

ANKETA E OFERTËS SË TURIZMIT NË KOSOVË 2019



Dhjetor 2020

Përgatitur nga:

Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat (PPSE)

Projekti PPSE zbatohet nga Swisscontact-i si zbatues kryesor, në konsorcium me Institutin Riinvest.
Financohet nga Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim në Kosovë (SDC)



Përmbajtja

1.	Hyrje	3
2.	Metodologjia	4
2.1.	Hartimi i pyetësorit.....	4
2.2.	Anketuesit	4
2.3.	Dizajni i mostrës	4
2.4.	Puna në terren.....	5
2.5.	Përpunimi dhe analiza e të dhënave	5
3.	Të gjeturat e anketës.....	5
3.1.	Akomodimet me restorante	6
3.2.	Akomodimet (pa restorante).....	17
3.3.	Restorantet	26
3.4.	Atraksionet	35
3.5.	Operatorët turistik.....	39
3.6.	Ngjarjet kombëtare/festivalet	42
4.	Ndikimi ekonomik.....	46
4.1.	Akomodimet.....	46
4.2.	Restorantet.....	48
4.3.	Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara dhe punësimi	49
5.	Efektet e pandemisë COVID-19	50

1. Hyrje

Ky raport paraqet të gjeturat e anketës vjetore të projektit Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat (ang. Promoting Private Sector Employment, së këndejmi PPSE) me aktorët kryesorë të sektorit të turizmit në Kosovë, duke përfshirë: sektorin e akomodimit, restorantet, operatorët e atraksioneve, operatorët turistik dhe ngjarjet kombëtare/festivalet përfshirë vitin fiskal 2019. Anketa e PPSE-së për ofertën e turizmit në Kosovë është hartuar për herë të parë në vitin 2018, duke mbuluar vitin fiskal 2017, dhe ky është studimi i tretë radhazi që nga ajo kohë. Ky raport kryesisht interpreton gjetjet e vitit fiskal 2019 dhe përshkruan ndryshimet që kanë ndodhur krahasuar me dy periudhat e mëparshme. Ndryshe nga dy anketat e tjera të mëparshme, kjo gjithashtu hedh dritë mbi efektet e pandemisë covid-19 tek aktorët kryesorë në sektorin e turizmit. Kjo ishte e mundur sepse mbledhja e të dhënave për vitin 2019, është zhvilluar në tetor të vitit 2020, rreth shtatë muaj pasi rastet e para të infektimit janë raportuar në Kosovë.

Një nga sektorët me prioritet të projektit të PPSE-së është turizmi. Në kuadër të këtij sektori, projekti është kryesisht i përqendruar në lehtësimin e zhvillimit të produkteve të reja turistike, ri-shfrytëzimin e atraksioneve, aktivitete promovuese në arenën ndërkombëtare dhe riorganizimin e tërë sektorit - e gjitha kjo në funksion të gjenerimit të vendeve të reja të punës në Kosovë.

Disponueshmëria e të dhënave të sakta dhe të azhurnuara të turizmit si dhe informacionet e përgjithshme të tregut, janë thelbësore për zbatimin e suksesshëm të aktiviteteve të projektit. Anketa vjetore e PPSE-së për ofertën e turizmit në Kosovë është me rëndësi të madhe për PPSE-në, sepse i mundëson ekipit të monitorojë trendet e rritjes së sektorit të turizmit dhe të zhvillojë intervenimet sipas nevojës. Poashtu, është shumë e vlefshme për politikë-bërësit, ofruesit e shërbimeve të turizmit dhe palët e tjera të interesit kur bëhet fjalë për proceset e planifikimit strategjik dhe vendimmarrjen në përgjithësi.

Pjesa tjetër e këtij raporti të anketës është e organizuar si në vijim. Pjesa 2, ofron një pasqyrë të përgjithshme të metodologjisë së përdorur për grumbullimin e të dhënave. Pjesa 3, paraqet të gjeturat kryesore të anketës dhe jep ilustrime që tregojnë ndryshimet vjetore. Pjesa 4, analizon ndikimin ekonomik në dy vitet e mëparshme, kryesisht duke u fokusuar në të ardhurat e krijuara nga aktorët kryesorë si dhe paraqet numrin e përgjithshëm të punëtorëve të punësuar. Pjesa 5, diskuton disa nga efektet e covid-19 në sektorin e turizmit.

2. Metodologjia

Kjo pjesë paraqet qasjen metodologjike të përdorur për kryerjen e anketës. Kjo pjesë përshkruan dizajnin e pyetësorit, përzgjedhjen dhe trajnimin e anketuesve, dizajnin e mostrës, procesin e mbledhjes së të dhënave si dhe përpunimin dhe analizimin e të dhënave.

2.1. Hartimi i pyetësorit

Për të qenë në gjendje të bëjmë krahasime, anketa e përdorur këtë vit është pothuajse e njëjtë me anketën e parë. I vetmi ndryshim i dukshëm është se pyetësi i këtij viti përfshin disa pyetje të lidhura me pandeminë, gjithashtu. Pyetësi përmban kryesisht pyetje me zgjedhje të shumëfishta dhe disa pyetje të hapura - të dyja shumë të rëndësishme për të marrë informacionin e synuar.

2.2. Anketuesit

Rreth 30 anketues janë rekrutuar për të kryer intervistat me aktorët e ofertës së turizmit. Me qëllim që anketuesit e rekrutuar të familjarizohen me qëllimin kryesor dhe nevojat specifike të anketës, është organizuar një trajnim njëditor. Shpjegime të detajuara janë dhënë mbi variablat e përfshira dhe gjithashtu disa këshilla rreth procesit të intervistimit. Përveç kësaj, është organizuar një ushtrim praktik për të vlerësuar nëse anketuesit ishin në gjendje të ndiqnin udhëzimet e dhëna.

2.3. Dizajni i mostrës

Para së gjithash, vlen të përmendet se gjatë procesit të përzgjedhjes së mostrës, objektivi ishte identifikimi i subjekteve turistike të qasshme. Për të identifikuar listën e aktorëve kryesorë të turizmit, janë përdorur platforma të ndryshme online. Prioritet ishte që të intervistoheshin të njëjtat subjekte sikurse në periudhat e mëparshme, në mënyrë që krahasimi nga viti në vit të jetë më kredibil dhe i besueshëm. Më poshtë është shpjegimi se si është identifikuar secili grup i popullacionit dhe madhësia e mostrës.

- Janë identifikuar 465 akomodime turistike të qasshme (duke përfshirë akomodimet Airbnb) në Booking.com, Trivago, AirBnB, dhe Facebook; 174 prej tyre janë intervistuar; 95 kanë ofruar vetëm akomodim, ndërsa vetëm 79 kanë ofruar akomodim me restorante.
- Janë gjetur 585 restorante në TripAdvisor dhe Gjirafa; 247 janë prej tyre janë intervistuar.
- Janë intervistuar 30 atraksione dhe 17 operatorë turistik, të nxjerra nga një listë e ofruar nga PPSE-ja.
- Janë intervistuar 31 organizatorë të ngjarjeve kombëtare/festivaleve të identifikuara nëpërmjet Google Search .
- Keni parasysh se nuk ka mundur të përcaktohet i gjithë popullacioni për atraksione, operatorë turistik dhe ngjarje kombëtare/festivale.
- Janë zhvilluar gjithsej 499 intervista sy më sy.

Tabela 1 jep disa informacione më të hollësishme për intervistat e kryera në vitin 2020 dhe paraqet ndryshimet me vitin 2019 dhe 2018. Keni parasysh, se disa ofrues të shërbimeve të intervistuar në vitin 2018 dhe 2019 nuk kanë mundur të intervistohen në vitin 2020, qoftë për shkak se ata kanë mbyllur biznesin e tyre ose nuk kanë pranuar të marrin pjesë në anketë. Disa të tjerë, të cilat tani janë të listuar në njërin prej platformave turistike të qasshme, janë shtuar në mostër.

Tabela 1: Shpërndarja e intervistave dhe madhësia e popullacionit						
Lloji i ofruesit të shërbimeve	Numri i intervistave (2018)	Numri i intervistave (2019)	Numri i intervistave (2020)	Popullacioni sipas kategorisë (2018)	Popullacioni sipas kategorisë (2019)	Popullacioni sipas kategorisë (2020)
Akomodime me restorante	88	89	79	106	121	129
Akomodime	89	99	95	348	432	436
Restorante	205	229	247	475	540	585
Atraksione	32	17	30	-	-	-
Operatorë turistik	18	29	17	-	-	-
Ngjarje kombëtare/ festivale	36	32	31	-	-	-

2.4. Puna në terren

Anketuesit e rekrutuar kanë zhvilluar intervista sy më sy me pronarët ose menaxherët e subjekteve të identifikuara. Procesi i mbledhjes së të dhënave për vitin fiskal 2019 është zhvilluar gjatë muajit tetor 2020. Secila intervistë ka zgjatur rreth 30-40 minuta.

2.5. Përpunimi dhe analiza e të dhënave

Të dhënat e mbledhura janë futur në fletët e të dhënave në Excel, të përgatitura posaçërisht për këtë anketë. Pastaj, të dhënat janë transferuar në SPSS (pako softuerike), ku janë përpunuar dhe analizuar më tej. Të gjitha gabimet e specifikimit, gabimet e kontrollit dhe gabimet gjatë tabulimit janë adresuar para se të gjenerohen të gjeturat përfundimtare.

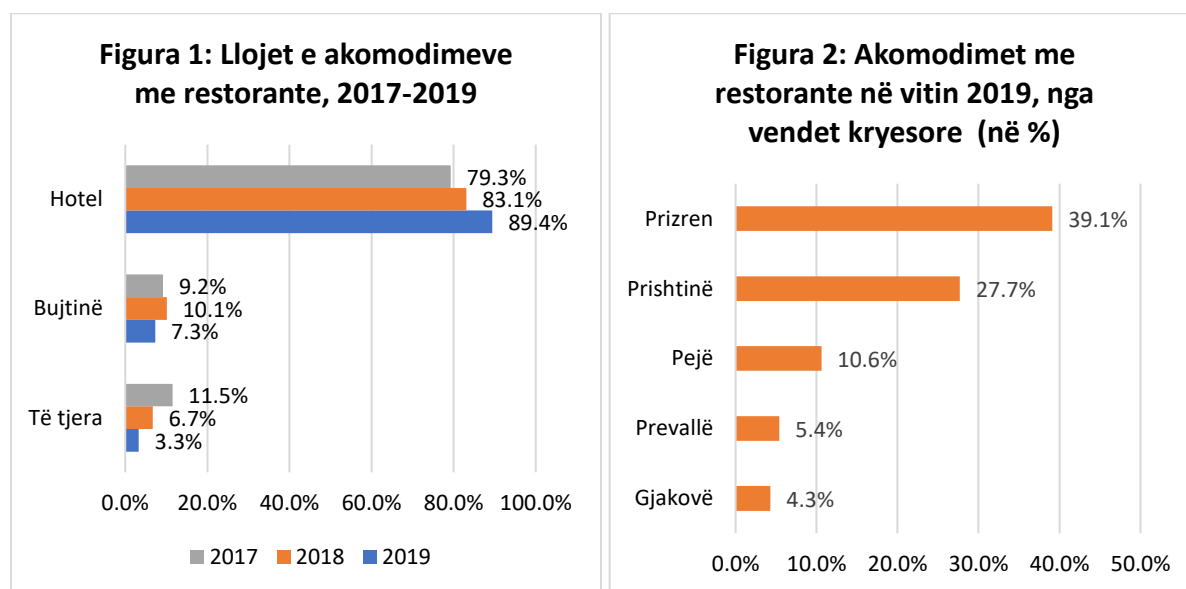
3. Të gjeturat e anketës

Kjo pjesë shpalosë të gjeturat kryesore të gjeneruara nga anketa me aktorët kryesorë të ofertës së turizmit, duke përfshirë: akomodimet me restorante, akomodimet, restorantet, operatorët e atraksioneve turistike, operatorët turistik dhe ngjarjet kombëtare/festivalet për vitin fiskal 2019. Poashtu, kjo pjesë krahason të gjeturat me ato të vitit 2018 dhe 2017. Keni parasysh, se ndryshimet vjetore duhet të interpretohen me kujdes, pasi që ato mund të jenë rezultat i ndryshimeve në strukturën e mostrës. Të gjeturat kapin aspekte të ndryshme të brendshme dhe të jashtme, siç janë: struktura e përgjithshme e aktorëve kryesorë të ofertës së turizmit; përbërja e mysafirëve dhe sjellja e tyre; ndryshimet e qarkullimit përgjatë viteve; çështjet e lidhura me punësim; lloji i shërbimeve të ofruara; pengesat e të bërit biznes; dhe pjesëmarrja e aktorëve të ofertës së turizmit në botën digjitale. Megjithatë, vlen të përmendet, që këto tema nuk mund të zbatoheshin në të gjitha rastet për shkak të natyrës specifike të disa ofruesve të shërbimeve.

3.1. Akomodimet me restorante¹

Struktura e përgjithshme e akomodimeve me restorante

Në vitin 2019, 79.3 përqind e të gjitha akomodimeve me restorante ishin hotele. Pjesa tjetër ishin bujtina (9.2 përqind) dhe akomodime të tjera (11.5 përqind). Për të bërë një krahasim me vitin 2018 dhe 2017, shi figurën 1. Shumica e akomodimeve të intervistuar me restorante gjendeshin në Prizren (39.1 përqind) dhe Prishtinë (27.7 përqind) (shih, figurën 2). Në vitin 2019, 96.8 përqind e akomodimeve me restorante operonin gjatë tërë vitit, krahasuar me 90.7 përqind në vitin 2018 dhe 88.5 përqind në vitin 2017.



Numri i dhomave, çmimeve dhe shkalla e shfrytëzimit të banimit

Në vitin 2019, numri mesatar i dhomave standarde njëshe në akomodime me restorante ishte 9.2 dhoma. Për dhoma standarde dyshe, mesatarja ishte pak më e lartë – 11.3 dhoma. Numri i përgjithshëm i dhomave standarde njëshe (të përshtatura për përfshirjen e të gjithë popullacionit) arrin në 1,171 dhoma, ndërsa numri i përgjithshëm i dhomave standarde dyshe arrinte në 1,504 dhoma. Çmimi mesatar për një dhomë standarde njëshe ishte 39.40 euro; ndërsa për një dhomë dyshe ishte 54.20 euro. Për informata mbi llojet e tjera të dhomave dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih tabelën 2. Për më tepër, të gjeturat tregojnë se në vitin 2019 vetëm 19.6% e të gjitha akomodimeve me restorante kanë rritur çmimet e tyre gjatë sezonit të fluksit; ndërsa pjesa tjetër i kanë mbajtur çmimet e pandryshuara. Përqindja e atyre që kanë rritur çmimet gjatë sezonit të fluksit ishte më e lartë në vitin 2018 (39.5 përqind) dhe 2017 (29.9 përqind).

¹ Kjo përfshin të gjitha akomodimet që kanë një restorant ngjitur me biznesin e tyre.

Tabela 2: Akomodimet me restorante - numri mesatar dhe çmimi i dhomave standarde

		2017	2018	2019
Dhoma standarde njëshe	Mesatarja (Mes.) # e dhomave	10.9	11.1	9.2
	Mes. e çmimeve (EURO)	40.1	39.4	39.4
	Totali # i dhomave	1,035	1,109	1,171
Dhoma standarde dyshe	Mes. # e dhomave	13.2	14.0	11.3
	Mes. e çmimeve (EURO)	45.8	48.6	54.2
	Totali # i dhomave	1,671	1,870	1,504
Dhoma standarde treshe	Mes. # e dhomave	4.2	4.4	6.8
	Mes. e çmimeve (EURO)	53.1	52.8	69.6
	Totali # i dhomave	274	335	636
Dhoma standarde katërshe	Mes. # e dhomave	2.6	2.4	2.8
	Mes. e çmimeve (EURO)	49.5	68.8	91.5
	Totali # i dhomave	62	63	77

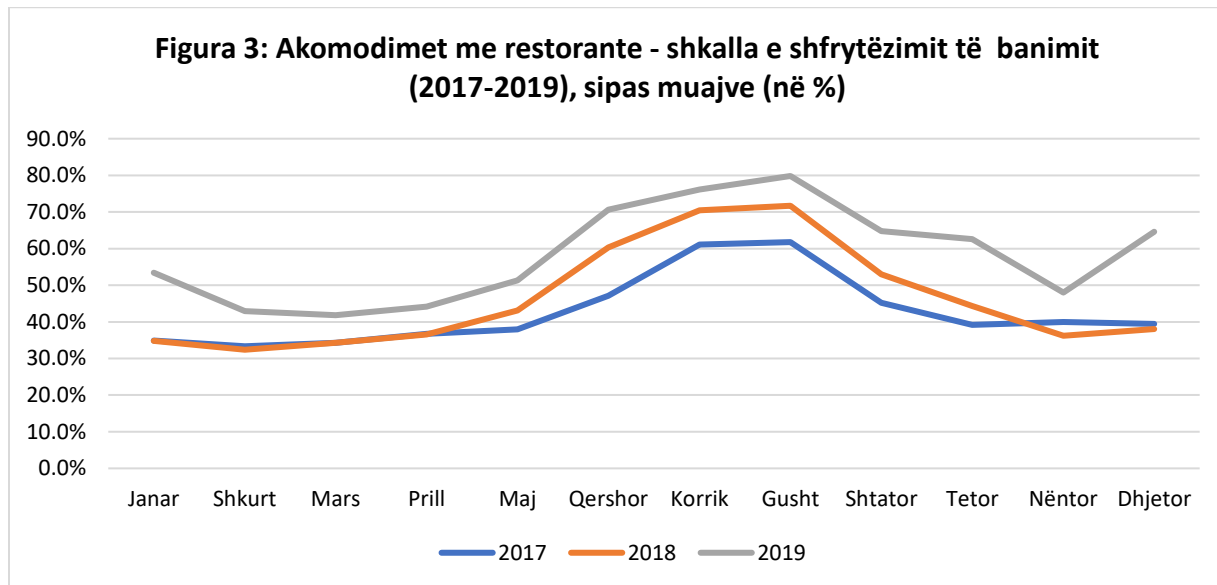
Zbërthimi i të gjeturave nga tri rajonet kryesore², tregon se Prishtina ka numrin më të lartë të dhomave standarde njëshe dhe të dhomave standarde dyshe, si dhe çmimet mesatare më të larta. Për informata më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih tabelën 3.

Tabela 3: Akomodimet me restorante – Dhomat standarde, nga rajonet kryesore

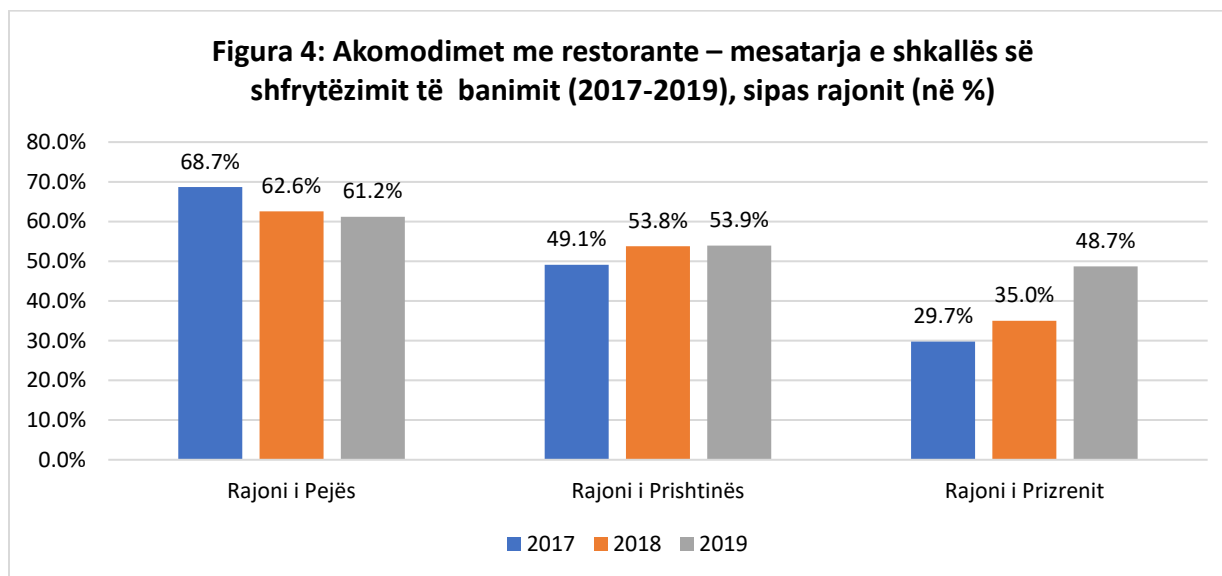
		Rajoni i Prishtinës (2017)	Rajoni i Prishtinës (2018)	Rajoni i Prishtinës (2019)	Rajoni i Pejës (2017)	Rajoni i Pejës (2018)	Rajoni i Pejës (2019)	Rajoni i Prizrenit (2017)	Rajoni i Prizrenit (2018)	Rajoni i Prizrenit (2019)
Dhoma standarde njëshe	Mes. e çmimeve (EURO)	50.2	52.2	51.2	35.6	34.8	33.2	34.4	27.8	34.4
	Totali # i dhomave	494	516	531	70	94	125	216	225	342
Dhoma standarde dyshe	Mes. e çmimeve (EURO)	60.8	66.1	68.3	42	39.9	41.8	36.2	37.3	49.8
	Totali # i dhomave	768	888	766	144	218	305	312	368	357

² Rajonet e tjera nuk kanë mundur të merren parasysh këtu, për shkak të numrit të vogël të vëzhgimeve.

Norma vjetore e shfrytëzimit të banimit në vitin 2019 është mesatarisht 58.3 përqind, duke ndryshuar nga 41.8 përqind në muajin mars në 79.8 përqind në muajin gusht. Për të parë ndryshimet në baza mujore në vitin 2017, 2018 dhe 2019, referojuni figurës 3.

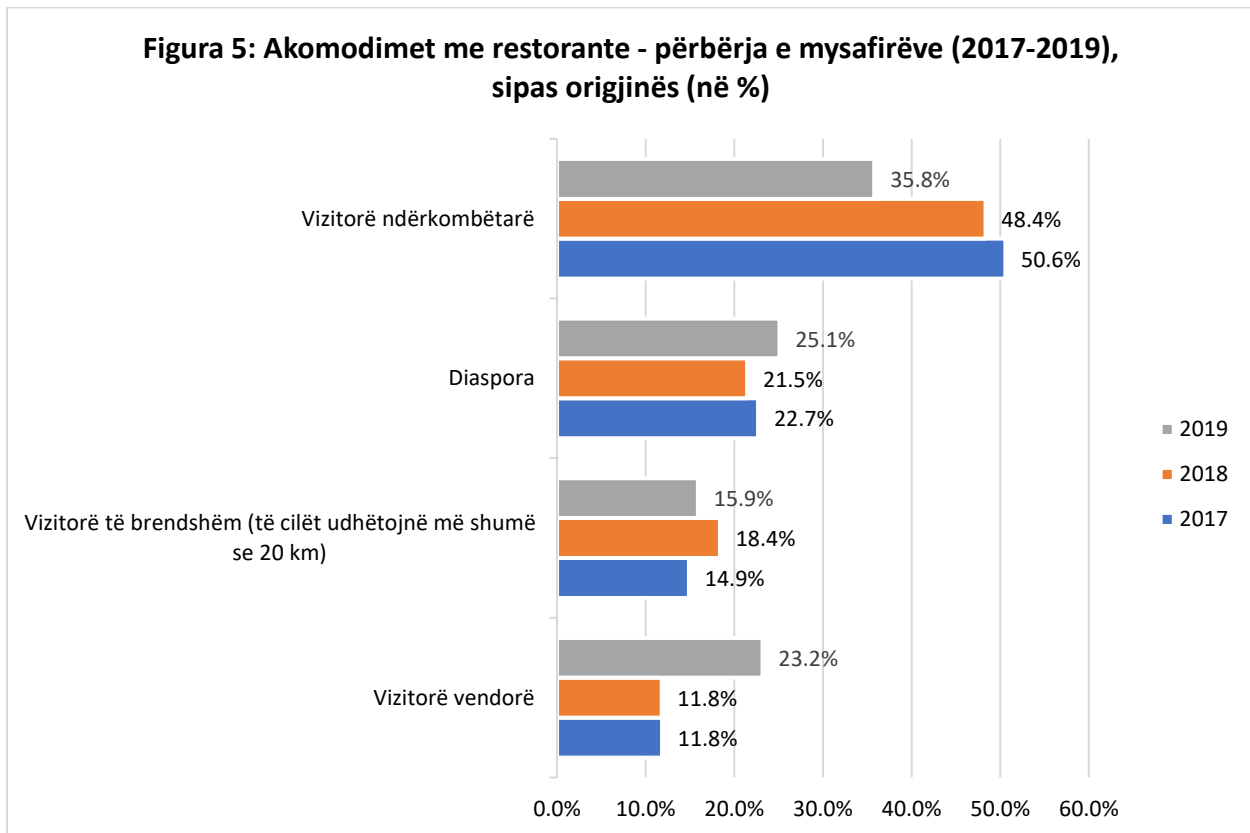


Nga tre rajonet më të mëdha në Kosovë, rajoni i Pejës doli të ketë nivelin më të lartë të shfrytëzimit të banimit në tre vitet e fundit. Një e gjetur e rëndësishme është se rajoni i Prizrenit ka pasur një rritje të dukshme në këtë aspekt në vitin 2019 (shih, figurën 4).



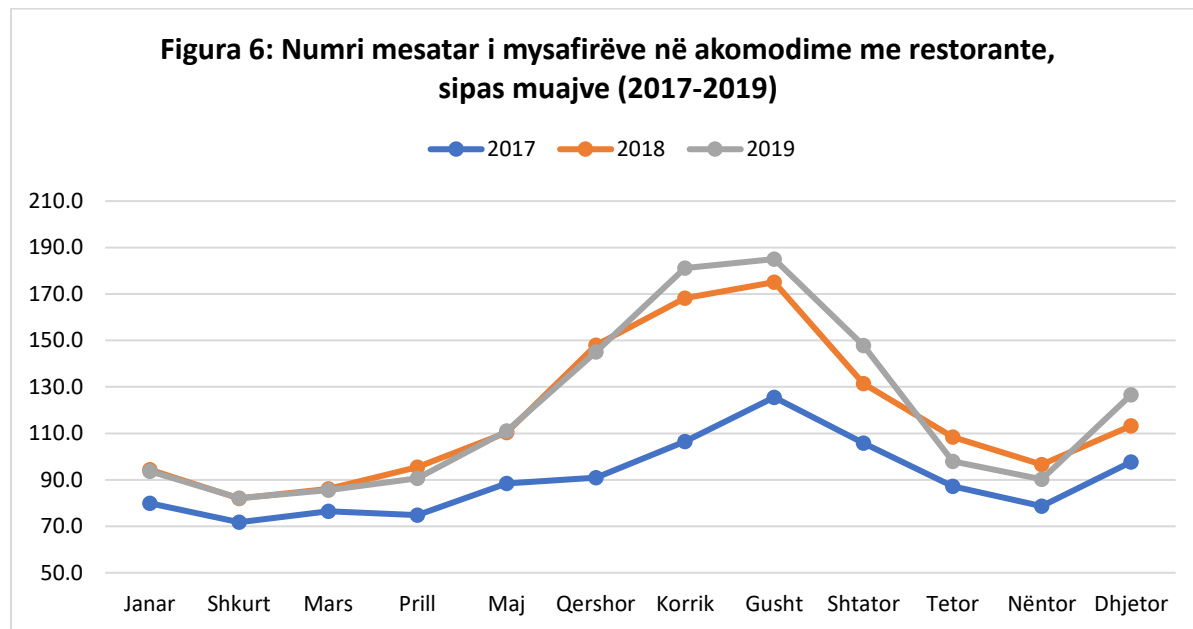
Përbërja e mysafirëve dhe sjellja e tyre

Anketa, gjithashtu analizon strukturën e mysafirëve dhe kohëzgjatjen e qëndrimit të tyre gjatë vitit 2019. Vizitorët ndërkombëtarë përbënin 35.8 përqind të mysafirëve të përgjithshëm; diaspora, 25.1 përqind; vizitorët vendorë (me më shumë se 20 minuta udhëtim), 23.2 përqind; dhe vizitorët vendorë (më pak se 20 minuta udhëtim), 15.9 përqind. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 5. Një analizë e mëtejshme e të dhënave zbulon se ka pasur një rritje të përgjithshme në numrin e vizitorëve në vitin 2019, dhe të vizitorët vendorë kontribuan ndjeshëm në këtë rritje. Qëndrimi mesatar i tyre në vitin 2019 ishte 3.9 netë, që është më i lartë krahasuar me vitin 2018 ku mesatarja ishte 3.7 netë përkatësisht 3.2 netë në vitin 2017.



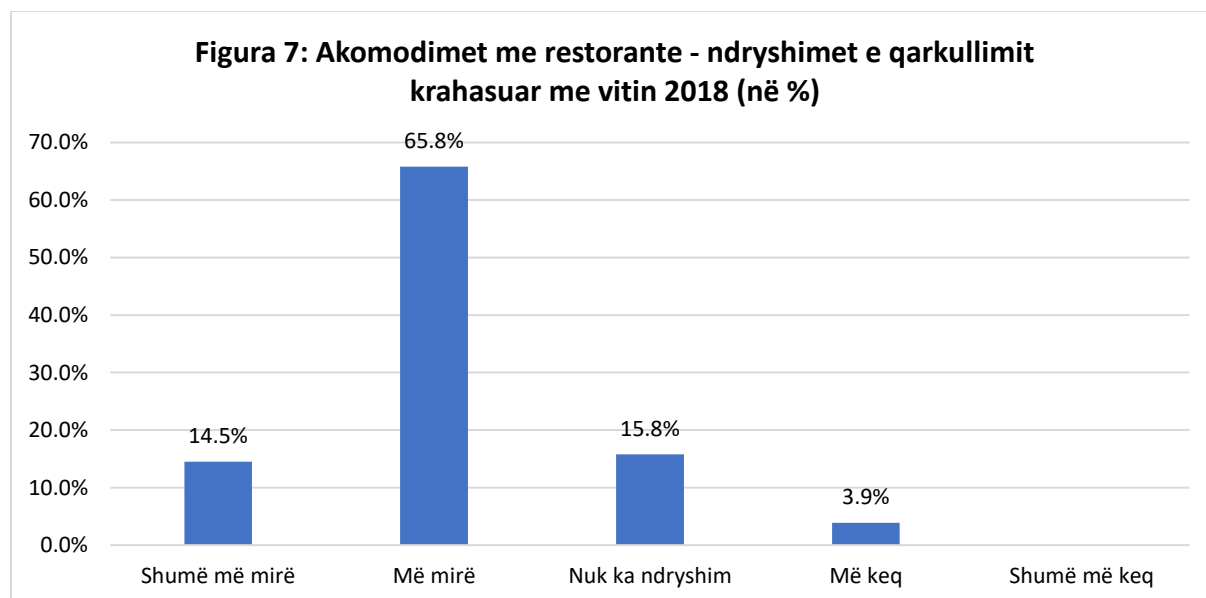
Gjatë viteve 2017-2019, numri mesatar i mysafirëve në restorantet e kësaj kategorie të akomodimeve është rritur me rreth 32.6 përqind, nga një mesatare ditore prej 90.3 mysafirë në vitin 2017 në një mesatare ditore prej 119.7 mysafirë në vitin 2019. Ashtu sikurse në vitin 2018 dhe 2017, edhe në vitin 2019, gushti doli të ishte muaji më i gjallë, me një mesatare prej 185.0 mysafirë në ditë. Figura 6, paraqet vizualisht mesataret e detajuara për 2017, 2018 dhe 2019. Pjesa e mysafirëve që kanë ardhur për ushqim dhe pije në vitin 2019 qëndroi tek 52.0 përqind (49.1 përqind në vitin 2018 dhe 55.4 përqind në vitin 2017). Çmimi mesatar i faturës për këtë kategori në vitin 2019 ishte 7.40 euro, krahasuar me 9.90 euro në vitin 2018 dhe 8.50 euro në vitin 2017. Nga ana tjetër, përqindja e atyre që kanë ardhur për pije qëndroi në 40.8 përqind në vitin 2019, krahasuar me 50.9 përqind në vitin 2018 dhe 44.6 përqind në vitin 2017.

Fatura mesatare për këtë kategori në vitin 2019 ishte 3.00 euro krahasuar 2.60 euro në vitin 2018 dhe 3.70 euro në vitin 2017.

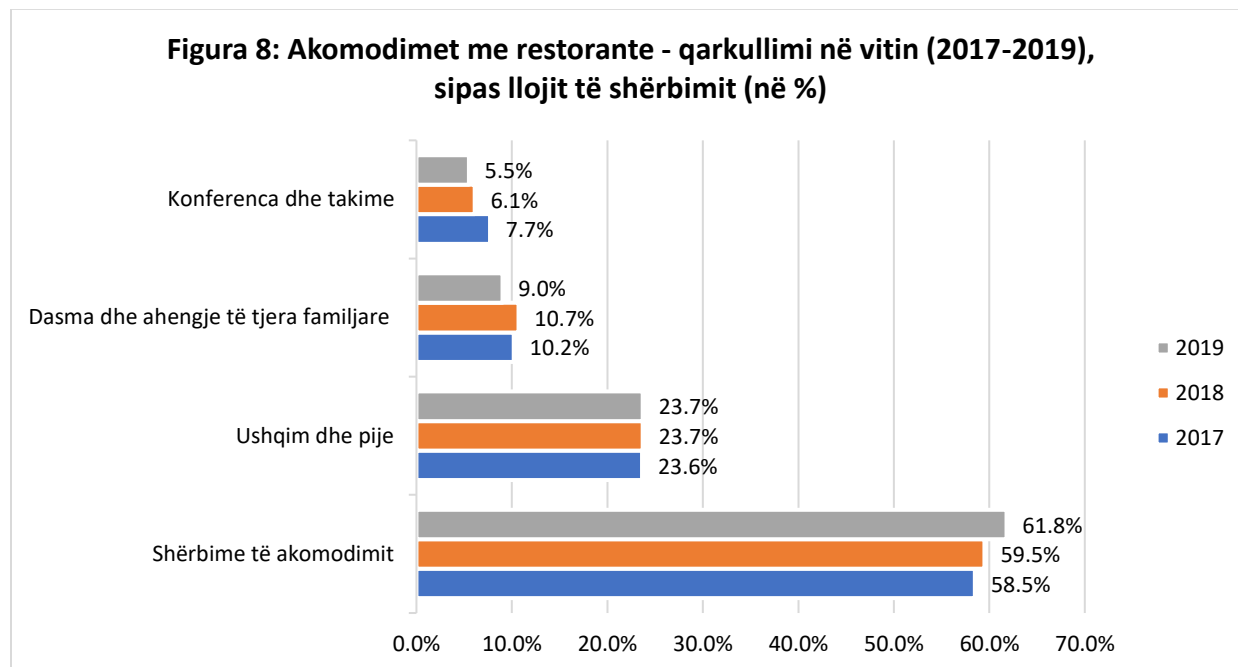


Qarkullimi dhe investimet

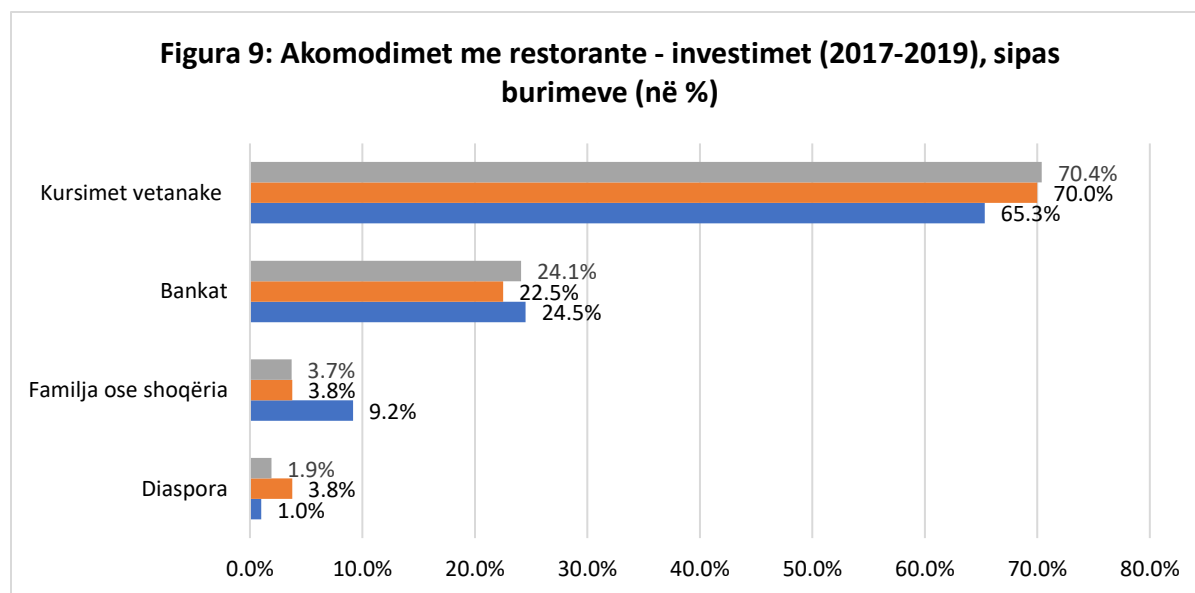
Sa i përket qarkullimit, shumica dërrmuese - 80.3 përqind - raportuan të kenë performuar "më mirë" ose "shumë më mirë" krahasuar me vitin 2017; ndërsa 3.9 përqind përjetuan të kundërtën; pjesa tjetër (15.8 përqind) nuk kanë pasur asnjë ndryshim (shih, figurën 7).



Një analizë e mëtejshme shpalosë se në vitin 2019, shërbimet e akomodimit kanë kontribuar me 61.8 përqind në qarkullimin e përgjithshëm; ushqimi dhe pijet me 23.7 përqind; dasmat dhe ahengjet e tjera familjare me 9.0 përqind; konferencat dhe takimet me 5.5 përqind. Për të nxjerrë një krahasim me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 8.

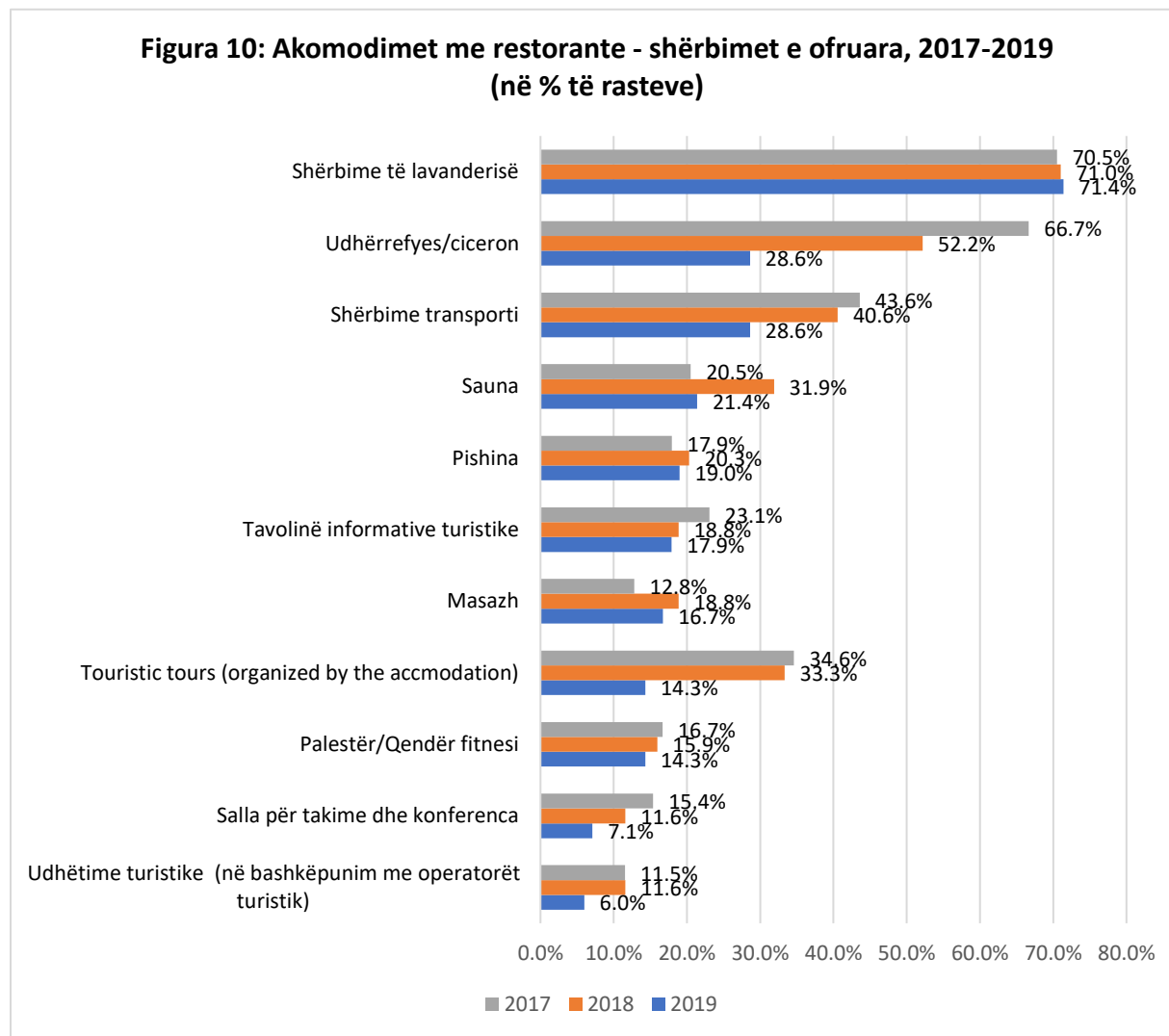


Gjysma e akomodimeve të anketuara me restorante, 51.1 përqind, kanë treguar se kanë bërë një lloj investimi në vitin 2019, krahasuar me 83.9 përqind në vitin 2018. Në vitin 2019, investimet e tyre janë financuar kryesisht nga kursimet vetanake (70.4 përqind) dhe bankat (24.1 përqind). Për të parë burimet e tjera të investimeve dhe për t'i krahasuar ato me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 10.



Shërbimet e ofruara

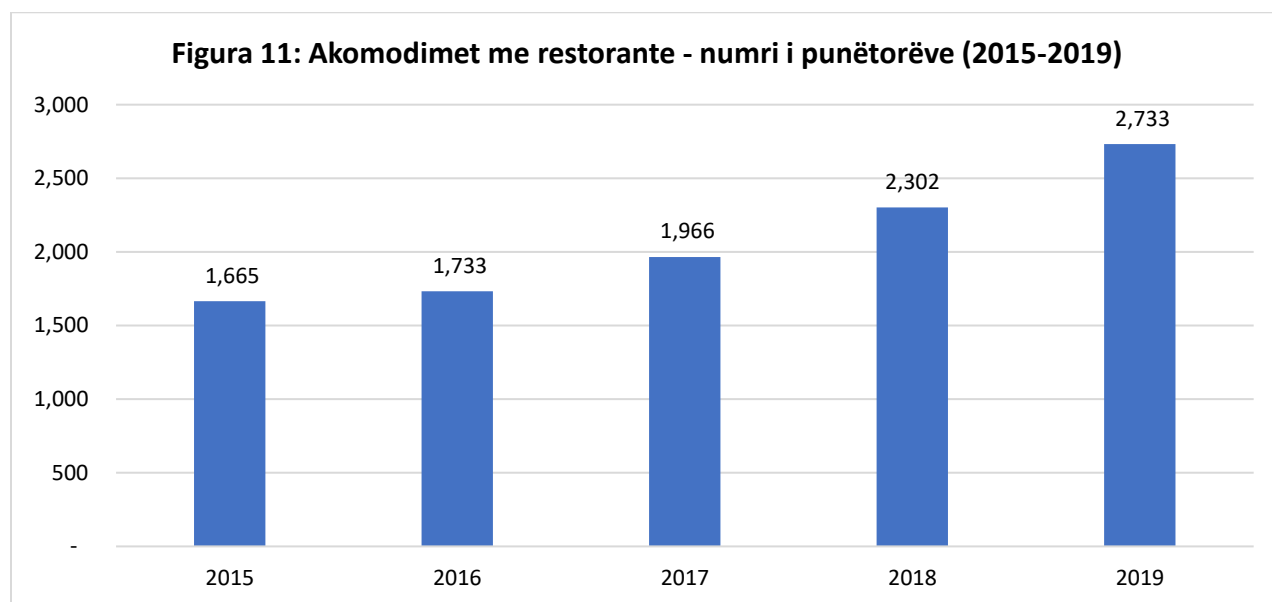
Në pyetjen lidhur me shërbimet e ofruara, përgjigjet më të shpeshta për vitin 2019 ishin: shërbimet e lavanderisë (70.5 përqind të rasteve), shërbime për udhëzues/ciceronë (66.7 përqind) dhe shërbimet e transportit (43.6 përqind). Për llojet e tjera të shërbimeve të ofruara nga akomodimet me restorante në vitin 2019, si dhe shërbimet e ofruara në vitin 2019 dhe 2018, shih figurën 10. Vlen të përmendet se 29.9 përqind e restoranteve ofruan hapësira për dasma dhe ahengje të tjera familjare në vitin 2019, krahasuar me 39.7 përqind në vitin 2018 dhe 35.6 përqind në vitin 2017.



Punësimi

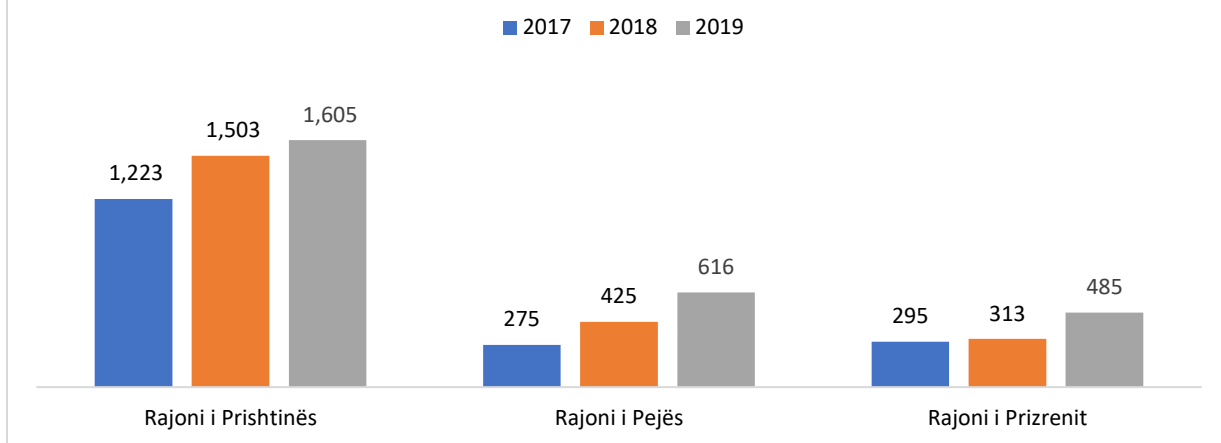
Duke e ditur rëndësinë e sektorit të turizmit në tregun e punës, janë bërë përpjekje shtesë në këtë nën-seksion. Për të gjeneruar numrin e përgjithshëm të punëtorëve në kategorinë e akomodimeve me restorante është përdorur metoda e peshimit (ponderimit) në bazë të popullacionit. Të dhënat e mostrës janë shumëzuar me faktorin bruto (gross-up factor) prej 1.401 - që do të thotë se popullacioni përfshin vetëm rreth 40.1 përqind më shumë subjekte. Keni parasysh, se gjatë llogaritjes së faktorit janë marrë në konsideratë të gjitha akomodimet me restorante të listuara në Booking.com, TripAdvisor, Gjirafa si dhe në platforma të tjera të ngjashme. Ky është identifikuar si një popullacion i vlefshëm turistik nga hulumtuesit dhe projekti i PPSE-së. E njëjta logjikë është aplikuar për akomodimet (pa restorante) dhe restorantet - sigurisht me faktorë të ndryshëm bruto. Nga ana tjetër, kjo qasje nuk mund të zbatohet për pjesën tjetër të aktorëve (operatorët e atraksioneve turistike, operatorët turistik, ngjarjet kombëtare/festivalet) për shkak të madhësisë së papërcaktuar të popullacionit. Sidoqoftë, karakteristikat demografike të punëtorëve janë përshkruar në secilin rast.

Të gjeturat e punësimit tregojnë se nga viti 2015 deri në vitin 2019, numri i punëtorëve në akomodime me restorante ka shënuar një rritje prej rreth 64.1 përqind, nga 1,665 punëtorë në vitin 2015 në 2,733 punëtorë në vitin 2019 (shih, figurën 11).



Zbërthimi i të gjeturave nga tre rajonet kryesore tregon se në vitin 2019, akomodimet me restorante në rajonin e Prishtinës kishin numrin më të madh të punësuarve, me gjithsej 1,605 të punësuar në total. Numri i të punësuarve në rajonin e Pejës dhe të Prizrenit ishte dukshëm më i vogël, 616 përkatësisht 485 punëtorë. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 12.

Figura 12: Akomodimet me restorante - numri i punëtorëve (2017-2019), sipas rajonit



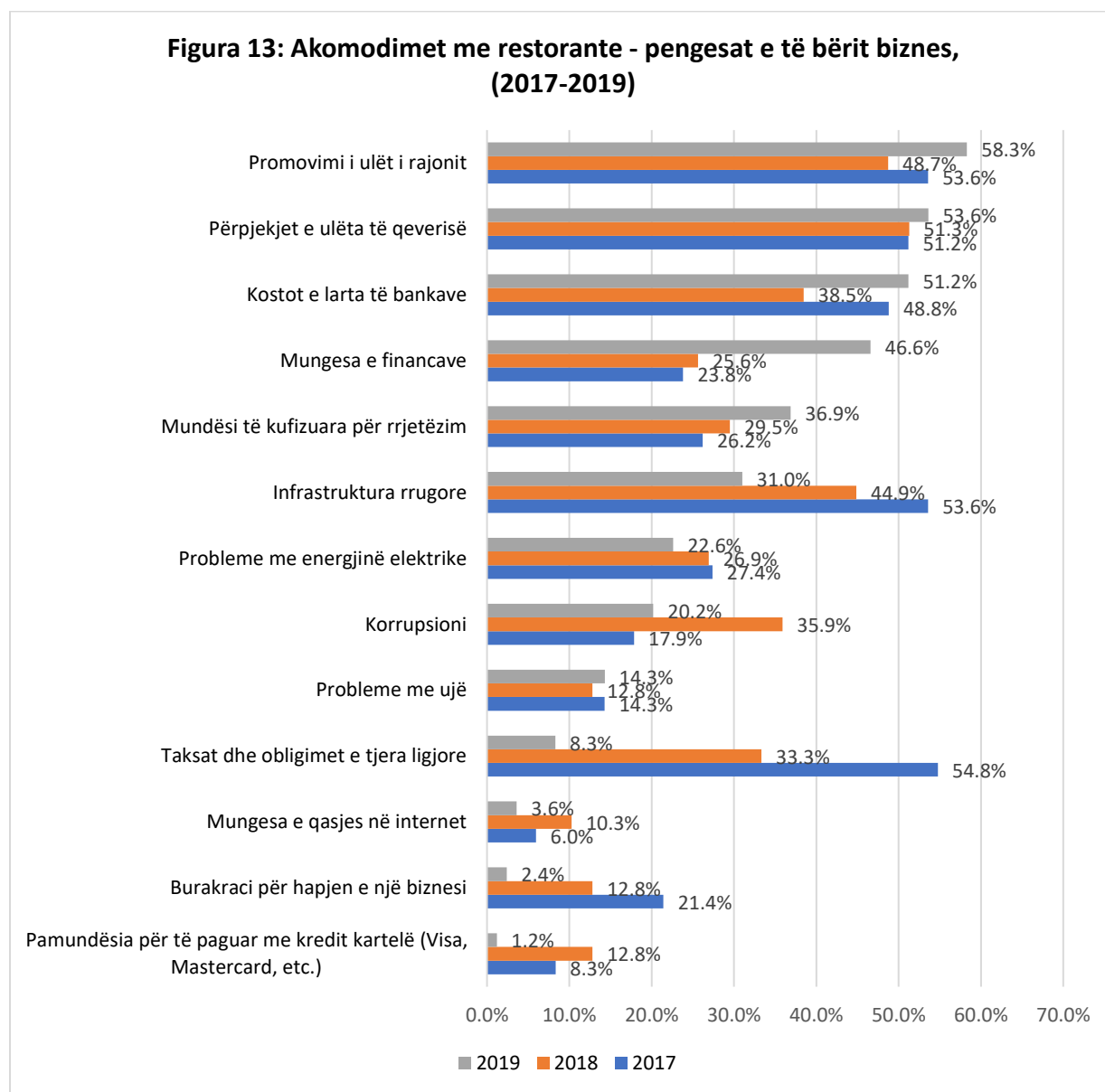
Në vijim janë disa karakteristika demografike për punëtorët e punësuar në akomodime me restorante në vitin 2019. Burrat dominonin duke përbërë 62.2 përqind. Nga të gjithë të punësuarit, vetëm 9.1 përqind punonin me orar të pjesshëm. Një zbërthim i të dhënave sipas përkatësisë etnike, tregon se punëtorët janë kryesisht shqiptarë të Kosovës - 96.8 përqind; pjesa tjetër përbëhet nga serbët e Kosovës, 1.2 përqind; Turq, 0.7 përqind; Boshnjakë, 0.5 përqind; RAE, 0.5 përqind; dhe të tjerë, 0.3 përqind. Sipas grupmoshave, ato/ata ndërmjet moshës 25-44 vjeçare, përbëjnë shumicën me 65.5 përqind. Për informata më të detajuara dhe për të bërë krahasime me demografinë e punësimit të vitit 2018 dhe 2017, shih tabelën 4.

Tabela 4: Demografia e punësimit

2017						
Gjinia	Burra			Gra		
	61.5%			38.5%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	51.6%		9.9%	34.2%	4.3%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	94.4%	2.5%	1.0%	0.7%	1.5%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	16.3%	40.4%	24.8%	15.5%	2.9%	0.1%
2018						
Gjinia	Burra			Gra		
	63.8%			36.2%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	55.9%		7.9%	33.3%	2.9%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	95.9%	1.4%	0.9%	0.7%	1.0%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	19.0%	35.7%	30.3%	12.4%	2.3%	0.2%
2019						
Gjinia	Burra			Gra		
	62.2%			37.8%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	56.6%		5.6%	34.3%	3.5%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	96.8%	1.2%	0.7%	0.5%	0.5%	0.3%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	23.4%	37.1%	28.4%	8.4%	2.6%	0.1%

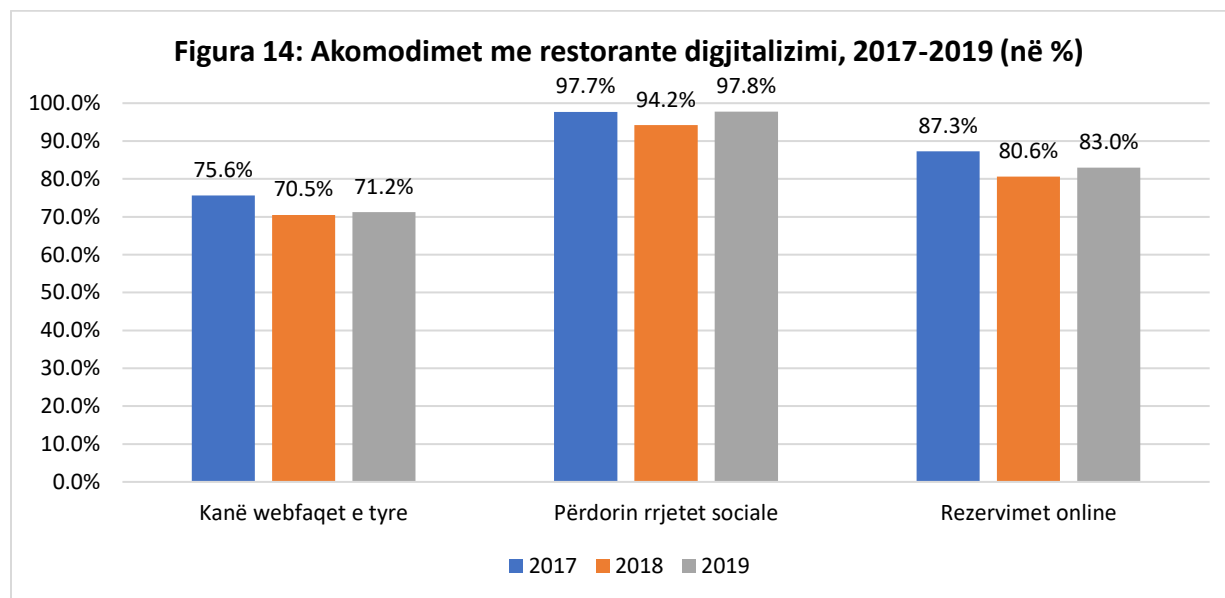
Barrierat

Akomodimeve me restorante i është dhënë një listë me 12 barrierat e mundshme (kryesisht barrierat e jashtme) dhe i është kërkuar të zgjedhin ato më të rëndat. ‘Promovimi i ulët i rajonit’ (58.3 përqind), dhe ‘përpjekjet e ulëta të qeverisë’ (53.6 përqind e të gjitha rasteve), dhe ‘shpenzimet e larta bankare’ (51.2 përqind) janë konsideruar si barrierat më të rënda nga të anketuarit në vitin 2019. Ka disa dallime të rëndësishme krahasuar me dy vitet e mëparshme. Përderisa ‘taksat dhe të tjerat’ si dhe ‘infrastruktura rrugore’ kanë pësuar rënie dukshëm, ‘mungesa e financave’ në anën tjetër ka pasur rritje duke u bërë kështu njëra nga barrierat më serioze. Për informacione më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 13.



Dijitalizimi

Për të kuptuar nëse akomodimet me restorante janë në hap me trendet e fundit të dijitalizimit, anketa ka përfshirë një sërë pyetjesh për këtë çështje. Një gjetje, paraqet se në vitin 2019, 71.2 përqind e akomodimeve me restorante kishin faqet e tyre të internetit. Për më tepër, shumica dërrmuese, 97.8 përqind kanë raportuar se përdorin rrjetet sociale (kryesisht Facebook) si mjet për të promovuar biznesin e tyre. Në pyetjen lidhur me rezervimet në internet, 83.0 përqind pohuan ta kenë këtë opsion. Rezervimet bëhen kryesisht nëpërmjet booking.com. Për të bërë krahasime me të dhënat nga viti 2018 dhe 2017, shih figurën 14.



3.2. Akomodimet (pa restorante)³

Struktura e përqijthshme

Në vitin 2019, nga të gjitha akomodimet, hotelet mbizotëruan me 45.3 përqind, pasuar nga bujtinat/hostelet me 18.9 përqind, shtëpitë/vilat/shtëpitë njëkatëshe malore (bungalow) me 18.9 përqind, dhe apartamentet Airbnb me 16.8 përqind. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 15. Shumica dërrmuese e këtyre akomodimeve gjenden në Prishtinë (47.4 përqind), në Pejë (26.3 përqind); dhe Ferizaj (6.3 përqind); shih figurën 16.

³ Ndryshe nga nën-seksioni i mëparshëm, kjo pjesë paraqet te gjeturat e firmave që ofrojnë shërbime vetëm të akomodimit (pa restorante).

Figura 15: Akomodimet - lloji i akomodimeve 2017-2019 (në %)

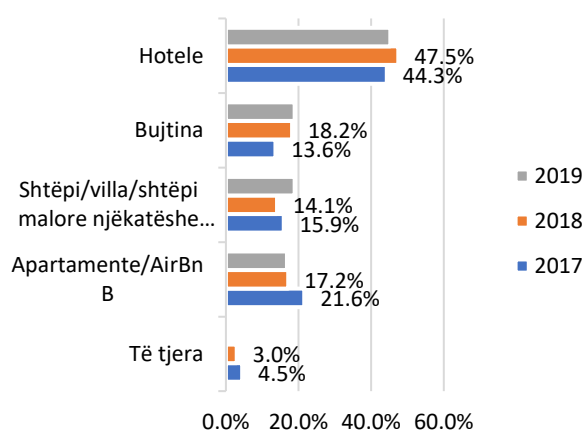
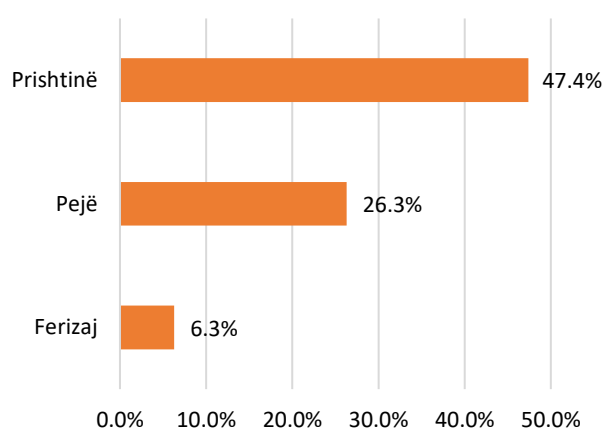


Figura 16: Akomodimet sipas lokacionit, 2019 (në %)

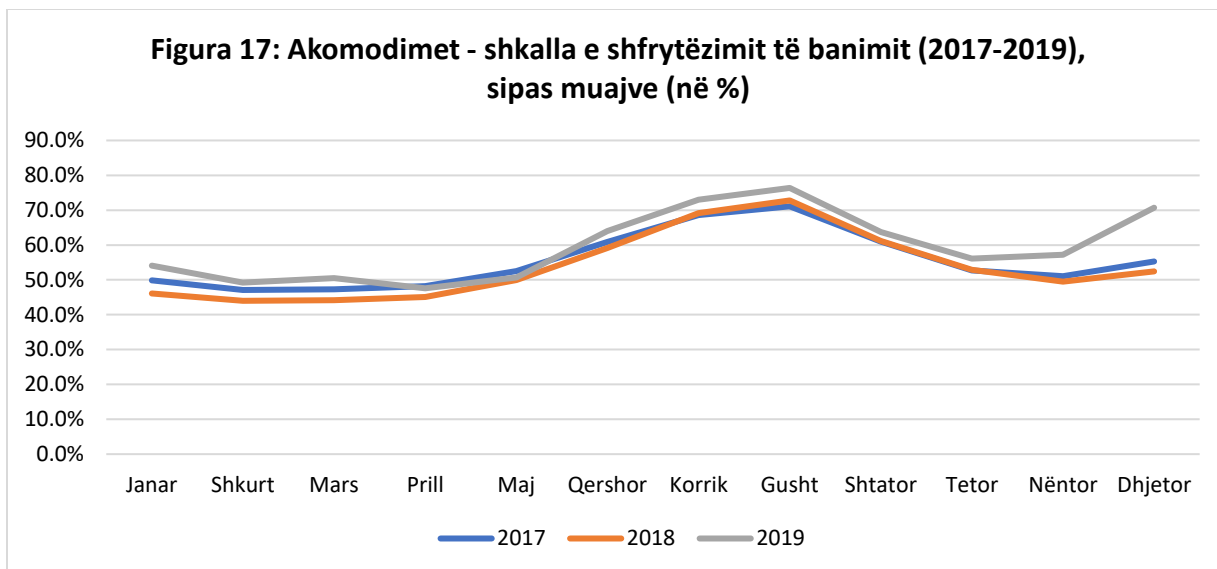


Numri i dhomave, çmimeve dhe shkalla e shfrytëzimit të banimit

Rezultatet e anketës tregojnë se në vitin 2019, mesatarisht akomodimet kishin 9.1 dhoma standarde njëshe dhe 10.5 dhoma standarde dyshe. Në të njëjtin vit, numri i përgjithshëm i dhomave standarde njëshe dhe dyshe (të përshtatura për përfshirjen e të gjithë popullacionit) ishte 678 respektivisht 986 dhoma. Çmimi mesatar për një dhomë standarde njëshe qëndroi tek 24.60 euro, ndërsa për një dhomë dyshe ishte 34.30 euro. Për informata më të detajuara në lidhje me numrin mesatar të dhomave dhe çmimeve, si dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih tabelën 5.

Tabela 5: Akomodimet - Numri mesatar dhe çmimi i dhomave standarde				
		2017	2018	2019
Dhoma standarde njëshe	Mesatarja (Mes.) # e dhomave	10.05	8.6	9.1
	Mes. e çmimeve (EURO)	27.3	25.0	24.6
	Totali # i dhomave	582	680	678
Dhoma standarde dyshe	Mes. # e dhomave	7.6	8.3	10.5
	Mes. e çmimeve (EURO)	31.7	32.4	34.3
	Totali # i dhomave	573	923	986
Dhoma standarde treshe	Mes. # e dhomave	3.0	4.7	6.9
	Mes. e çmimeve (EURO)	43.6	40.1	45.7
	Totali # i dhomave	127	263	380
Dhoma standarde katërshe	Mes. # e dhomave	1.9	5.3	5.7
	Mes. e çmimeve (EURO)	49.9	50.3	62
	Totali # i dhomave	70	127.3	174

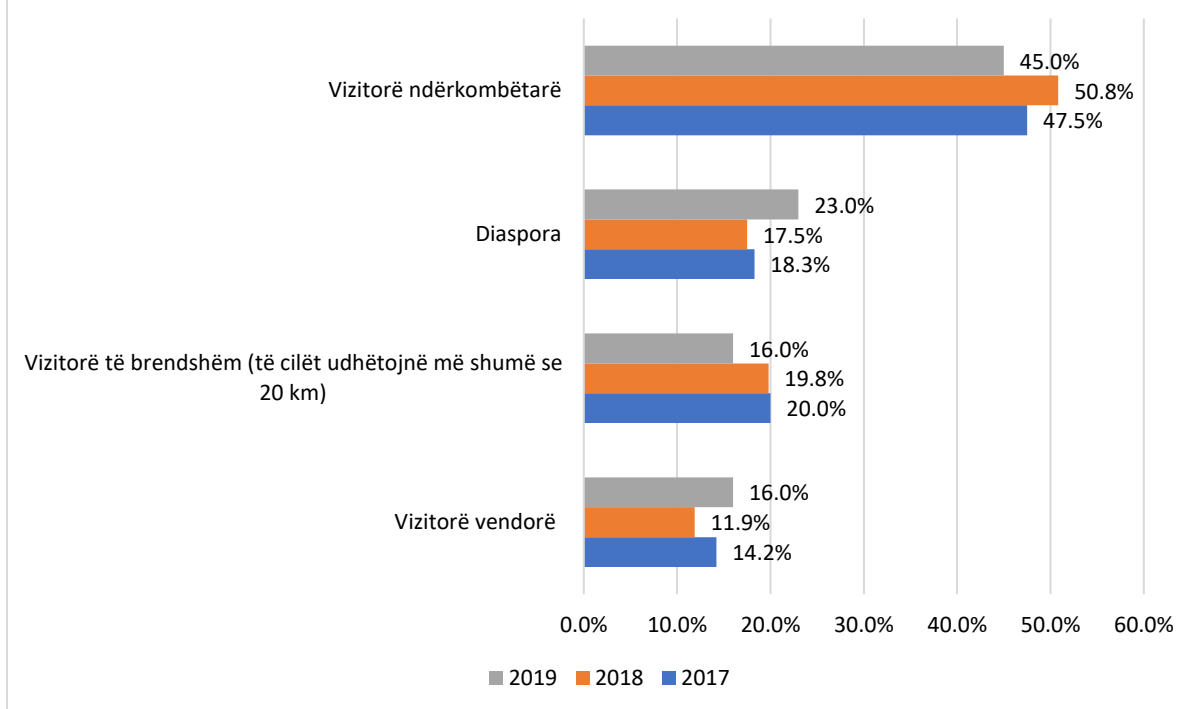
Në vitin 2019, norma e shfrytëzimit të banimit e kësaj kategorie ishte mesatarisht 59.4 përqind, me normën më të ulët që ndodhi në muajin shkurt (49.3 përqind) dhe norma më e lartë në muajin gusht (76.4 përqind). Për rezultate më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 17.



Përbërja e mysafirëve dhe sjellja e tyre

Të gjeturat tregojnë se në vitin 2019, vizitorët ndërkombëtarë (kryesisht nga Gjermania dhe SHBA-ja) përbënin 45.0 përqind nga të gjithë vizitorët në akomodime pa restorante; diaspora, 23.0 përqind; vizitorët vendorë (me më shumë se 20 minuta udhëtim) përbënin 16.0 përqind; vizitorët vendorë 16.0 përqind. Për t'i krahasuar të dhënat me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 18. Numri mesatar i netëve të kaluara mesatarisht ishte 3.5 netë në vitin 2019, krahasuar me 3.1 netë në vitin 2018 dhe 3.2 netë në vitin 2017.

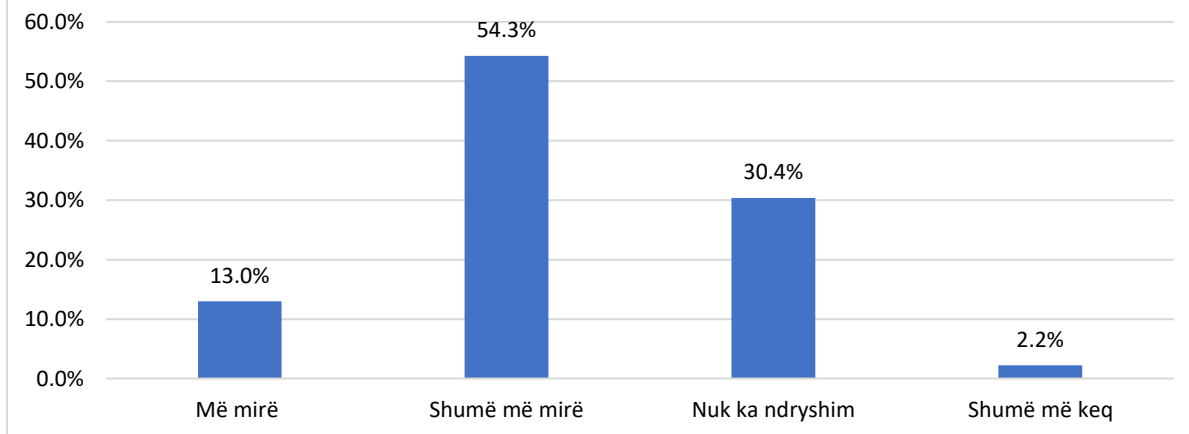
Figura 18: Akomodimet - përbërja e mysafirëve 2017-2019, sipas origjinës (në %)



Të hyrat dhe investimet

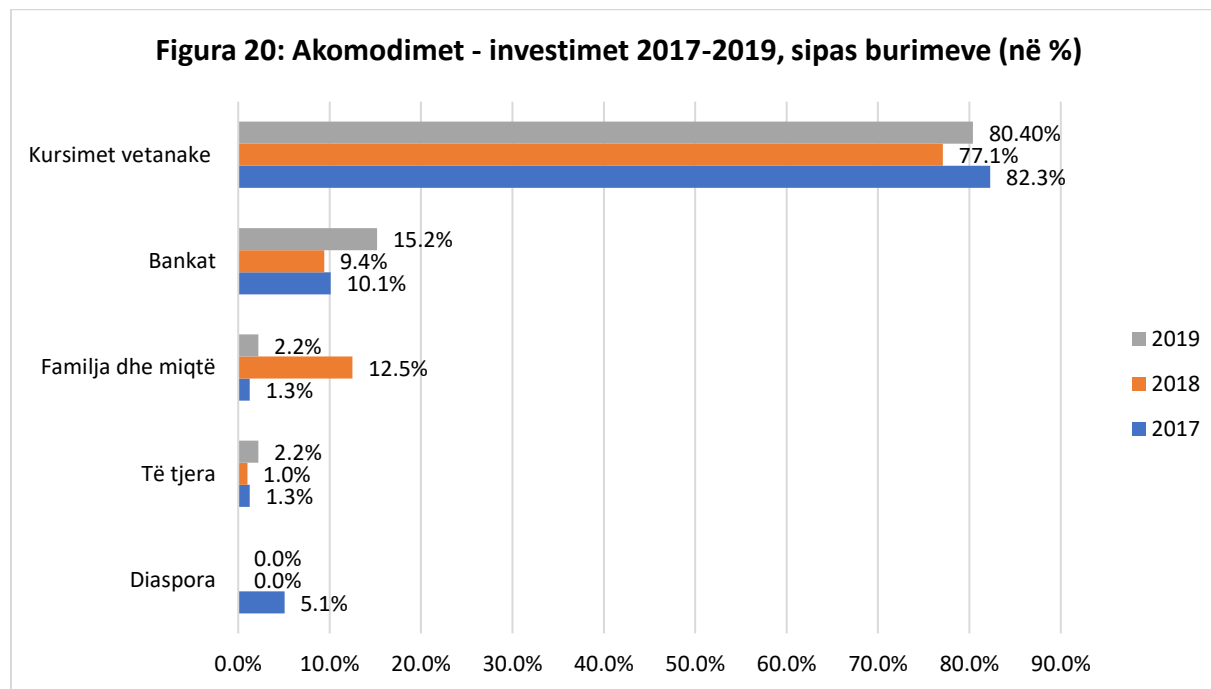
Të gjeturat e të hyrave tregojnë se në vitin 2019, 67.3 përqind e akomodimeve kanë operuar 'më mirë' ose 'shumë më mirë' krahasuar me vitin 2018; 2.2 përqind kishin operuar 'më keq' ose 'shumë më keq'; dhe 30.4 përqind nuk kanë pasur ndonjë ndryshim (shih, figurën 19).

Figura 19: Akomodimet - ndryshimi i qarkullimit në krahasim me vitin 2018 (në %)



Në përgjigje të pyetjes nëse kanë investuar në vitin 2019, 65.3 përqind e akomodimeve kanë thënë 'po'. Ato/ata që kanë investuar, i kanë financuar investimet e tyre kryesisht nga kursimet vetanake (80.4

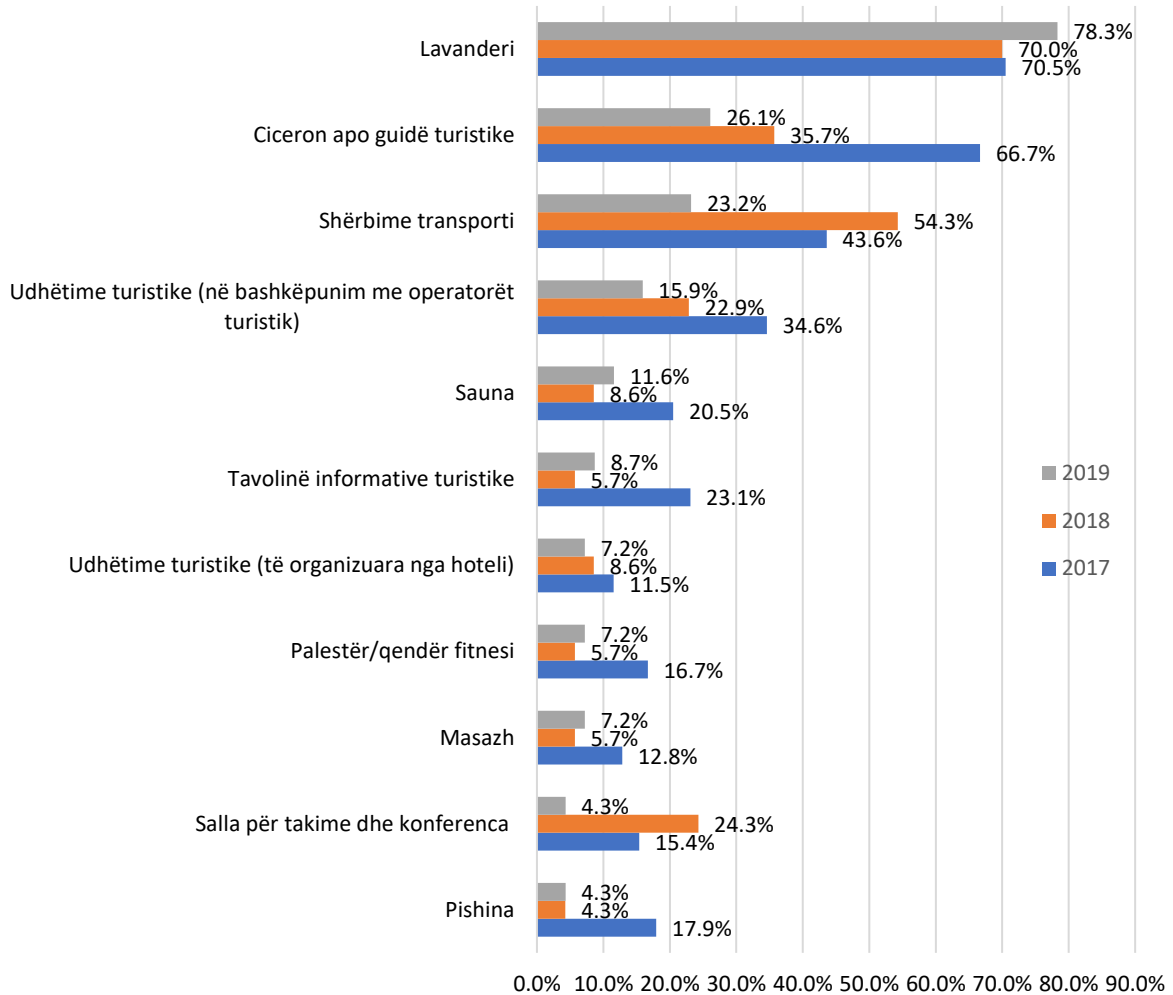
përqind). Për të parë burimet e tjera të financimit dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 20. Një e gjetur tjetër, pasqyron se 41.9 përqind planifikojnë të investojnë gjatë dy viteve të ardhshme.



Shërbimet e ofruara

Akomodimeve, poashtu iu është dhënë një listë me shërbime të zakonshme dhe iu është kërkuar që të zgjedhin ato shërbime të cilat i kanë ofruar në vitin 2019. Të gjeturat tregojnë, se shërbimet e lavanderisë (78.3 përqind), shërbimet për udhëzues/ciceronë (26.1 përqind) shërbimet e transportit (23.2 përqind) ishin shërbimet më të zakonshme të ofruara nga akomodimet në vitin 2019. Për të parë shërbimet e tjera të ofruara në vitin 2019 dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 21.

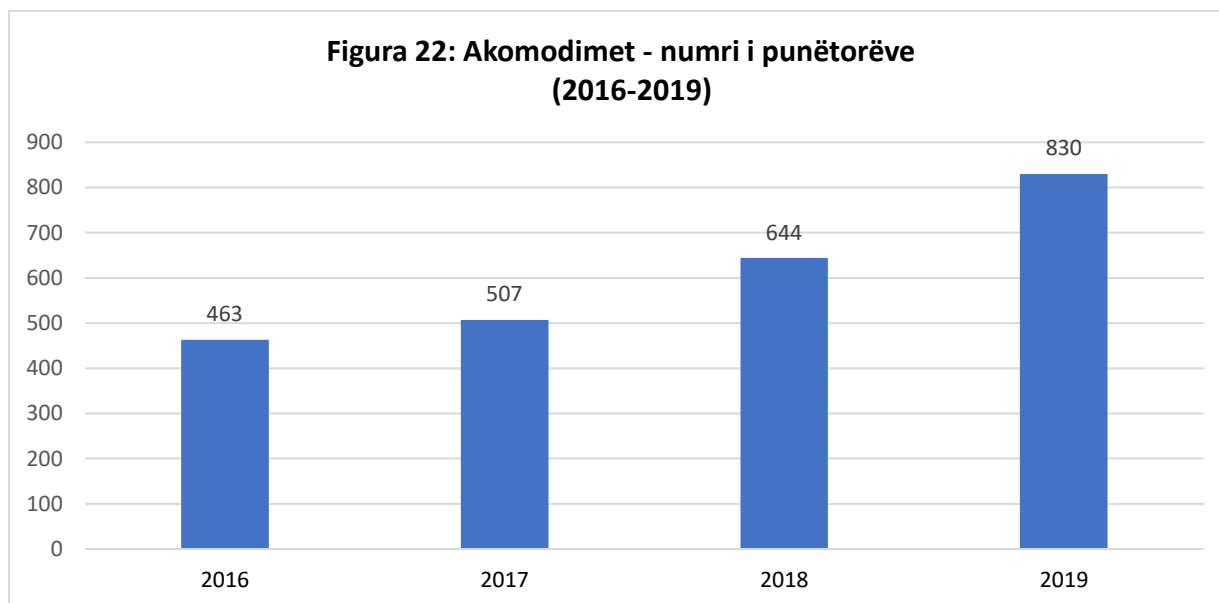
Figure 21: Akomodimet - shërbimet e ofruara , 2017-2019 (në % të rasteve)



Të gjeturat e vitit 2019, më tej tregojnë se 22.8 përqind e akomodimeve kishin pako speciale (d.m.th. pako për fundjavë ose pushime), krahasuar me 41.8 përqind në vitin 2018 dhe 49.4 përqind në vitin 2017.

Punësimi

Të dhënat e punësimit tregojnë se nga viti 2016 deri në vitin 2019, numri i punëtorëve në akomodime (me përjashtim të apartamenteve Airbnb) ka shënuar një rritje prej 79 përqind, nga 463 punëtorë në vitin 2016 në 830 punëtorë në vitin 2019 (shih figurën 22)⁴. Në anën tjetër, apartamentet Airbnb kanë punësuar 741 punëtorë në vitin 2019, krahasuar me 668 punëtorë në vitin 2018 dhe 467 punëtorë në vitin 2017.⁵



Më poshtë janë disa demografi të punësimit për akomodime në vitin 2018. Burrat përbëjnë shumicën (65.5 përqind) e punëtorëve. Nga të gjithë punëtorët, vetëm 18.7 përqind punonin me orar të pjesshëm. Një zbërthim i të dhënave sipas përkatësisë etnike, tregon se pothuajse të gjithë punëtorët ishin shqiptarë të Kosovës – 98.6 përqind. Sa i përket grupmoshave, ato/ata ndërmjet moshës 25-44 vjeçare përbënin shumicën e punëtorëve me 76.7 përqind. Për informata më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih tabelën 6.

⁴ Faktori bruto për akomodime (me përjashtim të apartamenteve Airbnb) ~1.401

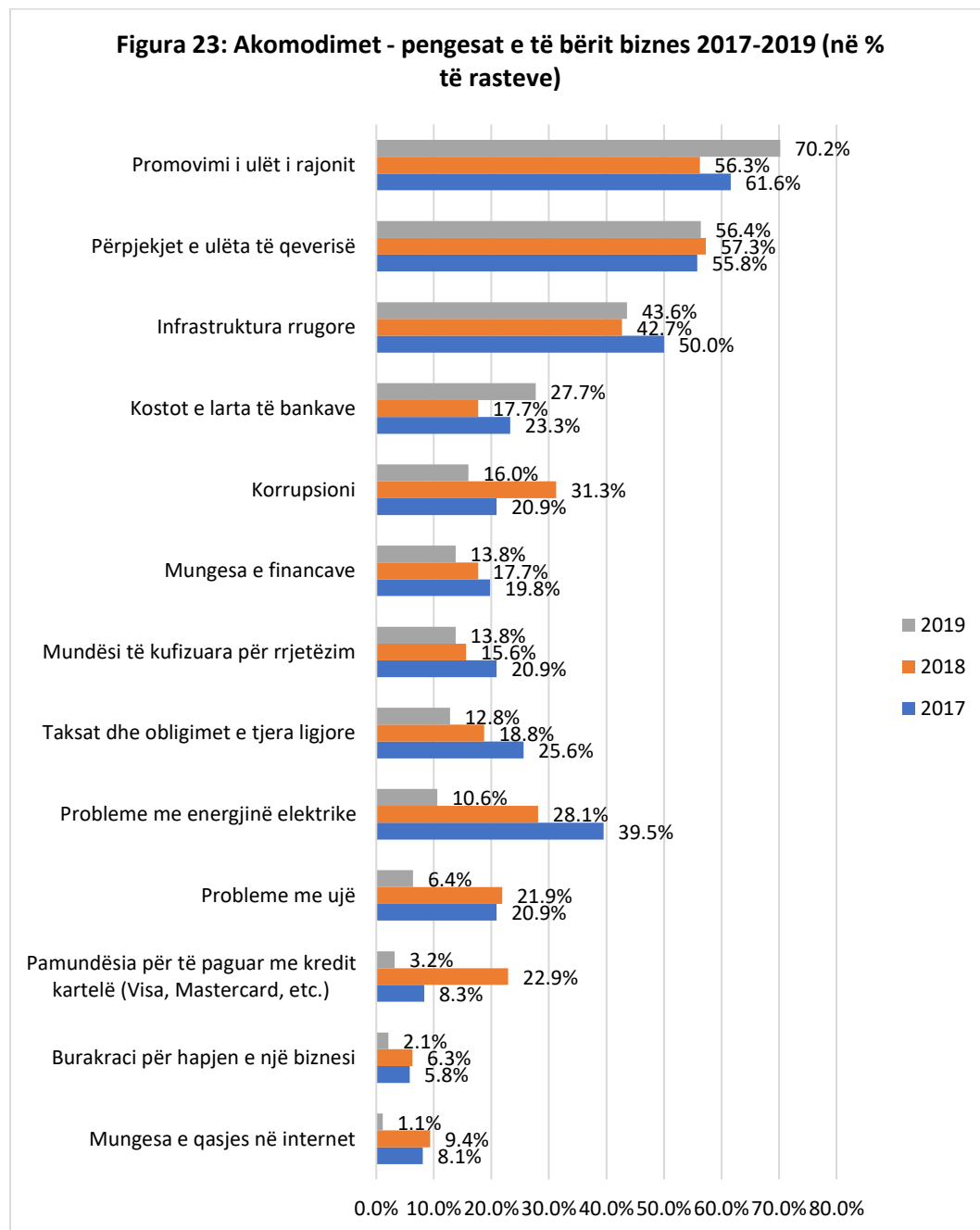
⁵ Faktori bruto për apartamentet Airbnb ~18.5

Tabela 6: Demografia e punësimit (Akomodimet)

2017						
Gjinia	Burra			Gra		
	65.5%			34.4%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	51.4%		14.2%	28.9%		5.5%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	99.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.5%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.8%	42.5%	28.3%	13.2%	1.7%	0.4%
2018						
Gjinia	Burra			Gra		
	62.8%			37.2%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	50.2%		12.6%	31.8%		5.4%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	99.4%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	15.3%	48.7%	22.1%	12.1%	0.6%	1.2%
2019						
Gjinia	Burra			Gra		
	71.7%			28.3%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	63.2%		8.5%	26.8%		1.5%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	98.6%	0.0%	0.5%	0.3%	0.3%	0.3%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.1%	51.5%	25.2%	8.9%	1.3%	0.0%

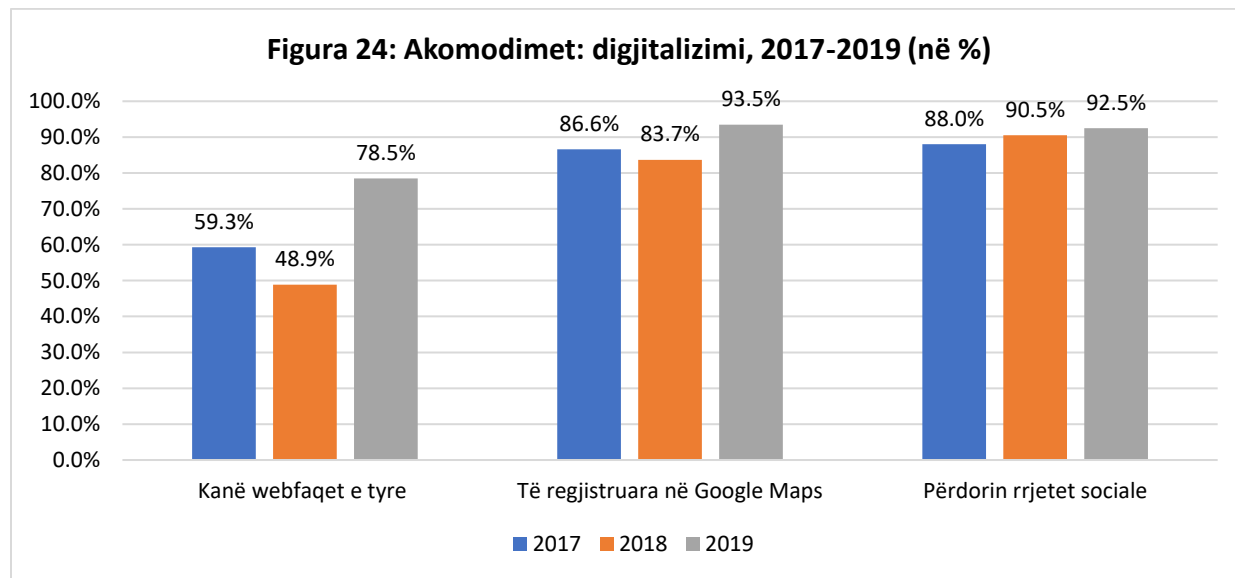
Barrierat e të bërit biznes

Akomodimet janë pyetur gjithashtu për të zgjedhur barrierat më shtrënguese e të bërit biznes në vitin 2019. 'Promovimi i ulët i rajonit' (70.2 përqind e të gjitha rasteve), 'përpjekjet e ulëta të qeverisë' (56.4 përqind) dhe 'infrastruktura rrugore' (43.6 përqind) ishin perceptuar si barrierat më shtrënguese operative sipas akomodimeve. Kështu ka ndodhur edhe në vitin 2018 dhe 2017. Për të parë barrierat e tjera e të bërit biznes dhe për t'i krahasuar ato me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 23.



Digjitalizimi

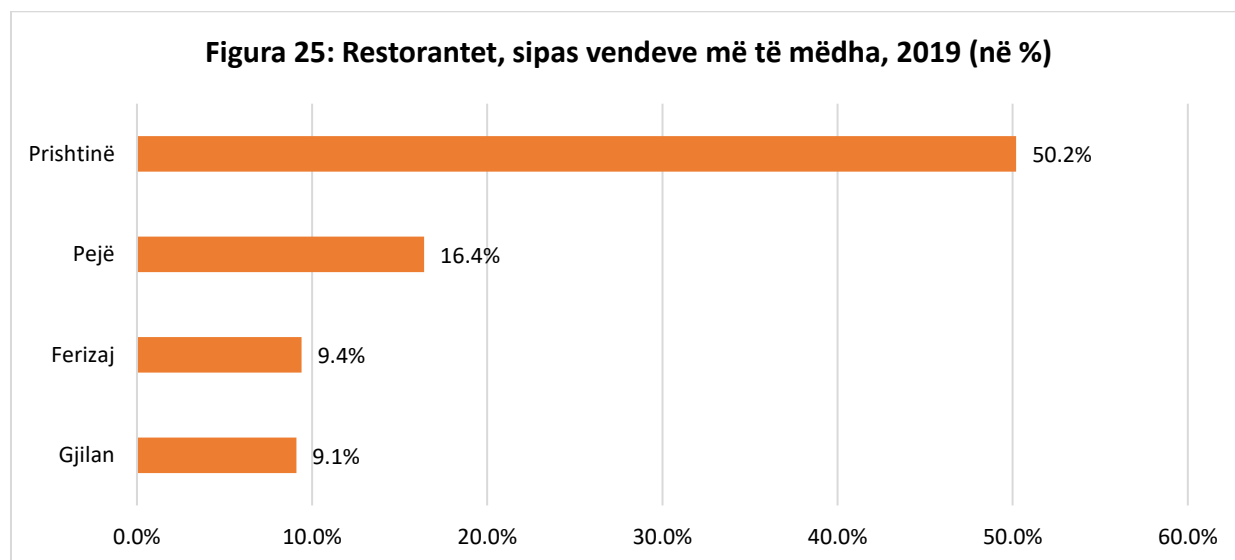
Të gjeturat e anketës tregojnë se 48.9 përqind e akomodimeve kishin faqet e tyre të internetit në vitin 2019. Shumica dërmuese ose 93.5 përqind ishin të regjistruar në Google Maps. Një përqindje e ngjashme, 92.5 përqind, pohuan se përdorin mediat sociale për të promovuar akomodimin e tyre. Për t'i krahasuar të dhënat me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 24.



3.3. Restorantet

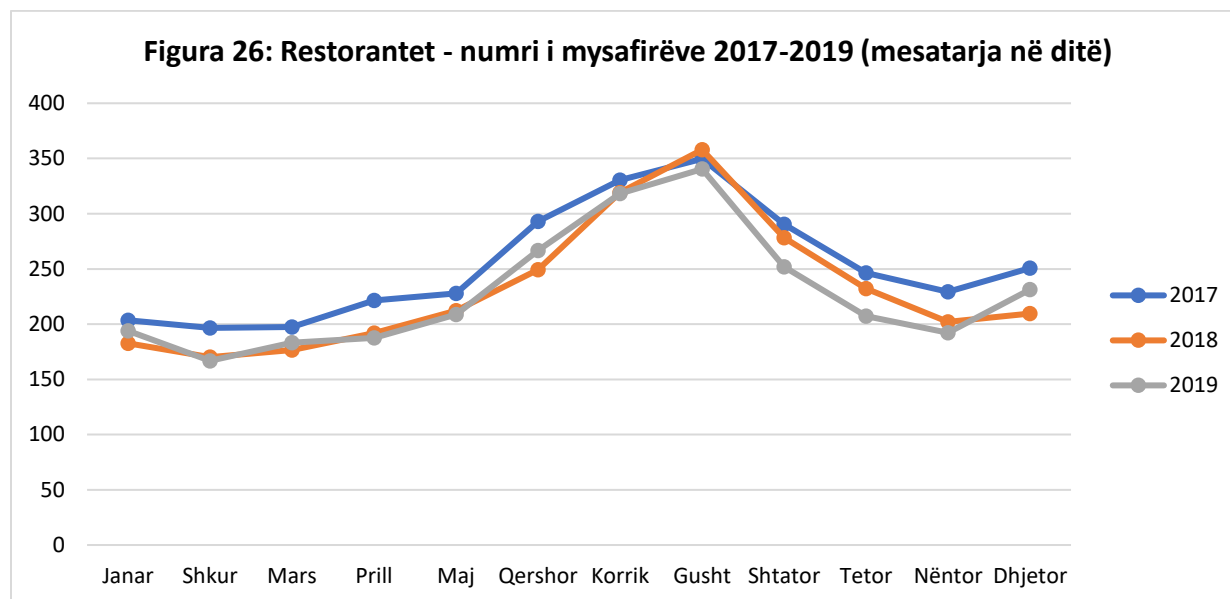
Struktura e Përgjithshme

Në vitin 2019, Prishtina mbizotëroi me 50.2 përqind nga të gjitha restorantet në Kosovë, pasuar nga Peja me (16.4 përqind), Ferizaji me (9.4 përqind) dhe Gjilani (5.1 përqind) – shih, figurën 25.

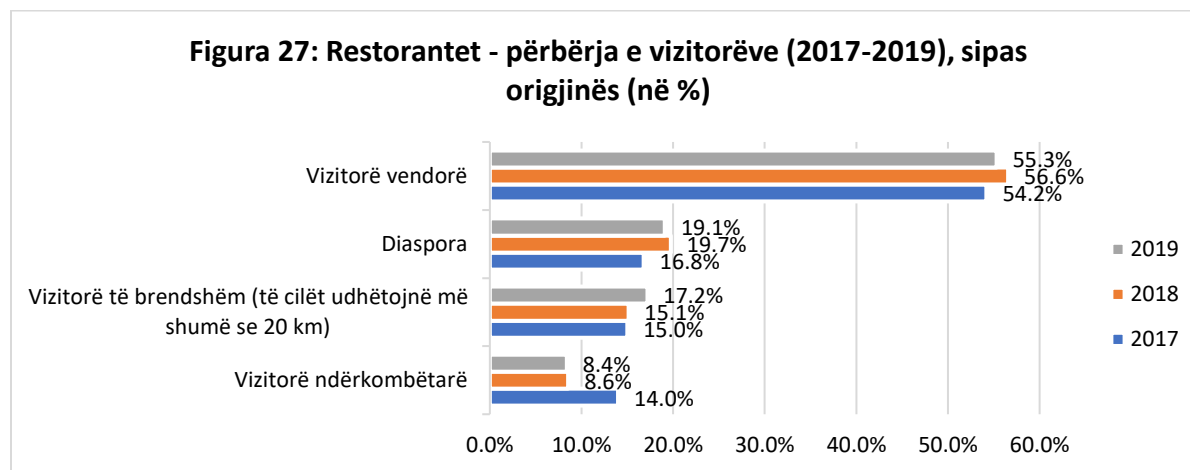


Mysafirët dhe sjellja e tyre

Të dhënat tregojnë se restorantet kishin mesatarisht 229.0 mysafirë në ditë në vitin 2019. Gjatë këtij viti, muajt më të ngarkuar ishin muaji korrik dhe muaji gusht, me një mesatare prej 318.2 respektivisht 340.4 mysafirë në ditë. Për më shumë informata dhe për të krahasuar mesataret me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 26.

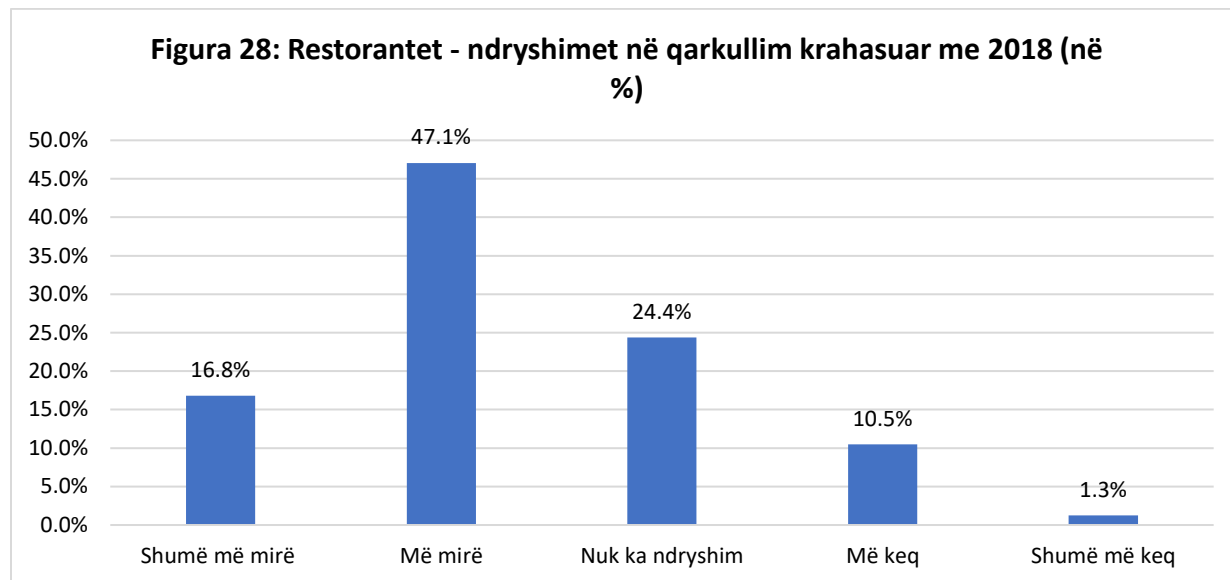


Të gjeturat tregojnë se 55.3 përqind e klientelës në restorante përbëhej nga vendorët; të tjerat përfshijnë diasporën me (19.1 përqind), vizitorët vendorë me (17.2 përqind) dhe vizitorët ndërkombëtarë me (8.4 përqind). Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 27. Të dhënat për restorante tregojnë se në vitin 2019, 62.0 përqind (62.1 përqind në vitin 2018 dhe 65.0 përqind në vitin 2017) e të gjithë mysafirëve kanë shkuar në restorante për ushqim dhe pije, ndërsa pjesa tjetër vetëm për pije. Shpenzimet mesatare për shërbime të grupit të parë të lartpërmendur arrijnë në 6.40 euro (7.10 euro në vitin 2018 dhe 7.20 euro në vitin 2017), ndërsa mesatarja grupit të fundit ishte 2.30 euro (2.50 euro në vitin 2018 dhe 2.90 euro në vitin 2017).

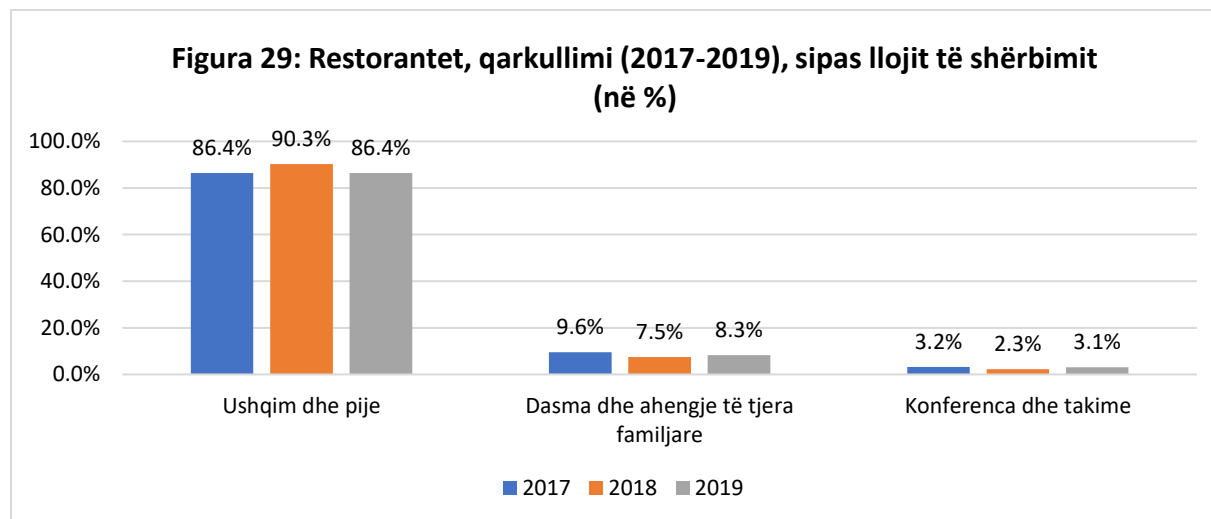


Të hyrat dhe investimet

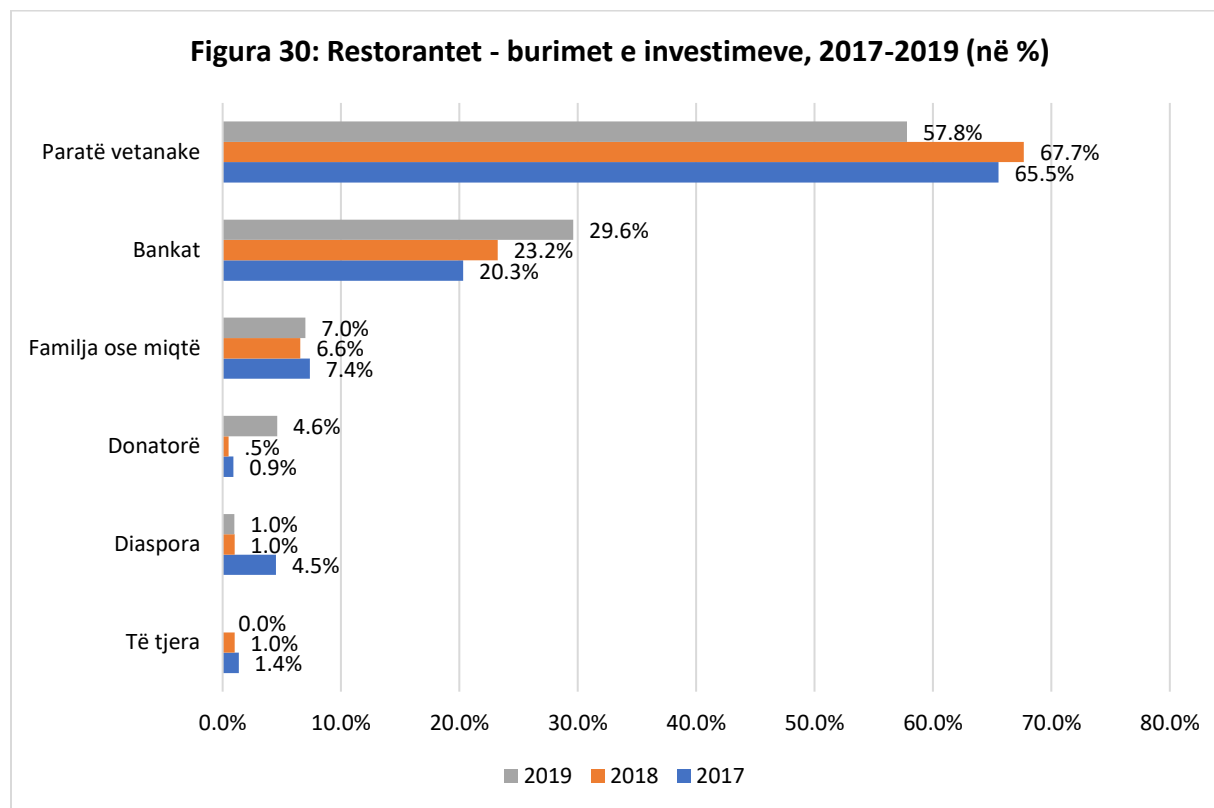
Në lidhje me pyetjen për ndryshimet në qarkullim në krahasim me vitin 2018, 63.9 përqind e restoranteve raportojnë të kenë performuar 'më mirë' ose 'shumë më mirë'; nga ana tjetër, 11.8 përqind e tyre deklarojnë se kanë përjetuar të kundërtën; pjesa tjetër thonë se nuk kanë përjetuar asnjë ndryshim në qarkullimin (shih, figurën 28).



Një analizë e mëtejme mbi përbërjen e qarkullimit vjetor tregon se në vitin 2019, ushqimi dhe pijet përbënin burimin kryesor të të ardhurave për restorantet me 86.4 përqind, pasuar nga dasmat dhe ahengjet familjare me 8.3 përqind, konferencat dhe takimet me 3.1 përqind. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 29.



Nga të gjitha restorantet, 63.8 përqind pohuan se kanë bërë një lloj investimi në vitin 2019, krahasuar me 69.9 përqind në vitin 2018 dhe 77.4 përqind 2017. Pak më pak, 46.2 përqind planifikuan të bëjnë një investim në dy vitet e ardhshme. Burimet më të rëndësishme të financimit në vitin 2019, ishin nga 'paratë vetanake (57.8 përqind). Për të parë burimet e tjera të financimit dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 30.

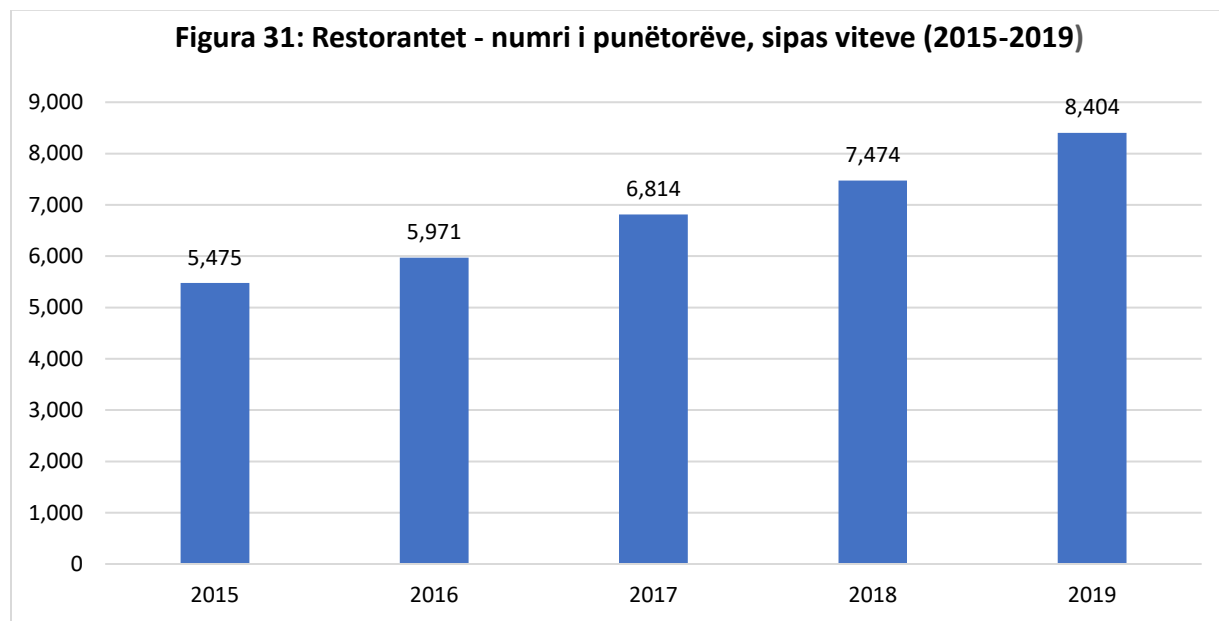


Shërbimet e ofruara

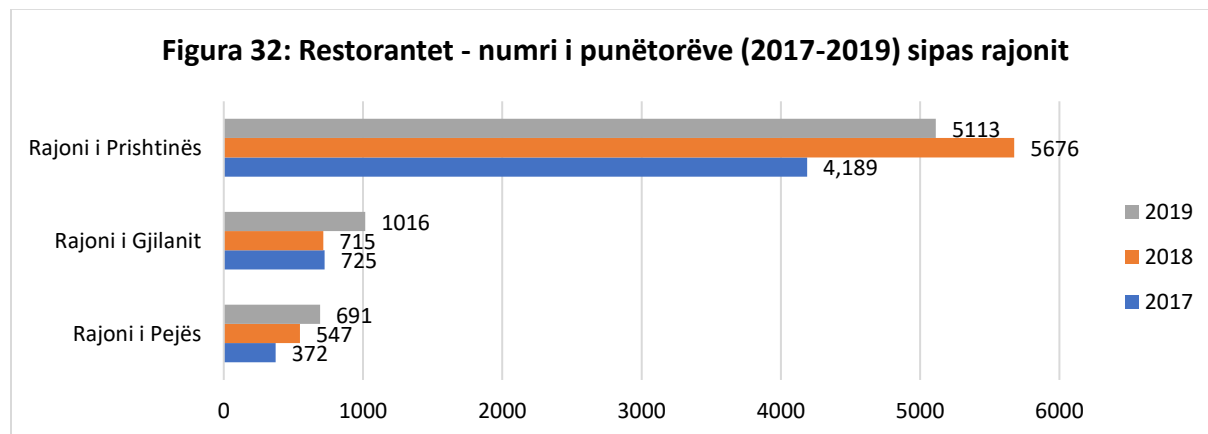
Përveç ofrimit të ushqimit dhe pijeve në restorant, 40 përqind e restoranteve kanë ofruar shërbime të shpërndarjes së ushqimit në vitin 2019, krahasuar me 21.7 përqind në vitin 2018 dhe 36.0 përqind në vitin 2017. Një e pesta, 20.1 përqind e restoranteve në vitin 2019, kanë ofruar hapësirë dhe shërbime për dasma dhe ahengje familjare, krahasuar me 24.1 përqind në vitin 2018 dhe 26.2 përqind në vitin 2017. Numri mesatar i dasmave dhe ahengjeve familjare të organizuara në vitin 2019 ishte 31.2, krahasuar me 24.7 në vitin 2018 dhe 22.7 në vitin 2017. Pjesëtarët e diasporës kosovare kanë qenë organizatorët më të shpeshtë që përbëjnë 52.8 përqind krahasuar me 46.3 përqind në vitin 2018 dhe 58.5 përqind në vitin 2017. Kur restorantet janë pyetur nëse kanë ofruar produkte turistike komerciale në vitin 2019, shumica dërrmuese ose 97.9 përqind e tyre kanë thënë 'jo', krahasuar me 98.2 përqind në vitin 2018 dhe 96.0 përqind në vitin 2017.

Punësimi

Të dhënat e punësimit për restorante, tregojnë se përgjatë viteve 2015-2019, numri i përgjithshëm i të punësuarve ka shënuar një rritje prej 53.5 përqind, nga 5,475 në vitin 2015 në 8,404 në vitin 2019 (shih figurën 31)⁶. Një vështrim nga afër i të dhënave zbulon se pothuajse të gjitha restorantet që janë intervistuar në të dy periudhat kanë pasur rritje të numrit të punëtorëve.



Zbërthimi i të dhënave nga rajonet kryesore, tregon se rajoni i Prishtinës (5,113 punëtorë) përbënte numrin më të madh të punëtorëve të punësuar në restorante në vitin 2019, pasuar nga Gjilani me (1,016) punëtorë dhe Peja me (691) punëtorë. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 32.



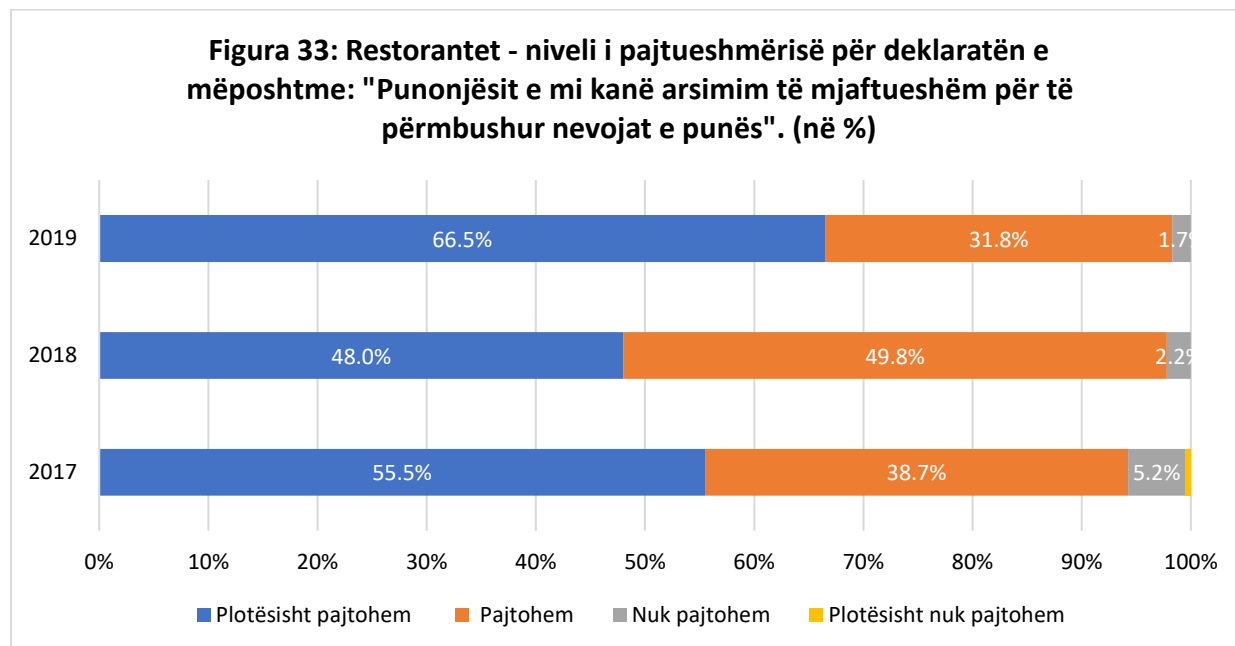
⁶ Faktori bruto për restorantet ~ 2.3684

Më poshtë janë disa demografi të punësimit për restorante në vitin 2019. Nga të gjithë të punësuarit, pjesa dërmuese ishin burra – 77.5 përqind. Shumica e punëtorëve ose 91.4 përqind punonin me orar të plotë. Një përqindje e papërfillshme (1.9 përqind) përbëhej nga punëtorë jo-shqiptarë të Kosovës. Për më tepër, 11.9 përqind e restoranteve kanë punësuar shqiptarë jo-kosovarë. Sa i përket moshës, ato/ata ndërmjet moshës 15-34 vjeçare përbëjnë grupin më të zakonshëm me 68.4 përqind. Për më shumë informata dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih tabelën 7.

Tabela 7: Demografia e punësimit (Restorantet)

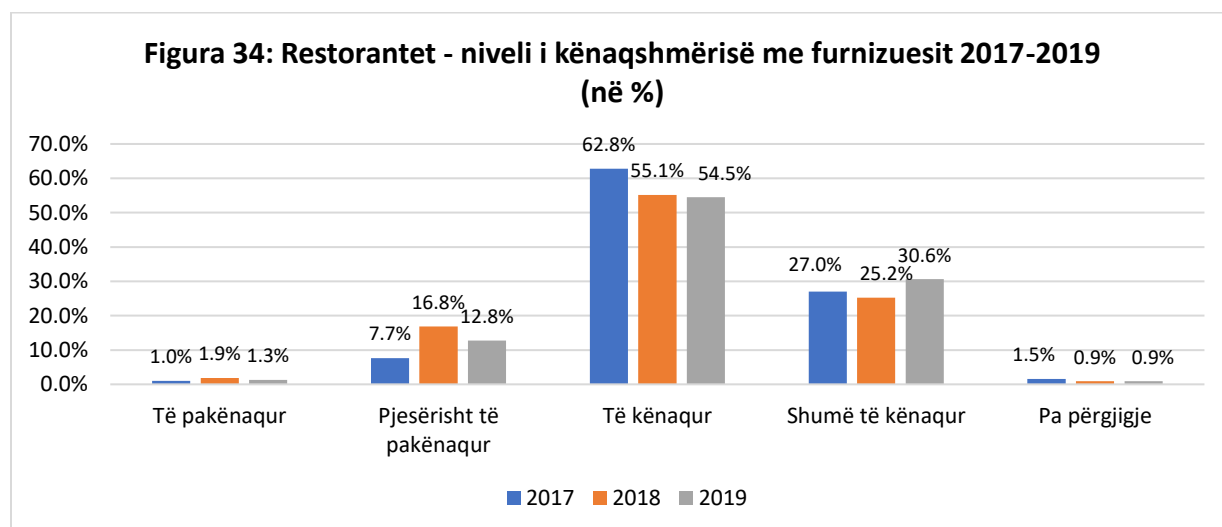
2017						
Gjinia	Burra			Gra		
	74.4%			25.6%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	63.2%		11.2%	21.3%		4.3%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	98.9%	0.1%	0.5%	0.2%	0.3%	0.1%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	34.1%	42.0%	19.0%	4.1%	0.9%	0.0%
2018						
Gjinia	Burra			Gra		
	78.7%			21.5%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	63.2%		15.2%	18.9%		2.6%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	98.2%	0.3%	0.5%	0.5%	0.5%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	23.8%	55.2%	16.3%	3.9%	0.7%	0.0%
2019						
Gjinia	Burra			Gra		
	77.5%			22.5%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	71.7%		5.8%	19.6%		2.8%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	98.1%	0.2%	0.4%	0.6%	0.6%	0.1%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	22.0%	48.4%	20.3%	7.9%	1.4%	0.0%

Ngjashëm si në anketën e fundit, restoranteve iu është kërkuar të ndajnë mendimin e tyre në lidhje me deklaratën e mëposhtme: "Punonjësit e mi kanë arsimim të mjaftueshëm për të përmbushur nevojat e punës". Rezultoni se 98.3 përqind ose 'pajtohen plotësisht' ose 'pajtohen' me deklaratën, ndërsa pjesa tjetër mendonin të kundërtën. Shih figurën 33, për të bërë krahasime me këtë deklaratat e vitit 2018 dhe 2017.



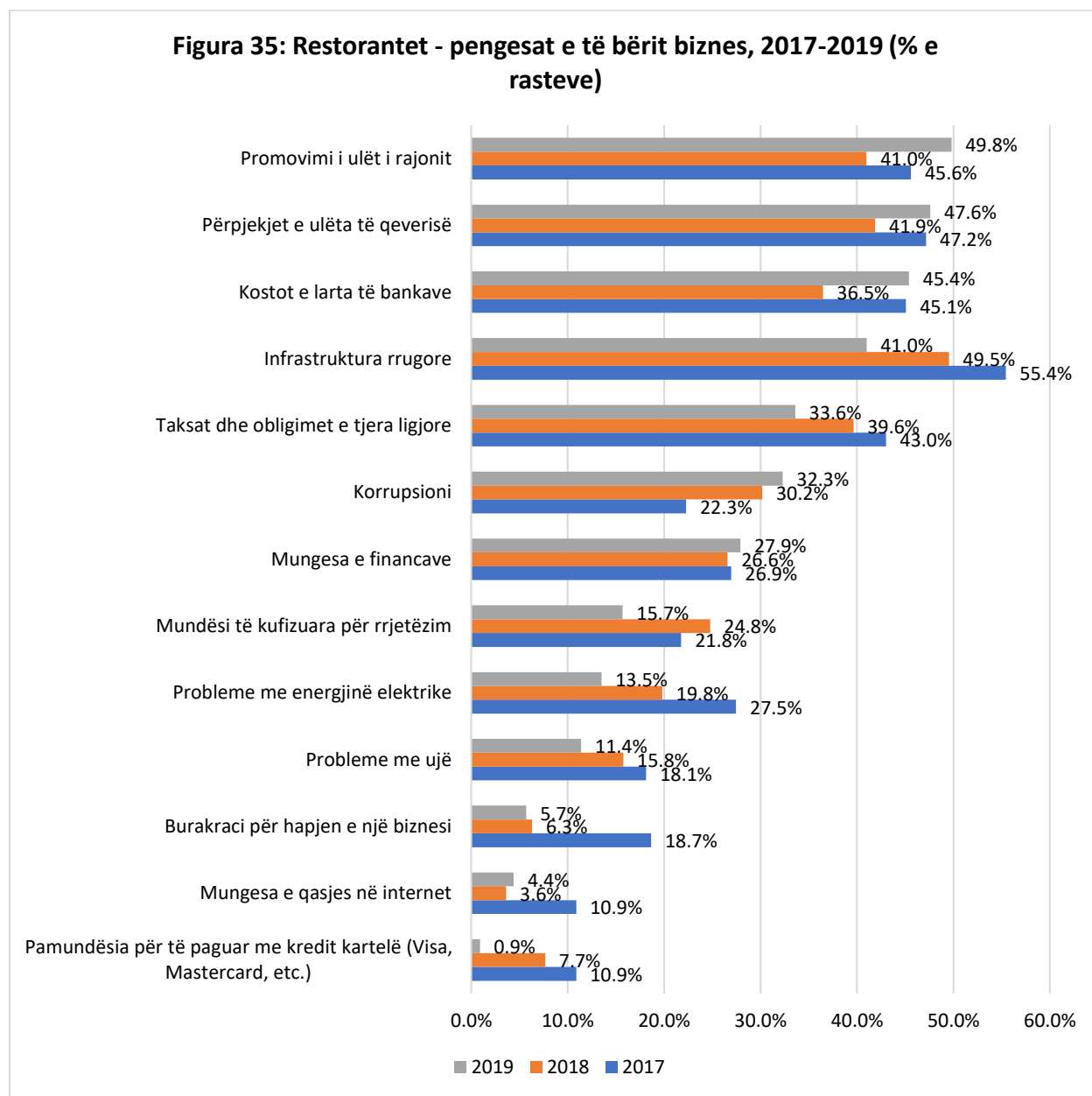
Furnizimet

Në përgjigje të pyetjes lidhur me origjinën e furnizimeve në vitin 2019, 60.2 përqind e restoranteve besonin se ato kishin origjinë vendore, krahasuar me 65.1 në vitin 2018 dhe 59.0 përqind në vitin 2017. Furnizimet për restorantet e tyre në vitin 2019 kryesisht bëheshin nga tregtarët me shumicë dhe në supermarkete. Një e gjetur tjetër, pasqyron se në përgjithësi restorantet kanë qenë të kënaqura me furnizuesit; 85.1 përqind e restoranteve deklaruan se kanë qenë 'të kënaqur' ose 'shumë të kënaqur' me furnizuesit e tyre në vitin 2019. Për më shumë informata mbi nivelin e kënaqshmërisë me furnizuesit si dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 34.



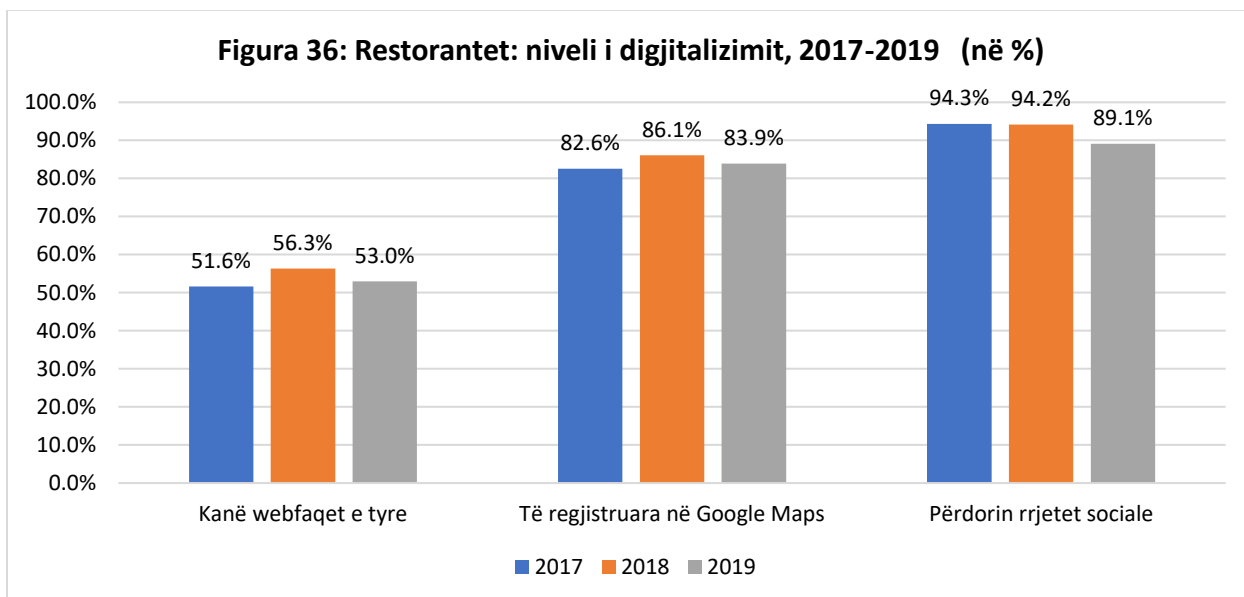
Barrierat e të bërit biznes

Barrierat e mundshme për të bërë biznes në vitin 2019, gjithashtu janë testuar edhe me restorante. Rezultoni se ‘promovimi i ulët i rajonit’ me 49.8 përqind , ‘përpjekjet e ulëta të qeverisë’ me 47.6 përqind dhe ‘kostot e larta të bankave’ me 45.4 përqind nga të gjitha rastet, janë konsideruar si pengesat më të rënda operuese nga të anketuarit. Për informata më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 35.



Digjitalizimi

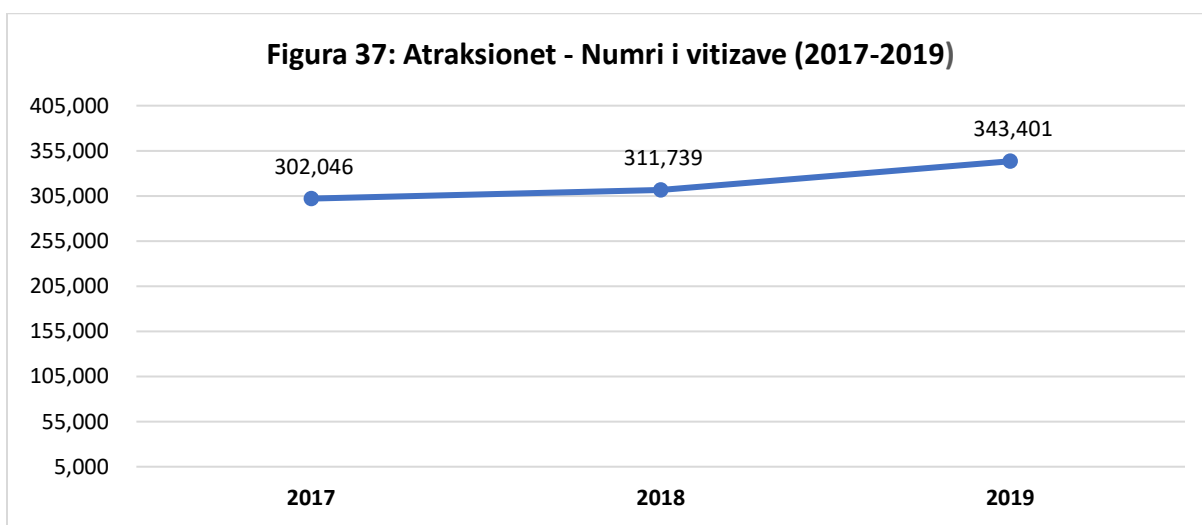
Mbi gjysma e restoranteve, 53.0 përqind kishin faqet e tyre të internetit në vitin 2019, përderisa 83.9 përqind ishin të regjistruara në Google Maps. Një përqindje më e lartë (89.1 përqind) përdornin mediat sociale për të promovuar shërbimet e tyre. Për të bërë krahasime me të dhënat e vitit 2018 dhe 2017, shih figurën 36.



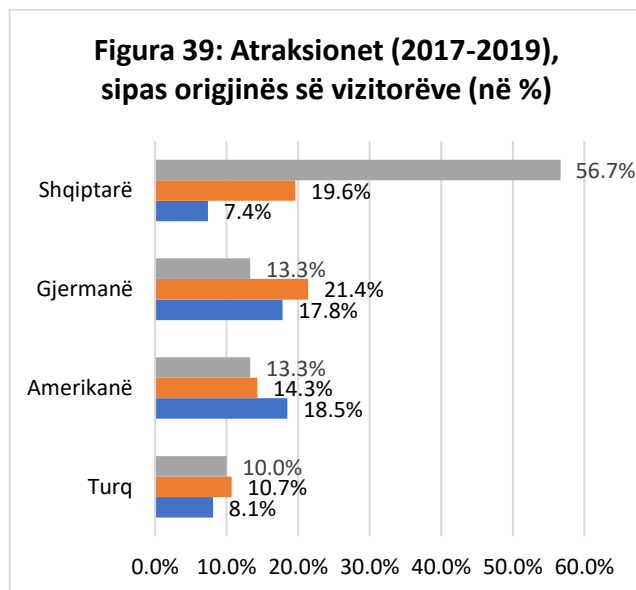
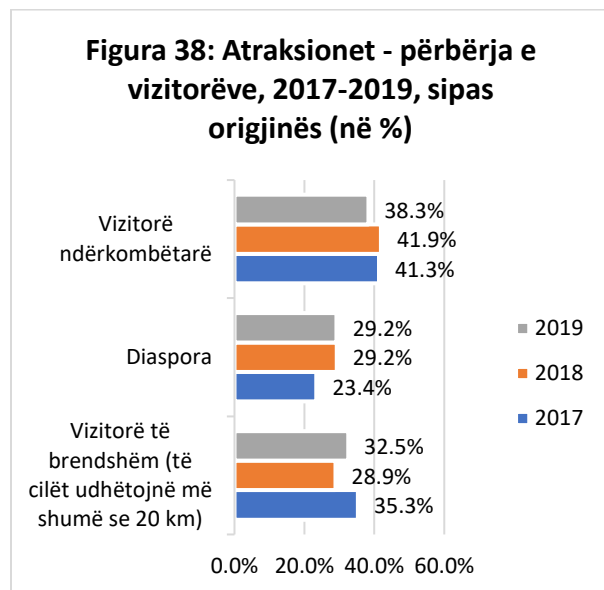
3.4. Atraksionet

Numri i vizitorëve dhe karakteristikat e tyre

Ka pasur një rritje të numrit të vizitorëve për atraksionet turistike gjatë tre viteve të fundit, nga 302,045 vizitorë në vitin 2016 në 343,401 vizitorë në vitin 2019 (shih, figurën 37). Keni parasysh, se këto shifra janë marrë vetëm nga të intervistuarit e atraksioneve turistike. Si të tilla, këto nuk tregojnë numrin e përgjithshëm të vizitave në vend, por vetëm një tregues të trendit. Kjo për shkak se nuk kishte informacion të mjaftueshëm mbi tablonë e plotë të popullacionit.

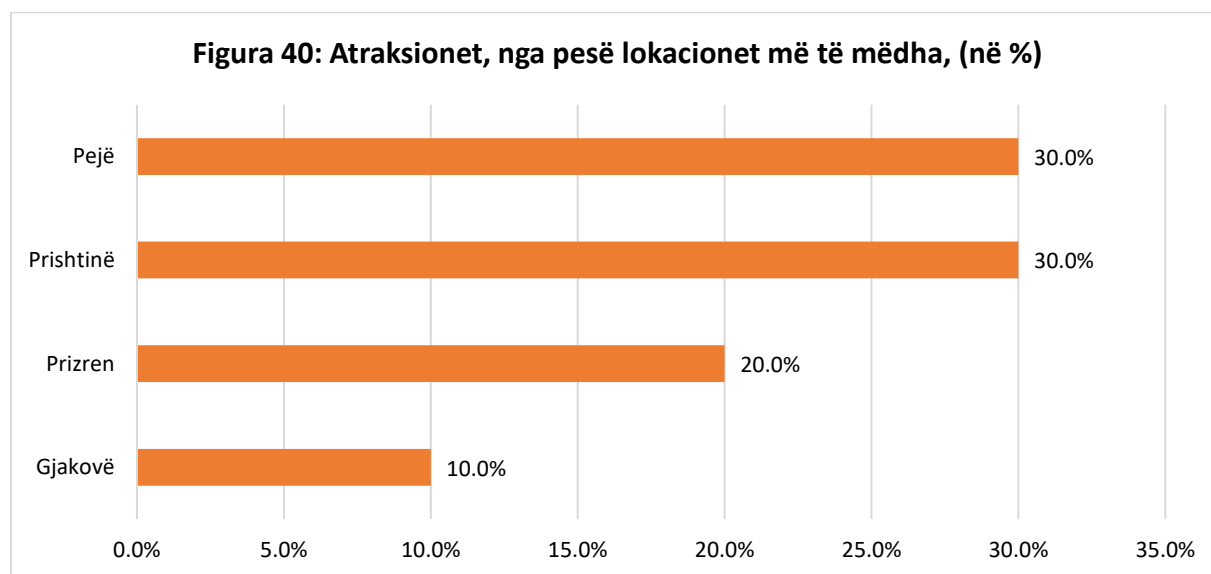


Në vitin 2019, struktura e vizitorëve dominohej nga vizitorët ndërkombëtarë me 38.3 përqind, pasuar nga diaspora me 29.2 përqind dhe vizitorët vendorë (ata që udhëtojnë më shumë se 20 km) me 32.5 përqind. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 38. Një analizë e mëtejme e të gjeturave tregon se shqiptarët, gjermanët, amerikanët dhe turqit përbënin shumicën e vizitorëve në vitin 2019 (për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 39).



Lokacioni dhe çmimet

Në vitin 2019, shumica e atraksioneve turistike në Kosovë ishin të përqendruara në Pejë, Prishtinë, Prizren, dhe Gjakovë (shih, figurën 40).



Të hyrat

Krahasuar me vitin 2018, 52.0 përqind e atraksioneve kanë performuar *'shumë më mirë'* ose *'më mirë'*, ndërsa për 44 përqind performanca ka qenë e njëjtë sikurse në vitin e kaluar; për pjesën tjetër, ka qenë më keq. Keni parasysh, se objektet fetare dhe disa monumente të tjera të trashëgimisë kulturore nuk krijojnë fare të ardhura, prandaj kjo pyetje nuk iu është parashtruar atyre.

Punësimi

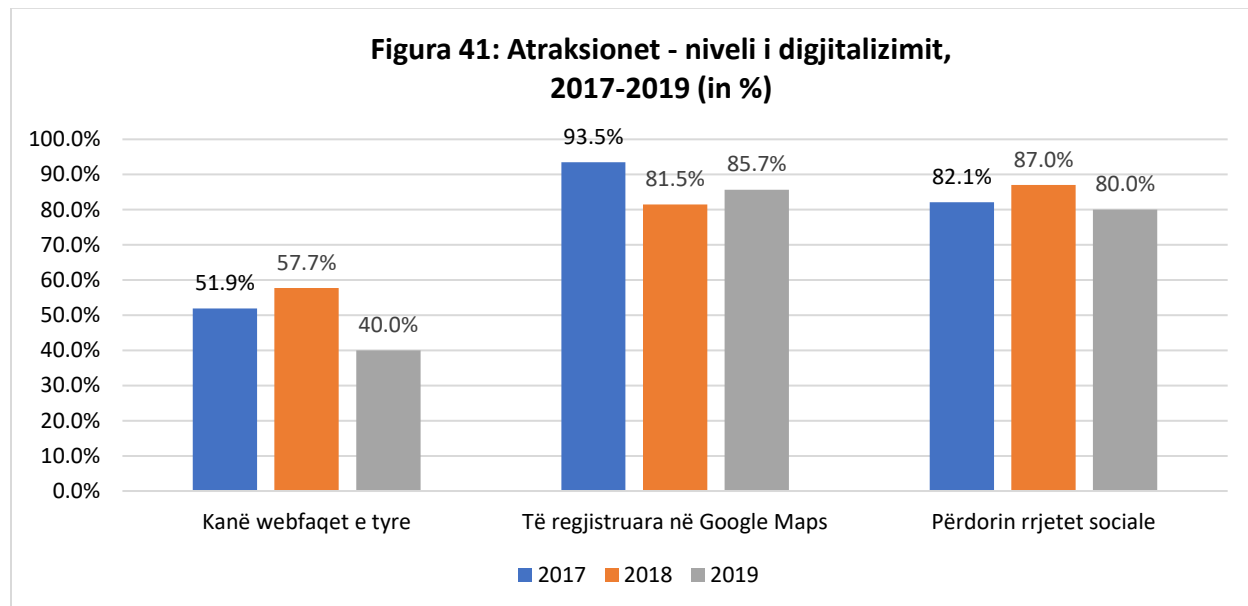
Në vitin 2019, atraksionet janë dominuar nga punëtorët gra, me 52.7 përqind. Pjesa dërmuese (84.4 përqind) kanë punuar me orar të plotë. Komunitetet jo-shumicë, përbënin 3.3 përqind nga të gjithë punëtorët. Sa i përket grup moshës, 64.9 përqind ishin ndërmjet moshës 25-44 vjeçare. Për rezultate më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih tabelën 8.

Tabela 8: Demografia e punësimit (Atraksionet)

2017						
Gjinia	Burra			Gra		
	73.6%			26.4%		
Punë me orar të plotë vs. punë orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	60.0%		13.6%	24.4%	2.0%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	84.3%	13.2%	0.9%	0.9%	0.6%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.7%	28.9%	36.5%	14.4%	5.3%	1.1%
2018						
Gjinia	Burra			Gra		
	55.8%			44.2%		
Punë me orar të plotë vs. punë orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	46.9%		0.4%	51.6%	1.1%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	96.4%	0.0%	0.9%	0.9%	1.8%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	4.8%	22.1%	47.1%	19.2%	6.7%	0.0%
2019						
Gjinia	Burra			Gra		
	47.3%			52.7%		
Punë me orar të plotë vs. punë orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	47.8%		8.0%	33.6%	10.6%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	96.7%	0.7%	0.4%	0.7%	1.5%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	5.9%	26.2%	38.7%	18.4%	10.5%	0.3%

Digjitalizimi

Të gjeturat tregojnë se 40.0 përqind e atraksioneve kishin faqet e tyre të internetit në vitin 2019, ndërsa të gjitha atraksionet ishin të regjistruara në Google Maps. Për më tepër, 80.0 përqind pohuan se kanë përdorur rrjetet sociale për qëllime promovionale. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 41.



3.5. Operatorët turistik

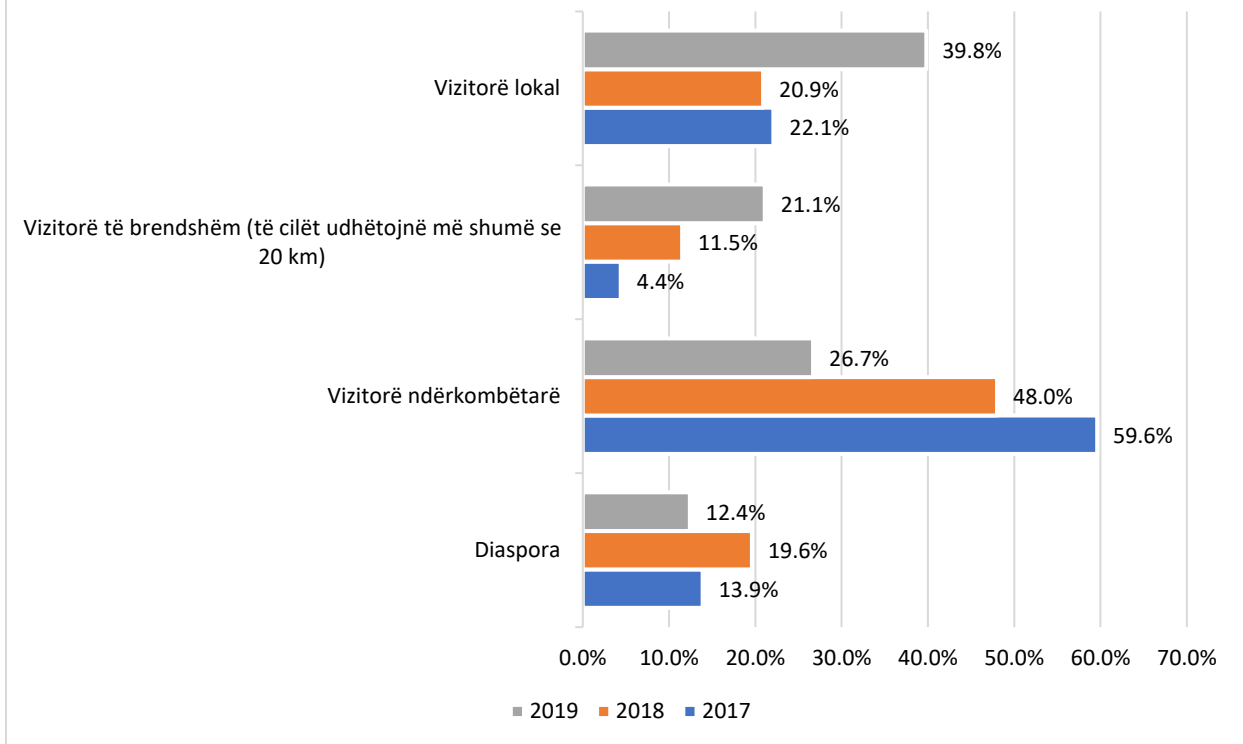
Turnetë dhe çmimet

Në vitin 2019, 71.0 përqind e operatorëve turistik kanë punuar me turistë nga jashtë që vijnë në Kosovë dhe turistë vendorë që kanë vizituar vendet jashtë Kosovës (ang. inbound and outbound), krahasuar me 51.6 përqind në vitin 2018 dhe 56.5 përqind në vitin 2017. Pjesa tjetër e operatorëve turistik kanë punuar vetëm me turistë nga jashtë që vijnë në Kosovë. Numri i përgjithshëm i turneve/udhëtimeve të shitura në vitin 2019 ishte 2,133 (1,326 në vitin 2018 dhe 525 turne në vitin 2017) me një mesatare të personave prej 17.9 përqind për turne (14.8 persona për turne në vitin 2018 dhe 17.4 në vitin 2017). Qarkullimi mesatar vjetor për operatorë turistik në vitin 2019 ishte 42,631 euro, krahasuar me 35,444 euro në vitin 2018 dhe 26,000 euro në vitin 2017.

Përbërja e Vizitorëve

Në vitin 2019, klientela e operatorëve turistik kryesisht përbëhej nga vizitorët vendor (39.8 përqind) dhe vizitorëve ndërkombëtarë (26.7 përqind). Për më shumë informata dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 42.

Figura 42: Operatorët turistik - Vizitorët (2017-2019), sipas originës (në %)



Punësimi

Më poshtë janë disa demografi të punësimit për operatorët turistik në vitin 2019. Numri mesatar i punëtorëve që punojnë për operatorët turistik ishte 4.53 në vitin 2019, krahasuar me 4.46 në vitin 2018 dhe 4.61 në vitin 2017. Të gjeturat tregojnë se 59.2 përqind e punëtorëve tek operatorët turistik ishin burra. Vetëm rreth gjysma e tyre punonin me orar të plotë. Shqiptarët e Kosovës përbënin 97.6 përqind nga të gjithë punëtorët. Ato/ata ndërmjet moshës 25 dhe 44 vjeçare përbënin shumicën e punëtorëve me 79.1 përqind. Për më shumë informata si dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih tabelën 9.

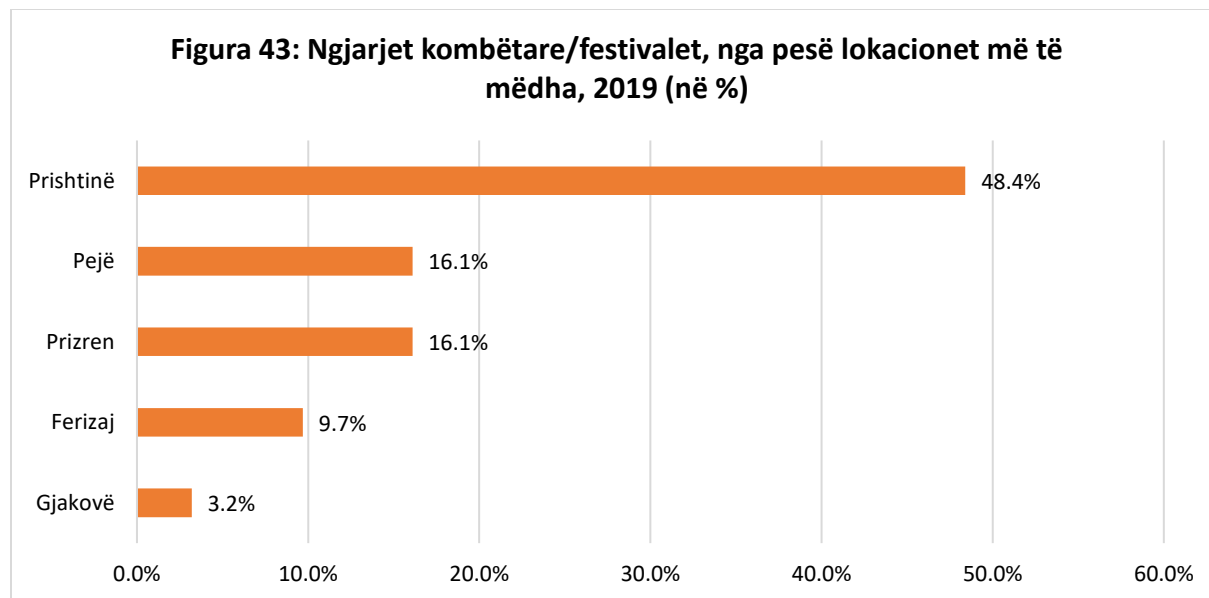
Tabela 9: Demografia e punësimit (Operatorët turistik)

2017						
Gjinia	Burra			Gra		
	59.2%			40.8%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	23.7%		35.5%	26.0%		14.8%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	96.7%	0.0%	0.8%	0.8%	0.0%	1.7%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	18.9%	52.4%	24.4%	3.7%	0.6%	0.0%
2018						
Gjinia	Burra			Gra		
	69.9%			30.1%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	33.3%		36.6%	16.3%		13.7%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	95.3%	2.0%	2.0%	0.0%	0.7%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	22.2%	56.7%	15.6%	4.4%	1.1%	0.0%
2019						
Gjinia	Burra			Gra		
	52.9%			47.1%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	40.0%		12.9%	38.8%		8.2%
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	97.6%	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	16.4%	58.2%	20.9%	3.0%	1.5%	0.0%

3.6. Ngjarjet kombëtare/festivalet

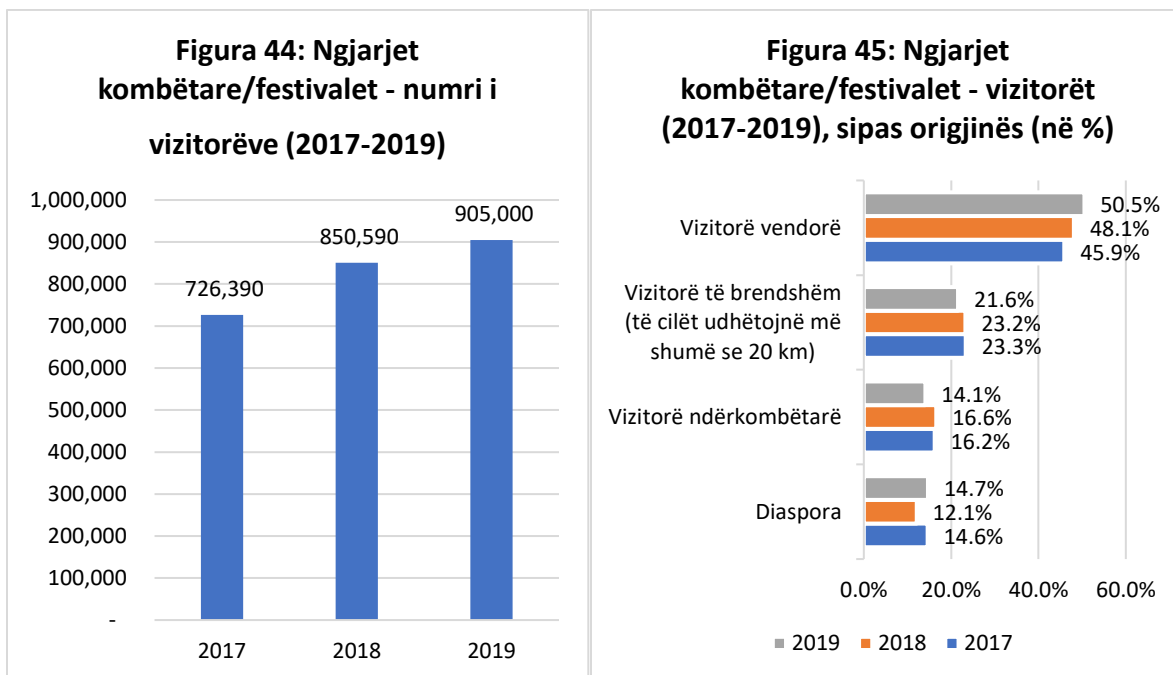
Të dhënat e përgjithshme

Në vitin 2019, shumica e ngjarjeve kombëtare/festivaleve ishin të përqendruara në Prishtinë me (48.4 përqind), në Pejë me (16.1 përqind) dhe në Prizren me (16.1 përqind). Për më shumë informata, referojuni figurës 43.



Numri i vizitorëve dhe karakteristikat e tyre

Organizatorët e intervistuar për ngjarje/festivale kanë regjistruar një trend pozitiv gjatë tre viteve të fundit, me numrin në rritje të vizitorëve nga 726,390 vizitorë në vitin 2017 në 905,000 vizitorë në vitin 2019 (shih, figurën 44). Këto vlera duhet të interpretohen me kujdes sepse tregojnë vetëm trendin, jo numrin e përgjithshëm të vizitorëve në vend. Në vitin 2019, klientela e përgjithshme dominohej nga vizitorët vendorë me 50.5 përqind, pasuar nga vizitorët e brendshëm me 21.6 përqind, vizitorët ndërkombëtarë me 14.1 përqind dhe diaspora me 14.7 përqind. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih figurën 45.

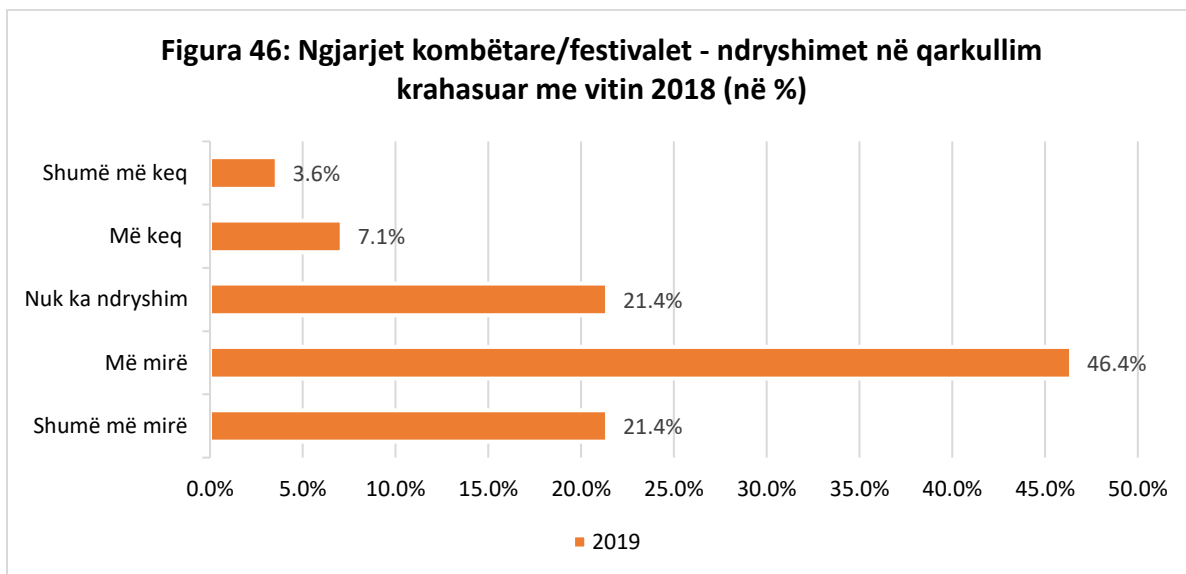


Çmimet

Çmimi mesatar i biletës për një festival në vitin 2019 ishte mesatarisht 7.00 euro, krahasuar me 6.80 euro në vitin 2018 dhe 6.00 euro në vitin 2017. Kur përfaqësuesit e ngjarjeve/festiveleve janë pyetur për shpenzimet mesatare të vizitorëve për një natë në vitin 2019, përfaqësuesit e ngjarjeve/festiveleve kanë thënë se shpenzimet janë rreth 13.60 euro, krahasuar me 14.90 euro në vitin 2018 dhe 19.50 euro në vitin 2017.

Të hyrat

Të dhënat e të hyrave tregojnë se në vitin 2019, 67.8 përqind e organizatorëve të ngjarjeve/festiveleve kanë performuar 'më mirë' ose 'shumë më mirë' krahasuar me vitin 2018; krahasuar me 10.7 përqind që kanë performuar 'më keq' ose 'shumë më keq'; ndërsa për 21.4 përqind performanca ka qenë e njëjtë, shih figurën 46.



Punësimi

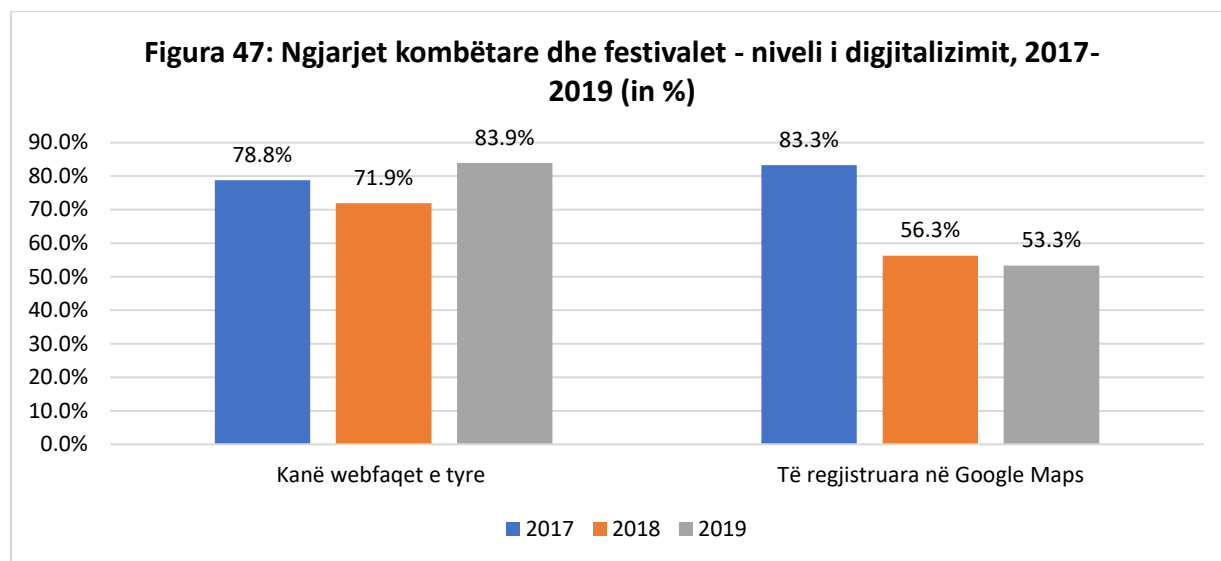
Shumica e të punësuarve (68.4 përqind) për ngjarje kombëtare dhe festivalet në vitin 2019 ishin burra. Përqindja e atyre që punonin me orar të pjesshëm nuk ishte aq e lartë sikurse në vitet paraprake, duke qëndruar në 26.7 përqind. Punëtorët jo shqiptarë të Kosovës përbënin një përqindje të papërfillshme në vitin 2019 (1.3 përqind). Ato/ata ndërmjet moshës 15-34 vjeçare dominonin duke përbërë 86.4 përqind nga të gjithë punëtorët. Për më shumë informata dhe për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, shih tabelën 10.

Tabela 10: Demografia e punësimit (Ngjarjet /festalet)

2017						
Gjinia	Burra			Gra		
	70.6%			29.4%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	25.7%		44.9%	9.1%	20.3%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	98.9%	0.5%	0.3%	0.1%	0.5%	0.1%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	18.5%	59.6%	20.3%	1.5%	0.2%	0.0%
2018						
Gjinia	Burra			Gra		
	70.9%			29.1%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	26.7%		44.2%	11.3%	17.8%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	96.1%	0.5%	0.9%	1.7%	0.8%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	35.9%	58.4%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%
2019						
Gjinia	Burra			Gra		
	68.4%			31.6%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	51.0%		17.5%	22.4%	9.2%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të Kosovës	Turq	RAE	Boshnjakë	Të tjerë
	98.7%	0.3%	0.3%	0.5%	0.2%	0.0%
Grupmosha	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	31.2%	55.2%	10.2%	3.0%	0.4%	0.0%

Digjitalizimi

Të gjeturat mbi digjitalizimin tregojnë se 83.8 përqind e tyre kishin faqet e tyre të internetit. Për më tepër, 53.3 përqind e të gjitha ngjarjeve/festiveve ishin regjistruara në Google Maps. Për të bërë krahasime me vitin 2018 dhe 2017, referojuni figurës 47.



4. Ndikimi ekonomik

Kjo pjesë shqyrton ndikimin ekonomik të akomodimeve, apartamenteve Airbnb dhe restoranteve në vitin 2019 si dhe krahason rezultatet e përgjithshme me vitin 2018 dhe 2017⁷. Në mënyrë të veçantë, vlerëson të ardhurat e përgjithshme të krijuara nga secili aktor. Përveç kësaj, kjo pjesë gjithashtu paraqet numrin e përgjithshëm të punëtorëve të punësuar. Për shkak të madhësisë së panjohur të popullacionit, kjo qasje nuk mund të zgjerohet tek aktorët tjerë të zinxhirit të vlerës.

4.1. Akomodimet

Pika fillestare e kësaj analize ekonomike ishte numri i përgjithshëm i dhomave në dispozicion në vit. Ky numër është shumëzuar me normën mesatare të shfrytëzimit të banimit për të gjeneruar numrin total të dhomave të banuara në vit. Meqenëse ky raport është i fokusuar në turizëm, banorët vendorë janë zbritur. Çmimet mesatare (të përshtatura duke marrë parasysh edhe dhomat superiore) janë shumëzuar me numrin total të dhomave të banuara në vit duke përjashtuar vizitorët vendorë. Kjo ka prodhuar të ardhurat e vlerësuara të akomodimit nga mostra. Për ta bërë këtë më përfaqësuese, është aplikuar faktori bruto. Të ardhurat e përgjithshme të sektorit në vitin 2019 arrijnë në **51.7 milion euro**. Qasje e njëjtë është përdorur edhe për apartamentet Airbnb. Të ardhurat e vlerësuara sipas kësaj kategorie të akomodimit në vitin 2019 arrijnë në **7.8 milion euro**. Për më shumë informata mbi hapat kryesorë të qasjes, shih tabelën 11 dhe 12.

Tabela 11: Ndikimi ekonomik - akomodimet (duke përjashtuar apartamentet Airbnb)

(a) Numri i dhomave në dispozicion – netëve në vit*

⁷ Në rastin e akomodimeve me restorante, një pjesë e të ardhurave është alokuar për akomodime dhe pjesa tjetër për restorante. Ndarja është bërë në bazë të deklaratave të dhëna në anketë.

Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
485,815	657,730	264,260	105,485	42,705	92,710
(b) Shkalla mesatare e banimit (%)					
56.60%					
(c) Numri i dhomave - netëve të banuara në vit (a * b)					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
274,971	372,275	149,571	59,705	24,171	52,474
(d) Proporcioni i dhomave - netëve të zëna nga vizitorët vendorë (%)					
15.70%					
(e) Numri i dhomave - netëve të zëna në vit, duke përjashtuar vizitorët vendorë (c-d)					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
231,801	313,828	126,088	50,331	20,376	44,235
(f) Mesatarja e çmimeve (€)**					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
32	44.25	57.65	66.85	82.1	75.4
(g) Të hyrat e vlerësuara të akomodimit nga mostra (€) Σ (e*f)					
36,946,374					
(h) Faktori Bruto/koeficienti					
1.401					
(i) Të hyrat e vlerësuara në sektorin e akomodimit (€) (g * h)					
51,761,870					
* Përjashtohen apartamentet Airbnb					
** E përshtatur duke marrë parasysh çmimet e dhomave superiore					

Tabela 12: Ndikimi ekonomik - apartamentet Airbnb					
(a) Numri i dhomave në dispozicion - netëve në vit *					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
3285	7665	3285	1825	2555	1095
(b) Shkalla mesatare e banimit (%)					
59.30%					
(c) Numri i dhomave – netëve të zënë në vit (a*b)					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
1948	4545	1948	1082	1515	649
(d) Proporcioni i dhomave - netëve të zëna nga vizitorët vendorë (%)					
4.80%					
(e) Numri i dhomave - netëve të zëna në vit, duke përjashtuar vizitorët vendorë (c-d)					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
1855	4327	1855	1030	1442	618
(f) Mesatarja e çmimeve (€) **					

Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
27	29.7	31	52.3	76.6	35
(g) Të hyrat e vlerësuara nga sektori i akomodimit nga mostra (€) Σ (e*f)					
422,084					
(h) Faktori Bruto/koeficienti					
18.5					
(i) Të hyrat e vlerësuara në sektorin e akomodimit (€) (g * h)					
7,808,561					

4.2. Restorantet

Ngjashëm me rastin e akomodimeve, numri i vizitave të klientëve në vitin 2019 është marrë si një shifër fillestare. Pas përjashtimit të vizitorëve vendorë, kjo shifër është shumëzuar me çmimin mesatar të ushqimit dhe pijeve për vizitë në njërin anë, dhe çmimin mesatar vetëm të pijeve në anën tjetër. Kjo ka prodhuar të ardhurat e parashikuara të gjeneruara nga restorantet e marrë si mostër. Pas aplikimit të faktorit bruto, janë gjeneruar të ardhurat e përgjithshme të vlerësuara nga restorantet për vitin 2019, me një vlerë prej **158.5 mil. EUR**.

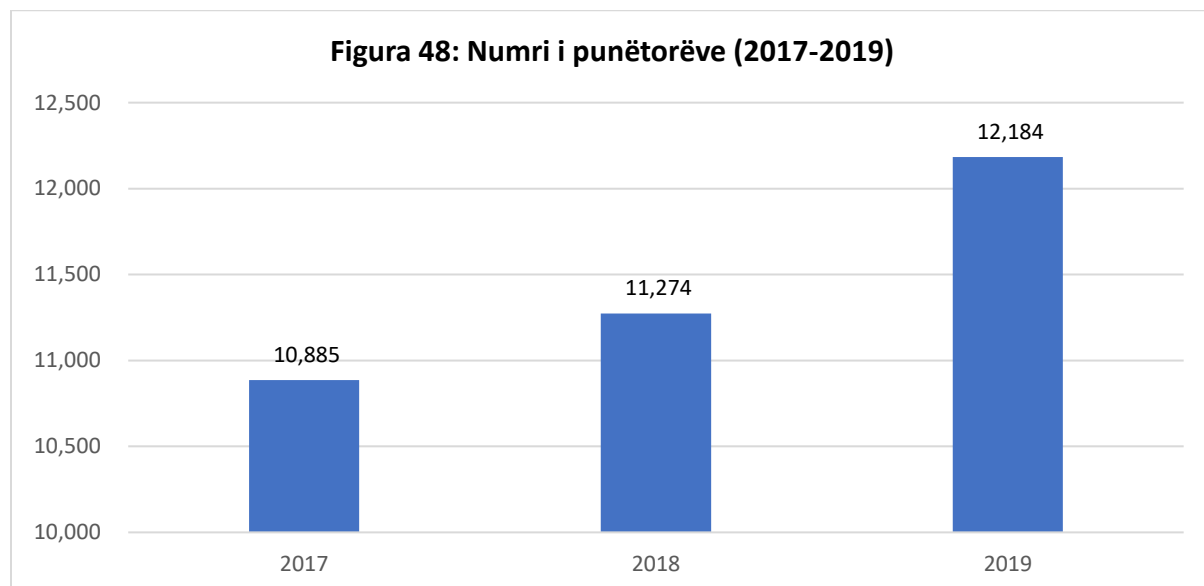
Tabela 13: Ndikimi ekonomik - restorantet	
(a) Numri i vizitave të klientëve në vit	
21,840,140	
(b) Proporcioni i klientëve vendorë (%)	
47.05%	
(c) Numri i vizitave të klientëve në vit, duke përjashtuar vizitorët vendorë (a-b)	
11,564,354	
(d) Kontributi i ushqimit dhe pijeve në të hyrat e përgjithshme (%)	
Ushqim dhe pije	Vetëm pijet
62%	38%
(e) Mesatarja e çmimeve (€)	
Ushqim dhe pije	Vetëm pijet
7.5	3
(f) Të hyrat totale të vlerësuara nga mostra (€) (c*d*e)	
Ushqim dhe pije	Vetëm pijet
53,774,247	13,183,364
(g) Faktori Bruto/koeficienti	
2.368	
(h) Të hyrat e vlerësuara në sektorin e restoranteve (€) (f*g)	
158,555,621	

4.3. Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara dhe punësimi

Përgjatë viteve 2017-2019, të hyrat e përgjithshme të vlerësuara nga kategoria e akomodimeve, apartamenteve Airbnb dhe e restoranteve, ka shënuar rritje me rreth 56.2 përqind, nga 139.6 milion euro në 218.1 milion euro. Rritja më e dukshme është vërejtur në restorante me 66.0 përqind. Për informata më të detajuara, shih tabelën 13.

Tabela 13: Të hyrat e vlerësuara (në €), 2017-2019 ⁸				
Viti	Akomodimet	Apartamentet Airbnb	Restorantet	Totali
2017	37,911,108	6,249,743	95,521,337	139,682,188
2018	42,384,201	7,460,332	140,712,183	190,556,716
2019	51,761,870	7,808,561	158,555,621	218,126,052

Numri i përgjithshëm i punëtorëve në krahasim me vitin 2017 ka shënuar rritje prej 11.0 përqind, nga 10,885 punëtorë në vitin 2017 në 12,184 punëtorë në vitin 2019 (shih figurën 48).



⁸ Në rastin e akomodimeve me restorante, një pjesë e të ardhurave është alokuar për akomodime dhe pjesa tjetër për restorante. Ndarja është bërë në bazë të deklaratave të dhëna në anketë.

5. Efektet e pandemisë COVID-19

Sektori i turizmit është një nga sektorët më të goditur nga pandemia COVID-19. Për të qenë në gjendje të maten disa nga efektet e pandemisë tek aktorët kryesorë të sektorit në Kosovë, një seksion specifik lidhur me pandeminë është prezantuar në pyetësor. Duke pasur parasysh se puna në terren është zhvilluar në tetor 2020, ishte e mundur të mblidheshin të dhëna që kapin efektet e muajve të plotë të mbylljes totale, duke filluar nga mesi i muajit mars deri kah mesi i muajit qershor, si dhe të vlerësohet efekti në muajt vijues pas mbylljes së plotë.

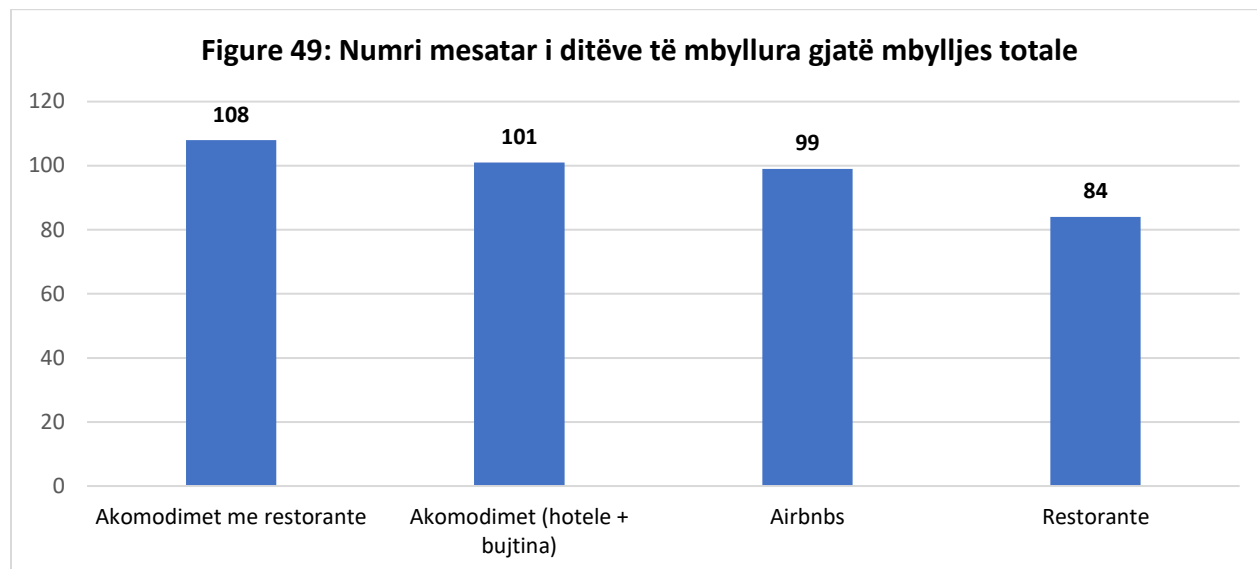
Metodologjia për vlerësimin e ndikimit ekonomik të COVID-19 është bërë, bazuar në informacionet e mbledhura nga NVM-të. Fillimisht, tre periudha të vitit 2020 janë analizuar: (a) periudha para shpërthimit të COVID-19 - kur nuk është supozuar asnjë ndikim ekonomik si rezultat i pandemisë, (b) periudha gjatë mbylljes totale - kur NVM-të ishin mbyllur plotësisht dhe për këtë arsye nuk kanë gjeneruar ndonjë qarkullim, dhe (c) periudhën pas rihapjes - kur sektori ishte prekur nga masa të ndryshme nga kufizimet e udhëtimit deri te kufizimi i lëvizjes. Në lidhje me ndikimin në vendet e punës, NVM-të janë pyetur drejtpërdrejt nëse janë detyruar të pushonin nga puna ndonjë punonjës për shkak të ndikimit të COVID-19.

Për të vlerësuar ndikimin e COVID-19 në sektorin e turizmit në Kosovë, humbjet janë vlerësuar për periudhën gjatë mbylljes totale (a) dhe humbjet për periudhën pas rihapjes. Ky vlerësim është bërë për tre kategori të veçanta: akomodimet siç janë hotelet, apartamentet Airbnb dhe restorantet. Llogaritjet e ndikimit ekonomik për të dy periudhat (a dhe b) janë bërë sipas formulës së mëposhtme:

- Për periudhën e mbylljes totale (a), janë mbledhur informacione mbi kohëzgjatjen e mbylljes totale të të gjitha NVM-ve, duke marrë një numër mesatar të ditëve totale kur një kategori specifike e NVM-ve është mbyllur. Ndikimi për këtë periudhë është llogaritur duke shumëzuar qarkullimin mesatar ditor të kategorisë së NVM-ve (bazuar në informacionin nga anketa e ofertës së turizmit 2018) me numrin mesatar të ditëve të mbylljes totale dhe numrin e përgjithshëm të NVM-ve të prekura. Për këtë periudhë, janë llogaritur dy kufij, njëri me një qarkullim ditor të kategorisë së NVM-ve (kufiri i sipërm) dhe tjetri me një qarkullim ditor duke përbrendësuar aspektin sezonal të kategorisë së NVM-ve (kufiri i poshtëm).
- Për periudhën pas rihapjes, informacionet janë mbledhur mbi përqindjen e NVM-ve me rënie në shitje dhe mbi përqindjen e rënies së shitjeve. Këto përqindje janë shumëfishuar më pas me numrin e ditëve nga rihapja deri në fund të vitit 2020, me qarkullimin mesatar ditor të kategorisë së NVM-ve dhe numrin e përgjithshëm të NVM-ve.

Rezultatet e hollësishme nga vlerësimi i ndikimit ekonomik janë paraqitur në tabelën 14.

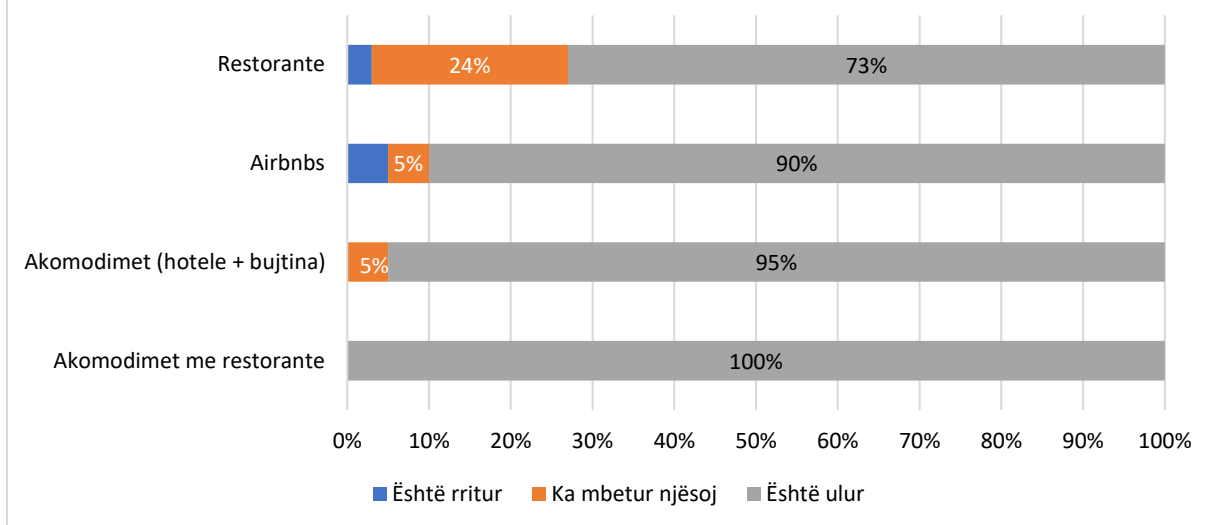
Gjatë periudhës së mbylljes totale, mesatarisht, akomodimet me restorante janë mbyllur për 108 ditë, akomodimet (pa restorante) për 101 ditë, apartamentet Airbnb për 99 ditë dhe restorantet për 84 ditë – shih, figurën 49.



Të gjitha restorantet e intervistuar me akomodime kanë pasur një rënie të qarkullimit gjatë muajve të mbylljes totale, krahasuar me të njëjtën periudhë të një viti më parë. E njëjta gjendje ishte edhe për 95 përqind të akomodimeve pa restorante⁹ dhe 90 përqind për apartamentet Airbnb. Në rastin e restoranteve, përqindja e firmave që pësuan rënie është disi më e ulët, duke qëndruar në 73 përqind. Ato restorante që mbanin qarkullimin pa u ndikuar apo edhe kishin një rritje arritën ta bënin këtë përmes shërbimeve të shpërndarjes. Nga ana tjetër, shumica e restoranteve, duket se nuk kanë pasur infrastrukturë dhe përvojë për të realizuar një biznes të suksesshëm me anë të shërbimit të shpërndarjes. Referojuni figurës 50, për më shumë informacione. Madhësia e rënies së qarkullimit ishte më e larta në akomodimet me restorante dhe Airbnb, duke arritur një mesatare prej 80 përqind, respektivisht 72 përqind. Në akomodimet pa restorante dhe vetëm tek restorantet, madhësia ishte pak më e ulët, mesatarisht 62 përqind, respektivisht 54 përqind.

⁹ Vetëm hotelet dhe bujtinat janë përfshirë.

Figure 50: Ndryshimet në qarkullim gjatë mbylljes totale (në %)



Punësimi, gjithashtu, është ndikuar kryesisht nga pandemia (shih, figurën 51). Në të dy kategoritë e akomodimit, afërsisht gjysma kanë deklaruar se kishin përjetuar një rënie të numrit të punësuarve, ndërsa gjysma tjetër kanë raportuar se nuk kishin asnjë ndryshim në atë drejtim. Nga ana tjetër, në apartamentet Airbnb, ndoshta kryesisht për shkak se ata zakonisht administrohen nga vetë pronarët, nuk ka pasur ndryshime në punësim në 95 për qind të rasteve. Poashtu, shumica e restoranteve (77 përqind), nuk kanë raportuar asnjë ndryshim në numrin e të punësuarve apo edhe një rritje, në krahasim me 23 përqind që kanë deklaruar se kishin përfunduar kontratat me disa punonjës. Rënia mesatare e punonjësve në ato firma që kanë raportuar të kenë pasur një rënie sillet nga 5.33 në akomodimet pa restorante në 5.50 në restorante.

Figure 51: Ndryshimet në punësim gjatë mbylljes totale (në%)

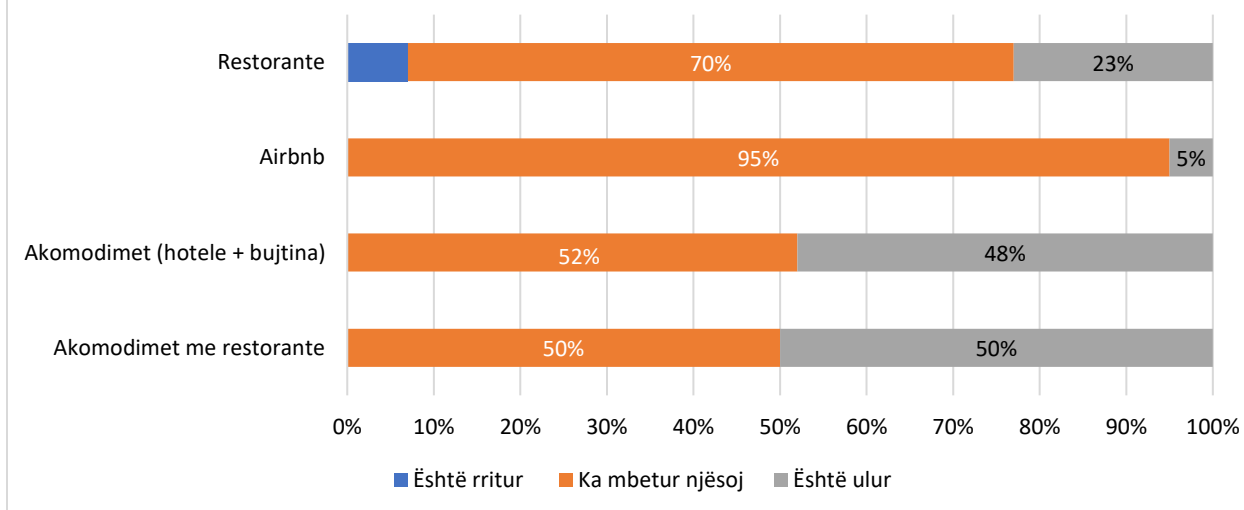


Tabela 14, paraqet humbjet e vlerësuara të të ardhurave nga mesi i muajit mars, kur është vendosur mbyllja totale, deri në fund të vitit. Në tërë këtë periudhë, humbjet e përgjithshme të të ardhurave në

akomodime, Airbnb dhe restorante së bashku, vlerësohet të shkojnë midis 98.6 milion euro (Skenari I) në 110.2 milion euro (Skenari II). Vlera minimale e humbjeve të vlerësuara përfaqëson: (i) humbjet gjatë periudhës së mbylljes totale, të gjeneruara duke aplikuar përqindjen mesatare të rënies në qarkullimin mesatar vjetor (përfshirë vetëm ditët e mbylljes), të përshtatura për sezonalitet bazuar në të dhënat vjetore të ofertës së turizmit të PPSE-së ; dhe (ii) humbjet gjatë periudhës pas mbylljes totale, të gjeneruara duke aplikuar përqindjen mesatare të rënies në qarkullimin mesatar vjetor bazuar në të dhënat e ofertës së turizmit të PPSE-së për vitin 2019. Dallimi i vetëm në vlerën maksimale është se efekti i sezonalitetit nuk është aplikuar për të vlerësuar humbjet gjatë periudhës totale të mbylljes. Restorantet ishin subjektet turistike më të goditura me humbje të vlerësuara që sillen nga 64.4 milion euro në 72.1 milion euro.

Tabela 14: Efektet e vlerësuara të Pandemisë Covid-19 - Të ardhurat në euro					
	a) Gjatë mbylljes totale (Skenari I)¹⁰	b) Gjatë mbylljes totale (Skenari II)	c) Pas mbylljes totale	(d) Humbjet totale të vlerësuara sipas kategorisë - Skenari I (a + c)	(e) Humbjet totale të vlerësuara sipas kategorisë - Skenari I (b + c)
Humbjet e vlerësuara të të ardhurave në akomodime (EURO)	11,262,816	14,819,494	18,501,323	29,764,139	33,320,817
Humbjet e vlerësuara të të ardhurave në Airbnb (EURO)	1,757,889	2,117,938	2,675,534	4,433,423	4,793,472
Humbjet e vlerësuara të të ardhurave në restorante (EURO)	28,826,715	36,489,513	35,617,935	64,444,650	72,107,448
Humbjet e përgjithshme të vlerësuara të të ardhurave (EURO)	41,847,420	53,426,946	56,794,792	98,642,211	110,221,737

¹⁰ Akomodimet - duke supozuar 76% të mesatares në sezonin e ulët (bazuar në ndryshimin e sezonalitetit nga qarkullimi mesatar vjetor të anketës së ofertës së turizmit)
 Airbnb – duke supozuar 83% të mesatares në sezonin e ulët (bazuar në ndryshimin e sezonalitetit nga qarkullimi mesatar vjetor të anketës së ofertës së turizmit)
 Restorantet – duke supozuar 79% të mesatares në sezonin e ulët (bazuar në ndryshimin e sezonalitetit nga qarkullimi mesatar vjetor të anketës së ofertës së turizmit)

Humbjet e vlerësuara të vendeve punës gjatë periudhës së analizës janë 1,435. Kjo paraqet rreth 12 përqind më pak krahasuar me 2019. Humbjet e vendeve të punës në restorante vlerësohet të jenë 740, ndërsa në akomodime, 695 (shih, figurën 52).

