

ORGANIZATION OF TRADITIONAL PRODUCTION IN SUPPORT OF TOURISM DEVELOPMENT

ORGANIZIMI I PRODHIMIT TRADICIONAL NE FUNKSION TE ZHVILLIMIT TE TURIZMIT

PANAJOT BARKA, ELVIRA BARKA (DHROSO)
Universiteti "Eqrem Çabej"-Gjirokastrë, Albania
panibar2011@yahoo.com

AKTET VI, 3: 285-289, 2013

PËRMBLEDHJE

Ligerata ofron konstatime dhe propozime në favor të zhvillimit të turizmit bashkëkohor në Jugun e sotëm të Shqipërisë duke u mbështetur në kulturën tradicionale popullore. Nga pikëpamja historike rajoni disponon një traditë të pasur e të konsoliduar prodhimesh artizanale që përbëjnë bazën e kulturës popullore materiale. Disponon një realitet ku gërsheton natyrën me larmi kombinimesh ngjyrash e relievi me gjeografinë e pasur arkeologjike, historike e kulturore, biogastronomike. Këto përbëjnë infrastrukturën bazale të dëshiruara nga turizmi bashkëkohor. Pasuria kulturore në larminë e saj gjendet ende në stadi të paevidentuar dhe të pa manaxhuar. Turizmi nuk gjen mbështetje nga tregu i prodhimeve artizanale tradicionale. Organizimi i prodhimit në njësi të specializuara mungon. Infrastruktura e tregëtimit është dobët dhe kujton formë para-industriale. Procesit mund t'i paraprijnë shoqëritë e shumta turistike, por në radhë të parë kërkohet orientimi i specializuar nga institucionet arsimore me objekt turizmin.

Fjalë çelës: turizëm, tradicional, artizanale, prodhime, natyrë.

SUMMARY

The Speech provides findings and proposals in favour of the development of modern tourism in the present South of Albania. From the historical point of view, the region possesses a rich and consolidated tradition of handicraft products relying on traditional folk culture. It possesses a reality that intertwines nature with a variety of colour and relief combinations with the rich archaeological, historical, cultural, and biogastronomic geography. They make up the basal infrastructure much desired by modern tourism. Tourism finds no support in the market of handicraft traditional products. There is no organization of production in specialized units. The trading infrastructure is weak and it reminds one of pre-industrial forms. Investments are necessary in two directions: production and trading management. The process may be preceded by the numerous tourist companies, but specialized orientation by educational institutions with tourism as an object remains in first front.

Key words: tourism, traditional, handicraft, products, nature.

Hyrje

Kumtesa jonë ka si objektiv bazë të nënvizojë sfidat që duhet të përballojë prodhimi tradicional artizanal në arritjen e qëllimit ekonomik në funksion të turizmit.

Prodhimet tradicionale artizanale përbëjnë sot një nga akset kryesore në vend në funksion të turizmit. Funksioni i ri i bën që të ndryshojnë

destinacionin. Nga prodhime për plotësimin e nevojave utilitare të një shoqërie të mbyllur tradicionale, kthehen në produkte-mallra me konsumator bazë turistin. Fitojnë kështu një vlerë të re përdoruese që shfaqet pikë së pari **si vlerë estetike**. Kjo vlerë estetike duhet të mishërohet: si prodhim i mirëfillt artizanal; si identitet kulturor i një rajoni të caktuar, por që merr

parasysh shijet dhe kërkesat e turistëve, që do të thotë se duhet të jetë edhe tradicional dhe artizanal; si vlerë me përdorim të caktuar, primar apo sekondar, dekorativ etj. Të tri këto aspekte duhet të plotësojnë kërkesën e turizmit bashkëkohor, kërkesë e cila përveç të tjerash, buron si një mundësi shpëtimi nga uniformiteti i produkteve të industrializuara.

Është e vertetë se tregu ynë i mallrave artizanale i përgjigjet në maksimum karakterizimit që bën Adam Smith.[9] Sipas tij ky lloj prodhimi varet, nga aftësia, mjeshtria dhe vlerësimi ose gjykimi i drejtëpërdrejtë i atyre që punojnë. Bëhet fjalë për një katakteristikë bazë e ruajtur dhe në organizimin më të lartë të prodhimit artizanal paraindustrial.

Mirëpo, një ballafaqim sado i thjeshtë me teorinë ekonomike edhe të kësaj faze prodhimi, na çon në përfundimin se prodhimi ynë i sotëm artizanal, qoftë ai tradicional, qoftë ai llojëve të reja, ndodhet në kushtet më primitive se prodhimi artizanal i shoqërive të mbyllura tradicionale paraindustriale.

Tradita shumëshekullore e organizimit të prodhimit artizanal si mekanizëm bazë i ekonomisë

Në shekullin XVIII, në kohën kur nuk kishin filluar akoma proceset e revolucionit industrial, në jetën ekonomike të Ballkanit si pjesë e Perandorisë Otomane mbisundonin tre mekanizma bazë ekonomike [8]: 1. Ekonomia e Pazarit dhe e Esnafëve, 2. Hyrja në tregun global të kohës të regjinës austriake prej argjenti dhe 3. reagimi i faktorëve prodhues ndaj kuadrit ligjor otoman që mbante të lidhur bujkun me tokën dhe lejonte konfiskimin e pasurive në zbatim të kanunit të kuranit për rishpërndarjen e pasurisë.

Faktori i parë dhe i tretë kanë shumë rëndësi për problemin që trajtojmë.

Pazari [2]. Jo vetëm që rregullonte topografinë dhe urbanistikën e qendrave të banuara, pasi lejohej vetëm në hapësira të caktuara, porse i korespondonte marrëdhënieve në prodhim, të cilat nga ana e tyre përbënin bazën e ekonomive që më vonë, shek. XIX, nuk ndoqën modelet ekonomike të Evropës Perendimore [7]. Rëndësia

e **pazarit** buron nga fakti se në pjesën dërmuese një qytet oriental i kohës urbanizohet me pikë referimi pazarin [1]. Aq i rëndësishëm ishte pazari për popullsinë e këtushme, sa që deri vonë fshatari e identifikonte qytetin me pazarin [7].

Lidhja e bujkut me tokën [4]. Imponohej nga realiteti se produktet bujqësore e blegtorale përbënin përparësinë absolute gjeostrategjike të kohës, porse nga këto produkte varej mbijetesa biologjike e popullsisë, sidomos e Konstandinopojës. Liria e lëvizjes ishte diçka e panjohur për shoqëritë orientale. Ndodhte gjithashtu se nga kjo veprimtari ekonomike shteti siguronte taksat për funksionimin e tij [8].

Një analizë mbi këto dy kategori e themeluesit të shkencës moderne të ekonomisë, A. Smith [9], vinte re dy parametra kritike të aspektit shoqëror. Së pari, faktin që rregullat e funksionimit të esnafëve nuk lejonin futjen e teknologjive të reja për kohën. Së dyti, ndalimi i esnafëve për të shumfishuar anëtarët e tyre. Pra kërkohej të konservohej tradita ekonomike si mundësi që garantonte edhe pushtetin mbi to.

Sistemi i ekonomisë komuniste u mbështet mbi të njëjta parime, por aplikoi forma që neutralizuan prodhimin tradicional-artizanal [5].

Sistemi i ekonomisë komuniste ruajti në thelb parimet ekonomike të Perandorisë Otomane. Politika e këtij sistemi bazohej në "lidhjen e bujkut me tokën" dhe ndalimin e lëvizjes së lirë të njerëzve. U mbështet në ruajtjen e një niveli të ulët mjetesh prodhimi deri tek e natyrës artizanale. Edhe natyra e organizimit shoqëror i shkon shumë përshtat shoqërive të mbyllura tradicionale të periudhës Otomane. Ndryshimi qëndron te fakti se brenda gjithë shoqërisë së mbyllur shqiptare, pushteti komunist strukturoi komunitete hierarkike, skuadra, brigada, kooperativa, ferma, ndërmarrje, fabrika etj, të cilat përbënin bazën shoqërore në shërbim të ideologjisë komuniste. Veprimtaria e tyre ekonomike synonte plotësimin e nevojave reciproke, fshat-qytet, reptësisht të kontrolluara nga pushteti qëndror.

Brenda këtij funksioni, logjika ekonomike komuniste përshtati edhe traditën e pazarit dhe

më gjerë, atë të ushtrimit të mjeshtrove apo artizanatëve popullore.

Dy ishin drejtimet kryesore. Drejtimi i parë lidhet me degradimin deri në zhdukje të disa zanateve jo të fisëm, të cilët, nëse nuk i mënjanonte totalisht, i spostonte të paktën në fshat. P.sh, kovaçana tradicionale, bakërpunuesit, kallajxhinjtë, avlimentin, përpunuesit e gjineshtres etj.

Drejtimi i dytë ishte ai i mbështetjes te tradita për të krijuar një esnaf të ri të përqendruar që, me kalimin e viteve, kthehej në një qendër artizanale deri në gjysëm industriale polivalente për mallra të konsumit të brendshëm.

Shembull tipik përbën rasti i vozaxhinve prej druri të Sopikut dhe të gjithë Pogonit. Mjeshtria e tyre si vozaxhinj arrin kulmin me ndërtimin e një voze të trefisht brenda së cilës fshehën Ali Pashën nga përndjekja e turqve, para se të vetshpallej Pasha i Janinës [3].

Më 1957, pushteti komunist i mblodhi dhe i solli në Gjirokastrë për ndërtimin në grup të vozave prej druri për furnizimin me to të tregut. Me kalimin e viteve aty u shtuan zanatçinjtë të tjerë deri në krijimin e një kompleksi artikujsh të përzier.

E njëjta gjë ndodhi me profesionet e tjera artizanale. Vetëm aty nga fundi i viteve 70-të, sistemi komunist mendoi të rizgjonte prodhimin artizanal tradicional me synim eksportin.

Rizgimi i sotëm i pazarit, një zgjidhje ekonomike apo një dëshirë.

Pazari tradicional i Gjirokastrës ka ruajtur fort mirë arkitekturën e vjetër. Lidh pjesët turistike të qytetit, që e bën atë pjesën më e vizitueshme nga turistët. Tradita prodhuese dhe pozicioni i pazarit ka nxitur interesimin për ta bërë atë pjesë integrale e industrisë së turizmit. Tri janë format e prodhimit tradicional që mund t'i japin pasaportën integruese: Ngjallja e prodhimit tradicional artizanal dhe përshtatja e tij kërkesave të sotme. Së dyti, futja në treg të prodhimeve të reja artizanale në përshtatje me shijet e turistëve. Së treti, duke nxjerrë në treg objekte autentike tradicionale.

Megjithatë kjo mbetet aspiratë, pasi sistemi ynë ekonomik pa orientim dhe mungesa e instrumentave dhe stimuljeve shtetërore, si dhe realiteti i zhvillimeve të brendshme tregojnë jo shumë premtuese.

Problematika në detaje konkrete

Një anketim i 16 dyqaneve artizanale me destinacion turizmin, nga 24 të tilla të numuruara në Qafën e Pazarit, rezultoi problematika e mëposhtme.

Më përjashtim të një dyqani, të tjerët deklaruan se thjesht mbijetonin.

Pushteti qendror apo lokal nuk kanë instrumenta stimuluese për integrimin e kësaj veprimtarie në industrinë e turizmit. Të anketuarit u ankuan se nuk u plotësohen as detyrimet minimale për krijimin e një infrastrukture te denjë turistike, siç është, p.sh., ndriçimi natën në përshtatje të zonës turistike. (Ndryshe nga vendet fqinje ku veprimtaria tregëtare e pazareve gjallërohet natën, në qytetin e Gjirokastrës pazari turistik i mbyll qepenat me t'u errësuar). Mungon gjithashtu organizimi i veprimtarive, orientuese apo promovuese për këtë lloj biznesi turistik, si edhe infrastruktura tjetër turistike, ku turistit t'i krijohen të gjitha komoditetet, informuese, argëtuese, ushqyese, blerëse. Mungon stimulimi i dyqaneve edhe pranë vendeve të tjera të vizitueshme nga turistët, siç është kalaja apo komplekset e shtëpive muze. Pengesë e konsiderueshme është natyra e pronësisë mbi dyqanet e pazarit tradicional.

Në aspektin e organizimit. Në Gjirokastrë nuk egziston një shoqatë, apo organizatë që do të mund të përfaqësonte dhe do të mbronte interesat e këtij komuniteti, apo do të krijonte mundësi më të mira organizimi, promovimi apo edhe integrimi të tij.

Në aspektin e prodhimit. Në masën 68 % prodhimi sigurohet nga vet pronari i çdo dyqani apo nga familja e tij. Pjesa tjetër punëson të tjerë. Infrastruktura prodhuese vetëm në masën 23% ishte vendosur nëpër dyqanet ku edhe tregëtohet malli. Pjesa tjetër ishte vendosur nëpër shtëpi, apo në njësi të vogla.

Jo e gjithë gama e produkteve artizanale tradicionale që del në treg është prodhim i vet dyqanëve. Mallra që lidhen me përpunimin e bakrit, bronxit, argjentit, baltës, xhamit vijnë me porosi nga punishte të tjera artizanale në vend.

Kërkesa e cilësisë së mallarve në treg e bën të domosdoshme egzistencën e artizanëve të aftë. Kjo është një hallkë e rendësishme por edhe e vështirë. Filli i trashëgimisë në mos është këputur, është dobësuar së tepërmi. Interesi i brezit të ri për këto lloj profesioneve është i pakët, aq më tepër kur këtij profesioni e biznesi i mungon fitimi i pretenduar. I vetmi mjet stimulues është nevoja për mbijetesë e një kategorie të caktuar njerëzish.

Në Gjirokastër egzistojnë dy qendra për përgatitjen e artizanëve të rinj. Njëra është “Qendra e artizanit” vendosur në Pazar. Bëhet fjalë për projektin GCDO, (organizatë për ruajtjen dhe zhvillimin e Gjirokastrës), financuar nga projekte të fondacionëve të ndryshme të huaja.

Tjetra është vendosur në qendër të komunës së Antigonesë dhe mban emrin “Artizanët e Antigonesë”. Fjala është për projektin 5-vjeçar të shoqatës norvegjeze VENSTRE. Qëllimi i tij ishte të nxirrte nga shtëpia gruan artizane të zonës dhe ta grumbullonte në një qendër trajnimi dhe prodhimi, me synim që në një moment qendra të arrinte stadin e vetfinancimit. Për këtë qëllim hapi edhe dy dyqane, një në Sarandë dhe një në Gjirokastër.

Tregëtimi dhe manaxhimi.

Në fakt prodhuesi është njëkohësisht edhe shitësi i mallit, apo tregtari i tij. Pyetjes ndaj të anketuarve për mënyrën e tregëtimit të mallit dhe realizimit të fitimit, përgjigja ishte pak a shumë e njejtë: “Nëpërmjet kondaktit të drejtpërdrejtë me turistin apo blerësin”, “me njohje personale”, “nëpërmjet shoqëruesve të turistëve”.

Vetëm një dyqan na deklaroi se kishte porosi nga jashtë dhe dërgonte mall me postë.

Asnjë përpjekje daljeje e përbashkët apo bashkpunuese në treg. Në Gjirokastër nuk egziston një distributor tregtar që të mund të grumbullojë mallrat tradicionale, për t’i

transferuar në një treg tjetër, të paraqitura si patentë me vete.

Firma “Katerina” një bashkëpunim shqiptaro-grek, që u duk se duke u mbështetur në produktet artizanale tradicionale gjirokastrite do të konkuronte me sukses në tregun ndërkombëtar, falimentoi.

Po ashtu, nga shtatë grupe të njohura artizanesh shtëpiakë që mirrin porosi për punë të ndryshme dore tradicionale nga jashtë-Greqia, tani mezi punojnë dy ose tre. Të gjitha këto funksionin, apo edhe funksionojnë në të zezë dhe tregëti kontrabante. Malli nuk ka as vlerësim real, as origjinë, as licencë e as ka arritur të krijojë firmën e vet.

Asnjë dyqan nuk kishte një prospektus, apo një mjet tjetër reklamues të mallit të tij. Në 83% të rasteve, nuk dispononte as kartë-vizitë personale e as adresë e postë elektronike. Asnjë nga të anketuarit nuk kishte web-site e tij, apo një formë tjetër elektronike komunikimi, apo reklamë në media.

Asnjë dyqan nga të anketuarit nuk dispononte ambalazhin e kërkuar me të cilin është mësuar turisti i huaj t’i serviret malli i blerë në një dyqan turistik.

Kjo pamundësi për të konkuruar në tregun turistik me mallra artizanale tradicionale, i detyron dyqanet turistike të Gjirokastrës të sigurojnë ato mundësi shitjesh që garanton mbijetesën. Kjo presupozon mbushjen e tregut me imitacione mallrash tradicionale, (që kushtojnë shumë lirë), apo dhe mallra me simbolikë shqiptare të unifikuara, pasi ato prodhohen me shumicë me porosi në vende që kanë të ngritur me kohë industrinë e prodhimit të tyre, siç është rasti i Kinës. Në kushtet kur tek ne nuk egziston një institucion vërtetimi të cilësisë dhe origjinalitetit të prodhimeve tradicionale artizanale, kjo kategori mallrash, sjell një pështjellim në treg. Turisti bëhet gjithmonë edhe më i dyshimtë në origjinalitetin e mallit tradicional artizanal që blen

Përfundime dhe rekomandime.

- Përvoja e gjatë shekullore ka treguar se funksionimi i pazarit tradicional kërkon

ndërhyrjen e instrumentit shtetëror. Kjo bëhet edhe më e domosdoshme në kushtet që tradita është shkëputur dhe destinacioni i produktit artizanal tradicional aspiron tregun turistik.

- Imedjate për shtetin është marrja e masave për përgatitjen e artizanëve të rinj dhe stimulimi i tyre për të hyrë në prodhim në bazë të standarteve ligjore e bashkëkohore.
- Prodhuesve dhe tregëtarëve artizanal u duhet një organizim sindikal si për mbrojtjen e interesave të tyre, ashtu edhe për të konkuruar sa më mirë në tregun e brendshëm e të jashtëm.
- Rritja e cilësisë së produktit tradicional artizanal duhet të shoqërohet me identifikimin zyrtar dhe krijimin e firmave përkatëse prodhuese.
- Domosdoshmëri mbetet ngritja dhe funksionimi i hallkave të tregëtisë së këtyre produkteve, me qëllim që ato të shkëputen nga forma mesjetare të qarkullimit në treg.

REFERENCA

- [1]. Aravantinos, P. (1969). Hronografia tis Ipeirou ton te; omoron ellinikon kai ilirikon horon, Athina.
- [2]. Bernikos, N. & Daskalopoulou, S. (1999). Stiw aparhes tis neoellinikis idheollojias, Athina.
- [3]. Mamopoulos, A. (1961), Ipeiros, Ilaografika-ithografika-ethnografika. Athina.
- [4] Marx, K. (1968), Oeuvres.Economie II (éité at anntée par Maximilien Rubel), Paris.
- [5]. Mparkas, P. (2003). Llaografika, Tiranë, Shblu
- [6]. Pouqueville, F. (1994). Taksidhi stin Elladha. Ipeiros. Athina.
- [7]. Mazower, M. (2000). The Balkans. London.
- [8]. Stoianovich, T. (1992). Land tenure and related sectors of the Balkan economy", New Rosel.
- [9]. Smith, A. (1776) The Wealth of Nations, book 3..