

TRASHËGIMIA KULTURORE, NJË AVANTAZH I PORTIT TË SARANDËS SI PORT I THIRRJES NË RAJONIN E MESDHEUT

Dr. RAKELA THANO

Filiali Sarandë
Universiteti i Tiranës
rakela.thano@unitir.edu.al

Dr. ORNELA SHALARI

Filiali Sarandë
Universiteti i Tiranës
ornela.shalari@unitirl.edu.al

ABSTRACT

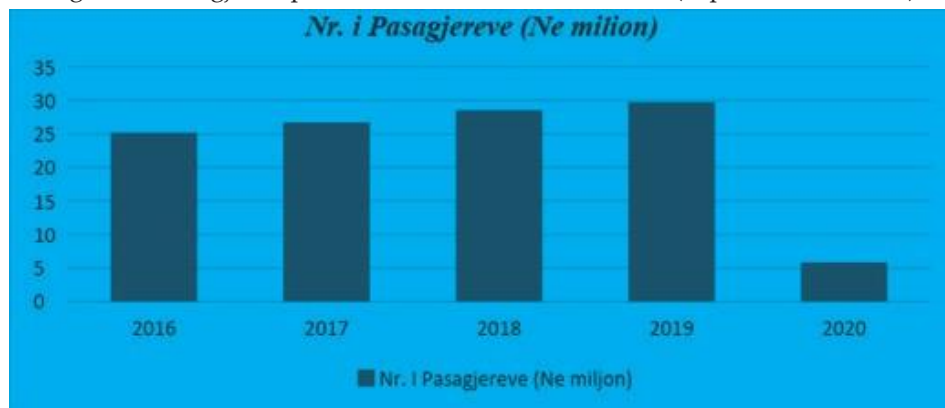
Cruise tourism is one of the fastest growing components of tourism. Companies of the cruise have started to look for different itineraries, in order to win one competitive advantage. As the number of cruise ports of call is constantly increasing, the port of Saranda must gain a competitive advantage over other ports of call that are located in the Mediterranean Region and encourage cruise companies to visit the port Saranda, bringing local economic benefits. The research examines the factors that may influence the selection of the port of Saranda as a port of the call. Through descriptive and comparative analysis, using existing statistical data from secondary official sources of the Saranda Sea Port, SHA and from face-to-face interviews, we have come to the conclusion that: The port of Saranda, as a port of call, is suitable for anchoring cruises. Culture is one of the main reasons that cruise ships anchor in the port of Saranda, with special emphasis on visiting the Archaeological Park of Butrint, which is included in the UNESCO World Heritage List.

Keywords: Port of Call, Cultural Heritage, Competitive Advantage

Sektori i lundrimit është një nga komponentët me rritje më të shpejtë të industrisë së turizmit. Përtej fakteve dhe shifrave qëndron një

histori për një industri që është përshkruar si një komunitet e cila përbëhet nga pasagjerët, anëtarët e ekuipazhit, portet, destinacionet, agjentët e udhëtimit, furnitorët, pronarët e bizneseve të mëdha, të mesme dhe të vogla dhe shumë të tjerë. Duke patur parasysh rëndësinë e turizmit të lundrimit për ekonominë në mbarë botën, ndikimi i pezullimit të lundrimit në 2020 pati efekte të gjera në të gjithë komunitetin e lundrimit. Sipas CLIA (Cruise Lines International Association) u pezulluan vullnetarisht lundrimet e pasagjerëve në mbarë botën, duke e bërë industrinë e lundrimit një nga industritë e para dhe të vetme që ndaluan përkohësisht lundrimin në interes të shëndetit publik. Pas pauzës globale në operacionet e lundrimit në mes të marsit, lundrimet rifilluan në disa vende të Evropës, Azisë dhe Paqësorit në korrik të vitit 2020. Që nga korriku i vitit 2020 deri në korrik 2021 në botë kanë udhëtuar 5 milionë pasagjerë në më shumë se 200 lundrime, duke vizituar 86 vende të botës. CLIA (2021). Realiteti i vitit 2020 ishte në kontrast të plotë me vitin 2019. Në 2019, industria e lundrimit global mirëpriti rreth 30 milionë pasagjerë, duke krijuar vende pune për 1.166 milionë njerëz në mbarë botën dhe duke kontribuar me mbi 154 miliardë dollarë në ekonominë globale.

Figurë 1: Pasagjerët që udhëtuan me krocere në botë. (shprehur në milion)



Burimi: CLIA (Cruise Lines International Association). State of the Cruise Industry Outlook. 2021.

Të dhënat më të fundit para pandemisë konfirmojnë se industria e lundrimit luan një rol të rëndësishëm në krijimin e vendeve të punës dhe të mundësive ekonomike për miliona njerëz në mbarë botën.

Në vitin 2020 në krahasim me vitin 2019 numri i të punësuarve në industrinë e lundrimit zbriti në 576 mijë pra kishim një ulje prej 51%. Në vitin 2019 produkti total botëror i industrisë së lundrimit ishte 154.5 bilion dollarë dhe në 2020 ishte 63.4 bilion dollarë, pra një ulje me 59%. Shpenzimet për pagat e punonjësve në 2019 ishin 50.53 bilion dollarë dhe për vitin 2020 kemi një humbje prej 23 bilion dollarë. CLIA (2021).

Portet e thirrjes janë një pjesë integrale e përvojës për pasagjerët e këtyre linjave, të cilat janë vazhdimisht në kërkim të itinerareve të larmishëm për t'u ofruar pasagjerëve të tyre, në mënyrë që të fitojnë një avantazh konkurrues ndaj kompanive të tjera.

Për turistët, dëshira për të udhëtuar është dëshira për të përjetuar diçka të panjohur, kështu kulturat e huaja shërbejnë si atraksione të rëndësishme. Turizmi kulturor është në kërkim të asaj që është unike dhe e bukur, që përfaqëson trashëgiminë më të çmuar për një vend. Vendet e Trashëgimisë Botërore janë atraksione të rëndësishme turistike dhe përbëjnë shtyllën kurrizore të industrisë së turizmit. Turizmi i trashëgimisë po rritet shumë më shpejt se të gjitha format e tjera të turizmit, veçanërisht në vendet në zhvillim, dhe për këtë arsye shihet si një mjet potencial për zbutjen e varfërisë dhe zhvillimin ekonomik të komunitetit. Vendet arkeologjike dhe monumentet antike janë elementë të rëndësishëm të trashëgimisë kulturore. Shpesh, ato janë tërheqja kryesore për turistët ndërkombëtarë dhe nëse janë mjaft madhështore mund të bëhen ikona ndërkombëtare.

Futja në Listën e Trashëgimisë Botërore mund të bëjë që një vend të bëhet shpejt një atraksion i madh turistik. Megjithatë turizmi gjeneron jo vetëm efekte pozitive por edhe negative. Siç vërehet nga UNESCO: Trashëgimia kulturore mund të shërbejë si një atraksion turistik, ndërsa turizmi mund të çojë në mbështetje financiare dhe politike për menaxhimin e kësaj trashëgimie. Nga ana tjetër, turizmi mund të dëmtojë trashëgiminë kur nuk menaxhohet mirë. Kështu, ekziston një tension midis turizmit dhe menaxhimit të trashëgimisë kulturore dhe natyrore, në të vërtetë midis turizmit dhe vlerave më të gjera shoqërore. Marrëdhënia midis vendeve të trashëgimisë dhe turizmit është dinamike dhe mund të përfshijë vlera kontradiktore. Duhet të menaxhohet në mënyrë të qëndrueshme për të tashmen dhe të ardhmen e brezave.

Rishikimi i literaturës

Turizmi kulturor dhe i trashëgimisë është një mjet i zhvillimit ekonomik që arrin rritjen ekonomike nëpërmjet tërheqjes së vizitorëve nga jashtë komunitetit pritës, të cilët janë të motivuar tërësisht ose pjesërisht nga interesi në ofertat historike, artistike, shkencore ose të stilit të jetesës apo të trashëgimisë së një komuniteti, rajoni grupi ose institucioni. Silberberg, T. (1995). Një udhëtim i tillë përqendrohet në përjetimin e mjediseve kulturore, duke përfshirë peisazhet, artet pamore dhe interpretuese si dhe stilet e veçanta të jetesës, vlerat, traditat dhe ngjarjet. Një numër i madh studimesh brenda shkencave sociale i janë kushtuar marrëdhënies ndërmjet trashëgimisë kulturore dhe zhvillimit të turizmit në vitet e fundit.

Në studimin e saj Bitusikova, A. (2021), paraqet teori të përzgjedhura mbi trashëgiminë kulturore dhe turizmin e trashëgimisë dhe pasqyron zbatimin e këtyre teorive brenda një konteksti të caktuar kombëtar dhe rajonal bazuar në një rast studimi në Sllovaki. Bessiére, J. (1998) gjithashtu e shikon trashëgiminë si një proces që lidh të kaluarën, të tashmen dhe të ardhmen. Sipas autores, trashëgimia është një gjenerues identiteti dhe uniteti, një tipar dallues i një grupi shoqëror, një prodhim shoqëror në zhvillim, i cili është dinamik, vazhdimisht në shqyrtim dhe gjithnjë në ndryshim. Për Lopez-Guzman, T dhe Gonzalez Santa-Cruz, F. (2016), shpallja nga UNESCO e Trashëgimisë Botërore, në cilindo nga modalitetet që ekziston, përfaqëson në shumicën e rasteve një rritje të ndjeshme të numrit të vizitorëve në këtë zonë gjeografike dhe një rritje të të ardhurave që rrjedhin nga turizmi.

Për Chase dhe McKee (2003), rajonet të cilat dëshirojnë të rrisin ndikimin ekonomik të turistëve të lundrimit duhet të gjejnë mënyra të rrisin shpenzimet e tyre për individ dhe numrin e mbërritjeve.

Sipas Mamoozadeh, A., dhe McKee, D.L. (1994) portet e thirrjes duhet të ofrojnë mallra dhe shërbime të ekonomisë lokale. Turizmi është bërë një temë shumë e rëndësishme në studimin e kulturës sot. Në shumë vende të botës turizmi është bërë një agent kyç në ndërtimin dhe rindërtimin e "kulturës tradicionale". MacCannell. D. (1992)

Metodologjia

Në mënyrë që të hetohet se si porti i Sarandës fiton avantazh konkurrues, janë përdorur tre mënyra:

1. Intervista ballë për ballë. Mostra e zgjedhur për këtë hulumtim përfshin individ që kanë lidhje me sektorin e lundrimit, sic janë menaxherë të agjencive turistike dhe individë që punojnë në Portin Detar Sarandë si menaxherë të shërbimeve të portit. Informacioni që kërkuam nga personat e intervistuar ishte mbi;
 - Thellësinë e detit në kalatë
 - Gjatësinë e kalatës
 - Zbarkimin e pasagjerëve
 - Mirëseardhjen e pasagjerëve
 - Shërbimin e transportit të pasagjerëve kur zbresin në kalatë
 - Ekskursionet në dispozicion
 2. Hulumtim i treguesve të Portit Detar Sarandë.
 3. Informacione të marra nga faqet e internetit në lidhje me kroçerat.
- Kombinimi i kërkimit arkivor dhe analiza e përmbajtjes mundëson një pamje më gjithëpërfshirëse të të dhënave në dispozicion, të kombinuara me marrjen e intervistave nga ata të cilët kanë njohuri të thella mbi industrinë e lundrimit, do të ishte i përshtatshëm për këtë studim.

Porti i Sarandës si port i thirrjes në industrinë e krocerave

Port i thirrjes quhet ai port, ku një anije hyn në një port të caktuar dhe pasagjerët e saj e kalojnë ditën brenda atij porti ose në zonën përreth. Linjat e lundrimit ndalojnë në këto porte të veçanta zakonisht për atraksionet që ofron rajoni. Industria e lundrimit po kërkon destinacione të reja për të tërhequr sa më shumë pasagjerë dhe kjo krijon një avantazh konkurrues për portet e thirrjes në qoftë se ata munden të ofrojnë diçka për të gjithë.

Ndërsa industria e lundrimit rritet dhe numri i destinacioneve në të cilat ndalojnë kroceret për të vizituar, rritet. Krocerat lëvizin në të gjithë botën duke ndryshuar shpesh 5 itineraret e tyre sipas stinëve dhe sipas ndryshimeve që pëson tregu. Si rezultat, pasagjerët janë në gjendje të vizitojnë botën me lehtësi. Portet e thirrjes janë një pjesë

integrale e produktit të lundrimit, duke i përshkruar shpesh si porti i destinacionit Butt (2007).

Portet tërheqin lloje të ndryshme lundrimesh për shkak të karakteristikave të tyre. Kjo nuk përfshin vetëm aktivitetet që ata kanë për të ofruar, por gjithashtu aspekte të tilla si madhësia e portit dhe, nëse një anije mund të ankorohet në port ose nëse duhet të ankorohet në det të hapur dhe pasagjerët të zbresin në breg me varka të vogla, West (2008).

Një port për të fituar një avantazh konkurrues, është e rëndësishme të kuptohet se çfarë dëshiron dhe ka nevojë konsumatori. Kjo përfshin njohjen e segmentit të synuar të pasagjerëve. Debbage (1999). Fahy (2004) gjithashtu thekson se vendi i origjinës mund të përcaktojë gjithashtu nevoja dhe dëshira të ndryshme, prandaj, ky është një faktor tjetër që duhet marrë parasysh. Kënaqësia e klientit është thelbësore për të fituar një avantazh konkurrues në një port të thirrjes. Vitet e fundit, ka patur një zhvillim të porteve të Shqipërisë për të krijuar infrastrukturën e nevojshme dhe për tu përshtatur në portet e thirrjes.

Table 1: Numri i Porteve të Thirrjes në vendet e Rajonit të Mesdheut.

Vendi	Porte
Greqia	57
Italia	57
Franca	39
Spanja	34
Turqia	19
Croacia	18
Egjypti	6
Qipro	3
Malta	2
Mal i Zi	2
Shqipëria	2

Burimi: <https://www.whatsinport.com> / date 23.10.2022

Shqipëria ka katër porte të rëndësishme që punojnë me autoritetet lokale për të promovuar atraksionet historike dhe kulturore të rajonit të tyre, duke e bërë portin dhe rajonin e tyre një destinacion konkurrues

SI TA BËJMË TRASHËGIMINË TONË KULTURORE TË FLASË? – KREATIVITET DHE NDËRMJETËSIM NË NJOHJEN E TRASHËGIMISË KULTURORE”

në rajonin e Mesdheut. Por vetëm dy prej tyre funksionojnë si porte të thirrjes; Porti i Sarandës dhe Porti i Durrësit.

Table 2: Numri i trageteve turistike dhe krocerave që janë ankoruar në Portin Detar Sarandë

<i>Viti</i>	<i>Tragete Turistike</i>	<i>Krocere</i>	<i>Në kalatë</i>	<i>Në radë</i>
2016	146	38	23	15
2017	138	60	8	52
2018	172	42	7	35
2019	292	45	1	44
2020	1	0	1	0
2021	2	0	2	0
2022	86	9	3	6

Burimi: Porti Detar Sarandë. Sh.A. Tetor 2022 (Të dhënat për vitin 2022 janë deri në datën 10.10.2022)

Table 3: Numri i pasagjerëve që kanë qënë të immbarkuar në krocerat dhe anijet turistike të cilat janë ankoruar në Portin Detar Sarandë

<i>Viti</i>	<i>Pasagjerë të trageteve turistike</i>	<i>Pasagjerë që kanë zbritur në port nga tragetet turistike</i>	<i>Sa % e pasagjerëve ka zbritur</i>	<i>Nga kalata</i>	<i>Nga rada</i>
2016	43649	37056	82.6	14271	22785
2017	136978	109833	80.1	9953	99880
2018	105622	91934	87	17133	74801
2019	137684	122160	88.7	31537	90623
2020	44	44	100	44	0
2021	722	635	88	635	0
2022	15072	14266	95	8905	5361

Burimi: Porti Detar Sarandë. Sh.A. Tetor 2022 (Të dhënat për vitin 2022 janë deri në datën 10.10.2022)

Eskursionet që zhvillojnë pasagjerët e krocerave

Çdo port është i ndryshëm, por në përgjithësi, shumë prej tyre ofrojnë një larmi dyqanesh suveniresh, restorante, bare, plazhe, aktivitete, vende historike dhe atraksione të tjera, të cilat mund t'i eksplorojnë vetë vizitorët ose t'i vizitojnë përmes një eskursioni. Ato vijnë në dy lloje: aktivitete të sponsorizuara nga anijet dhe turne të pavarura. Të sponsorizuara nga anijet janë ato eskursione të rezervuara përmes linjës së lundrimit,

ndërsa turnet e pavarura rezervohen me guida ose kompani që operojnë privatisht. Pamjet kulturore, atraksionet dhe ngjarjet ofrojnë një motivim të madh për udhëtim, madje edhe vetë udhëtimi gjeneron kulturë.

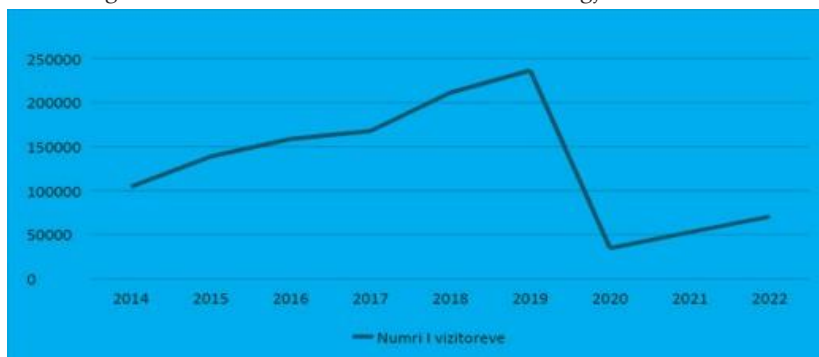
Produkti turistik përbëhet nga tre komponentë bazë: atraksionet, objektet dhe aksesit. Atraksionet janë çelësi i elementëve pasi janë ato që çojnë në udhëtime, për turistët që udhëtojnë në kërkim të përvojave të reja dhe vlerësojnë shumë mundësinë për të shijuar njësitë autentike dhe atraksionet unike. Kur njerëzit zgjedhin një destinacion për të udhëtuar, në rastin e vendeve që janë shpallur Trashëgimi nga UNESCO, shpesh motivimi është vendi në tërësi dhe jo një ndërtesë e caktuar ose ndonjë veçori gjeografike në të.

Parku Kombëtar i Butrintit është një burim i madh natyror, arkeologjik dhe për Shqipërinë është aseti kryesor turistik për të gjithë rajonin jugor. Parku përfaqëson një përzierje unike të peisazheve kulturore dhe natyrore që ilustrojnë marrëdhëniet midis njeriut dhe natyrës për më shumë se tre mijëvjeçarë.

Atraksione kulturore të rajonit të Sarandës të cilat vizitojnë turistët kur zbresin nga krocerat janë:

- Parku Arkeologjik i Butrintit, i cili është i përfshirë në Listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO.
- Monumentet:
Siti Arkeologjik i Foenikës (Finiq),
Rrënojat e kalasë së Onhezmit në Sarandë,
Rrënojat e Sinagogës,
Kalaja e Ali Pashës në Vivar,

Figure 2: Numri i vizitorëve të Parkut Arkeologjik të Butrintit.



Burimi: Parku Arkeologjik i Butrintit. (të dhënat për vitin 2022 janë deri në 30 shtator)

Figure 3: Ndryshimi i numrit të vizitorëve të Parkut Arkeologjik të Butrintit. (i shprehur në %)



Burimi: Parku Arkeologjik i Butrintit. (të dhënat për vitin 2022 janë deri në 30 shtator)

Konkluzione

Qëllimi i këtij hulumtimi ishte të ndërmernte një hetim mbi karakteristikat e portit të thirrjes në Sarandë.

- Që një port i thirrjes të jetë i suksesshëm duhet të fitojë një avantazh konkurrues.
- Kërkesa kryesore për një port të thirrjes është të jetë i përshtatshëm për ankorimin e anijeve të përmasave të ndryshme.
- Portet e thirrjes duhet të dallohen, duke ofruar një sërë aktiviteteesh për të tërhequr një shumëllojshmëri njerëzish.
- Shërbimi që ofrohet në portin e thirrjes duhet ti bëjë pasagjerët të ndihen të veçantë, sepse kjo është diçka që ata do të kujtojnë.
- Porti i Sarandës, si port i thirrjes është i përshtatshëm për ankorimin e krocerave.
- Një nga motivet kryesore që krocerat ankorohen në Portin e Sarandës është kultura, me theks të veçantë, vizita në Parkun Arkeologjik të Butrintit, i cili është përfshirë në Listën e Trashëgimisë Botërore të UNESCO.

BIBLIOGRAFIA

- BESSIÈRE, J. (1998). "Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas". In: *Sociologia Ruralis*, Vol. 38, No. 1, pp. 26–27.
- BITUSIKOVA, A. (2021). "Cultural Heritage as a Means Of Heritage Tourism Development". *Muzeológia a KultúrneDedíctvo* 9(1): pp. 81-95.
- BUTT, N. (2007). "The Impact of Cruise Ship Generated Waste On Home Ports And Ports Of Call: A Study Of Southampton". *Marine Policy*, Elsevier, vol. 31(5), pp. 591-598.
- CHASE, G.L. AND MCKEE, D. L. (2003)". The Economic Impact of Cruise Tourism on Jamaica". *The Journal of Tourism Studies* Vol. 14, No. 2, pp.16
- CLIA (Cruise Lines International Association). *State of The Industry Outlook*. 2021.
- CLIA (Cruise Lines International Association). *State of The Cruise Industry Outlook*. 2022.
- DEBBAGE, K. (1999), "Air Transportation and Urban-Economic Restructuring: Competitive Advantage in The U.S. Carolinas," *Journal of Air Transport Management*, 5(4): 211-221.
- FAHY, J. (2002). "A Resource-Based Analysis of Sustainable Competitive Advantage in A Global Environment". *International Business Review*, Elsevier, vol. 11(1), pages 57-77.
- LOPEZ-GUZMAN, T. AND GONZALEZ SANTA-CRUZ, F. (2016) "International Tourism and The UNESCO Category of Intangible Cultural Heritage". *International Journal of Culture Tourism & Hospitality Research*. 10(3): pp.310-322
- MACCANNELL, D. (1992). *Empty Meeting Grounds: The Tourist Papers*. 1st Edition.
- MAMOOZADEH, A. AND MCKEE, D.L. (1994). "Cruise Ships in The Third World: Development Versus Corporate Financial Objectives". In D.L. McKee (Ed.), *External Linkages and Growth in Small Economies* (pp. 91-101). Westport, CT: Praeger.
- SILBERBERG, T. (1995) "Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites." *Tourism Management* 16: 5. Pp. 361-365.
- Parku Arkeologjik i Butrintit. Tetor 2022.
- Porti Detar Sarande, SH.A, Tetor 2022.
- WEST, J. (2008). *The Essential Little Cruise Book*, 4th: Expert Advice for Planning and Enjoying a Perfect Vacation at Sea.
- <https://www.whatsinport.com/> / date 23.10.2022