria e sigurimeve është në një krizë tregu me karakteristika të përbashkëta si shkaktar të kësaj krize.

Konkluzionet:

- Industria e sigurimeve në botë është në një krizë të thellë.
- Industria e sigurimeve në rajon momentalisht është në fazën fillestare të krizës, ku disa vende janë prekur më shumë e disa më pak.
- Në strukturë të sigurimeve më shumë janë prekur kompanitë që merren me sigurimin jetë.
- Vendet e rajonit kanë strukturë pothuajse të njëjtë të sigurimeve përjashtuar Slloveninë, ku dominon siguri i detyrueshëm, siguri jojetë në krahasim me sigurimin jetë.
- Kriza globale ka goditur më së shumti kompanitë që aktivet e veta i kanë afatgjata apo ato kompani që mjetet e veta të tepërta i kanë angazhuar në aktive afatgjate, blerjen e aksioneve, obligime afatgjate.
- Kompanitë e sigurimeve në rajon mjetet e tyre me tepër i kanë të angazhuara në depozita afatshkurta e më pak në paluajtshmëri dhe në blerje aksionesh.
- Kriza globale ka goditur ato kompani që menaxhimin e riskut investues nuk e kanë paraparë me kohë dhe pasojat që mund të sjellë.

- Kompanitë që kanë pasur një portofol homogjen të investimeve.
- Tregut të sigurimeve i kanoset po ashtu edhe rreziku i tregut. Zvogëlimi i kërkesës për t'u siguruar, humbja e shumë vendeve të punës, mbyllja e shumë fabrikave të prodhimit krijon një buxhet më të varfër si familjar ashtu edhe biznesor, ku do të reflektoheshin automatikisht në bruto premitë e sigurimeve e po ashtu edhe në fitimin afarist.
- Vendet e rajonit kanë një treg shumë të ri sigurimesh me tendencë zhvillimi të shpejt. Me një portofol heterogjen mund të vijnë deri te menaxhimi më i mirë i krizës.
- Tregjet e sigurimeve në Çeki si dhe në Austri në vendet e tyre kanë humbje, por me zgjerimin e tregut në vendet e Evropës Jug lindore kanë arritur që të mbajnë tregun dhe të krijojnë fitime.
- Më lartë u tha se industria e sigurimeve është në krizë. Shtohet pyetja a ka dalje nga kjo krizë? Sigurisht që po. Kompanitë e sigurimeve duhet që me mjetet që kanë t'i shfrytëzojnë në mënyrë maksimale kanalet e shitjes, stimulimin e agjentëve dhe të brokerave, edukimin e konsumatorëve, zgjerimin e portofolit të produkteve të reja dhe interesante për konsumatorët potencial dhe konsumatorëve të rinj, përmirësimin gradual të strukturës së sigurimeve nga ato të detyrueshme në ato vullnetare, nga ato jo jetë në ato jetë. Menaxhimi i mirë i riskut të likuiditeti, solvencës, riskut të tregut, riskut investues, riskut valutor sidomos ato vende që si valutë përdorin valutën vendore (Serbia dhe Hungaria), por më së shumti analiza dhe parashikimi i riskut sigurues.
- Masë tjetër preventive që kompanitë e sigurimeve duhet të marrin është edhe zvogëlimi i shpenzimeve operative, sepse shpenzimet e mëdha zvogëlojnë fuqinë paguese të kompanisë me çka shumë shpejt do të bien në pozitë të paafëtisë për mbulimin e obligimeve.
- Agjencionet mbikëqyrëse, bankat qendrore të cilat përcjellin veprimtarinë e kompanive duhet që shumë më shumë të jenë rigorozë në mbikëqyrje, që mos t'u lejojnë kompanive që të vijnë në situatë të palakmueshme.
- Meqenëse kompanitë e sigurimeve janë një fuqi e madhe e ekonomisë vendore si për nga personeli po ashtu edhe nga fuqia kapitale, për mosmenaxhim të mirë do të përballen edhe me rreziqe.

Literatura:

1. Tregjet financiare, Instrumentet dhe veprimet e tyre, Prof Dr.Aristotel Pano dhe Elizabeta Gjoni, Tirane 2007.
2. Drejtimi i Portofolit Prof Dr. Sherif Bundo, Tiranë 2007.
3. Ilir Hoti, Industria e sigurimeve dhe menaxhimi i riskut, Instituti i inxhinierisë financiare për bankë dhe biznes, Tiranë 2008;
4. Koci N.Bundo .Sh. Shallari Z. Pasiguria dhe Sigurimet, Tiranë 2002;
5. Raporti nga agjencionet: Agjensioni Bloomberg, The Wall Street, L'Argus de L'assurance 03.02.2009, Ekonomik Daily 11.02.2009, Reuters 03.02.2009, Tanjug 03.02.2009.
6. Ksenia Klasiq, Ivo Andrianiq Osnovne Osiguranja – Naqela i Praksa Zagreb 2007.
7. AMF Albania raporti pesëmujor 2009, si dhe raporti vjetor 2008.
8. Narodna Banka Serbije – Godishnje izveshtaj 2008.
9. Vice guvernator NBS .
10. Raporti tremujor janar- mars 2009 i Ministrisë së Financave të Malit të Zi.
11. Nacionalno Byro za Osiguranje Makedonije izveshtaj 2008.

12. Banka Qendrore e Kosovës, raporti 2008.
13. Agjensia za Osiguranje u BiH, raporti vjetor 2008 dhe tremujor 2009.
14. HANFA Raporti 2008, si dhe raporti janar –maj 2009.
15. Hrvatski Ured za Osiguranje Zagreb, raporti janar –maj 2009.

MSc. Anila Mançka
MSc. Alketa Pasholli

PROBLEME TË MENAXHIMIT TË RISKUT BANKAR - RASTI I SHQIPËRISË

Abstrakt

Në vendet e zhvilluara bankat vlerësohen si institucione të rëndësishme. Gjithashtu, në vendet në zhvillim, institucionet bankare konsiderohen parësore në procesin e ndërmjetësimit dhe janë një faktor i rëndësishëm zhvillimi.

Shqipëria ka një sistem financiar të bazuar kryesisht në sektorin bankar dhe zhvillimi i sistemit financiar dhe ekonomik është i lidhur ngushtë me sistemin bankar.

Rëndësia që po i japin bankat aktivitetit të kredisë ka inspiruar zhvillimin dhe ka bërë më dinamik sistemin bankar si dhe ekonominë. Kreditimi është një proces që mundëson kanalizimin e fondeve nga kursimtarët drejt subjekteve me projekte fitimprurëse, duke ndikuar në rritjen ekonomike. Por, procesi i kreditimit bart dhe rreziqe të ndryshme.

Rreziqet janë të lidhura jo vetëm me institucionin bankar, që zhvillon aktivitetin e kreditimit, por mund të transmetohen edhe në ekonomi. Kjo është arsyeja që menaxhimit të riskut bankar i kushtohet shumë kohë, përpjekje, informacion, hapësirë dhe burime njerëzore.

Në pjesën e parë të artikullit do të diskutojmë shkurtimisht konceptet themelore të sistemit të menaxhimit të qëndrueshëm të riskut bankar dhe se si këto koncepte diversifikojnë riskun e portofolit bankar, duke parandaluar një krizë të mundshme kredie.

Do të përpiqemi të analizojmë dhe konkludojmë që politikat dhe procedurat e menaxhimit efektiv të riskut të kreditimit mund të kenë dështuar në vendet e zhvilluara, të prekura aktualisht nga kriza financiare e kredisë.

Në pjesën e dytë të shkrimit do të paraqesim situatën e kreditimit në Shqipëri, duke i dhënë përgjigje pyetjeve të mëposhtme: Çfarë rreziqesh paraqesin ritmet relativisht të larta të kreditimit gjatë viteve të fundit? Cilët janë faktorët kryesor makro dhe mikroekonomik, që ndikojnë në rritjen e riskut të kreditimit dhe kredive me probleme?

A është e domosdoshme ndërhyrja në kohë dhe me maturi e autoriteteve monetare dhe mbikëqyrëse në drejtim të mbajtjes nën kontroll të pasojave negative dhe kanalizimit të zhvillimeve drejt rritjes së qëndrueshme?

Më pas, në pjesën e fundit, do të përpiqemi të japim konkluzionet e mundshme rreth aktivitetit të kreditimit në sistemin bankar shqiptar dhe si kriza botërore e kredisë mund të prekë ekonominë shqiptare dhe më gjerë.

Metodologjia e përdorur përfshin shfrytëzimin e literaturës së huaj dhe mbledhjen e informacionit të nevojshëm nga buletinet e Bankës Qendrore.

Fjalë kyçe: aktivitet kreditues, cilësi e portofolit bankar, risk kredie, kriza e kredisë, normat e interesit, likuiditet bankar, stabilitet bankar dhe ekonomik, autoritet mbikëqyrës.

Konceptet themelore të një menaxhimi të qëndrueshëm të riskut bankar

Risku dhe menaxhimi i tij janë të rëndësishme për institucionet bankare.

Autoritetet mbikëqyrëse theksojnë mjaftueshmërinë e menaxhimit të riskut të institucioneve, që përfshin krijimin e një strukture menaxhuese që identifikon, mat, monitoron dhe kontrollon riskun e përfshirë në të gjitha produktet dhe veprimtaritë e institucioneve bankare.

Për një degë, e cila është zhvendosur nga zyra qendrore në kohë dhe largësi, sistemi i menaxhimit efektiv të riskut të kreditimit është kritik jo vetëm për administrimin e qëllimit të veprimtarive të saj, por dhe për të krijuar një mbikëqyrje të vazhdueshme dhe të shëndosh.

Konceptet themelore të menaxhimit të qëndrueshëm të riskut duhet të aplikohen në të gjithë spektrin e tipeve të riskut, me të cilat përballet një bankë, duke përfshirë: risku i kreditimit, i cili rritet nga mundësia që, një huamarrës ose i ngjashëm me të, do të dështojë në shlyerjen e një detyrimi.

Risku i vendit, i konvertimit, i cili përfshin të gjitha tipet e riskut, që rriten nga mjedisi ekonomik, social dhe politik i një vendi të huaj, i cili mund të ketë pasoja të mundshme të detyrimit e të huajve dhe investimet e kapitalit në atë vend.

Në mënyrë më specifike risku i konvertimit përqendrohet në aftësinë e një huamarrësi për të përdorur kursin e duhur të këmbimit, me qëllim shlyerjen e detyrimeve të tij ndërkombëtare. Risku i tregut, i cili është risku i një institucioni financiar që rezulton nga lëvizjet e kundërta të normave të tregut ose çmimet e mjeteve të kapitalit.

Risku i likuiditetit, i cili përfaqëson mundësinë që një bankë nuk do të jetë e aftë të plotësojë detyrimet e saj, që vijnë si rezultat i paaftësisë për të likuiduar mjetet, ose për të siguruar fondet e mjaftueshme (risku i likuiditetit të burimeve), ose që nuk mund të kompensojë lehtësisht ekspozimet e veçanta, për shkak të papërshtatshmërisë së tregut (risku i likuiditetit të tregut).

Risku operacional rritet nga mundësia që sisteme informacioni të papërshtatshme, probleme operationale ose katastrofa të paparashikuara do të shkaktojnë humbje të papritura.

Risku legal, i cili rritet nga mundësia që kontrata të pambështetura, padi ose gjykime të kundërta, mund të ndikojë negativisht në operationet dhe kushtet e bankës.

Risku i reputacionit përfaqëson mundësinë që publikime dhe reklama negative, që kanë të bëjnë me një bankë, të shkaktojnë rënie të numrit të klientëve, gjyqe të kushtueshme dhe zvogëlimin e të ardhurave.

Administrimi i portofolit bankar

Drejtimesit e portofolit në sektorin bankar përballen me vendime, të cilat karakterizohen nga një nivel i lartë risku dhe kthimi, krahasuar me kolegët e tyre në tregjet e kapitalit.

Pjesa më e madhe e huave bankare sigurojnë për huadhënësit një kthim konstant, i cili varet nga norma e interesit dhe aftësia e huamarrësit për të shlyer detyrimet e tij. Një hua e mirë do të shlyhet në kohë dhe plotësisht.

Duke pasur parasysh koston e ulët të burimeve të bankës, do të siguroheshin kthime tërheqëse. Në qoftë se bizneset e huamarrësve do të shfaqin përparime të mëdha, banka nuk do të marrë pjesë në këto rritje me hapa të mëdha. Por, nëse bizneset e huamarrësve do të falimentojnë, atëherë huadhënësit do të pësojnë humbje.

Risku i rritjes së kufizuar dhe risku i rënies së pakufizuar është shkaku i problemeve të panumërta të bankave. Për këtë arsye, duhet të vlerësohen huat e riskueshme saktësisht dhe në mënyrë të ndryshme nga huat pa probleme.

Analiza tradicionale e kreditimit është përqendruar gjithmonë mbi riskun financiar të huamarrësit, sesa ndjeshmëria e biznesit të tij nga ngjarjet makroekonomike.

Kjo ka ndikuar që kompensimi për riskun e marrë përsipër të jetë i vështirë dhe jo real në një mjedis bankar me konkurrencë të lartë.

Problemi lind atëherë kur një bankë përfiton avantazhe në një rajon apo industri të veçantë, ndërsa kur një bankë krijon eksperiencë, ajo zakonisht rrit ekspozimin e portofolit të saj të huas në këtë zonë.

Përkundrazi, një huadhënës që krijon një “niche” në industrinë e filmit është i ndjeshëm ndaj ndikimeve ciklike të biznesit. Si përfundim, huadhënësit janë të ndjeshëm ndaj dy disavantazheve:

1. Vlerësimi i kompensimit të riskut të dështimit.
2. Mbipërqendrimi në një rajon ose industri.

Në praktikë, risku i kredive individuale matet nga mikroanalizat, duke analizuar modelet e flukseve të parasë, raportet financiare ose pasqyrat financiare pro-forma.

Modelet e flukseve të parasë janë një tregues i fuqishëm i aftësisë së firmës për të siguruar dhe shpenzuar me efektivitet burimet e nevojshme në rrjedhën e biznesit.

Raportet krahasohen me standartet e industrisë për të gjykuar mbi likuiditetin e firmës, levën financiare, mbulimin e flukseve të parasë dhe aftësinë e saj për të përdorur mjetet për realizimin e shitjeve dhe përfitimeve.

Së fundi, pasqyrat pro-forma mundësojnë huadhënësit të njohin drejtimin dhe nevojat e ardhshme potenciale të huamarrësit dhe të testojnë ndjeshmërinë e veprimtarisë së tij nga situatat e mundshme të ardhshme ekonomike dhe menaxheriale.

Mikroanalizat vlerësojnë risqet josistematike ose risqet specifike të huamarrësit. Makroanaliza ose analiza në nivel portofoli nuk është më pak e rëndësishme.

Kjo mundëson krijimin e politikave dhe procedurave për portofolin e mjeteve të riskueshme, në mënyrë që kombinimi i ekspozimeve të jetë i diversifikuar, në të njëjtën linjë me tregun e synuar dhe të ndihmojë në sigurimin e një kthimi optimal të portofolit.

Bankat e nivelit të dytë duhet të vendosin theksin mbi legjislacionet bankare dhe standartet audituese të Bankës Qendrore për rregullimin e portofoleve të tyre të huas.

Kjo do të mundësonte diversifikimin e ekspozimeve (duke shpërndarë huan midis bizneseve jo të ngjashme), për të menaxhuar me efektivitet kapitalin, si dhe për të gjetur raportin optimal midis riskut dhe kthimit.

Menaxhimi i portofolit kërkon një vëmendje të veçantë për t'u siguruar ndaj një shoku makroekonomik dhe rënies industriale, si dhe ndaj ndjeshmërisë së riskut dhe kthimit, limiteve të ekzagjeruara të ekspozimeve, rajoneve gjeografike në rënie dhe produkteve jashtë përdorimit. Përgjithësisht bankat operojnë brenda limiteve industriale, duke kufizuar ekspozimet e kreditimit, me synim sigurimin e kombinimit optimal të portofolit.

Pjesa më e madhe e bankave besojnë se përqendrimet e larta në industri homogjene mund të shmangen, ndërsa të tjerët argumentojnë se specializimi promovon hua me kthime të larta, sepse eksperiencia e bankave përqendrohet në një industri të vogël.

Për të qenë të sigurt, bankat kanë qenë të prirura të nënshkruajnë hua ndaj operatorëve industrial si: media, mbrojtja, shëndetësia, pasuria e patundshme etj., duke i bërë bankierët më ekspertë në industrinë që ata përfaqësojnë (shpesh kjo strategji shpërblehet bujarisht).

Janë realizuar kontrole periodike mbi faktorët industrial dhe ekonomik, sidomos në segmentet më ciklike të portofolit. Historikisht janë manifestuar fuqi ekonomike në transport, pasuri reale, mbrojtje dhe shitje me pakicë.

Disa prej këtyre përqendrimeve janë të pranueshme p.sh., bankat e lokalizuara në zona bujqësore dhe blegtorale krijojnë një marrëdhënie shumë të ngushtë me klientët e tyre dhe mbas një kohe sigurojnë eksperiencë të konsiderueshme për t'u shërbyer këtyre tregjeve.

Një tip përqendrimi përfshin kreditimin ndaj qeverive të huaja apo agjencive qeveritare. Zgjedhja e portofolit fokusohet mbi paraqitjen dhe strukturën e ekonomisë, rentabilitetin e tregjeve të eksporteve, aftësinë për t'i shërbyer borxhit dhe aftësinë e shtetit debitor për të zhvilluar burime natyrore.

Një variabël i rëndësishëm ka të bëjë me rritjen ekonomike, veçanërisht çështjen e rritjes me bazë të gjerë në krahasim me rritjen e përqendruar në disa sektorë.

Një shembull tjetër përqendrimi përfshin të gjithë huamarrësit që përdorin të njëjtin produkt, p.sh. një bankë mund të ketë financuar një pjesë të madhe të tregtarëve të dyshemesë.

Dhe, së fundi, bankat me veprimtari të përqendruar gjeografikisht janë të ndijshme ndaj tkurrjeve ekonomike lokale, për shkak të përqendrimeve të brendshme të huas dhe konsumatorëve depozitues.

Kërkimet kanë treguar që vendndodhja e një banke ndikon ndjeshëm zgjedhjet e huamarrësve, sepse kostot e monitorimit rriten, ndërsa rritet distanca midis huamarrësit dhe huadhënësit.

Bankat tentojnë të kreditojnë individët dhe bizneset që janë fqinj gjeografikisht. Përveç kësaj, ekziston një marrëdhënie empirike midis paraqitjes së bankave të përqendruara gjeografikisht dhe aktivitetit ekonomik lokal të firmave në zonë.

Kjo për arsye se nëse këto rajone janë në recesion ekonomik, cilësia e kreditimit të bankës do të përkeqësohet më tepër se e bankës me kredi të shpërndara në rajone të ndryshme gjeografike. Gjithashtu, risku i likuiditetit ka të ngjarë të jetë më i madh në bankat e përqendruara gjeografikisht, sepse këto banka mbështeten mbi depozitimet e njëjësive më të vogla.

Në kontrast me këtë, një bankë më e diversifikuar gjeografikisht mund të tërheqë depozita nga një bazë më e gjerë konsumatorësh industrial dhe biznesit, prandaj janë më pak të mundshme lëkundjet e mëdha të depozitave dhe tërheqjeve. Siç mund të shohim, pa vendosjen e politikave dhe procedurave efektive, përqendrimet e huas mund të rritin riskun e portofolit.

Shkaqet e rritjes së aktivitetit kreditues

Gjatë periudhës 1998-2002, pesha e kredisë në prodhimin e brendshëm bruto ka qenë më pak se 1 për qind, një ndër më të ultat e ekonomive evropiane në tranzicion.

Por, nga viti 2002 deri në vitin 2004, kredia ka pësuar një rritje relativisht të kënaqshme dhe një rritje shumë të fortë gjatë viteve të fundit: 75 për qind në 2005, 55 për qind në 2006 dhe 47.7 për qind në 2007.

Rritja e ofertës për kredi nga sistemi bankar apo institucionet e tjera financiare- jobanka, si dhe rritja e kërkesës për kredi nga individët dhe firmat, që nxiten nga rritja e produktivitetit, ndikojnë në rritjen e aktivitetit kreditues.

Deri tani bankat kanë ndjekur një politikë konservatore biznesi.

Fondet e grumbulluara nga kursimtarët janë investuar në Bono Thesari, apo investime të ngjashme me risk të ulët dhe normë kthimi të ulët.

Kredia për individët dhe bizneset ka qenë e kufizuar, normat e interesit shumë të larta dhe procedurat e stërgjatura. Në tabelën e mëposhtme shihet se kredia për sektorin publik ka qenë e vogël dhe vie në rënie, kurse kredia për sektorin privat paraqitet në raporte të larta ndaj portofolit të kredisë, por megjithatë ka qenë e vogël.

Kërkesa për kredi nga individët dhe bizneset ka qenë e qëndrueshme. Pavarësisht qëndrimit konservator të sistemit bankar, kostove të larta apo procedurave të gjata të miratimit të kredisë, huamarrësit i janë drejtuar atij për financimin me kredi.

Disa nga faktorët kryesor që kanë ndikuar në rritjen e aktivitetit kreditues në Shqipëri janë:

- Stabiliteti makroekonomik: Duke iu referuar treguesve makroekonomik të Bankës së Shqipërisë, vlerësohet se Shqipëria ka arritur një situatë të stabilizuar makroekonomike. PBB është rritur në mënyrë të qëndrueshme dhe inflacioni është mbajtur brenda zonës së synuar.
- Rivendosja e besimit të publikut ndaj sistemit bankar: Rritja e konkurrencës dhe hyrja në tregun bankar e bankave me reputacion ndërkombëtar ka ndikuar në përmirësimin e besimit të publikut ndaj bankave, duke u pasqyruar në rritjen e depozitave dhe përdorimit të gjerë të produkteve të ofruara.
- Një nga arsyet e rritjes së kredisë ka të bëjë dhe me bazën shumë të ulët të kreditimit në vend. Raporti kredi/PBB është shumë i ulët.
- Ndikimi i çmimeve të pasurive të paluajtshme: Është vërtetuar një lidhje e ndërsjelltë empirike midis çmimeve të pasurive të paluajtshme dhe kredisë.

Rritja e çmimeve të pasurive ndikon në rritjen e kredisë përmes dy faktorëve:

- a) rritja e vlerës së kolateralit, duke çuar në rritjen e aftësisë huamarrëse, dhe
- b) perspektiva pozitive e individëve për të ardhmen.

Duke ditur që pasuria e patundshme përbën një pjesë të rëndësishme të pasurisë së individëve dhe bizneseve, ndryshimet në çmimet e pasurive të paluajtshme ndikojnë në planet e shpenzimeve për konsum dhe për investime të konsumatorëve.

- Përbërja e bilancit të bankave: Aktivitetet e bankave kanë qenë të papërdorura për kreditim, prandaj bankat do të synojnë të rritin aktivitetin kreditues.

Tabela 1. Disa tregues makroekonomikë

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Rritja reale e PBB (për qind)	8.9	7.7	6.5	4.7	6	6	5.5	5.0	6.0
PBB për frymë (usd)		1.086	1.329	1.438	1.807	2.329	2.620	2.855	3.256
Inflacioni mesatar (v/v)	-1	4.2	3.5	1.7	3.3	2.2	2	2.5	2.9
Norma e papunësisë		16.9	14.6	15.8	15.0	14.6	14.2	13.8	13.2
Deficiti buxhetor (për qind PBB)	12.3	9.4	8.0	6.2	4.6	4.5	3.3	3.2	3.4
Llogaria korrent (për qind PBB)		-7.0	-6.1	-10.0	-7.9	-4.8	-7.3	-7.6	-10
Kredi/PBB (për qind)	8.4	5.31	4.7	5.9	6.8	8.5	15.3	22.0	29.9
Rritja e kredisë (për qind)	12.7	31.05	0.22	37.72	31.1	38.1	74.3	56.8	47.7

Burimi: Banka e Shqipërisë

Zhvillimet e sistemit financiar janë prociklike. Kjo bazohet në eksperiencën e shumë vendeve. Gjatë fazës së ekspansionit të ekonomisë kreditimi rritet me ritme shumë të larta dhe kur ekonomia tkurret, kreditimi ulët ndjeshëm.

Por, uljet dhe rritjet e nivelit të kreditimit të sistemit bankar janë më të mëdha sesa uljet dhe rritjet e aktivitetit ekonomik. Gjatë fazës së recesionit ekonomik, ulet niveli i kredisë, por njëkohësisht rritet numri i kredive me probleme, duke ndikuar në përkeqësimin e paraqitjes së portofolit bankar. Më poshtë paraqesim tipet e riskut, me të cilat përballlet sistemi bankar shqiptar.

Risqet mikroekonomike

Këto tipe të riskut kanë të bëjnë me institucionet individuale ose me vetë sektorin bankar. Tipi i parë dhe më i prekshmi është risku i kredisë. Risku i kredisë përfaqëson mundësinë e mospagesës së detyrimeve të huamarrësit ndaj bankës, duke përkeqësuar portofolin bankar dhe duke rritur numrin e kredive me probleme.

Rritja e numrit të kredive me probleme do të ulë ndjeshëm fitimet, duke kufizuar aftësinë e grumbullimit të kapitalit. Nivele të ulta të kapitalit dëmtojnë zhvillimin e mëtejshëm të aktivitetit bankar.

Disa prej shkaqeve të rritjes së kredive me probleme janë:

- shkelja e koncepteve themelore të kreditimit, që do të thotë miratimi i kredive me risk të lartë dhe me kushte jo të mjaftueshme;
- Informacion kreditimi jo i plotë;
- injorimi i sinjaleve paralajmëruese që kanë të bëjnë me huamarrësit, ekonominë, rajonin, industrinë dhe faktorët tjerë të varur;
- mungesa e një supervizimi të mjaftueshëm të huamarrësve të vjetër ose familjar;
- mbajtja e huave të kolateralizuara pa marzhet e përshtatshme të sigurimit.

Tabela 2 shpreh qartë tendencën në rritje të kredive me probleme, si pasojë e ritmeve të larta të rritjes së aktivitetit kreditues gjatë viteve të fundit.

Megjithatë, sistemi bankar shqiptar nuk ndihet i rrishtuar nga kreza e kredisë, sepse sistemi bankar shqiptar ka tregues financiar të kënaqshëm, është i mirëkapitalizuar dhe i mbikëqyrur nga Banka Qendrore.

Tabela 2. Cilësia e portofolit të kredive

	Q III 2006	Q IV 2006	Q I 2007	Q II 2007	Q III 2007	Q IV 2007	Q I 2008	Q II 2008
1. Huatë e klasifikuara	100	100	100	100	100	100	100	100
-Hua standarde	92.53	93.55	92.87	93.04	91.17	91.89	89.47	91.11
Huat speciale	4.28	3.39	3.93	3.90	5.51	4.79	6.61	4.65
- Huat nënstandarde	1.58	1.12	1.25	1.26	1.60	1.71	2.11	2.36
- Huat e dyshimta	0.74	0.89	0.90	0.90	0.76	0.79	0.78	1.03

-Humbjet e huave	0.87	1.05	1.05	0.90	0.97	0.81	1.03	0.84
2. Mbulimi i provizioneve	2.94	2.83	2.88	2.73	2.86	2.71	3.08	2.97

Burimi: Banka e Shqipërisë

Tabela 3. Treguesit e ecurisë së sistemit bankar ndër vite

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Aktive sistemi/PBB		50.2	53.5	51.6	50.2	51.9	59.3	69.4	75.9
Mjaftueshmëria e kapitalit(për qind)	8.2	42	35.3	31.6	28.5	21.6	18.6	18.1	17.1
ROA(Kthimi nga aktivet, për qind)	0.6	2.1	1.5	1.2	1.2	1.3	1.4	1.36	1.57
ROE(Kthimi nga kapitali,për qind)	16.4	20.7	21.6	19.1	19.5	21.1	22.2	20.2	20.74
Kredi/Aktive (për qind)	16.4	10.4	8.9	11.5	13.6	16.4	25.7	31.5	39.4

Burimi: Banka e Shqipërisë

Kriza financiare botërore pati pasojat e saj negative në sistemin financiar dhe ekonominë e shumë vendeve. Mund të themi që sistemi bankar shqiptar nuk është prekur nga kriza e kredive, për arsye të shprehura më lart, por ekonomia patjetër do të ndjejë pasojat e krizës dhe konkretisht në këto drejtime:

- Në zvogëlimin e eksporteve, që do të sjellë rritje të papunësisë dhe ulje të ardhurave kombëtare. Ritmet e rritjes ekonomike do të zvogëlohen, do të kemi luhatje më të mëdha të kursit të këmbimit dhe nivelit të normave të interesit.
- Në zvogëlimin e të ardhurave nga remitancat, kjo do të sjellë zvogëlimin e të ardhurave familjare

Vitet e fundit vihet re një rritje e depozitave me afat e bankave. Por, besohet që më tej do të ketë ulje të ritmit të rritjes së depozitave, për arsye të uljes së të ardhurave nga emigrantët, për shkak të krizës financiare që ka prekur vendet ku ata punojnë.

Gjithashtu, edhe konsumatorët e brendshëm do të zvogëlojnë kursimet e tyre, duke ndikuar në uljen e ritmit të rritjes së depozitave me afat.

Nga ana tjetër, kriza financiare do të ndikojë negativisht në uljen e investimeve të huaja dhe uljen e ritmit të rritjes ekonomike.

Paaftësia paguese e huamarrësve ndikon në aftësinë e bankave në përmbushjen e detyrimeve financiare ndaj depozituesve të tyre. Ky efekt pasohet nga risku i likuiditetit.

Sa i përket strukturës së portofolit të bankave, ato kanë qenë kryesisht të përqendruara në investimet afatshkurtra, me risk të ulët dhe kthim të ulët, p.sh. bono thesari dhe investime afatshkurtra në bankat e tjera jashtë vendit, ose dhe në tregje kapitali, por të karakterizuara nga një nivel minimal risku.

Kjo ka krijuar likuiditete të mjaftueshme për sistemin tonë bankar. Megjithatë, ekzistojnë shqetësime rreth likuiditetit të sistemit bankar, të cilat kanë bërë që bankat të rishikojnë politikat e tyre të vjetra.

Një nga kërkesat e kontrollit të Bankës Qendrore ka qenë mospërputhja e afateve të maturimit midis depozitave dhe kredive, megjithëse kreditë mbështeten totalisht nga depozitat.

Pjesa më e madhe e depozitave kanë një afat maksimal maturimi deri në një vit, ndërsa një pjesë e mirë e kredive ka një afat maturimi më të gjatë, që shkon deri në 20 vjet për kreditë për shtëpi.

Prandaj, risku dhe sfida kryesore e bankave është ruajtja e likuiditeteve të mjaftueshme për të shlyer në kohë dhe ekonomikisht të gjitha kërkesat për shlyerje të klientëve të saj.

Struktura e kredisë është e përbërë nga monedha të ndryshme, e cila kushtëzon ekzistencën e riskut të kursit të këmbimit. Bankat administrojnë fondet në monedha të ndryshme nëpërmes pozicioneve të hapura.

Niveli i pozicioneve të hapura përcakton nivelin e ekspozimit ndaj vlerësimit apo zhvlerësimit të monedhave.

Ndryshimet negative të kurseve të këmbimit dëmtojnë strukturën e aktiveve dhe pasiveve të bankave, duke përkeqësuar aftësinë e tyre paguese, situatën e likuiditetit dhe fitimet.

Për të minimizuar riskun e kursit të këmbimit, kuadri rregullator i Bankës së Shqipërisë kërkon që vlera absolute e pozicionit të hapur të mos jetë më e madhe se 20 për qind e kapitalit rregullator për çdo monedhë dhe jo më e madhe se 30 për qind për të gjitha monedhat.

Tabela 6. Struktura e kredisë sipas monedhave (në përqindje ndaj portofolit)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Portofoli i kredisë sipas valutës							
Kredi në lekë	18.3	20.9	17.9	19.5	24.5	28.1	27.7
Kredi në valutë	81.7	79.0	82.1	80.5	75.6	71.9	72.3

Burimi: Banka e Shqipërisë

Tabela e mësipërme pasqyron strukturën e kredisë sipas monedhës. Deri në vitin 2001 dollari amerikan konsiderohej si monedha më e rëndësishme. Ai përdorej për arsye të mbrojtjes nga rreziku i zhvlerësimit të monedhës vendase dhe në lehtësimin e transaksioneve me shoqëritë e huaja.

Me hyrjen e euros, ajo gradualisht e humbi rëndësinë e saj. Kjo tendencë është pasqyruar dhe te struktura e depozitave. Për të shmangur riskun e kursit të këmbimit, bankat kanë përdorur kryesisht këto monedha të huaja në aktivitetin e tyre kreditues.

Gjithashtu, publiku ka preferuar të kreditohet në euro, apo dollar, për shkak të normave më të ulta të interesit. Megjithatë, stabiliteti i monedhës vendase, prania e likuiditeteve të shumta dhe rritja e konkurrencës kanë çuar në rritjen e kreditimit në lek.

Ulja e interesit bazë të Bankës Qendrore në 5.75 për qind pritet të sjellë zvogëlim të normave të interesit për kreditë në lek të ofruara nga bankat, e cila do të ndikojë në rritjen e kreditimit në lek. Një tjetër aspekt i riskut të kursit të këmbimit është mospërputhja midis monedhës së kredisë dhe monedhës së fluksit hyrës të të ardhurave.

Në qoftë se do të kemi një zhvlerësim të monedhës, në të cilën kredimarrësit sigurojnë të ardhurat ndaj monedhës së kredisë, atëherë do të zvogëlohej aftësia shlyese e kredimarrësit. Prandaj, bankat duhet të jenë të përgjegjshme për evidentimin në burim të risqeve të tilla dhe shmangien e tyre.

Risqet makroekonomike

Këto tipe të riskut ndikojnë në të gjitha institucionet bankare dhe nuk mund të eliminohen. Detyra kryesore e bankave është administrimi dhe minimizimi i tyre përmes diversifikimit të portofolit të tyre bankar.

Tipi i parë i riskut është ai i tregut. Shqetësimet bankare dhe përkeqësimet ekonomike janë të lidhura me njëra-tjetrën. Ekonomia dhe sistemi bankar shqiptar ndodhen në fazën e rritjes, ndërkaq ritmet e larta të rritjes së kredisë vitet e fundit kanë tërhequr vëmendjen e FMN, e cila ka rekomanduar rritjen brenda niveleve të përcaktuara.

Përmes analizës së krizave bankare të ndodhura, evidentohet se rritja e kredisë është përcaktuese e rëndësishme e krizave bankare dhe atyre të monedhave.

Gjithashtu, shkaqet e krizës financiare amerikane përfshijnë rritjen e kreditimit të bankave për pasuri të paluajtshme.

Rritja e papunësisë, zhvlerësimi i dollarit apo faktorë të tjerë ndikuan në përkeqësimin e aftësisë paguese të familjarëve amerikanë dhe bankat janë detyruar të vënë dorë mbi pasuritë, që janë vënë si garanci t'i nxjerrin ato në shitje.

Rritja e numrit dhe madhësisë së pasurive të paluajtshme për shitje ka çuar në zvogëlimin e çmimit të tyre, zvogëlimin e vlerës së kolateralit të bankave, pra premisë për falimentim.

Ndryshimet e normave të interesit i ekspozojnë bankat ndaj një risku tjetër, riskut të normave të interesit. Bankat i japin kreditë mbi norma interesi të paindeksuara dhe opsioni për t'i ndryshuar ato është një vit.

Në periudhën afatshkurtër, ndryshimet e politikave makroekonomike në lidhje me normat e interesit i ekspozojnë bankat ndaj riskut të normës së interesit.

Aktualisht bankat administrojnë riskun e normave të interesit, por mospërputhja e afateve të maturimit të aktiveve dhe pasiveve të saj i ekspozon ndaj riskut të normave të interesit.

Rritja e kredisë shoqërohet dhe me rritjen e vlerës së pronës së paluajtshme. Tabela shpreh qartë peshën e lartë të kredive për pasuri të paluajtshme ndaj totalit të kredive të ofruara nga sistemi bankar, si dhe tendencën në rritje të këtij treguesi.

Por, rritja e kërkesës për pasuri të paluajtshme çon në rritjen e çmimit të tyre. Pasuritë e paluajtshme përdoren si garanci nga bankat në procesin e tyre të kreditimit.

Rritja e kredisë është shoqëruar me rritjen e konsumit dhe të investimeve, të cilët janë shoqëruar me rritjen e çmimeve.

Inflacioni zvogëlon aftësinë shlyerse të individëve dhe bizneseve të kredituara. Por, risku i fuqisë blerëse sjell krijimin e kredive me probleme dhe rritjen e riskut të kreditimit të bankave.

Konkluzione dhe rekomandime

Risku dhe menaxhimi janë të rëndësishme për institucionet bankare.

Drejtuesit e portofolit në sektorin bankar përballen me vendime, të cilat karakterizohen nga një nivel i lartë risku dhe kthimi, krahasuar me kolegët e tyre në tregjet e kapitalit.

Mikroanalizat vlerësojnë risqet josistematike ose risqet specifike të huamarrësit. Mikroanaliza mundëson krijimin e politikave dhe procedurave për portofolin e mjeteve të riskueshme, në mënyrë që kombinimi i ekspozimeve të jetë i diversifikuar në të njëjtën linjë me tregun e synuar dhe të ndihmojnë në sigurimin e një kthimi optimal të portofolit.

Aktualisht në fund të vitit 2008, kredia zë 41 për qind të PBB.

Disa nga faktorët kryesor që kanë ndikuar në rritjen e aktivitetit kreditues në Shqipëri janë: stabiliteti makroekonomik, rivendosja e besimit të publikut ndaj sistemit bankar, baza shumë e ulët e kreditimit në vend (raporti kredi/PBB është shumë i ulët), ndikimi i çmimeve të pasurive të paluajtshme dhe përbërja e bilancit të bankave (aktivet e bankave kanë qenë të papërdorura për kreditim, prandaj bankat do të synojnë të rritin aktivitetin kreditues).

Risqet mikroekonomike kanë të bëjnë me institucionet individuale ose me vetë sektorin bankar. Risku i kredisë përfaqëson mundësinë e mospagesës së detyrimeve të huamarrësit ndaj bankës, duke përkeqësuar portofolin bankar dhe duke rritur numrin e kredive me probleme.

Megjithatë, sistemi bankar shqiptar nuk ndihet i riskuar nga kriza e kredisë. Kjo, sepse sistemi bankar shqiptar ka tregues financiar të kënaqshëm, është i mirëkapitalizuar dhe i mbikëqyrur nga Banka Qendrore.

Kriza financiare botërore pati pasojat e saj negative në sistemin financiar dhe ekonominë e shumë vendeve.

Ekonomia shqiptare patjetër do të ndjejë pasojat e krizës dhe konkretisht në këto drejtime: zvogëlimin e eksporteve, rritjen e papunësisë, uljen e të ardhurave kombëtare, zvogëlimin e ritmit të rritjes ekonomike, luhatje më të mëdha të kursit të këmbimit dhe nivelit të normave të interesit, në zvogëlimin e të ardhurave nga remitancat dhe uljen e ritmit të rritjes së depozitave.

Struktura e kredisë është e përbërë nga monedha të ndryshme, e cila kushtëzon ekzistencën e riskut të kursit të këmbimit. Ndryshimet negative të kurseve të këmbimit dëmtojnë strukturën e aktiveve dhe pasiveve të bankave, duke përkeqësuar aftësinë e tyre paguese, situatën e likuiditetit dhe fitimet.

Një tjetër aspekt i riskut të kursit të këmbimit është mospërputhja midis monedhës së kredisë dhe monedhës së fluksit hyrës të të ardhurave. Nëse do të kemi një zhvlerësim të monedhës në të cilën kredimarrësit sigurojnë të ardhurat ndaj monedhës së kredisë, atëherë do të zvogëlohej aftësia shlyese e kredimarrësit.

Risqet makroekonomike ndikojnë në të gjitha institucionet bankare dhe nuk mund të eliminohen. Tipi i parë i riskut është risku i tregut. Shqetësimet bankare dhe përkeqësimet ekonomike janë të lidhura me njëra-tjetrën.

Përmes analizës së krizave bankare të ndodhura evidentohet se rritja e kredisë është përcaktuese e rëndësishme e krizave bankare dhe atyre të monedhave. Ndryshimet e normave të interesit i ekspozojnë bankat ndaj një risku tjetër, risku i normave të interesit.

Aktualisht bankat administrojnë riskun e normave të interesit, por mospërputhja e afateve të maturimit të aktiveve dhe pasiveve të saj i ekspozon ndaj riskut të normave të interesit.

Rritja e kredisë shoqërohet dhe me rritjen e vlerës së pronës së paluajtshme. Por, rritja e kërkesës për pasuri të paluajtshme çon në rritjen e çmimit të tyre. Rritja e kredisë është shoqëruar me rritjen e konsumit dhe investimeve, që janë të shoqëruara me rritjen e çmimeve.

Inflacioni zvogëlon aftësinë shlyese të individëve dhe bizneseve të kredituara.

Si përfundim mund të themi se institucionet bankare janë subjekt i krizave individuale, si rrjedhim i zgjedhjeve të pafavorshme apo situatës në rrezik, ku ato janë përfshirë.

Në këto kushte është e rëndësishme njohja dhe menaxhimi me efektivitet i ekspozimeve të riskut, me të cilat bankat përballen për krijimin e një portofoli të diversifikuar.

Gjithashtu, bëhet e domosdoshme ndërhyrja në kohë dhe me maturi e autoriteteve monetare e mbikëqyrëse për mbajtjen nën kontroll të pasojave negative dhe kanalizimit të zhvillimeve drejt rritjes së qëndrueshme.

Literatura:

1. Basel Committee on Banking Supervision. Basel, (September 2000). *Principles for the Management of Credit Risk*.
2. Banka e Shqipërisë (Shtator 2003), *Buletini ekonomik*
3. Banka e Shqipërisë (Dhjetor 2005), *Raporti vjetor*
4. Banka e Shqipërisë (Dhjetor 2006), *Raporti vjetor*
5. Banka e Shqipërisë (Dhjetor 2007), *Raporti vjetor*
6. Banka e Shqipërisë (2008), *Raporti 6-mujor*
7. Banka e Shqipërisë (Dhjetor 2007), *Artikuj të botuar në Buletinin Ekonomik të Bankës së Shqipërisë gjatë një dekade, periudha 2000-2005*

8. Banka e Shqipërisë (Dhjetor 2007), *Artikuj të botuar në Buletinin Ekonomik të Bankës së Shqipërisë gjatë një dekade, periudha 2005-2007*
9. Examination Manual for U.S. Branches and Agencies of Foreign Banking Organizations (September 1997), *Risk Management*
10. Examination Manual for U.S. Branches and Agencies of Foreign Banking Organizations (September 1997), *Credit Risk Management*
11. Glantz, Morton (2003), *Managing Bank Risk, An introduction to Broad-Base Credit Engineering*.
12. Konferenca e pestë e Bankës së Shqipërisë (Durrës, 24-25 Mars 2005), *Bankingu qndror në kohën e integritit*.
13. Zaho, Lavdosh. Cani, Shkelqim (2008). *Teknikat Bankare*
14. Palepu, Healy, Bernard. Second Edition. *Bussines Analysis & Valuation, Using Financial Statement*.
15. SAS and Lepus (2007). *Best Practices in Strategic Credit Risk Management*
16. www.bankofalbania.org
17. www.procreditbank.com.al
18. www.instat.gov.al
19. www.bkt.com.al
20. www.raiffeisen.al

MSc. Mentor Shaqiri

BURIMET E FINANCIMIT TË INVESTIMEVE NË KOSOVË

Abstrakt

Për zhvillimin e secilës ndërmarrje është i rëndësishëm procesi i investimeve. Që një ndërmarrje të jenë në gjendje të investojë në përmirësimin e afarizmit të saj, para së gjithash duhet të kujdeset për sigurimin e burimeve të financimit, të cilat ndahen në afatgjate, afatmesme dhe afatshkurta.

Gjithashtu, për përcaktimin e kostos së burimeve të financimit të investimeve është e rëndësishme ndarja e burimeve në të brendshme dhe të jashtme. Ngrirja e mjeteve nga procesi i privatizimit si dhe mosangazhimi i mjeteve të Fondit Pensional në Kosovë paraqet një mungesë të burimeve financiare në Republikën e Kosovës.

Fjalët kyçe: investimet, burimet e financimit, kreditë, kapitali vetanak, investimet e huaja direkte.

Burimet e financimit të investimeve

Njëri nga elementet më të rëndësishme të investimeve është edhe gjetja e burimeve të financimit për investimet. Pra, gjatë përpunimit të planeve investive duhet të bëhet edhe sigurimi i burimeve të mjeteve, sepse “në praktikë janë të shpeshta gabimet kur merret vendimi për investim para se të mbyllet konstruksioni i financimit”.¹¹⁷

Gjatë marrjes së vendimit për mjetet e nevojshme duhet të merret në konsiderim cilësia e disa burimeve të mjeteve dhe ajo varet nga dy momente:¹¹⁸

- Disponimi i mjeteve
- Çmimi i mjeteve.

Disponimi i mjeteve paraqet stabilitetin e disa burimeve të financimit, do të thotë, në cilin afat janë në disponim mjetet që i disponon, nën cilat kushte do të shfrytëzohen dhe në cilën mënyrë do të paguhet (kthehen).

Çmimi i mjeteve të siguruara paraqet shpenzimet për ato mjete të formuara, edhe atë jo vetëm shpenzimet eksplicite e indirekte, por edhe ato shpenzime implicite, do të thotë oportune.

Burimet e financimit për nga kohëzgjatja e tyre ndahen në burime afatshkurtra, afatmesme dhe afatgjate të financimit. Në burime afatshkurtra hyjnë burimet e investimeve deri në një vit afarist, si burime afatmesme konsiderohen burimet deri në tre vite (e sipas disa autorëve edhe deri në pesë) dhe si burime afatgjate na paraqiten burimet mbi tre vite (respektivisht pesë).

¹¹⁷ Pero Jurceviq – Poslovne finansije, Fq. 216

¹¹⁸ Berim Ramosaj, Izet Zeqiri – Management, Udhëheqja dhe menaxhimi financiar i ndërmarrjes ekonomike, Fq. 221

Kjo ndarje është e rëndësishme si për shënimin e burimeve në bilancin e gjendjes, po ashtu edhe për përcaktimin e kostos së financimit. Siç dihet “sa më i gjatë të jetë afati i pagimit të huas aq më i shtrenjtë do të jetë financimi i biznesit”¹¹⁹ për arsye se për burimet afatgjate duhet paguar një normë e caktuar interesi në afat më të gjatë.

Financimi i ndërmarrjeve mund të bëhet nga burime të ndryshme, të cilat kryesisht mund të jenë brenda ndërmarrjes (financimet e brendshme) dhe jashtë saj (financimi i jashtëm). Si burime të brendshme mund t’i përmendim kapitalin vetanak (aksionet e zakonshme dhe të preferuara të ndërmarrjet aksionare), fitimin e investuar (pjesën e pashpërndarë të fitimit), si dhe fondin e amortizimit.

Në burime të jashtme numërohen kreditimet e ndryshme në banka dhe institucione tjera kredituese, si dhe emetimi i obligacioneve si formë e borxhit tek shoqëritë aksionare.

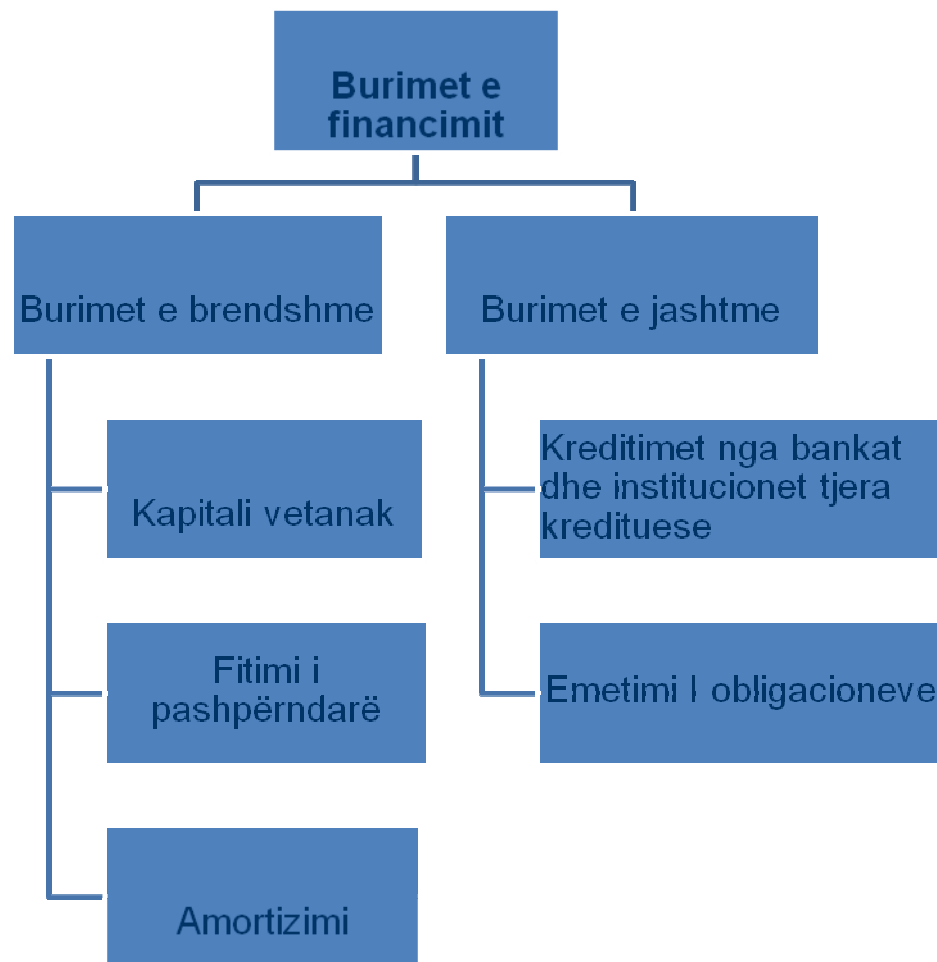


Figura 7. Llojet e burimeve të financimit të investimeve

¹¹⁹ Isa Mustafa – Menaxhmenti Financiar, Fq. 210

Dy format e financimit të brendshëm, ajo me anë të fitimit të pashpërndarë dhe amortizimit janë forma që shumë pak përdoren në afarizmin kosovar dhe si formë kryesore e financimit të brendshëm të investimeve është burimi personal/familjar.

Gjithashtu, si burim kryesor i jashtëm mund të përmendet hyrja kredi në banka dhe institucione mikrobankare, pasi që në Kosovë ende nuk ekziston bursa për shitblerjen e letrave me vlerë.

Këtu ndikon edhe fakti se numri më i madh i ndërmarrjeve kosovare (90.61%¹²⁰) janë të regjistruara si biznes individual, pastaj si shoqëri me përgjegjësi të kufizuar (Sh.p.k., 5.46%).

Burimet personale/familjare

Njëri nga burimet më të rëndësishme të financimit të investimeve, sidomos në Kosovë, është pikërisht burimi personal apo mjetet vetanake. Kjo mund të shihet edhe nga pjesëmarrja e këtij burimi në financimin e përgjithshëm të investimeve, ku sipas anketave të RIINVEST¹²¹ kjo përfshin rreth 80% të burimeve të përgjithshme të investimit. Edhe pse kjo vlerë oscilon nëpër vite, ende nuk shihet ndonjë trend në rënie të dukshme të saj në raport me format tjera të burimeve.

Mirëpo, në nivel botëror “në pesë vitet e fundit përpjesëtimi i fondeve financiare me prejardhje nga burime interne të firmës zakonisht ishte ndërmjet 50 dhe 70%, me një mesatare për periudhën rreth 60%”¹²². Si arsye për shkallën e ulët të burimeve eksterne të financimit ndërmarrjet kosovare përmendin se “kushtet e marrjes së kredisë kanë qenë të pafavorshme në kuptim të kamatave të larta dhe të afatit të shkurtër të kthimit të kredisë”¹²³.

Pikërisht këto arsye ndikojnë shumë në vendimet e menaxhmentit të të gjitha kompanive për mënyrën e financimit, qoftë të investimeve afatgjate ashtu edhe afatshkurta.

Kreditë bankare dhe mikrobankare

Si formë kryesore e financimit të jashtëm, kreditë bankare dhe mikrobankare përbëjnë pjesën më të madhe të burimeve të jashtme të financimit. Në Kosovë ekzistojnë gjithsej 66 institucione financiare prej të cilëve 8 banka komerciale (me 236 njësi bankare dhe 2.854 persona të punësuar), 9 kompani të sigurimeve, 31 ndihmës financiar, 16 institucione tjera financiare dhe 2 fonde të pensionit.¹²⁴

Mirëpo, edhe përkundër numrit të madh të bankave, respektivisht konkurrencës së lartë në këtë lëmi ekonomike, si dhe rritjes së konsiderueshme të depozitimeve nëpër këto institucione bankare, ende nuk kemi rënie të normave të kamatës për kreditë e marra.

¹²⁰ Vështrim statistikor i ndërmarrjeve kosovare, MTI, Mars 2008

¹²¹ Zhvillimi i NVM-ve në Kosovë, 2001,2002 dhe 2003

¹²² <http://ideas.repec.org/p/ëpa/ëuëpfi/0511010.html>

¹²³ Zhvillimi i NVM-ve në Kosovë, 2003

¹²⁴ Raport vjetor 2007, AQBK, Maj 2008 Fq. 25; Ecuritë ekonomike dhe ambienti për biznes në Republikën e Kosovës 2007, OEK, Maj 2008, Fq. 26

Një përmirësim i lehtë është bërë në kohëzgjatjen e kthimit të kredive, ku disa institucione bankare ofrojnë kredi për biznes edhe deri në 10 vite, kurse kreditë për shtëpi dhe banesa ofrohen edhe deri për 20 vite, duke ditur se në vitin 2003 afati mesatar i kthimit të kredisë ishte 1.3 vite.

Megjithëkëtë, mundësia për marrjen e këtyre kredive është e vogël, duke ditur se një pjesë e kërkesave për kredi refuzohen edhe atë kryesisht për arsye të qarkullimit të ulët si dhe mungesës së planeve të biznesit.

Por, edhe ata që arrijnë të marrin kredi duhet të paguajnë një normë mesatare prej 14.06 për qind.¹²⁵ Kjo nënkupton se për të gjitha vendimet për financimin e investimeve, duhet të kemi alternativa investuese ku norma afatgjate e fitimit duhet të jetë më e lartë se 15%, por kjo nuk mund të llogaritet si kosto oportune, sepse normat e kamatës për deponim në bankë është në një nivel shumë më të ulët.

Gjithashtu, mungesa e bursës dhe tregtimit me letra me vlerë, na lë shumë pak alternativa investuese, posaçërisht në këto instrumente financiare.

Kreditë për investime në prodhim dhe investime në shërbime

Në kuadër të kredive bankare dhe mikrobankare po veçojmë kreditë për investime në prodhim dhe ato për investime në shërbime. Kjo ndarje do të bëhet për shkak të specifikave që kanë kredimarrjet për këto dy lloje të investimeve.

Nga anketat e Riinvest me NVM¹²⁶ shihet se në Kosovë investimet në prodhim marrin pjesë me rreth 45% në investimet e përgjithshme, ndërsa ato në shërbime rreth 20%, ndërsa pjesa tjetër janë investime në tregti.

Megjithatë, nga të gjitha kreditë e dhëna në vitet e fundit shumica e tyre, pra rreth 60%, janë dhënë në sektorin e tregtisë, kurse kreditë e dhëna për prodhimtari janë vetëm 12%¹²⁷. Kjo vjen pikërisht edhe si pasojë e faktit se ekonomia e Kosovës është e fokusuar në tregti dhe shërbime, e pak në prodhim.

Ndërmarrjet prodhuese kosovare janë në konkurrencë lojale me ndërmarrjet e huaja, por pothuajse janë të pambrojtura nga shteti me anë të politikave ekonomike mbrojtëse.

Të dhënat tregojnë po ashtu se më së tepërmi është investuar në sektorin financiar (si një nga sektorët më profitabil në Kosovë), pastaj në sektorin e minierave, telekomunikacionit, materialit ndërtimor, industri ushqimore e kështu me radhë.¹²⁸

Nga kjo shihet se edhe përkundër investimeve të mëdha në prodhim, ato shumica janë nga mjetet vetanake edhe pse investimet në prodhim kërkojnë shuma të mëdha të mjeteve monetare.

¹²⁵ Ecuritë ekonomike dhe ambienti për biznes në Republikën e Kosovës 2007, OEK, Maj 2008, Fq. 28

¹²⁶ Zhvillimi i NVM-ve në Kosovë, Raport Hulumtues, Riinvest, Fq. 4

¹²⁷ Raport vjetor 2007, AQBK, Maj 2008 Fq. 29-30

¹²⁸ Ecuritë ekonomike dhe ambienti për biznes në Republikën e Kosovës 2007, OEK, Maj 2008, Fq. 29

Problemet e kreditimit dhe cilësia e burimeve të financimit

Në këtë pjesë do të elaborojmë problemet e kreditimit dhe cilësinë e tyre për nga aspekti i kostos së tyre dhe vetive tjera. Analiza e problemeve të kreditimit do të fillohet duke analizuar problemet lidhur me refuzimin e aplikimeve për kredi të llojeve të ndryshme. Kështu, "... si arsye kryesore e refuzimit të aplikacioneve për kredi në vitin 2005 numërohen të jetë qarkullimi i dobët (60%), mungesa e kolateralit (22%) dhe mungesa e biznes planit (18%)”¹²⁹.

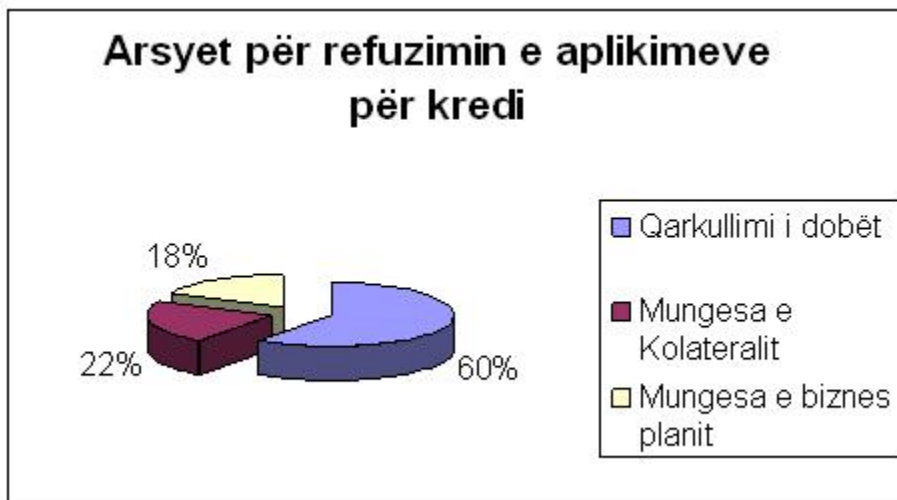


Figura 8. Arsytet për refuzimin e aplikimeve për kredi

Situata është e ngjashme të ndërmarrjet e vogla dhe të mesme në të gjitha veprimtaritë. Ndërmarrjet e mëdha janë më të favorizuara në këtë aspekt për arsye se kanë më tepër asete me vlerë të lartë, si dhe më lehtë e sigurojnë kolateralin. Nga ana tjetër, bankat i kanë shpenzimet më të vogla administrative për kredi nëse kreditojnë më shumë ndërmarrje të mëdha.

Cilësia e burimeve të financimit, sidomos e kredive, është jo shumë e mirë për shkak të normave të larta të interesit, si dhe afateve të shkurtra për kthimin dhe mosekzistimin e shtyrjes në kohë për kthimin e tyre.

Norma mesatare e interesit është rreth 14%, që është një normë mjaft e lartë dhe kjo i shtyn ndërmarrjet që të jenë të kujdesshme në marrjen e kredive. Ato duhet të sigurojnë normë kthimi më të lartë se kjo normë apo duhet të bëjnë qarkullim më të shpejtë të kapitalit.

Gjithashtu, afati i kthimit të kredive nuk është mjaft i gjatë si dhe kthimi i kredisë duhet të fillojw pa shtyrje, ndërsa, nga ana tjetër, duhet të pritet një periudhë e caktuar që të kryhet investimi dhe të priten rezultatet e tij.

¹²⁹ Zhvillimi i NVM-ve në Kosovë, Raport Hulumtues, Riinvest, Fq. 7

Pjesëmarrja e burimeve të financimit nga donacionet dhe burimet e tjera të jashtme

Burimet e financimit nga donacionet dhe burimet e tjera të jashtme kanë një ndikim të madh në financimin e investimeve në Kosovë. Por, duhet të përmendim se investimet e huaja direkte në Kosovë për vitin 2007 ishin 413.7 milionë euro apo me një pjesëmarrje prej 17.8% në PBB.¹³⁰

Megjithatë, IHD kanë luajtur një rol të rëndësishëm në procesin e privatizimit, duke marrë pjesë me rreth 60% në këtë proces, të mbështetura me rreth 15% nga kapitali i emigrantëve dhe duke lënë investimet nga kapitali vendor në vetëm 25%.

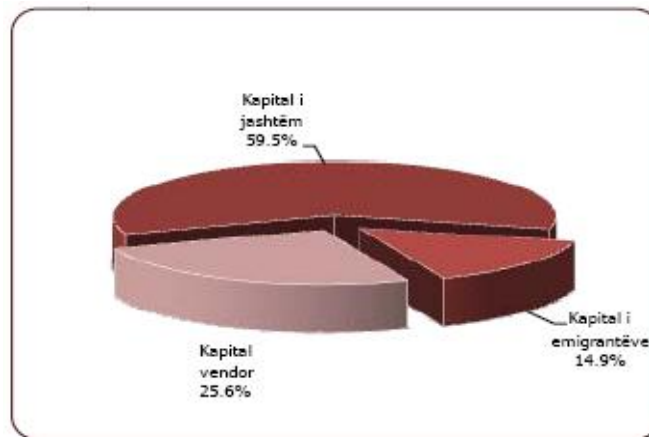


Figura 9. Pjesëmarrja e kapitalit në procesin e privatizimit¹³¹

Përfundim

Nga ajo që është elaboruar në këtë punim, mund të konstatojmë se burime kryesore në financimin e investimeve janë burimet personale. Kjo ndodh për disa arsye:

- Kamatat e larta për kredi biznesore
- Mungesa e bursës, për shitblerjen e letrave me vlerë
- Ngrirja e mjeteve nga procesi i privatizimit
- Mosinvestimi i mjeteve të Trustit Pensional të Kosovës.

Për përmirësimin e situatës financiare në Republikën e Kosovës duhet ndërmarrë disa masa, fillimisht duke hapur Bursën e Kosovës, ku do të mundësohej plasimi i letrave me vlerë. Kjo gjithashtu do të ndikonte edhe në regjistrimin e bizneseve si Shoqëri aksionare apo Shoqëri me përgjegjësi të kufizuar.

Kthimi i mjeteve nga privatizimi në qarkullim do të nxiste edhe projekte investuese, pasi që mund të ofroheshin mjete me kamata më të ulëta. Pjesëmarrja më e lartë e investimeve të huaja direkte do të ndikonte pozitivisht në klimën financiare. Gjithashtu, edhe anëtarësimi i Kosovës në institucionet financiare ndërkombëtare pritet të sjellë burime financiare me kamata shumë të ulëta.

¹³⁰ Raport vjetor 2007, AQBK, Maj 2008 Fq. 14

¹³¹ Po aty, Fq. 20

Kështu, me realizimin e këtyre masave të përmendura, ndërmarrjet do ta rrisnin aktivitetin e tyre afarist, duke përmirësuar situatën e përgjithshme ekonomike përmes punësimit, rritjes së GDP-së, si dhe efekteve të multiplikatorit.

Literatura:

1. Berim Ramosaj, Izet Zeqiri – “Management, udhëheqja dhe menaxhimi financiar i ndërmarrjes ekonomike” Botimi i dytë, Dukagjini, Prishtinë, 2003
2. Flamur Keqa – “Ecuritë ekonomike dhe ambienti për biznes në Republikën e Kosovës 2007”, OEK, Prishtinë, Maj 2008,
3. Isa Mustafa – “Menaxhmenti Financiar”, Botimi i dytë, Riinvest, Prishtinë, 2007
4. Raport vjetor 2007, AQBK, Prishtinë, Maj 2008,
5. Vështrim statistikor i ndërmarrjeve kosovare, MTI, Prishtinë, Mars 2008
6. Zhvillimi i NVM-ve në Kosovë, Raport Hulumtues, Riinvest, Prishtinë, 2007
7. Zhvillimi i NVM-ve në Kosovë, Raporti vjetor, Riinvest, Prishtinë, 2003

Mr. Berat Aqifi

PARTNERITETI PUBLIK – PRIVAT NË KUSHTE TË KRIZËS EKONOMIKE GLOBALE

Abstrakt

Në tekst bëhet fjalë për disa çështje relevante:

1. Në kontekst me këtë do të përfshihen partneriteti publik – privat si aktualitet i posaçëm i vëzhguar nga aspekti i kushteve të krizës financiare globale dhe me rëndësi të posaçme për komunitat në Republikën e Maqedonisë, për shkak se infrastruktura është kusht i domosdoshëm për rritje dhe zhvillim më të madh, si dhe për përmirësimin e konkurrencës së ekonomisë së shtetit, nxit punësime të reja dhe përmirësimin e jetës së qytetarëve.

2. Zbatimi i disa modeleve të partneritetit publik – privat do të jenë tërheqëse për komunitat në Republikën e Maqedonisë, të cilat do të ballafaqohen, gjithnjë, me më tepër sfida për sigurimin e kryerjes efektive të shërbimeve publike cilësore.

3. Partneritetin publik – privat si model e pranuan pas vitit 1990 vendet e Bashkimit Evropian për nxitjen e kapitalit të tyre, për zhvillim më të shpejtë të infrastrukturës dhe shërbimeve tjera publike. Franca, Spanja, Portugalia, Britania e Madhe, Irlanda, Gjermania, etj., ishin vendet e para të BE, të cilat e zbatuan modelin e partneritetit publik – privat.

Nga ish -republikat jugosllave, këtë institucion të parët e pranuan Sllovenia dhe Kroacia (2005), Republika e Kosovës e solli ligjin këtë vit, kurse në Republikën e Maqedonisë, prej vitit 2006, bëhen përpjekje serioze për zbatimin e këtij modeli të partneritetit. Si rast i parë paraqitet në Njësinë e vetëqeverisjes lokale në komunën e Kumanovës dhe Strumicës, në të cilat tanimë janë sjellë vendime për qasje në partneritetin publik – privat.

4. Për zhvillim më efikas të komunave në Republikën e Maqedonisë imponohet nevoja për qasje kah partnerët ekonomik privat potencial për financimin e projekteve infrastrukturore dhe një sërë veprimtarish tjera të interesit publik në bazë të partneriteteve publike – private në Maqedoni.

Fjalët kyç: partneriteti publik – privat, njësitë e vetëqeverisjes lokale, koncesionet, partneri publik, partneri privat.

Partneriteti publik në BNJVL (bashkësia e njërive të vetëqeverisjes lokale)

Në Republikën e Maqedonisë ky lloj partneriteti është shumë pak i zhvilluar për nga aspekti formal – juridik për dallim nga disa vende tjera anëtare të BE dhe ende nuk ekziston ndonjë definicion më preciz, edhe krahas asaj që koncepti zbatohet në shumicën e vendeve të botës.

Në përgjithësi, partneriteti publik – privat sipas ligjit paraqet iniciativë, ndryshe nga koncesioni dhe furnizimet publike, që bazohen në bashkëpunimin mes sektorit publik dhe privat, ku partneri publik

dhe ai privat i bashkojnë resurset dhe njohuritë profesionale për një sërë orientimesh adekuate të resurseve, rreziqeve dhe fitimit që të sigurojnë kryerjen e ndonjë shërbimi të caktuar publik.

Në shumë vende të botës me partneritet publik – privat, në kuptimin më të ngushtë, nënkuptohen ndërmarrje (iniciativa) kooperative në të cilat marrin pjesë sektori publik dhe privat, të cilët i bashkojnë resurset dhe njohuritë e tyre profesionale që, përmes resurseve të volitshme, t'i përmbushin shërbimet e ndryshme publike me rrezik dhe fitim të përbashkët.

Rëndësia e partneritetit publik – privat qëndron në ndarjen e barabartë të rrezikut dhe fitimit pasi baraspesha siguron vlera më të rëndësishme për resurset e investuara, sepse rrezikun që e merr secili nga partnerët, në mënyrë më të mirë të mundshme, mundëson bashkëpunim për udhëheqje, dhe në këtë mënyrë minimizohen të gjitha shpenzimet.

Për nga karakteri shoqëror, partneriteti publik – privat është i nevojshëm në kontekst me Njësitë e vetëqeverisjes lokale në Republikën e Maqedonisë, ku zbatimi i partneriteteve publike – private është në zanafillë, përgjithësisht është mënyrë e pashtershme e rregullimit të çështjeve në lidhje me partneritetet publike – private, është e drejtë, sepse mundëson më tepër liri dhe fleksibilitet si për sektorin publik, ashtu edhe për atë privat me qëllim të përmirësimit të jetës dhe standardit të qytetarëve të Republikës së Maqedonisë.

Rëndësia, interesi dhe përfitimet e partneritetit publik – privat në kushte të krizës ekonomike globale

BNJVL dhe Qeveria e Republikës së Maqedonisë në kushte të krizës ekonomike globale kanë interes të qartë që të zbatojnë partneritetet publike – private dhe të nxisin iniciativa private për implementimin e projekteve infrastrukturore pasi në këtë mënyrë:

- Mundësojnë investime në projekte të mëdha kapitale pa ndonjë ngarkesë të konsiderueshme të buxhetit publik dhe duke mos e rritur borxhin publik;
- Lirojnë mjete nga buxheti publik edhe atë për projekte tjera;
- Nxisin investimet vendore dhe tërheqin investimet e huaja të drejtpërdrejta;
- Nxisin dhe mundësojnë transferimin e teknologjive;
- Nxisin dhe mundësojnë transferimin e njohurive dhe përvojave (know-how);
- Pajisen me praktika të reja menaxhuese;
- Realizojnë punësime të reja;
- Rreziqet për implementimin e projektit i bartin mbi sektorin *privat*.

Partnerët potencial privat, për disa projekte të rëndësishme infrastrukturore dhe projekte tjera, në bazë të partneritetit publik – privat në Republikën e Maqedonisë, do të hasin në sfida specifike të cilat, megjithatë, nuk do të thotë se projektet infrastrukturore dhe projektet tjera të rëndësishme, që bazohen në partneritetin publik – privat, janë të pamundshme edhe për realizim në Republikën e Maqedonisë.

Ekzistimi real i mundshëm i këtyre sfidave nënkupton se investitorët potencial privat do të jenë të detyruar të sigurojnë mekanizma më efikas për mbrojtje, ose ata doemos duhet të identifikojnë

projekte veçanërisht të sigurta, që sigurojnë kthim të kënaqshëm të investimeve të tyre dhe krahas ekzistimit të këtyre do të analizohen nga korniza ekzistuese normative dhe institucionale.

Qeveria, komunat dhe bartësit tjerë të pushtetit patjetër do të duhet t'i hetojnë këto rreziqe dhe në kuadër të mundësisë dhe forcës së tyre të ndërmarrin masa të qëndrueshme për eliminimin e tyre nga të cilat do të varet nxitja e investimeve private, implementimi i projekteve infrastrukturore, përmirësimi i shërbimeve publike dhe lëshimi i mjeteve buxhetore për projekte tjera të mundshme me rëndësi për komunat në Republikën e Maqedonisë.

Hulumtimi në një të ardhme të afërt duhet t'i verifikojë mënyrat dhe format me të cilat komunat do të mund të promovojnë partneritet publik – privat, si mundësi për zhvillimin e tyre social, politik dhe ekonomik edhe atë:

- Shkencërisht të sqarohet bashkëpunim mes partneritetit publik – privat dhe njësive të vetëqeverisjes lokale për zgjidhjen e problemeve infrastrukturore dhe problemeve tjera;
- Të verifikohen përfitimet të cilat dalin nga partneriteti publik – privat;
- Të verifikohet shkalla e informimit të qytetarëve për zhvillimin e partneritetit publik – privat;
- Të verifikohet shkalla e ndikimit të pushtetit lokal mbi zhvillimin përmes qasjes kah partneritetet publike – private në Republikën e Maqedonisë;
- Format me të cilat mund të verifikohen faktorët, që ndikojnë në zhvillimin e partneritetit publik – privat që të mund komunat më lehtë të vendosin lidhje të ndërsjella me dobi për promovimin e zhvillimit ekonomik lokal;
- Të verifikohen faktorët, metodat dhe mekanizmat tjerë ekzistues për inkurajim kah qasja në partneritetet publike – private, si faktor relevant për zhvillimin e shoqërisë.

Përfundim

1. Zhvillimi ekonomik lokal i proceseve dhe ndryshimeve shoqëro – ekonomike të gjithëmbarshme në komuna zhvillohet në kushte të përgjithshme relativisht të volitshme, por, në kushte jo të barabarta, e imponojnë nevojën për qasje kah partneriteti publik – privat, i cili, si institucion, është aktivitet ekonomik, social dhe politik i gjallë, pozitiv dhe progresiv, por jo i barabartë në rolet e partnerëve, formave dhe rezultateve.
2. Procesi i implementimit të partneritetit publik – privat zhvillohet në forma të ndryshme, të cilat dallojnë mes veti sipas dispozitave të përgjithshme (përmbajtjet, format, pjesëmarrësit, etj.) dhe cilësisë së procesit të implementimit të projekteve të rëndësishme infrastrukturore dhe projekteve tjera në bazë të marrëveshjeve të partneritetit publik – privat dhe cilësisë së tyre për zhvillimin e komunave në Republikën e Maqedonisë.
3. Komunat janë të gatshme të inkurajojnë iniciativat private për implementimin e projekteve të mëdha infrastrukturore, me qëllim që të përmirësohet klima për biznes, e cila ndikon në shfrytëzimin më produktiv të resurseve lokale ekzistuese, për krijimin e vendeve të reja të punës dhe për ndryshimin e sistemeve tradicionale të vlerave;
4. Partnerët privat kanë ndikim dhe pjesëmarrje relativisht të vogël në fazën e marrëveshjes për qasje dhe realizim të partneritetit publik – privat në Republikën e Maqedonisë.
5. Ndërmarrjet publike me ndikim relativisht të vogël në drejtim të krijimit të kushteve dhe realizimit adekuate të partneritetit publik – privat në Republikën e Maqedonisë.

Kjo është pasojë e:

- Tregut të vogël dhe fuqisë së zvogëluar të pagesës të qytetarëve të Republikës së Maqedonisë si shfrytëzues potencial të mundshëm të këtyre shërbimeve;
- Korrupsionit të madh edhe mospërfilljes së marrëveshjeve;
- Përvojës së pamjaftueshme ose të kufizuar në zbatimin e partneritetit publik – privat;
- Qasja e kufizuar e qytetarëve deri tek informacionet;
- Problemet me pagesën e shërbimeve publike që është karakteristike për shoqërinë tonë;
- Përvoja e pamjaftueshme dhe e kufizuar në zbatimin e partneritetit publik – privat;
- Pasojat nga kriza ekonomike dhe financiare globale botërore që e pret Maqedoninë.

Kufizimi në implementimin e partneritetit publik – privat varet nga korniza juridike dhe normative, si dhe nga nevoja e sjelljes së Ligjit të përgjithshëm për koncesione, partneritet publik – privat ose ligj të posaçëm (*lex specialis*) për projektin konkret. Për këtë shkak duhet të bëhet si vijon:

- ❖ Analiza e kufizimeve juridike për pjesëmarrje private në projekte të ndryshme infrastrukturore;
- ❖ E drejta relevante duhet të jetë tepër fleksibile që të mund t’u përgjigjet nevojave të projektit të mundshëm;
- ❖ Dispozitat juridike të papërsosura ose tepër të ndërlikuara mund të paraqesin pengesa për suksesin dhe qëndrueshmërinë e projekteve.

