

Esad Islami, MA¹
Lulzim Sejdiu, MA²

UDC
338.483(496.5)
338.483:005.6(496.5)

**MENAXHIMI I CILËSISË DHE OFERTAVE TURISTIKE NË
QYTETIN E LASHTË TË NOVOBËRDËS**

**КВАЛИТАТИВНИОТ МЕНАЏМЕНТ И ТУРИСТИЧКИТЕ
ПОНУДИ ВО ДРЕВНИОТ ГРАД НА НОВОБРДО**

**THE QUALITY OF MANAGEMENT AND TOURIST OFFERS IN
THE ANCIENT TOWN OF NOVO BRDO**

Abstract

The most common definition of service quality is the view that there is a connection between consumer expectations and performance views with which the customer experiences the quality of service as a multi-dimensional concept.

Therefore, the management of tourist offers in this case is essential to create value for customers as well as to provide loyal customers.

Therefore, the main purpose of this paper is to create and enhance the quality of services provided by tourist agents in the municipality of Novobërdë / Novo Brdo and the importance for tourism and hotels. Due to the complexity of the topic, the goal defines the concept of quality and vice versa, and the development of tourism and hospitality and other industries associated with this area are strongly related and mutually dependent on quality.

¹ Esad Islami, PHD Candidate, University of Bitola, Faculty of tourism and hospitality, esadislami@gmail.com

² Lulzim Sejdiu, MA of Economy- University of Pristina, lulzimsejdiu@gmail.com

This paper deals with topics that are related to the basic characteristics of the quality level, quality assurance and actors that affect the quality of products and services and the measurement of the quality of services in the municipality of Novobërdë / Novo Brdo. Also, part of the cutting work will be the topic of natural resources for the tourism development in Novobërdë / Novo Brdo, as well as the cultural and historical values as a factor for the tourism development in Novobërdë / Novo Brdo, as well as the tourist-hotels facilities of the municipality of Novobërdë / Novo Brdo.

Therefore, as a subject matter at the end it is to determine the level of quality of the products and services offered at the specific destination, as well as the creation of more dimensions that derive from the quality of services in rural destinations.

Keywords: Tourism, management, rural, marketing, quality, resources, cultural

Hyrje

Zhvillimi i turizmit në Kosovë është pjesë e strategjisë për zhvillimin e përgjithshëm ekonomik dhe diversifikimin e burimeve të të ardhurave të vendit. Mbi këtë bazë, më shumë vëmendje duhet t'i kushtohet turizmit dhe ushqimit edhe nga dhe nga vendimmarrësit. Sot, cilësia ka një rëndësi më të madhe në krahasim me aspektin e prodhimit dhe shitjes. Kështu që, nëse një vend zotëron kapacitete të mjaftueshme dhe potencialet për zhvillimin e turizmit dhe mikpritjes, atëherë ai vend do të jetë i suksesshëm nëse koncepti i cilësisë së produkteve dhe shërbimeve është planifikuar mirë dhe realizohet sipas qëllimeve.

Të ardhurat nga turizmi dhe mikpritja kanë përfitime të mëdha për një vend, duke pasur parasysh se këto zona kanë një produkt/shërbim të vetëm dhe kjo industri për ta do të thotë stabilitet ekonomik, sikurse, për çdo vend në botë.

Duke marrë parasysh kapitalin e përdorur në këtë sektor nga ekonomia dhe potenciali i madh i një vendi në aspektin e kulturës, historisë dhe burimeve natyrore, dhe për shkak të mungesës së vëmendjes në përdorimin e konceptit të produkteve dhe shërbimeve cilësore dhe pranimit të strategjive të reja të cilësisë për tërheqjen dhe duke inkurajuar turistët të vizitojnë dhe të qëndrojnë në një destinacion.

Ky aktivitet nuk përmban informata të dobishme për produktet dhe shërbimet që janë optimale në identifikimin e dëshirave të turistëve

dhe regjistrimi i sjelljes së tyre gjatë blerjes dhe më pas identifikimin e tendencave të ardhshme të kësaj industrie.

Duhet të theksohet se vendimmarrësit duhet të zhvillojnë dhe miratojnë strategji të përshtatshme për menaxhimin dhe përmirësimin e cilësisë, përmes përdorimit të metodave, teknikave dhe instrumenteve të ndryshme për të përmirësuar cilësinë e produkteve dhe shërbimeve të ofruara, duke ndërmarr masa që do të ndikojnë në përmbushjen e nevojave të turistëve, me qëllim përfundimtar për zhvillim më të madh të turizmit.

Konkurrenca e fortë në treg në aspektin e turizmit në furnizimin e ushqimit, kërkon një qasje tjetër për krijimin dhe zhvillimin e cilësisë së produkteve dhe shërbimeve, për të krijuar një sistem marrëdhëniesh nga subjektet turistike si një mënyrë përshtatjeje të kushtet e punës (prodhimit dhe shërbimit).

Një pjesë e këtij dokumenti merret gjithashtu me kriteret më të zakonshme për të matur cilësinë e produkteve dhe shërbimeve në fushën e turizmit dhe hotelerisë, si një lloj analize e argumenteve për një pozicionim më të mirë të cilësisë dhe mënyrave të matjes së asaj cilësie në produktet dhe shërbimet turistike dhe hoteliere. Turistët në një destinacion turistik, sidomos në destinacionet rurale, sot përballen me ngarkesë të shtuar pune, një vëllim më të madh të veçantë të shërbimeve ku kërkesat e përdoruesve të këtyre shërbimeve janë vazhdimisht në rritje, dhe begatuar ato me lloje të reja të shërbimeve dhe produkteve. Prandaj, ky dokument do të jetë i dedikuar për menaxhimin e cilësisë së produkteve dhe shërbimeve turistike dhe/ose hoteliere në aspektin e zhvillimit dhe ndikimit në turizëm, duke marr parasysh gjërat e mëposhtme:

- Elementet e përgjithshme të produktit dhe cilësinë e shërbimeve,
- Ekzistencën e niveleve të përshtatshme të cilësisë për produktet dhe shërbimet,
- Personeli profesional i cili është i angazhuar në turizëm,
- Objektet dhe pajisjet e duhura për dhënien e shërbimeve cilësore.

Konsumatorët marrin të gjitha llojet e informacionit në lidhje me produktet dhe shërbimet në mënyra të ndryshme dhe gjuhë të ndryshme, dhe punonjësit duhet të kenë njohuri të mira në treg ku shesin dhe blejnë produkte dhe shërbime. Një angazhim i tillë tregon vëmendjen ndaj konsumatorëve dhe kështu klientët dhe punonjësit mbajnë marrëdhënie

të respektit të ndërsjellë dhe punonjësit në mënyrë diskrete dhe të besueshme ofrojnë produkte dhe shërbime që do t'i plotësojnë nevojat dhe kërkesat e konsumatorit.

Qasja e parë ka karakteristika teknike dhe është e orientuar drejt produktit, ndërsa qasja e dytë është e orientuar drejt shërbimit të klientit. Këto qasje janë rezultat i përpjekjeve të menaxhmentit për të treguar cilësinë ku shërbimet do të ofrohen nga dy aspekte: së pari, menaxhmenti do të gjejë një mënyrë për të zbatuar standardet e vendosura, së dyti, menaxhmenti duhet të plotësojë nevojat e konsumatorëve.

Qasja e dytë është e orientuar drejt pritshmërive të klientëve, dhe ato shpresa i referohen kënaqësisë, dmth. pasi një shërbim i caktuar është konsumuar do të krahasojnë pritjet e tyre me përvojat e mëparshme, ku në fund do të ketë një rezultat plotësisht të kënaqur apo krejtësisht të pakënaqur. Konsumatori krijon një sekuencë personale dhe individuale të kërkesave ku kënaqësia matet në fund të blerjes së një produkti apo shërbimi të caktuar.

Bazuar në këto pikëpamje, cilësia e produktit dhe shërbimit bazohet në paradoksin e shërbimit. Në këtë kontekst, ajo kërkon një ekuilibër midis faktorit njerëzor dhe teknologjisë, d.m.th. midis kostove dhe fitimeve, që në fund të fundit krijojnë një marrëdhënie midis cilësisë dhe produktivitetit.

Të gjitha entet turistike në një destinacion të veçantë duhet të përpiqen shumë për të arritur sukses dhe nëse synimet e tyre arrihen atëherë duhet të caktohen objektiva të reja që do të arrijnë një cilësi më të lartë të produkteve dhe shërbimeve dhe efikasitet më të madh në shërbim. Pranimi i konceptit të përmirësimit të vazhdueshëm të cilësisë nënkupton ndryshimin e stilit të menaxhimit, ndërsa cilësia e një klase të caktuar të produkteve ose shërbimeve nuk mund të ndryshohet nga programet specifike sepse ndryshimi i cilësisë është një proces i vazhdueshëm që zgjat.

Në këtë rast, një organizatë e suksesshme vazhdimisht identifikon dhe trajton problemet që ndodhin me punonjësit në ndërmarrje dhe për këtë arsye të gjithë punonjësit duhet të trajnohen që të jenë në gjendje të identifikojnë ato probleme.

Nocioni i cilësisë, që nënkupton “diçka të mirë”, është padyshim gjëja më sfiduese për shumë hulumtues dhe shkencëtarë me qëllim përfundimtar përmirësimin e saj në vazhdimësi.

Cilësia duhet përputhur me kërkesat dhe mund të matet dhe të pranohet universalisht si një emërues i përbashkët për të vlerësuar

vlerën e produkteve dhe shërbimeve bazuar në shkallën e përmbushjes së kërkesave të blerësve.

Karakteristikat bazë në nivelin e cilësisë

Si rezultat i mjedisit të ri të biznesit që përfshin një sektor të telekomunikacionit të zhvilluar, globalizim të përshpejtuar të biznesit, kompjuterizim dhe përparim të shpejtë teknologjik dhe inovativ, industria e turizmit si një pjesë integrale e sektorit të shërbimeve ka evoluar nga një ekonomi tradicionalisht e bazuar në punë, në një burim inovacioni, bashkëpunimi dhe krijimi i vlerave të reja.

Për shkak të kësaj, cilësia tashmë është bërë një instrument shumë i rëndësishëm i përparësisë konkurruese në turizëm dhe sot ekziston një nevojë në rritje për elementë më cilësorë për të vazhduar tërheqjen e turistëve në një treg global të turizmit konkurrues ku destinacionet turistike dhe ofruesit e shërbimeve turistike po rriten si një lloj “Konfrontimi” mes ndryshimeve të vazhdueshme në pritjet dhe zakonet e turistëve.

Brenda tregut global, nevoja për cilësinë është po aq e rëndësishme sa çmimet e shërbimeve të udhëtimit. Prandaj, produkti përfundimtar në shumicën e destinacioneve turistike është një bashkim kompleks i fenomeneve të ndryshme në destinacionet turistike të përcaktuara ku ekziston një lidhje midis këtyre faktorëve dhe ndikimit të turistëve në përvojën turistike.

Cilësia e produkteve dhe shërbimeve të turizmit dhe hotelërisë si pjesë e shërbimeve të përgjithshme, është një element i rëndësishëm në balancimin e perceptimeve dhe pritjeve të konsumatorëve (turistëve). Furnizuesit e suksesshëm të produkteve dhe shërbimeve të turizmit apo hotelërisë synojnë t’i përmbushin ato në çdo kohë dhe vend si përshtatje ndaj kërkesave dhe nevojave të klientëve. Për, një destinacion të caktuar turistik, cilësia mund të shihet si një nevojë sistematike për cilësi të brendshme dhe të jashtme d.m.th. si përmirësim ekonomik dhe zhvillim në afat të shkurtër dhe afatgjatë.

Cilësia e brendshme përfaqëson vlerën që një turist pranon nëpërmjet një zinxhiri të përvojave të lidhura që karakterizojnë një vizitë në një vend të caktuar duke filluar me informacionin fillestar që marrin nga momenti i nisjes deri në çastin e quajtur shërbimi pas shitjes.

Nga ana tjetër, cilësia e jashtme do të thotë zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm në raport me normat e shfrytëzimit racional të burimeve

turistike si; hapësira, kushtet e energjisë, elementet natyrore, trashëgimia kulturore-historike, etj, në mënyrë që të zvogëlohen ose eliminohen problemet që janë shfaqen gjatë këtyre proceseve. Ky lloj cilësie ka qëllime afatgjata për të balancuar situatën. Cilësia e produkteve dhe shërbimeve të turizmit dhe hotelerisë mund të kontribuojë në promovimin e destinacioneve turistike duke përmirësuar konkurrencën në plotësimin e nevojave sociale të turistëve dhe ruajtjen e mjedisit kulturor dhe natyror. Për të qenë i suksesshëm në shumicën e fushave në një destinacion të veçantë turistik kërkohet një qasje globale e cila fokusohet në kënaqësinë e turistëve dhe bazohet në cilësinë si një koncept.

Përcaktimi i cilësisë

Cilësia si vlerë e produkteve dhe shërbimeve është një nivel i kënaqësisë së pritjeve të konsumatorëve (turistëve) që duhet të përshtaten me nevojat në rritje dhe pritjet e ardhshme. Niveli i pritjes së shërbimeve të udhëtimit është i lirë, por nuk do të thotë se është një dhuratë, ndërsa cilësia e dobët do të thotë shpenzim më i madh sepse disa mënyra janë shpenzuar në procese të caktuara nga të cilat produkti apo shërbimi nuk ka dhënë rezultatin e pritjes.

Teoria jep më shumë përkufizime në lidhje me cilësinë e shërbimit turistik ose produktit, por gjëja e përbashkët është se produkti ose shërbimi cilësor do të thotë: **“Aktivitet të planifikuar me vëmendje të veçantë që synon përmbushjen e nevojave të konsumatorëve në nivelin maksimal”**.³

Nga ana tjetër, produkti dhe / ose shërbimi i turizmit është një kompleks i përbërësve që lidhen drejtpërdrejt ose tërthorazi me turizmin.

Sipas një deklarate të përgjithshme, cilësia i referohet të gjitha karakteristikave të një produkti ose shërbimi që kërkohet nga konsumatorët, domethënë cilësia është çelësi i mbijetesës në kohë të vështira të sferës së biznesit dhe arritja e suksesit afatgjatë nëpërmjet besimit të konsumatorit.

Sipas autores William A. Foster, “cilësia është gjithmonë rezultat i një qëllimi më të lartë, një përpjekje e sinqertë në inteligjencë për të kryer dhe realizuar qëllimet me aftësi të madhe si një zgjedhje e zgjuar e shumë alternativave”. Ndryshimi është një proces i vazhdueshëm dhe gjithmonë kërkohet aftësi menaxhuese, përcaktimi, fleksibiliteti dhe angazhimi në

³ Purcarea I., Ratiu M.P., *Service Quality Management as a Key for Delivering the Best Tourist Experience*, Management and Marketing, Romanian American University, Bucharest, 2009, Vol.4, No.4.

mënyrë që të krijojnë mundësi për të transformuar një ndërmarrje ose kompani nga një aspekt kulturor i bazuar në cilësinë reale.

Krijimi i një mjedisi të cilësisë brenda një ndërmarrje kërkon një proces sistematik dhe të strukturuar mirë, ndërsa iniciativat e një cilësie më të lartë kërkojnë punë të vazhdueshme nga menaxherët kërkojnë menaxhim të mirë të burimeve dhe mbështetje nga të gjithë të punësuarit në drejtim të transformimit të strukturave dhe proceseve të tjera të brendshme. Në këtë mënyrë, vlera për konsumatorin dhe ndërmarrjen do të sigurohet dhe rritet.

Në, sistemin e menaxhimit të cilësisë, theksi vihet në zhvillimin e cilësisë dhe përmirësimin e vazhdueshëm, si dhe përfshirjen e gjithë strukturës së ndërmarrjes dhe kulturën e saj në procesin e punës përmes përdorimit të menaxhimit për të lidhur misionin, objektivat dhe nivelin e cilësisë. Ky sistem gjithashtu ndihmon në zbatimin e praktikave të mira të punës me qëllim përmirësimin e cilësisë.

Lidhur me këtë çështje, shumë autorë dhanë mendimet dhe pikëpamjet e tyre në lidhje me cilësinë, dhe më të rëndësishmet janë këto:

W.Eduards Deming:

Ai flet për rolin e menaxherëve në përmirësimin e cilësisë dhe në këtë aspekt konsideron:

- Vetëm 15% e problemeve të cilësisë janë një gabim për punëtorët,
- 85% e problemeve të cilësisë shkaktohen nga proceset dhe sistemet ku përfshihen menaxherët

Deming beson se përmirësimet në cilësi nuk mund të bëhen nga ndryshimet në organizatën dhe menaxhmentin e lartë, por në ato ndryshime duhet të përfshihen punonjësit e kompanisë dhe vetë pjesëmarrësit tjerë

Duke zbatuar këto ide të Deming, Japonia po përjeton sukses të paparë në fushën e konkurrencës me kompani nga vendet perëndimore/EU dhe SHBA⁴. Në vitet '60, japonezët prezantuan qarqet e cilësisë, të cilat ia dolën të inkurajojë risitë nga punëtorët, duke krijuar ide për përmirësimin e produkteve, shërbimeve dhe proceseve.

⁴ Tigu G., Tuclea C.E., Applying the Concept of Integrated Quality Management in Romanian Coastal Tourism, Academy of Economic Studies of Bucharest, Faculty of Commerce, Bucharest, 2006.

Rrethet e cilësisë kanë dështuar në vendet perëndimore për shkak të mungesës së mbështetjes së menaxhmentit. Domethënë, punëtorët gjithmonë kanë një ide ata duhej së pari të merrnin miratimin nga menaxheri, me të cilat shumica e ideve u refuzuan, kështu që ata nuk ishin të motivuar në të ardhmen për të krijuar ide për përmirësim. Në vitet e 80-ta të shekullit të kaluar, Shtetet e Bashkuara panë një rënie në pjesën e tregut në krahasim me kompanitë japoneze dhe u bënë të vetëdijshëm se ata duhet të marrin hapa urgjent, duke u kthyer në idetë e Deming që shumë vite më parë refuzuan.

Joseph M.Juran:

Sa i përket cilësisë, Joseph Juran fokusohet në përcaktimin e cilësisë dhe kostos së cilësisë dhe konsideron se “cilësia është një përshatje për përdorim ose përdorim, jo përputhshmëria me specifikat”. Ky autor krijoi një trilogji cilësore⁵:

- Planifikimi i cilësisë (identifikimi i konsumatorit),
- Kontrolli i cilësisë (metodat e kontrollit statistikor),
- Përmirësimi i cilësisë (trajnimi i vazhdueshëm i të punësuarve).

Armand V.Feigenbauer:

Ata vendosin mendimin dhe idetë e tyre të cilësisë në bazë të mjedisit të punës ku të gjitha gjërat dhe zhvillimet janë të lidhura dhe të integruara me të gjithë faktorët e organizatës.

Philip B. Crosby:

Në lidhje me cilësinë, Crosby zhvilloi idenë e “bëjë gjënë e duhur në kohën e duhur”, si dhe termi “defekte zero” ku nuk duhet të ketë defekte në veprim. Sipas këtij autori, cilësia është një zgjedhje.

Kaoru Ishikova:

Pikëpamjet e tij mbi cilësinë e produkteve dhe shërbimeve kanë të bëjnë me marrëdhënien “shkak/ pasojë Oferta e produkteve dhe shërbimeve që përmbushin përgjithmonë nevojat dhe pritjet e konsumatorëve do të thotë cilësi. Përmbushja e nevojave të konsumatorëve për herë të parë dhe vazhdimisht do të thotë cilësi. Nga ana tjetër, cilësia

⁵ Sucic M., Public-Private Partnership – Postulate for Competitive Tourism Development, Polytechnics of Sibenik, Department of Management, Sibenik, Croatia, 2008.

është duke bërë gjënë e duhur për herë të parë, përpjekja për ta përmirësuar vazhdimisht dhe në të njëjtën kohë të përmbushë nevojat në pritje të konsumatorëve.

Faktorët që ndikojnë në cilësinë e produkteve dhe shërbimeve

Kur flasim për cilësinë e produkteve dhe shërbimeve turistike apo hoteliere, është e domosdoshme që vizita e parë të plotësojë ose edhe më mirë t'i tejkalojë pritjet. Cilësia përfshin të gjitha parametrat që do të rezultojnë në kënaqësinë e mysafirëve. Një nga mënyrat parimore në të cilat njësitë turistike dhe hotelieri mund të dallojnë ndërmjet tyre, është nëpërmjet shpërndarjes së një cilësie më të lartë sesa konkurrentët.

Duke vepruar kështu, vjen në përfundim se cilësia e jashtëzakonshme mund t'u japë atyre një avantazh konkurrues potencial, i cili çon në superioritet në ofrimin e shërbimeve dhe fitimin. Kur flasim për cilësinë e produkteve dhe shërbimeve, duhet të theksohet se shërbimi i cilësisë më të mirë rezulton me kosto të larta.

Por, investimet zakonisht janë të vlefshme, sepse kënaqësia më e madhe e konsumatorit çon në rritjen e pjesëmarrjes në destinacione dhe fitime më të larta. Kur është fjala për cilësinë, duhet gjithashtu të theksohet se mund të ndikohen shumë faktorë të cilët mund të jenë përcaktuesit kryesorë në të cilët konsumatorët vlerësojnë cilësinë e tyre. Prandaj, faktorët kryesorë të cilësisë së produkteve dhe shërbimeve në turizëm dhe hotelieri mund të ndahen në dy grupe të përgjithshme:

- Faktorët e jashtëm,
- Faktorë të brendshëm.

Faktorët e jashtëm që ndikojnë në cilësinë e shërbimeve janë ato që janë të rrethuara nga mjedisi i jashtëm dhe mbi të gjitha duhet të përmenden këtu:

- Konsumatorët,
- Konkurrenca,
- Rregullorja e shtetit,
- Teknologjia,
- Zhvillimi i produktit dhe inovacionit.

Konsumatorët janë një faktor kyç në zhvillimin e turizmit në përgjithësi. Në këtë kontekst, dëshirat dhe nevojat e konsumatorëve duhet të merren parasysh.

Destinacionet turistike duhet të ofrojnë shërbime lidhur me stilin jetësor kulturor dhe bashkëkohor të turistëve sidomos kushtet e sotme të globalizimit të turizmit dhe mikpritjes

Komunikimi është gjithashtu një faktor i rëndësishëm në zhvillimin e cilësisë së produkteve dhe shërbimeve, sepse konkurrenca më e madhe ndikon në përmirësimin e cilësisë.

Rregullimi i shtetit gjithashtu mund të ndikojë shumë në përmirësimin e cilësisë së produkteve dhe shërbimeve, duke subvencionuar dhe duke ofruar mundësi për një ndërkombëtarizim më të madh dhe promovim të vendpushimeve turistike jashtë vendit.

Zhvillimi i produkteve dhe inovacioneve në turizëm dhe mikpritje, gjithashtu, ka një ndikim të madh në përmirësimin e cilësisë së produkteve dhe shërbimeve të ofruara nga turistët, ku destinacionet krijojnë një mundësi për kreativitet më të madh në ofrimin e paketave të ndryshme të produkteve dhe shërbimeve të turizmit dhe hotelerisë.

Faktorët e brendshëm janë parametra që ndikojnë në cilësinë e produkteve dhe shërbimeve dhe lindin nga vetë entet e turizmit dhe hotelerisë. Duke vepruar kështu, faktorët e brendshëm rrjedhin nga burimet organizative që zotëron entiteti dhe të cilat mundësojnë përmirësimin e nevojave të përdoruesve dhe krijimin e një avantazhi konkurrues⁶.

Si faktorë të brendshëm mund të dallojmë sa më poshtë:

- Faktorët fizikë,
- Faktorët njerëzorë,
- Faktorët që prekin informacionin,
- Faktorët financiarë.

Faktorët fizikë kanë të bëjnë me burimet materiale që objektet kanë në vendet turistike apo destinacionet si: ndërtesat, pajisjet, arkitektura, hotelet, restorantet.

Faktorët njerëzorë janë mjaft të rëndësishëm për cilësinë e shërbimeve të ofruara nga një destinacion. Këtu duhet të theksohet se një njeri është një faktor kyç për çdo organizatë ose entitet, ai është bartës i të gjitha aktiviteteve në hotel në restorant, turizëm dhe bashkim etj., duhet theksuar se roli i saj është vendimtar për arritjen e qëllimeve për një nivel më të lartë të cilësisë së produktit ose shërbimit.

⁶ S.L. Tang, Syed M. Ahmed, Raymond T. Boieong, S.W Poon, Construction Quality Management.

Faktori njerëzor është mjaft kompleks, sepse është e nevojshme të sigurohet personeli i cili nuk është vetëm një kualifikim numerik, staf profesional dhe struktura të tjera, por kryesisht fokusohet në punën e tyre kreative dhe efektive, e cila fillon dhe lidh të gjitha burimet e tjera. **Faktorët e lidhur me informacionin** janë një komponent i rëndësishëm në mënyrë që të ofrojnë një produkt apo shërbim cilësor. Informacioni është baza për menaxhimin e biznesit, që është baza për vendimmarrje, organizim parashikimi etj. Informacioni tani është një burim kyç në të cilin varet ekzistenca e subjekteve dhe kompanive, sepse varësisht nga mënyra dhe shpejtësia e grumbullimit të të gjithë informacionit relevant të klientit, suksesi në puna.

Parakushti kryesor për mbijetesë në një mjedis dinamik dhe të turbullt, është ekzistenca e një sistemi adekuat informacioni të bazuar në sistemin e përpunimit të informacionit që mbështet në operimin, menaxhimin dhe vendimmarrjen.

Faktorët financiarë kanë të bëjnë me sigurimin e burimeve financiare në objektet turistike apo hoteliere. Kur flasim për shembull për kompanitë në industrinë hoteliere, burimet financiare janë të nevojshme për funksionimin normal dhe ofrimin e shërbimeve më cilësore. Duke vepruar kështu, duhet të theksohet se plotësimi i dëshirave luksoze dhe nevojave të turistëve kërkon zotërimin e fondeve që mund të investohen në segmente të ndryshme

Matja e cilësisë së shërbimeve në komunën e Novobërdës

Në zonat malore midis Përlepticës dhe Krivarekës, rreth 30-35 km në perëndim të Gjilanit dhe rreth 40 km në jug-juglindje të Prishtinës, ekzistojnë mbetjet e qytetit të lashtë dhe fortesës mesjetare të Novobërdës Sipas dokumenteve që ekzistojnë, Novobërda përmendet për herë të parë në dekadat e para të shekullit të 14-të me emrin Navo Monte Kalaja e Artanës (Novobërdës) sipas mbetjeve të kështjellës mesjetare u ndërtua ndërmjet shekullit XIII-XIV dhe kishte një funksion mbrojtës, por supozohet se mosha e kësaj kështjelle është nga koha e periudhës së lashtë.⁷ Në shekullin e parë para Krishtit, autori grek i Strobunit në veprën e tij “Gjeografia” përmend më shumë vende urbane të ilirëve Përveç Skupi (Shkup) dhe Naisus (Nish), ai gjithashtu përmend vendbanimet mbi Ulpiana (Prishtinë) siç është qyteti i Veletit mbi Janjovin dhe vendbanimin mbi Novobërdë.

⁷ http://www.mkrs-ks.org/repository/docs/shqip_final.pdf

Vendndodhja e Novobërdës ishte afër një vendbanimi minierash të minatorëve që punonin për gërmimin e argjendit dhe arit dhe falsifikimin e argjendit dhe monedhave ari ose të holla. Kalaja mbi Novobërdës u ndërtua në një vendndodhje strategjike nga e cila u vëzhgua i gjithë rajoni dhe komunikohet me fortesat më të vogla Kjo kala përbëhet nga dy pjesë: Dolno Kale dhe Gorno Kale me gjashtë kulla në një sipërfaqe të vogël prej 0.05 hektarësh.

E ardhmja e Novobërdës është e ndritshme sepse ky vend është i vendosur në një terren kodrinor-malor, me ditë të gjata diellore, potenciale të mëdha turistike vendet arkeologjike, diversiteti kulturor, kuzhina tradicionale dhe një pozicion shumë i favorshëm për zhvillimin e ekonomisë dhe krijimin e vendeve të reja të punës

Duke pasur parasysh të gjitha këto, kjo komunë përgatit një plan zhvillimor lokal dhe në të ardhmen e afërt do të jetë në dispozicion për të gjitha palët e interesuara. Ky dokument i jep përparësi projekteve për zhvillimin e infrastrukturës dhe rigjallërimin ekonomik, që përfshin turizmin dhe si qëllime më të rëndësishme:

- Një strategji për shfrytëzimin e kapitalit njerëzor nga moshja e re,
- Përcaktimi i vendeve dhe lokacioneve tërheqëse të paprekura për zhvillimin e turizmit rural,
- Planifikimi dhe veprimtari të ngjashme rekreative,
- Ushqim tradicional me specialitete lokale vetëm nga ajo komunë,
- Qasja strategjike për grumbullimin e frutave dhe manave të pyjeve, bimëve dhe çajeve bimore,
- Klima e favorshme gjatë gjithë vitit,
- Strategjitë e zhvillimit të peshkimit përmes projekteve të menaxhimit të lumenjve,
- Krijimi i një strategjie marketingu për zhvillimin e turizmit rural dhe arkeologjisë.

Burimet natyrore për zhvillimin e turizmit në Novobërdë

Komuna e Novobërdës ndodhet në pjesën lindore të Kosovës, në kuadër të rajonit turistik të Anamoravës, me një sipërfaqe prej 204 km / 2. Ajo ka pozitë të favorshme gjeografike me qasje në të gjitha qytetet e rajonit dhe të Kosovës. Kjo komunë kufizohet me komunat e Gjilanit, Lipjanit, Kamenicës dhe Prishtinës⁸

⁸<http://www.iadk.org/ArkivaeLajmeve/tabid/77/articleType/ArticleView/articleId/522/categoryId/70/language/sq-AL/FAKTORET-E-ZHVILLIMIT-TE-TURIZMIT.aspx>

Territori i Komunës së Novobërdës karakterizohet nga një lehtësim kodrinor dhe malor, dhe lartësia ndryshon nga 680 metra në 1260 metra në majën më të lartë të Golema Planina. Pjesa më e madhe e relievit përbëhet nga shumë kodra që janë vendosur në gjatësi, nga e gjithë zona e komunës, 56% janë të vendosura në 800-900 metra mbi nivelin e detit, 5% janë mbi 1000 metra të larta dhe 38% janë nën 700 metra. .

Nga pikëpamja hidrologjike, kjo komunë karakterizohet nga lumenj me kapacitet të ulët të ujit dhe për këtë arsye ka mungesë të burimeve ujore për ujitje dhe furnizim me ujë të pijshëm. Në Komunën e Novobërdës ka tre lumenj dhe dy burime, gjatësia e lumenjve është 16 km, ndërsa rrjedha e ujit të burimeve është 20 km:

- Lumi Kriva,
- Lumi Bostan,
- Lumi Stanisor,
- Burimi i Gardës dhe
- Burimi Labyan.

Në territorin e Komunës së Novobërdës ka një klimë tipike kontinentale dhe për shkak të lartësisë në pjesë të caktuara të territorit të kësaj komune ekziston një ndryshim malor i klimës dhe temperaturës

Numri i ditëve me shi varet nga vendndodhja dhe ekspozimi i terrenit, dhe sasia e reshjeve rritet ndërsa lartësia rritet.

Temperatura më e lartë vjetore është 27.40C në korrik dhe temperatura më e ulët është -6.10C në janar, prandaj temperatura mesatare më e lartë është 15.90C dhe më e ulët është 5.60C.

Komuna e Novobërdës ka mundësi të mira dhe potenciale për zhvillimin e zonave rurale dhe ekoturizmit, turizmit rekreativ dhe gjuetisë. Peizazhi kodrinor me bimësi të bukur të pyjeve gjetherënëse dhe me gjelbërim të përjetshëm ofron kushte të shkëlqyera për zhvillimin e sporteve rekreative turizmi. Larg nga qendrat industriale, kjo zonë ka potencial për të zhvilluar shumë forma të turizmit pa u ndikuar nga qendra urbane dhe ndotja

Qendrat e Prishtinës dhe Gjilanit janë 30 km larg, që do të thotë se Novobërda mund të bëhet një vend tërheqës për turistët vendas dhe të huaj.

Vendet e larta afër fshatit Murai dhe Mali i Madh janë atraksionet për të gjithë ata që janë tifozë të sporteve rekreative dhe alpinizmit Dhe pozita e lartë e Kale është një pamje e madhe për të gjitha drejtimet në

territorin e kësaj komune, veçanërisht ndaj fshatit Marez dhe lumit Kriva Ky lumi është gjithashtu tërheqës për sa i përket peshqve që po hedhin aty, dhe njëkohësisht u ofron vizitorëve mundësinë për t'u çlodhur dhe rikrijuar, si dhe peshkimin e gjuetisë dhe sportit.

Territori i Komunës së Novobërdës është i pasur me florën dhe faunën, e cila është një tjetër potencial i rëndësishëm për zhvillimin e turizmit, veçanërisht në turizmin rural. Në këto zona ka kërpuha të ndryshme ushqimore, bimë medicinale dhe fruta të pyjeve që mund të përdoren për qëllime komerciale ose si produkte ekologjike për mysafirët vendas dhe të huaj.

Me ndihmën e subjekteve të ndryshme (ministrinë, donatorët dhe biznesmenët) mund të rregullohen ose ndërtohen shumë shtigje dhe fusha sportive, duke siguruar më shumë vende pune për popullatën lokale. Përveç kësaj, ekziston nevoja për të trajnuar vendasit në fushën e turizmit dhe historisë (udhëzuesit turistikë), si dhe për të filluar bashkëpunimin me Ministrinë për bujqësinë për të rritur stokun e lojës dhe për të ndihmuar Shoqatën e gjahtarëve "Ellen", që ka punuar në këtë fushë për më shumë se 30 vjet.

Ka mundësi që disa fshatra të lidhen me fshatra të tjerë dhe të përdorin këto terrene për lloje të tjera të sportit si motoçiklizmi, sepse të gjitha shtigjet po lëvizin nëpër kodra dhe janë shumë atraktive për këtë lloj sporti.

Vlerat kulturore-historike si faktor për zhvillimin e turizmit në Novobërdë

Komuna e Novobërdës ka një të kaluar të pasur historike dhe kulturore. Që në Mesjetë, ky vend u bë një qendër e rëndësishme për minierat e xeheve, kështu që në shekullin e 15 në Novobërdë jetonte 45 mijëra banorë kur ky vend është zhvilluar kryesisht për shkak të mineraleve të arit, argjendit, plumbit dhe zinkut. Sipas disa të dhënave historike, në vitin 1450 u prodhuan 6000 kg ari gjë që do të thoshte që banorët të angazhoheshin në para ari dhe argjendi.

Në territorin e Komunës së Novobërdës ka disa objekte (xhami, kisha, zona arkeologjike), pasi konsiderohen më të rëndësishme:⁹

- Kalaja (Kaleto) e Novobërdës,

⁹ Plani strategjik për zhvillimin kulturor në komunën e Novobërdës 2012-2016.

- Katedralja,
- Kisha e Shën Marisë (kisha e familjes Sas)
- Kisha e Shën Gjonit,
- Turbe nën Kale,
- Varrezat turke,
- Burimi i Manastirit në Klokoviç,
- Turbina në Buke,

Të gjitha elementet e trashëgimisë kulturore dhe historike paraqesin një bazë të rëndësishme për zhvillimin e turizmit të kësaj komune, gjë që mund të nënkuptojë zhvillimin e ekonomisë lokale. Konsiderohen monumente më të rëndësishme të trashëgimisë kulturore: Kale, fshatrat Bostan dhe Dragana.

Si vlera më të rëndësishme të karakterit të paprekshëm janë:

- Manifestimi tradicional “Shën Gjergji” (Shën Gjergji, Gjurgjovden),
- Dita e Shën Markut,
- Dita e Zoë (Virgjëreshës)
- Velikan,
- Dita e çlirimit të Novobërdës,
- Festat e tjera kombëtare dhe fetare.

Objektet turistike-hoteliere të Komunës së Novobërdës

Në Komunën e Novobërdës ka 5 objekte hoteliere që ofrojnë turistë, mysafirë, akomodim, ushqim, pije alkoolike dhe joalkoolike, grupe familjare, bankete, seminare, trajnime dhe shërbime të tjera.¹⁰

Kompanitë ushqimore furnizojnë mallra dhe shërbime në tregun e brendshëm dhe që më së shumti importohen nga vendet fqinje në Kosovë dhe në Evropën Perëndimore. Objektet ushqimore zakonisht vendosen në periferitë e vendbanimeve

Fillimi i funksionimit të këtyre objekteve hoteliere ishte në vitet tetëdhjetë të shekullit të kaluar, ndërsa në pesë vitet e fundit filloi modernizimi i këtyre objekteve

Në këtë moment në komunë nuk ka objekte apo mundësi reale për zhvillimin e një aktiviteti të tillë, i cili gjithashtu kontribuon në kufizimin e zhvillimit të turizmit.

¹⁰ <http://helvetas-ks.org/wp/wp-content/uploads/2013/08/Plani-zhvillimor-urban-i-Bostanit.pdf>

Në sektorin privat, pas përfundimit të luftës në Kosovë, është ndërtuar një pishinë, por në kushtet e mungesës së shërbimeve profesionale dhe përvojës nuk është në nivelin e kërkuar dhe standardet për kryerjen normale të aktiviteteve specifike të lidhura me turizmin. Nga ana tjetër, duhet theksuar se zhvillimi i turizmit rural është vërejtur në Komunën e Novobërdës në vitet e fundit dhe në këtë drejtim janë përfshirë disa familje familjare që ofrojnë ushqim tradicional (13 familje) Strehimi gjatë natës me mëngjes (5 familje) dhe 3 familje ofrojnë argëtim dhe shërbime rekreative në këtë komunë. Në kushtet e dimrit, potenciali për zhvillimin e turizmit ka fshatin Vllasali në zonën e kodrat e Koznitsa dhe Macras së Sipërm, ku ka mundësi reale për investime në objektet hotelerike dhe në një qendër ski.

Të gjitha pjesët malore të Komunës së Novobërdës mundësojnë zhvillimin dhe kultivimin e kulturës së gjuetisë së gjuetisë, prandaj ekzistojnë dy shoqata të gjuetisë, por format e zhvillimit të aktiviteteve të gjuetisë në komunë janë të paligjshme dhe kjo ka kontribuar në destabilizimin e sporteve gjuetie, sepse aktiviteti i tillë kryhet nga mbi 400 gjuetarë që nuk kanë stërvitje adekuate dhe njohuri bazë për mbrojtjen e kafshëve të egra.

Sipas vlerësimeve të administratës komunale, Novobërdë vizitohet nga rreth 4,000 turistë në vit nga vendi dhe jashtë saj dhe të gjitha të ardhurat e marra prej tyre nuk përdoren për zhvillimin e komunave.

Conclusion

Tourism is an important factor for a country's economic development and overall development in the long run. The effects and impacts that tourism brings to itself can be said that tourism really affects the development of the State because these effects can be measured quite easily and compared to other types of effects and impacts.

We can conclude that the tourist potentials of the municipality of Novobrodos have great and real opportunities and a great cultural heritage of a tangible and untouchable character that can help in the development of tourism and thus the national economy in general, and especially natural resources which are abundant and which can help in the development of mountain tourism. The livelihood of the local population can be used for the development of rural tourism, which is one of the main goals of this study. Though tourism is in the initial stages of development, the integration of the natural and cultural

heritage of this tourist region into the socio-economic development of this region can be considered as a good opportunity for the sustainable and overall development of the area.

The number of tourists is increasing annually, which includes the improvement of tourist infrastructure in the area of accommodation, food and other support services.

The purpose of this paper was to study the quality management of tourism products and services offered as a significant potential of the Municipality of Novobroda from the aspect of tourism development in general. The hospitality and hotel industry management, particularly the quality of tourism and hospitality, is a very important factor for the success and development of tourism in a destination such as Novobërdë / Novo Brdo.

Precisely, the quality of products and services in this sector is indispensable, as this means a more efficient and effective operation, which is a step in the development of the commune's tourism, encouraging new jobs and increasing the level of the welfare of the local population.

From the point of view of our work, tourism and hotel businesses should be able to answer all questions about the quality of products and services, standards and conditions for a higher level of quality and so on.

Flexibility in organizing the work of these entities means a system of tourists' security in terms of the quality of products and services provided and of all processes and events pertaining to the daily lives of citizens and tourists. This needs to be done in detail, but by autonomy in encouraging new initiatives and sharing responsibilities.

Literatura

1. Berry L.L./Parasuraman A., *Marketing Services, The Free Press*, New York, 2010,
2. Plani Strategjik për Zhvillimin Kulturor në Komunën e Novobërdës 2012 – 2016
3. Purcarea I., Ratiu M.P., *Service Quality Management as a Key for Delivering the Best Tourist Experience*, Management and Marketing, Romanian American University, Bucharest, 2009, Vol.4, No.4,
4. Sucic M., *Public-Private Partnership – Postulate for Competitive Tourism Development*, Polytechnics of Sibenik, Department of Management, Sibenik, Croatia, 2008,
5. S.L. Tang, Syed M. Ahmed, Raymond T. Boieong, S.W Poon, *Construction Quality Management*,

6. Tigu G., Tuclea C.E., Applying the Concept of Integrated Quality Management in Romanian Coastal Tourism, Academy of Economic Studies of Bucharest, Faculty of Commerce, Bucharest, 2006,
7. http://www.mkrs-ks.org/repository/docs/shqip_final.pdf
8. <http://www.iadk.org/ArkivaeLajmeve/tabid/77/articleType/ArticleView/articleId/522/categoryId/70/language/sq-AL/FAKTORET-E-ZHVILLIMIT-TE-TURIZMIT.aspx>
9. <http://helvetas-ks.org/wp/wp-content/uploads/2013/08/Plani-zhvillimor-urban-i-Bostanit.pdf>