



## UDHËZUES NË LËMIN E TURIZMIT PËR BAZAT E UDHËHEQJES TË GRUPEVE TURISTIKE



Dr. Sc. Aliismet Çoçaj  
Msc. Muhamer Ibriqi



Republika e Kosovës  
Republika Kosova-Republic of Kosovo  
*Qeveria – Vlada-Government*  
MINISTRIA E ARSIMIT, E SHKENCËS DHE TEKNOLOGJISË  
AGJENCIA PËR ARSIM DHE AFTËSIM PROFESIONAL DHE ARSIM PËR TË RRITUR  
AGENCIA ZA PROFESIONALNO OBRAZOVANJE I OSPOSBLAVANJE I OBRAZOVANJE ZA ODRASLE  
AGENCY FOR VOCATIONAL EDUCATION AND TRAINING AND ADULT EDUCATION



## UDHËZUES NË LËMIN E TURIZMIT PËR BAZAT E UDHËHEQJES TË GRUPEVE TURISTIKE



## PËRMBAJTJA

|  |           |
|--|-----------|
| Rëndësia e udhëheqjes së grupeve turistike .....                                   | 6         |
| <b>I. VEQORIT E UDHËHEQJES SE GRUPIT TURISTIK.....</b>                             | <b>8</b>  |
| 1. Kuptimi, rëndësia dhe misioni i udhëheqësit të grupit turistik .....            | 8         |
| 2. Karakteristikat dhe veçoritë e udhëheqësit të grupit turistik .....             | 11        |
| 3. Detyrat dhe përgjegjësitë e shoqëruesit dhe drejtuesit të grupit turistik ..... | 14        |
| - Udhëheqësi turistik kryen këto detyra apo funksione: .....                       | 16        |
| 4. Rregullat etike të UGT-së: Sjellja, paraqitja dhe veshja e udhëheqësit .....    | 17        |
| 5. Ndjeshmëritë e turistëve sipas veçorive të tyre .....                           | 25        |
| 6. Kultura e popujve të ndryshëm .....   | 30        |
| 7. Veçoritë psikologjike të grupit turistik .....                                  | 37        |
| 8. Rregullat dhe kriteret e udhëheqjes së grupit turistik .....                    | 40        |
| 9. Hapat për përgatitjen e udhëheqjes së grupit turistik .....                     | 44        |
| 10. Fillimi i aktivitetit turistik në grup.....                                    | 46        |
| 11. Procedurat dhe fazat për pritjen e grupit turistik.....                        | 47        |
| 12. Procedurat për akomodimin e grupit turistik.....                               | 50        |
| 13. Procedurat dhe teknikat gjatë realizimit të turit të grupit turistik.....      | 55        |
| - Përgatitja e dokumentacionit të nevojshëm për udhëtim .....                      | 57        |
| - Verifikimi i gjendjes teknike të automjetit për udhëtim: .....                   | 58        |
| - Organizimi i logjistikës gjatë udhëtimit turistik.....                           | 58        |
| 14. Detyrat dhe përgjegjësitë e udhëheqësit në mbyllje të turit .....              | 60        |
| 15. Dokumentacioni kryesor për realizimin e udhëheqjes së grupit turistik .....    | 62        |
| <b>II. TEKNIKAT E KOMUNIKIMIT NË UDHËHEQJEN E GRUPIT TURISTIK.....</b>             | <b>66</b> |
| 1. Rëndësia e komunikimit në profesionin e udhëheqësit të grupit turistik .....    | 66        |
| 2. Llojet dhe veçoritë e komunikimit me turistët .....                             | 67        |
| - Komunikimi i drejtpërdrejtë me klientin.....                                     | 67        |
| - Përdorimi i teknikave të komunikimit.....  | 67        |
| - Përdorimi i zërit dhe i mënyrës së të folurit .....                              | 67        |
| - Mjetet shprehëse melodioze, artikulatore.....                                    | 68        |
| - Përdorimi i mesazheve të gjuhës së trupit.....                                   | 69        |
| - Interpretimi i sinjaleve të gjuhës së trupit .....                               | 70        |
| - Të dëgjuarit aktiv .....   | 71        |
| - Përgatitja e një prezantimi.....   | 71        |
| - Ndërtimi i fjalive, gabimet retorike, stresi dhe tensionet .....                 | 72        |
| - Biseda sqaruese dhe argumentuese .....   | 73        |
| - Argumentimi bindës.....  | 73        |
| - Sjellja vetjake në biseda .....  | 74        |
| 3. Modele të ndryshme të komunikimit .....   | 75        |



|  |           |
|--|-----------|
| 4. Aftësitë dhe teknikat e prezantimit dhe interpretimit të të folurit në publik.....  | 76        |
| 5. Gjuha e trupit dhe teknikat e saj në komunikim .....  | 77        |
| 6. Bashkëveprimi i udhëheqësit të grupit turistik me agjencinë turistike .....   | 79        |
| 7. Rastet e bashkëpunimit të udhëheqësit të grupit turistik me njësitë akomoduese .....                                      | 82        |
| 8. Rastet e bashkëpunimit të udhëheqësit të grupit turistik me njësitë gastronomike.....                                     | 83        |
| 9. Rastet e bashkëpunimit të udhëheqësit të grupit turistik me qendra të tjera<br>atraksionesh.....                          | 87        |
| <b>III. VEÇORITË E PAKETAVE TURISTIKE .....</b>  | <b>89</b> |
| 1. Llojet dhe elementet përbërëse të paketës turistike.....  | 89        |
| 2. Burimet për hartimin e një pakete turistike.....  | 95        |
| 3. Llojet e akomodimit dhe atraksioneve .....  | 97        |
| 4. Hartimi i itinerarit dhe programeve të udhëtimit duke përdorur harta turistike .....                                      | 99        |
| 5. Hartimi i itinerarit dhe programit të udhëtimit duke përdorur manuale dhe<br>dokumente të fluturimeve dhe lundrimeve..... | 99        |
| 6. Hartimi i itinerareve dhe programeve të udhëtimit duke përdorur programe të<br>thjeshta kompjuterike .....                | 100       |
| 7. Mënyrat për përzgjedhjen e informacionit të nevojshëm .....   | 101       |
| 8. Mënyrat për përzgjedhjen e elementeve promovuese të turit .....   | 102       |
| 9. Mënyrat dhe kanalet e marketingut të paketës turistike .....  | 103       |
| 10. Rëndësia e itinerarit në paketën turistike.....  | 104       |



## HYRJE

Sektori i turizmit është një nga fushat më me perspektivë për zhvillimin ekonomik të vendit pasi ngërthen në vete shumë elemente dhe dimensione të resurseve ekonomike, kulturore, artistike, arsimore, të trashëgimisë kulturore, kuzhinës tradicionale dhe kështu me radhë.

Me turizëm nënkuptojmë lëvizjen e njerëzve me qëllim rekreacioni, argëtimi, shërimi dhe zgjerimi të njohurive kulturore. Kosova ofron mundësi të mira për zhvillimin e disa llojeve të turizmit vendës, rajonal, ndërkombëtar, stacionar dhe transit. Kosova ka vende turistike që mund të shfrytëzohen për ekskursione, sport, rekreacion, pushim, kulturë, për arsim dhe edukim. Ky lloj turizmi a s'ka qenë, po edhe ka mbetur i pazhvilluar sa duhet.

Turizmi ka potencial të madh të zhvillimit në vendin tonë pasi ekzistojnë fusha të shumta me të cilat ndërlidhet sektori i turizmit siç janë: monumentet e ndryshme të trashëgimisë kulturore, historike, arkeologjike, fetare, arkitektonike, peizazhe natyrore e të tjera.

Në vendin tonë turizmi nuk ka arritur ende nivelin e nevojshëm të zhvillimit dhe një nga arsyet e kësaj është se nuk kemi kuadër të shkolluar për t'i plotësuar kërkesat e tregut të punës për këtë sektor. Mungesë e theksuar paraqitet sidomos për punëtorë të kualifikuar të këtij sektori, por edhe për shërbime të standardizuara në fushën e turizmit.

Përmes këtij udhëzuesi do të përpiqemi t'i paraqesim elementet e nevojshme që duhet t'i dinë apo mësojnë nxënësit e shkollave të mesme të



larta në fushën e turizmit, specifiku për bazat e udhëheqjes apo menaxhimit të grupeve turistike, të cilin do ta trajtojmë në këtë material.

## **Rëndësia e udhëheqjes së grupeve turistike**

Shërbimet e standardizuara, për ngritjen e kapaciteteve me kuadër të kualifikuar, do ta mundësojnë zhvillimin e fushës së turizmit në përgjithësi si një sektor me prioritet për zhvillimin ekonomik.

Ky udhëzues u shërben nxënësve të shkollave të mesme të larta në sektorin e turizmit për ta pasur më të lehtë qasjen në bazat e menaxhimit apo udhëheqjes së grupeve të ndryshme turistike, me indikatorë të standardizuar të aktiviteteve dhe shërbimit.

Shkollimi në profilin “Udhëheqës i grupit turistik”, niveli II, u referohet veprimtarive profesionale që lidhen me planifikimin dhe realizimin e ngjarjeve në agjenci private apo shtetërore që merren me organizimin e ngjarjeve apo pranë institucioneve të ndryshme për organizim ngjarjesh.



Promovimi i kulturës, artit, vendbanimeve me vlera arkitekturore, bukurive dhe resurseve natyrore, kuzhinës tradicionale popullore dhe shumë vlerave të tjera historike, janë të një rëndësie të veçantë për këtë qëllim.

Turizmi sot është një komponentë e madhe për rritjen ekonomike, duke stimuluar zhvillim të qëndrueshëm, veçanërisht në zonat ku ka koleksione dhe monumente për t'u vizituar. Turizmi Kjo në një masë të madhe është i varur nga mjedisi i cili është tërheqës për vizitorin dhe ka shumëllojshmëri të ndikimeve ekonomike, të drejtpërdrejta dhe të tërthorta. Turistët kontribuojnë në shitjet, fitimet, punësimin, të ardhurat nga taksat dhe të ardhurat njerëzore. Andaj kemi dy lloje të ndikimeve ekonomike në këtë fushë: ndikimet e drejtpërdrejta dhe tërthore.

Kjo do të thotë se nëpërmjet ndikimit të drejtpërdrejtë turizmi ndikon në ngritjen e të hyrave të institucioneve që menaxhojnë objektet muzeore, ndërsa ndikimi tërthor i turizmit ndikon te sektorët e tjerë të ekonomisë. Nuk vihet në dyshim se turizmi është një aktivitet i rëndësishëm për zhvillimin ekonomik në një vend, por kërkohet angazhim i aktorëve kompetentë në tri fusha për: përgatitjen e infrastrukturës ligjore, infrastrukturës fizike dhe rritjes së promovimit dhe prezantimit.



## **I. VEQORIT E UDHËHEQJES SE GRUPIT TURISTIK**

### **1. Kuptimi, rëndësia dhe misioni i udhëheqësit të grupit turistik**

Udhëheqësi i grupit turistik është një person fizik i cili planifikon dhe organizon aktivitete të shumta dhe të llojllojshme për të udhëhequr një grup turistësh gjatë një udhëtimi turistik, qëllimi kryesor i të cilit është fitimi i dëshiruar. Ky person duhet të ketë llojllojshmëri të informacioneve, të domosdoshme, të përshtatshme, cilësore dhe ekonomike për ta drejtuar një grup turistësh në mënyrën sa më të mirë të mundshme (best way) dhe në kohën e duhur (just in time).

Udhëheqësi i grupit turistik ka për detyrë dhe qëllim të menaxhojë një grup turistik nga vendi A në vendin B dhe gjatë tërë periudhës së realizimit të udhëheqjes së turit turistik të grupit është vazhdimisht i pranishëm me anëtarët e grupit turistik

Udhëheqësi i grupit turistik është një menaxher i mirë i cili menaxhon, respektivisht e drejton një grup të caktuar në një udhëtim turistik, njëherësh plotëson qëllimin dhe nevojat e grupit turistik.





Drejtuesi-menaxheri i grupit turistik, para se ta ndërmarrë drejtimin e grupit turistik, paraprakisht duhet ta ketë një vizion dhe një mision të qartë për realizimin me sukses të aktivitetit turistik për plotësimin e nevojave të grupit turistik dhe të vet.

Udhëheqja e grupit turistik është një aktivitet i cili duhet planifikuar dhe organizuar mirë për realizimin e një udhëtimi turistik i cili bëhet për një apo disa qëllime të caktuara dhe reciproke dhe të rëndësishme për drejtuesin e grupit turistik, po ashtu edhe për anëtarët e grupit turistik.

Udhëheqja e grupit turistik mund të organizohet në dy forma kryesore:

- a) në këmbë dhe
- b) me mjete të ndryshme të transportit.

Udhëheqësi i grupit turistik gjatë gjithë kohës, që nga fillimi i organizimit të udhëtimit të grupit turistik e deri në përfundim të tij, duhet të qëndrojë së bashku me grupin turistik. Ka raste kur edhe udhëheqësi i grupit turistik mund të mos jetë i pranishëm në disa aktivitete që organizohen gjatë



udhëtimit të grupit turistik sepse, nëse ndodh e kundërta, te disa anëtarë të grupit turistik krijohet ndjenja - përshtypja sikur “udhëtimi turistik është i detyrueshëm” dhe bëhet nën përcjelljen e organeve të sigurimit.

Shtrohet pyetja, çfarë personi dhe si duket udhëheqësi i grupit turistik?

Mjafton kjo siluetë e paraqitur në vijim të tekstit për konstatimin se “një fotografi flet më shumë se 1 000 fjalë”



Udhëheqësi i grupit turistik, pa marrë parasysh formën e udhëheqjes së grupit turistik, se a organizohet udhëheqja në këmbë apo me mjete të ndryshme të transportit, gjatë një turi turistik duhet t’i ketë disa kritere të caktuara në mënyrë që udhëheqja e grupit gjatë udhëtimit turistik të realizohet më së miri.



## 2. Karakteristikat dhe veçoritë e udhëheqësit të grupit turistik

Ekzistojnë shumë faktorë të cilët e përcaktojnë drejtimin turistik nga ana e drejtuesit të grupit turistik, por e dimë se kryesisht ekzistojnë tre faktorë:

Faktori subjektiv (njeriu - udhëheqësi apo drejtuesi turistik);

Faktori objektiv (material - gjeografik, pozita, klima, infrastruktura rrugore etj.); dhe

Faktori financiar (paraja - mjetet financiare për mbulimin e shpenzimeve të grupit turistik).

Faktorët të cilat e përcaktojnë udhëheqjen e suksesshme të një grupi turistik janë:

- Vendi i qëndrimit të grupit turistik (ku?)
- Udhëheqësi i grupit turistik (cili, kush?)
- Koha për realizimin e aktivitetit të udhëtimit të grupit turistik (si?)
- Mjetet për realizimin e udhëtimit të grupit turistik(?!)

Veçoria e parë dhe kryesore ka të bëjë me faktorin njeri, respektivisht me përgatitjen e duhur të udhëheqësit të grupit turistik. Udhëheqësi i grupit turistik duhet t'i zbatojë të gjitha njohuritë, përvojën, shkathtësitë - teknikat që ka dhe të jetë kompetent për drejtimin e grupit turistik në vendin e duhur dhe realizimin e qëllimeve të tij dhe të të gjithë anëtarëve të grupit turistik.



Kompetenca e udhëheqësit të grupit turistik nënkupton aftësinë e tij që me përgjegjësi të plotë, duke përdorur përvojën, njohuritë, shkathtësitë, ta kryejë një udhëtim turistik në mënyrën më të mirë të mundshme. Udhëheqësi i një grupi turistik duhet të ketë një vizion dhe mision të qartë para se ta ndër marrë udhëheqjen e një grupi turistik.



Vizioni i udhëheqësit të grupit turistik nuk është gjë tjetër veçse një pasqyrim i qartë në imagjinatën e tij se si duhet të fillojë një udhëheqje e



suksesshme e grupit turistik. Përveç vizionit, udhëheqësi i grupit turistik duhet ta ketë edhe misionin e qartë për realizimin e udhëheqjes së grupit turistik. Misioni i udhëheqësit të grupit turistik është mjet për realizimin e udhëheqjes së grupit turistik apo, më mirë të shprehemi, mjet për realizimin e udhëtimit të një grupi turistik.

Udhëheqësi i grupit turistik përmes vizionit dhe misionit të vet gjatë realizimit të menaxhimit të një grupi turistik mund të veprojë si person i vetëm për udhëheqjen e një grupi turistik, por mund të veprojë edhe si ekip i cili udhëheq një grup turistik për plotësimin e qëllimit të tij i cili nuk është asgjë tjetër veçse fitimi i dëshiruar.

Në mënyrë që udhëheqësi i grupit turistik ta kryejë udhëheqjen e grupit turistik në mënyrën më të mirë të mundshme, ai duhet që tërë intervalin kohor të udhëheqjes së grupit turistik si aktivitet ta ndaj në nënaktivitete nga fillimi i udhëheqjes gjer në përfundim të udhëheqjes së grupit turistik.

Ndarja e aktiviteteve dhe realizimi i tyre gjatë realizimit të një udhëtimit turistik të një grupi nga ana e menaxherit - drejtuesit të udhëtimit është e pamundur të organizohet nëse mungojnë mjetet financiare. Duke e ndarë në nënaktivitete udhëheqjen e grupit turistik, arrihet deri te delegimi - ndarja e detyrave dhe e përgjegjësive të të gjithë varësit të cilët e udhëheqin një grup turistik. Për realizimin e udhëheqjes së grupit turistik me ndarjen e detyrave dhe të përgjegjësive duhet bërë edhe ndarja e mjeteve financiare, pra duhen shpenzuar për të bërë aktivitete të udhëheqjes së grupit turistik.

Shpenzimet e sipërpërmendura bëhen për plotësimin e nevojave të grupit turistik. Plotësimi i nevojave të grupit turistik nuk është gjë tjetër veçse një mall si çdo mall tjetër të cilin e quajmë shërbim turistik. Shërbimi turistik është një mall në treg ku çmimi i tij formohet në bazë të ligjit të ofertës/kërkesës në treg.



Çmimi i shërbimit turistik është mall që destinohet për treg. Ai është vlerë e re në treg. Çmimi i shërbimit turistik duhet të jetë më i madh se çmimi kushtues për realizimin e atij shërbimi në mënyrë që udhëheqësi i grupit turistik ta arrijë fitimin e dëshiruar.

### **3. Detyrat dhe përgjegjësitë e shoqëruesit dhe drejtuesit të grupit turistik**

Duke kërkuar domethënien e udhëheqësit të grupit turistik nënkuptohet se kemi të bëjmë me personin i cili, me autoritetin e vet, merret me udhëheqjen e një grupi të caktuar turistësh gjatë udhëtimit turistik nga vendi A në vendin B për një qëllim të caktuar dhe të dyfishtë si për drejtuesin, po ashtu edhe për grupin turistik.



Në literaturën profesionale të lëmit turistik shpeshherë në vend të fjalëve udhëheqës turistik përdoret shprehja guidë turistike. Dhe, tashmë në shumicën e vendeve të botës përdoren fjalët guidë turistike në vend të fjalëve udhëheqës turistik.

Udhëheqësi turistik është personi i cili pjesën më të madhe të kohës e kalon së bashku me anëtarët e grupit turistik gjatë gjithë udhëtimit derisa të përfundojë udhëtimi turistik. Ai vazhdimisht është së bashku me vizitorët prej çastit të fillimit të udhëtimit turistik në grup gjatë ndalesave të vizitorëve në stacionet e ndryshme gjatë udhëtimit, akomodimit nëpër hotele, restorante, muze etj.





**- Udhëheqësi turistik kryen këto detyra apo funksione:**

- Kujdeset për turistët që nga nisja e tyre nga vendi A në vendin B
- Ofron komoditet për grupin turistik në përputhje të marrëveshjes së sajuar nga të dyja palët
- I informon anëtarët e grupit turistik me informacione gjatë tërë udhëtimit dhe qëndrimit
- Bazuar në karakterin dhe qëllimin e udhëtimit, tregon trashëgiminë kulturore të vendit - shtetit ku udhëton grupi turistik.

Për guidë turistike nuk ka ndonjë fjalë ndërkombëtare për të treguar se kemi të bëjmë me udhëheqës turistik. Shumica e vendeve në botë për zhvillimin e turizmit në vendet e veta përdorin fjalët autoktone. Në vijim të tekstit do t'i paraqesim fjalët që përdoren në vende të ndryshme e që me to nënkuptojmë drejtuesin apo menaxherin turistik.

Në Kosovë quhet udhëheqës turistik (menaxher turistik), në Shqipëri “guidë turistike”, në UK “Tour Guide”, në Itali “Guidatore”, në Spanjë “Guia Turistica”, në Kroaci “Vodič”, në Francë “Guide Touristic”, në Greqi Xenagogos etj.

Vlen për të theksuar se në Francë “kondukt” quhet drejtuesi i automjetit e jo sikur të ne personi që jep bileta në autobus.

Marc Mançini në librin e vet “Conducting Tour” (udhëheqja e tureve) tregon llojet e udhëheqësve dhe guidave turistike. Funkcioni apo detyra kryesore e udhëheqësit turistik është maksimizimi i plotësisimit të kërkesave/nevojave të anëtarëve të një grupi gjatë udhëtimit nga menaxheri - drejtuesi i grupit të udhëtimit të një grupi turistik.





#### 4. Rregullat etike të UGT-së: Sjellja, paraqitja dhe veshja e udhëheqësit

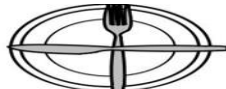
Rregullat etike të udhëheqësit të grupit turistik janë një ndër faktorët më të rëndësishëm të cilët ndikojnë në mënyrë të drejtë në një udhëtim turistik, njëherësh edhe në zhvillimin e turizmit si veprimtari ekonomike. Etika është studim i esencës (botës) reale në raport mes palëve. Udhëheqësi i grupit turistik duhet të jetë shembull për të mirë ndaj secilit anëtar të grupit turistik gjatë organizimit të grupit për udhëtim turistik. Ai duhet të reflektojë njësoj tipare pozitive ndaj anëtarëve të grupit të cilin e udhëheq.



Në jetën e përditshme njerëzit në familje, shoqëri dhe në ndërmarrësi hyjnë në raporte të barabarta dhe me interes reciprok, por shpeshherë ndodh që po këta njerëz nganjëherë harrojnë raportin e reciprocitetit dhe me qëllim apo pa ndonjë qëllim të caktuar cenojnë raportet morale. Sjellja etike është komponentë shumë e rëndësishme në përparimin dhe përmirësimin e raporteve që krijohen në familje, shoqëri njerëzore, në ushtrimin e profesioneve të ndryshme dhe në biznes. P. sh., në hoteleri kamerierët shumicën e kërkesave i dinë përmes situatës që e vëzhgojnë. Në foton e paraqitur në vijim të këtij teksti fotografia tregon se në çfarë pozite apo çfarë kërkon klienti nga kamerieri që ta shërbejë në kohën e duhur.



**Pushim gjatë ngrënies**



**Gati për pjatën e dytë**



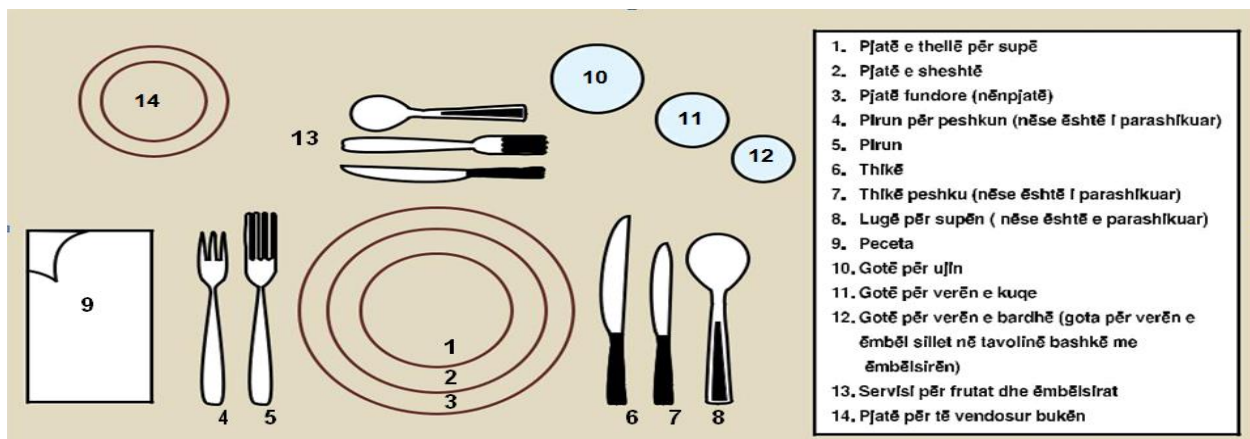
**Shkëlqyeshëm (I kënaqur për cilësinë e ushqimit)**



**Përfundim i vaktit**



**Nuk më ka pëlqyer**



Me këtë rast personat e caktuar dëmtojnë: interesat, integritetin moral, imazhin e ndonjë biznesi të suksesshëm të personave të tjerë. Këto raporte jostabile, varësisht se në cilën shkallë të shkeljes krijohen, mund të riparohen me konsensus apo kur mungon kjo formë e kërkimfaljes atëherë një raport i tillë zgjidhet përmes rrugës juridike. Udhëheqësi turistik duhet të jetë shembull për të mirë ndaj secilit anëtar të grupit turistik gjatë organizimit të grupit për udhëtim turistik. Ai duhet të reflektojë tipare pozitive ndaj anëtarëve të grupit të cilin e udhëheq. Në botën e qytetëruar të këtij shekulli kemi popuj të racave të ndryshme me trashëgimi kulturore të ndryshme. Të njëjtit i kemi në cilësinë e vizitorit në vendin tonë, por kështu është edhe në të gjitha shtetet e tjera të botës.

Ofendimi i racës së një personi përbën lëndë për padi në gjykatë. Dënimi mund të jetë shumë i madh për personin i cili ka bërë shkelje të rregullave



morale dhe të ligjit. I njëjti mund të dënohet me heqje lirie apo, nëse ndodh në një biznes, me largim nga marrëdhënia e punës.

Udhëheqësi i grupit turistik para se të ndërmarrë një veprim për organizimin e udhëheqjes - realizimin e menaxhimit të grupit në një udhëtim turistik, ai duhet t'i informojë për sjellje, doket, zakonet e popujve në vendet ku organizohet realizimi i vizitës turistike. Në këtë mënyrë udhëtimi turistik organizohet kënaqshëm dhe pa mosmarrëveshje dhe konflikte eventuale.



Udhëheqësi i grupit turistik duhet ta respektojë kodin e mirësjelljes, të veshjes dhe ta informojë grupin turistik me informacione të mjaftueshme dhe të dobishme në harmoni me qëllimin e udhëtimit të grupit turistik. Udhëheqësi i grupit turistik me elegancën e tij për një udhëtim turistik njofton udhëtarët për veprimet e ndaluara gjatë udhëtimit.



Rregullat etike të sanksionuara në një shtet janë shndërruar në ligje (p. sh., pirja e duhanit, shitja e alkoolit, shitja e pijeve narkotike etj.) për shkeljen e tyre shteti ndëshkon individët me kompensim në të holla apo me heqje të lirisë, apo me të dyja: ndëshkim me të holla dhe me heqje lirie për ata që i thyejnë këto rregulla.

Në interes të vendit tonë është sjellja e mirë ndaj popujve të ndryshëm me kultura të ndryshme të cilët e vizitojnë vendin tonë, andaj me maturi duhet t'u dalim në ndihmë turistëve të huaj që t'i kuptojmë sjelljet e tyre normale dhe t'u ofrojmë mikpritje. Kjo mikpritje tradicionale e jona motivon më tepër turistët e huaj dhe vendorë që të na vizitojnë më shpesh.

Nga këto veprime morale të trashëgimisë sonë kulturore historike, materiale dhe shpirtërore të traditës sonë kombëtare, duke i plotësuar nevojat e tyre gjatë qëndrimit turistik, me akomodim, ushqim, strehim, informim, ne mund të fitojmë shumë materialisht.

Në këtë formë mund ta ngrehim shkallën e punësimit, të gjenerimit të të hyrave buxhetore të komunës, respektivisht të shtetit, të cilat në një masë e zvogëlojnë papunësinë, përmirësohet standardi jetësor dhe shtohet mirëqenia sociale dhe pengohet emigrimi i një pjese të konsiderueshme të të rinjve tanë në vende të huaja.

Bashkatdhetarët tanë mund të ndikojnë me sjelljet e tyre etike për krijimin e një imazhi edhe më të mirë për shqiptarët. Në këtë mënyrë shtohet kureshtja



e të huajve që për së afërmi t'i njohin dhe t'i prekin shumë elemente të trashëgimisë sonë të bujshme materiale dhe shpirtërore. Me të drejtë mund të konstatojmë se etika është kulturë e sjelljes pozitive të një personi ndaj personit tjetër.



Rregullat e etikës së udhëheqjes së grupit turistik janë të rregulluara me:

- Ligjin kombëtar dhe ndërkombëtar, të drejtën ndërkombëtare publike dhe private
- Me ligjin e UNTWO
- Dekrete ligjore dhe nënakte ligjore
- Doke dhe zakone kombëtare dhe ndërkombëtare etj.

Si rregulla morale (etike) në sferën e turizmit janë:

1. Mirëkuptimi dhe promovimi i vlerave të përbashkëta të një populli, regjioni



2. Qëndrimi
3. Respekti
4. Toleranca dhe
5. E drejta e besimit fetar e njëjtë për të gjithë.

Të gjitha këto rregulla janë veprime të humanizmit dhe të solidaritetit njerëzor, njëherësh janë parakushte morale/etike të cilat e përcaktojnë zhvillimin e turizmit në një vend. Vlen të përmendet konstatimi se aty ku nuk ka respektim të rregullave nga 1-5 nuk ka edhe zhvillim të turizmit.



P. sh., qëndrimi jo i drejtë i disa personave përgjegjës në hotelet e bregdetit shqiptar dhe sjelljet (raportet) jo të mira me vizitorë, kohët e fundit e kanë dëmtuar imazhin e qytetarëve tanë andaj qëndrimi i tyre ka ndryshuar aq shumë sa që shumica kanë shprehur në media të ndryshme, se nëse nuk ka përmirësime në këtë drejtim, për pushime të verës do të shkojnë në bregdetet e shteteve të tjera. Udhëheqësi turistik duhet të dijë dhe t'i respektojë këto



rregulla morale dhe ta njoftojë mirë për këto rregulla secilin anëtar të grupit turistik.

- Aktivitetet e turizmit duhet të zhvillohen konform mentalitetit, dokeve dhe zakoneve të vendit të turistëve prej nga turistët e kanë edhe origjinën e tyre. Kjo komponentë etike e jona ndaj turistëve është mjaft e rëndësishme ngaqë tek ata krijohet një ndjenjë e respektit, sigurisë, tolerancës ndaj tyre. Në këto rrethana turistët e ndiejnë vetën të mirëpritur nga ne dhe të fascinuar.



- Profesionalistët e turizmit duhet të dinë dhe të sigurojnë informacione për turistët, p. sh., stilin e jetës, doket dhe zakonet, mënyrën e veshjes dhe të ushqimit të turistëve në mënyrë që të shërbehen me cilësi dhe në kohën e duhur duke u ofruar mikpritje të ngrohtë tradicionale (slogani ynë i mikpritjes të cilin e njeh e gjithë bota: “Bukë, kripë dhe zemër” dhe “Besë shqiptare”).



- Është detyrë e secilit qytetar, autoriteteve qendrore dhe lokale, që të krijojnë kushte për një ambient të sigurt për turistët, për arsye se shpeshherë turistët, në vend se të mirëpreten në vendin e preferencave të tyre turistike, ata sulmohen, plaçkiten dhe ka ndodhur që edhe janë vrarë.



Mossjellja me korrektësi për aq sa duhet ndaj turistëve krijon një imazh të keq për vendin tonë dhe krejt kjo i hakmerret zhvillimit të turizmit në Kosovë.





- Gjatë udhëtimit udhëheqësi i grupit turistik duhet t'i informojë turistët me faktin se asnjë turist gjatë një udhëtimi turistik nuk duhet të ushtrojë dhunë ndaj kolegëve në grup, asnjë anëtar i grupit turistik nuk bën të ushtrojë veprimtari kriminale.
- Turistëve duhen ofruar kushte që ata të informohen si funksionon:  
Byroja turistike informative  
Hartat planimetrike të shpërndarjes së monumenteve të trashëgimisë kulturore.



## 5. Ndjeshmëritë e turistëve sipas veçorive të tyre

Organizimi i udhëtimeve turistike si proces është një aktivitet mjaft i ndërlikuar sepse grupet turistike shpeshherë nuk janë edhe të një përbërje. Pa marrë parasysh se për çfarë qëllimi dhe për cilin aktivitet organizohet udhëtimi turistik, mund ta shprehin dëshirën e udhëtimit turistik një grup i caktuar i moshave të ndryshme.



Grupmoshat e ndryshme kanë kërkesa të ndryshme. Nëse janë të shtyrë në moshë kanë më pak forcë ta përballojnë një udhëtim turistik. Shumica e tyre përdorin terapi të ndryshme mjekësore, kështu që më shpesh duhet ndalur në stacione të ndryshme. Kur grupmosha e grupit turistik është e re, situata krejtësisht qëndron ndryshe. Janë të hareshëm, të gëzuar si ndodh shpesh gjatë realizimit të ekskursioneve me autobus (këndojnë, vallëzojnë në autobus gjatë tërë kohës së udhëtimit) me maturantët e shkollës së mesme.



Organizimi i tureve turistike për një aktivitet të caktuar, p. sh., për skijim, mund ta gëzojë kërshërinë nga gjenerata të ndryshme. Të gjitha moshat kanë dëshirë të rrëshqasin me ski. Nëse e kemi një grup të caktuar me pëlqim të njëjtë të qëllimit të udhëtimit turistik, ndërsa moshat e anëtarëve të grupit të tyre janë të ndryshme, atëherë organizimi i udhëtimit të grupit turistik (ku ka mundësi të jenë katër moshat) nuk është një procedurë e thjeshtë. Kjo ndodh gjatë organizimit të udhëtimeve turistike për pushime vjetore me familje për të bërë pushime verore apo dimërore.



Përbërja e grupit turistik mund të jetë e ndryshme në këtë rast. Por, se çfarë është ajo strukturë, mund ta paraqesim me një shembull. Nëse në një autobus ka 74 udhëtarë, struktura gjinore është 50/50 % dhe grupmoshat janë këto, sipas moshës:

1. Nga mosha 10 - 20 vjeç janë 24 turistë
2. Nga mosha 21 - 35 vjeç janë 16 turistë
3. Nga mosha 36 - 45 vjeç janë 20 turistë
4. Nga mosha 45 - 60 vjeç janë 14 turistë.

Me këtë shembull mund të nxjerrim si përfundim se prej 74 anëtarëve të grupit gjatë një udhëtimi të grupit turistik mund të kemi 25 pëlqime të ndryshme për muzikë. Shtrohet pyetja, cilit t'ia plotësojmë dëshirën? Kemi edhe shumë probleme dhe shqetësime të cilat nuk janë të njëjta gjatë organizimit të udhëtimit të një grupi turistik si në këtë shembull. Shembulli i sipërpërmendur për dikë nuk është i qartë sa duhet. Le të supozojmë se në një autobus udhëtojnë tri grupe të orientimit fetar. Gjasat se do të ketë ndonjë konflikt eventual janë të mundshme. Kjo mund të ndodhë sepse nga mjetet e informimit publik (masmediat) po vërejmë konflikte të mostolerancës fetare.



Këta shembuj mjaftojnë për të kuptuar se për organizimin e një udhëtimi turistik nga ana e udhëheqësit turistik më së miri të sigurojmë grupe me kriteret e përbashkëta (p. sh., të një moshe - gjenerate, të një orientimi fetar, të një gjinie, çifte bashkëshortësh etj.).



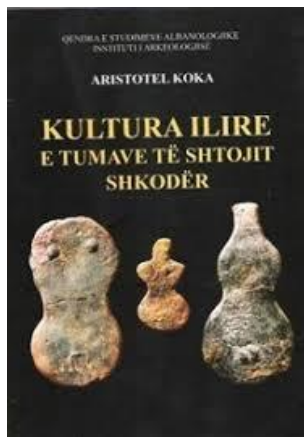
Duke u bazuar në fotot me përmbajtje fetare mund të nxjerrim përfundimin se toleranca fetare është një virtyt të cilën duhet ta ketë secili individ në rrethin ku jeton, vepron dhe punon. Gjatë udhëtimeve turistike, në plazh, në muze, në qytete, fshatra dhe në shumë ambiente të tjera, është e pamundur të mos ketë grupe njerëzish me orientime të ndryshme fetare.

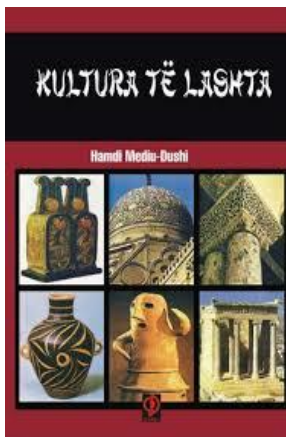


Njerëzit janë të ndjeshëm, prandaj duhet pasur kujdes ndaj njëri-tjetrit për ofendime fetare sepse ndonjëherë këto veprime mund të shkojnë për të keq dhe të krijohen konflikte serioze. Po u menaxhua një udhëtim i grupit turistik në bazë të shumë kriterëve të përbashkëta, menaxhimi i udhëtimit turistik nga udhëheqësi i grupit turistik si proces dhe aktivitet do të jetë më i lehtë.

## 6. Kultura e popujve të ndryshëm

Në të katër anët e botës jetojnë popuj të ndryshëm për nga raca njerëzore, po ashtu edhe për nga kultura. Ata dallohen edhe për gjuhën që e flasin, edhe për doket dhe zakonet.





Nuk ekziston asnjë shtet në botë i cili është me banorë të një etniteti, madje edhe brenda një shteti, pa marrë parasysh faktin se a është fjala për një shtet të vogël apo të madh. Në të jetojnë popuj të ndryshëm, me gjuhë dhe trashëgimi kulturore të ndryshme. Shembull tipik i shumetnitetit është shteti ynë - Republika e Kosovës, në të cilin jetojnë shumë popuj të përkatësive të ndryshme etnike. Në regjistrimin e popullsisë së vitit 2011 në qendrën kryesore të regjistrimit në Prizren janë regjistruar shtetas të Kosovës edhe 11 kinezë.



Duke pasur parasysh llojllojshmërinë etnike në qytetin e Prizrenit, trashëgiminë kulturore të qytetarëve që jetojnë në këtë qytet, popujt e ndryshëm të botës mund ta marrin si shembull për vete se si duhet të jetohet, gjallërohet, bashkëjetohet etj. Për këto arsye për qytetarët - banorët autoktonë në qytetin e Prizrenit dhe rrethinë, vlen konstatimi se ai është:

- Qytet i shumë etnive
- Qytet i shumë gjuhëve
- Qytet i shumë kulturave
- Qytet i shumë zejeve
- Qytet me shumë fe
- Qytet i bashkëjetesës
- Qytet i tolerancës fetare etj.

Trashëgimia kulturore historike dhe llojllojshmëria e kulturës me epitetet e përmendura më sipër e bëjnë qytetin e Prizrenit më të vizituarin nga turistët vendorë dhe botërorë. Kjo llojllojshmëri e kulturave shpeshherë e bën





Prizrenin qendër të përshtatshme e cila mund të shndërrohet në cak ku mund të bëhen studime nga shkencëtarët e ndryshëm nga lëmi i trashëgimisë sonë të bujshme materiale dhe shpirtërore.





Kultura e begatshme e popujve të ndryshëm në secilin shtet është një faktor tepër i rëndësishëm i cili turistëve vendorë dhe të huaj u siguron komoditet për realizimin e qëllimit të tij të udhëtimit turistik. Kjo komponentë e rëndësishme ndikon në rritjen e performancës së të huajve për ta zgjedhur vendin si cak i vizitës së tij turistike. Qeverisja komunale dhe ajo e nivelit qendror është e përkushtuar që turistët në vendin tonë ta ndiejnë veten të sigurt si në shtëpitë e vet. Kjo çështje është e sanksionuar edhe me ligj. Organet dhe organizatat e ndryshme janë mobilizuar dhe kanë bërë



hapjen e byrove informative në pikat strategjike dhe në afërsi të objekteve të rëndësishme janë vendosur tabela orientimi për turistët.



Tërë ky aktivitet i subjekteve shoqërore dhe politike bëhet me qëllim të shtimit të imazhit të turizmit në vendin tonë sepse me përmirësimin e kësaj veprimtarie shtohen vizitat e turistëve në vendin tonë, ndërsa me shtimin e turistëve shtohet edhe nevoja për zgjerimin e infrastrukturës turistike. Me shtimin e numrit të hoteleve, restoranteve në të cilët turistët akomodohen, ushqehen mirë me ushqim cilësor, krijohet mundësia e punësimit të të rinjve në këtë veprimtari dhe në këtë mënyrë zvogëlohet shkalla e papunësisë dhe zvogëlimi i shumë problemeve sociale.





Nga e gjithë ajo që u përmend më sipër, sjellja me nivel të lartë kulturor ndikon në mënyrë të drejtë në shtimin e turizmit të një vendi, njëherësh përmes veprimtarisë turistike arrihet të përmirësimi i kushteve të jetesës - standardi jetësor.

## **7. Veçoritë psikologjike të grupit turistik**

Secili grup turistik duhet ta ketë një udhëheqës të grupit turistik. Udhëheqësi i grupit turistik merr përsipër detyra dhe përgjegjësi ndaj secilit anëtar të grupit turistik që nga fillimi i udhëtimit turistik në destinacionin për ku është nisur dhe prapë kthimin e grupit pas një udhëtimi turistik.

Udhëheqësi i grupit duhet të jetë i përgatitur nga aspekti psikologjik në atë masë sa që në mënyrë më të mirë të mundshme të ndikojë në psikologjinë e secilit udhëtar turistik gjatë realizimit të udhëheqjes së grupit turistik. Ai, po ashtu, ka për detyrë të bëjë përpjekje për realizimin - plotësimin e nevojave të anëtarëve të grupit turistik.

Udhëheqësi i grupit turistik në secilin moment duhet të jetë shembull për të mirë që të reflektojë pozitivisht tek anëtarët e grupit (tregoi pedantëri në veshje, në komunikim, maturi etj). Pra, udhëheqësi turistik me veprime të vetat duhet ta përshkruajë etikën në sjellje, paraqitje dhe veshje.



Secili udhëtim turistik organizohet për një qëllim të caktuar të grupit turistik, andaj qëllimi i udhëtimit turistik plotëson një nevojë të grupit turistik.

Qëllimet e udhëtimeve turistike kushtimisht janë të lidhura me nevojat e grupit turistik. Ato mund të jenë të llojllojshme andaj, duke u bazuar në qëllimin e udhëtimit të grupit turistik, ka disa funksione. Funksionet e udhëtimit turistik janë të ndryshme për shtresat e ndryshme të popullsisë, andaj radhazi po i veçojmë disa prej funksioneve të udhëtimit turistik:

- Funkzioni shëndetësor i turizmit (udhëtimi në banja - ilixhe për shërim)
- Funkzioni i kalimit të ditëve të fundjavës (për t'u rrezitur)





- Funkzioni i turizmit për relaksim (nevoja për shfrytëzimin e pushimeve vjetore gjatë vitit për relaksim të ndjenjave dhe eliminim të stresit, akumulim të energjisë për vitin vijues etj.)
- Funkzioni i turizmit për vizita (vizita familjarëve, miqve në botën e jashtme etj.)
- Funkzioni i turizmit për vizita fetare në vendet e kultit fetar (haxhillëku në mekë dhe Medine, vizita në Jerusalem, në Vatikan etj.)
- Funkzioni i turizmit për trashëgiminë kulturore (njohja nga afër me qytetet e vjetra antike, parqet arkeologjike, kalatë, shpellat, bjeshkët etj.)



- Funkzioni i turizmit për qëllime biznesi (hulumtimi i tregut të brendshëm dhe të jashtëm)
- Funkzioni i turizmit për vizita studimore (pjesëmarrje në konferenca të ndryshme shkencore etj.)
-



Grupi turistik nga udhëheqësi kërkon plotësimin e plotë të qëllimeve - nevojave të grupit turistik, prandaj nëse këto nevoja plotësohen nga udhëheqësi i grupit turistik në maksimum ashtu si është paraparë që në fillim të udhëtimit turistik e gjer te përfundimi i udhëtimit, s'ka vend për shqetësim nga anëtarët e grupit turistik. Në këto kondita, kur realizohen të gjitha kërkesat, nevojat dhe qëllimet e parapara të grupit turistik nga ana e udhëheqësit, atëherë secili anëtar i grupit është i disponuar, i relaksuar dhe emocionalisht është stabil. Në këto rrethana të dyja palët, si udhëheqësi i grupit, po ashtu edhe anëtarët e grupit, janë të kënaqur dhe gjendja e tyre emocionale është stabile sepse të dyja përfitojnë nga udhëtimi turistik në grup.

## **8. Rregullat dhe kriteret e udhëheqjes së grupit turistik**

Në mënyrë që udhëheqësi i grupit turistik ta menaxhojë udhëtimin e grupit të turistëve në mënyrën më të mirë të mundshme ai duhet të mbështetet në metoda shkencore dhe logjike (rregulla, parime, kriteret të ndryshme) gjatë





një udhëtimi turistik në grup. Rregulla e parë ka të bëjë me ligjin. Udhëheqësi i grupit turistik gjatë realizimit të një udhëtimi turistik duhet të mbështetet në rregulla të caktuara etike, por edhe në rregulla të parapara me ligj. Në kuadër të këtyre rregullave mund të përmendim:

- Informim të drejtë dhe me kohë
- Transport të sigurt (komod)
- Çmim të volitshëm të akomodimit dhe të ushqimit.

Udhëheqësi i grupit turistik për realizimin e qëllimit kryesor - fitimin e dëshiruar dhe sigurimin e pozitës më të mirë konkurruese në kushtet e tregut të lirë - duhet t'i plotësojë disa kriteret të caktuara të cilat janë të natyrës së tij menaxheriale dhe disa të tjera të cilat kanë të bëjnë me zbatimin e ligjeve në fuqi dhe rregullat e tregut (në tregun e mallrave, të shërbimeve dhe në tregun financiar).

Këto kriteret dhe rregulla, respektivisht parime, janë:

Kriteri i parë ka të bëjë me sigurimin e informacioneve në tregun e brendshëm dhe të jashtëm të mallrave, shërbimeve dhe të kapitalit (Ligji i ofertës dhe i kërkesës në treg). Në kuadër të kriterit të parë bëjnë pjesë aktivitetet të cilat duhet t'i bëjë udhëheqësi i grupit turistik për gjetjen e ofertave më të përshtatshme ekonomike nga operatorët e ndryshëm ekonomikë për anëtarët e grupit turistik dhe për interesin e tij dhe të kompanisë të cilën udhëheqësi është punëmarrës.



Kriteri i dytë ka të bëjë me kohën e duhur të sigurimit të informacioneve të nevojshme (kriteri kohë - vetëm në momentin kur kërkohet). Ky kriter në literaturën ekonomike-financiare njihet si “just in time”. Pas kësaj periudhe përdorimi i informacioneve të vonuara jo se do t’i sjellë humbje për një tur të udhëtimit turistik udhëheqësit turistik, respektivisht kompanisë turistike, por në treg në të njëjtën kohë mund të dëmtohet imazhi i kompanisë “një herë humb besimi”, por tepër punë duhet bërë dhe vështirë se mund të rikthehet prapë.



Tregu është një vend i ndryshimeve të mëdha dinamike brenda një periudhe të shkurtër. Aty përcillet ecuria e ofertës dhe e kërkesës për mallra dhe shërbime. Varësisht se si lëviz oferta dhe kërkesa ashtu ndryshon çmimi i mallrave dhe i shërbimeve të kompanive turistike. Me raportin e ofertës dhe të kërkesës rezultojnë edhe formimi i çmimeve. Për këtë arsye vendimet duhet të merren menjëherë, në të kundërtën, nëse nuk i përcjellim këto ndryshime, marrja e vendimeve për aktivitete ekonomike mund të jetë e gabuar. Në këto raste më mirë është të mos merret vendimi për udhëtim turistik sesa të shkohet me humbje.

Kriteri i tretë ka të bëjë me realizimin e parimeve-rregullave kryesore në ekonomi të cilat janë:

- Ekonomizimi
- Produktiviteti dhe
- Rentabiliteti.

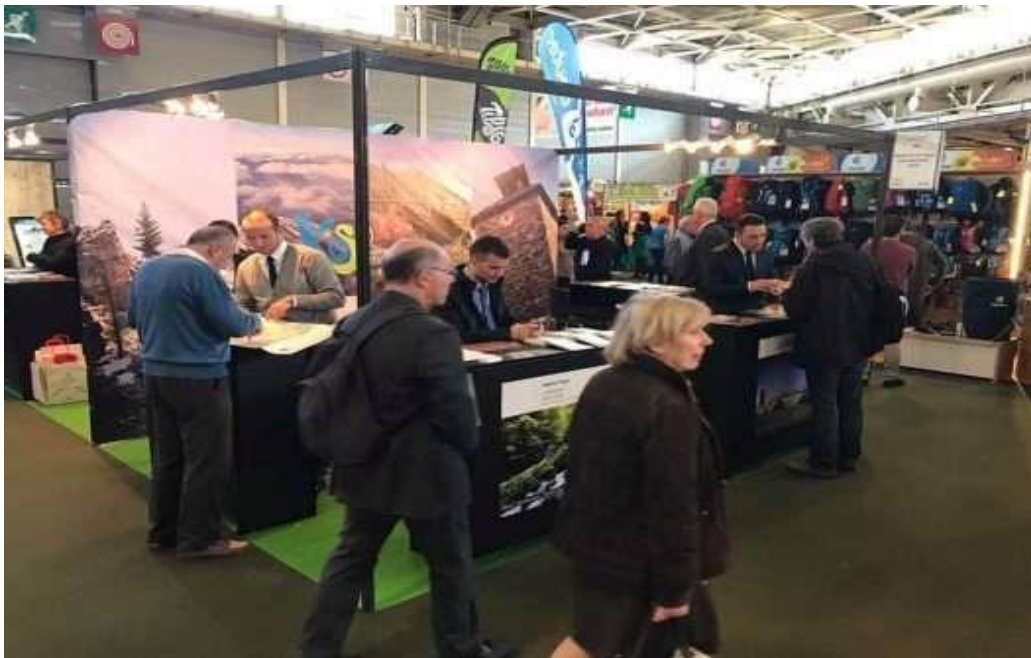
Parimi i ekonomizimit konsiston në faktin që secili aktivitet që organizohet (prodhimi, shitja e mallrave apo edhe e shërbimeve) të kryhet me shpenzime sa më të vogla.



Parimi i produktivitetit ka për qëllim të kryejë sa më shumë aktivitete të ndryshme për kohë sa më të shkurtër duke angazhuar faktorë të ndryshëm të prodhimit dhe të qarkullimit.

Parimi i rentabilitetit ka për qëllim të realizojë të hyra sa më të mëdha me angazhimin e fuqisë punëtore për një periudhë të caktuar kohore.

Për t'i kuptuar më mirë kriteret e kategorisë së tretë duhen shërbyer shembuj të thjeshtë matematikorë të cilët edhe një ekonomist fillestar duhet t'i dijë.



## **9. Hapat për përgatitjen e udhëheqjes së grupit turistik**

Përgatitja e grupit turistik është një procedurë komplekse dhe e rëndësishme për realizimin e suksesshëm të një udhëtimi turistik. Udhëtimi turistik është një aktivitet, punë apo funksion shumë i rëndësishëm i cili duhet të realizohet në disa periudha të rëndësishme gjatë një udhëtimi turistik në grup. Përgatitjes së udhëtimit turistik në grup i paraprinë analiza e gjendjes së



tregut turistik në të cilin ekzistojnë informacione që lidhen me nevojat e grupeve të ndryshme të njerëzve të cilët dëshirojnë të ndërmarrin një udhëtim turistik. Me këtë rast publikohen ofertat e operatorëve turistikë, respektivisht konkurset nga agjencitë turistike, në gazeta të ndryshme ditore dhe forma të tjera të informimit publik.

Konkurset shpallen publikisht në mjete të ndryshme të informimit publik si:

- Në gazeta ditore dhe periodike
- Në rrjete sociale/internet
- Në sheshe të caktuara ku qarkullojnë njerëzit
- Në agjenci turistike - AT vendosja e reklamës/ofertës
- Në billborde me spote dhe çmim të ofertës turistike etj.



Klientët e interesuar turistikë përzgjedhin kompaninë turistike për udhëtim dhe, pasi të arrihet numri i caktuar i turistëve, bëhet organizimi i udhëtimeve turistike në grupe të caktuara për ta realizuar udhëtimin turistik në grup.

Grupet turistike mund të jenë:



- Stafi i institucioneve të ndryshme publike dhe private të cilët udhëtojnë për një qëllim të caktuar
- Mësimdhënësit e institucioneve arsimore
- Maturantët e shkollave të arsimit parauniversitar
- Studentët/absolventë
- Pensionistët
- Organizatat e ndryshme joqeveritare dhe
- Çdo grup tjetër i organizuar.

Akti më i rëndësishëm i udhëtimit turistik është nënshkrimi i marrëveshjes - kontratës së udhëtimit në grup. Kontrata përmban shumë elemente të cilat duhet të sigurohen hap pas hapi.



## 10. Fillimi i aktivitetit turistik në grup

1. Ofruesi i shërbimit turistik (kompania XY)
2. Kërkuesi i shërbimit turistik (grupi A)
3. Zgjedhja e destinacionit dhe mjetet e transportit (vendi turistik - lokaliteti turistik - qendrat turistike - objektet turistike)



4. Itinerari i udhëtimit (koha e nisjes - ndalesat - pauzat 15-30 minuta për relaksim - në stacione gjatë rrugës)
5. Harta turistike
6. Nisja (nga vendi i takimit për nisje. Logjistika - rregullat e udhëtimit - masat e sigurisë)
7. Vendqëndrimi (vendi i vizitave)
8. Koha e fillimit-përfundimit të vizitave në vendin e destinacionit
9. Masat e sigurisë gjatë tërë kohës së udhëtimit - mjeku kujdestar
10. Përfundimi i qëndrimit në vendin e destinacionit (dorëzimi i dhomave të hotelit)
10. Kthimi (në stacionin e nisjes së grupit turistik)
11. Shpërndarja e grupit turistik me përshëndetje. (Përshëndetja e anëtarëve të udhëtimit turistik në grup nga udhëheqësi i grupit turistik)
12. Përfundimi i udhëtimit turistik (me përshëndetjen e udhëheqësit turistik me secilin anëtar të grupit turistik përfundon udhëtimi turistik).

## **11. Procedurat dhe fazat për pritjen e grupit turistik**

Organizimi i udhëtimit të grupit turistik kryhet në disa faza të ndryshme të udhëtimit. Në secilën fazë, duke filluar nga faza e parë e pritjes së grupit turistik e gjer në fazën e fundit e cila ka të bëjë me përfundimin e udhëtimit turistik, ekzistojnë edhe disa faza të tjera të cilat kërkohet kohë e nevojshme për të pritur dhe për t'u bashkuar që grupi turistik të kompletohet për nisje. Grupi turistik ka disa faza të nisjes.



Jo rrallë për shkaqe të ndryshme disa individë të ndryshëm, individë të tillë ka në secilin grup, vonohen të vijnë në kohën e paraparë për nisje të grupit në udhëtim turistik, kështu që maltretohet grupi për fajin e një, dy apo tre individëve. Kjo është sjellje jo e mirë e cila nuk ka mundësi të ndëshkohet. Disa individë qëllimisht e bëjnë këtë veprim për t’u treguar kolegëve të tyre se janë të aftë t’i maltretojnë anëtarët e grupit “sa të rëndësishëm janë”. Arsyetim për vonesë japin se dinë shumë dhe se vonesat e tyre janë të ashtuquajtura akademike dhe të arsyeshme, sipas tyre. Mirëpo nuk ekziston rregull se bën qëllimisht të vonohesh. Disa të tjerë vonohen për shkak të pengesave në rrugë, ndërsa disa të tjerë për shkaqe shëndetësore apo për shkak të rasteve në familjet e tyre. Sido që të jetë, kur vonesat e tre apo katër individëve në fillim të udhëtimit turistik nuk paraqiten me kohë për t’u nisur, atëherë udhëheqësi i grupit turistik merr vendim që udhëtimi duhet të





ekzekutohet. Pak më e ndërlikuar qëndron situata kur grupi veç është në udhëtim e sipër. Fjala është nëse caku i udhëtimit turistik është i gjatë atëherë vërtet rrisja e vonuar për shkak të mosardhjes me kohë në kohën e nisjes na paraqet problem serioz, madje i përcjell edhe me konflikte, fyerje dhe sharje. Në këto raste krijohet një gjendje jo e mirë psikologjike e cila e lëndon secilin udhëtar në udhëtimin turistik dhe, po ashtu, kjo sjellje jo e mirë e dëmton qëllimin e plotë të udhëtimit turistik në grup.



Pritjet për t'u kompletuar grupi për të ndërmarrë një veprim - aktivitet të caktuar gjatë udhëtimit turistik janë të ndryshme, mirëpo ne po i përmendim disa prej tyre:

- Pritjet për nisje - udhëtim nga stacioni i nisjes
- Pritjet gjatë udhëtimit kur distanca e udhëtimit është e gjatë



- Pritjet në recepcion për akomodim - vendosje në hotele, hostele, bujtina etj.
- Pritjet për t'u ushqyer në restorante në kohën e caktuar nga restoranti
- Pritjet për të vajtur në vendvizita të ndryshme gjatë ditëve të qëndrimit
- Pritjet pas vizitave në qendra tregtare për blerje etj.



## 12. Procedurat për akomodimin e grupit turistik

Udhëheqësi i grupit turistik duhet të kujdeset për sigurinë, komoditetin dhe kënaqësinë e çdo pjesëmarrësi në udhëtimin turistik. Po ashtu, udhëheqësi i grupit turistik ka për detyrë ta menaxhojë grupin turistik sipas itinerarit të caktuar. Ka raste që itinerari i udhëtimit turistik të ndryshohet me kërkesën e shumicës së anëtarëve të grupit turistik, por që ky ndryshim e ka kufirin e vet. Itinerari mund të ndryshohet nëse ndryshojnë kushtet atmosferike apo ndodh ndonjë manifestim i cili organizohet gjatë qëndrimit



të grupit në udhëtim turistik. Fjala është për shkak të ndonjë proteste apo motit të lig duhet ndërruar agjendën e udhëtimit.

Ngjarjet e përmendura më sipër janë të jashtëzakonshme, prandaj arrihet një marrëveshje që të bëhen kombinime të mundshme të agjendës së udhëtimit. Edhe ky veprim ka të bëjë me akomodimin si proces i menaxhimit të ngjarjes së udhëtimit turistik. Akomodimi i grupit turistik nënkupton një varg aktivitete që kanë të bëjnë me vendosjen e secilit anëtar të grupit turistik në vendin e tij. Akomodimi fillon që nga nisja për udhëtim turistik të grupit turistik dhe përfundon me përfundimin e udhëtimit turistik të grupit.



Gjatë udhëtimit të grupit turistik dallojmë këto faza të akomodimit:

- Akomodimi në autobus në nisje të udhëtimit turistik
- Akomodimi gjatë udhëtimit turistik
- Akomodimi në hotel i grupit turistik



- Akomodimi në autobus gjatë kthimit të grupit turistik

Akomodimi në autobus nënkupton prerjen e biletës së udhëtimit për secilin anëtar të udhëtimit në grup. Në biletë është numri i karriges së autobusit ku duhet të ulet udhëtari turistik. Në biletë mund të shënohet edhe nr. i valixhes i cili vendoset në bagazh të autobusit.

Akomodimi në autobus nënkupton këto kërkesa:

- Autobusi teknikisht duhet të jetë në rregull për transportin e udhëtarëve
- Autobusi duhet jetë me klimë dhe kondicioner, televizor, WI/ FI
- Autobusi duhet të jetë pajisur me kamera sigurie
- Shoferët e autobusit duhet ta kenë licencën e udhëtimit - drejtimit të automjetit
- Mjekun e autobusit i cili kujdeset për shëndetin e udhëtarëve gjatë udhëtimit.





Akomodimi gjatë udhëtimit - vajtje-ardhje të grupit turistik - nënkupton veprimet të cilat duhen bërë që udhëtimi i udhëtarit turistik t'i shkaktojë sa më pak lodhje dhe shqetësime eventuale.

- Gjatë udhëtimit udhëheqësi i grupit turistik kohë pas kohe duhet t'i shërbejë udhëtarët me pije të ndryshme freskuese
- Gjatë udhëtimit udhëheqësi i grupit, në bazë të kërkesave të udhëtarëve, duhet t'u japë informacione për vendndodhjen e tyre
- Zëri dhe lloji i muzikës në radion e autobusit duhet të rregullohet sipas kërkesave të udhëtarëve turistikë.



Akomodimi në hotel nënkupton pritjen në rresht të secilit anëtar të grupit turistik që të vendoset në një nga dhomat e hotelit për aq sa është i paraparë qëndrimi i grupit turistik në hotel. Akomodimi në hotel është një procedurë e



lehtë nëse udhëheqësi i grupit turistik me kohë ka bërë listimin e anëtarëve të grupit turistik sipas karakteristikave të ndryshme si, p. sh., ndarjen me kohë të grupit sipas grupmoshave të anëtarëve të grupit dhe sipas gjinisë:

- Numri i femrave?
- Numri i meshkujve?

Nëse një gjë e tillë bëhet që në momentin e nisjes së grupit në udhëtim turistik, atëherë akomodimi nëpër dhoma të hotelit mund të bëhet me telefon edhe gjatë udhëtimit. Kështu që, me të arritur në hotel u shpërndahen zarfet grupeve në hotel nga dy apo tre bashkëbanues nëpër dhomat e hotelit, tregohet numri i dhomës, kati në të cilën ndodhet dhoma dhe ashensori për t'u ngritur në kate për t'u vendosur në dhoma.



Udhëheqësi i grupit turistik duhet ta porositë secilin anëtar që në momentin e vendosjes në dhomë ta shikojnë listën e infrastrukturës (p. sh., sa tavolina ka në dhomë, sa karrige, sa shtretër, sa televizorë, sa fotografi etj.) dhe, në rast se ka ndonjë defekt, ta paraqes që në fillim te recepcioni i hotelit. Nëse njoftimi për parregullsi eventuale nuk lajmërohet me rastin e



akomodimit në dhomën e hotelit dhe lihet për ditën e fundit të qëndrimit në hotel, kompensimin e dëmit e bëjnë banorët që kanë qëndruar në dhomë.



### **13. Procedurat dhe teknikat gjatë realizimit të turit të grupit turistik**

Grupet e njerëzve, të qytetarëve, të kolektiveve në institucione të ndryshme dhe të tjerë organizojnë udhëtime turistike, të ashtuquajtura udhëtime turistike në grup. Këto udhëtime bëhen për një qëllim të caktuar, i cili është i lidhur kushtimisht me plotësimin e nevojave të secilit anëtar të grupit.

Udhëtimi i grupit turistik organizohet nga ana e organizatorit i cili merr përgjegjësinë e menaxhimit të udhëtimit turistik. Personi i cili udhëheq një grup gjatë një turi turistik shpeshherë quhet edhe menaxher i grupit turistik.



Ky person përgatit kushte optimale për secilin anëtar të grupit turistik gjatë udhëtimit turistik. Menaxheri i grupit turistik menaxhon aftësitë, shkathtësitë, përvojën dhe kompetencat që i ka grupi turistik.

Të gjitha përgatitjet që i bënë menaxheri i grupit turistik për një udhëtim turistik mund t'i ndajmë në tri faza:

- 1) Faza e përgatitjes së organizimit të udhëtimit të grupit turistik
- 2) Faza e realizimit të udhëtimit të grupit të turistit dhe
- 3) Faza e përfundimit të udhëtimit turistik

Faza e parë është faza më e rëndësishme e organizimit të udhëtimit të grupit turistik. Në këtë fazë, nëse përgatitjet janë bërë në harmoni me plotësimin e qëllimit të udhëtimit turistik, të dyja palët e udhëtimit turistik në grup janë të kënaqur. Prandaj nuk është i pavend konstatimi kur thuhet “e mirë është vepra kur është i mirë qëllimi”.



Në fazën e parë bëhen shumë aktivitete në mënyrë që të merret vendim për ekzekutimin e udhëtimit turistik. Paraprakisht udhëheqësi i grupit turistik duhet ta informojë grupin për:

- Operatorin ekonomik i cili menaxhon udhëtimin turistik





- Me çfarë mjete të transportit organizohet udhëtimi turistik
- Itinerari i udhëtimit turistik.

Nëse në fazën e parë nuk kemi mangësi atëherë edhe udhëtimi turistik realizohet në tërësi dhe pa asnjë vërejtje.

Në këtë fazë nga kompania turistike - udhëheqësi i grupit turistik - bëhet:

- Shpallja e konkursit - ftesës për ofertë
- Përgatitja e dokumentacionit të nevojshëm për udhëtim
- Verifikimi i gjendjes teknike të automjeteve për udhëtim të sigurt të grupit
- Organizimi i logjistikës gjatë udhëtimit turistik etj.

Shpallja e konkursit - ftesës për ofertë për organizimin e udhëtimeve turistike - bëhet në mjetet e komunikimit masiv të cilat janë:

- Interneti: uebfaqe të kompanisë turistike, rrjete sociale të ndryshme
- Radiostacione televizive, lokale dhe qendrore
- Mjete të tjera të komunikimit vizual-masiv: pllakate, billborda, fletëshpalosje etj.

#### **- Përgatitja e dokumentacionit të nevojshëm për udhëtim**

Operatorët ekonomikë me rastin e aplikimit duhet ta bëjnë kompletimin dhe dorëzimin e dokumentacionit:

1. Certifikatën e regjistrimit të biznesit nga ATK-ja
2. Certifikatën e numrit fiskal nga MTI-ATK-ja
3. Certifikatën e deklaramentit të TVSh-së nga ATK-ja
4. Operatori ekonomik të jetë i licencuar sipas procedurave ligjore
5. Dëshmia e kontrollit teknik të automjetit, të ketë numër të mjaftueshëm të autobusëve dhe për nevojat e shkollës.



**- Verifikimi i gjendjes teknike të automjetit për udhëtim:**

1. Dëshmia e kontrollit teknik të automjetit
2. Autobusi të jetë komfor dhe me klimë
3. Certifikata e autobusit sipas licencës “D”
4. Lloji i mjetit të transportit (autobus, minibus).

**- Organizimi i logjistikës gjatë udhëtimit turistik**

1. Dëshmi për shëndetin fizik dhe mendor të shoferit të autobusit
2. Dëshmi të kompetencës së plotë profesionale të shoferëve (CPC)
3. Dëshmi për gjendjen psiko-fizike të udhëheqësit të grupit
4. Shpërndarja e pijeve (kafeve, lëngje frutave) gjatë udhëtimit etj
5. Organizimi i ndaljeve të jashtëzakonshme gjatë udhëtimit

Faza e dytë është faza e realizimit të udhëtimit të grupit turistik. Është fazë e rëndësishme e organizimit të udhëtimit të grupit turistik. Suksesi i realizimit të aktiviteteve në fazën e dytë varet nga realizimi i suksesshëm i marrjes së vendimeve për kryerjen e aktiviteteve në fazën e parë.

Gjatë fazës së dytë, paraprakisht në itinerarin e udhëtimit, parashihen ndalesat gjatë rrugës për ta mundur monotoninë e udhëtimit të udhëtarëve. Kjo zakonisht bëhet në restorante apo në ndonjë pikë të furnizimit me karburant përgjatë rrugës së udhëtimit si dhe për kryerjen e nevojave fiziologjike. Me realizimin e fazës së dytë të udhëtimit turistik përfundon udhëtimi turistik në grup.



Faza e tretë është faza e përfundimit të udhëtimit turistik. Është momenti i zbritjes nga mjete të transportit në pikën e kthimit nga ku është bërë nisja për udhëtim turistik në grup. Kthimi në vendbanimin e përhershëm pas përfundimit të udhëtimit në grup dhe takimi me anëtarët e familjes, shoqërinë, është një gjendje psikologjike e cila manifestohet në mënyrë të ndryshme te personat e ndryshëm. Këtë gjendje psikologjike, me lot gëzimi, përqafime dhe puthje, e kemi provuar të gjithë.

Të gjitha përvojat gjatë udhëtimit turistik, pas udhëtimit turistik të secili anëtar i grupit, shndërrohen si motiv për ide të reja dhe kreative për ta dhënë kontributin më të madh të tyre në familje, në vendet e punës ku punojnë. Udhëtimi turistik në një masë të konsiderueshme ndikon në shtimin e aktivitetit të secili person i cili bën udhëtim turistik.



## 14. Detyrat dhe përgjegjësitë e udhëheqësit në mbyllje të turit

Udhëheqësi i grupit turistik mban përgjegjësi për organizimin e udhëtimit turistik që nga faza e parë e deri në fazën e fundit të udhëtimit. Udhëheqësi i grupit turistik mund të jetë vetë pronar i kompanisë turistike, por mund të jetë edhe punëmarrës në ndonjë kompani. Në të dyja rastet qëndrimet e udhëheqësit të grupit turistik duhet të jenë të njëjta në raport me plotësimin nevojave të anëtarëve të grupit turistik gjatë një udhëtimit turistik.

Udhëheqësi i grupit turistik e ka detyrim plotësimin e nevojave të grupit turistik gjatë udhëtimit turistik sepse secili anëtar i grupit turistik paguan çmimin e udhëtimit turistik, prandaj kur të paguhet çmimi duhen plotësuar të gjitha shërbimet gjatë një udhëtimit turistik ashtu sikurse janë paraparë me marrëveshjen -kontratën për organizimin e udhëtimit turistik në grup. Nëse ky moment organizohet në mënyrë korrekte, që nënkupton plotësimin e kërkesave të anëtarëve të grupit turistik, natyrisht secili anëtar i grupit turistik duhet të mbetet i kënaqur.



Secili udhëtim e ka koston e vet, respektivisht çmimin e udhëtimit. Ky çmim shërben për mbulimin e shpenzimeve të të gjitha shërbimeve të cilat i konsumon secili anëtar i grupit gjatë një udhëtimi turistik. Mirëpo, pasi të mbulohen shpenzimet e përmendura më sipër, një pjesë e çmimit të udhëtimit turistik duhet t'i mbetet edhe udhëheqësit të grupit turistik. Kjo pjesë e mbetur për udhëheqësin e grupit turistik është fitimi të cilin e realizon drejtuesi i grupit turistik të cilin ai e përdor për plotësimin e nevojave të veta, të shoqërisë dhe për zgjerimin e bazës materiale të biznesit të tij. Kur të dyja palët të cilat janë pajtuar më parë përmes një kontrate për udhëtim turistik janë të kënaqura atëherë mund të konstatojmë se të dyja palët janë të kënaqura me udhëtimin turistik.

Pas përfundimit të udhëtimit turistik të gjithë anëtarët e grupit turistik kthehen në stacionin prej të cilit janë nisur. Pasi të merren valixhet dhe përshëndeten anëtarët mes vete dhe me udhëheqësin e grupit, mund të konstatojmë se udhëtimi turistik është realizuar me sukses, vërejtje eventuale nuk ka dhe gjithçka ka vajtur si është planifikuar dhe secili shpërndahet nëpër shtëpitë e tyre.



## **15. Dokumentacioni kryesor për realizimin e udhëheqjes së grupit turistik**

Organizimi i sistemit të dokumentimit dhe i informimit janë dy shtylla kryesore për funksionimin e mirëfilltë të aktiviteteve në një biznes, organizatë, institucion etj. Pa marrë parasysh qëllimin e organizimit të udhëtimit, udhëheqësi i grupit turistik, para se të marrë një vendim për organizimin e një udhëtimi turistik, së pari duhet ta bëjë listimin e përgatitjes së aktiviteteve të ndryshme që kanë të bëjnë me informimin publik të qytetarëve (shpalljen e ftesës për ofertë, shpalljen e konkursit), përgatitjen e dokumentacioneve të nevojshme për udhëtim turistik etj. Këto veprime kompania turistike i bënë në tregun e brendshëm dhe të jashtëm turistik. Këto informacione mund të jenë edhe shkresa zyrtare të dokumentuara dhe të protokolluara (shpallja për ofertë, konkursi publik për udhëtim turistik në grup), të arkivuara në arkivat e kompanive turistike të cilat e praktikojnë organizimin e aktiviteteve të ndryshme për realizimin e udhëtimeve turistike në grup.



Nga pamundësia që t'i përmendim të gjitha, po ndalemi në disa informacione/kërkesa të cilat kanë të bëjnë me:

- Gjendjen e tregut turistik (ofertat turistike)
- Zgjedhjen e vendit të udhëtimit (vendi i udhëtimit) turistik
- Zgjedhjen e kohës së udhëtimit
- Zgjedhjen e hotelit ku do të akomodohen (vendosen turistët)
- Zgjedhjen e mjeteve të transportit (aeroplan, autobus, tren, anije, target etj.)
- Sigurimin e vizave për kalim dhe qarkullim të lirë ndërkufitar me shtetet ku zbatohen vizat për udhëtim të lirë dhe të sigurt nga vendet që kërkohen
- Analizën kost-benefit (shpenzimet e udhëtimit - qëndrimin - dobishmërinë). Palët kontraktuese janë të mendimit ta lidhin kontratën për udhëtim turistik. Janë pajtuar me çmimin e udhëtimit)
- Hartimin/pranimin e itinerarit të udhëtimit (ka të bëjë me hartën turistike, respektivisht drejtimin e një udhëtimi turistik)



- Ftesën për ofertë nga operatorët e ndryshëm në tregun turistik që të aplikojnë për organizimin e udhëtimit turistik në grup
- Shpalljen konkursit (ftesën për ofertë), mbylljen e konkursit dhe shpalljen e fituesit në mjete informimi nga anëtarët e komisionit selektues
- Përgatitjen e kontratës për udhëtim turistik dhe plotësimin e gjashtë pikave si kriter për ta nënshkruar kontratën dhe për ta paraparë në ftesën për ofertë të paraqitura në këtë doracak
- Faturën e udhëtimit turistik (çmimi i udhëtimit, akomodimit për një person)
- Pagesën e premisë-policës së sigurimit për sigurimin e shëndetit dhe të jetës së qytetarëve si dhe të bagazhit gjatë qëndrimit në një udhëtim turistik.

Pakoja e sigurimit të udhëtarëve turistik përmban:

- Shpenzimet për mjekim gjatë udhëtimit
- Sigurim nga fatkeqësitë gjatë udhëtimit, shpenzime të tjera
- Bagazhi dhe ndërrimi i dokumenteve të udhëtimit
- Humbja e bagazhit gjatë udhëtimit turistik
- Vjedhja e bagazhit, dëmtimi apo edhe shkatërrimi i bagazhit gjatë udhëtimit turistik etj.
- Lidhjen e marrëveshjes për udhëtim me palët në interes etj. Pasi të bëhet përgatitja paraprake e të gjitha informacioneve - kërkesave të dokumentuara - udhëheqësi i grupit turistik merr vendim për shpalljen e konkursit. Konkursi shpallet në mjete të informimit në një afat nga 8-15 ditë. Pas kësaj merret vendimi për formimin e komisionit për vlerësimin e ofertave.
- Analizohen të gjitha ofertat, pastaj selektohen më së paku tri më ekonomike dhe nga të tria, pasi të bëhet analiza e mirë, komisioni vendos për operatorin ekonomik më të përshtatshëm. Mbahet një procesverbal për mënyrën e përzgjedhjes, pastaj i njëjti vendoset në tabelën e informimit po





në të njëjtin vend ku është bërë edhe shpallja e konkursit. Konfirmimi i fituesit më të përshtatshëm ekonomik bëhet në tabelën e shpalljeve përmes procesverbalit të komisionit përzgjedhës. Të gjithë anëtarët pjesëmarrës në konkurrencë informohen me telefon për rezultatin se cili operator ekonomik e ka fituar mundësinë që ta marrë përsipër organizimin e udhëtimit turistik. Një nga anëtarët e komisionit lidhë marrëveshjen-kontratën për realizimin e udhëtimit turistik dhe i njëjti fillon drejtimin e aktivitetit turistik - udhëtimin e grupit turistik.





## II. TEKNIKAT E KOMUNIKIMIT NË UDHËHEQJEN E GRUPIT TURISTIK

### 1. Rëndësia e komunikimit në profesionin e udhëheqësit të grupit turistik

Pajisja me aftësi për t'i zbatuar rregullat dhe teknikat e komunikimit të drejtpërdrejtë me klientin dhe furnitorët e shërbimeve turistike, për ta mbajtur korrespondencën zyrtare, për të kryer biseda të suksesshme shitjeje, si dhe për ta prezantuar produktin turistik përmes telefonit, e-mailit, mediave sociale etj., i shërben udhëheqësit të grupit turistik për ta kryer punën e vet në mënyrë profesionale.



Media  
Sociale



## 2. Llojet dhe veçoritë e komunikimit me turistët

### - **Komunikimi i drejtpërdrejtë me klientin**

Bëhet duke biseduar drejtpërdrejt me klientin në agjencinë turistike dhe të udhëtimit gjatë tureve apo ekspeditave në shoqërim të turistëve.

### - **Përdorimi i teknikave të komunikimit**

Udhëheqësi i grupit turistik gjatë tureve apo shoqërimit të turistëve apo grupeve turistike përdor teknika të ndryshme të komunikimit verbal dhe joverbal.



### - **Përdorimi i zërit dhe i mënyrës së të folurit**

Përdor teknikat e frymëmarrjes, qetësimit, shtendosjes gjatë komunikimit duke eliminuar frymëmarrjen e gabuar.



#### - Mjetet shprehëse melodioze, artikulatore

Përdor drejt tonalitetin e zërit, mënyrën e të folurit, artikulimin e drejtë për një komunikim efektiv me grupet turistike. Këtu ndershmëria është shumë me rëndësi. Sa herë që ju jeni duke shprehur vetveten, duke biseduar në mënyrë të besueshme dhe të ndershme, kjo do të dërgojë sinjal që ju keni besim në audiencën tuaj.





Shprehuni qartë dhe në mënyrë të përshtatshme. Gjithashtu, përpiquni të jeni të saktë dhe preciz lidhur me subjektin për të cilin jeni duke biseduar.



**- Përdorimi i mesazheve të gjuhës së trupit**

është e rëndësishme që udhëheqësi i grupit turistik ta përdorë gjuhën e trupit për transmetimin e mesazheve për grupet turistike që i udhëheq si mjete shprehëse të komunikimit në punën e vet. Kjo i ndihmon për të pasur një qasje fleksibile të të shprehurit të artikuluar.



### - Interpretimi i sinjaleve të gjuhës së trupit

udhëheqësi duhet të dijë t'i interpretojë sinjalet e gjuhës së trupit në komunikim me grupin turistik, duke përdorur mimikën, lëvizjet e trupit, qëndrimin, sjelljet.





### - Të dëgjuarit aktiv

do të thotë t'i zbatojë teknikat e të dëgjuarit aktiv. Të fokusoheni në atë që bashkëbiseduesi ose pala tjetër është duke thënë dhe reflektuar në këtë përmbajtje në komunikimin e mëtutjeshëm.



### - Përgatitja e një prezantimi

do të përgatisë prezantime dhe të dallojë elementet e një prezantimi, si: mjetet vizuale, emocionet, defektet, vëmendjen, të vendosë dhe të arrijë qëllime gjatë prezantimeve. Elementet e një fjalimi ose prezantimi të suksesshëm efektiv dhe bindës janë ta bindësh klientin ose vizitorin se ju jeni i besueshëm dhe besoni në çështjet që prezantoni dhe atë e bëni me pasion. Fitoje besimin duke demonstruar ekspertizën dhe njohuritë adekuate tuaja, duke prezantuar fakte, të dhëna statistikore relevante ose qëndrime të tjerëve, së bashku me përvojën tuaj, që ta bëni audiencën ta besojë atë që ju e thoni. Përpiquni t'i bindni vizitorët në atë që prezantoni, me entuziazmin tuaj, pasionin dhe suksesin që ta nxitni përcjelljen e tyre me emocione dhe kënaqësi.



- **Ndërtimi i fjalive, gabimet retorike, stresi dhe tensionet** të ndërtojë fjali duke eliminuar gabimet retorike, stresin dhe tensionet. Pra, të punojë nën presion, duke qenë i vëmendshëm për përgjegjësinë e punës që bën.







**- Biseda sqaruese dhe argumentuese**

çdoherë duhet të jetë të japë sqarime dhe argumente për pyetjet e shtruar nga turistët apo grupet turistike.



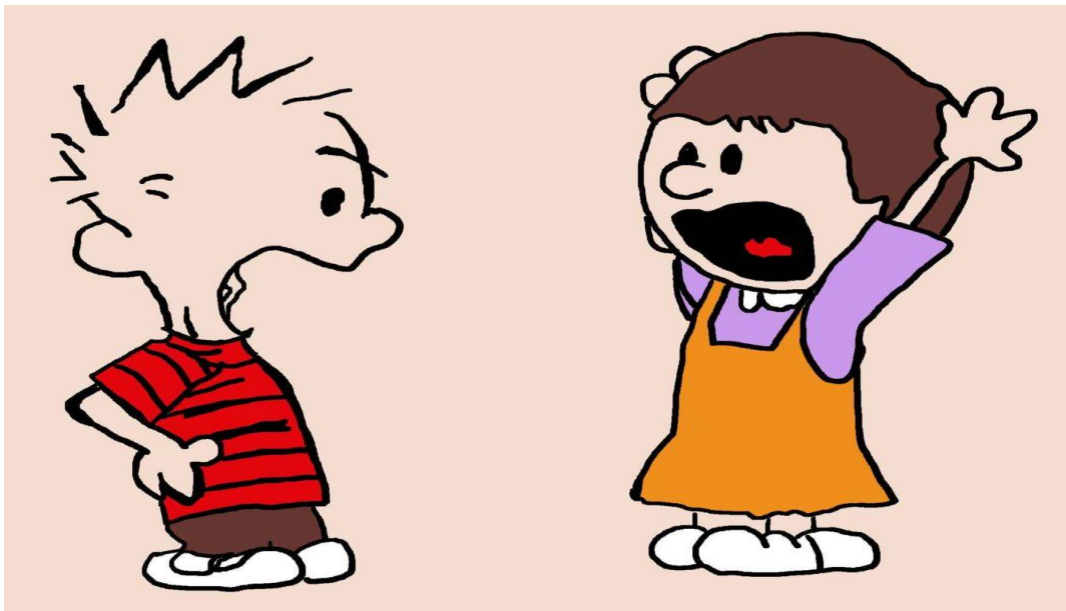
**- Argumentimi bindës**

t'i bindë bashkëbiseduesit duke përdorur teknika të argumentimit



**- Sjellja vetjake në biseda**

çdoherë duhet pasur kujdes dhe ta analizojë sjelljen vetjake në biseda me klientët.





### 3. Modele të ndryshme të komunikimit

të ndërtojë modele të ndryshme të komunikimit bazuar në raste dhe situata të ndryshme gjatë punës me klientë apo grupe turistike.



- Njohje e shkëlqyeshme e gjuhëve të huaja (një ose më shumë)
- Duhet ikur nga fjalët e pakuptueshme, duke përdorur fjalë të thjeshta, që mund të kuptohen me lehtësi
- Duhet ikur nga theksi rajonal
- Përdor sinonimet për t'i qartësuar, shpjeguar ose përshkruar gjërat
- Përdor komunikim joverbal ose “gjuhën e trupit”, në situata ose gjëra të vështira
- Duhet folur me zë që të dëgjohesh plotësisht, as me atë të ulët dhe as me zë tepër të lartë
- Përformoni komentaret tuaj në mënyrë të relaksuar dhe zbavitëse (duke mos harruar së turistët janë aty të kënaqen dhe t'i bartin përshtypjet e paharrueshme).



#### **4. Aftësitë dhe teknikat e prezantimit dhe interpretimit të të folurit në publik**

- Fillo çdoherë duke përmendur pikat e përbashkëta dhe prano mendimet ndryshe nga të tjerët
- Te komunikimi joverbal, ajo çka ti bën dhe si e bën është më e rëndësishme se ajo që e thua apo fjalët tua
- Përmend dhe komuniko diçka që të tjerët mund ta konsiderojnë të përshtatshme dhe të nevojshme
- Kur të flasësh atë ta bësh me vetëbesim, të jesh bindës, por jo emocional
- T'i mbash mendimet e ndryshme jashtë nga niveli personal. “Atako” mendimet e ndryshme dhe kundërshtuese, por mos sulmo personin ose personat që e thonë atë mendim
- Ta mbash interpretimin dhe prezantimin në mënyrë logjike dhe të organizuar dhe evito përzierjen e koncepteve dhe ideve. Përpiku të jesh i qartë dhe efektiv
- Përmbaju principit “Thuaje të parën së pari”, duke iu përmbajtur objektivit që pretendon ose ke për qëllim, gjithsesi duke pasur parasysh mesazhin kryesor që do ta transmetosh
- Ta kesh parasysh audiencën që të përcjellë, pritjet e saj, njohuritë e saj të mëparshme lidhur me subjektin e prezantimit, nivelin e tyre të edukimit dhe arsimimit, kulturën e tyre biznesore ose qytetare, si dhe përshtat bisedën në mënyrë të përshtatshme. Përshtypja e parë është shumë e rëndësishme, sidomos kur keni të bëni me audiencën e panjohur, duke mos u lavdëruar dhe paraqitur si shumë i mençur.



- Keni kujdes në zgjedhjen e kanaleve më të përshtatshme të komunikimit, nëse është nevoja të përdorni më shumë se një kanal. Që të keni sukses në përcjelljen e mesazhit tuaj, duhen përdorur kanalet më të përshtatshme të komunikimit.



## 5. Gjuha e trupit dhe teknikat e saj në komunikim

- Shikoje në sy personin që të pyet



- Dëgjoji mirë jo vetëm fjalët, por edhe tonin me të cilin pyet personi
- Përcille lëvizjen ose gjuhën e trupit dhe shprehjet në fytyrën e pyetësit
- Nëse pyetja është pak më e gjatë, bëja me dije pyetësit që je duke e dëgjuar, duke u shprehur me një “po”, “e shoh”, “e kuptoj”
- Falënderoje çdoherë personin për pyetjen ose komentin
- Para se të përgjigjesh, pusho për pak dhe sqaroji vetes tënde atë që ke dëgjuar
- Kërko sqarime shtesë nëse nuk e ke kuptuar plotësisht pyetjen.



Çdoherë të silleni me respekt ndaj personave që bëjnë pyetje ose ndonjë koment. Ndonëse mund edhe të mos pajtoheni me personin i cili shtron pyetjen ose bën ndonjë koment (shembull i përgjegjës, “e shoh se jeni mjaft i përkushtuar në këtë temë; ndonëse respektoj mendimin tuaj, megjithatë unë nuk mendoj njësoj, ngaqë...” - dhe e jepni mendimin tuaj).



## **6. Bashkëveprimi i udhëheqësit të grupit turistik me agjencinë turistike**

Puna dhe angazhimi i udhëheqësit turistik fillon sapo ta pranojë detyrën nga organizatori i udhëtimit, qoftë ai vendor a ndërkombëtar. Pranimi i detyrës mund të jetë formal. Me nënshkrimin e kontratës mbi angazhimin e caktuar kohor ose për një udhëtim ose tur të organizuar, ndonëse udhëheqësi i grupit turistik mund të angazhohet vetëm në një segment kohor ose lokalitet të caktuar.



Udhëheqësi i grupit turistik, pas pranimit të angazhimit, përcjellë grupin gjatë tërë udhëtimit, nga vendi i nisjes përgjatë udhëtimit, gjatë qëndrimit në vendin dhe pastaj gjatë kthimit në vendin e origjinës. Meqë rezervimet në të gjitha fazat i bën zakonisht organizatori i udhëtimit, udhëheqësi duhet t'i bëjë të gjitha konsultat paraprake me të dhe ta pranojë itinerarin, programin e turit, listën e udhëtarëve të konfirmuar, vauçerët, instruksionet për turistët me kërkesa të veçanta (alergjikët, vegjetarianët, pirësit e duhanit, të sëmurit kronikë etj.), si dhe kontaktet me partnerët ose personat kontaktues në vend. Para nisjes, udhëheqësi i grupit turistik konfirmon agjendat e udhëtimit, rezervimet, ditët e qëndrimit dhe situatën aktuale në vend.

Organizatorët e udhëtimeve, zakonisht është fjala për operatorët turistikë ose agjencitë turistike organizatore, në kuadër të zhvillimit dhe menaxhimit të destinacionit kanë rolin kryesor për hartimin e itinerarit dhe programit të turit, gjegjësisht paketës turistike, konform rregullatives ligjore në kuadër të sektorit. Pra, operatori turistik në përgjithësi përgatit përmbajtjen e vizitës dhe qëndrimit në destinacion, gjegjësisht në partneritet dhe bashkëpunim me ofruesit e shërbimeve, siç janë objektet e akomodimit, objektet e gastronomisë, transportit turistik dhe ofruesit e tjerë të shërbimeve. Ai harton,





dizajnon, promovon, oferton dhe shet produktet në formë të paketave ose përvojave në tregun turistik. Paraprakisht bëhet hulumtimi i tregut të kërkesës sipas segmenteve dhe tipologjisë përkatëse të tij, kështu që organizimi i udhëtimeve për grupet turistike bëhet konform kërkesave dhe nevojave të konsumatorëve ose tregut të targetuar. Kjo punë është jashtëzakonisht e ndjeshme dhe me shumë përgjegjësi jo vetëm për organizatorin e udhëtimit, por për tërë zinxhirin e vlerës në destinacion. Kuptohet, komponentët kryesorë të paketës turistike bëhen në bashkëpunim dhe komunikim të shërbimeve profesionale dhe organizative të operatorit turistik, në radhë të parë me partnerët dhe vizitorët si subjekt kryesor dhe vendimtar të udhëtimit, si dhe me ofruesit e shërbimeve, duke negociuar dhe u marrë vesh për përmbajtjen dhe koston e paketës ose produktit. Në këtë fazë ndikimi i udhëheqësit turistik mund të jetë vetëm këshillues ose asistues dhe ekzekutiv.





## **7. Rastet e bashkëpunimit të udhëheqësit të grupit turistik me njësitë akomoduese**

Udhëheqësi i grupit turistik, varësisht nga koha e angazhimit të tij, pas pranimit të itinerarit, programit të turit, kontakteve me personat përgjegjës - ofrues të të gjitha shërbimeve, vëzhgon me kujdes tërë përmbajtjen dhe listën e vizitorëve, me kërkesat e tyre specifike. Pa humbur kohë, kontakton ofruesit e shërbimeve për t'u siguruar lidhur me kohën dhe shërbimet e kontraktuara nga organizatori. Në situata të caktuara, aspekti i sigurisë dhe klimatik, i pajton me organizatorin e udhëtimit alternativat eventuale të programit ose segmenteve të caktuara të tij.

Në pikën e kontaktit të parë mikpritës (aeroporti, stacioni i autobusëve, pika kufitare etj.) udhëheqësi kontakton fillimisht me liderin e grupit, i shpreh atij dhe tërë grupit mirëseardhje. Kujdeset për numërimin e vizitorëve së bashku me liderin, kurse së bashku me vozitësin dhe ndihmësin e tij eventual, organizojnë menaxhimin e bagazhit dhe vendosjen e tij adekuate në mjetin transportues.

Para mbërritjes në objektet akomoduese, kontakton me nikoqirët lidhur me përgatitjen e tyre për mirëpritjen e vizitorëve, lidhur me qasjen në objekt, bartjen e bagazhit te recepcioni dhe sjelljet me përgjegjësi gjatë “check”-init ose pritjes në ardhje. Edhe gjatë përfundimit të akomodimit në objekte, udhëheqësi turistik së bashku me liderin dhe stafin e recepcionit ndihmojnë gjatë menaxhimit të bagazhit, dorëzimit të çelësave (“check-out”), ua përkujtojnë vizitorëve të kontrollojnë mos harrojnë ndonjë gjë dhe pasaportat.



shutterstock.com • 84490015

## 8. Rastet e bashkëpunimit të udhëheqësit të grupit turistik me njësitë gastronomike

Me objektet e gastronomisë udhëheqësit turistikë kontaktojnë para arritjes që të sigurohen se tryeza është shtruar dhe janë bërë përgatitjet për pritjen e turistëve, duke ua përkujtuar edhe një herë shërbimet për meny. Gjithashtu, nëse udhëtohet me mjetet e transportit, kërkohet ndihmë lidhur me mundësitë e ndalimit sa më të afërm. Me rastin e arritjes në objektin e gastronomisë, udhëheqësi turistik pa vonesë hyn në sallën e pritjes dhe takon përgjegjësin e ndërrimit. Së bashku me mikpritësin, ndihmon në uljen e vizitorëve, duke pasur kujdes lidhur me individët e caktuar (zonjat, më të vjetrit, personat me nevoja etj.). Edhe një herë konsultohet lidhur me shërbimet, njoftohet me shërbyesit ose kamerierët, u tërheq vërejtjen që të janë të kujdesshëm me vizitorët, kontrollon shërbimet e ofruara, së bashku me liderin bëjnë prezantimin e gjellëve, ndryshimet eventuale, si dhe sasinë dhe cilësinë e ushqimit dhe të shërbimit. Në rast të kërkesave individuale të pijeve freskuese, jashtë menysë, duhet informuar lideri dhe kërkuesit e tyre me çmimet për një njësi. Zakonisht, me ndihmën e shefit të ndërrimit ose



kuzhinës, në kërkesë edhe të vizitorëve, mund të shpjegohet në esencë përmbajtja e ushqimeve, zakonisht pjatës kryesore dhe ëmbëlsirës. Në fund të shërbimit udhëheqësi turistik barazon llogarinë me shefin e restorantit dhe nënshkruan faturën, duke marrë kopjen e caktuar, gjersa së bashku me liderin e turit mbledhin nga shfrytëzuesit e pijeve pagesën adekuate.



Për krijimin e një pakete turistike për sektorin e gastronomisë në lidhje me turizmin e orientuar të gastronomisë është i domosdoshëm krijimi i një rrjeti midis restoranteve dhe bizneseve të restoranteve, dyqaneve, guidave turistike, sportive, shoqatave kulturore dhe sportive, autoriteteve lokale etj. Në fakt, edhe pse një restorant mund të ketë klientelën e vet të rregullt dhe ofron paketën e tij, me siguri do të përfitojë në drejtim të dukshmërisë nëse ai merr pjesë në një paketë të parakrijuar në rast të ndonjë ngjarje, apo të ndonjë produkti linje (linjës së kërpudhave etj.)



Elementët bazë, për krijimin e një pakete turistike për sektorin e gastronomisë, për restorantet dhe për raste relevante të ngjashme janë:

- Vënia e theksit në kuzhinën lokale dhe rizbulimi i recetave tradicionale
- Vënia e theksit në produktet lokale duke shkruar në meny vendin prej nga këto produkte vijnë
- Marrëveshjet me shoqëruesit për t'i vizituar fermat apo për të planifikuar ekskursione në lidhje me gastronominë lokale
- Organizimin e kurseve të gatimit, që t'i përfshijë klientët në përgatitjen e ushqimit/gjellëve.



Disa sugjerime për aktivitete në lidhje me gastronominë:

- Përshtatja e aktivitetit me një produkt (djathë etj.), trajnimi i pronarit të restorantit mbi karakteristikat e produktit dhe ofrimi i mundësisë për ta vizituar zonën e prodhimit dhe për të blerë me çmime të ulëta
- Organizimi i një panairi mbi kuzhinën lokale, dedikuar gatimeve të tjera të traditës
- Organizimi i panireve të gastronomisë lidhur me shfaqje muzikore, kabare etj., gjithashtu duke respektuar zakonet lokale
- Program të gastronomisë në lidhje me aktivitetet, si pjesë e aktiviteteve të tjera jogastronomike. Në këto raste roli i luajtur nga restorantet do të jetë përshtatja e vetvetes me temën kryesore të aktivitetit.



## **9. Rastet e bashkëpunimit të udhëheqësit të grupit turistik me qendra të tjera atraksionesh**

Udhëheqësi i grupit turistik komunikon dhe sigurohet për mbarëvajtjen e vizitave në atraksionet ose ngjarjet e caktuara, duke kontaktuar paraprakisht me organizatorët e shërbimeve, guidat e specializuara ose eskortat. Me objektet dhe strukturat akomoduese, ushqimi dhe pijet, infrastruktura e trafikut dhe sistemi i transporteve turistike. Përmbajtjet dhe objektet komplementare në fushën e: sportit, evenimentet, zbavitjet.

Objektet komplementare mund të jenë: të përhershme (objektet e rekreacionit, të sportit dhe kulturore), si dhe të rastit (zbavitje, evenimente kulturore, të artit etj.).



Kërkesat e domosdoshme të resurseve njerëzore siç janë:

- Edukimi qytetar dhe kulturor



- Përgatitja teknike dhe profesionale
- Vetëdijesimi
- Gatishmëria për t'i ndihmuar të tjerët, dhe
- Sensi i mikpritjes
- Turizmi - industri e mikpritjes





### III. VEÇORITË E PAKETAVE TURISTIKE

Paketat turistike janë oferta të publikuara në mjete të informimit publik nga ana e agjencive si persona fizikë dhe juridikë të licencuar për realizimin e një udhëtimi turistik, të cilat organizohen nga agjencitë e ndryshme turistike. Duke u nisur nga ky fakt, mund të themi se paketat turistike janë mjete për realizimin e një udhëtimi turistik për plotësimin e qëllimeve të caktuara të qytetarëve. Se cilat qëllime duam të realizojmë gjatë një udhëtimi turistik më së miri vërejmë në organogramin në vijim të këtij teksti.

#### 1. Llojet dhe elementet përbërëse të paketës turistike



Qëllimet e udhëtimit turistik janë të llojllojshme. Ato janë të lidhura me nevojat e udhëtarëve turistikë. Paketat turistike organizohen në të katër stinët e vitit për qëllime të ndryshme:

- Për pushime vjetore
- Për hulumtime dhe studime shkencore (konferenca të ndryshme)
- Për sport, rekreacion dhe kulturë



- Për vizita shëndetësore dhe mjekim
- Për pjesëmarrje në ngjarje të ndryshme historike të kulturës botërore
- Për pelegrinazh etj.

Paketa turistike është një listë e informacioneve të paracaktuara dhe të shpenzimeve të parallogaritura për shërbimet të cilat i ofrojnë dhe në realitet i bëjnë agjencitë turistike gjatë udhëtimit të qytetarëve në një udhëtim turistik.

Paketa turistike është një produkt - mall turistik i cili ka çmimin e tij. Këto paketa mund t'i shesin vetëm agjencitë e ndryshme turistike të cilët janë të regjistruara si person fizik dhe juridik. Me fjalë të tjera, paketën turistike si mall mund ta shesin vetëm personat e licencuar fizikë dhe juridikë.



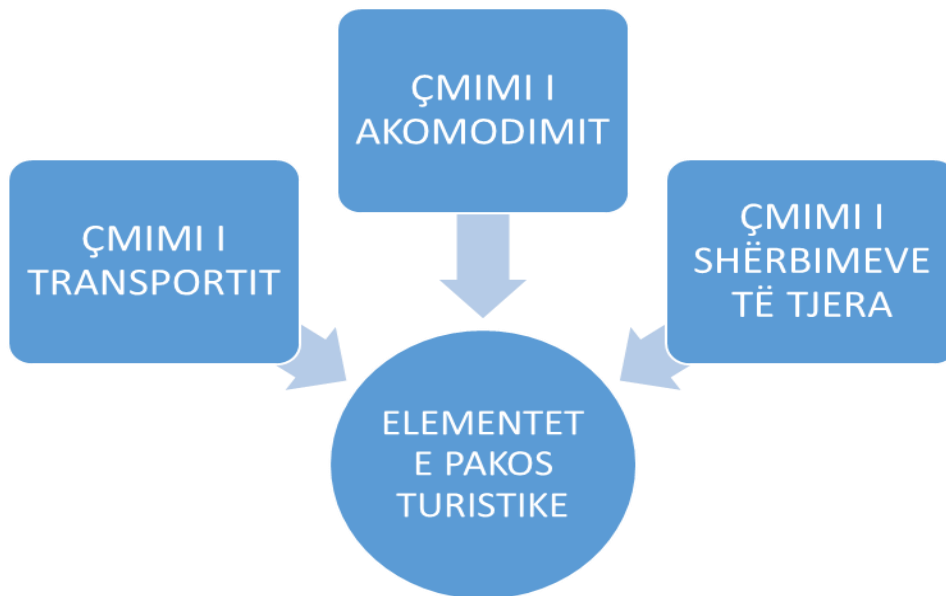
Paketa turistike ka listën e shërbimeve turistike me çmimet përkatëse. Çmimi i saj ndryshon në bazë të ndryshimit të gjendjes së ofertës dhe kërkesës për shërbime turistike në tregun turistik.



Paketa turistike ka elementet e veta përcjellëse të shprehura në njësi monetare. Ato janë:

1. Çmimi i transportit të udhëtarëve
2. Çmimi i akomodimit të udhëtarëve dhe
3. Çmimi i shërbimeve të tjera - plotësuese për udhëtarët gjatë një udhëtimi turistik.

Paketat turistike të udhëtimit turistik në literaturën shkencore i gjejmë edhe si “paketa udhëtimi” të cilat në vete përmbajnë transportin, akomodimin dhe organizimin e disa shërbimeve shtesë. Kjo më së miri vërehet në organogramin në vijim të këtij teksti.



Pas të gjithave këtyre që u thanë për paketat turistike, mund ta nxjerrim përfundimin se secila paketë turistike i ka shumë veçori dhe ato janë:

- a) Është mjet për realizimin e një udhëtimi turistik
- b) Është mall si secili mall tjetër në treg
- c) E ka çmimin e vet (të tregut)
- d) Është një tërësi kompakte (i ka elementet e veta)



e) Ka bazën juridike (shitjen e saj e bëjnë vetëm personat e licencuar fizikë dhe juridikë).



Paketat turistike si mjet turistik sajohen për udhëtime individuale dhe grupe turistike në shërbim të turistëve dhe kanë qëllim të dyfishtë si për shfrytëzuesin e paketës turistike, po ashtu edhe për shitësin e paketës turistike. Në njërin anë blerësi i paketës turistike (udhëtari turistik apo grupi turistik) shfrytëzon paketën turistike për plotësimin e nevojave të veta, ndërsa shitësi në anën tjetër e shet shërbimin për qëllime të përfitimit për një udhëtim turistik i cili është më gjatë se njëzetekatër orë. Në paketën turistike përfshihet transporti i udhëtarëve - turistëve, i bagazhit dhe akomodimi i turistëve. Mund të parashihen edhe shërbime shtesë gjatë udhëtimit.



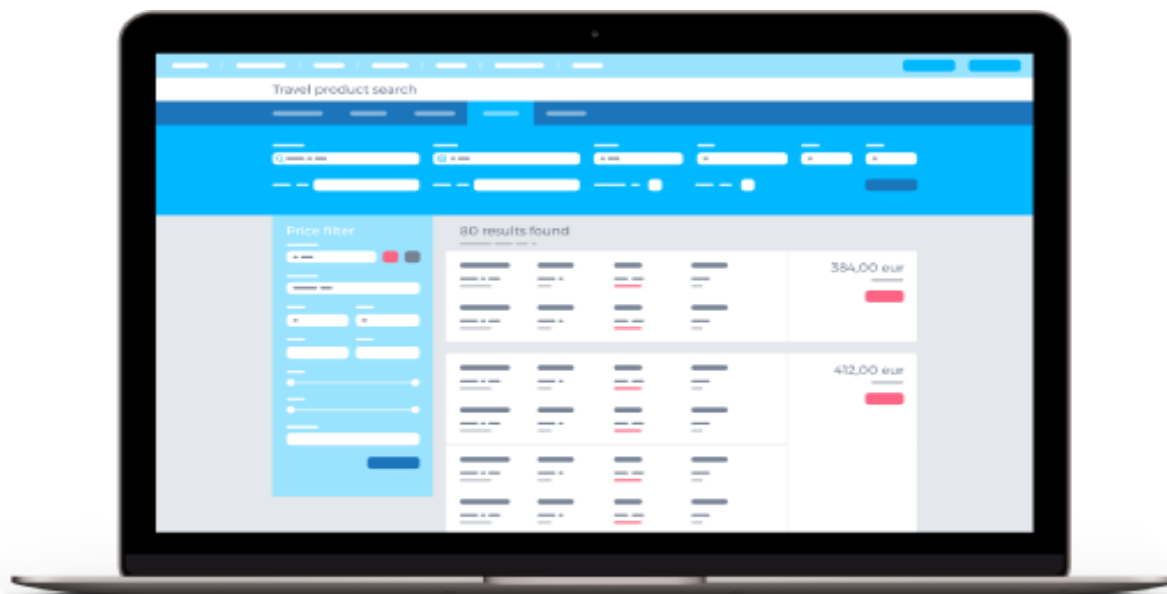
Paketa turistike është mall në treg. Ajo ka çmimin e vet. Çmimi i paketës turistike varet nga numri i pakove turistike të ofruara në tregun turistik dhe nga kërkesa e udhëtarëve turistikë për to. Tregu është arenë e ndryshimeve të mëdha dinamike. Këto ndryshime kanë të bëjnë me ndryshimin e ofertës dhe të kërkesës për mallra dhe shërbime. Kur oferta e pakove turistike është e barabartë me kërkesën e pakove turistike, atëherë gjendja në treg është stabile, e ashtuquajtur “ekuilibri ekonomik” dhe çmimet e pakove turistike mbesin të pandryshuara (p. sh., çmimi i udhëtimit vajtje-ardhje gjatë sezonit turistik Prishtinë - Durrës për disa vjet me radhë është 15 €/ person).

Elementet e pakos turistike janë transporti, shërbimi dhe çmimi për transport dhe shërbim. Paketa turistike në tregun turistik është mall i cili është objekt i këmbimit me para si secili mall tjetër. Paketa turistike mund të këmbehet me para, por ky këmbim duhet të organizohet me kontratë mbi shitjen e paketës turistike. Shitja e pakos turistike është e rregulluar me



Kontratën Ndërkombëtare të Udhëtimit, e nënshkruar në Bruksel në vitin 1970.

Gjatë shitjes së pakove turistike me ligj është paraparë edhe shitja e pakos turistike përmes rezervimit elektronik. Kjo shitje mund të bëhet e pjesshme, me avance apo edhe shitje e plotë e pakos turistike, duke paguar në llogarinë e shitësit të pakos në mënyrë elektronike. Edhe pse e kemi blerë një pako turistike, por për shkaqe të ndryshme të natyrës objektive apo subjektive nuk kemi mundësi ta realizojmë udhëtimin turistik, po ashtu me ligj është paraparë mundësia e anulimit dhe e transferimit të pakos turistike të një udhëtar apo grup tjetër turistik. Në këto raste është i paraparë edhe kthimi i parave, por nuk përjashtohet edhe mundësia e pagesave të penalltive për pakon turistike të mosrealizuar - refuzuar nga blerësi i pakos. Në kushtet e tanishme të zhvillimit ekonomik dhe shoqëror pakot turistike mund të rezervohen, blihen, shiten, transferohen në mënyrë elektronike nëpërmjet rrjetit elektronik.





## 2. Burimet për hartimin e një pakete turistike

Qëllimi është që aftëson nxënësit për të hartuar itinerare dhe programe udhëtimi të ndryshme duke përdorur manualë, dokumente të fluturimeve ajrore, lundrimeve detare, harta turistike si dhe programe të thjeshta kompjuterike për gjetje të ofertave.

Agjencitë turistike janë bartëse për hartimin e paketave turistike. Ato bëjnë shpalljen publike nëpër mjete të komunikimit masiv duke i informuar qytetarët për ofertat e tyre turistike për qëllime të ndryshme të udhëtimit. Paketat turistike bëhen për udhëtime turistike për festa të ndryshme, pjesëmarrje në ndjekjen e lojërave të ndryshme sportive olimpike apo në futboll, basketboll, përcjelljen e ndonjë festivali apo ndonjë koncerti etj.

Si mjete të komunikimit masiv janë:

- Fletëshpalosjet
- Pllakatet
- Billbordet
- Reklamimet në gazeta ditore
- Njoftimet në internet (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter etj).





Pakoja turistike na paraqet një grumbull të informacioneve nga agjencitë turistike për:

- Destinacionin e udhëtimit turistik
- Mjetet e transportit me të cilat organizohet udhëtimi turistik
- Kohën e organizimit të udhëtimit
- Vendqëndrimin
- Llojin e hotelit (sipas kategorive)
- Akomodimin në hotel
- Llojin e pensionit dhe
- Çmimin e pensionit për person

Pagesa e pakos turistike për një udhëtim turistik mund të bëhet në zyrat e agjencive turistike, por e njëjta pagesë mund të bëhet nga largësia (në distancë) në mënyrë elektronike duke kredituar mjete financiare nga llogaria rrjedhëse e udhëtarit turistik në llogarinë e agjencisë turistike. Gjetja e paketave turistike bëhet duke kërkuar në internet, ku në adresa të ndryshme mund të gjejmë lloj-lloj paketash turistike, ndërsa informacione shtesë mund të gjejmë nëse klikojmë në adresën e paraqitur në uebfaqe të ndryshme.







### 3. Llojet e akomodimit dhe atraksioneve

Para se të nisemi në një udhëtim turistik shpeshherë mendjen e kemi kryesisht të çështja se si do të organizohet udhëtimi, cilat janë kushtet e udhëtimit dhe a do të plotësohen qëllimet dhe nevojat tona për një udhëtim turistik.

Akomodimi turistik nënkupton komoditet në vozitje me mjete transporti, vendosje në hotele, motele, hostele, bujtina etj. gjatë një udhëtimi turistik. Jo rrallëherë ka ndodhur që një udhëtim turistik nuk është realizuar ashtu si është planifikuar me kontratë të udhëtimit turistik, po pjesërisht. Si rezultat i këtyre konflikteve, për mospërmbushjen e interesave reciproke, ka ardhur deri te konfliktet e ndryshme, të cilat në disa raste janë zgjidhur me ndihmën e organeve të drejtësisë.

Akomodimi nënkupton realizimin e kënaqësive optimale nga një udhëtim turistik konform nënshkrimit të marrëveshjes për udhëtim turistik me udhëheqësin e grupit turistik apo me agjencinë turistikë. Po ashtu, akomodimi nënkupton vendosjen komode në autobus cilësor, në hotele të kategorive të ndryshme me pesë, katër dhe tre yje, motele, hostele, bujtina, kabina etj.





Shtrohet pyetja se çfarë do të jetë akomodimi gjatë një udhëtimi turistik?

Përgjigjja është kjo: Akomodimi do të jetë në nivelin e dëshiruar të kënaqësive nëse edhe pagesa e shërbimeve gjatë një udhëtimi turistik është e arsyeshme.

Në mënyrë që akomodimi të jetë i kënaqshëm, edhe kundërvlera e shërbimeve e shprehur në para (si shpenzim) e cila i paguhet agjencisë apo udhëheqësit të grupit turistik është reale. Nëse akomodimi është i cilësisë së lartë atëherë edhe çmimi për këtë akomodim është i lartë dhe i arsyeshëm.

Çmimi i arsyeshëm i akomodimit është ajo vlerë e shprehur në para e cila paguhet për akomodim.

Shtrohet pyetja se cili çmim i akomodimit është i arsyeshëm?

Është ai çmim i cili mbulon shpenzimet e akomodimit të turistëve gjatë një udhëtimi turistik dhe i cili, pasi të paguhet nga ai detyrimet ndaj shoqërisë, pjesa e mbetur është fitim i udhëheqësit turistik. Prandaj vlen parimi se akomodimi i mirë kërkon pagesë të mirë.

Hotelet me pesë yje kanë komoditet dhe çmim më të lartë sesa hotelet me katër yje për faktin se këto dy hotele nuk janë të një kategorie. Te hotelet me pesë yje akomodimi është më i përshtatshëm dhe çmimi për akomodim është më i lartë në krahasim me hotelin me katër yje ku komoditeti është më i ulët, por edhe çmimi për secilin shërbim është më i ulët. Prandaj, duke marrë parasysh këto, mund t'ju rekomandojmë: Kur udhëtoni drejt një vendi llogaritni se akomodimi është një proces shumë i rëndësishëm. Së pari vendosni të akomodoheni në hotele sepse, pastaj, nëse nuk ka vende në to, zgjidhni motele, hostele, bujtina etj., sepse nga hotelet e deri te bujtinat akomodimi përherë është më i lirë.

Akomodimi është një proces shumë i rëndësishëm dhe nuk nënkupton vetëm transportin, vendosjen në hotel, por edhe ushqimin, shërbime të tjera si muzikën, WI/FI, fitnes, masazhe, parking, basenet brenda dhe jashtë hotelit, pastrimin e rrobave etj.



#### **4. Hartimi i itinerarit dhe programeve të udhëtimit duke përdorur harta turistike**

Marrja e kërkesës nga klienti sipas procedurave; specifikimi i kërkesës së klientit sipas rregullit; leximi i hartave të ndryshme turistike bazuar në kërkesat e klientit; ndërtimi i itinerareve bazuar në kërkesën e klientit; ndërtimi i programeve të udhëtimit bazuar në kërkesën e klientit; prezantimi i programeve të udhëtimit dhe itinerareve të klientit; këshillimi i klientit për ta realizuar udhëtimin e kërkuar.



#### **5. Hartimi i itinerarit dhe programit të udhëtimit duke përdorur manuale dhe dokumente të fluturimeve dhe lundrimeve**

Marrja e kërkesës nga klienti sipas procedurave; specifikimi sipas rregullit i kërkesës së klientit; përdorimi i manualeve dhe dokumenteve të fluturimeve dhe lundrimeve bazuar në kërkesën e klientit; ndërtimi i itinerareve bazuar në kërkesën e klientit; ndërtimi i programeve të udhëtimit bazuar në kërkesën



e klientit; prezantimi i programeve të udhëtimit dhe itinerareve të klientit; këshillimi i klientit për ta realizuar udhëtimin e kërkuar.



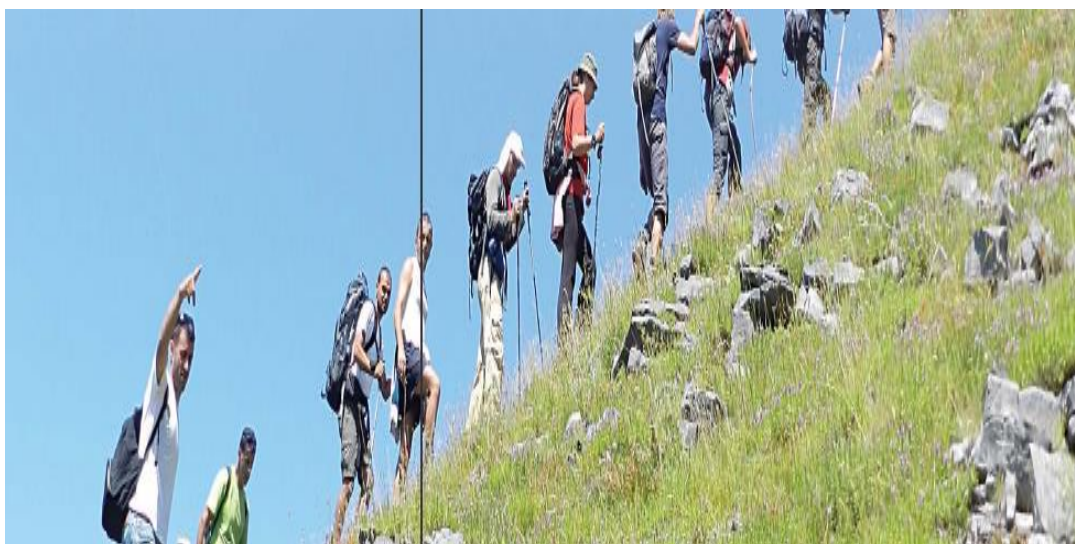
## **6. Hartimi i itinerareve dhe programeve të udhëtimit duke përdorur programe të thjeshta kompjuterike**

Ta pranojë kërkesën nga klienti sipas procedurave; ta specifikojë sipas rregullit kërkesën e klientit; të përdorë programe të thjeshta kompjuterike bazuar në kërkesën e klientit; të ndërtojë itinerare bazuar në kërkesën e klientit; të ndërtojë programe udhëtimi bazuar në kërkesën e klientit; të prezantojë programe të udhëtimit dhe itinerare të klientit; ta këshillojë klientin për ta realizuar udhëtimin e kërkuar.



## 7. Mënyrat për përzgjedhjen e informacionit të nevojshëm

- Përcjell ndryshimet më të reja në tregun e turizmit; bën hulumtim për mundësi të zhvillimit të ofertave të reja; viziton vende të cilat mund t'i inkorporojë në idetë për paketa të reja turistike;
- Përcjell ndryshimet ekonomike përmes pyetësorëve, anketave të ndryshme dhe kontakton klientët e rregullt dhe merr opinionin e tyre; propozon dhe asiston në përgatitjen e pakove të reja turistike për grupe vizitorësh; sigurohet që ideja nuk është plagjiaturë; mbledh informacione rreth mundësisë së ekzistimit të produkteve të njëjta apo të ngjashme te konkurrentët; nëse ekzistojnë produkte të ngjashme te konkurrentët, sigurohet që të dallohen maksimalisht këto produkte;



## 8. Mënyrat për përzgjedhjen e elementeve promovuese të turit

Ky funksion ka të bëjë me hulumtimin dhe planifikimin e vendeve turistike, si:

- Identifikimin e vendeve turistike (muzeumet, monumentet kulturore-historike); gjen burime të ndryshme të informatave për vende të ndryshme turistike; burimet e informatave të jenë të sakta dhe interesante për turistët; koleksionon informatat në bazë të nevojave dhe interesit të turistëve; njohuri të mira mbi kulturën dhe traditat e vendeve partnere, posaçërisht të vendit tonë; njohuri të mira të vendeve kulturore të vendit tonë; njohuri të mira demografike të territorit të Kosovës; njohuri mbi teknologjinë informative: Internet, Microsoft Office, rrjete sociale etj.
- Siguron transportin e turistëve; të ketë kontakte me personat përkatës të kompanive të ndryshme transportuese; të bëjë një listë me ofertues të ndryshëm për transport dhe ta përzgjedhë ofruesin më ekonomik; të sigurohet që ofertuesi i përzgjedhur është komod, i sigurt dhe t'i respektojë oraret e caktuara.



- Ofron informacione për vendet që do të vizitohen dhe bën përgatitjen e prezantimeve për vende të caktuara; përgatitet informata shtesë për vendet që do të vizitohen nga turistët; i informon turistët për kohën e saktë të vizitës së vendit turistik; në bazë të karakteristikave të nevojshme dhe interesit të vizitorëve ndan kohën për vendet që do të vizitohen; kontrollon të dhënat me kujdes, në mënyrë që të evitohet përputhja me ndonjë eveniment tjetër të rëndësishëm; sigurohet që janë kontaktuar të gjithë klientët potencialë për pjesëmarrje.

## **9. Mënyrat dhe kanalet e marketingut të paketës turistike**

Mbledh informacione nga fusha e ekonomisë, turizmit dhe marketingut;  
Përpunon dhe paraqet informacione të detajuara lidhur me paketat turistike;

Rifreskon informatat dhe ndryshimet për paketat turistike;

Merr “feedback” nga ana e klientëve pasi kanë shfrytëzuar pakon turistike të blerë;

Mbledh informata dhe hulumton ide lidhur me dizajnin e broshurave;

Paraqet ide lidhur me pamjen dhe përmbajtjen e broshurave;

Sigurohet që të gjitha informatat, që klienti duhet t’i dijë, janë të përfshira në broshurë;

Sugjeron që broshurat të jenë shpërndarë në vende adekuate, me frekuentim më të madh;

Përcakton kohën adekuate për promovim të programit turistik, në bazë të sezonit dhe llojit të programit;

Kupton qartë qëllimin e grupit;

Përzgjedh aktivitetin promovues më të përshtatshëm për ta promovuar programin përkatës, qoftë reklama televizive, promocion përmes promotorëve, komunikimit gojor, tubime promovuese, fllajera etj.;



Sigurohet që promovioni lidhur me programin përkatës turistik t'i arrijë qëllimet e grupit të paracaktuar.



## 10. Rëndësia e itinerarit në paketën turistike

Ndonëse itinerarin dhe paketën turistike zakonisht e përgatitë tour operatori ndërkombëtar, kjo bëhet në bashkëpunim edhe me përkrahjen e agjencisë turistike në destinacion, i cili do ta realizojë programin e udhëtimit ose turin në destinacion. Gjithashtu, është e nevojshme që turi të testohet në terren, para ardhjes së grupit të turistëve, si për nga përmbajtja, aspekti kohor, po ashtu edhe për nga mundësia e ndikimit të faktorëve të paparaparë, gjatë hartimit të itinerarit dhe paketës turistike. Për këtë arsye, rekomandohet testimi i turit në terren, mundësisht para konfirmimit final të rezervimeve. Megjithatë, përveç faktorëve të paparaparë në terren, ndryshime mund të ketë edhe në aspektin e përmbajtjes heterogjene të grupit turistik, duke marrë parasysh:

- Moshën e turistëve





- Aftësitë e tyre për ecje të pavarur
- Interesimin e shtuar të individëve në kuadër të grupit lidhur me segmentet e itinerarit
- Kulturën dhe mënyrën e të ushqyerit
- Përmbajtjen nga konsumi i ushqimeve të caktuara (vegjetarianët, parimet religjioze etj.).

Për këto dhe arsye të tjera, pasi që janë bërë të gjitha përgatitjet dhe rezervimet, është konfirmuar ardhja dhe është dërguar lista e dhomave, udhëheqësi i grupit turistik, së bashku me përgjegjësit e agjencisë turistike në destinacion, duhet të bëjë një rishikim dhe një kontroll të dyfishtë të itinerarit. Të gjitha specifikat dhe ndryshimet eventuale, që mund të ndodhin edhe tek ofruesit e shërbimeve në destinacion, duhet të harmonizohen para se të arrijë grupi i turistëve. Në kërkesën e tour operatorit, ose me vetiniciativë, pasi të janë harmonizuar të gjitha, duhet të dërgohet një konfirmim final me të gjitha pikat e harmonizuara. Në rast të ndryshimit eventual të numrit të turistëve (më shumë ose më pak), duhet pa vonesë të informohen ofruesit e shërbimeve në destinacion (hotelet, transportuesi turistik, restorantet, objektet e caktuara të atraksionit etj.)