



DORACAKU PËR TURIZMIN RURAL

Gjithçka që duhet të dini nëse dëshironi të merreni me turizëm rural



Ky publikim është zhvilluar në kuadër të projektit “Shndrimi i fshatrave tonë në destinacione turistike”, i cili zbatohet nga Komuna e Pejës me Agjencinë për Zhvillim Rajonal – Perëndim në Kosovë, dhe me Agjencinë për Zhvillim Rajonal – Bjellashica, Komovi dhe Prokletije në Mal të Zi. Projekti është i financuar nga BE-ja përmes Programit të Bashkëpunimit Ndër-kufitar Mal i Zi – Kosovë.



Projektin e zbatojnë:



Komuna e Pejës



REGIONAL
DEVELOPMENT
AGENCY



REGIONAL DEVELOPMENT AGENCY
Bjellashica, Komovi & Prokletije

Projektin e bashkë-financojnë:

Projekti financohet nga:



Funded by
the European Union



MNE-KOS
IPA CROSS-BORDER COOPERATION PROGRAMME
MONTENEGRO-KOSOVO 2014-2020

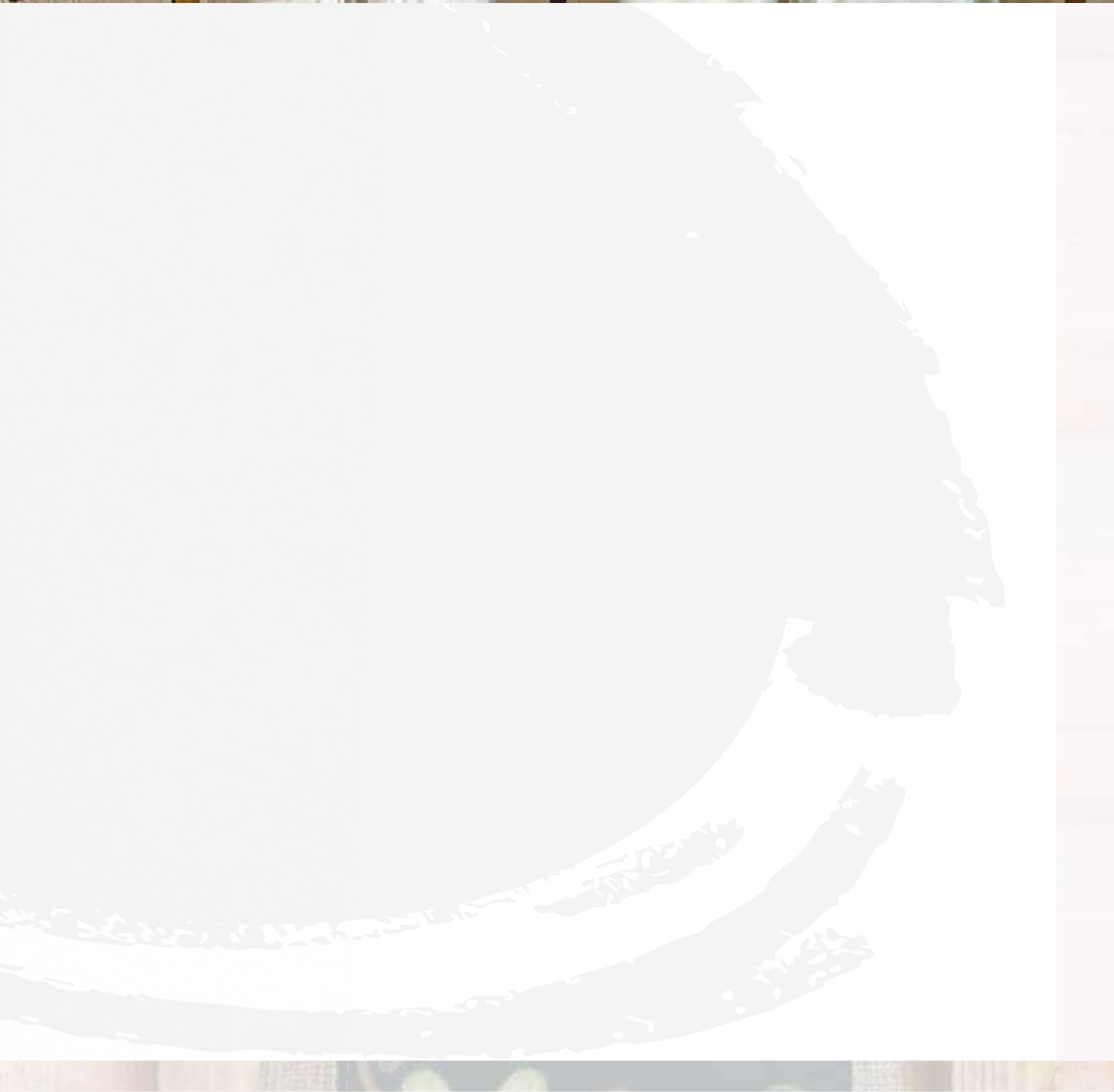


Komuna e Pejës



Ministarstvo javne uprave

Pikëpamjet e shprehura në këtë publikim janë përgjegjësi e vetme e Komunes së Pejës dhe AZHR -Perëndim, dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht pikëpamjet e donatorëve.





PËRMBAJTJA

7. HYRJE

8. TURIZMI RURAL

11. PËRKUFIZIMET KONCEPTUALE TË TURIZMIT RURAL

**17. ZHVILLIMI I QËNDRUESHËM SI KONCEPT DHE PARAKUSHT
PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT RURAL**

**21. TRENDET NË TURIZMIN RURAL - PSE NJERËZIT SHKOJNË NË
PUSHIME?**

23. RËNDËSIA E KOMUNITETIT LOKAL NË TURIZMIN RURAL

25. HARTA E RESURSEVE-MJEDISI I JUAJ

28. SI TË PAJISNI DHE ORGANIZONI AMVISËRINË TUAJ

39. LIBRI I ADRESAVE TË KLIENTËVE DHE LIBRI I PËRSHTYPJEVE

41. OFRIMI I SHËRBIMIT TË USHQIMIT DHE PIJEVE NË AMVISËRI

46. PLASIMI I PRODUKTEVE TË AMVISËRISË

49. PROMOVIMI DHE SHITJA E PRODUKTEVE TURISTIKE RURALE

**60. KOMUNIKIMI NË TURIZMIN RURAL NË RAPORT NIKOQIR-
MYSAFIR**

62. POZICIONI I AMVISËRIVE RURALE NË TREGUN TURISTIK

**64. PYETJET MË TË ZAKONSHME NË TË CILAT NIKOQIRËT DUHET
TË DIJNË PËRGJIGJEN**

64. TË DREJTAT DHE OBLIGIMET E NIKOQIRIT DHE MYSAFIRIT

**67. ANIMACIONI DHE MENAXHIMI TURISTIK NË TURIZMIN
RURAL**

71. RREZIQET LIDHUR ME QËNDRIMIN NE NJË AMVISËRI RURALE

**72. EUROGITES- STANDARDET THEMELORE PËR VLERËSIMIN E
CILËSISË SË OBJEKTEVE TË AKOMODIMIT**

82. KRIZAT DHE NDIKIMI I TYRE NË TURIZM

87. KONKLUZIONI

90. ANEKSET



Në vitin 2025 do të bëhen 74 vjet nga krijimi i amvisërisë së parë turistike rurale. Pra, qysh në vitin 1951 në fshatin e vogël tipik Chandal á la Javie në Provence, Francë, senatori Emile Aubert nisi një pilot projekt për organizimin e shërbimeve turistike në amvisëritë turistike rurale, qëllimi i të cilit ishte ruajtja e zonave rurale, ndalimi i emigrimit të popullsisë nga zonat rurale, duke krijuar mundësi të reja për të ardhura nëpërmjet shërbimeve turistike dhe gjallërimit e bujqësisë lokale. Një hambar i vjetër, i ndërtuar tradicionalisht, i braktisur, në pronësi të barinjve dhe fermerëve lokal është shndërruar në një shtëpi, pra në një shtëpi pushimi dhe është emëruar "gites" (shtëpizë). Nga ajo shtëpizë e vogël, ku është zbatuar me sukses ky pilot projekt, filloi zhvillimi i turizmit rural siç e njohim sot.

Në kohën e sotme të stresit, mungesës së kohës, mungesës së aktiviteteve cilësore, turizmi rural përfaqëson një mundësi të shkëlqyer për të shpëtuar nga një përditshmëri kaq stresuese dhe ofron mundësinë e një pushimi të këndshëm që ngjall nostalgji për kohët e shkuara.

Sa është mënyra e jetesës rurale si dhe aktivitetet që kryhen në fshat – në radhë të parë përmes bujqësisë, vërtetë e vlefshme dhe e domosdoshme, flet hulumtimi i revistës britanike Country Living (Jeta në fshat) me rezultate shumë interesante. Nga 1,000 të anketuarë, 41% thanë se shpërngulja në fshat kishte sjellë emocione në jetën e tyre, ndërsa 39% thanë se jeta e tyre ishte përmirësuar ose prisnin që kjo të ndodhte. Shumica dërrmuese konsiderojnë se jeta në fshat është më e mirë për shëndetin, ka më pak krim dhe presin të jetojnë më gjatë. Në mesin e atyre që janë shpërngul në fshat, 44% thanë se kalojnë më shumë kohë me partnerin e tyre, 38% kanë më shumë miq të përbashkët, 27% grinden më rrallë dhe niveli i përgjithshëm i kënaqësisë është më i lartë tek njerëzit që janë zhvendosur nga mjedisi urban në atë rural sesa mes atyre që nuk janë shpërngulur.

Mënyra moderne e jetesës së njeriut të sotëm: ritmi i shpejtë, stresi, tjetërsimi, mungesa e kohës për veten dhe familjen, ushqimi i pashëndetshëm dhe i shpejtë, më shumë sëmundje, imponon nevojën për t'u çlodhur me tingujt e natyrës, me aktivitet fizik dhe rekreacion, në përafrim me natyrën...

Nga sa më sipër, motivet e ardhjes në fshat janë: qetësia, natyra e pastër, ndërveprimi me njerëz të rinj (nikoqirët), ushqimi i shëndetshëm, slow food (“ngrënia e ngadaltë”, pra shijimi i ushqimit), ritmi i lehtë, aktiviteti fizik, koha e lirë, janë disa nga arsyet për shfaqjen dhe ekzistimin e turizmit rural si turizëm i fokusuar tek mysafiri individual dhe nevojat e tij.

Interesi për t'u angazhuar në turizmin rural është vazhdimisht në rritje për shkak të ekzistencës së zonave rurale ende tërheqëse dhe "të paprekura" me një mënyrë jetese, kulturë dhe zakone të përcaktuara saktësisht, nevojën e madhe për të ruajtur zona të tilla, për t'i dhënë popullatës mundësinë e përfitimit të të ardhurave nga shërbimet turistike dhe ruajtja e shërbimeve dhe produkteve burimore duke krijuar oferta për një pushim më ndryshe.

TURIZMI RURAL

Turizmi rural është një fenomen sa i vjetër aq dhe i ri. Interesi për rekreacionin në zonat rurale filloi të rritet tashmë në shekullin e 20-të, si një reagim ndaj presionit të urbanizimit dhe industrializimit në rritje.

Turizmi rural mbështetet në nevojën e banorëve të qytetit për qetësi dhe hapësirë për rekreacion sportiv në natyrë. Turizmi rural përfshin vizitën e parqeve kombëtare dhe natyrore dhe trashëgimisë tjetër në zonën rurale, më pas udhëtimet panoramike, shijimin e ambienteve rurale dhe qëndrimin në amvisëritë rurale turistike. Ajo që është specifike për produktin e turizmit rural është përpjekja për t'i ofruar vizitorit kontaktin personal, ndjenjën e mjedisit fizik dhe njerëzor në zonën rurale dhe sa më shumë që të jetë e mundur t'i jepet mundësia për të marrë pjesë në aktivitetet, traditat dhe stilin e jetesës së popullatës lokale.

Sipas përkufizimit më të gjerë të Këshillit të Evropës¹⁾: “Turizmi që përfshin të gjitha aktivitetet në zonën rurale dhe karakteristikat më të rëndësishme të këtij turizmi janë mjedisi i qetë, mjedisi i ruajtur, mungesa e zhurmës,

1) Këshilli i Evropës është një organizatë rajonale ndërkombëtare e vendeve evropiane, selia e të cilit është në Strasburg

komunikimi me nikoqirin, ushqimi lokal dhe njohje me punët e fshatit“.

Turizmi rural është një formë e tillë turizmi që përfshin kompleksitetin e të gjitha aktiviteteve dhe aspekteve të të gjithë produktit turistik -rekreacionin në ambientin rural, duke shijuar kohën e lirë dhe qetësinë e zonave rurale, duke shijuar natyrën dhe peizazhet e ndryshme, parqet kombëtare, parqet natyrore, turizmin kulturor, turizmin në familjet rurale.

Duke u nisur nga përkufizimi i sipërpërmendur i turizmit rural dhe duke i shtuar atij komponentin e zhvillimit të qëndrueshëm, që është sot faktori bazë i turizmit rural, rezulton se në zonat rurale shfaqen forma të ndryshme të aktivitetit turistik:

agroturizëm, amvisëritë rurale, ferma: turistët vëzhgojnë ose marrin pjesë në aktivitete tradicionale bujqësore, pa ndikime negative në ekosistem ose në produktivitetin e amvisërisë rurale;

aktivitete në natyrë (rekreacion dhe pushim): qëllimi është kryesisht rekreacioni, kështu që praktikisht nuk ka ndikime negative mjedisore;

ekoturizmi: është "përgjegjës" për turizmin që mbështet mbrojtjen e burimeve natyrore, si dhe ruajtjen e nivelit të arritur të mirëqenies dhe vlerave sociale të popullsisë lokale;

përvoja rurale (turizmi rural): turistët "zhyten" në jetën e përditshme të fshatit ndërsa vendbanimet rurale përfitojnë përmes përfitimeve ekonomike dhe aktiviteteve tjera turistike;

turizmi kulturor: i referohet kulturës, historisë, arkeologjisë dhe përcaktuesve të tjerë kulturorë të zonës rurale në fjalë;

forma të tjera të kombinuara të turizmit me interes të veçantë: udhëtime turistike në zonat rurale dhe të ngjashme, si dhe të gjitha shërbimet që plotësojnë akomodimin - ngjarje të ndryshme, festivale, rekreacion në natyrë, prodhim dhe shitje të suvenireve dhe produkteve bujqësore lokale, etj.

Turizmi rural përfshin jo vetëm turizmin në familjet rurale ose agroturizmin, por edhe disa pushime në natyrë, udhëtime në zonat rurale si dhe turizmin akomodues. Përveç akomodimit, shërbimi përfshin edhe evente, festivale, rekreacion, prodhim dhe shitje të prodhimeve punë dore, artizanale dhe bujqësore.

Turizmi rural nuk është një fenomen i ri në Evropë. Destinacionet turistike rurale mund të përkufizohen si zona që janë veçuar në mënyrë

Dukja e amvisërive rurale (shembull)



specifike dhe të prezantuara para turistëve si një vend për t'u vizituar, ku kënaqësia dhe aktivitetet në natyrë janë motivi kryesor i vizitës.

Këto mund të jenë grupe vendbanimesh, rrethe ose rajone më të vogla që përkufizohen sipas topografisë ose peizazhit të tyre, të cilat formojnë një unitet në aspektin turistik dhe ku turizmi është një produkt i koordinuar nga një ose më shumë autoritete ose organizata.

Si karakteristika më domethënëse të kërkesës moderne turistike, të rëndësishme për zhvillimin e turizmit në zonat rurale mund të veçohen në vijim:

- rriten kërkesat për cilësi ekologjike dhe funksion shëndetësor-rekreativ të zonave pritëse;
- rritet numri i turistëve, motoja bazë në jetë e të cilëve është kthimi i njeriut në natyrë dhe vlerave të saj burimore;
- masivizohet lëvizja e të ashtuquajturve "konsumatorë të gjelbër" sjellja e të cilëve në tregun turistik përcaktohet kryesisht nga motivet dhe vlerat ekologjike; po zgjerohet kërkesa për destinacione "të gjelbra" dhe "të bardha", zona rurale të paurbanizuara dhe të mbrojtura natyrore, si dhe për fshatra me vlera të rëndësishme kulturore dhe historike;
- kërkohet freskimi nëpërmjet kontrastit të shprehur në marrëdhëniet midis qytetit dhe fshatit, ultësirës dhe malit;
- rritet kërkesa për turizmin rural dhe agroturizëm, e cila kërkon akomodim në lloje të ndryshme të objekteve (shtëpi rurale, hotele të vogla, pansione, motele, etj.);
- kërkohet hapësirë e pastër dhe e lirë e përshtatshme për lëvizje, vetëshprehje dhe rekreacion;
- interesi në rritje për argëtimin dhe kohën e lirë, karakteristikat fetare dhe kulturore, vlerat ekologjike (mjedis dhe ushqim i shëndetshëm), si dhe përmbajtje të shumta "unike" bazuar në karakteristikat specifike të destinacioneve të caktuara;

PËRKUFIZIMET E TURIZMIT RURAL

Përkufizimet e "rurales" ndryshojnë si në shtrirje ashtu edhe në kuptim. Ato prirën të shprehin dallimet kulturore ndërmjet, dhe nevojave funksionale brenda, rajoneve dhe vendeve. Emërtimi "turizëm rural" është i pranuar në shumë vende



“Rural tourism” (Angli), „Tourisme rural” (Francë), „Turismo rurale” (Itali).

Turizmi rural është një mjet për rigjallërimin e zonave rurale të braktisura, i cili siguron qëndrueshmërinë e tyre në të ardhmen nëpërmjet ruajtjes ose krijimit të vendeve të reja të punës dhe rritjes së diversitetit të profesioneve. Turizmi rural fokusohet gjithashtu në ruajtjen e burimeve natyrore dhe mbështet ruajtjen e zejeve rurale si një atraksion turistik. Qëllimi kryesor i turizmit rural është t'i sigurojë popullatës rurale të ardhura shtesë dhe në këtë mënyrë të përmirësojë standardin e tyre të jetesës dhe të reduktojë emigracionin.

Koncepti i turizmit rural ka shumë interpretime. Disa teoricienë e lidhin turizmin rural me termin “pushime në tokë” ku turistët kalojnë pushimet, dhe bëjnë aktivitete rekreative në një mjedis rural në një fermë, vilë ose zona përreth. Disa prej tyre shprehen se turizmi rural zhvillohet domosdoshmërisht në një mjedis jourban. Për shembull, aktivitetet rekreative në zonat e egra, parqet kombëtare dhe pyjet.

Kuptimi i turizmit rural dhe interpretimet e tij ndryshojnë nga vendi në vend, kryesisht për shkak të vështirësisë për të përcaktuar se çfarë është “rurale”. Përveç kësaj, zonat rurale kanë probleme specifike që



i bëjnë ato unike: shpopullimi, niveli i zhvillimit të infrastrukturës dhe superstrukturës, niveli i shfrytëzimit të tokës bujqësore, politika agrare, rrjetet e partneriteteve të fermave bujqësore dhe komuniteteve lokale, zhvillimi i aktiviteteve të ndryshme ekonomike...

Duke parë të gjitha avantazhet dhe disavantazhet e zonave rurale, elementët kryesorë të turizmit rural janë si në vijim:

- zhvillohet në zonat rurale,
- funksionalisht është i drejtuar në zona rurale: hapësira e hapur, kontakti me natyrën,
- trashëgimia, shoqëritë "tradicionale" dhe mënyra "tradicionale" e jetesës dhe gjenerimit të të ardhurave,
- lejon pjesëmarrjen në aktivitetet, traditat dhe mënyrën e jetesës së popullatës lokale,
- ofron kontakt të personalizuar, me karakter tradicional, duke u rritur ngadalë dhe organikisht, dhe i lidhur me familjet lokale.
- shpesh në masë të madhe kontrollohet në nivel lokal dhe zhvillohet për përfitimin afatgjatë të komunitetit lokal të një zone të caktuar,
- komuniteti rural përfiton një përqindje të lartë të të ardhurave nga turizmi.

Sipas disa autorëve, turizmi rural përfshin një numër të madh formash: agroturizëm, sportiv-rekreativ, aventuresk, shëndetësor, arsimor, kulturor, fetar, gjuetie, peshkimi, vere, gastronomik, aktivitete natyrore, eko-turizëm etj.

AGROTURIZËM: zhvillohet në ekonomitë bujqësore ku ka mundësi për të ofruar shërbime ushqimore dhe të pijeve si dhe shërbime akomodimi krahas aktivitetit bazë bujqësor.

TURIZMI I FERMAVE LOKALE: lidhur ekskluzivisht me objektet e fermës dhe më së shpeshti lidhur me turizmin, që përfshin qëndrimin dhe akomodimin në vetë fermën dhe përvojën e fituar në kryerjen e punëve në fermë.

TURIZMI I NATYRËS SË EGËR DHE PYLLIT: mund të kuptohet si pjesë e konceptit të turizmit rural dhe mund të konsiderohet edhe një formë në vete. Në shumë vende, ato nuk do të jenë shumë të rëndësishme ose rëndësia e tyre do të ndryshojë në mënyrë të konsiderueshme. Finlanda, për shembull, ka një traditë të gjatë lokale të rekreacionit në pyll, ndërsa Britania e Madhe vetëm në vitet 1990 miratoi shumicën e planeve lokale në lidhje me pyjet që parashikojnë një hapësirë të caktuar për nevoja të rekreacionit, ndërsa interesat ekonomike dhe të qëndrueshmërisë mbështesin shumicën e propozimeve.

TURIZMI I GJELBËR: megjithëse në disa vende termi "turizëm i gjelbër" i referohet ekskluzivisht turizmit në mjedisin rural ("zonat e gjelbra"), ai përdoret kryesisht për të përshkruar forma të turizmit që janë më të orientuara drejt mjedisit sesa është rasti me turizmin tradicional, masiv. Shpesh përdoren sinonimet "turizëm alternativ", "përgjegjës", "i ri".

Turizmi i gjelbër përshkruhet si një qasje ndaj zhvillimit të turizmit që kërkon zhvillimin e një marrëdhënieje simbiotike me mjedisin fizik dhe social nga i cili varet, dhe në mënyrë implicite përpiqet të arrijë idealet e qëndrueshmërisë.

EKO TURIZMI: një formë turizmi që nënkupton promovim aktiv të mbrojtjes së natyrës dhe mjedisit dhe përfitim të drejtpërdrejtë për shoqëritë dhe kulturat lokale. Ai shihet si një mundësi për të integruar zhvillimin rural, turizmin, menaxhimin e burimeve dhe zonat e mbrojtura. Termi "turizëm rural" është pranuar nga Bashkimi Evropian dhe i referohet të gjitha aktiviteteve turistike në zonat rurale.







ZHVILLIMI I QËNDRUESHËM SI KONCEPT DHE PARAKUSHT PËR ZHVILLIMIN E TURIZMIT RURAL

Destinacionet turistike më tërheqëse sot janë ato që kanë një mjedis të ruajtur natyror dhe gjeografik, natyrë të mbrojtur dhe motive antropogjene turistike që tërheqin mysafirët.

“Koncepti i zhvillimit të qëndrueshëm nënkupton zhvillim të balancuar ekonomik, social dhe kulturor pa rrezikuar mjedisin, i cili do t’u mundësojë brezave të ardhshëm të zhvillohen në nivel të njëjtë ose më të lartë si brezat aktualë”

Prandaj duhet të ndërmerren masa të caktuara me qëllim të zhvillimit të qëndrueshëm të turizmit. Ato destinacione që nuk kanë mundësi të ofrojnë vlera të tilla turistike, përballen me një numër më të vogël të turistëve dhe rrjedhimisht të gjitha efektet e tjera negative të cilat reflektohen në një fluks më të vogël të të ardhurave.

Zhvillimi i qëndrueshëm përfshin tre parime kryesore: parimin ekologjik, socio-kulturor dhe ekonomik.

PARIMI EKOLOGJIK nënkupton një zhvillim të tillë të turizmit që nuk kundërshton proceset ekologjike dhe zhvillimin biologjik të zonës.

PARIMI SOCIO-KULTUROR tregon rritjen e pjesëmarrjes së komunitetit lokal dhe popullsisë lokale në vendim-marrje dhe planifikim zhvillimor. Ky parim lidhet me përpjekjet e bëra për ruajtjen dhe zhvillimin e rajonit.

PARIMI EKONOMIK përfaqëson një investim në zhvillimin e duhur të rajonit me qëllim të menaxhimit të duhur dhe krijimit të bazës për mbijetesën e brezave të ardhshëm.

Koncepti i zhvillimit të qëndrueshëm, si sfida më e rëndësishme e turizmit në shekullin XXI, duhet të bazohet në një parim integral që nënkupton lidhjen dhe bashkëpunimin e ndërsjellë të të gjithë faktorëve që ndikojnë në zhvillimin e turizmit. Realizimi i konceptit të turizmit të qëndrueshëm kërkon aktivitete të përbashkëta të të gjithë aktorëve të zhvillimit të turizmit (planifikuesve, ekspertëve nga profesione të ndryshme dhe vendim-marrësve në të gjitha nivelet).

Përkushtimi dhe zbatimi i vazhdueshëm i parimeve të zhvillimit të qëndrueshëm sjell një sërë avantazhesh për një numër të madh segmentesh – ekonominë e turizmit, turistët, komunitetet lokale, subjektet dhe promovuesit e mbrojtjes së mjedisit, si dhe shoqërinë në tërësi.

Një qasje integrale ndaj turizmit të qëndrueshëm respekton specifikat e të gjithë faktorëve dhe forcimin e interesave të tyre të përbashkët.

Përparësitë më domethënëse manifestohen në faktin se turizmi i qëndrueshëm:

- stimulon profitin e ekonomisë, rrit punësimin lokal, si drejtpërdrejt në turizëm ashtu edhe në aktivitete plotësuese, rrit standardin e jetesës së popullsisë në destinacionet turistike

- kontribuon në realizimin e fluksit valutor, i cili ka një rëndësi të madhe, si për komunitetin lokal, ashtu edhe për vendin në tërësi;
- vendimmarrjes, gjë që mundëson bashkëjetesë të barabartë me aktivitetet e tjera që janë të orientuara në burime të njëjta ose të ngjashme në zonën e caktuar;
- krijon ambiente rekreative që përveç turistëve lokal dhe të huaj, mund të shfrytëzohen edhe nga popullsia rezidente;
- përmirëson zhvillimin e trafikut, sistemeve të komunikimit dhe elementet të tjera vitale të infrastrukturës;
- stimulon zhvillimin e vetëdijës dhe të kuptuarit të ndikimit që ka turizmi në mjedis, vlerat e tij natyrore dhe kulturore;
- afirmon identitetin kulturor të komunitetit lokal dhe përmirëson komunikimin midis njerëzve me origjinë të ndryshme gjeografike, kombëtare dhe socio-kulturore;
- konfirmon rëndësinë e ruajtjes së vlerave natyrore dhe kulturore për prosperitetin ekonomik dhe social të komunitetit lokal.

Turistët duhet të mësojnë dhe të informohen në mënyra të ndryshme për mjedisin lokal, zakonet, kulturën, sjelljen, marrëdhëniet me popullsinë lokale si dhe mënyrën e përditshme të jetesës. Ata gjithashtu duhet të informohen për të gjitha dukuritë pozitive dhe negative në jetën e popullatës lokale, në mënyrë që të mos e vënë veten në rrezik apo të çenojnë të tjerët.

Politika e zhvillimit rural të BE-së përfaqëson përpunimin e modeleve të ndryshme të zhvillimit sipas kushteve dhe nevojave specifike të territorit. Kjo arrihet me harmonizimin e duhur të masave të katër komponentëve obliguese të programit të zhvillimit rural:

- Rritja e konkurrencës duke mbështetur zhvillimin e sektorit të bujqësisë,
- Përmirësimi i gjendjes së mjedisit dhe zonave natyrore, administrimi i tokave,
- Ndryshimi i ekonomisë rurale dhe përmirësimi i cilësisë së jetës në fshat,
- Mbështetje për zbatimin e strategjive të zhvillimit rural përmes programeve.

Vlerat kryesore të programeve evropiane janë një qasje e decentralizuar, integrale (nga poshtë lart) që bazohet në veçoritë e fushave të caktuara, përfshirjen e komunitetit dhe unifikimin e bartësve të zhvillimit në nivel lokal



dhe mundësinë e vënies në praktikë të ideve të perealizuara. Programet evropiane bazohen kryesisht në "përfarimin" e bartësve të zhvillimit, aktiviteteve dhe komponentëve lokale, vendosjen e "lidhjeve" midis pjesëmarrësve, aktiviteteve dhe zonave duke organizuar dhe udhëhequr partneritete "horizontale" lokale në mënyrë që të plotësojnë strukturat ekzistuese, si dhe financimin e decentralizimit dhe menaxhimin, rrjetëzimin dhe vendosjen e marrëdhënieve të partneritetit lokal dhe ndërkufitar ndërmjet zonave rurale. Ndryshimi i aktiviteteve ekonomike në fshat, ruajtja e peizazhit rural, mbrojtja dhe përmirësimi i mjedisit dhe riafirmimi i vlerave tradicionale kulturore të fshatit përbëjnë një parakusht dhe bazë për zhvillimin e turizmit rural.

Politikat e zhvillimit rural në BE fokusohen kryesisht në rritjen e konkurrencës në sektorin bujqësor, përmirësimin e cilësisë së mjedisit në fshatra, nëpërmjet mbështetjes së menaxhimit të tokës dhe përmirësimit të cilësisë së jetës në zonat rurale dhe ndryshimit të ekonomisë rurale.

TRENDET NË TURIZMIN RURAL - PSE NJERËZIT SHKOJNË NË PUSHIM?

Vitet e fundit janë vënë në pah interesat e turistëve për natyrën dhe natyrën ekologjike të pastër. Interesi për produktet bujqësore lokale është në rritje. Gjithnjë e më shumë vizitorë shfaqin interes për të njohur kulturën, zakonet dhe kushtet e jetesës në vendin dhe mjedisin ku qëndrojnë gjatë pushimeve të tyre. Është në rritje numri i mysafirëve që preferojnë qëndrimin turistik në një mjedis të shëndetshëm natyror në të cilin zbatohen normat ekologjike në menaxhimin e mbeturinave, përdorimin e plehrave, pesticideve etj. Ka një interes në rritje për të qëndruar në pronat bujqësore/agroturistike me prodhim organik.

Gjatë qëndrimit të tyre, turistët kërkojnë përmbushjen e dëshirave dhe hobive të tyre. Kështu, në turizmin rural nuk mjafton të sigurohet përmbushja e nevojave elementare (akomodimi dhe ushqimi), por edhe ato shtesë që lindin nga dëshira për plotësimin e plotë të kohës së lirë. Nga kjo rrjedh se është e nevojshme të sigurohet mundësia e përmbushjes së dëshirave dhe hobive të turistëve.

Cilësia është në trend. Cilësia e sotme nuk nënkupton luks. Cilësia nënkupton një produkt dhe shërbim të mirë. Rritja e cilësisë është çelësi i suksesit në turizëm. Cilësia nuk reflektohet vetëm në pajisje më të mira, por edhe në shërbimet e ofruara dhe kujdesin për mysafirët.

Sot turistët nuk i kalojnë pushimet vetëm në një vend. Ata i ndajnë pushimet e tyre në disa pjesë dhe e përdorin secilën në një vend të ndryshëm dhe në një mënyrë të ndryshme. Pushimet e shkurtra 2-4 ditë janë në trend. Për pushime të shkurtra ka një kërkesë të madhe për specifika të veçanta, si kalërimi, peshkimi, shëtitjet, alpinizmi etj. Mysafirët e tillë shquhen për konsumin e tyre më të lartë ditor. Tek turistët rritet ndërgjegjësimi dhe përgjegjësia për shëndetin e tyre. Turistët janë të gatshëm të bëjnë gjithçka për shëndetin e tyre, për të parandaluar sëmundjet. Kujdesi shëndetësor është në trend, ndaj familjet rurale pritet të përshtatin ofertën e tyre, e cila duhet të përfshijë elemente të shëndetit, ushqimit të shëndetshëm dhe aktiviteteve të ndryshme sportive e rekreative.

Në botë, ka pasur një ndryshim në strukturën e popullsisë në të cilën është rritur përqindja e brezit të vjetër (jetëgjatësi më e gjatë, vdekshmëri më e ulët). Në lëvizjet turistike, numri i “të moshuarve të rinj” është në rritje. Kujdes të veçantë duhet pasur për këtë trend gjatë krijimit të ofertës. Në këtë grup turistësh janë shtuar kërkesat mbi të gjitha për pushime aktive, shëtitje, sporte të lehta, ushqim organik. Turistët e moshuar kërkojnë shërbime akomodimi më cilësore dhe janë më të kujdesshëm kur ofrojnë shërbime. Ata janë të lumtur të bisedojnë me anëtarët e amvisërisë, të përfshihen në aksione të përbashkëta dhe lojëra shoqërore.

Një grup i madh i synuar dhe i rëndësishëm janë familjet me fëmijë. Për këtë grup të synuar duhet të hartohet një ofertë e përshtatshme, e cila do të jetë interesante mbi të gjitha për familjen dhe gjatë realizimit së cilës do të kënaqen të gjithë anëtarët.

Periodha e pushimit dhe relaksimit është e paimagjinueshme pa shkuar në ndonjë vend "tjetër". Është e qartë se ka disa arsye që na inkurajojnë të udhëtojmë më shpesh apo më rrallë. Megjithatë thelbi është kryesisht i ngjashëm ose i njëjtë, arsyet kryesore që njerëzit udhëtojnë janë:

PËR TË NDËRTUAR DHE FORCUAR LIDHJET - Arsyeja e parë është që familja të jetë bashkë. Anëtarët e familjes kalojnë gjithnjë e më pak kohë së bashku. Ata duan të ikin nga stresi, rutina e përditshme dhe ritmi i jetës. Udhëtimi shihet si një mundësi për të ripërtërirë marrëdhënien. Shumica duan gjithashtu të krijojnë miqësi të reja.

TË PËRMIRËSOJNË SHËNDETIN - Pushimi është shumë i rëndësishëm për shëndetin fizik dhe mendor të të gjithë familjes. Shumica e njerëzve që udhëtojnë duan të freskohen dhe përmirësojnë shëndetin e tyre duke marrë pjesë në aktivitete në natyrë.

TË PUSHOJNË DHE RELAKSOHEN - Ikja nga puna, brengat dhe lodhja u mundëson njerëzve të freskohen dhe të pushojnë.

PËR TË PËRJETUAR NJË AVENTURË - Shumë shkojnë me pushime në kërkim të një eksperience emocionuese që të ngjall emocionet. Aventura ofron emocionin që kërkojnë turistët.

TË IKIN - Shumica udhëtojnë për të pushuar nga brengat dhe stresi. Ata po kërkojnë diçka ndryshe: një klimë më të mirë, natyrë më të bukur, një ritëm më të ngadaltë të jetës, ajër më të pastër apo çdo gjë që nuk kanë në shtëpi.

PËR TË FITUAR NJOHURI TË REJA - Mësimi dhe zbulimi janë motive të forta për turistët arsimorë të sotëm. Njerëzit udhëtojnë për të mësuar ose përmirësuar gjuhën, studiojnë kulturën, provojnë specialitetet lokale, shqyrtojnë besimet e zonës, zbulojnë diçka për veten e tyre, etj. Ata duan të shohin, prekin dhe ndjejnë diçka të panjohur.

PËR TË SHËNUAR MOMENTET E VEÇANTA - Njerëzit shpesh shkojnë me pushime për të shënuar momentet e veçanta në jetë /martesë, ditëlindje, suksese në punë.../ Udhëtime të tilla mbeten në kujtesë për gjithë jetën.

PËR TË KURSYER PARA OSE KOHË - Paratë dhe koha pothuajse gjithmonë kufizojnë zgjedhjen e vendit të pushimit. Ato mund të kursehen nëse pushimi është më i shkurtër ose vendi i pushimit nuk është larg shtëpisë.

TË RIKUJTOHEN - Shumë njerëz udhëtojnë për të rikujtuar kujtime të këndshme. Qëndrimi në një amvisëri rurale ringjall kujtimet e mënyrës së mëparshme të jetesës.

RËNDËSIA E KOMUNITETIT LOKAL NË TURIZMIN RURAL

Në kushtet moderne, zhvillimi efektiv dhe i suksesshëm i komuniteteve lokale është vështirë të imagjinohet pa planifikim strategjik, i cili përfshin analizën, planifikimin, përcaktimin e qëllimeve, zbatimin dhe vlerësimin e efekteve të arritura. Zhvillimi rural është një segment i ndërlikuar socio-ekonomik që lidh çështje të shumta që lidhen me punësimin, bujqësinë, industrinë, veprimtaritë shërbyese etj. Disa zona rurale lokale po bëhen gjithnjë e më shumë vende të përshtatshme për një jetë cilësore të kategorive të ndryshme të popullsisë, duke marrë kështu funksionin e vendeve për pushim, rekreacion, turizëm etj.

Në këtë mënyrë zonat rurale me kalimin e kohës shndërrohen në vende konsumi dhe jo ekskluzivisht në vende prodhimi. Një ekonomi rurale e larmishme shkon përtej kufijve të prodhimit primar duke lidhur sektorin e shërbimeve, turizmin, industrinë, popullsinë rurale dhe urbane.

Zhvillimi rural dhe zhvillimi i turizmit rural si një element i rëndësishëm i zhvillimit ekonomik lokal është një proces sistematik që u mundëson akterëve lokalë të punojnë së bashku për të krijuar kushte më të mira për rritje ekonomike dhe për të përmirësuar cilësinë e jetës për të gjithë banorët e komunitetit lokal. Ai së bashku përcakton drejtimit e ardhshme të zhvillimit, përcakton qëllimet dhe përcakton mënyrat për t'i arritur ato. Ai është gjithashtu bazë për përcaktimin e planit të investimeve kapitale të komunitetit.

Zhvillimi rural tregon rëndësinë dhe aftësinë e komunitetit lokal për të jetuar dhe vepruar së bashku, bazuar në besimin reciprok, lidhjen, angazhimin dhe normat, gjë që u mundëson aktorëve shoqërorë të veprojnë më me sukses në veprimet individuale dhe kolektive, për të arritur qëllimet e përbashkëta.

Uniteti i plotë në nivel lokal dhe mënjanimi i çorganizimit është një faktor kyç për arritjen e suksesit në zhvillimin e turizmit lokal.

Nxitja e popullatës për zhvillimin e turizmit rural fillon me një grup të vogël të njerëzve që konsiderojnë se turizmi rural është një ide e "vlefshme". Në komunikimin e anëtarëve të komunitetit lokal, është e nevojshme të përcaktohen qëndrimet për konceptin e turizmit rural, sepse niveli i vizionit për zhvillimin dhe organizimin e turizmit rural është shumë i ndryshëm. Shtë e nevojshme të prezantohen të gjitha këndvështrimet e mundshme, përfshirë ato që më së shumti neglizhohen. Shtë shumë e rëndësishme që dikush që e shtyn komunitetin në drejtim të zhvillimit të turizmit rural të mos ndikojë që të gjithë të mendojnë njësoj. Qëllimi është të arrihet një bashkëpunim i fortë reciprok.

Qasja për planifikimin e turizmit rural duhet të bazohet në partneritetet sepse vetëm në këtë mënyrë është e mundur të sigurohet arritja e konsensusit për çështjet kyçe të komunitetit lokal dhe të mundësohet lindja e ndjenjës së pronësisë ("ownership") mbi qëllimet e zhvillimin rural dhe turizmin në përgjithësi. Gjithashtu, iniciativat e iniciuara nga popullata lokale kanë karakter të theksuar lokal dhe pasqyrojnë nevojat dhe qëllimet lokale.

Parimi i partneriteteve të bazuara në vend përfshin banorët, bizneset, liderët politikë lokalë, korporatat, shërbimet lokale shëndetësore dhe sociale,

organizatat rajonale të planifikimit, grupet mjedisore, shkollat dhe universitetet, organizatat fetare si dhe grupet e tjera të interesuara.

Planifikimi në zhvillimin e turizmit rural është një proces që jo vetëm siguron pjesëmarrjen e drejtpërdrejtë të të gjithë aktorëve përkatës në zbatimin e tij, por edhe e bën transparent vetë procesin e menaxhimit të komunitetit.

Bartësit e zhvillimit të turizmit rural duhet të monitorojnë vazhdimisht zhvillimin, të identifikojnë sa më shpejt sukseset apo dështimet dhe të krijojnë veprime ndërhyrjeje. Duke monitoruar vazhdimisht programet dhe projektet, është e mundur të përcaktohet nëse ka mundësi për të ndryshuar strategjinë, programet apo projektet.

Zhvillimi i komunitetit lokal nëpërmjet turizmit rural mund të arrihet me një qëndrim të përgjegjshëm të të gjithë komunitetit lokal dhe individëve.

HARTA E RESURSEVE– MJEDISI I JUAJ

Hartimi i një harte të resurseve është një aktivitet i pashmangshëm që duhet të zbatohet për të regjistruar të gjithë potencialin turistik të një destinacioni (fshat, rajon). Gjatë regjistrimit të resurseve, është e nevojshme të identifikohen gjeografikisht të gjitha burimet potenciale të territorit.

Harta e burimeve përbën të gjithë bazën për zhvillimin e turizmit në përgjithësi, veçanërisht për forma të veçanta të turizmit. Duhet të bëhet një regjistrim i plotë i burimeve në terren, për të parë mundësitë për zhvillimin e çdo forme të turizmit dhe valorizimin e vlerave individuale. Ky lloj regjistrimi na jep informacion nëse kemi kushtet dhe në çfarë drejtimi është e nevojshme të zhvillohen forma specifike të turizmit, përfshirë ato rurale, apo nuk kemi mundësi për këtë. Është evidente se një numër i madh i fshatrave nuk kanë një burim të vetëm që do të mundësonte zhvillimin e ndonjë forme të turizmit dhe nuk e bën atë tërheqës apo të dallueshëm. Regjistrimin e burimeve mund të bëjë komuniteti lokal, familja ose shoqata që janë përgjegjëse për zhvillimin e turizmit në një destinacion të caktuar. Kjo sigurisht nuk do të thotë që në fillim të zhvillimit të çdo forme të turizmit duhet të kesh një hartë të printuar të fshatit/rajonit, por të dini se çfarë keni në dispozicion si komunitet lokal, pra nëse dhe çfarë mund të përdorni kur krijoni një produkt turistik. Për shembull: Në territorin e komunitetit tuaj lokal, ju keni një vend pamje nga icili mund të shijoni një pamje unike dhe të bukur të fshatit tuaj. A duhet të përfshihet në hartën e burimeve?



Shtigje të biçikletave dhe për këmbësore, rrugë panoramike, vend pamje...

Gjithashtu, një vend pamje që është e rregulluar dhe e sigurt dhe tek e cila mund të arrihet në mënyrë të sigurt mund të gjejë vendin e tij në një hartë të tillë.

Në hartimin e hartës së burimeve fillohet nga vlerat natyrore të territorit. Regjistrimi i vlerave natyrore duhet të përfshijë elementët më të rëndësishëm duke filluar nga lartësia, pozicioni i fshatit, faktorët klimatikë, përshkrimi i florës dhe faunës, rrjedhave ujore dhe të gjitha specifikat nëse ekzistojnë në rajon.

Në vijim është një regjistër (listë) e të gjitha vlerave antropogjene. Kjo përfshin të dhënat e trashëgimisë kulturore dhe historike të dikujt, por edhe bibliotekat, muzetë, ndërtesat fetare, arkivat historike, galeritë dhe njësitë e ambientit.

Në krijimin e bazës së burimeve duhet të kemi parasysh të gjithë bazën infrastrukture (rrugore dhe turistike) si dhe bazën materiale (objektet akomoduese-hotele, motele, konvikte, amvisëri rurale) për zhvillimin e turizmit rural, si dhe të gjithë elementët e suprastrukturës që kontribuojnë në ofertë turistike më cilësore dhe më përmbajtësore të fshatit apo rajonit.

Infrastruktura turistike përbëhet nga: objekte për informacion, pushim dhe rekreacion, pushimore në rrugë, lokacionet për larje-not, lokacione për skijim,



objekte të mbyllura rekreative sportive, pishina, shtigje të zbukuruara, shtigje shëndetësore, shtigje ecjeje, brigje të peizazuara të lumenjve ose liqeneve, vend pamjet, ambiente për pushim dhe qëndrime të shkurtra...

Super struktura turistike përbëhet nga objekte hotelierie, objekte për kongrese, ngjarje argëtuese dhe shërbime për të gjitha qëllimet.

Pas përfundimit të regjistrimit, pra pasi të regjistrohen të gjitha burimet e fshatit/rajonit, është e nevojshme të vizatohen në hartën gjeografike të fshatit/rajonit. Gjatë krijimit të një hartë burimesh, duhet të merret parasysh edhe atraktiviteti i elementeve individuale, si dhe në çfarë shkalle dhe në çfarë mënyre është i mundur përdorimi i tyre. I gjithë regjistrimi/inventarizimi i burimeve bëhet në mënyrë përshkruese. Duke qenë se ka një simbol/shenjë përkatëse për çdo objekt dhe aktivitet turistik, ato vizatohen në hartën gjeografike të fshatit ose rajonit. Dendësia dhe shumëllojshmëria e simboleve ndikon në renditjen e fshatrave turistike, qyteteve dhe rajoneve të tëra, sepse konfirmon pasurinë e ofertës.

Në hartë futen vetëm ato elemente që përfaqësojnë gjendjen faktike në terren, por gjithmonë duhet të udhëhiqemi nga qëndrueshmëria e të gjithë elementëve të hartës së resurseve

SI TË PAJISNI DHE ORGANIZONI AMVISËRINË

Baza e konceptit të turizmit rural është në amvisërinë rurale, që përfaqëson infrastrukturën fillestare për qëndrimin e mysafirëve në një zonë rurale.

Për të përfshirë zonat rurale në ofertën turistike nevojiten disa parakushte. Kjo i referohet jo vetëm pajisjes së hapësirës dhe objekteve, por mbi të gjitha gatishmërisë së popullatës për të pritur mysafirë. Nëse amvisëria rurale dëshiron të përfshihet në ofertën turistike, atëherë duhet të ketë dëshirën, aftësitë dhe mundësitë për të ofruar shërbim cilësor dhe për të përmbushur pritshmëritë e mysafirëve që qëndrojnë në amvisërinë rurale.

Krijuesit, animatorët dhe zbatuesit kryesorë të ofertës turistike në zonat rurale janë njerëzit. Kjo do të thotë se të gjithë ata që ofrojnë produktet dhe shërbimet e tyre në lidhje me produktin turistik të turizmit rural janë edhe krijues të cilësisë së atyre shërbimeve dhe ofertës së turizmit rural në tërësi.

Një amvisëri që fillon të merret me turizëm rural duhet të pajisë familjen e saj në mënyrë të tillë që të jetë tërheqëse për mysafirët potencial. Atraktiviteti i amvisërisë është kushti më i rëndësishëm që mysafirët të vendosin për të vizituar një amvisëri të tillë. Atraktiviteti reflektohet edhe në një numër të madh elementësh.

Atraktiviteti i lokacionit mund të verifikohet duke vlerësuar disponueshmërinë e elementëve të mëposhtëm (kushtet e jashtme):

- Klima e shëndetshme;
- Ajri, toka dhe uji jo i ndotur - natyra e ruajtur;
- Mungesa e zhurmës dhe dridhjeve;
- Mungesa e rreziqeve të mundshme nga fatkeqësitë natyrore (shpërthim, përmytje, zjarr, rrezatim, etj.);
- Arkitektura popullore e ruajtur;
- Karakteristikat socio-kulturore të ruajtura;
- Peizazh piktoresk dhe i rregulluar;
- Mundësitë e lëvizjes së lirë të turistëve nëpër zonë (ekskursione);
- Kushtet për rekreacion sportiv, kohë të lirë dhe vizitë lokacioneve interesante;

- Objekte hoteliere, veçanërisht me ofertën e ushqimeve rajonale;
- Lidhje e mirë rrugore dhe telefonike e fshatit;
- Largësia e amvisërisë nga ambullanta e parë dhe posta nuk është më e madhe se 15 km;
- Largësia e amvisërisë nga dyqani me i afërt nuk është më shumë se 5 km.

Aq sa turistët nga qendrat urbane kërkojnë natyrën e paprekur, arkitekturën rurale, ata kërkojnë komoditetin minimal që kanë mësuar të kenë në zonat rurale (rrymë, ujë, telefon, infrastrukturë të mirë rrugore, dyqane...)

Atraktiviteti i një amvisërie rurale mund të verifikohet duke vlerësuar disponueshmërinë e elementëve të mëposhtëm (kushtet e brendshme):

- Vendndodhja e shtëpisë në një vend tërheqës
- Qasje adekuatë e siguruar në shtëpi;
- Ndërtesa banimi dhe ndërtesa;
- Bagëtitë dhe kafshët e tjera shtëpiake;
- Prodhimi i përshtatshëm bujqësor;
- Tokë bujqësore e përshtatshme;
- Mundësia e dhënies së një pasqyre në mënyrën e prodhimit bujqësor (veçanërisht për fëmijët);
- Në shtëpi janë të siguruara energjia elektrike dhe uji (ujësjellësi, hidrofor ose të ngjashme.);
- Në shtëpi sigurohet një telefon, domethënë zona është e mbuluar me sinjal mobil;
- Mundësia e rimodelimit të një amvisërie rurale (shtëpi, objekte ndihmëse, oborr...) në kuadër të një investimi ekonomikisht të pranueshëm;
- Numri, mosha, gjendja shëndetësore dhe prirja e anëtarëve të amvisërisë që plotëson nevojat e ofrimit të shërbimeve turistike dhe hoteliere.

Formimi i ofertës turistike në pronën rurale është një nga temat e shumta që janë të rëndësishme në themelimin dhe funksionimin e çdo amvisërie turistike rurale.

Pse?

Për shkak të natyrës së veçantë të turizmit në një amvisëri rurale dhe për shkak të pritjeve të turistëve që karakteristikat tradicionale të shfaqen si në një amvisëri rurale ashtu dhe në mjedisin e tij të afërt dhe të largët.

Bëhet fjalë për një traditë të ruajtur në forma fizike, në pamjen e peizazhit, në organizimin e vendbanimit, në rregullimin përreth shtëpisë, kopshtit dhe oborrit, pamjes së ndërtesave dhe enterierit të tyre, por edhe në kuptimin jomaterial, në zakone, legjenda, këngë, bashkësi dhe shumë njohuri praktike.

Ruajtja e karakteristikave tradicionale të zonave rurale dhe amvisërive rurale përcakton shkallën e atraktivitetit të tyre turistik. Turistët nuk do të vizitojnë zonat rurale apo fermat rurale në të cilat nuk është ruajtur asnjë nga mënyrat e tyre tradicionale të jetesës dhe punës.

Turistët presin që një pjesë minimale e karakteristikave tradicionale të pronës në fshat dhe në të gjithë zonën rurale të ruhet. Turistët nuk nënkuptojnë ruajtjen fjalë për fjalë të traditës (veçanërisht jo në kontekstin e varfërisë) në formën e saj burimore, por mbi zbatimin krijues të traditës brenda kufijve të asaj që është e mundur.



QASJE NË AMVISËRI - është e nevojshme të jetë e tillë që mysafirët të mund të vijnë me veturë pa vështirësi të mëdha. Qasja duhet të jetë e asfaltuar, por edhe të mirëmbahet rregullisht. Në rrugën kryesore, ku rruga ndahet drejt amvisërisë, do të ishte mirë të vendosni një shenjë mirëseardhjeje ose një tabelë që tregon se në afëri është një amvisëri turistike. Duhet të sigurohet hapësirë e mjaftueshme për parkim në amvisëri dhe në vendin ku më së paku do të prishet qetësia e mysafirëve në shtëpi. Brendësia e ambienteve duhet të jetë e tillë që mysafirët të ndihen rehat në të.

DHOMAT - me pajisjet e saj duhet t'i ngjajë dhomës së hotelit /të ketë inventarin që ka edhe një dhomë hoteli/ por të ketë shpirtin e një fshati. Dhomat duhet të jenë të thata, të ajrosura dhe të ndritshme. Me pajisjet e brendshme dhe të gjitha përmbajtjet, dhoma duhet të plotësojë nevojat themelore të mysafirit modern. Mobiloni dhomën e shtëpisë tuaj me materiale natyrale. Preferohet që mbulesat të jenë prej pambuku. Përdorni pjesë të artizanatit nga shtëpia juaj. Shmangni materialet sintetike në dritare dhe dysheme. Arredoni dhomën me shije dhe masë. Shmangni mbingarkimin e dhomës me detaje të panevojshme me shumë ngjyra. Dekoroni muret e dhomës me foto ose foto që përshtaten me enterierin. Siguroni mysafirit tuaj një pushim të rehatshëm.

BANJO - të gjitha banjot duhet të kenë një dush ose vaskë me ujë të ftohtë dhe të nxehtë, një wc tualet dhe një furçë pastrimi, një lavaman me ujë të nxehtë dhe të ftohtë, një pasqyrë me një raft. Sapuni në një mbështjellës ose sapun i lëngshëm, një kosht mbeturinash janë elemente të obligueshme për standardin më të lartë të propozuar. Muret dhe dyshemetë e banjës duhet të mbulohen me pllaka qeramike, pllaka guri ose materiale të tjera të papërshkueshme nga uji, si dhe me ndriçim të përshtatshëm.

KUZHINA - në një familje rurale, ajo duhet të plotësojë kërkesat minimale - teknike dhe sanitare - higjienike. Kuzhina duhet të jetë e pajisur me të gjitha pajisjet dhe aksesoret që do të mundësojnë funksionimin e mirë të kësaj pjese të amvisërisë rurale. Në kuzhinë duhet të jetë një nivel i lartë i higjienës gjithmonë. Dyshemeja e hapësirës duhet të jetë prej materiali të papërshkueshëm nga uji dhe jo rrëshqitës, dhe muret e dhomës duhet të jenë të mbuluara me material të papërshkueshëm nga uji që pastrohet dhe mirëmbahet lehtë (pllaka qeramike etj.). Kuzhina duhet të ketë një numër adekuat të pajisjeve ftohëse, një lavaman dypjesësh me ujë të nxehtë dhe të ftohtë dhe një lavatriçe për enë, sipërfaqe të përshtatshme pune, rafte dhe dollapë për enët dhe enët prej materiali inox.

Pajisjet e përshtatshme për përpunimin termik të ushqimit dhe pijeve, si dhe hapësira për mbeturinat (kontejnerë) janë elementë të obligueshëm të çdo kuzhine. Në kuzhinën tuaj përgatitni ushqimin tradicional të rajonit tuaj.

DHOMA E NGRËNIES - amvisëria duhet të plotësojë edhe kërkesat minimale - teknike dhe sanitare - higjienike. Dhoma e ngrënies luan një rol të madh në çdo familje. Ajo i dedikohet ofrimit të shërbimeve të ushqimit dhe pijeve, por edhe për të gjitha eventet dhe ngjarjet e tjera në familje. Është një hapësirë për relaksim, shoqërim dhe vendosje të komunikimit mes mysafirit-nikoqirit dhe mysafir-mysafir. Dhoma e ngrënies duhet të ketë një numër të mjaftueshëm të tavolinave dhe karrigave, domethënë numri i tyre duhet të korrespondojë me numrin e shtretërve në amvisëri. Të gjitha gjësendet dhe dekorimi duhet ta pasurojnë hapësirën dhe ta bëjnë atë të këndshme. Preferohet që pajisjet të jenë prej materialeve natyrale.

Dhoma e ngrënies dhe kuzhina janë hapësira që duhet të japin një përshtypje “shtëpiake”, sepse janë hapësira ku mblidhen familjarët dhe miqtë. Këtu, mysafiri duhet të ndihet rehat, ngrohtë, dhe i mirëpritur.



Hapësira duhet të jetë e mobiluar me elemente të enterierit tradicional (tavolina druri, stola, karrige). Këto hapësira mund të dekorohen me soba të vjetra, dollape, enë që dikur përdoreshin për qëllime të ndryshme (mullinj të vjetër, peshore, enë, pjata...).

Hapësira për servirimin e ushqimit mund të arrihet në një pjesë të shtëpisë familjare ose në një nga ndërtesat ekzistuese që nuk janë më në funksion dhe mund të përshtatet për këtë qëllim (hambar i vjetër, kuzhinë verore, hambar, bodrum, tavan, etj.) Nëse objekti është duke u ndërtuar përsëri, ai duhet të ndërtohet në një stil tradicional. Rregullimi duhet të jetë shumë i thjeshtë me përdorimin e detajeve (guri, trarët prej druri, gropa në mure etj.). Dyshemetë mund të bëhen prej druri ose pllaka/imitim druri/.

Ushqimi në një familje rurale mund të shërbehet jashtë / në oborr ose në terracën e shtëpisë / me pëlqimin e mysafirëve. Hapësira e jashtme duhet të jetë e përshtatshme, e mbuluar për mbrojtje nga dielli ose shiu, e rehatshme dhe e pastër.

Është veçanërisht e nevojshme t'i kushtohet vëmendje detajeve gjatë rregullimit të hapësirës, si perde, mbulesa tavoline, vazo, enë balte dhe qeramike (tenxhere, gota, kana, qypa etj.), llambat (me abazhurë të bërë prej pëlhure, qelqi, etj. qeramike ose smalt), mobilje dhe gjëra të tjera. Nëse përdoren mobilje të vjetra, ato duhet të pastrohen dhe të restaurohen plotësisht.

Gjithashtu nuk është gabim të përdoren mobiljet krejtësisht të reja, por që kanë një stil tradicional. Rregullimi i brendshëm mund të kombinohet me tradicionale dhe moderne, por në mënyrë të tillë që të mos humbasë ambienti i hapësirës.

MOBILJET - duhet të jenë të përshtatshme me karakteristikat rajonale, "teknologjinë" e jetës dhe gjendjen materiale të familjes. Mobiljet si krevate, komode, dollape, tavolina, karrige, soba, duhet të jenë funksionale dhe të dizajnuara estetikisht. Shtrojë dysHEMEJE dhe tapiceri MURESH (druri dhe tekstili) si dhe veshjet e zdrukthtarisë, mureve dhe tavaneve në përputhje me komponentët tradicionalë të ndërtimit lokal.

PAJISJET - që lidhen me veprimtari të veçanta: pjekja e bukës, bluarja, përpunimi i drithërave, leshit, qumështit dhe produkteve të qumështit, duhet të lidhen ekskluzivisht me mënyrën e jetesës dhe të punës së komuniteteve lokale. Ndriçimi, orët, pikturat, skulpturat dhe dekorimi i përgjithshëm duhet të jenë në përputhje me traditën dhe mënyrën e jetesës.

TEKSTILI - Mbulesa e tavolinës është gjëja të cilën mysafirët hasin së pari dhe më shpesh – prandaj rëndësi e veçantë i kushtohet elementeve dekorative të mbulesës së tavolinës/mbulesa tavoline me dekorime të kuqe, blu, të verdhë në një bazë prej liri të bardhë. Mbulesa e shtratit, me ndonjë jastëk, është pjesë përbërëse e dizajnit të brendshëm dhe gjithmonë përpiket të përmbushë funksionin e saj dekorativ (përzgjedhja e materialeve). Mbulesa e shtratit rekomandohet të jetë e bardhë sepse e bardha lidhet me pastërtinë, ngjyra e bardhë përshtatet lehtësisht me të gjithë elementët e dekorimit, mund të lahet dhe hekuroset në temperatura të larta, kështu që sigurohet edhe dezinfektimi. Në banesat tradicionale, perdet kishin një funksion të theksuar dekorativ, i cili më së shpeshti shprehej me teknikat e dekorimit të tekstilit, veçanërisht me dantella ose qëndisje. Peshqirët e kuzhinës të montuar në mur ende edhe sot janë magjepsë me naivitetin e tekstit dhe vizatimeve të tyre. Pjesët e tekstilit përdorshin si slitë ose si përfundime dekorative në rafte. Tekstili i përdorur në mobilimin dhe rregullimin e shtëpisë duhet të kenë një lidhje me trashëgiminë kulturore jomateriale të komunitetit lokal. Si elementë dekorimi, amvisëria mund të ndjekë gjithashtu një temë specifike që zgjidhet për shkak të mjedisit ose aktiviteteve të vetë amvisërisë - nëse produkti kryesor në fermë është mjalti, dekorimet në shtëpi mund të ndjekin atë temë. Gjithashtu tema mund të jenë pemë, grurë ose diçka e ngjashme. Shtë e rëndësishme që hapësira të rregullohet në frymën e traditës së rajonit apo të vetë aktiviteteve të amvisërisë.

Rreziku i vërtetë janë gabimet dhe shndërrimi i brendësisë në një hapësirë kiç dhe të neveritshme nëse në dhomë përdoren shumë gjësende dhe e bëjnë atë të mbingarkuar. Nëse pjesët e brendshme janë të paorganizuar, jofunksionale dhe të përzgjedhura në mënyrë të papërshtatshme, atëhere për rrjedhojë pengojnë qëllimin themelor të hapësirës. Kur arredoni, mos përdorni kurrë materiale plastike dhe sintetike si elemente dekorative. Myku, lagështia dhe aroma e thartinës janë të papranueshme.

Një rregull i thjeshtë që duhet të ndiqni gjatë dekorimit është: “Bëhuni kreativ”!, por mbani gjithmonë parasysh që objekti duhet të jetë shprehje e tradicionalitetit të zonës në të cilën ndodhet.

OBORRI TRADICIONAL, dhe arkitektura rurale, pasqyrojnë të gjitha karakteristikat natyrore - gjeografike dhe kulturore - historike të një rajoni,

por edhe ndryshimet e fundit që kanë ndodhur ndërkohë në zonën rurale për shkak të zhvillimit teknologjik si dhe mënyrës dhe kushteve të jetesës së popullsisë rurale. Ndryshimet në kopshtin tradicional ishin edhe më të shpejta se ndryshimet në ndërtesat tradicionale që e rrethojnë atë. Pasoja e kësaj është zhdukja e varieteteve tradicionale të pemëve, perimeve dhe luleve dekorative, si dhe futja e llojeve të bimëve alohtone dhe zhdukja e atyre autoktone.

RREGULLIMI I OBORRIT, oborri dhe kopshti i një amvisërie rurale turistike është një punë po aq kërkuuese dhe e rëndësishme sa edhe rregullimi i vetë ndërtesës për pritjen e mysafirëve. Atraktiviteti i tërë amvisërisë matet pikërisht nga shkalla e rregullimit të oborrit dhe kopshtit. Në vend të pemëve tradicionale të larta me pemë luksoze dhe ndonjë blirë e hardhi aromatike, pranë amvisërive rurale po mbijnë gjithnjë e më shumë pemë halore shterpë, thuja apo rrap, si në parqet e qytetit. Kur një mysafir mbërrin në një amvisëri turistike rurale, ai krijon përshtypjen e tij të parë (pozitive ose negative) në bazë të rregullimit të oborrit.

GARDHI -amvisëria rurale mund të rrethohet në një mënyrë të thjeshtë dhe efektive: me një gardh prej druri ose guri; Punime prej thurjeje të vjetër (gardh thurje) - përdoret gjithashtu për rrethimin e kopshteve me lule, kopshtet e perimeve dhe kopshtet me barishte. Një gardh i gjelbër - i përbërë nga një përzierje e shkurreve të ndryshme autoktone (shkoza, murri, dru i qenit, manaferra, trëndafili i egër, lajthia, gjemba, hardhia, barberia, jargavani, etj.) që mund të përdoren si për rrethimin e të gjithë shtëpisë ashtu edhe për rrethim të disa pjesëve të vetë kopshtit dhe në kombinim me thurje të vjetra; lule me shkurre. Nëse rreth shtëpisë ndërtohet një mur betoni ose një mur me tulla betoni, ai duhet të "maskohet" sa më shumë që të jetë e mundur duke mbjellë me gardhe të gjelbërta, lule me shkurre ose fidane të tjera në mënyrë që t'i jepet familjes sa më shumë një ndjenjë të "natyrshmërisë".

Nëse amvisëria e juaj është e izoluar në vetë vendbanimin, ose është jashtë vendbanimit dhe është në një mjedis natyror, dhe nuk ishte e rrethuar, as nuk ka nevojë të madhe për ta rrethuar atë, ajo mund të rregullohet shumë thjesht si një lëndinë me rrugica me lule dhe bimë zbukuruese, të cilat do të rrisin vizualisht hapësirën.

Kur flasim për lëndinë këtu, nuk nënkuptojmë mbjelljen e barit "anglez" ose lloje të veçanta bari dhe bërjen e fushave të golfit nga lëndina, por nënkuptojmë barin e egër "autokton" që do të mirëmbahet (i kositur rregullisht).



PARAKOPSHT - hapësira ndërmjet hyrjes në amvisëri dhe shtëpi-përbëhet nga shkurre dhe bimë dekorative tradicionale, si dhe lule të llojeve të vjetra: kalendula, luledielli, lule misri, shafran, karafila turke, zambakë uji, argjendja, zambakë, iris, kadifika, dorëzonjë, bozhure, trëndafil.

HAPËSIRË PËR PUSHIM - një hapësirë e projektuar posaçërisht e vendosur në kopsht si një "dhomë ndenjjeje" e jashtme, pra një hapësirë ku mund të qëndrosh në ditët e verës dhe e cila mbulohet nga një "pjergull" antike ose "hardhi" e bërë nga një varietet i vjetër rrushi, trëndafili zvarritës, hardhi mbi një strukturë druri ose disa nga pemët gjetherënëse: arre, bli, manit, pemë e vjetër frutore etj. ose thjesht është e hijezuar me kanavacë në një strukturë druri.

PEMISHTË – oborri mund të organizohet si një pemishte e përbërë nga varietete të lashta frutash: mollë, kumbull, arrë, bajame, lajthi, qersh, pjeshkë dhe lloje të tjera. Pemishtja mund të ekzistojë gjithashtu si një element i veçantë brenda amvisërisë.

KOPSHT ME ERËZA - i kufizuar nga një gardh i thurur- brenda tij rriten bimë mjekësore, çaj dhe/ose erëza që rriteshin tradicionalisht në pronë: anise, borzilok, kamomil, sherebelë, kopër, livando, trumzë, majoran, nenexhik, pelin, rozmarinë, mullaga, qiqra.



SHTIGJE DHE RRUGICA - shërbejnë për komunikim drejt ndërtesave brenda amvisërisë dhe rreth oborrit. Ato mund të bëhen nga tulla, pllaka guri ose thjesht të spërkaten me zhavorr me kokërr më të imët, madje mund të shtrohen nëse qëllimi është që gjërat të jenë të thjeshta. Nuk rekomandohet betonimi i shtigjeve dhe rrugicave. Hapësira ndërmjet shtigjeve, d.m.th. kopshti i përparmë, kopshti, kopshti i perimeve dhe kopshti me enrëza, mund të organizohet si lëndinë.

Në oborr mund të ketë edhe një pus. Sidomos nëse funksionon (uji i pastër bakteriologjikisht dhe kimikisht) sigurisht që do të ndikojë në atraktivitetin e amvisërisë.

Në oborr është e mundur të organizohet një kënd lojërash për fëmijë dhe të pasurohet me elemente dekorative etnografike - një detaj i modelit tradicional. Këtu është e nevojshme të siguroheni që këndi i lojërave të fëmijëve të jetë një vend i sigurt ku fëmijët mund të lozin, pa mbikëqyrjen e posaçme të të rriturve, d.m.th. të siguroheni që të gjitha pajisjet dhe objektet që fëmijët mund të përdorin për të luajtur janë të ulëta, të rrumbullakëta dhe jo të mprehta. ose me majë.

Nuk rekomandohet që oborri të arrehet me elemente dekorative betoni siç

janë: luanët, mjellmat, xhuxhët. Kjo do të zvogëlojë atraktivitetin vizual dhe origjinalitetin, veçanërisht pasi familjet rurale përdorin tradicionalitetin si një bazë tërheqëse.

Nëse objektet etnografike përdoren për zbukurim, duhet pasur kujdes që ato të jenë objekte që gjendeshin tradicionalisht në oborr: karroca, vegla, kova, koritë, vaska, enë etj. Elementet etnografike duhet të restaurohen dhe të rinovohen.

Shtëpitë rurale janë objektet qendrore në ngastra dhe dekorimi dhe mobilimi i tyre është shumë i rëndësishëm, por për një amvisëri rurale që merret me ofrimin e shërbimeve në turizëm, është gjithashtu shumë e rëndësishme të ketë një oborr të dekoruar bukur ku turistët mund të kalojnë kohën e lirë, përgatisin ushqim nëse duan, lexojnë, bëjnë rekreacion, argëtohen dhe kënaqen.

Eksterieri duhet të jetë i rregulluar në mënyrë të tillë që të ruajë ambientin e mjedisit natyror të fshatit, duke pasur parasysh higjienën dhe sigurinë e mysafirëve (makinat dhe veglat e punës, bagëtinë, etj.). Familja duhet të japë përshtypjen se është e organizuar dhe e pajisur për mysafirët, por në mënyrë të tillë që të ruajë arkitekturën tradicionale dhe mjedisin autentik natyror.

Meqëse bëhet fjalë për pushime në fshat, mysafirët nuk presin mobilje kopshti, lëkundse, banka të dizajnuara në mënyrë moderne, por diçka që ka të njëjtin funksion, por është prej materiali natyral dhe autentik.

Cungët më të thjeshtë mund të shërbejnë si karrige, një trung i vjetër i latuar si bank, një trung i zbrazët si vazo për lule, një fuçi e vjetër si tavolinë, një lëkundse e punuar me dorë e varur në një degë peme dhe të ngjashme, përfaqësojnë gjërat për të cilat mysafirët kanë nevojë për një qëndrim më të rehatshëm.

Esenca është që oborret të duken bukur, por që mirëmbajtja e tyre mos të kërkojë shumë kohë duke marrë parasysh punët e shumta në çdo familje rurale. Pjesën më të madhe të inventarit në oborr mund ta bëjnë vetë pronarët e shtëpisë. Është e rëndësishme të jeni krijues dhe të përdorni gjithçka që mund të sigurojë një pushim të rehatshëm dhe kënaqësi të të gjitha shqisave të mysafirëve tuaj. Një përpjekje pak më e madhe do të shpërblehet patjetër.

Përveç këtyre pajisjeve elementare, amvisëritë që merren me turizëm rural (rural, eko, agroturizëm) mund ta bazojnë ofertën e tyre në disa programe dhe aktivitete të tjera. Elementë të tjerë të ofertës rurale të

amvisërive, përveç shërbimeve bazë (akomodimi dhe ushqimi), duhet të kenë një formë të qartë të produktit turistik. Bodrumi i verës, stallat, fermat, tharëset, kuajt, prodhimi i rakisë, punishtet e zanateve të vjetra (argjendarët, zdrukthëtarët, piktorët, prodhuesit e opingave.) paraqesin një atraksion të madh për mysafirët potencial. Amvisëritë të cilat i prezantojnë në mënyrë adekuate aktivitetet e tyre dhe në këtë mënyrë profilizojnë imazhin e amvisërisë së tyre, shënojnë rezultatet më të mira.

Prezantimi adekuat turistik i amvisërisë nënkupton rregullimin dhe pajisjen e objekteve ekonomike të amvisërive (bodrome, stalla, hambarë, tharëse, mullinj, qumështore, ndërtesa të vjetra, farkë, etj.) për vizitat e mysafirëve, në mënyrë që të gjitha këto hapësira të jenë në dispozicion për shikim dhe përdorim eventual nga mysafirët. Kjo përfshin kryesisht pastrimin dhe rregullimin e hapësirave, vendosjen e gjërave dhe pajisjeve në grupe, në mënyrë që të krijohen njësi logjike që u tregohen mysafirëve. Duke i udhëhequr mysafirët nëpër shtëpi nga nikoqiri, me shpjegime të shkurtra dhe tregime për amvisërinë (keni shumë prej tyre dhe ju i hulumtoni dhe i përdorni), mysafirët do të njohin familjen tuaj si dhe aktivitetet që zhvillohen në pronë e tyre.

Në hapësirat e përbashkëta duhet të vendoset një raft i thjeshtë (mund të jetë i thurur ose i punuar nga ndonjë material natyral) ku duhet të ketë broshura dhe harta që të ftuarit mund t'i shikojnë gjatë qëndrimit të tyre, në mënyrë që të informohen më mirë për atë që mund të shohin dhe çfarë lloj të aktiviteteve mund të bëjnë në këtë zonë.

LIBRI I ADRESAVE TË KLIENTËVE DHE LIBRI I PËRSHTYPJEVE

Është e nevojshme të sigurohet një libër për vizitorët në të cilin vizitorët do të shënojnë emrat dhe adresat e tyre. Libri i adresave mund të përdoret më vonë për të dërguar buletine ose njoftime, por edhe urime të veçanta për ditëlindje ose festa. Përpikuni të jeni gjithmonë në kontakt me mysafirët tuaj ose t'u kujtoni atyre gjithmonë amvisërinë tuaj përmes gjesteve të përshtatshme.

Çdo amvisëri duhet të ketë gjithashtu një libër të përshtypjeve në të cilin mysafirët mund të shkruajnë dhe të shprehin mendimet e tyre për amvisërinë, nivelin e shërbimit dhe për të gjitha ato me të cilat kanë qenë të kënaqur ose të pakënaqur gjatë qëndrimit të tyre. Nëse shërbimet tuaja janë të kënaqshme, me një shkallë të caktuar cilësie dhe një nivel të caktuar të standardit, libri i përshtypjeve sigurisht që do të shërbejë si një element i mirë për promovimin e amvisërisë tuaj.



OFRIMI I SHËRBIMIT TË USHQIMIT DHE PIJEVE NË AMVISËRI

Gastronomia kombëtare paraqet një degë të gastronomisë së përgjithshme dhe nën të kuptohet një tërësi e të gjitha veçorive që kanë të bëjnë me të ushqyerit, kulturën ushqimore, traditën, mënyrën e përgatitjes së ushqimit dhe e gjithë kjo kushtëzohet nga elementet etnike të vetë popullit. Gastronomia rurale është pjesë e gastronomisë kombëtare dhe përfaqëson një pasqyrë të kulturës materiale të një kombi, është një mjedis shoqëror përmes të cilit mund të shihet fuqia e një kombi.

Në kuadër të tërësisë së produktit turistik të zonave rurale, gastronomia zë një vend të rëndësishëm në realizimin e një eksperience të plotë dhe plotësimit të nevojave për ushqim ekologjik, të shëndetshëm, të veçantë, rural. Përveç produkteve specifike, pothuajse të harruara rurale, popullore, oferta ushqimore në fshat ka edhe karakteristikat dhe vlerat e veta të tjera - kulturore, tradicionale, fetare etj.

Të ushqyerit nënkupton procesin e futjes së ushqimit në organizëm në formë të përpunuar ose të papërpunuar, i cili është i nevojshëm për një person për të përmbushur funksionet themelore të jetës, si dhe për rritjen dhe ripërtëritjen e indeve. Produktet ushqimore ose ushqimi është çdo gjë që përdoret në formë të përpunuar ose të papërpunuar për konsum njerëzor, si dhe për përmirësimin e vetive të ushqimit (erëza, aditivë, konservues, ngjyra...)

Të gjithë produktet ushqimore klasifikohen në grupet e mëposhtme:

- Mielli dhe produktet e miellit
- Mishi dhe produktet e mishit
- Qumësht dhe produkte qumështi
- Vezët
- Peshq, cefalopodë, krustace, butak dhe ushqim deti
- Yndyrnat dhe vajrat
- Pemët dhe produktet e pemëve
- Perimet dhe produktet e perimeve
- Bimët mjekësore

Ushqimi i shërbyer në amvisëri duhet të përpunohet. Ushqimet mund të përpunohen me:



1. PËRPUNIM MEKANIK – heqim papastërtitë dhe pjesët e papërdorshme dhe i sjellim në gjendjen e duhur për konsum ose trajtim termik.

2. PËRPUNIM TË HOLLËSISHËM – prerë në format e dëshiruara për servirim ose përpunim termik

3. PËRPUNIM TERMIK – përgatitim ushqime që nuk mund të konsumohen të papërpunuara (mish, bishtajore, perime...), si perimet që i përdorim si zierje. Përpunimi termik bëhet në disa mënyra: gatim, pjekje, zierje, skuqje. Për përpunimin termik të ushqimit janë të nevojshme enët e padëmtuara.

Për të përgatitur një ushqim cilësor, është e nevojshme t'i kontrolloni vazhdimisht produktet ushqimore. Në amvisëri, mund të zbatohet kontrolli organoleptik ose kontrolli ndijor i ushqimeve. Kontrollin organoleptik e kryejnë shqisat dhe kështu përcaktohen: era, ngjyra, shija, konsistenca, forma... Çdo devijim tregon cilësi të dobët dhe parregullsia të produkteve ushqimore.

Produktet ushqimore të cilat janë sjellë në amvisëri përdoren menjëherë për përgatitjen e ushqimeve dhe konsumimin ose ruhen në mënyrë adekuate (vendosen për ruajtje). Produktet ushqimore ruhen sipas grupeve ushqimore. Ushqimi nuk duhet të jetë në kontakt të drejtpërdrejtë me raftin ose dyshemën. Ruajtja e veçantë e peshkut, mishit, produkteve të qumështit, frutave, perimeve, lëndëve të tjera të para, produkteve gjysëm të gatshme dhe ushqimeve të gatshme është e obligueshme për çdo familje.

Ushqimi i ngrirë ruhet në temperatura nga -12 deri në -18° C. Peshku dhe mishi ruhen në temperatura nga 0 deri në 3°C, ndërsa perimet, vezët, ushqimi i gatuar dhe i përpunuar dhe të tjera në temperatura nga 4 deri në 8°C.

Depoja - vendet për ruajtjen e ushqimeve duhet të jenë të pastra, të thata, jo shumë të ndritshme, dhe jo të ngrohta, me rrjeta mbrojtëse kundër insekteve në dritare, me dysheme me materiale për mirëmbajtje të lehtë të higjienës dhe, nëse ka kullues, me rrjetë mbrojtëse kundër brejtësve. Depot duhet të mirëmbahen dhe pastrohen rregullisht.

Oferta gastronomike e zonave rurale është pjesë e kulturës së përgjithshme materiale përmes së cilës mund të njohim më së miri zakonet dhe traditat e fshatit. Trashëgimia e traditës rurale është kthyer sot në një avantazh dhe një faktor domethënës në zhvillimin e ekonomisë rurale. Ushqimi në amvisëritë rurale.

Siç u tha tashmë, ofrimi i shërbimeve të ushqimit dhe pijeve janë shërbime elementare

të cilat ofrohen në turizmin rural. Nuk ka nevojë të flasim shumë për mikpritjen, sepse ajo është e rrënjësuar thellë në popujt e këtyre zonave. Mikpritja dhe gastronomia përbëjnë një pjesë të madhe të përvojës së përgjithshme turistike në turizmin rural. Për shkak të rëndësisë së jashtëzakonshme të këtij aspekti në turizmin rural, është e nevojshme t'i qasemi këtij segmenti të produktit turistik me shumë kujdes.

Qasja e përgjegjshme e nikoqirit i cili ofron shërbime të ushqimit dhe pijeve është që anëtarë ose anëtarët e familjes që punojnë drejtpërdrejt në përgatitjen dhe servirjen e ushqimit të kenë një inspektim sanitar të kryer, i cili vërtetohet me një librezë sanitare. Ekzaminimi shëndetësor i anëtarëve të një amvisërie rurale në të cilën ofrohen shërbime ushqimore dhe që marrin pjesë drejtpërdrejt në ofrimin e shërbimeve ushqimore përfshin, përveç një ekzaminimi sanitar, një ekzaminim për Salmonella dhe Shigella (bartës të mikrobeve) si dhe për parazitët: Enterobius (Oxyuris) vermicularis, Hymenolepis nana, Entamoeba histolytica, Taeniasolium dhe Giardia intestinalis. Mund të ndodhë që një nga anëtarët e shtëpisë pa vetëdije të jetë bartës i mikrobeve dhe gjatë përgatitjes dhe servirjes së ushqimeve dhe pijeve të shkaktojë bartjen e mikrobeve dhe në këtë mënyrë të rrezikojë shëndetin e mysafirëve. Raste të tilla kanë efekte katastrofike në turizëm dhe duhen parandaluar me inspektime të rregullta sanitare dhe duke ruajtur higjienën e pajisjeve dhe elementeve të kuzhinës me vëmendjen e një nikoqiri të mirë. Në shenjë më të vogël të dyshimit se ushqimi që përgatitet nuk është në rregull, mos hezitoni të hidhni menjëherë këto produkte ushqimore ose ti largoni nga produktet tjera ushqimore ose hapësirat për përgatitjen e ushqimit. Ndikimi i pandemisë COVID 19 është i tillë që të ftuarit do të jenë shumë më të kujdesshëm dhe më përzgjedhës për sa i përket higjienës, dhe çdo gjë që mund të bëjnë nikoqirët për t'i bërë mysafirët të ndihen të sigurt është e dëshirueshme dhe do ta bëjë amvisërinë e tyre edhe më tërheqëse.

Një menu është një ofertë me shkrim ose verbale e një amvisërie, e cila u ofron mysafirëve një zgjedhje të pjatave që mund të merren atë ditë, të nesërmen ose gjatë javës, etj. Për sa i përket menysë dhe zgjedhjes së pjatave për mysafirët, ato duhet t'i përmbahen sa më shumë kuzhinës lokale. Recetat e vjetra, të cilat tashmë janë harruar, duhet të përdoren sërish, sepse në këtë mënyrë mysafirëve u ofrohet diçka që nuk e kanë provuar ende dhe me siguri do të jetë një nga gjërat përmes të cilave do të kujtojnë qëndrimin e tyre në shtëpi. Në këtë mënyrë prezantohet trashëgimia gastronomike dhe fitohet një ide më e pasur për kulturën e banorëve të asaj zone.

Megjithëse popujt e këtij rajoni janë të njohur për mikpritjen e tyre, amvisërive u rekomandohet të përdorin sasi standarde të ushqimit për përgatitjen e një pjate për person:



MËNGJESI:

Lëng, 200 ml
Paragjellë e ngrohtë,
150-200 gr
Ajkë, 70 gr
Bukë, 150-200 gr

DREKA:

Paragjellë, 150-200 gr
Paragjellë e ngrohtë (supë, çorbë),
200-250 gr
Pjatë kryesore, 300-350 gr
Mish, 150-220 gr
Sallatë, 150 gr
Bukë, 150-200 gr
Dezert-Pemë, 100-200 gr

DARKA:

nga menya e mëngjesit dhe
drekës



Sasitë janë dhënë në bruto sasinë. Menyja hartohet për një vakt, një ditë ose për një periudhë më të gjatë, pra gjatë kohës së qëndrimit të mysafirit.

Për të llogaritur çmimin e menisë, përdoret çmimi i tregut i artikujve ushqimor të përdorur për përgatitjen e ushqimit, kostot e energjisë elektrike, mjetet e mirëmbajtjes dhe fuqia punëtore (angazhimi i një amvisi), si dhe amortizimi i pajisjeve dhe inventarit.

Përveç dëshirës së shprehur të të ftuarit, menya duhet të plotësojë edhe nevojat biologjike të njeriut - nevojat energjetike dhe ushqyese. Kjo do të thotë që menya duhet të përshtatet me moshën, aktivitetet, gjininë dhe gjendjen shëndetësore të mysafirit.

Pijet që përgatiten në amvisëri (alkoolike ose joalkoolike) duhet t'u shërbehen të ftuarve, me shpjegime të obligueshme për mënyrën dhe teknologjinë e prodhimit, sepse çdo mysafir mesatar shpesh është njohës dhe dashamirës i mirë i pijeve.

PLASIMI I PRODUKTEVE TË AMVISËRISË

Çdo amvisëri prodhon produkte lokale në një masë të caktuar në vëllime të ndryshme. Mysafirët janë kryesisht të interesuar për të gjitha llojet e produkteve, por nikoqirët duhet t'i ofrojnë ato në formën e duhur, ambalazhimit dhe me një çmim të shprehur qartë në mënyrë që të arrihet një komercializim i konsiderueshëm i artizanatit lokal. Prodhimi dhe shitja e rakisë, verës, mjaltit, djathit, ajkës, produkteve nga pemë, produkteve të drurit, produkteve të dimrit dhe të ngjajshme mund të jenë shumë fitimprurëse për një familje. Të gjitha produktet e prodhuara nga shtëpia duhet të ekspozohen në një vend të përshtatshëm në shtëpi (hapësira të përbashkëta, korridore, etj.) dhe në to duhet të vendosen çmimet, në mënyrë që të ftuarit të dinë se cilat produkte janë në shitje dhe se mund të blejnë ato. Paketimi duhet të jetë praktik, në mënyrë që të merret lehtësisht me vete, sepse më së shpeshti blihet si dhuratë ose suvenir.

Produktet tradicionale (grepa, enë balte, detaje të qëndisura ose leshi, etj.) mund të përdoren si ambalazh për produktet tuaja ose si pjesë e dekorimit. Theksoni nëse ofroni receta, këshilla për mirëmbajtjen e produktit dhe nëse i dërgoni mallrat tuaja në adresën e shtëpisë së mysafirit.

Mundohuni të siguronit të ardhura për familjen tuaj në mënyrë indirekte

nëpërmjet shitjes së produkteve lokale, ofrimit të shërbimeve ushqimore grupeve të organizuara. Inkurajoni mysafirët që të marrin pjesë në punët sezonale në amvisëri. Bëni atë në një mënyrë të lehtë dhe interesante që do t'i nxis ata të kenë një ndjenjë të jetesës burimore. Mund t'iu sugjeroni që t'i mbledhin vetë pemët dhe perimet, të cilat më vonë do t'i kenë në vaktin e tyre etj.

AKSIONI "MBLEDH VET"

Për aksionin "Mbledh vet", nevojiten mbishkrime (tabela) të cilat shënojnë pjesën e fushës, pemishtes ose vreshtit, kopshtin e parashikuar për këtë qëllim, udhëzime se si të mbledhen frutat dhe si të lëvizin midis bimëve pa i dëmtuar ato. Ju gjithashtu mund të vendosni një shenjë që thotë "Mbledhni vetëm aq sa dëshironi të blini". Nëse mbledhni më shumë, na sillni neve dhe ju lutemi mos i hidhni në tokë".

AKSIONI "BËJE VETË"

Aksionet e këtij lloji janë shumë interesante për turistët modernë. Nëse keni mundësi, ofroni mysafirëve tuaj mundësinë që të mësojnë të gatujnë, të qëndisin, të thurin, të qepin, të pikturojnë, të bëjnë suvenire, të bëjnë enë balte, të gdhendin dru... Vini në dukje se ky aksion mund të organizohet në amvisërinë tuaj. Keni gjithmonë gati të gjitha materialet e nevojshme dhe mysafirët do të jenë të lumtur të blejnë punimet e tyre me çmimin që ju përcaktoni.

AKSIONI "SHITJE PRANË RRUGËS "

Është çdo shitje e produkteve bujqësore drejtpërdrejt tek konsumatorët në tezgat dhe kioskat e vendosura në fermë ose në rrugë pranë fermës. Sigurohuni që hapësira juaj e shitjes - tezgja të jetë në një stil tradicional.

Shitja e produkteve të amvisërisë rurale mund të realizohet përmes ofrimit të shërbimeve të ushqimit dhe pijeve në restorante, taverna dhe dyqane verërash që ndodhen në kuadër të amvisërisë rurale apo rajonit. Në këtë mënyrë krijohet edhe njohja gastronomike e destinacionit turistik ku shërbehen



gatimet tradicionale të atij rajoni. Ne gjithashtu mund të organizojmë shitje nga një dyqan në fshat/qendër degustimi në pronësi të një amvisërie ose shoqate (në shumicën e fshatrave ekziston nga një dyqan, i cili mund të përmbajë produkte lokale nga prodhuesit lokal brenda rafteve të ekspozimit.

Shitjet në ngjarje dhe panaire rurale. Shumë shpesh organizohen panaire dhe manifestime bujqësore, ku fermerët ofrojnë produktet e tyre për klientët, dhe klientët mund të shijojnë produktin para se të blejnë. Kjo ka për qëllim promovimin dhe është e nevojshme që amvisëria të krijojë një stendë funksionale dhe estetike për të tërhequr blerësit.

Shitje me porosi (rrjetet sociale, internet, telefon), e cila përfshin shitjen dhe dërgimin e produkteve të amvisërisë rurale në adresën e shtëpisë.

Sigurohuni që cilësia dhe sasia e produkteve tuaja të jenë të ndryshme. Theksoni nëse ofroni receta, këshilla për mirëmbajtjen e produktit dhe nëse dërgoni mallrat tuaja në adresa shtëpiake.

Këshilloni mysafirin tuaj, ndihmoheni atë të zgjedhë produktin më të mirë që i përshtatet dhe shpjegoni se cilat veçori të produktit janë të rëndësishme për nevoja të ndryshme. Përgjigjuni pyetjes se si janë kultivuar ose prodhuar produktet. Shpjegoni se çfarë i bën produktet tuaja më të mira dhe të ndryshme nga të tjerët në treg.



Për të gjitha aktivitetet që dëshironi të ndërmerrni në lidhje me plasimin e produkteve të amvisërisë tuaj dhe nuk jeni të sigurt se si dhe në çfarë mënyre është e mundur ta realizoni këtë, kontaktoni Agjencinë e Zhvillimit Rajonal - Perëndim e cila do t'ju ofrojë të gjithë informacionin e nevojshëm, ose Zyrën e Turizmit në Komunën e Pejës.

PROMOVIMI DHE SHITJA E PRODUKTIT TURISTIK RURALE

Shitja e produkteve të turizmit rural varet nga reklama e mirë dhe strategjia e shitjes. Kompleksiteti i këtij produkti konsiston në faktin se ai përbëhet nga elementë të shumtë, d.m.th. produkte, shërbime, mallra, aktivitete që plotësojnë nevojat e turistëve, si akomodimi, ushqimi, argëtimi, rekreacioni, kultura dhe nevoja për një qëndrim të këndshëm dhe të shëndetshëm - në destinacionin turistik. Për të shitur një produkt të tillë, është e nevojshme të hartohet një strategji adekuate e shitjes, në të cilën ofertuesi, pra amvisëria rurale, duhet të zotërojë aftësi, njohuri dhe shkathtësi të ndryshme krijuese dhe inovative. Një strategji e suksesshme e shitjes së një produkti turistik synon gjetjen e turistëve, zbulimin e nevojave të tyre që i bëjnë ata të interesuar për produktin turistik dhe së fundi si të promovojnë, shesin dhe mbajnë një marrëdhënie me klientët e tyre. Me një strategji të shitjes të bazuar në burimet njerëzore, mund të promovohet shitja e një produkti kompleks dhe të ndjeshëm që konsumohet nga turistët shumë përzgjedhës. Me përmirësimin e shitjes së produktit turistik mund të arrihet një qarkullim më i madh turistik, konsumi dhe arsyeshmëria ekonomike e turizmit rural.



Marketingu (promovimi) është një përshtatje sistematike dhe e koordinuar e politikës së biznesit të amvisërisë me kushtet që mbizotërojnë në treg, me qëllim të njohjes në kohë të mysafirit të mundshëm dhe përshtatjen e ofertës me dëshirat dhe nevojat e mysafirëve, e me qëllim të realizimit të fitimit të planifikuar. Marketingu efikas është një element kyç i çdo biznesi të ndërmarr. Edhe biznesi më së miri i menduar turistik mund të dështojë nëse klientët potencialë nuk janë të informuar për të.

Gjatë promovimit të amvisërisë tuaj, vendosni theksin në dy ose tre gjëra që do të jetë aseti kryesor i shërbimit tuaj:

1. Akomodimi (cilësia, numri i njësive akomoduuese, etno-shtëpi e arreduar në stilin tradicional...)
2. Vendndodhja (afërsia e parkut kombëtar, afërsia e parkut natyror, destinacioneve turistike, liqeneve, lumenjve, maleve...)
3. Afërsia e monumenteve historike
4. Manifestimet
5. Çmimi ose çdo shërbim tjetër që mund të ofroni

Elementet bazë të marketingut që duhet të zbatohen në promovimin e amvisërisë janë si më poshtë:

- Mesazh (dy ose tre asete kryesore dhe informacione shtesë rreth shërbimeve tuaja)
- Grupi i synuar (të cilët dëshironi të tërheqni)
- Media - mjete propagande (faqe interneti, materiale të shtypura, radio, TV...)

Mesazhi që u dërgoni përdoruesve të mundshëm të shërbimeve tuaja duhet të përmbajë llojet e aktiviteteve ose shërbimeve që ofroni, shërbime shtesë, udhëzime se si t'ju kontaktojnë, çmimin e shërbimeve, mënyrën e rezervimit...

Mesazhi duhet të jetë i thjeshtë (Mirë se erdhet, Merrni frymë thellë, Aty ku zemra rreh më fort, Jeni në vendin e duhur, Për shumë arsye...). Bëni kujdes që datat, adresat, numrat e telefonit dhe çmimet të jenë aktuale. Është jashtëzakonisht e rëndësishme që të gjitha produktet dhe shërbimet që reklamoni të përfaqësojnë atë që ju në të vërtetë mund të ofroni.

Gjatë krijimit të mini-biznesit tuaj, duhet të shikoni grupin e synuar, d.m.th., cilat grupe klientësh dëshironi të tërhiqni.

A është popullata më e re, moshat e mesme, personat me nevoja të veçanta, familjet, familjet me fëmijë apo thjesht vetëm fëmijët. A janë këta mysafirë lokal apo të huaj dhe sa janë buxhetet e përafërta me të cilët disponojnë - të ardhurat personale. Bazuar në këtë, ju do të mund të organizoni amvisërinë tuaj dhe të krijoni të gjitha shërbimet që mund të ofroni.

Duke supozuar se është formuar një produkt turistik, d.m.th., se amvisëria është organizuar dhe pajisur për pritjen, qëndrimin dhe aktivitetet e mysafirëve, është e nevojshme të tërhiqen mysafirë të mundshëm. Nëepokën e sotme të telekomunikacionit, kur televizioni, radio, shtypi, interneti dhe mediat e tjera janë të mbingarkuara me reklama të ndryshme me një shumëllojshmëri të produkteve dhe shërbimeve, ju duhet të zgjidhni mjetin, mënyrën dhe masën optimale për të promovuar familjen tuaj.

**CILËSIA =
TURISTI ËSHTË I KËNAQUR ME QËNDRIMIN E TIJ NË DESTINACIONIN E
TURIZMIT RURAL, PRANDAJ AI DO TË KTHEHET DHE DO T'I
PROMOVOJË ATO PRODUKTE DHE SHËRBIME TE MIQTË DHE TË
AFËRMIT E TIJ**

Reklam a "fjalë në gojë", pra kur mysafirët e kënaqur ua përcjellin përvojat e këndshme të qëndrimit në amvisëri tek të njohurit e tyre, dhe ata binden për këtë, pastaj ua kalojnë të tjerëve e kështu me radhë, është forma më e mirë e promovimit, por nuk mund të arrihet pa një periudhë më të gjatë kohore. Ajo që familjet mund të bëjnë shumë lehtë dhe me çmim të ulët është reklamimi në internet. Ekzistojnë faqet e internetit ose portale në internet ku turizmi në fshat promovohet në nivel të komunitetit më të gjerë shoqëror/rajon, shteti/ose portale ku promovohet turizmi në fshat krahas llojeve të tjera të turizmit brenda një rajoni apo destinacioni, dhe në fund ka edhe amvisëri që kanë faqet e tyre të internetit. Opsioni më i mirë është që amvisëria të ketë uebsajtin e vet në internet (familjet që kanë katër ose pesë njësi akomoduese me një produkt turistik të krijuar) dhe të promovojë amvisëritë e tyre përmes të ashtuquajturave "bannera" në faqet e internetit që ofrojnë ofertën e tërë vendit ose rajonit, destinacionit. Sigurisht, investimet më të mëdha në promovim sjellin efekte më të mëdha, por gjithmonë duhet të gjeni ekuilibrin e duhur midis madhësisë së investimit dhe fitimit.

Në mënyrë që amvisëria të promovojë veten më me sukses dhe të arrijë rezultatin më të mirë të mundshëm në shitjen e shërbimeve të amvisërisë, rekomandohet që ata të zbatojnë disa nga gjërat kryesore në marketingun e tyre në internet që do të bëjnë një ndryshim vendimtar në betejën në treg në favor të atyre që do t'i zbatojnë ato.



PËRPARËSITË E TUREVE VIRTUALE - Ato u japin mysafirëve të mundshëm informacion vizual shumë më të mirë se sa fotot statike, e veçojnë ofertën nga konkurrenca, rrisin besimin e mysafirëve potencial, kështu që shanset për të rezervuar janë shumë më të larta, u japin turistëve mundësinë të imagjinojnë qëndrimin e tyre në amvisërinë tuaj dhe për këtë arsye bëjnë rezervimin dhe jo në bazë të çmimit apo ndonjë parametri tjetër, ato janë njësoj të përshtatshme për të gjitha llojet e objekteve akomoduese, destinacionet ose lokacionet tërheqëse.

PERSONALIZIMI - Ti drejtohesh mysafirit me emër, të përgatitësh një ushqim për të ashtu siç dëshiron vetëm ai ose të rezervoni dhomën e tij të preferuar ka qenë gjithmonë një praktikë e mirë në mikpritje. Andaj personalizimi nuk është diçka e re me të cilën punonjësit e turizmit nuk janë mësuar. Megjithatë, tani është më e rëndësishme se kurrë që të zbatohet ky koncept në marketing dhe shitje, dhe interneti e ka bërë të mundur që ne ta bëjmë këtë në mënyrë më të përsosur. Shfaqja e mesazhit të duhur, njerëzve të duhur, në kohën e duhur dhe në vendin e duhur është detyra themelore e promovimit të suksesshëm në internet. Ky është pikërisht personalizimi që na ka bërë të mundur marketingu në internet: shfaqja e mesazhit të duhur (duke krijuar reklama), njerëzve të duhur (shënjestrimi) në kohën e duhur (ju zgjidhni kur të shfaqen reklamat) dhe në vendin e duhur (ju zgjidhni lokacionet, por edhe pajisjet në të cilat shfaqen reklamat). Personalizimi është çelësi i suksesit në turizëm, veçanërisht marketingu i turizmit në internet.

STORIET NË INSTAGRAM - Përdoruesit i duan storiet sepse i konsiderojnë ato shumë më autentike, të menjëhershme dhe të natyrshme sesa përmbajtja e planifikuar që postohet në formën e një postimi. Storiet janë të shkëlqyera për krijimin e përmbajtjes spontane dhe përshtaten në mënyrë të përkryer në aktivitetet e turizmit. Përdorni ato për të kapur çdo moment - kafënë e mëngjesit në oborrin e fshatit, përgatitjen e një vakti, një muzg, momente nga një ngjarje, një përvojë kalërimi, një ngasje të biçiklets, paragliding dhe çdo gjë tjetër që mund të kapni në një moment dhe që mund të jetë interesante për ndjekësit tuaj.

Storiet janë veçanërisht të përshtatshme për të treguar situata që ndodhin "prapa skenës". Përdorni storiet për të treguar një tregim për përgatitjen e një pjate direkt nga kuzhina; ose për të treguar se si një amvisë rregullon një shtrat në një amvisëri; ose për të treguar një histori interesante për produktet lokale; legjenda lokale. Mundësitë janë të pafundme, gjithçka që ju nevojitet është imagjinata, pak kreativitet dhe vullnet i mirë.

PLATFORMAT PËR BISEDË (CHAT) - Duhet të jeni të pranishëm në Facebook Messenger, Viber, WhatsUp dhe të gjitha aplikacionet e tjera të bisedës që përdor grupi juaj i synuar. Këtë duhet të bëni tani! Ne jetojmë në një kohë ku njerëzit nuk kanë kohë të plotësojnë një formular kontakti dhe të shkruajnë një email. Ata duan një përgjigje të shpejtë dhe duan t'ju kontaktojnë diku që e dinë se do të marrin një përgjigje të shpejtë dhe të besueshme. Mos mendoni se të gjithë do të thërrasin numrin e telefonit. Përkundrazi, gjithnjë e më pak janë ata që e bëjnë këtë, sidomos brezi i ri. Ndonjëherë njerëzit thjesht nuk kanë mundësi të flasin dhe është më e lehtë për ta të shkruajnë. Ndonjëherë ata mund të jenë në roaming dhe është më e lehtë për ta t'ju telefonojnë përmes Viber. Bëjeni të lehtë për njerëzit që t'ju kontaktojnë, është në interesin tuaj më të mirë.

Përveç dërgimit të ofertave përmes e-mailit, reklamimi në portalet e specializuara dhe rrjetet sociale jep rezultate të shkëlqyera. Turistët modernë presin që çdo ofertë e mirë të gjendet në internet dhe të kenë mundësi të marrin informacion 24 orë në ditë, 365 ditë në vit. Interneti përfaqëson mënyrën më të shpejtë dhe më të lirë të komunikimit sepse mund të përdoret përmes telefonave mobil dhe jo vetëm përmes kompjuterëve dhe laptopëve. Në këtë mënyrë, është më e lehtë të kërkojë dhe të marrësh informacion, të organizosh një vizitë në një amvisëri dhe të bësh një pagesë, nga e cila përfitojnë si amvisëritë rurale ashtu edhe turistët.

Mysafirët besnikë krijohen duke njohur nevojat dhe dëshirat e turistit modern dhe duke krijuar marrëdhënie të ngushta dhe afatgjata. Njohuritë për nevojat, motivimin dhe sjelljen e turistëve krijojnë bazën për menaxhimin e suksesshëm të aktiviteteve të marketingut në internet me respekt për furnizuesit, konkurrencën, rrjetin e partneriteteve dhe me synimin për të arritur fitim dhe kontribut afatgjatë në ruajtjen e mjedisit në destinacion turistik.

Prezantimet në panairët e turizmit janë të nevojshme sepse ka më shumë konkurrencë dhe fitohet përvoja për atë çfarë bëjnë amvisëritë tjera dhe

si e promovojnë veten. Panairët janë gjithashtu të rëndësishme për t'u njohur me përfaqësuesit e agjencive të udhëtimit ose me ndërmjetës të tjerë që organizojnë udhëtime në grup, gjë që është e rëndësishme për amvisëritë të cilat kanë kushtet për të pritur grupe të vizitorëve. Mjetet grafike të printuara të propagandës turistike janë të shtrenjta dhe nuk kanë të njëjtin efekt si interneti për shumën e njëjta të investimeve në promovim, gjë që nuk do të thotë se amvisëritë nuk duhet të paktën të krijojnë kartela biznesi ose broshura të një formati dhe me një numër më të vogël faqesh, si dhe materiale reklamuese me simbole të amvisërisë (standarde - stilolapsa, çanta, kapele, bluza, përparëse, filxhan, distinktivë ose ato të pazakonta që do të mbahen mend më shumë - një çorape leshi, një kavanoz reçel, një lugë druri, lëng shtëpie/raki në shishe) lëjnë përshtypje të mirë tek mysafiri. Zbritjet e çmimeve për mysafirët e përhershëm, për pagesa me paratë e gatshme dhe për paradhëniet, akomodimi ose ushqimi falas, kuponët, lojërat shpërblyese, qëndrimi falas në një familje si formë shpërblimi, janë gjithashtu të rëndësishme, etj. Hapi i parë drejt promovimit të suksesshëm të amvisërisë fillon me një analizë të shërbimeve dhe aktiviteteve që amvisëria ofron për mysafirët e mundshëm. Nikoqirit i shtrohet gjithmonë një pyetje e rëndësishme dhe domethënëse:

Të jesh i veçantë ose të jesh një nga shumë?

Pasi të përcaktohet kjo, familja duhet të mendojë se çfarë tjetër është interesante për familjen për sa i përket vendndodhjes, aktivitetit kryesor bujqësor ose artizanal, mjedisit natyror, veçorive arkitekturore, afërsisë me monumentet kulturore, faktet historike dhe të ngjajshme. Kur merret parasysh gjithçka, duhet menduar një emër për amvisërinë ose një slogan që do të përshkruante më së miri atë që ofron familja dhe si ndryshon nga të tjerët. Ne do të përmendim disa shembuj të sloganeve të zgjedhura mirë dhe/ose: Tre Burime, Liman i qetë, Lugina e xixëllonjave, Lugu i madh, Shtëpia e gjyshit, Lisi i vjetër dhe të ngjashme.

Disa nga këto amvisëri kanë përdorur specifika të caktuara që i karakterizojnë dhe kështu kanë krijuar një imazh që tërheq vëmendjen e turistëve për të vizituar realisht familjen e tyre nga shumë të tjera. Në këtë mënyrë, familja fillon të krijojë "brendin" e saj të vogël që mund të krijohet mbi bazën e diçkaje që nuk është e prekshme, respektivisht nuk duhet të jetë ajo që ne mund të ndjejmë me shqisat tona (disa legjenda, ngjarje specifike historike ose misticizëm janë të lidhura për disa fshatra), por edhe në bazë të diçkaje që është karakteristike e pronës, që pasqyron traditën e shtëpisë, veprimtarinë kryesore e të ngjashme. Shmangni frazat e huaja, emri i amvisërisë duhet



të përshkruaj karakterin rural të Kosovës dhe vendndodhjen ku ndodhet amvisëria. Ju nuk dëshironi të jeni një nga qindra amvisëri në botë të quajtur le të themi C'est la vie.

Pasi të zgjidhet emri i amvisërisë dhe/ose slogani i saj, është e nevojshme të bëni foto të amvisërisë, të cilat do të tregojnë gjërat më të bukura që ka amvisëria. Është shumë e rëndësishme që fotografitë të jenë "të gjalla", respektivisht që njerëzit mund të shihen duke bërë diçka në to: nikoqirët (duke shërbyer mysafirët, duke përgatitur ushqim, duke pjekur raki, duke u kujdesur për bagëtinë, duke kositur duke mbledhur pemë, etj.) ndërsa mysafirët duke u kënaqur me aktivitete (fëmijë duke luajtur në bar, shëtitje familjare nëpër livadhe, duke luajtur me bagëti të imta, duke mbledhur pemë ose duke ngrënë produkte lokale). Këto janë foto shumë të rëndësishme propagandistike sepse të mysafirët potencial identifikohen gjithmonë me ata mysafirë që janë në foto. Kjo do të thotë se mysafirët duhet të jenë të gëzuar, të veshur mirë, në lëvizje ose të shfaqur në mënyra të tjera në foto, gjë që nxjerr në pah kënaqësinë e tyre gjatë qëndrimit.

Shitjet në turizmin rural

Shitjet në turizmin rural mund të jenë të drejtpërdrejta ose të tërthorta, varësisht nëse bëhet fjalë për shitje personale apo shitje nëpërmjet një agjencie turistike.

Shitja direkte - personale konsiston në komunikimin individual me klientët - turistët. Në një farë mënyre, ky është një avantazh i shitjeve, sepse mund të përshtatet më lehtë me karakteristikat specifike të konsumatorëve dhe të përthithë menjëherë reagimin e klientëve. Ky lloj i shitjeve mundëson kontakt të drejtpërdrejtë me grupin e tregut të synuar. Në turizmin rural, shitjet personale realizohen nëpërmjet kontaktit të drejtpërdrejtë ndërmjet shitësit (përfaqësuesit të amvisërisë rurale) dhe blerësit (turistit) nëpërmjet telefonit, internetit ose kontaktit personal. Amvisëria rurale duhet të përpiqet të gjejë tregje të reja turistike, të mbledhë informacione për tregun turistik, të komunikojë vazhdimisht me turistët e mundshëm, të zhvillojë shitjet, domethënë të rrisë numrin e klientëve, të ruajë intensitetin e arritur të shitjeve si dhe të krijojë një asortiment të ri të shitjes.

Para çdo kontraktimi të shërbimeve, është e nevojshme t'i sigurohet përdoruesit fundor - turistit, të gjitha informacionet për shërbimet e ofruara nga amvisëria, si dhe çmimin e këtyre shërbimeve. Me rastin e shitjes së shërbimeve në një amvisëri rurale, konsiderohet se amvisëria dhe mysafiri kanë lidhur kontratë të shërbimeve nëse

anë dakorduar në ndonjë mënyrë (me telefon, kontakt personal, e-mail...) për elementët thelbësorë të kontratës, para së gjithash: llojin, sasinë dhe çmimin e shërbimit, kohën e përdorimit, mënyrën e pagesës. Forma e kontratës nuk është e obligueshme, por kërkohet një konfirmim me shkrim për një marrëveshje verbale. Shërbimin e shitur për turistët e konfirmojmë me rezervim, i cili është një faktor i rëndësishëm në sigurinë e biznesit. Rezervimi është një kërkesë që i dërgohet amvisërisë që tregon llojin dhe qëllimin e shërbimit, datën dhe orën e fillimit dhe përfundimit të shërbimit. Rezervimi mund të jetë edhe me shkrim. Konfirmimi i rezervimit duhet të jetë gjithmonë në formë të shkruar dhe është dëshmi se kontrata është lidhur. Familja është e obliguar t'i përgjigjet kërkesës për rezervim menjëherë ose jo më vonë se tre ditë pas marrjes së saj. Amvisëria, në përputhje me politikën e saj të biznesit, mund të kërkojë paradhënie si konfirmim të rezervimit. Shuma e paradhënies përcaktohet në masën e qëndrimit tre ditor. Pas marrjes së paradhënies, dhe më së voni brenda 24 orëve, nikoqiri është i detyruar të njoftojë dërguesin për pranimin e saj. Nëse, për arsye të ndryshme, mysafiri nuk do të përdor shërbimet e dakorduara nga parapagimi i marrë, atëhere mund të kompensohet dëmi.

Lënda e kontratës janë kryesisht shërbimet e akomodimit dhe ushqimit. Shërbimi i pensionit përfshin akomodimin dhe tre vakte (mëngjes, drekë dhe darkë), gjysmë pansion (mëngjes dhe një nga vaktet kryesore, pra drekë ose darkë). Si rregull, mëngjesi është i obligueshëm në një familje rurale dhe deklarohet së bashku me çmimin e akomodimit, megjithëse ka edhe familje që ofrojnë vetëm shërbime akomodimi, kështu që çmimi i mëngjesit deklarohet veçmas. Çmimet për qëndrime të shkurtra mund të rriten deri në 20% në përputhje me politikën e biznesit të amvisërisë. Çmimi llogaritet nga vakti i parë. Vaktet e papërdorura transferohen në ditën e fundit të përdorimit të shërbimit.

Shembull: Nëse shërbimi i pansionit është kontraktuar dhe mysafiri ka filluar të përdorë shërbimin e ushqimit nga darka, në ditën e fundit të qëndrimit ai do të përdorë shërbimin e mëngjesit dhe drekës, ose nëse ka filluar të përdorë shërbimin me drekë, shërbimi përfundon me mëngjes në ditën e fundit të qëndrimit. Shërbimet e ushqimit dhe menytë për grupe të organizuara dakordohen veçmas.

Kontrata konsiderohet e përfunduar pas dorëzimit ose marrjes së çelësit të dhomës së përdorur nga mysafiri. Me përfundimin e kontratës, mysafiri duhet të largohet nga dhoma deri në orën 12. Mysafiri ka të drejtë të anulojë shërbimin, pa kompensim për shërbimin e akomodimit deri në dy ditë, 12 orë

para fillimit të shërbimit, dy ditë më parë për akomodimin nga tre deri në shtatë ditë dhe shtatë ditë më parë për shërbimin e rezervuar për më shumë se shtatë ditë. Disa vakte mund të anulohen gjatë ditës. Nëse mysafirët planifikojnë një ekskursion gjatë qëndrimit të tyre, ata kanë të drejtë për një pako të drekës që zëvendëson një vakt në amvisëri.

Shitje indirekte - nënkupton shitjen e shërbimeve përmes një agjencie turistike. Në këtë rast, agjencia turistike shfaqet si ndërmjetëse në shitjen e shërbimeve të amvisërisë rurale. Çdo amvisëri rurale mund të lidhë një kontratë ndërmjetësimi me një agjenci turistike. Në Kosovë, kjo është një dukuri mjaft e zakonshme sepse shumica e familjeve nuk kanë aftësi për shitje direkte (ato përdorin kompjuterin ose internetin dobët, nuk dinë gjuhë të huaja, etj.), ose nuk kanë kohë të merren me të për shkak të obligimeve tjera të tyre në bujqësi. Këtu agjencitë shfaqen si zgjidhje për probleme të tilla.

Agjencia ia dërgon pyetësonin me shkrim familjes. Nëse amvisëria ka kapacitete të lira në atë moment, agjencia bën një shërbim rezervimi për dhe në emër të të mysafirit. Të gjitha çmimet e shërbimeve janë të negociueshme, si dhe miratimi i zbritjeve. Çmimet për grupe nuk duhet të jenë më të larta se çmimet për mysafirë individualë. Agjencia nuk duhet të rrisë çmimet e shërbimeve të amvisërisë rurale përveç shumës së kostos së rezervimit. Për rezervimet e konfirmuara nuk guxon të ketë ndryshime të çmimeve.

Si dokument për rezervimin e shërbimeve në një amvisëri rurale shërben një kupon turistik ose vauçer. Vauçeri përmban: emrin e porositësit (agjencisë turistike), emrin e ofruesit të shërbimit (amvisërinë), shenjën e përdoruesit, llojin, sasinë dhe kohën e kryerjes së shërbimeve, numrin, datën dhe orën e lëshimit të vauçerit si dhe vulën dhe nënshkrimin e porositësit. Agjencia ka të drejtën e komisionit, pra punën e saj ndërmjetëse, dhe shuma e komisionit është zakonisht 10-15% e çmimit total pas zbritjes së taksës së banimit, sigurimit etj.

Agjencia i paguan amvisërisë rurale çmimin e shërbimeve të specifikuar në vauçer. Organizatat turistike dhe shoqëritë turistike mund të luajnë një rol ndërmjetësues. Për rezervimet e vizitave në grup, agjencia turistike është e obliguar që të dorëzojë listën e personave që përbëjnë grupin dhe listën e dhomave (rregullimi i mysafirëve sipas dhomës) së paku 7 ditë para përdorimit të shërbimeve. Grupeve zakonisht u jepet një biletë falas për grup prej 15 personash në sasinë dhe kohëzgjatjen e shërbimeve të porositura.

Amvisëria rurale mund të lidhë një kontratë alotment me agjencinë turistike. Kontrata hartohet në formë të shkruar dhe nënkupton që kapaciteti i amvisërisë vihet në dispozicion të agjencisë së shitjes, e cila do ta mbajë të informuar rregullisht nikoqirin për këtë.

Agjencia është e obliguar që të parashtrojë listën e përdoruesve të shërbimit. Amvisëritë mund të plasojnë kapacitet e tyre të lira në mënyrë të pavarur në tregun turistik. Amvisëria mund të anulojë angazhimin e kapacitetit 7 ose 14 ditë nga dita e përdorimit të shërbimit.

Është e nevojshme të kuptohet se anulimi i aranzhmanve për agjencinë paraqet një problem të madh, sepse do të zhgënjë mysafirin dhe do të ketë vështirësi në gjetjen e një aranzhmani alternativ. Tashmë kemi dëgjuar se agjencitë tek ne kanë pasur probleme me amvisëri të caktuara dhe nëse amvisëria nuk respekton marrëveshjet me njërën agjenci, atëherë edhe agjencitë e tjera do ta injorojnë një amvisëri të tillë. Në këtë kuptim, është e rëndësishme që të gjithë në zinxhir të bëjnë pjesën e tyre të punës ashtu siç është rënë dakord, në mënyrë që të sigurohet një marrëdhënie besimi midis bashkëpunëtorëve dhe gjithçka me qëllimin përfundimtar për ta bërë mysafirin të kënaqur.

KOMUNIKIMI NË TURIZMIN RURAL NË RAPORT NIKOQIR-MYSAFIR

Komunikimi në turizëm dhe hoteleri është një fushë e gjerë dhe i referohet llojeve të ndryshme të lidhjeve dhe marrëdhënieve ndërmjet ofertës nga njëra anë dhe kërkesës nga ana tjetër.

Gjatë pranimit të mysafirëve, duhet të krijoni kontakte me mysafirin dhe të krijoni kushte për komunikim. Është e nevojshme që të përcaktohet si në vijim:

- Ku t'i presim mysafirët?
- Kush do të presë mysafirët?
- Çfarë t'u thoni mysafirëve në pritje?
- Kush do t'i çojë mysafirët në dhomë?
- Kush do t'i mbajë valixhet e mysafirëve?

Mysafiri duhet të mirëpritet në hyrje të oborrit. Ai pritët nga nikqorija, punëtori kryesor dhe, nëse është e mundur, një nga familjarët. Pas përshëndetjes iu drejtohet mysafirit me emër („Mirëdita, zotëri/ zonjë _____, mirë se erdhet!”), anëtarët e familjes prezantohen para mysafirëve. Pritja duhet të jetë spontane por edhe e organizuar. Kjo do të thotë se dihet paraprakisht se kush do ta çojë mysafirin në dhomë, kush do t'i marrë valixhet. Krahës këtyre detyrave duhet të vendoset edhe komunikimi, për shembull,

duke bërë pyetje të zakonshme: "Si keni udhëtuar?", "A jeni lodhur?", "Çfarë do të dëshironit për pije freskuese?"

Kur mysafiri dërgohet në dhomë, atij duhet t'i tregohet dhoma: t'i tregoni se ku ndodhen prizat për pajisjet elektrike, hapni dollapin, tregoni çarshafë dhe batanije shtesë, tregoni se si hapen dhe mbyllen dritaret; ulni ose ngrini roletat / nëse ka /, si të përdorin televizorin, telefonin, radion (nëse ka), si hapen dhe mbyllen dyert... Pastaj mysafirit duhet t'i jepet çelësi i dhomës. Banjo duhet t'i tregohet mysafirit sipas të njëjtës procedurë.

Komunikimi i mëtijshëm duhet të kryhet me takt dhe me maturi. Është e nevojshme të vlerësohet se çfarë dëshiron vërtet mysafiri. Nuk duhet ta ngarkoni me praninë tuaj dhe me shumë informacione, pyetje dhe sugjerime. Pas mbërritjes, mysafiri në përgjithësi dëshiron të pushojë dhe të organizojë përshtypjet e tij.

Gjatë qëndrimit të mysafirëve, komunikimi duhet të bëhet në atë mënyrë që t'u tregojë atyre se janë pritur dhe janë të mirëpritur. Mysafirëve u tregohet vëmendje dhe respekt në mënyra të ndryshme gjatë qëndrimit të tyre. Kjo arrihet duke njohur rregullat bazë të komunikimit dhe konsistencë në komunikim. Rregullat bazë të komunikimit i referohen adresimit të mysafirit dhe mënyrës së i drejtoheni. Pasojnë qartësia dhe kthjelltësia e të folurit, toni i kontrolluar i zërit dhe gjestet e kontrolluara.

Komunikimi duhet të shoqërohet me një vështrim të hapur, një buzëqeshje të sinqertë dhe të ngrohtë. Komunikimi me mysafirin duhet të udhëhiqet nga respektimi i privatësisë së tij. I gjithë komunikimi duhet të menaxhohet me qetësi, moderim dhe durim.

Nikoqiri dhe anëtarët e familjes së tij duhet të sillen në mënyrë profesionale kur komunikojnë me mysafirët. Për ta arritur këtë, ata duhet të dinë se mysafirët jetojnë në një mjedis tjetër, kanë zakone të ndryshme dhe vijnë nga një mjedis tjetër kulturor. I gjithë organizimi i jetës së amvisërisë rurale gjatë qëndrimit të mysafirëve duhet t'i nënshtrohet atyre.

Ofrimi i shërbimeve për mysafirët dhe komunikimi me ta është një punë që duhet bërë në mënyrë profesionale dhe cilësore dhe aspak rastësisht. Kjo nënkupton se edhe marrëdhëniet e ndërsjella të anëtarëve të familjes në një familje rurale duhet t'i përshtaten situatës. Është e nevojshme të hiqni dorë nga zakonet e këqija në komunikimin e ndërsjellë para mysafirëve. Asnjëherë nuk duhet të shfaqni zemërim, nervozizëm apo mërzitje të shkaktuar nga marrëdhëniet familjare.

Maturia, qetësia dhe durimi duhet të bëhen udhëzime universale të sjelljes profesionale gjatë ofrimit të shërbimeve. Sjellja e pahijshme ndaj mysafirit është e papranueshme. Mysafirët janë shumë të ndjeshëm ndaj shenjës më të vogël të padurimit ose nervozizmit. Mysafirëve kurrë nuk duhet shtruar problemet private dhe në këtë mënyrë të justifikohet mërzia e juaj.

Konsistenca në sjellje është rezultat i profesionalizmit në ofrimin e shërbimeve në turizmin rural. Një lloj më i relaksuar i ofrimit të shërbimit/për dallim nga hoteli) nuk duhet të shpie në moskonistencë. Çdo gjë që për të cilën është rënë dakord me mysafirin duhet të respektohet dhe të përmbushet.

POZICIONI I AMVISËRISË RURALE NË TREGUN TURISTIK

Amvisëritë duhet të motivohen për t'u angazhuar në turizmin rural. Duhet të ekzistojë një interes i caktuar për ta bërë këtë punë. Nga ana tjetër, mysafiri ka interes të qëndrojë në një amvisëri rurale si turist. Parashtrohet pyetja e interesit të përbashkët. Gjërat duhet të rregullohen në mënyrë që interesi i mysafirit të jetë i pari. Do të thotë se interesi kryesor i nikoqirit duhet të jetë plotësimi i nevojave të mysafirit. Nikoqiri duhet të bëjë përpjekje për të kënaqur nevojat e mysafirit në mënyrën më të mirë të mundshme, në mënyrë që mysafiri të jetë

i kënaqur. Nga ana tjetër, mysafiri është i gatshëm të paguajë për përmbushjen e kërkesave dhe kënaqësinë e tij. Ai e konfirmon këtë duke pranuar një çmim të caktuar. Mysafiri ia dhuron besimin e tij nikoqirit dhe me të drejtë pret të jetë i kënaqur. Nikoqiri është i detyruar t'i ofrojë atij një shërbim të cilësisë së duhur për çmimin që paguan. Të dyja palët, si nikoqiri ashtu edhe mysafiri, respektojnë parimin e "vlerës për para".

Fitimet janë interesi ekonomik i nikoqirit. Nikoqiri pret një burim të besueshëm dhe të vazhdueshëm të ardhurash që do të jenë një e ardhur shtesë për familjen e tij. Për ta arritur këtë, amvisëria duhet të kujdeset vazhdimisht për cilësinë e shërbimeve të saj, të cilat do të përpiqet ta përmirësojë nga viti në vit. Para së gjithash, nënkuptojmë ruajtjen e higjienës, ndërrimin e çarçafëve dhe peshqirëve, mbulesave, cilësinë e tekstileve të tavolinës, enëve dhe takëmeve, rregullimin e shtëpisë dhe oborrit, por edhe të gjithë elementët tjera të shërbimit që vetëm në pamje të parë duken më pak të rëndësishme, por ndikojnë në kënaqësinë e mysafirëve. Dihet se një mysafir i kënaqur kthehet përsëri.

Kënaqësia e mysafirëve është një ndjenjë komplekse dhe gjithëpërfshirëse që është rezultat i një eksperience të plotë dhe përvetësimit të përvojave të ndryshme gjatë qëndrimit në një amvisëri rurale. Kënaqësia e mysafirëve ka një anë të fortë psikologjike. Çdo udhëtim jashtë vendbanimit, sidomos kur udhëtohet në një vend të panjohur për disa ditë, tek persona të panjohur, shkakton pasiguri. Prandaj është e nevojshme që nikoqiri të vendosë veten në rolin e mysafirit, për ta kuptuar më mirë. Mysafiri pret të jetë i mbrojtur, domethënë i kursyer nga surprizat e pakëndshme. Kjo do të thotë se ai duhet të jetë i informuar. I gjithë informacioni i nevojshëm që duhet të ketë mysafiri është i mbuluar në pjesën që flet për promovimin e amvisërisë. Një amvisëri e organizuar mirë mund të ketë edhe një të ashtuquajtur "letër mirëseardhjeje" me përmbajtjen bazë të qëndrimit, e cila përfshin ofertën e ushqimit si dhe produktet ushqimore shtesë që mund të përgatiten dhe merren me vete.

Si do ta dijë nikoqiri nëse mysafiri ishte i kënaqur dhe nëse kishte diçka me të cilën ai nuk ishte i kënaqur?

Psikologjia e njerëzve është e tillë që ata hezitojnë të flasin për të, veçanërisht nëse janë të pakënaqur. Është më e lehtë për ta të komunikojnë me shkrim. Kjo është arsyeja pse është mirë të përgatisni një pyetësor i sondazhit dhe t'u kërkon mysafirëve t'i plotësojnë ato. Bazuar në rezultatet e sondazhit, do të merret një pasqyrë e vërtetë në nivelin e kënaqësisë së mysafirëve.

Edhe nëse nuk ka kurfarë vërejtje nga mysafiri, nikoqiri që vendosi të merret me turizmin rural nuk duhet të jetë plotësisht i kënaqur. Ai duhet të dijë se nevojat, dëshirat dhe pritjet e mysafirëve po ndryshojnë. Nikoqiri duhet t'i kuptojë dhe t'i pranojë këto ndryshime, domethënë të përshtatet vazhdimisht me to për sa i përket llojit, cilësisë dhe mënyrës së ofrimit të shërbimeve.

PYETJET MË TË ZAKONSHME PËR TË CILAT NIKOQIRËT DUHET TË DINË PËRGJIGJEN

- A ka ndonjë NP, rezervatë, zona të mbrojtura, muze, galeri ose lokacione historike në zonë?
- Cilat lloje të akomodimit ofrohen në zonë?
- A mund të rekomandoni ndonjë një vend të mirë për drekë/darkë?
- A ka ndonjë ngjarje të veçantë në afërsi gjatë dy ditëve të ardhshme?
- Ku mund të riparohet vetura?
- Ku mund të merren informacionet turistike?
- Çfarë janë objektet rekreative dhe ku ndodhen ato?
- A ka ndonjë vizitë tjetër të organizuar në rajon?
- Ku janë dyqanet lokale?
- Si është jeta në komunitetin lokal?

Për të gjitha këto dhe shumë pyetje të tjera, është e nevojshme të keni gjithmonë përgjigjen e saktë. Kjo do të thotë se duhet të keni gjithmonë informacion të saktë dhe të besueshëm për të gjithë ofertën turistike të rajonit, si dhe kush e realizon atë dhe si. Kini kujdes se kë do të rekomandoni për të kryer disa aktivitete. Një zgjedhje e gabuar për realizim mund të ndikojë negativisht në krijimin e një imazhi për ju, rajonin, fshatin tuaj, sepse mysafiri do të kujtojë përvojën e keqe që ka pasur atëherë. Pikërisht për këtë ka rëndësi të madhe se kush e përbën rrjetin e bartësve të ofertave turistike në komunitetin lokal.

TË DREJTAT DHE OBLIGIMET E NIKOQIRIT DHE MYSAFIRËVE

Mysafiri që ka bërë rezervimin dhe rezervimi i të cilit është konfirmuar nga amvisëria rurale ka të drejtë të përdorë shërbimin e akomodimit dhe ushqimit, si dhe hapësirat e përbashkëta (dhomat e ngrënies, tarracat, oborret, pishinat) dhe të gjitha pajisjet në amvisëri të dedikuara për përdorim të përgjithshëm (TV, internet, bilardo, aparat për kafe...).

Mysafiri është i obliguar të përdorë të gjitha shërbimet në përputhje me rregullat e sjelljes së mirë dhe rendit shtëpiak të amvisërisë. Me të hyrë në dhomë, i ftuari njihet me listën e inventarit dhe rregullsinë e gjërave. Në rast të mungesës ose mosfunktionimit të gjërave nga lista e inventarit, është e nevojshme të informohet menjëherë nikoqiri. Nëse mysafiri shkakton dëm gjatë qëndrimit, është e nevojshme që ai t'ia kompensoj këtë dëm nikoqirit. Akomodimin në amvisëri mund ta përdorin vetëm mysafirët e regjistruar. Mysafirit duhet ti jepen të gjitha informacionet për vendin, oraret e vozitjes, orarin e punës së objekteve lokale, punën e muzeve, galerive, kooperativave, shoqatave etj..

Nikoqiri është i obliguar që mysafirit ti jep në përdorim dhomën e rezervuar. Nëse dhoma nuk i plotëson standardet, mysafiri ka të drejtën e kompensimit. Nikoqiri është i obliguar të tregojë standardin/kategorinë e dhomës, listën e inventarit, rregullat e shtëpisë, çmimin dhe shumën e taksës së qëndrimit. Shërbimet tarifohen me çmimin e dakorduar, ndërsa shuma e taksës së qëndrimit paguhet veçmas. Shërbimet shtesë që ofrohen në familje tarifohen shtesë. Sigurimi i mysafirit theksohet veçmas dhe llogaritet me pëlqimin e mysafirit.

Zbritjet janë pjesë e politikës së biznesit të amvisërisë, por edhe një mjet i fuqishëm i propagandes dhe reklamimit. Praktika parashikon disa zbritje: fëmijët deri në 2 vjeç janë falas nëse përdorin krevat të përbashkët, fëmijët deri në moshën 7 vjeç nëse përdorin krevat të përbashkët paguajnë 50% të çmimit ose nëse përdorin krevat të veçantë paguajnë 70% të çmimit. Zbritjet mund të jenë më të larta në përputhje me politikën e biznesit të familjes. Sigurisht nuk duhen harruar zbritjet për grupe apo për qëndrime më të gjata se 10 ditë. Faturimi bëhet në fund të qëndrimit ose pas 7 ditë të qëndrimit. Në rast të faturave të papaguara mund të mbahen gjësendet e mysafirëve. Do të ishte mirë të parashikoheshin reagimet ndaj situatave të ndryshme - në rast të sëmundjes, lëndimit, vdekjes së mysafirit ose dëmtimit ose zhdukjes së gjësendeve të mysafirit. Nikoqiri është përgjegjës për gjësendet e mysafirit të cilat i ka marrë për ruajtje, të cilat i ka regjistruar më parë dhe për të cilat ka lëshuar një konfirmim me shkrim. Ai gjithashtu merr një pjesë të përgjegjësisë për gjërat e futura në amvisëri, veturën dhe sendet në të nëse vetura ka qenë në oborr dhe për këto arsye rekomandohet që mysafiri dhe gjërat e tij të sigurohen.

Ndërprerja e kontratës mund të jetë e ndërsjellë. Nëse mysafiri shkel rregullat e shtëpisë, pengon qëndrimin e mysafirëve të tjerë, i shkakton dëm amvisërisë, nuk paguan për shërbimet e kryera ose sëmuret me sëmundje infektive, nikoqiri mund të anuloj në mënyrë të njëanshme kontratën. Në rast të forcës madhore, mysafiri ka të drejtë për rimbursim.



Nëse nikoqiri nuk përmbush obligimet kontraktuale të akomodimit dhe ushqimit, i trajton mysafirët në mënyrë joadekuate, mysafiri ka të drejtë të anulojë kontratën dhe të kërkojë kompensimin e dëmit.

ANIMACIONI DHE MENAXHIMI TURISTIK NË TURIZMIN RURAL

Vlerat themelore të fshatit, parë nga aspekti i ofertës turistike, janë një element i domosdoshëm si i produktit turistik por edhe një bazë për krijimin e një sërë aktiviteteve në zonën rurale. Fshati është një bazë ku turistët mund të njihen me atraksionet natyrore, arkitekturën tradicionale popullore, zakonet dhe folklorin, trashëgiminë kulturore materiale.

Për t'u rekomanduar mysafirëve tuaj dhe për të marrë pjesë në çdo aktivitet me ta, është e nevojshme të krijoni një komunikim të mirë, pra të krijoni një atmosferë të këndshme dhe relaksuese në raport me mysafirët.

Inicimi i aktivitetit duhet të vijë nga vetë nikoqiri. Duke vepruar kështu, duhet të kemi parasysh mentalitetin e vetë mysafirëve, si dhe kush janë ata, nga janë dhe çfarë zakone kanë. Rekomandimi është që të plotësoni kohën e lirë të mysafirit duke pasur kujdes që të mos shkaktoni ndonjë kundërefekt. Jepuni atyre kohë për të pushuar dhe për t'u çlodhur. Mos harroni se disa mysafir duan të ikin nga punët e përditshme. Çfarë formë të rekreacionit do të zgjedhin mysafirët tuaj varet nga afiniteti, dëshira, aftësitë psikofizike dhe mosha e mysafirëve. Një pushim përmbajtësor në fshat ofron mundësitë e mëposhtme:

ANIMACIONI PËRMES AKTIVITETEVE SPORTIVE DHE REKREATIVE

Aktivitete të përgjithshme:

- ecje, alpinizëm,
- kalërim në kuaj, gomarë ...
- vozitje në rimorkio ose karroca,
- udhëtim i motorizuar
- vizitë vendeve dhe fshatrave në mënyra të ndryshme,
- udhëtim me sajë në kushte dimërore,
- pushime aventureske ose pushime në natyrë të egër,
- mbledhja e frutave të pyllit,
- pjesëmarrja në punë të ndryshme në amvisëri rurale
- pjesëmarrja në përgatitjen e ushqimit dhe turshive.

Aktivitetet që lidhen me ujin:

- notë, peshkim,
- lundrim me kanoe, kajak, rafting, surfing, skaf, lundrim,
- shërbime të llojit të parkut ujor.

Aktivitetet në ajër:

- aeroplan të lehtë, kajting, paragliding, hedhje me parashutë, fluturim me balonë.

Aktivitetet sportive që kërkojnë një mjedis natyror:

- aktivitete në shpella (turizëm shpellor), ngjitje nëpër shkëmbinj,
- lojëra në plazhe me rërë lumi, liqeni apo deti,
- orientimi (lëvizja në zona të panjohura duke përdorur një hartë dhe busull).

Aktivitetet sportive që kërkojnë një mjedis të modifikuar - të ndërtuar:

- volejball, hendboll, futboll i vogël dhe i madh, hedhja e topave, basketboll, tenis, ski, bocce, gjueti.

ANIMACIONI PËRMES AKTIVITETEVE KULTURORE

- kërkime arkeologjike, restaurim i disa lokaliteteve, studim i trashëgimisë rurale,
- hulumtimi i industrisë lokale, bujqësisë dhe ndërmarrjeve artizanale, njohja me muzetë,
- kurse që ofrojnë njohje me zanatet e vjetra dhe të reja, punë në punëtori arti,
- njohje me folklorin dhe grupet folklorike, njohje me zakonet dhe besimet popullore, hulumtimet e kulturës dhe traditës, specifikat e kulturës, gastronomisë, arkitekturës...

Përveç aktiviteteve sportive-rekreative dhe kulturore në mjedise rurale, mysafirët mund të argëtohen me një sërë aktiviteteve të tjera.

Aktivitete të lidhura me shëndetin:

- aktivitete fitnesi, njohja e bimëve mjekësore, mbledhja dhe tharja e tyre,
- kampe yoga, kampe gastro veg, Wellness.

„Aktivitetet pasive”:

- relaksim në një mjedis rural, studim i natyrës në natyrë, vëzhgim i zogjve, fotografim, shijimi i vlerave të mjedisit natyror.

Ngjarjet dhe manifestimet:

- veprimtarisportive rurale, lojëra popullore tradicionale, sporte popullore tradicionale individuale, ekspozita bujqësore.

Aktivitete biznesi:

- tubime dhe konferenca të vogla dhe aktivitete afatshkurtra për të inkurajuar zhvillimin e turizmit.

Kryerja e një sërë aktiviteteve dhe argëtimi i të ftuarve siguron një burim të ardhurash dhe punësime të reja, alternative, kontribuon në ruajtje dhe mbrojtje, redukton pabarazinë gjinore dhe forma të tjera sociale, por gjithashtu inkurajon veprimtarinë kolektive të një komuniteti. Animacionet kulturore forcojnë kulturën lokale, ringjallin vlerat e vjetra folklorike, rrisin ndjenjën e krenarisë lokale, respektin për veten dhe identitetin.

Vetë krijimi i efekteve pozitive shkakton edhe një sërë efektesh negative të cilat duhet pasur parasysh, përkatësisht: inflacioni i çmimeve në nivel lokal, ndryshimet në strukturën vendore të punësimit, ndryshimet në qëllimin e tregut, krijimi dhe ndryshimi i "kulturës" lokale "për t'iu përshtatur nevojave të tregut, shkatërrimi i kulturës dhe vlerave autohtone, mbeturinat dhe llojet e tjera të ndotjes.

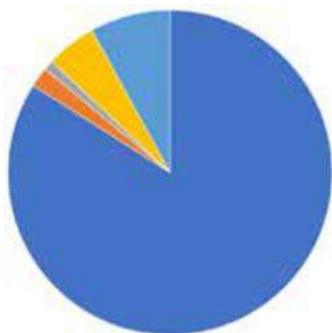
Nëse mysafirët tregojnë interesin e duhur, është e nevojshme që një anëtar i familjes të luajë rolin e një ciceroni lokal dhe të ndihmojë mysafirin të përfundojë përvojën e tij turistike në mënyrën më të mirë dhe më të shpejtë. Nikoqiri si njohës i mirë i terrenit, lokalitetit, objekteve, kalendarit të ngjarjeve

dhe infrastrukturës së transportit do t'i ndihmojë mysafirët të pasurojnë pushimet e tyre me përmbajtje të reja. Sigurisht, rolin e një ciceroni lokal duhet ta luajë një person që ka shumë njohuri dhe një sërë informacionesh për të gjitha lokalitetet në komunitetin lokal. Informohinu rreth lokaliteteve (broshura, prospekte dhe literaturë tjetër). Në të njëjtën kohë, ju gjithashtu mund të përdorni tregime interesante nga rajoni juaj të cilat mysafirët do t'i dëgjojnë me dëshirë. Jini gjithmonë të qartë në prezantimin tuaj dhe flisni me zë të lartë dhe qartë. Si ciceron, bëhuni një nikoqir i mirë, miqësor dhe mikpritës. Janë dy gjëra që kanë vlerë shumë të madhe dhe nuk kushtojnë asgjë: një buzëqeshje dhe "mirë se erdhet".

Mos harroni se në rolin e një ciceroni lokal ju jeni përfaqësues jo vetëm i amvisërisë, por edhe i mjedisit tuaj, pra komunitetit lokal, duhet të kujdeseni për pamjen tuaj, të lini përshtypjen e një personi të rregullt dhe të matur. . Ju duhet të jepni informacion të qartë dhe të saktë gjatë vizitave. Kujdesuni gjithmonë që të mos ofendoni mysafirin (në baza fetare, kombëtare, racore...). Kujdesuni për mysafirin. Të gjithë mysafirët janë të barabartë dhe nuk duhet të ketë kurfarë diskriminimi.

Shoqërohuni me ta, bëni një befasi gjatë ekskursionit, organizoni një piknik në natyrë, çojini në një nga eventet e fshatit. Asgjë nuk është shumë e shtrenjtë. Në krijimin e ofertës së familjes suaj, çdo ide e konceptuar mirë do të shpërblehet shumë herë dhe një mysafir i kënaqur gjithmonë do të kthehet dhe do t'ua transmetoj përvojën e tij të tjerëve.

Shumëllojshmëria e ofertës suaj si dhe organizimi i ekskursionit (karburanti, ushqimi shtesë, biletat, koha juaj...) mund të përfshihen në çmimin e gjysmë pansionit/pansionit. Niveli arsimor, preferencat dhe interesat e mysafirëve mund të jenë të ndryshme. Ndaj pritësi ka një obligim të madh të sigurojë, përveç atyre informatave të nevojshme, elementare



Gjysmë pansioni
Karburant Bileta
Ushqim shtesë
Shërbime të tjera

t'i ofroj të ftuarit shumë informacione shtesë dhe informata shumë të ndryshme. Mysafiri modern është i mirëinformuar. Ndonjëherë kërkesat e mysafirëve tejkalojnë aftësinë e nikoqirit për t'u përgjigjur. Në këto raste, së bashku me mysafirin, duhet kërkuar informacion në monografi të shkruara të fshatit apo rajonit, në zyrat vendore, tek mësuesit, bashkësitë fetare etj.

RREZIQET LIDHUR ME QENDRIMIN NE AMVISËRINË RURALE

Ardhja e një mysafiri në një familje rurale duhet të jetë e këndshme dhe të sigurojë kënaqësi të ndërsjellë si për nikoqirin ashtu edhe për mysafirin. Për të shmangur rreziqet dhe për të garantuar sigurinë e mysafirëve, duhet të ndërmerren gjithmonë të gjitha masat parandaluese.

Ashtu si në jetën e përditshme, ka situata të caktuara që mbartin një rrezik të caktuar. Shkaqet e rrezikut mund të jenë shumë të ndryshme. Nga ato që janë në dukje të padëmshme /organizimi i dobët i qëndrimit, pakënaqësia e mysafirëve, komunikimi i papërshtatshëm/, përmes mangësive higjienike dhe sanitare (papastërti, parregullsi) që çojnë në helmime ushqimore ose lëndime.

Një nikoqir i ndërgjegjshëm mund të shmang relativisht lehtë shumicën e shkaqeve të rrezikut, por situata të paparashikueshme janë gjithmonë të mundshme.

Vetë të ftuarit mund të jenë gjithashtu shkaktarë të ngjarjeve të pakëndshme ose shkaqe rreziku (sëmundje, alkoolizëm, nervozizëm). Mysafirët vijnë në një mjedis të panjohur dhe për ta disa dukuri dhe veprime në mjedisin rural janë krejtësisht të reja. Qëndrimi në natyrë në një mjedis të panjohur përmban një sërë situatash të paparashikueshme. Lëndimet mund të shkaktohen nga prekja e kafshëve shtëpiake (qen, mace, bagëti, derra, kuaj), fëmijët që luajnë në mjedisin e afërt mund të çojnë në lëndime (pirunë, parmendë, harqe, kosë, mullinj, sharra rrethore). Kërcimi, ngjitja ose ecja në tokë të pabarabartë mund të rezultojë në thyerje të pjesëve të trupit (gurë, gardhe, trungje, trungje, pemë, ndërtesa shtesë). Transporti me traktorë ose rimorkio traktori, karroca me kuaj ose dema, si dhe çdo aktivitet rreth zjarrit ose ujit, mund të çojë në lëndime serioze.

Prandaj, nikoqiri duhet të sigurojë të gjithë informacionin për mysafirët për rreziqet e mundshme në mjedis. Në veçanti, është e nevojshme të paralajmërohen fëmijët për të gjitha rreziqet, por edhe të shënohen vende të tilla (puse, soba fushore, lumenj, qen, mace, gropa, etj.) por edhe të sigurojë “shoqërimin” me kafshët shtëpiake me praninë e nikoqirit.

Për sa i përket sigurisë së mysafirëve, si dhe vetë nikoqirit në amvisëri, para së gjithash është e nevojshme të mbahen shënimet e duhura të mysafirëve duke plotësuar librin e të ftuarve. Gjërat me vlerë më të madhe mund t'i besohen nikoqirit për ruajtje. Regjistri gjërave të dhëna/marra mbahet në dy kopje. Shumë shqetësime mund të shmangen duke plotësuar librin e të mysafirëve, sepse pikërisht në librin e mysafirëve gjenden të gjitha të dhënat e rëndësishme që mund të përdoren në situata të paparashikuara. Përvoja ka treguar se mysafirët në amvisëritë rurale janë kryesisht njerëz me nivel më të lartë arsimor dhe sjellje të përshtatshme. Nëse vie deri tek shqetësimet lidhur me sigurinë, ndonjë sjellje të dhunshme, vjedhje apo ndonjë ngjarje të papërshtatshme, është e nevojshme të njoftohen organet kompetente. Është gjithashtu e rëndësishme të bëhet kujdes për sigurimin e pasurisë vetanake si dhe sigurimin e mysafirit. Kushtet dhe metodat e sigurimit mund ti gjeni në kompanitë e sigurimit.

EUROGITES - STANDARDET THEMELORE PËR VLERËSIMIN E CILËSISË SË OBJEKTEVE TË AKOMODIMITA

Zhvillimi i turizmit rural në Evropë, veçanërisht në Francë, Itali, Austri, si dhe në të gjitha vendet e tjera evropiane, bazohet në qëllime identike: mirëmbajtja dhe forcimi i prodhimit bujqësor në amvisëritë rurale, kohezioni social përmes mundësisë së punësimit indirekt dhe të ardhura të konsiderueshme nëpërmjet shërbimeve turistike dhe reduktimit të shpopullimit të zonave

Pikërisht për këto arsye, turizmi rural bëhet një interes strategjik shtetëror që u shfaq në mënyra të ndryshme. Çdo vend, në varësi të burimeve, potencialit dhe specifikave të tij, duhet të përpiqet të adoptojë modele botërore dhe evropiane të zhvillimit dhe në këtë mënyrë të arrijë promovimin dhe afirmimin e potencialeve të tij natyrore, sociale dhe materiale. Kjo është veçanërisht e rëndësishme për vendet me zhvillim më të ulët ekonomik, sepse në këtë mënyrë mundësohet përfshirja më efiçente në tregun ndërkombëtar turistik. Kjo është aq domethënëse sa që interesat e turistëve nga vendet e zhvilluara po lëvizin drejt destinacioneve të reja "të pazbuluara" dhe interesave të veçanta, të cilat përfshijnë të gjitha format e turizmit rural: eko-turizëm, etnoturizëm, rrugë të verës, rrugë të verërave, rrugë karvanesh, rrugë

të perandorëve...

Çdo vend, në varësi të burimeve, potencialit dhe specifikave të tij, duhet të zbatojë dhe respektojë rregulloret e përcaktuara me ligj të vendit të tij në këtë fushë të turizmit, por edhe të përpiqet të adoptojë modele botërore dhe evropiane të zhvillimit dhe në këtë mënyrë të arrijë promovimin dhe afirmimin e potencialet e tij natyrore, sociale dhe materiale. Kjo është veçanërisht e rëndësishme për vendet me zhvillim më të ulët ekonomik, pasi mundëson një përfshirje më efikase në tregun ndërkombëtar turistik. Kjo është aq domethënëse saqë interesat e turistëve nga vendet e zhvilluara po lëvizin drejt destinacioneve të reja "të pazbuluara" dhe interesave të veçanta, të cilat përfshijnë të gjitha format e turizmit rural: eko-turizëm, etnoturizëm, rrugë të verës, rrugë gastronomike, rrugë argjendi, rrugë të perandorit...

Në tregun turistik europian mund të veçohet shoqata EUROGITES, e cila është aktive në fushën e turizmit rural, standardet apo rekomandimet e së cilës janë ndër më të përfaqësuara në Europë.



EUROGITES – Federata Evropiane për Turizmin Rural lidh 35 organizata profesionale nga 28 vende me më shumë se 100,000 objekte. Që nga viti 2019, shoqata jonë “Turizmi në fshat” është anëtar i këtij rrjeti të madh, që do të thotë se për herë të parë përfaqësuesin e tij në këtë grup e ka edhe Mali i Zi. Me programin e tij, EUROGITES fokuson aktivitetet e tij në ruajtjen e

cilësisë së jetës në zonat rurale të Evropës. Me turizmin rural, ai ofron një alternativë ndaj turizmit masiv dhe përkufizon konceptin e turizmit rural duke marrë parasysh specifikat e burimeve dhe potencialit. Standardet e asociacionit kontribuojnë në vendet evropiane që kanë burime të bollshme por edhe një model të pazhvilluar të turizmit rural duke krijuar drejtimitet e tyre të zhvillimit në mënyrën më të mirë të mundshme. Duke krijuar standarde cilësore, sigurohet çelësi i suksesit të ofertës turistike rurale me përmbushjen e vlerave ekologjike, shëndetësore dhe tradicionale të mjedisit rural me fokus të veçantë në mbrojtjen e mjedisit.

Federata Evropiane për Turizmin Rural ofron një mundësi unike për një pushim të vërtetë me një përvojë rurale. Përmbajtet Bed & Breakfast ose ato hotelierike në shtëpi private dhe në ferma në pronësi familjare, hotele dhe bujtina të vogla rurale, ushqime të gatuar në shtëpi ose turizëm aktiv: të gjitha këto oferta mbledhen si pjesë e turizmit autentik rural në Evropë nën shenjë e cilësisë EUROGITES.

EUROGITES e kupton akomodimin rural si shërbime të vogla hoteliere që, me vëmendjen personale, kombinohen me ruajtjen e mjedisit, ruajtjen e autencitetit të komuniteteve lokale dhe traditave, produkteve, gastronomisë dhe trashëgimisë kulturore të tyre me qëllim të zhvillimit të qëndrueshëm.

Produkti i turizmit rural EURO GITES përkufizohet në kontekstin e turizmit të qëndrueshëm rural, aktiviteteve multifunksionale që bazohen në burimet lokale që lidhen me aktivitetet tradicionale bujqësore, kulturën dhe vlerat natyrore në fshat ose në qytete të vogla ku turizmi nuk është burimi kryesor i të ardhurave.

Objektivat e EuroGites janë të përcaktuara gjerësisht, gjë që është rezultat i karakterit gjithëpërfshirës të këtij sektori, i cili bazohet në mikro-ndërmarrje apo aktivitete plotësuese, që kërkon mbështetje dhe përfaqësim në fusha të shumta. Sipas statutit, detyrat dhe aktivitetet kryesore janë:

- rrjeti i informacionit dhe komunikimit ndërmjet organizatave anëtare dhe në nivel ndërkombëtar,
- përfaqësimi profesional në organizatat evropiane (private dhe publike),
- harmonizimi i përmbajtjes dhe terminologjisë së informacionit,
- përkufizimi i kriterëve të përbashkëta të cilësisë dhe standardeve, me qëllimin përfundimtar të brendimit dhe marketingut të përbashkët në nivel evropian,
- trajnim profesional

Në nivel të Bashkimit Evropian, EuroGites përfaqëson turizmin rural në Grupin e Punës për Zhvillimin Rural (Advisory Group on Rural Development) dhe Grupit për Qëndrueshmërinë e Turizmit (TSG-Tourism Sustainability Group). EuroGites është anëtar i disa organizatave ombrellë evropiane si Lëvizja e Fshatit Evropian (European Movement for Rurality – MER) ose Grupi i Veprimit për Turizmin Evropian (ETAG-European Tourism Action Group).

STANDARDET - VLERËSIMET E CILËSISË

Akomodimi në turizmin rural - versioni 1.0 i miratuar nga Asambleja e Përgjithshme EuroGites 2005.

* Pikat 1 deri në 4 përdoren në disa pika në këtë listë. Vlera e pikës shprehet gjithmonë si në vijim:

1- minimumi bazë, i kënaqshëm

2- nivel normal ose mesatar, i kënaqshëm

3- mirë, nivel i lartë, dukshëm mbi normalen 4- shumë mirë, shumë i lartë, nivel i shkëlqyer

** Rregulli i devijimit të përqindjes (shih fundin e këtij dokumenti) nuk zbatohet për këtë kriter, ai zëvendësohet këtu nga një variacion i mundshëm i shprehur në një numër absolut prej 10 cm.

I. PAJISJET

PËRSHKRIMI	MINIMUMI TREGU LOKAL	TREGU NDËRKOMBËTAR
Stili lokal i ndërtimit	Me elemente tipike të rajonit (2) *	Arkitektura në stilin e ndërtimit lokal (3)
Stili lokal i ndërtimit	E përputhshme me stilin lokal (2)	E përputhshme me stilin lokal (2)
Gjendja e ruajtjes	Niveli i lartë (3)	Nivel shumë i lartë (3)
Rregullimi tradicional - autentik	Bazik (1)	Mesatar (2)
Pastërtia e përgjithshme	Nivel shumë i lartë (4)	Nivel shumë i lartë (4)
Madhësia e dhomave njëkrevatshe	Sipas rregulloreve lokale	10m ² (dhoma fjetje me mëngjes, 8m ² (vetpërgatitja e ushqimit)
Madhësia e dhomave dykrevatshe	Sipas rregulloreve lokale	15m ² (dhoma fjetje me mëngjes, 12m ² (samostal-no pripremanje hrane)
+ për çdo shtrat shtesë	Sipas rregulloreve lokale	+3m ²
Pajisje për dhoma	Funksionale	Funksionale, hapësirë vetanake për vendosjen e gardërobës dhe gjërave të tjera
Madhësia e shtratit **	Për 1 person 90/180 Për 2 persona 135/180	Për 1 person 90/190 Për dy persona 150/190

I. PAJISJET

PËRSHKRIMI	MINIMUMI TREGU LOKAL	TREGU NDËRKOMBËTAR
Cilësia e shtratit	Dyshek i lartë (3) me susta ose ekuivalent të këtij standardi, pa sfungjer të lehtë	Dyshek i lartë (3) me susta ose ekuivalent të këtij standardi, pa sfungjer të lehtë
Madhësia e hapësirave të përdorura të përbashkëta	E përshtatshme (2) për numrin e mysafirëve	E përshtatshme (2) për numrin e mysafirëve
Ndriçim/dritare në dhoma	Kërkohet	Kërkohet
Banjo - pajisje minimale	Hapësirë e mbyllur që mund të mbyllet, dush me perde, ajrosje, ngrohje	Dush, tualet, lavaman, kabinet, pasqyrë. Rekomandohet një tualet në një hapësirë të veçantë
1 banjo për X të ftuar	1 për objekt akomodimi (shtëpi), që shërben maksimalisht për 8 mysafirë	1 për çdo 2 dhoma - 4 mysafirë; Rekomandohet brenda dhomës për dhoma që lëshohen me bazë gjumi dhe mëngjes
Furnizimi me ujë të rrjedhshëm	Kërkohet	Kërkohet
Furnizimi me ujë të ngrohtë	Kërkohet, me një sasi uji të ngrohtë të mjaftueshme për të gjithë mysafirët	Njëjtë, rekomandohet një furnizim i vazhdueshëm
Ngrohja e dhomës	Po (nëse zbatohet)	Po (nëse zbatohet)
Klimatizimi	Jo	Po (nëse zbatohet)

II. MJEDISI

PËRSHKRIMI	MINIMUMI TREGU LOKAL	TREGU NDËRKOMBËTAR
Mjedisi rural i objektit akomodues	Kërkohet në një nivel të lartë (shih specifikimet e produktit)	Kërkohet në një nivel të lartë
Efektet e shqetësimeve të ndryshme (erë e pakëndshme, zhurmë, pamje jo e mirë...)	Në përputhje me rregulloret lokale	Shumë i vogël (3) (rekomandohet - asnjë)
Burimet 1: natyra, peizazhi	Niveli i lartë (3)	Nivel shumë i lartë (3)
Burimet 2: etnografike, kulturë, traditë, arkitekturë...	Mesatar (2)	I lartë (3)
Gjendja e rruajtjes së mjedisit	Mesatar (2)	Mirë (3)
Kontributi në zhvillimin lokal – Prodhimit vendor	Në nivelin bazë (1)	Në nivelin mesatar (2)

II. MJEDISI

PËRSHKRIMI	MINIMUMI TREGU LOKAL	TREGU NDËRKOMBËTAR
Përgjegjësia shoqërore dhe kulturore	Shumë e lartë (4)	Shumë e lartë (4)
Marrëveshje me pjesëmarrësit lokalë	Në përputhje me rregulloret lokale	Në përputhje me rregulloret lokale
Përgjegjësia mjedisore	Në përputhje me ligjin	E lartë (3)

III. SHËRBIMET NË OBJEKTET E AKOMODIMIT DHE NË MJEDIS (> 15 KM)

PËRSHKRIMI	MINIMUMI TREGU LOKAL	TREGU NDËRKOMBËTAR
Shërbimet e pastrimit	Nuk kërkohet	Nuk kërkohen. Rekomandohet dhënia e mundësisë (nuk është e nevojshme që pronari të kryejë këtë shërbim)
Ofrimi i shërbimeve ushqimore në objektet akomoduese	Nuk kërkohet	Nuk kërkohet. Rekomandohet kur lëshoni dhoma në bazë të fjetjes dhe mëngjesit.
Gastronomi lokale - objekte hotelierike për ushqim	Po	Po
Oferta e aktiviteteve për të kaluar pushimet tuaja në një objekt akomodues	Nuk kërkohet	Nuk kërkohet
E njëjta gjë - në mjedis	Po	Po
Qasja / Sinjalizimi	Qasje bazë me probleme të caktuara / Po	Qasje e mirë për vetura private standarde / Po
Hapësirë dhe pajisje për mëngjes	Nuk kërkohet	Po (dhoma/qëndrim dhe mëngjes) Jo (vetëpërgatitja e ushqimit)
Sigurimi i informacionit turistik	Po	Po + në gjuhën e tregut të synuar, rekomandohet gjuha angleze
Pajisjet e dhomës	Funksionale	Funksionale, hapësirë vetanake për ruajtje për garderobë dhe gjëra të tjera
Informacion / Udhëzime për shtëpinë që ofrohet	Po, në gjuhën lokale	Po + në gjuhën e tregut të synuar, rekomandohet gjuha angleze

IV. KUJDESI PERSONAL PËR MYSAFIRË, PRIVATËSIA DHE AMBIENTI

PËRSHKRIMI	MINIMUMI TREGU LOKAL	TREGU NDËRKOMBËTAR
Kualifikim profesional	Përmbushja e rregullave të shëndetit dhe sigurisë	Njëjtë + Trajnimi për pritje të mysafirëve "Welcome"
Mirëpritje personale për mysafirët	Po	Po
Ofrimi personal i informacionit dhe prezantimi i ofertës turistike lokale	Rekomandohet	Po
Sipas nevojës, është i mundur kujdesi personal i mysafirëve gjatë qëndrimit të tyre	Po	Po
Njohja e gjuhës së huaj	Jo	Rekomandohet gjuha e tregut të synuar, anglishtja. Kjo vlen për pronarin, një anëtar të familjes së tij ose një person të afërt.
Informacion në lidhje me objektin e akomodimit dhe mjedisin të përshtatura për çdo mysafir individual / Libri i mysafirëve	Jo / Rekomandohet	Po / Po
Ndarja e hapësirave të cilat i përdorin mysafirët	Vetëm dhomat e gjumit; rekomandohet që vetëm mysafirët të përdorin banjot e destinuar për ta	Dhomat e gjumit, banjot, disa hapësira të përbashkëta përdoren vetëm nga mysafirët

V. SIGURIA

PËRSHKRIMI	MINIMUMI TREGU LOKAL	TREGU NDËRKOMBËTAR
Sigurimi i përgjegjësisë publike	Po	Po
Mbrojtja nga zjarri dhe aksidentet	Përcaktuar nga ligji i çdo vendi	Po
Garancia e dhënies së informacionit të saktë para bërjes së rezervimit	Me rastin e çdo lëshimi të kapacitetit akomodues	Me rastin e lëshimit të kapacitetit akomodues
Garancia e dhënies së informacionit të saktë para bërjes së rezervimit	Saktësia e përditësuar (përgjegjësia e pronarit të objektit)	Përdoret një garanci e palës së tretë (shoqatë, organ certifikues).
Dokumentacioni për rezervimet e bëra (konfirmimi, kushtet standarde, pritja e mysafirëve, etj.)	Duhet të ekzistojnë dhe të jenë në dispozicion kushtet për të bërë një rezervim të disponueshme	+ Konfirmim me shkrim i rezervimit të bërë dhe termave dhe kushteve të certifikimit të hërbimeve të kontraktuara

V. SIGURIA

MINIMUMI TREGU LOKAL	TREGU NDËRKOMBËTAR	MINIMUMI TREGU LOKAL
Shëndeti (higjiena-disponueshmëria e shërbimeve shëndetësore, etj.)	Kompleti i ndihmës së parë, mirëmbajtja e higjienës së ndërtesës dhe hapësirës të cilën përdorin mysafirët. Informacion i shtypur për shërbimet shëndetësore.	Informacion gjithëpërfshirës për shërbimet shëndetësore tek të cilat mund të arrihet brenda 15 minutave. në dispozicion sipas kërkesës para bërjes së rezervimit; në çdo rast, në dispozicion në objektin e akomodimit gjatë qëndrimit të mysafirëve.
Mbrojtja e konsumatorit (ankesat, procedurat e përkufizuara)	Respektimi i kërkesave të përcaktuara me ligj	+ Libri i përshtypjeve të mysafirëve
Çmimorja e ekspozuar	Po	Po

Rregullat për zbatim

Standardet e përmendura u “rekomandohen fuqishëm” anëtarëve, por nuk janë të obligueshme. Në çdo rast, ato do të respektohen në rastin e valorizimit në treg të disa njësive akomoduese që mbajnë emrin e brendit EuroGites (Rural Tour).

Standardet janë plotësuese me klasifikimet ekzistuese, rregulloret ligjore ose sistemet e cilësisë. Përfshirja e tyre formale në këto standarde tashmë ekzistuese private, rajonale ose kombëtare mbështetet fuqimisht kurdoherë që është e mundur, pasi kjo duhet të mundësojë homogjenizim dhe transparencë më të qartë ndërkombëtare të tregut.

Çdo organizatë anëtare është përgjegjëse për përkufizimin e fushës dhe mënyrës së zbatimit të standardeve të mësipërme në fushën për të cilën është përgjegjëse. Inspektimi dhe kontrolli i respektimit të standardeve i është besuar organizatës përkatëse anëtare, por EuroGites rezervon të drejtën e kontrollit të vet. Për të kapërcyer dallimet rajonale dhe kombëtare, nevojitet një ekuilibër ndërmjet zbatimit fleksibël të kriterëve individuale dhe dhe garancisë së përgjithshme të një standardi minimal të përbashkët për turistët e huaj.





Kjo do të arrihet si në vijim:

Një devijim nën standardin minimal është i mundur deri në 25% ⁽²⁾, nëse mund të kompensohet duke iu përmbajtur standardeve më të larta se ato të përshkruara në pika të tjera nga i njëjti grup i kriterijumeve.

Minimumet absolute që nuk janë arritur nuk mund të kompensohen ⁽³⁾ dhe janë përjashtuese.

Pas zbatimit të kompensimit - nëse zbatohet - duhet të plotësohen të gjitha kriteret në secilën nga pesë grupet. Kompensimi ndërmjet grupeve të ndryshme të kriterëve nuk është i mundur gjatë përcaktimit të rezultatit përfundimtar.

KRIZAT DHE NDIKIMI I TYRE NË TURIZM

Rritja e aktiviteteve turistike në dekadat e fundit e përkufizon qartë turizmin si fenomenin më të rëndësishëm ekonomik dhe social. Si rezultat i një sërë faktorësh politikë, ekonomikë, demografikë, socialë dhe teknologjikë, lëvizjet turistike dhe qarkullimi turistik në botë morën karakter masiv në gjysmën e dytë të shekullit të 20-të. Gjithashtu, ka zhvillim të infrastrukturës së trafikut dhe akomodimit të nevojshëm për zhvillimin e turizmit. Po shfaqen destinacionet e reja turistike, si dhe një numër në rritje i organizatorëve të udhëtimeve. Një numër i madh i vendeve përfshihen më drejtpërdrejt në zhvillimin e turizmit. Rritja e të ardhurave kombëtare, rritja e kohës së lirë, pushimet me pagesë, e drejta për orar të shkurtuar të punës, rritja e nivelit kulturor dhe arsimor të popullsisë, ndryshimet në qëndrimet ndaj konsumatorit dhe faktorë të tjerë kanë ndikuar në rritjen e konsumit të njerëzve që marrin pjesë në lëvizjet turistike. Studimi i ndikimit të krizave në zhvillimin e turizmit mori rëndësi në fillim të shekullit XXI, kur bota u përball me ngjarje që pati një ndikim të rëndësishëm në rënien e qarkullimit turistik në botë, si luftërat, krizat ekonomike dhe shëndetësore, sulmet terroriste...

Turizmi, si sektori me rritje më të shpejtë të ekonomisë, u prek shpesh nga

(2) Kjo është e barabartë me një nivel në peshoren (1-4). Në rastin e vlerave absolute (madhësia e dhomës, d.m.th. banjo/numri i shtretërve, etj.) zbatohet për këto vlera.
(3) Kjo zbatohet për të gjitha kërkesat e shënuara në shkallë me (1), dhe për minimumet, të cilat në përputhje me arsyen e shëndoshë nuk mund të arrihen më poshtë se sa është paraparë, sepse kjo do të nënkuptonte mosekzistencën e tyre (p.sh. pajisjet për ngrohje).

ngjarjet, të cilat ndikuan negativisht në sigurinë e turistëve, mjedisin, imazhin e destinacionit etj.

Llojet e krizave në turizëm

Kur flasim për kriza që prekin turizmin si aktivitet, flasim për ngjarje të papritura që mund të ndikojnë në besimin e udhëtarit në destinacionin dhe të ndikojnë në rrjedhën normale të biznesit. Kushtet në të cilat zhvillohet turizmi sot imponojnë nevojën për t'u përgatitur për një ngjarje të papritur dhe një përgjigje që kërkon solidaritet, fleksibilitet dhe ekspertizë. Krizat mund të ndahen sipas asaj se kush është shkaktari - natyra apo faktori njerëzor.

Faktorët politikë që shkaktojnë krizë manifestohen përmes konflikteve, anarkisë, paqëndrueshmërisë dhe ndikojnë në pozicionin e destinacionit turistik në treg.

Faktorët natyrorë që krijojnë krizat lidhen me fatkeqësitë natyrore (tërmetet, përmytjet, uraganet, etj.), ndryshimet klimatike dhe degradimi i mjedisit të shkaktuar nga aktivitetet njerëzore.

Ka edhe kriza që janë të një natyre të kombinuar, të cilat janë të natyrshme në pamjen e tyre dhe të shkaktuara nga faktori njerëzor, si p.sh. ndotja e mjedisit ose anasjelltas, siç janë epidemitë.

Faktorët teknologjikë dhe të biznesit që krijojnë kriza i referohen shfaqjes së krimit përmes zbatimit të teknologjive moderne, si dhe një sërë faktorësh negativë të biznesit në kompanitë që e vështirësojnë turizmin - grevat apo falimentimi i ndërmarrjeve të përfshira në turizëm.

Krahas krizës që ndikon në besimin e turistëve, ka një ndryshim të trendeve në kërkesat e turistëve për shkak të rritjes së frikës nga udhëtimi dhe shqetësimit për sigurinë. Numri i udhëtimeve turistike ndërkombëtare, koha e udhëtimit, numri i netëve të realizuara, ngrënia në restorante, vizita në atraksione turistike, marrja me qira të veturave, etj.

E përbashkëta e të gjitha krizave është ndikimi negativ në jetën e qytetarëve në zonat e prekura, dhe veçanërisht në ekonomi dhe turizëm - dega e tretë, më e rëndësishme dhe më dinamike ekonomike e ekonomisë së përgjithshme botërore. Një destinacion apo brend mund të pësojë shumë dëme dhe imazhi i destinacionit mund të vihet në dyshim.

Ndikimi i sulmeve terroriste në turizëm

Sulmet terroriste janë ngjarje që ndodhin papritur, zgjasin për një kohë të shkurtër dhe tërheqin vëmendjen e publikut. Kur bëhet fjalë për turizmin, objektivat janë sistemet e transportit (ujë, tokë, ajër), kapacitetet e objekteve të hotelierisë, kongreset, festivalet, karnavalet, ngjarjet sportive, etj. Qëllimi është që të shkaktohen sa më shumë dëme materiale dhe viktima njerëzore. Forma të ndryshme të krimit dhe sulmeve ndaj turistëve ndodhin edhe si pasojë e konflikteve socio-kulturore në vendet me pabarazi të theksuara sociale. Vendet që janë të ekspozuara ndaj sulmeve terroriste shkaktojnë frikë tek turistët, shpesh vendet e tilla shmangen për shkak të rrezikut dhe anasjelltas - vendet ku nuk ka dukuri të tilla preferohen si destinacion pushimi.

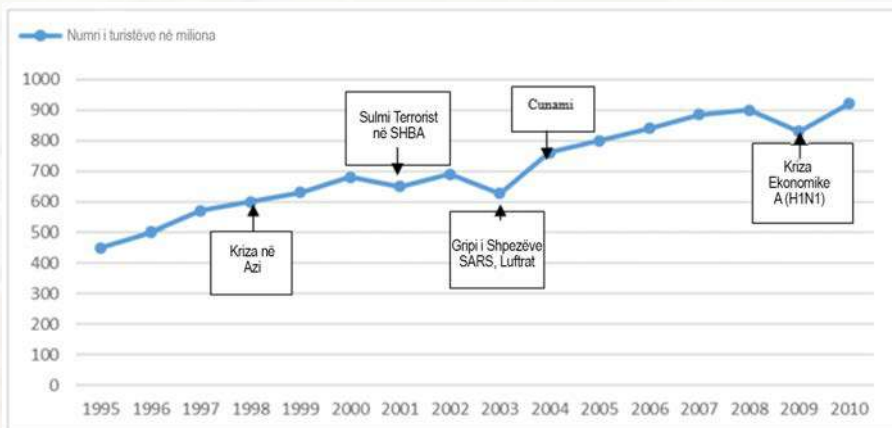
Ndikimi i krizave politike në turizëm

Paqëndrueshmëria politike (luftërat, grushtet e shtetit, demonstratat, grevat, etj.) mund të rrisë perceptimin e rrezikut në një destinacion. Është një situatë kur mekanizmat e menaxhimit dhe qeverisjes, si dhe legjitimiteti politik i qeverisë, përballen me faktorë që veprojnë jashtë kornizave të rregullta të sistemit politik. Kur bëhet fjalë për efektet negative, ato kryesisht i referohen një imazhi të keq të destinacionit, rënies së qarkullimit, të ardhurave negative dhe planeve zhvillimore të çregulluara.

Ndikimi i krizave shëndetësore në turizëm

Krizat shëndetësore dhe ndikimi i tyre në turizëm tërheqin gjithmonë vëmendjen e studiuesve nga fusha të ndryshme shkencore. Problemet më të mëdha të krijuara nga këto kriza lidhen me shëndetin e njerëzve dhe sigurinë ushqimore. Një seri epidemish që kapluan botën në shekujt 20 dhe 21 patën një sërë efektesh negative në turizëm, si zvogëlimi i numrit të arrdhjeve ndërkombëtare, një ulje e ndjeshme e numrit të udhëtimeve ajrore, një rënie e trafikut në disa rajone, dhe anulimi i ngjarjeve të mëdha botërore dhe ngjarjeve sportive... Vitet e fundit, disa kriza serioze kanë ndikuar në zhvillimin e turizmit në botë, si epidemia H1N1, SARS, virusi Ebola, pandemia COVID-19.

Mund të thuhet me siguri se ndikimi i një sërë krizash shëndetësore ka pasur pasojë të mëdha në turizmin në botë.



Kriza shëndetësore e COVID-19 /virusi korona/, e cila u shfaq në fund të vitit 2019, ka infektuar më shumë se 26 milionë njerëz deri në gusht 2020, dhe duke marrë parasysh madhësinë e zonës në të cilën është përhapur ky virus, është pandemia më e madhe në historinë botërore. Nuk ka ndodhur ende që një virus të përhapet nga një pikë në të gjitha anët e botës dhe të çrrëgulloj jetën në të gjitha vendet.

Kriza shëndetësore e lidhur me virusin COVID-19 tashmë ka pasojë shumë të dukshme në industrinë e turizmit. UNWTO paralajmëron se ardhjet ndërkombëtare të turistëve mund të bien me 60 deri në 80 për qind, gjë që vë në rrezik 100 deri në 120 milionë vende pune dhe mund të çojë në një humbje të eksporteve prej 910 miliardë deri në 1.2 trilion dollarë amerikanë. Në nivel global, midis 80 dhe 90 për qind e fluturimeve janë vendosur në modalitetin e anuluar dhe numri më i madh i aeroplanëve të pasagjerëve janë ndalur.

Rimëkëmbja e plotë e turizmit do të ndodhë kur të mos ketë më rrezik nga sëmundja COVID-19 dhe kur të rivendoset ekuilibri dhe besimi midis ofertës dhe kërkesës turistike në tregun global turistik, i cili është një parakusht i domosdoshëm për çdo rritje turistike dhe zhvillim.

Pas krizës së COVID-19, mund të pritet një shkallë e lartë ndjeshmërie ndaj aftësisë për të ofruar kushte higjienike në mënyrë që turistët të ndihen të sigurt, në shërbimet hoteliere, përpunimi i ushqimit dhe servirja e ushqimeve deri tek shërbimet e akomodimit, depozitimi i mbeturinave e të ngjashme. Kërkesat e tregut do të kërkojnë risi në zhvillimin e standardeve të përshtatshme shëndetësore që do të sigurojnë dhe garantojnë cilësi dhe siguri të përshtatshme.

Nuk ka dyshim se lëvizjet turistike nga vendet fqinje dhe nga Evropa do të kryhen kryesisht me transport vetanak, gjë që zvogëlon rrezikun e krijimit të më shumë kontakteve. Gjithashtu, për të siguruar distancën fizike, parashikohet një rritje e shkallës së përdorimit të formave alternative të akomodimit në krahasim me turizmin masiv. Ky lloj turizmi sjell mesazhe dhe modele të reja për zhvillim të qëndrueshëm në nivel lokal dhe rajonal dhe prioritet do t'i jepet natyrës, traditës dhe vendbanimit të popullsisë. Tendencia të tilla globale sigurisht që i japin turizmit rural një shans të ri. Ndryshe nga vitet e mëparshme, gjëja më e rëndësishme për segmente të caktuara nuk do të jetë më numri i yjeve të hotelit, por një qëndrim i sigurt dhe relaksues. Kjo paraqet një mundësi të veçantë për të ecur drejt ngritjes së cilësisë së produkteve dhe shërbimeve, veçanërisht nga aspekti i interpretimit të trashëgimisë natyrore dhe kulturore si ture të specializuara, vizita në lokalitete, turizëm vullnetar dhe edukativ, i cili përfshin vetë turistin në procese të nxënies dhe ato kërkimore.

Në periudhën e ardhshme, mysafirët do të duhet të jenë vërtet të kënaqur në mënyrë që të zgjedhin destinacionin tonë për pushimet e tyre dhe të kthehen përsëri tek ne. Tani është e nevojshme të bindni mysafirin e mundshëm se 'objekti ynë' dhe 'destinacioni ynë' mund të përmbushin kërkesat e tyre. Lufta për çdo mysafir do të jetë e madhe. Komunikimi i mirë me të ftuarin dhe një ofertë interesante që përdor burime autohtone mund të tregojnë disa histori të reja (të krijohen ofertat më inovative).

Organizata Botërore e Turizmit (UNWTO) ka publikuar udhëzime që synojnë të ndihmojnë sektorin e turizmit. Udhëzimet janë përgatitur në bashkëpunim me Bordin Global të Krizave të Turizmit dhe synojnë të ndihmojnë qeveritë dhe sektorin privat në rimëkëmbjen e turizmit dhe dalja nga kriza e shkaktuar nga pandemia e virusit korona. Udhëzuesi i ri, në vijim të rekomandimeve për veprim të miratuar tashmë nga Bordi, bazohet në shtatë prioritete për rimëkëmbjen e turizmit me qëllim të zbutjes së ndikimit ekonomik, zhvillimin e protokolleve të sigurisë dhe reagimin e koordinuar dhe nxitjen e inovacionit.

- Të sigurohet likuiditeti dhe mbrojtja e vendeve të punës
- Të rikthehet besimi përmes sigurisë
- Bashkëpunimi publik-privat për rihapje efikase
- Hapja e përgjegjshme e kufijve
- Të harmonizohen dhe koordinohen protokollet dhe procedurat
- Punë me vlerë të shtuar duke përdorur teknologji të reja
- Inovacioni dhe qëndrueshmëria si normë e re

Udhëzimet theksojnë rëndësinë e rivendosjes së besimit të pasagjerëve

përmes protokolleve të sigurisë të krijuara për të reduktuar rrezikun në çdo hap të zinxhirit të vlerës së turizmit. Këto protokolle përfshijnë zbatimin e procedurave të shqyrtimit, ku është e mundur, duke përfshirë matjet e temperaturës, ekzaminimet, distancimin fizik, pastrimin e shpeshtë të të gjitha zonave dhe sigurimin e kompleteve higjienike për trafik ajror të sigurt, shërbime hoteliere ose ngjarje turistike.

Ndikimi i fatkeqësive natyrore në turizëm

Ajo që është karakteristike për fatkeqësitë natyrore është se ato janë më të shpeshta në ditët e sotme se më parë. Disa ngjarje të tilla, si përmbytjet, zjarret, tërmetet dhe uraganet, kanë prekur destinacionet turistike dhe janë shembuj që tregojnë rëndësinë e tyre për sa i përket ndikimit në turizëm. Zakonisht, problemet e shkaktuara nga fatkeqësitë natyrore lidhen me shqetësimet e turistëve për sigurinë e tyre. Ato ndikojnë në formimin e qëndrimeve se cilat destinacione lidhen me ngjarje të tilla. Qëndrimet e tilla mund të zbuten me reagimin adekuat nga bartësit e industrisë së turizmit, organizatat lokale dhe kombëtare, shoqatat, ministritë kompetente që menaxhojnë zhvillimin e turizmit. Një tjetër anë negative e këtyre dukurive është shkatërrimi i infrastrukturës që është vendimtare për zhvillimin e turizmit në zonën e prekur, si rrugë, spitale, atraksione turistike e të ngjajshme.

KONKLUZIONI

Kosova ka kushte jashtëzakonisht të favorshme për zhvillimin e turizmit rural. Para së gjithash, këto janë natyra veçanërisht e ruajtur, klima e favorshme, ajri i pastër, liqenet dhe lumenjtë e pandotur, flora dhe fauna e pasur.

Një numër i madh i fshatrave ndodhen pranë parqeve të vlefshme kombëtare, monumenteve kulturore-historike, objekteve të arkitekturës tradicionale, me karakteristikat e një zone të caktuar, kanë edhe vlera të jashtëzakonshme kulturore. Burimet etnografike, nga zejet e vjetra, artizanat, zakonet, veshjet popullore, muzika, ofrojnë mundësi për të mësuar për trashëgiminë e pasur të popujve të kësaj treve.

Zhvillimi i turizmit rural ka efekte të shumta ekonomike dhe joekonomike, si në zhvillimin e vetë amvisërive bujqësore, ashtu edhe në zhvillimin e të gjithë komunitetit lokal, si: zhvillimi i zonave të zhvilluara pamjaftueshëm,

punësimi i një numri më të madh të anëtarëve të familjes, realizimi i "eksportit të padukshëm", plasimi i prodhimeve të zejtarisë loakle (qëndisje, thurje, kostume kombëtare etj.), e për rrjedhojë edhe ruajtja e zakoneve dhe kthimi i zejeve të vjetra të harruara, krijimi i mundësive për kthimin e popullsisë në zonat rurale, zgjerimin e bazës së zhvillimit të turizmit dhe rritjen e të ardhurave nga ky aktivitet. Përfshirja e komunitetit lokal në zhvillimin e turizmit rural është një kusht i rëndësishëm për ruajtjen dhe përdorimin e qëndrueshëm të diversitetit biologjik.

Turizmi rural është një faktor i rëndësishëm në zhvillimin e qëndrueshëm të zonave rurale, i cili ndihmon në ruajtjen e identitetit lokal, mbron mjedisin, forcon prodhimin tradicional dhe ekologjik dhe ndihmon zhvillimin e zonave rurale bazuar në zhvillimin e qëndrueshëm.

Megjithatë, në Kosovë, pavarësisht nga pasuria me burime natyrore dhe kulturore, zonat rurale janë ende të ngarkuara nga shkalla e lartë e papunësisë, shpopullimi, aktivitetet e ulëta ekonomike dhe shkatërrimi i burimeve natyrore. Prandaj, si bazë e turizmit rural dhe zhvillimit të qëndrueshëm të zonave rurale, është e nevojshme të krijohet ndërgjegjësimi për rëndësinë e burimeve natyrore dhe kulturore në nivel lokal dhe të sigurohet zhvillimi i burimeve njerëzore për të kuptuar dhe përdorur mundësitë të cilat ofron turizmi rural.

Padyshim që ka nevojë për përmirësimin e infrastrukturës lokale për të mbështetur zhvillimin e turizmit rural (veçanërisht rrugët rurale, por edhe infrastrukturën turistike dhe suprastrukturën), si dhe për të forcuar lidhjet midis sektorit bujqësor dhe turizmit.

Oferta turistike e fshatit karakterizohet nga mungesa e hapësirave dhe përmbajtjeve argëtuese dhe sportive, konsumi i ulët jashtë pansionit, rregullimi i pamjaftueshëm i vendeve dhe motiveve turistike përreth, mungesa e një qasjeje marketingu për studimin e tregut dhe segmenteve të tij me fokus të saktë në grupet e synuara si kërkesë potenciale dhe përshtatje me kërkesat dhe nevojat e tyre.

Edukimi dhe trajnimi i vazhdueshëm kontribuon në zhvillimin pozitiv të turizmit, duke rritur numrin dhe llojet e aktiviteteve në të cilat do të përfshiheshin turistët për ta bërë qëndrimin e tyre më të plotë dhe përvojën më intensive. Kjo vlen për ofruesit e shërbimeve, si dhe për ata që merren me punë organizative dhe manipuluese dhe kontakte me mysafirët.

Imazhi ekzistues i fshatit pak a shumë më i njohur në treg, por është i nevojshëm përmirësimi dhe verifikimi i vazhdueshëm me aktivitet të vazhdueshëm promovues si në tregun lokal ashtu edhe në atë të jashtëm, gjë që do të siguronte rritje të trafikut turistik. Duke qenë se turistët e huaj kanë mundësi pagese dukshëm më të larta se turistët lokal, është e nevojshme t'i kushtohet vëmendje e veçantë promovimit të fshatrave Kosovare në tregjet e huaja. Për shkak të konkurrencës së lartë në tregun turistik, është i nevojshëm përmirësimi dhe promovimi i vazhdueshëm i produktit turistik.

Është e nevojshme të krijohet dhe përditësohet vazhdimisht një bazë e të dhënave në lidhje me kapacitetet akomoduese dhe trafikun turistik në mënyrë që të mund të kryhen aktivitetet e planifikimit analitik të nevojshëm për aktivitete të suksesshme të marketingut dhe ato menaxheriale. Theks i veçantë duhet t'i kushtohet organizimit dhe menaxhimit unik në nivel kombëtar, rajonal dhe lokal (sektori publik dhe privat, shoqëria civile) me qëllim të menaxhimit të zhvillimit të turizmit rural në një mënyrë efikase dhe të qëndrueshme.

Duke ndjekur praktikën evropiane, Republika e Kosovës po zbaton gjithnjë e më shumë modele të reja të rivitalizimit ekonomik të zonave rurale përmes diversifikimit të aktiviteteve ekonomike. Në atë proces të diversifikimit, turizmi, për shkak të përparësive të shumta në krahasim me disa aktivitete të tjera, është veçuar si një nga aktivitetet më domethënëse, zhvillimi i të cilit nxitet edhe nga politika kombëtare.



ANEKS 1 - LISTA E INVENTARIT

NR	PËRSHKRIMI	COPË
1.	Shtrat	1
2.	Dyshek	1
3.	Batanije	1
4.	Jorgan	1
5.	Jastëk	2
6.	Këllëf jastëku	2
7.	Çarçaf	1
8.	Mbulesë	1
9.	Peshqir	4
10.	Tavolinë e natës	1
11.	Dollap	1
12.	Perde	2
13.	Pasqyrl	1
14.	Piktura të murit - foto	4
15.	Llampë tavoline	2
16.	Qylym	1
17.	Shtrojë e koridorit	2
18.	Varëse	10
19.	Gotë për ujë	2
20.	Tharëse për flokë	1
21.	Tavëll duhani	1
22.	Shportë për mbeturina	1

Vërejtje: Ju lutemi kontrolloni korrektësinë e pajisjeve kur hyni në dhomë. Nëse vëreni mangësi, raportoni ato menjëherë për të shmangur problemet që lidhen me dëmtimet e mundshme. Mungesa e ndonjërit prej elementeve të listës së inventarit kompensohet nga përdoruesi i shërbimit.

ANEKSI 2 – RREGULLAT SHTËPIAK

Pranimi i dhomës, çelësit, listës së inventarit dhe rregullave shtëpiake kanë fuqinë e një kontrate për shërbimet e ofruara/përdorura. Pas arritjes, mysafiri regjistrohet tek ofruesi i shërbimit të akomodimit. Të dhënat personale regjistrohen në librin e mysafirëve.

Mysafirët përdorin dhomën nga dita e arritjes së rezervuar deri në ditën e nisjes së raportuar. Mysafirët janë të detyruar të lirojnë dhomën në ditën e fundit të qëndrimit jo më vonë se në ora 12:00.

Personat që nuk janë të regjistruar si mysafirë të shtëpisë nuk lejohen të qëndrojnë dhe të kalojnë natën. Personat që vijnë për vizitë dhe duan të qëndrojnë natën, regjistrohen shtesë. Gjatë regjistrimit, mysafiri informohet për llojin e shërbimit, çmimin nga çmimorja e ekspozuar detyrimisht, mënyrën e pagesës dhe kushtet e tjera të përdorimit të shërbimeve të cilat ofron amvisëria. Ofruesi i shërbimit është i detyruar të mirëmbajë rregullisht dhomat (pastrimi, largimi i mbeturinave, ndërrimi i peshqirëve, ndërrimi i çarçafëve etj.). Ofruesi i shërbimit nuk mban përgjegjësi për gjërat me vlerë të mysafirëve nëse mysafiri nuk ia ka dorëzuar për ruajtje. Futja e mjeteve shpërthyesë dhe substancave lehtësisht të ndezshme është rreptësisht e ndaluar.

Mysafiri është i obliguar të përdorë në mënyrë korrekte pajisjet, mobilet, inventarin dhe instalimet, në të kundërt është i detyruar të kompensojë çdo dëmtim të mundshëm. Të gjitha defektet duhet të raportohen në kohën e duhur.

Mysafirët janë të obliguar që të respektojnë kohën e pushimit të pasdites nga ora 15:00-17:00 dhe pas orës 23:00.

Ushqimi shërbehet në dhomën e ngrënies. Mëngjesi shërbehet nga ora 08:00-10:00, dreka nga ora 13:00-15:00 dhe darka nga ora 19:00-21:00. Mysafiri është i obliguar të njoftojë me kohë anulimin e mëhershëm të akomodimit, përveç rasteve të arsyetuara, në përputhje me rregulloret e vlefshme në turizëm. Nga materiali informues në dhomën e ngrënies dhe dhomat, mund të mësoni për përmbajtjen dhe çmimet e shërbimeve jashtë pansioni dhe mundësinë e blerjes së produkteve lokale. Në amvisëri, mund të merrni të gjithë informacionin për aktivitetet që mund të kryeni në familje, si dhe në të gjitha lokacionet turistike të rajonit

Në rast të mosrespektimit të këtyre rregullave të shtëpisë, të cilat konsiderohen pjesë e kontratës për përdorimin e akomodimit, ofruesi i shërbimit rezervon të drejtën të anulojë akomodimin për mysafirët që nuk e respektojnë atë.

Amvisëria _____ ju uron një qëndrim të këndshëm.

Ju lutemi të na drejtoni të gjitha vërejtjet, sugjerimet, mendimet dhe sugjerimet tuaja që do të jenë të dobishme për ne, si dhe të përcjellni kënaqshmërinë tuaj me shërbimet tona tek të tjerët.

ANEKSI 3 - MENYJA DITORE NË AMVISËRINË RURALE

MENGJESI - OPCIONI 1	MENGJESI - OPCIONI 2
Pite shtëie me mish, djath, zela	Djath, mazë
Kos apo jogurt	Proshutë, vezë
	Qumshtë apo jogurt (kos)

DREKA - OPCIONI 1	DREKA - OPCIONI 2
Djath, mazë, leqenik	Supë me mish viçi
Gjellë me mish të thatë ose peshk	Mish viçi me salcë dhe patate
Sallatë Sezonale	Sallatë Sezonale
Frutat	Komposto e bërë në shtëpi

DARKA- OPCIONI 1	DARKA- OPCIONI 2
Një pjatë dytësore me mish dhe një pjatë me perime ose drithëra	petulla të skuqura me djathë, krem ose reçel shtëpie
Sallatë	Qumësht ose kafe e bardhë
Ëmbëlsira shtëpi	

ANEKS 4 - MENYJA PËR GRUPE TË ORGANIZUARA

Paragjella:	Djathë, krem, proshuta shtëpiake ose produkte të tjera të thara të mishit, vezë, proshuta, pasta, byrekë të bërë në shtëpi, biskota. Sallatë e stinës: ajvar, piper turshi, piper turshi dhe turshi të tjera, rrepkë me presh, rrikë, rrepkë, lakër, domate shtëpiake etj.
Supa:	Supë e bërë nga shpendët, shpendët dhe viçi me petë të bëra vetë, lëngu i shpendëve shtëpiak, të brendshmet, lëngu me barishte të rritura në shtëpi, etj.
Pjata e Mesme:	Qengji i pjekur, këmbë viçi i pjekur, mish i skuqur i stilit shtëpiak, peshk i skuqur me pjata anësore me perime.
Pjata Kryesore	Qumësht i ëmbël apo i thartë
Desert:	Torta dhe ëmbëlsira të bëra në shtëpi.







