

ANKETA
E OFERTËS
SË TURIZMIT
NË KOSOVË
2018

Përgatitur nga:

Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat (PPSE)

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



Përmbajtja

1. Hyrje	4
2. Metodologjia	5
2.1. Hartimi i pyetësorit	5
2.4. Puna në terren	6
2.5. Përpunimi dhe analiza e të dhënave	6
3. Të gjeturat e anketës	7
3.1.Akomodimet me restorante	7
3.2. Akomodimet (pa restorante)	18
3.3. Restorantet	25
3.5. Operatorët turistikë	36
3.6. Ngjarjet kombëtare/festivalet	40
4. Ndikimi ekonomik	41
4.1.Akomodimet	41
4.2.Restorantet	43
4.3.Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara dhe punësimi	44

1. Hyrje

Ky raport paraqet të gjeturat kryesore të një ankete, e cila është kryer me një mostër prej 495 aktorëve kryesorë të sektorit të turizmit në Kosovë, duke përfshirë: akomodimin, restorantet, operatorët e atraksioneve turistike, operatorët turistikë dhe ngjarjet kombëtare/festivalet. Megjithëse anketa është zhvilluar gjatë muajit maj dhe qershor 2019, ajo përmban të dhëna për vitin 2018. Një ankete ngjashme është kryer me të njëjtin grup aktorësh një vit më parë. Prandaj, ky raport, përveç interpretimit të të gjeturave të vitit 2018, poashtu, përshkruan edhe ndryshimet që kanë ndodhur në krahasim me një vit më parë.

Ky aktivitet është autorizuar si pjesë e projektit Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat (PPSE), projekt ky i cili në Kosovë financohet nga Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC) dhe e zbatohet nga Swisscontact-i dhe Instituti Riinvest.

Një nga sektorët prioritarë të projektit është turizmi, veçanërisht zhvillimi i produkteve të turizmit, ri-shfrytëzimi i atraksioneve turistike, promovimi ndërkombëtar, profesionet e specializuara të turizmit dhe organizimi i sektorit.

Disponueshmëria e të dhënave të turizmit dhe informacioni i tregut është çelësi për zbatimin e suksesshëm të këtyre intervenimeve. Ky studim është me rëndësi të madhe për PPSE-në, për të monitoruar trendet e rritjes së sektorit të turizmit dhe për të zhvilluar intervenimet e veta. Poashtu, është shumë e vlefshme për politikëbërësit, 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 anketimit është e organizuar si në vijim. Pjesa 2, ofron një pasqyrë të metodologjisë së përgjithshme të 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 vitin 2018 dhe një vit më parë, kryesisht duke u fokusuar në të ardhurat e krijuara nga aktorët kryesor si dhe siguron numrin e përgjithshëm të punëtorëve të punësuar.

Ky raport paraqet të gjeturat kryesore të një ankete, e cila është kryer me një mostër prej 495 aktorëve kryesorë të sektorit të turizmit në Kosovë, duke përfshirë: akomodimin, restorantet, operatorët e atraksioneve turistike, operatorët turistikë dhe ngjarjet kombëtare/festivalet.

2. Metodologjia

Kjo pjesë paraqet qasjen metodologjike të përdorur për kryerjen e anketës. Kjo pjesë përshkruan pyetëSORIN, anketuesit, dizajnin e mostrës, punën në terren si dhe përpunimin dhe analizën e të dhënave.

2.1. Hartimi i pyetëSORIT

Për të qenë në gjendje të bëjmë krahasime, anketa e përdorur në vitin 2018 është përdorur edhe për anketimin e këtij viti, me disa ndryshime të vogla teknike. PyetëSORËT përfundimtarë konsistojnë kryesisht në 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 sesion trajnimi njëditor. Janë dhënë shpjegime të mëtejme 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 të qasshme turistike. Me fjalë të tjera, idea ishte të identifikoheshin subjektet që lidhen me turizmin me qëllim matjen e ndikimit të drejtpërdrejtë të këtij sektori. Për të identifikuar listën e aktorëve kryesorë të furnizimit, janë konsultuar platforma të ndryshme online. Prioritet ishte që të intervistoheshin të njëjtat ndërmarje sikurse vitin e kaluar, në mënyrë që krahasimi të ishte më kredibil dhe i besueshëm. Më poshtë është shpjegimi se si është identifikuar secili grup i popullacionit dhe madhësia e mostrës.

- Janë identifikuar 453 akomodime turistike të qasshme (duke përfshirë akomodimet Airbnb) në Booking.com, Trivago, AirBnB, dhe Facebook; 178 prej tyre janë intervistuar; 99 kanë ofruar vetëm akomodim, ndërsa vetëm 89 kanë ofruar akomodim me restorante.
- Janë gjetur 540 restorante në TripAdvisor dhe Gjirafa; 229 janë prej tyre janë intervistuar.
- Janë intervistuar 17 atraksione dhe 29 operatorë turistikë, të nxjerra nga një listë e ofruar nga PPSE-ja.
- Janë intervistuar 32 organizatorë të ngjarje kombëtare/festivaleve të identifikuara nëpërmjet Google Search .

- Keni parasysh se nuk ka mundur të përcaktohet i gjithë popullacioni për atraksione, operatorë turistikë dhe ngjarje kombëtare/festivale.
- Janë zhvilluar gjithsej 495 intervista sy më sy.

Tabela 1: Shpërndarja e intervistave dhe madhësia e popullacionit

Lloji i ofruesit të shërbimeve	Numri i intervistave (2018)	Numri i intervistave (2019)	Popullacioni sipas kategorisë (2018)	Popullacioni sipas kategorisë (2019)	Të intervistuar në vitin 2018, por jo në vitin 2019	Të intervistuar në vitin 2019, por jo në vitin 2018
Akomodime me restorante	88	89	106	121	22	24
Akomodime	89	99	348	432	11	24
Restorante	205	229	475	540	57	77
Atraksione	32	17	-	-	8	7
Operatorë turistikë	18	29	-	-	7	3
Ngjarje kombëtare/ festivale	36	32	-	-	6	2

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

2.4. Puna në terren

Anketuesit e rekrutuar kanë zhvilluar intervista sy më sy me pronarët ose menaxherët e respondentëve të identifikuar. Procesi i mbledhjes së të dhënave është zhvilluar gjatë muajit maj dhe qershor të vitit 2019. Çdo 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 studim. 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.

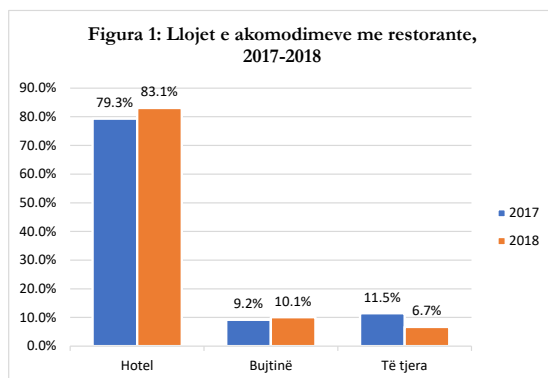
3. Të gjeturat e anketës

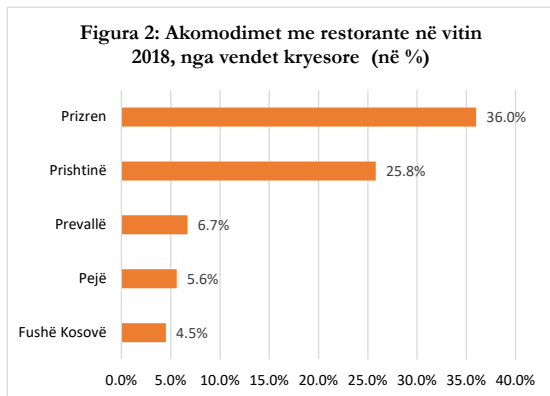
Kjo pjesë shpalosë të gjeturat kryesore të gjeneruara nga anketa me aktorët kryesorë të ofertës së turizmit, duke përfshirë: akomodimin me restorante, akomodimin, restorantet, operatorët e atraksioneve turistike, operatorët turistikë dhe ngjarjet kombëtare/festivalet për vitin 2018. Poashtu, kjo pjesë krahason të gjeturat me ato të vitit 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 restorante

Struktura e përgjithshme e akomodimeve me restorante

Në vitin 2018, 83.1 përqind e të gjitha akomodimeve me restorante ishin hotele. Pjesa tjetër ishin bujtina (10.1 përqind) dhe akomodime të tjera (6.7 përqind). Për të bërë një krahasim me vitin 2017, shihni Figurën 1. Shumica e akomodimeve të intervistuar me restorante në vitin 2018 gjendeshin në Prizren (36.0 përqind) dhe Prishtinë (25.8 përqind). Për rezultate më të hollësishme, shih figurën 2. Në vitin 2018, 90.7 përqind e akomodimeve me restorante operonin gjatë tërë vitit, krahasuar me 88.5 përqind në vitin 2017.





Numri i dhomave, çmimeve dhe shkalla e shfrytëzimit të banimit

Në vitin 2018, numri mesatar i dhomave standarde njëshe në akomodim me restorante ishte 11.1 dhoma. Për dhoma të standarde dyshe, mesatarja ishte pak më e lartë – 14.0 dhoma. Numri i përgjithshëm i dhomave me standarde njëshe (të përshtatura për përfshirjen e të gjithë popullacionit) arrin në 1,109 dhoma, ndërsa numri i përgjithshëm i dhomave standarde dyshe arrinte në 1,870 dhoma. Çmimi mesatar për një dhomë standarde njëshe ishte 39.40 euro; ndërsa për një dhomë dyshe ishte 48.60 euro. Për informata mbi llojet e tjera të dhomave dhe për të bërë një krahasim me vitin 2017, shih tabelën 2. Për më tepër, të gjeturat tregojnë se në vitin 2018 vetëm 39.5% (29.9% në vitin 2017) e të gjitha akomodimeve me restorante kanë rritur çmimet e tyre gjatë sezonit të fluksit; ndërsa pjesa tjetër i kanë mbajtur çmimet e pandryshuara.

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

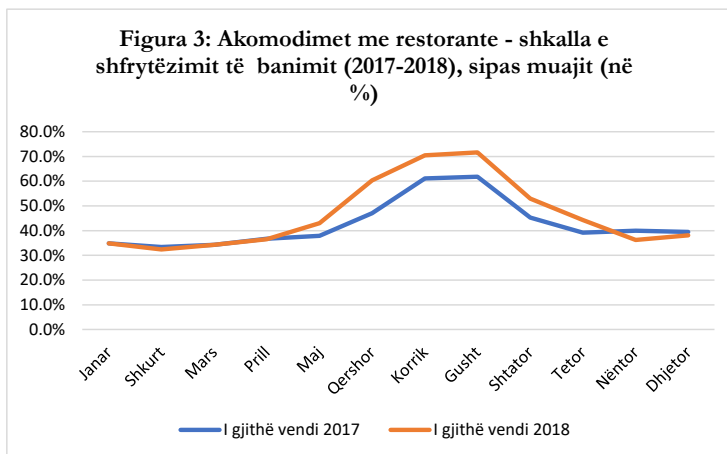
		2017	2018
Dhoma standarde njëshe	Mesatarja (Mes.) # e dhomave	10.9	11.1
	Mes. e çmimeve (EUR)	40.1	39.4
	Totali # i dhomave	1,035	1,109
Dhoma standarde dyshe	Mesatarja (Mes.) # e dhomave	13.2	14.0
	Mes. e çmimeve (EUR)	45.8	48.6
	Totali # i dhomave	1,671	1,870
Dhoma standarde treshe	Mesatarja (Mes.) # e dhomave	4.2	4.4
	Mes. e çmimeve (EUR)	53.1	52.8
	Totali # i dhomave	274	335
Dhoma standarde katërshe	Mesatarja (Mes.) # e dhomave	2.6	2.4
	Mes. e çmimeve (EUR)	49.5	68.8
	Totali # i dhomave	62	63

Zbërthimi i të gjeturave nga tri rajonet kryesore , 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 2017, shih tabelën 3.

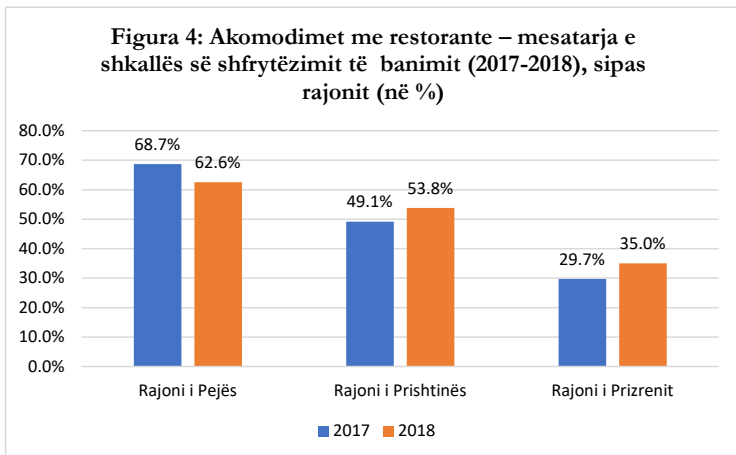
Table 1: Distribution of Interviews and Population Size

		Rajoni i Prishtinës (2017)	Rajoni i Prishtinës (2018)	Rajoni i Pejës (2017)	Rajoni i Pejës (2018)	Rajoni i Prizrenit (2017)	Rajoni i Prizrenit (2018)
Dhoma standarde njëshe	Mes. e çmimeve (EUR)	50.2	52.2	35.6	34.8	34.4	27.8
	Totali # i dhomave	494	516	70	94	216	225
Dhoma standarde dyshe	Mes. e çmimeve (EUR)	60.8	66.1	42	39.9	36.2	37.3
	Totali # i dhomave	768	888	144	218	312	368

Norma vjetore e shfrytëzimit të banimit është mesatarisht 42.6 përqind, duke ndryshuar nga 33.3 përqind në muajin shkurt në 61.8 përqind në muajin gusht. Për të parë ndryshimet në baza mujore në vitin 2017 dhe 2018, referojuni figurës 3.



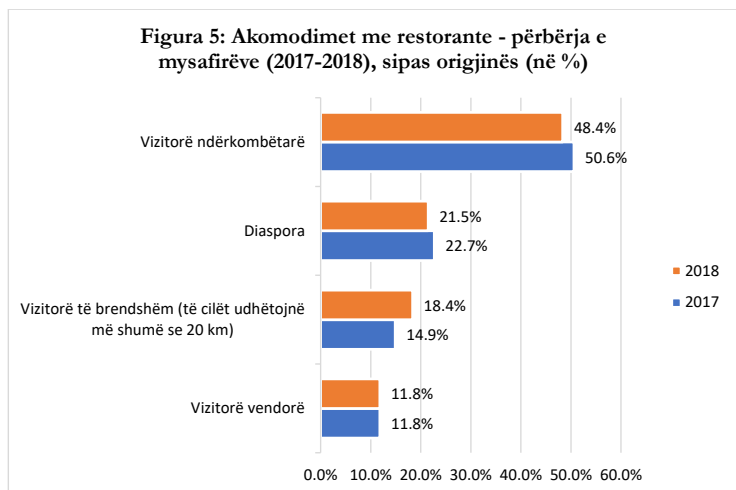
Nga tre rajonet më të mëdha në Kosovë, rajoni i Pejës doli të ketë nivelin më të lartë të shfrytëzimit të banimit në të dy vitet. Kështu ka ndodhur edhe në vitin 2017 (shih figurën 4).



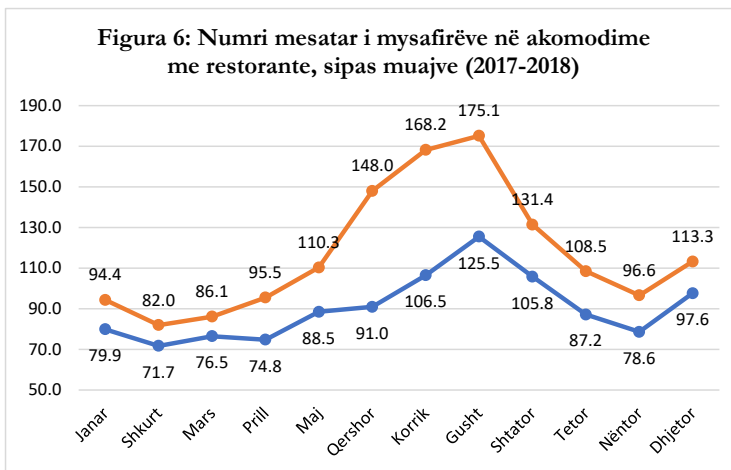
Përbërja e mysafirëve dhe sjellja e tyre

Anketa, gjithashtu hedh dritë mbi strukturën e mysafirëve dhe kohëzgjatjen e qëndrimit të tyre. Sa i përket origjinës, vizitorët ndërkombëtarë përbënin afër gjysmën e mysafirëve të përgjithshëm – 48.4 përqind; diaspora, 21.5 përqind; vizitorët vendorë (me më shumë se 20 minuta udhëtim), 18.4 përqind; dhe vizitorët vendorë (me pak se 20 minuta udhëtim), 11.8 përqind. Për të bërë krahasim me vitin 2017, shih figurën 5. Qëndrimi mesatar i tyre në vitin 2018 ishte 3.7 netë krahasuar me 3.2 netë në vitin 2017.

■
Anketa, gjithashtu hedh dritë mbi strukturën e mysafirëve dhe kohëzgjatjen e qëndrimit të tyre.

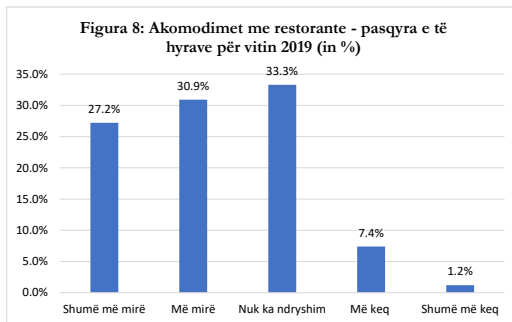
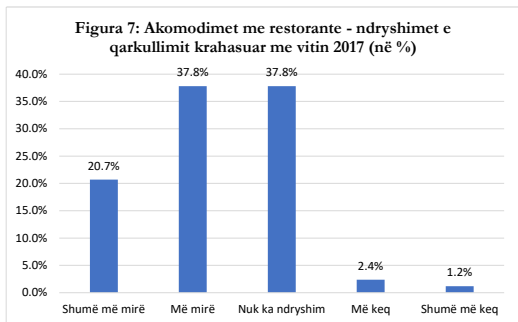


Numri i mysafirëve në restorantet e kësaj kategorie të akomodimeve është rritur me rreth 30 përqind, nga një mesatare ditore prej 90.3 mysafirë në 2017 në 117.5 mysafirë në vitin 2018. Ashtu sikurse në vitin 2017, gushti doli të ishte muaji më i gjallë, me një mesatare prej 175.1 mysafirë në ditë. Për të parë numrin mesatar të vizitorëve në ditë në vitin 2017 dhe 2018, referojuni figurës 6. Pjesa e mysafirëve që kanë ardhur për ushqim dhe pije në vitin 2018 ishte 49.1 përqind (55.4 përqind në vitin 2017); ndërsa çmimi mesatar ishte 9.90 euro (8.50 euro në vitin 2017). Nga ana tjetër, përqindja e atyre që kanë ardhur për pije ishte 50.9 përqind në vitin 2018 (44.6 përqind në vitin 2017); ndërsa çmimi mesatarisht ishte 2.60 euro (3.70 euro në vitin 2017).

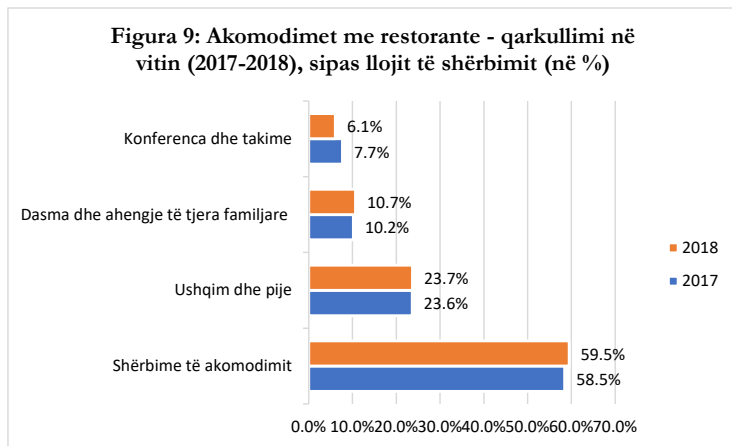


Qarkullimi dhe investimet

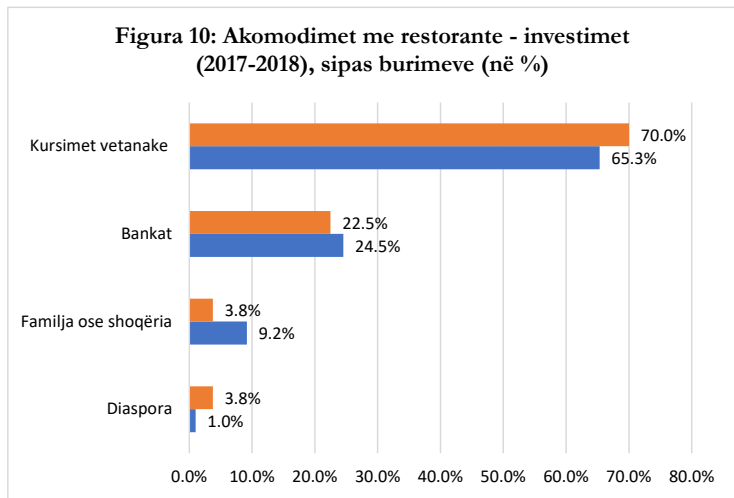
Sa i përket qarkullimit, pothuajse një e treta e akomodimeve me restorante – 58.5 përqind kanë raportuar të kenë performuar ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’ krahasuar me vitin 2017; ndërsa 3.6 përqind kanë përjetuar të kundërtën; pjesa tjetër (37.8 përqind) nuk ka përjetuar asnjë ndryshim (shih figurën 7). Ekziston një shpërndarje shumë e ngjashme e përgjigjeve në pyetjen rreth qarkullimit të pritur për vitin e ardhshëm (shih figurën 8).



Një analizë e mëtejshme shpalosë se në vitin 2018, shërbimet e akomodimit kanë kontribuar me 59.5 përqind në qarkullimin e përgjithshëm; ushqimi dhe pijet me 23.7 përqind; dasmat dhe ahengjet e tjera familjare me 10.7 përqind dhe shërbimet tjera me 6.1 përqind. Për të nxjerrë një krahasim me vitin 2017, shih figurën 9.

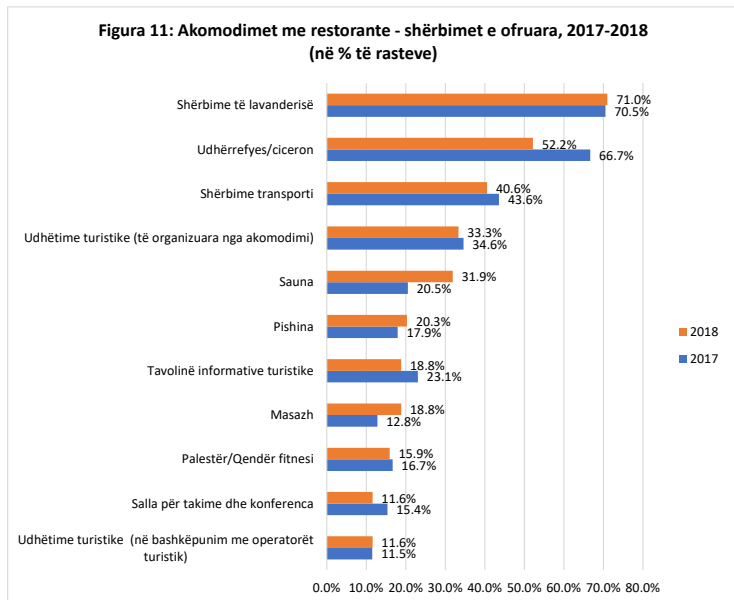


Shumica dërrmuese - 83.9 përqind – kanë thënë se kanë bërë një lloj investimi në vitin 2018. Kapitali kryesisht buronte nga kursimet vetanake (70.0 përqind) dhe bankat (22.5 përqind). Për të parë burimet e tjera të investimeve dhe për ti krahasuar ato me vitin 2017, referojuni figurës 10.



Shërbimet e ofruara

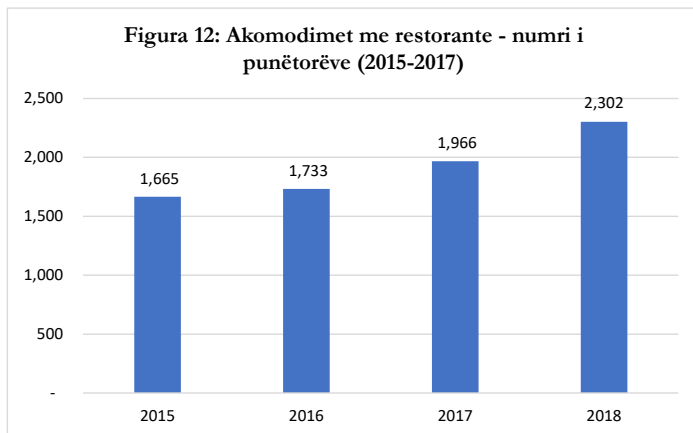
Në pyetjen lidhur me shërbimet e ofruara, përgjigjet më të shpeshta për vitin 2018 ishin: shërbimet e lavanderisë (71.0 përqind të rasteve), shërbime për udhëzues/ciceronë (52.2 përqind) dhe shërbimet e transportit (40.6 përqind). Për llojet e tjera të shërbimeve të ofruara nga akomodimet me restorante, si dhe shërbimet e ofruara në vitin 2017, shih figurën 11. Vlen të përmendet se 39.7 përqind e restoranteve ofrojnë hapësirë për dasma dhe ahengje të tjera familjare, krahasuar me 35.6 përqind në vitin 2017.



Punësimi

Duke e ditur rëndësinë e sektorit të turizmit në tregun e punës, janë bërë përpjekje shitesë 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 1.33 - që do të thotë se popullacioni përfshin vetëm rreth 33 përqind më shumë subjekte. Këtu parasysih 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 turistikë, ngjarjet kombëtare/festivalet) për shkak të madhësisë së papërcaktuar të popullacionit. Sidoqoftë, karakteristikat demografike të punëtorëve janë përshkruar në secilin rast.

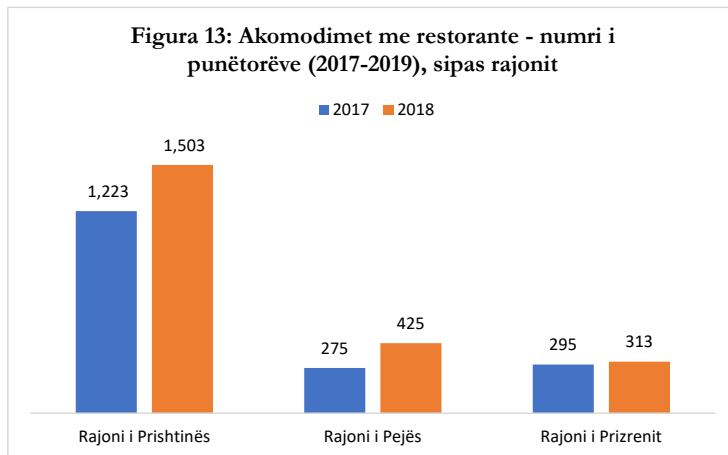
Të gjeturat e punësimit tregojnë se nga viti 2015 deri në vitin 2018, numri i punëtorëve në akomodime me restorante ka shënuar një rritje prej rreth 38.0 përqind, nga 1,665 punëtorë në vitin 2015 në 2,302 punëtorë në vitin 2018 (shih figurën 12).



Zbërthimi i të gjeturave nga tre rajonet kryesore tregon se në vitin 2018, akomodimet me restorante në rajonin e Prishtinës kishin numrin më të madh të të punësuarve, me gjithsej 1,503 të punësuar në total. Numri i të punësuarve në rajonin e Pejës dhe të Prizrenit ishte dukshëm më i vogël, 425 përkatësisht 313 punëtorë, shih figurën 13.

38%

Të gjeturat e punësimit tregojnë se nga viti 2015 deri në vitin 2018, numri i punëtorëve në akomodime me restorante ka shënuar një rritje prej rreth 38.0 përqind, nga 1,665 punëtorë në vitin 2015 në 2,302 punëtorë në vitin 2018



Në vijim janë disa karakteristika demografike për punëtorët e punësuar në akomodime me restorante në vitin 2018. Meshkujt dominonin duke përbërë 63.8 përqind të të gjithë punëtorëve. Nga të gjithë të punësuarit, vetëm 10.8 përqind punonin me orar të pjesshëm. Një zbrëthim i të dhënave sipas përkatësisë etnike, tregon se punëtorët janë kryesisht shqiptarë të Kosovës - 95.9 përqind; pjesa tjetër përbëhet nga serbët e Kosovës, 1.4 përqind; Boshnjakë, 1.0 përqind; Turq, 0.9 për qind; dhe RAE, 0.7 për qind. Për më tepër, pjesa më e madhe e akomodimeve me restorante (56.3 përqind) nuk kanë punësuar punëtorë jo shqiptarë të Kosovës. Sipas grupmoshave, ato/ata ndërmjet moshës 25-44 vjeçare, përbëjnë shumicën me 66.0 përqind. Për informata më të detajuara dhe për të bërë krahasime me demografinë e punësimit të vitit 2017, shih tabelën 4.

Tabela 4: Demografia e punësimit

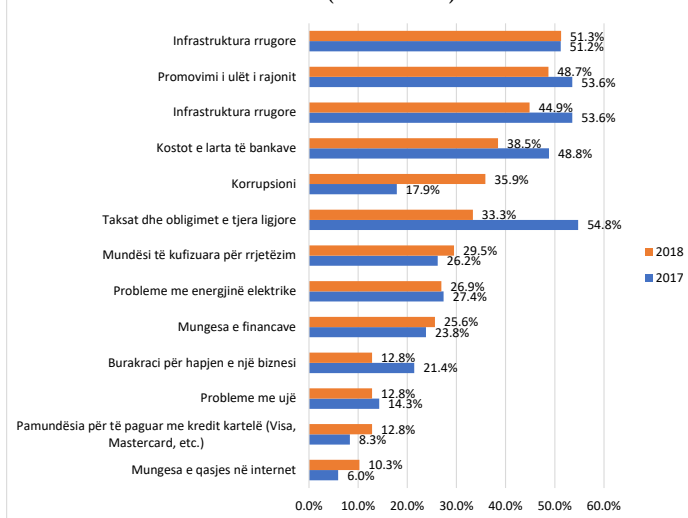
2017						
Gjinia	Burra			Gra		
	61.5%			38.5		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)	Punë me orar të pjesshëm (burrat)		Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)	
	51.6%	9.9%		34.2%	4.3%	
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë të 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		
	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)	
	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%

Vetëm 13.8 përqind e akomodimeve me restorante kanë ofruar trajnime (të ndryshme nga trajnimi i punës) në vitin 2018, krahasuar me 18.4 përqind në vitin 2017. Për më tepër, 42.2 përqind e kësaj kategorie të akomodimeve kanë ofruar programe të praktikës në vitin 2018, krahasuar me 50.6 përqind në vitin 2017.

Barrierat

Akomodimeve me restorante iu është dhënë një listë prej 12 barrierave të mundshme (kryesisht barriera të jashtme) dhe iu është kërkuar të zgjedhin ato më të rëndat. ‘Përpjekjet e ulëta të qeverisë’ (51.3 përqind e të gjitha rasteve, ‘promovimi i ulët i rajonit’ (48.7 përqind) dhe ‘infrastruktura rrugore’ (44.9 përqind) janë konsideruar si barrierat më të rënda operuese nga të anketuarit në vitin 2018. Renditja e përgjithshme është mjaft e ngjashme me vitin 2017; megjithatë, barrierat duket se janë më pak të rënda në përgjithësi. Një ndryshim i dukshëm është tek ‘taksat dhe të tjera’. Në vitin 2017, kjo ishte pengesa më serioze, ndërsa në vitin 2018 ka një rënie të ndjeshme. Për informacione më të detajuara dhe për të bërë një krahasim me vitin 2017, shih figurën 14.

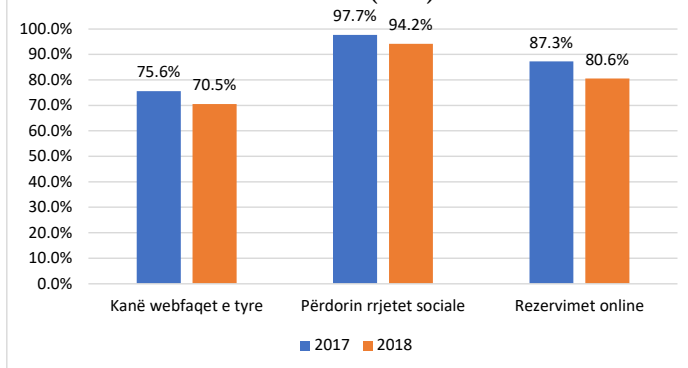
Figura 14: Akomodimet me restorante - pengesat e të bërit biznes, 2017-2018 (në % të rasteve)



Dixhitalizimi

Për të kuptuar nëse akomodimet me restorante janë në hap me tendencat e fundit të dixhitalizimit, anketa ka përfshirë një sërë pyetjesh për këtë çështje. Një gjetje, paraqet se në vitin 2018, 70.6 përqind e akomodimeve me restorante kishin faqet e tyre të internetit. Shumica dërrmuese, 94.2 përqind kanë raportuar se përdorin rrjetet sociale (kryesisht Facebook) si mjet për të promovuar biznesin e tyre. Në pyetjen lidhur me rezervimet në internet, 80.6 përqind pohuan ta kenë këtë opsion. Rezervimet bëhen kryesisht nëpërmjet booking.com. Për të bërë krahasime me të dhënat nga viti 2017, shih figurën 15.

Figura 15: Akomodimet me restorante dixhitalizimi, 2017-2018 (në %)



3.2. Akomodimet (pa restaurante)

Struktura e përgjithshme

U 2018 godni od svih smeštaja dominirali su hoteli sa 47,5 procenata, zatim hosteli sNë vitin 2018, nga të gjitha akomodimet, hotelet mbizotërojnë me 47.5 përqind, pasuar nga bujtinat/hostelet me 18.2 përqind, apartamentet Airbnb me 17.2 përqind, shtëpitë/vilat/shtëpitë njëkatëshe malore (bungalow) me 14.1 përqind, dhe pjesa tjetër me 3.0 përqind. Për të bërë një krahasim me vitin 2017, shih figurën 16. Shumica dërmuese e këtyre akomodimeve gjenden në Prishtinë (51.5 përqind), në Pejë (24.2 përqind); dhe Ferizaj (5.1 përqind); shih figurën 17.

Figura 16: Akomodimet - lloji i akomodimeve 2017-2018 (në %)

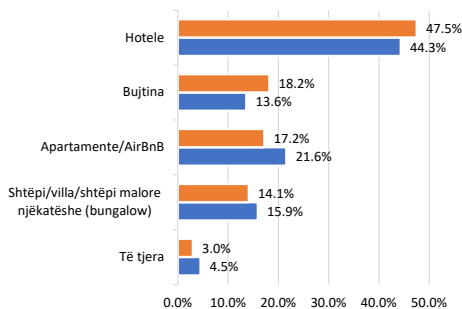
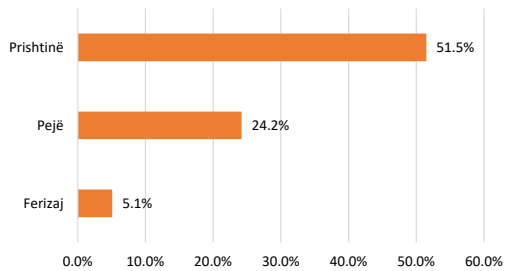


Figura 17: Akomodimet sipas lokacionit, 2018 (në %)



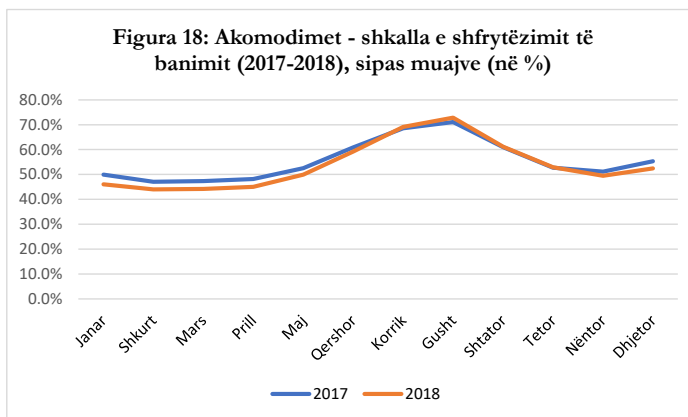
Numri i dhomave, çmimeve dhe shkalla e shfrytëzimit të banimit

Rezultatet e anketës tregojnë se në vitin 2018, mesatarisht akomodimet kishin 8.6 dhoma standarde njëshe dhe 8.3 dhoma standarde dyshe. Në të njëjtin vit, numri i përgjithshëm i dhomave standard njëshe dhe dyshe (të përshtatura për përfshirjen e të gjithë popullacionit) ishte 680 respektivisht 923 dhoma. Çmimi mesatar për një dhomë standarde njëshe sillej rreth 25.0 euro, ndërsa për një dhomë dyshe ishte 32.40 euro. Për informata më të detajuara në lidhje me numrin mesatar të dhomave dhe çmimeve, si dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, shih tabelën 5..

Tabela 5: Akomodimet - Numri mesatar dhe çmimi i dhomave standarde

		2017	2018
Dhoma standarde njëshe	Mesatarja (Mes.) # e homave	10.05	8.6
	Mes. e çmimeve (EUR)	27.3	25.0
	Totali # i dhomave	582	680
Dhoma standarde dyshe	Mesatarja (Mes.) # e homave	7.6	8.3
	Mes. e çmimeve (EUR)	31.7	32.4
	Totali # i dhomave	573	923
Dhoma standarde treshe	Mesatarja (Mes.) # e homave	3.0	4.7
	Mes. e çmimeve (EUR)	43.6	40.1
	Totali # i dhomave	127	263
Dhoma standarde katërshe	Mesatarja (Mes.) # e homave	1.9	5.3
	Mes. e çmimeve (EUR)	49.9	50.3
	Totali # i dhomave	70	127.3

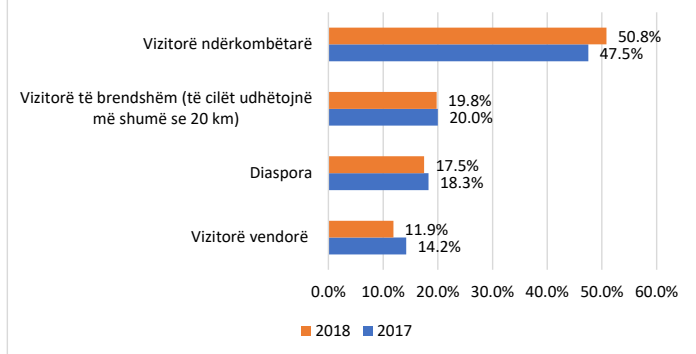
Në vitin 2018, norma e shfrytëzimit të banimit e kësaj kategorie ishte mesatarisht 53.9 përqind, me normën më të ulët që ndodhë në muajin shkurt (40.0 përqind) dhe norma më e lartë në muajin gusht (72.8 përqind). Për rezultate më të detajuara dhe për të bërë një krahasim me vitin 2017, shih figurën 18.



Përbërja e mysafirëve dhe sjellja e tyre

Të gjeturat tregojnë se në vitin 2018, vizitorët ndërkombëtarë (kryesisht nga Gjermania dhe SHBA-ja) përbënin gjysmën (50.8 përqind) e të gjithë vizitorëve në këto akomodime, vizitorët vendorë (me më shumë se 20 minuta udhëtim) përbënin 19.8 përqind; diaspora 17.5 përqind; vizitorët vendorë 11.9 përqind. Për t'i krahasuar të dhënat me vitin 2017, referojuni figurës 19. Numri mesatar i netëve të kaluara mesatarisht ishte 3.1 netë në vitin 2018, krahasuar me 3.2 netë në vitin 2017.

Figura 19: Akomodimet - përbërja e mysafirëve 2017-2018, sipas origjinës (në %)



64.6 %

Perspektiva rezulton të jetë pozitive; shumica ose (62.2 përqind) e akomodimeve pritet që punojnë ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’ në vitin 2019

Të hyrat dhe investimet

Të gjeturat e të hyrave tregojnë se në vitin 2018, 60.3 përqind e akomodimeve kanë operuar ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’ krahasuar me vitin 2017; 13.2 përqind kishin operuar ‘më keq’ ose ‘shumë më keq’; dhe 26.5 përqind nuk kanë pasur ndonjë ndryshim (shih figurën 20). Perspektiva rezulton të jetë pozitive; shumica ose (62.2 përqind) e akomodimeve pritet që punojnë ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’ në vitin 2019 (shih figurën 21).

Figura 20: Akomodimet - ndryshimi i qarkullimit në krahasim me vitin 2017 (në %)

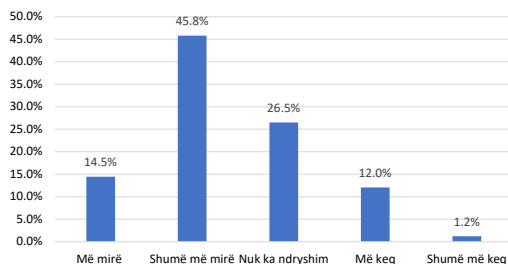
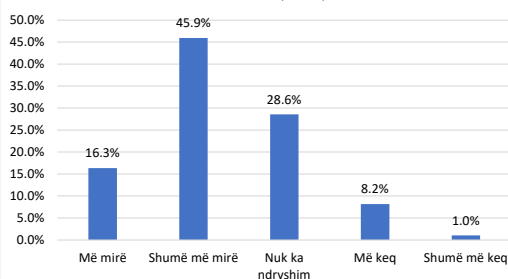
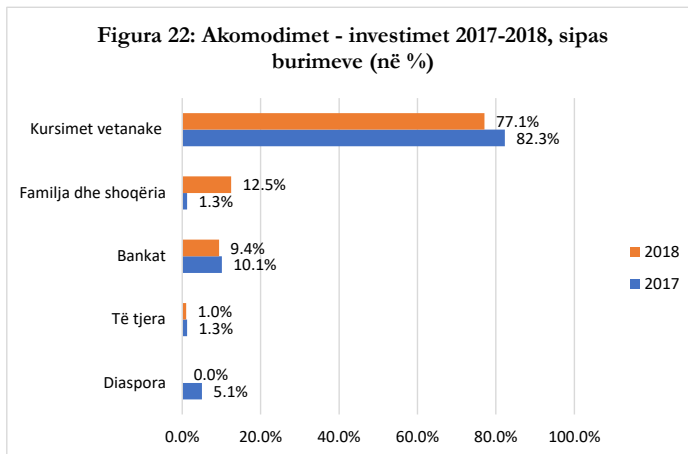


Figura 21: Akomodimet - pasqyra e të hyrave për vitin 2019 (në %)



Në përgjigje të pyetjes nëse kanë investuar në vitin 2018, shumica e tyre - 78.8 përqind (77.3 përqind në vitin 2017) kanë thënë ‘po’. Kapitali kryesisht buronte nga kursimet vetanake (77.1). Për të parë burimet e tjera të financimit dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, referojuni figurës 22. Një e gjetur tjetër pasqyron se 64.6 përqind planifikojnë të investojnë gjatë dy viteve të ardhshme.

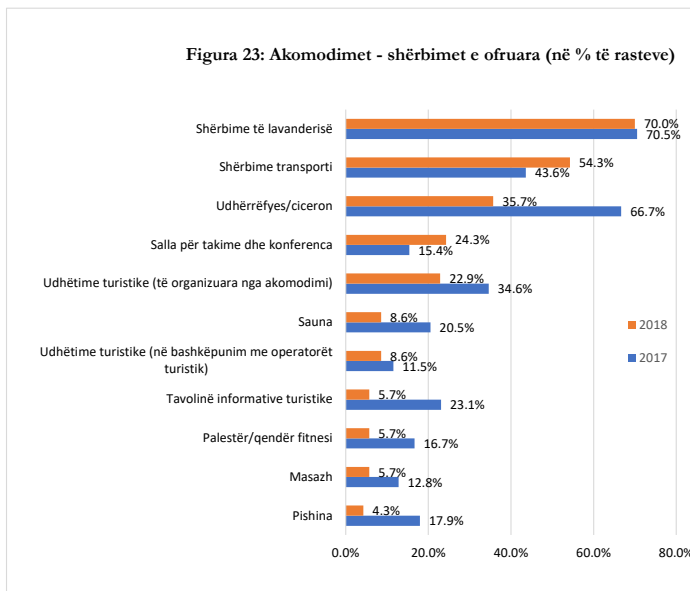
Figura 22: Akomodimet - investimet 2017-2018, sipas burimeve (në %)



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 2018. Të gjeturat tregojnë se shërbimet e lavanderisë (71.8 përqind), shërbimet e transportit (54.3 përqind) dhe shërbimet për udhëzues/ciceronë (35.7 përqind) ishin shërbimet më të zakonshme të ofruara nga akomodimet në vitin 2018. Për të parë shërbimet e tjera të ofruara në vitin 2018 dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, referojuni figurës 23.

Figura 23: Akomodimet - shërbimet e ofruara (në % të rasteve)



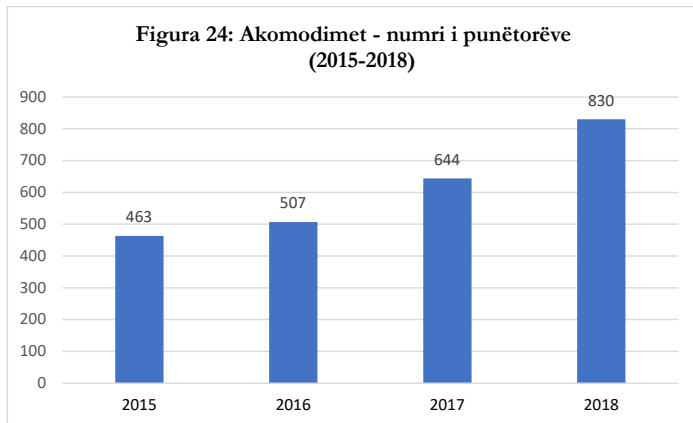
Të gjeturat tregojnë më tej se 41.8 përqind e akomodimeve kishin pako speciale (d.m.th. pako për fundjavë ose pushime), krahasuar me 49.4 përqind në vitin 2017.

41.8 %

Të gjeturat tregojnë më tej se 41.8 përqind e akomodimeve kishin pako speciale (d.m.th. pako për fundjavë ose pushime)

Punësimi

Të dhënat e punësimit tregojnë se nga viti 2015 deri në vitin 2018, numri i punëtorëve në akomodime (me përjashtim të apartamenteve Airbnb) ka shënuar një rritje prej 79 përqind, nga 463 punëtorë në 830 punëtorë (shih figurën 24) . Në anën tjetër apartamentet Airbnb kanë punësuar 668 punëtorë në vitin 2018, 201 punëtorë më shumë se në vitin 2017.



Më poshtë janë disa demografi të punësimit për akomodime në vitin 2018. Meshkujt përbëjnë shumicën (62.8 përqind) e të gjithë punëtorëve. Nga të gjithë punëtorët, vetëm 18.0 përqind punonin me orar të pjesshëm. Një zbrëthim i të dhënave sipas përkatësisë etnike, tregon se pothuajse të gjithë punëtorët ishin shqiptarë të Kosovës – 99.4 përqind. Sa i përket grupmoshave, ato/ata ndërmjet moshës 25-44 vjeçare përbënin shumicën e punëtorëve me 70.8 përqind. Për informata më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, shih tabelën 6.

Tabela 6: Demografia e punësimit (akomodime)

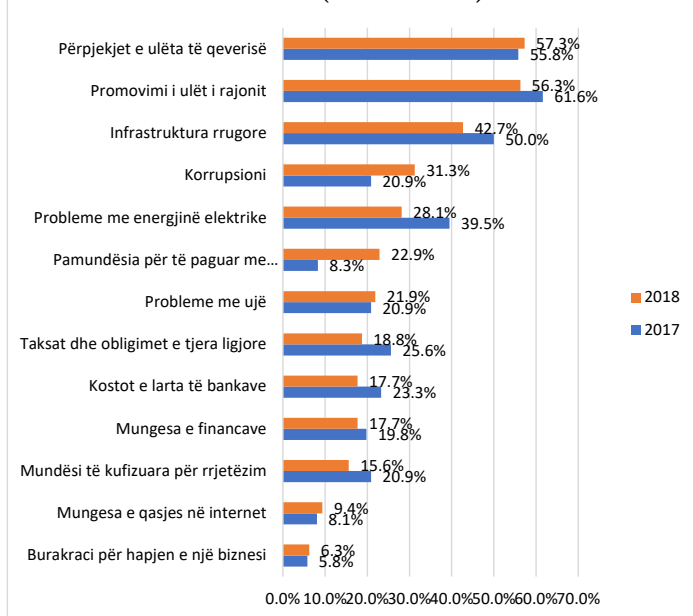
2017						
Gjinia	Burra			Gra		
	65.5%			34.4%		
Punë me orar të plotë vs. punë me orar të pjesshëm	Punë me orar të plotë (burrat)	Punë me orar të pjesshëm (burrat)	Punë me orar të plotë (gratë)	Punë me orar të pjesshëm (gratë)		
	51.4%	14.2%	28.9%	5.5%		
Përkatësia etnike	Shqiptarë të Kosovës	Serbë 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%

Kur janë pyetur nëse kanë ofruar trajnime në vitin 2018 (të ndryshme nga trajnimet e punës), 93.8 përqind (96.5 përqind në vitin 2017) kanë thënë “jo”. Për më tepër, shumica dërrmuese e akomodimeve 73.7 përqind (84.3 përqind) nuk kanë ofruar asnjë program për praktikë.

Barrierat e të bërit biznes

Akomodimet janë pyetur gjithashtu për të zgjedhur barrierat më shtrënguese të të bërit biznes në vitin 2018. ‘Përpjekjet e ulëta të qeverisë’ (57.3 përqind) promovimi i ulët i rajonit’ (56.3 përqind e të gjitha rasteve) dhe ‘infrastruktura rrugore’ (42.7 përqind) ishin perceptuar si barrierat më shtrënguese operative sipas akomodimeve. Kështu ka ndodhur edhe në vitin 2017. Për të parë barrierat e tjera e të të bërit biznes dhe për t’i krahasuar ato me vitin 2017, referojuni figurës 25.

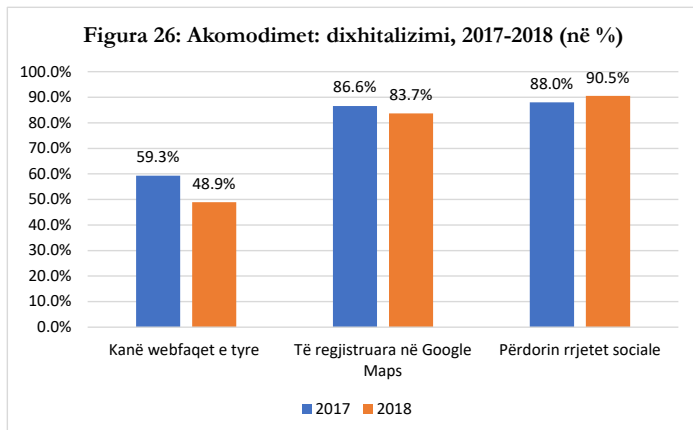
Figura 25: Akomodimet - pengesat e të bërit biznes 2017-2018 (në % të rasteve)



Dixhitalizimi

Të gjeturat e anketës tregojnë se afro gjysma e akomodimeve, 48.9 përqind e tyre kishin faqet e tyre të internetit. Shumica dërmuese ose 86.6 përqind ishin të regjistruar në Google Maps. Një përqindje më e lartë - 90.5 përqind, pohuan se përdorin mediat sociale për të promovuar akomodimin e tyre. Për të krahasuar të dhënat me vitin 2017, shih figurën 26.

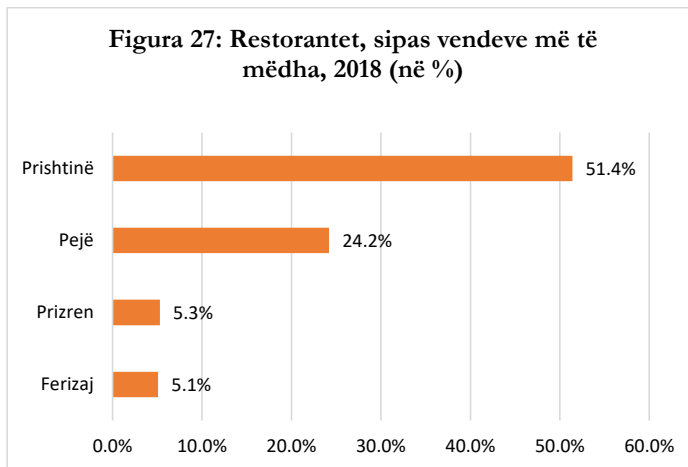
Figura 26: Akomodimet: dixhitalizimi, 2017-2018 (në %)



3.3. Restorantet

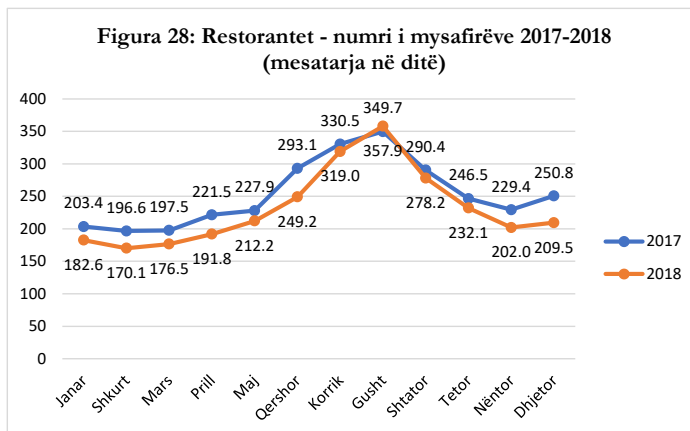
Struktura e Përgjithshme

Në vitin 2018, Prishtina mbizotëroi me 51.4 përqind të të gjitha restoranteve, pasuar nga Peja me (24.2 përqind), Prizreni me (5.3 përqind) dhe Ferizaji (5.1 përqind). Për të bërë krahasime me vitin 2017, shih figurën 27.

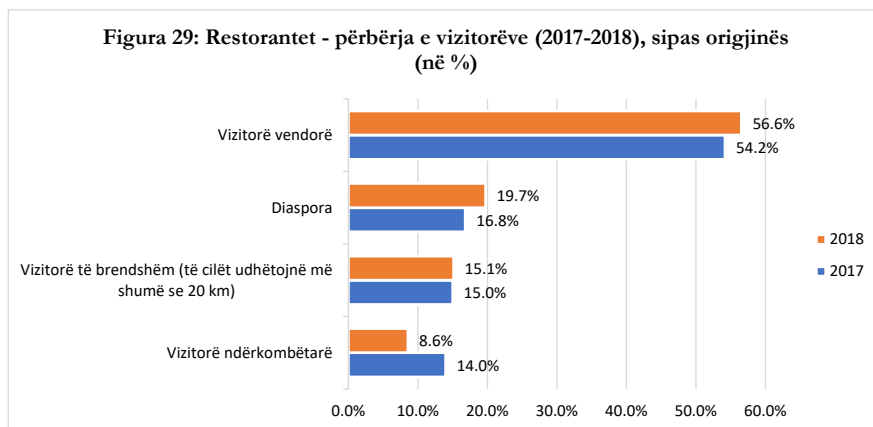


Mysafirët dhe sjellja e tyre

Të dhënat tregojnë se restorantet kishin mesatarisht 231.8 mysafirë në ditë në vitin 2018. Gjatë këtij viti, muajt më të ngarkuar ishin muaji korrik dhe muaji gusht, me një mesatare prej 319.0 respektivisht 357.9 mysafirë në ditë. Për më shumë informata dhe për të krahasuar mesataret me vitin 2017, referojuni figurës 28.



Të gjeturat tregojnë se 56.6 përqind e klientelës në restorante përbëhej nga vendorët; të tjerat përfshijnë diasporën me (19.7 përqind), vizitorët vendorë me (15.1 përqind) dhe vizitorët ndërkombëtarë me (8.6 përqind). Për të bërë krahasime me vitin 2017, shih figurën 29. Të dhënat për restorante tregojnë se në vitin 2018, 62.1 përqind (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 7.1 euro (7.2 euro në vitin 2017), ndërsa mesatarja grupit të fundit ishte 2.5 euro (1.9 euro në vitin 2017).

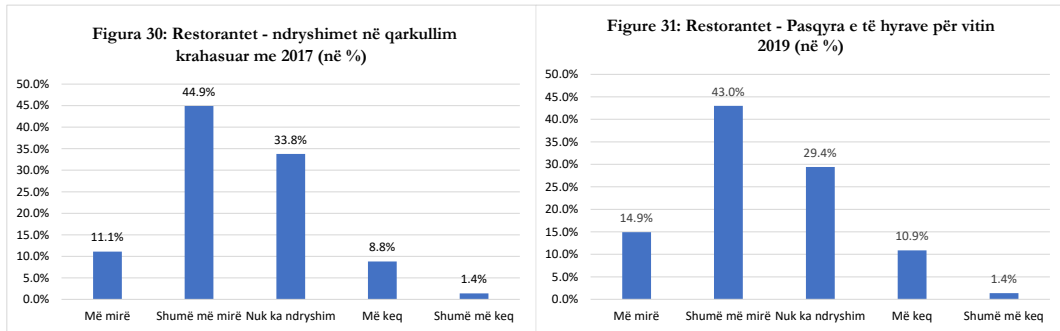


Të hyrat dhe investimet

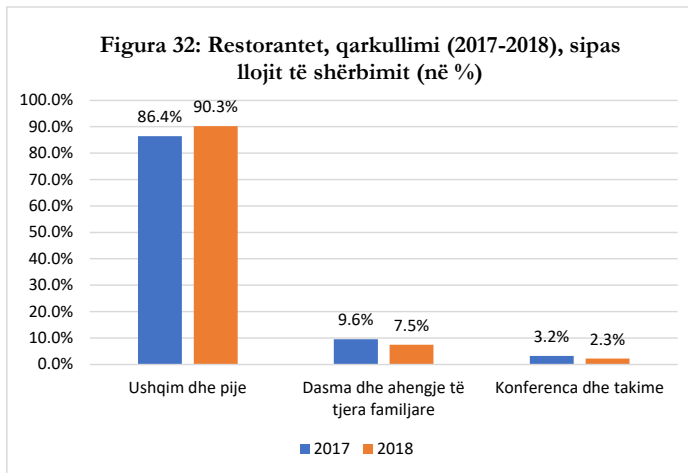
Në lidhje me pyetjen për ndryshimet në qarkullim në krahasim me vitin 2017, 56.0 përqind e restoranteve raportojnë të kenë performuar ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’; nga ana tjetër, 10.2 përqind e tyre deklarojnë se kanë përjetuar të kundërtën; pjesa tjetër thonë se nuk kanë përjetuar asnjë ndryshim në qarkullimin (shih figurën 30). Më shumë se gjysma e tyre (57.9 përqind) kanë pritur që viti 2019 të jetë ‘më i mirë’ ose ‘shumë më i mirë’, në krahasim me 12.3 përqind që kanë pritur të performojnë ‘më keq’ ose ‘shumë më keq’ (shih figurën 31). Pjesa e mbetur (29.4 përqind) deklaruan se qarkullimi do të jetë i njëjtë.

56.6 %

56.0 përqind e restoranteve raportojnë të kenë performuar ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’; nga ana tjetër

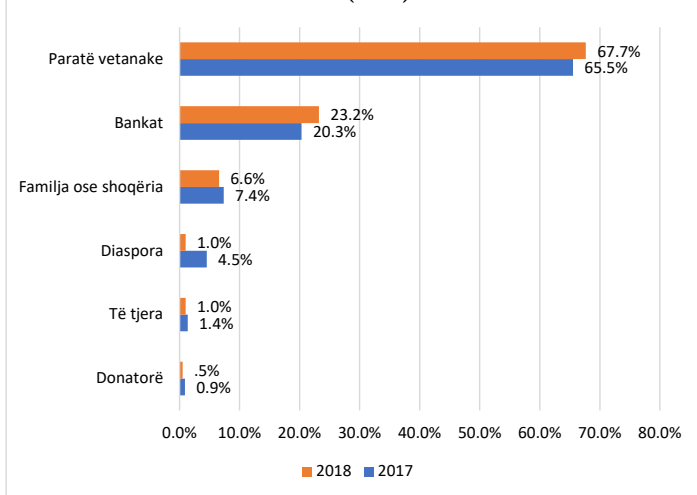


Një analizë e mëtejme mbi përbërjen e qarkullimit vjetor tregon se në vitin 2018, ushqimi dhe pijet përbënin burimin kryesor të të ardhurave për restorantet me 90.3 përqind, pasuar nga dasmat dhe ahengjet familjare me 7.5 përqind, konferencat dhe takimet me 2.3 përqind. Për të bërë krahasime me vitin 2017, shih figurën 32.



Nga të gjitha restorantet, 69.9 përqind pohuan se kanë bërë një lloj investimi në vitin 2018, krahasuar me 77.4 përqind në vitin 2017. Pak më pak, 61.5 përqind planifikuan të bëjnë një investim në dy vitet e ardhshme. Burimet më të rëndësishme të financimit në vitin 2018, ishin 'paratë vetanake (67.7 përqind). Për të parë burimet e tjera të financimit dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, shih figurën 33.

Figura 33: Restorantet - burimet e investimeve, 2017-2018 (në %)



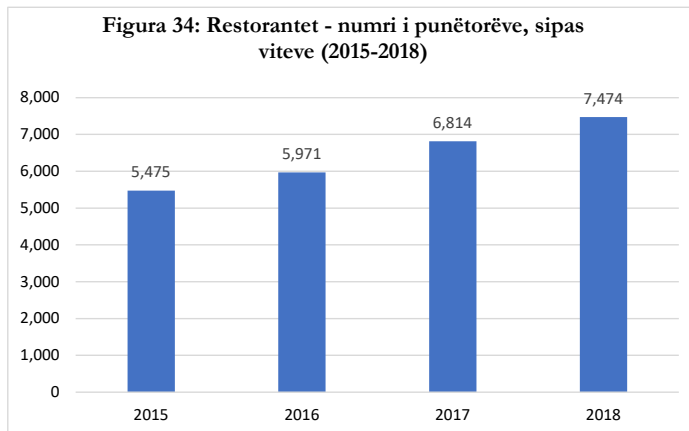
Shërbimet e ofruara

Përveç ofrimit të ushqimit dhe pijeve në restorant, 21.7 përqind e tyre kanë ofruar shërbime të shpërndarjes së ushqimit në vitin 2018, krahasuar me 36.0 përqind në vitin 2017. Më pak se një çerek, 24.1 përqind e restoranteve në vitin 2018, kanë ofruar hapësirë dhe shërbime për dasma dhe ahengje familjare, krahasuar me 26.2 përqind në vitin 2017. Numri mesatar i dasmave dhe ahengjeve familjare të organizuara të organizuara në vitin 2018 ishte 24.7, krahasuar me 22.7 në vitin 2017. Pjesëtarët e diasporës kosovare kanë qenë organizatorët më të shpeshtë që përbëjnë 46.3 përqind në vitin 2018 (58.5 përqind në vitin 2017). Kur restorantet janë pyetur nëse kanë ofruar produkte turistike komerciale në vitin 2018, shumica dërrmuese ose 98.2 përqind e tyre kanë thënë ‘jo’, krahasuar me 96.0 përqind në vitin 2017.

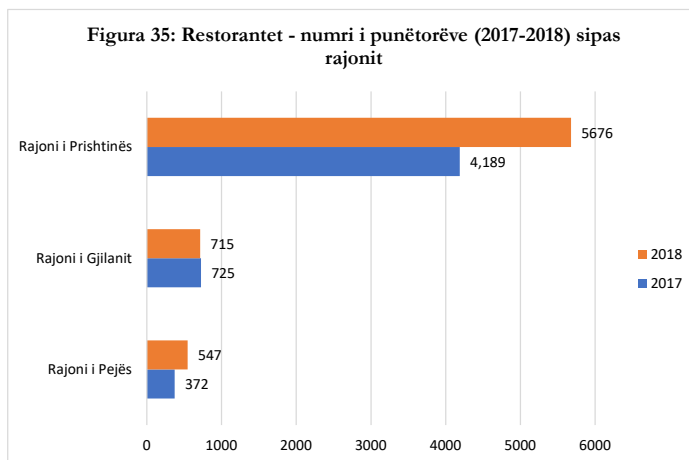
Punësimi

Të dhënat e punësimit për restorante, tregojnë se numri i përgjithshëm i të punësuarve ka shënuar një rritje prej 36.5, nga 5,475 në vitin 2015 në 7,474 në vitin 2018 (shih figurën 34) . 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.

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 (4,189 punëtorë) përbënte numrin më të madh të punëtorëve të punësuar në restorante në vitin 2018, pasuar nga Gjilani me (715) punëtorë dhe Peja me (547) punëtorë. Për të bërë krahasime me vitin 2017, referojuni figurës 35.



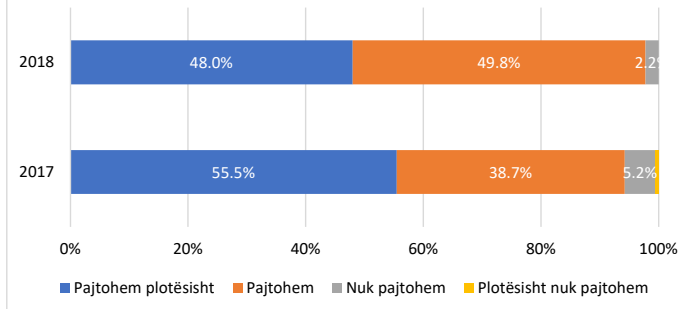
Më poshtë janë disa demografi të punësimit për restorante në vitin 2018. Nga të gjithë të punësuarit, pjesa dërrmuese ishin meshkuj – 78.7 përqind. Shumica e punëtorëve ose 82.1 përqind punonin me orar të plotë. Një përqindje e papërfillshme (1.8 përqind) përbëhej nga punëtorë jo-shqiptarë të Kosovës. Për më tepër, 11.5 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 78.0 përqind. Për më shumë informata dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, shih tabelën 7.

Table 4: Employment Demographics

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%

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”. Rezulton se 97.8 përqind ose ‘pajtohen plotësisht’ ose ‘pajtohen’ me deklaratën, ndërsa 2.2 përqind mendonin të kundërtën. Shih figurën 36, për të bërë krahasime me këtë deklaratë në vitin 2017. Ndoshta për shkak të kësaj, 86.6 përqind nuk kanë ofruar ndonjë trajnim tjetër përveçse trajnimin e punës në vitin 2018, krahasuar me 74.7 përqind në vitin 2017. Ngjashëm si në vitin 2017, në vitin 2018, 47.5 përqind e restoranteve kanë ofruar programe për praktikë.

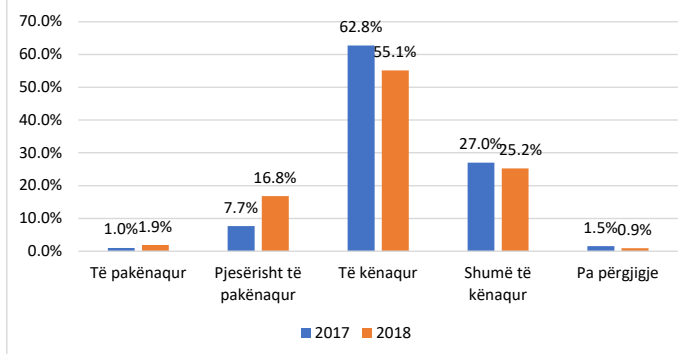
Figura 36: Restorantet - niveli i pajtueshmërisë për deklaratën e mëposhtme: "Punonjësit e mi kanë arsimim të mjaftueshëm për të përmbushur nevojat e punës". (në %)



Furnizimet

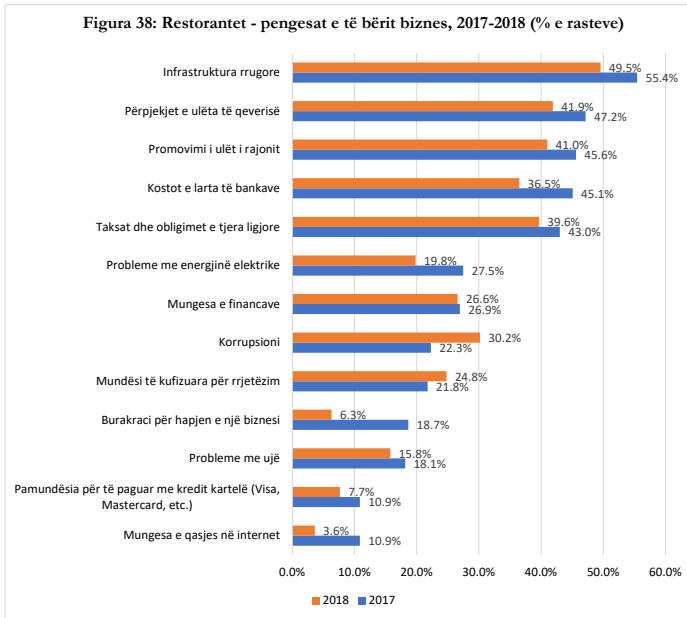
Në përgjigje të pyetjes lidhur me origjinën e furnizimeve në vitin 2018, 65.1 përqind e restoranteve besonin se ato kishin origjinë vendore, krahasuar me 59.0 në vitin 2017. Furnizimet për restorantet e tyre në vitin 2018 kryesisht bëheshin nga tregtarët e shumicë dhe në supermarkete. Një e gjetur tjetër, pasqyron se në përgjithësi restorantet kanë qenë të kënaqur me furnizuesit; 80.3 përqind e restoranteve deklaruan se kanë qenë ‘të kënaqur’ ose ‘shumë të kënaqur’ me furnizuesit e tyre në vitin 2018. Për më shumë informata mbi nivelin e kënaqshmërisë me furnizuesit si dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, referojuni figurës 37.

Figura 37: Restorantet - niveli i kënaqshmërisë me furnizuesit (në %)



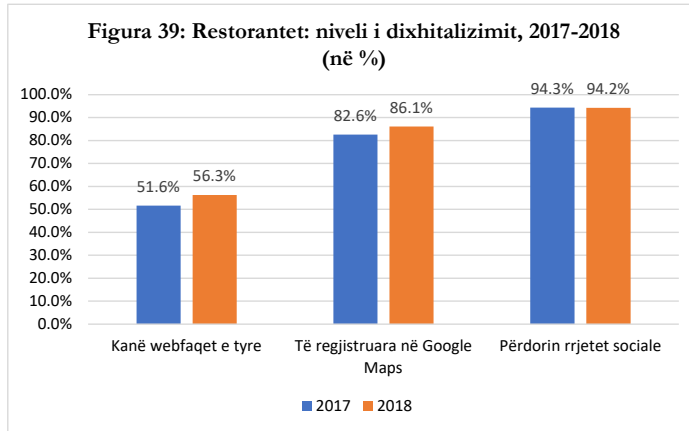
Barrierat e të bërit biznes

Barrierat e mundshme për të bërë biznes në vitin 2018, gjithashtu janë testuar edhe me restorante. Rezulton se “infrastruktura rrugore” (49.5 përqind e të gjitha rasteve), “përpjekjet e ulëta të qeverisë” (41.9 përqind) dhe “promovimi i ulët i rajonit” (41.0 përqind) janë konsideruar si pengesat më të rënda operuese nga të anketuarit. Këto kanë qenë pengesat kryesore në vitin 2017, gjithashtu. Për informata më të detajuara dhe për të bërë një krahasim me vitin 2017, shih figurën 38.



Dixhitalizimi

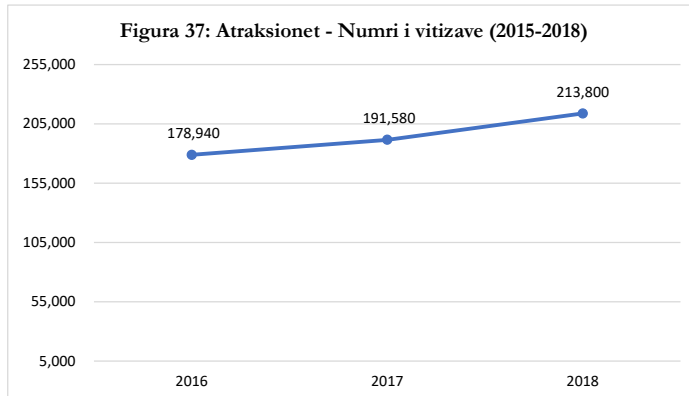
Mbi gjysma e restoranteve, 56.3 përqind kishin faqet e tyre të internetit në vitin 2018, përderisa 86.1 përqind ishin të regjistruara në Google Maps. Një përqindje më e lartë (94.2 përqind) përdornin mediat sociale për të promovuar shërbimet e tyre. Për të bërë krahasime me të dhënat e vitit 2017, shih figurën 39.



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 178,940 vizitorë në vitin 2016 në 213,800 vizitorë në vitin 2018 (shih figurën 40). 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 2018, struktura e vizitorëve dominohej nga vizitorët ndërkombëtarë me 41.9 përqind, pasuar nga diaspora me 29.2 përqind dhe vizitorët vendorë (ata që udhëtojnë më shumë se 20 km) me 28.9 përqind. Për të bërë një krahasim me vitin 2017, shih figurën 41. Një analizë e mëtejme e të gjeturave tregon se gjermanët, shqiptarët dhe turqit përbënin shumicën e vizitorëve në vitin 2018 (për të bërë krahasime me vitin 2017, shih figurën 42).

Figura 41: Atraksionet - përbërja e vizitorëve, 2017-2018, sipas origjinës (në %)

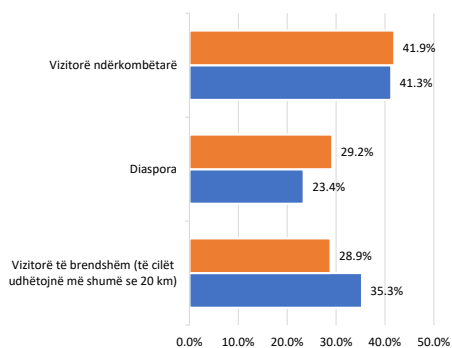
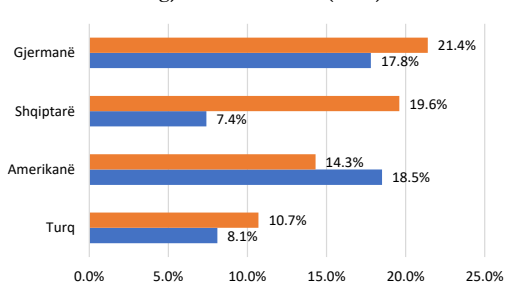


Figura 42: Atraksionet (2017-2018), sipas origjinës së vizitorëve (në %)



Lokacioni dhe çmimet

Në vitin 2018, shumica e atraksioneve turistike në Kosovë ishin të përqendruara në Prizren, Prishtinë dhe Pejë, secila prej tyre përbëhej nga 21.4 përqind të vizitorëve, shih figurën 43. Çmimet mesatare dallonin varësisht nga lloji i atraksioneve turistike: aventurat - 20 euro; atraksionet natyrore - 5 euro; vizitat e objekteve të trashëgimisë kulturore dhe fetare - 1.4 euro. Për të bërë krahasime me vitin 2017, shih figurën 44.

Figura 43: Atraksionet, nga pesë lokacionet më të mëdha, 2017-2018 (në %)

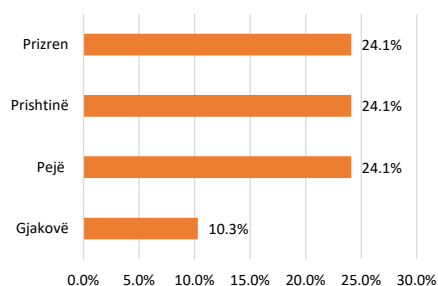
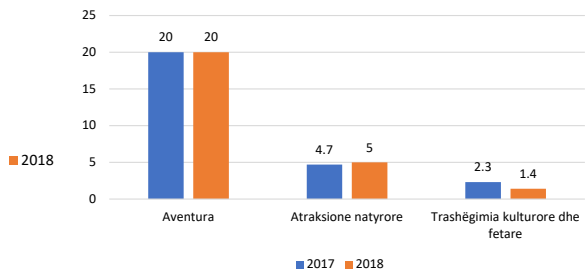


Figura 44: Çmimet mesatare, sipas llojit të atraksionit, 2017-2018 (në euro)



Të hyrat

Krahasuar me vitin 2017, 52.4 përqind e atraksioneve turistike kanë performuar ‘shumë më mirë’ ose ‘më mirë’, ndërsa për pjesën tjetër performanca ka qenë e njëjtë. Për më tepër, 66.7 përqind presin të performojnë ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’ në vitin e ardhshëm. 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

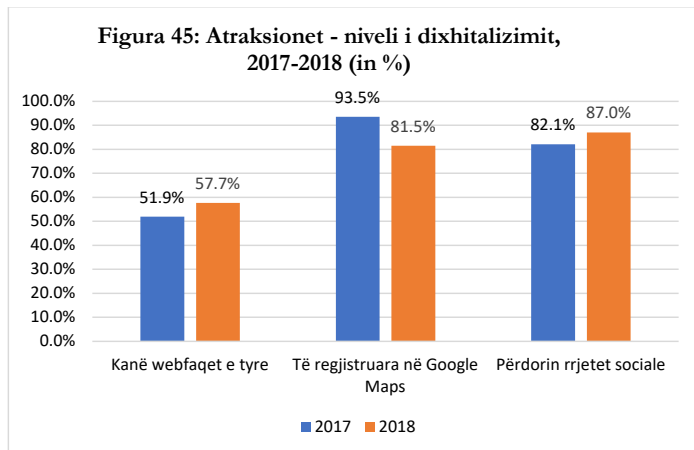
Në vitin 2018, atraksionet ishin dominuar nga punëtorët meshkuj me 73.6 përqind. Një e treta e tyre (60 përqind) punonin me orar të plotë. Nga komunitetet jo-shumicë, serbët e Kosovës dominonin me 13.2 përqind. Ngjashëm me restorantet, shumica e punëtorëve (69.6 përqind) i përkasin moshës 15-34 vjeçare. Për rezultate më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitin 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 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)
	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 me orar të pjesshëm	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)		Full-Time (Women)		Full-Time (Women)
	47.8%		8.0%		33.6%		10.6%
Përkatësia etnike	Punë me orar të plotë (burrat)		Punë me orar të pjesshëm (burrat)		Punë me orar të plotë (gratë)		Punë me orar të pjesshëm (gratë)
	96.4%		0.0%		0.9%		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%	

Dixhitalizimi

Të gjeturat tregojnë se 57.7 përqind e atraksioneve kishin faqet e tyre të internetit në vitin 2018. Ndërsa 81.5 përqind e të gjitha atraksioneve ishin të regjistruara në Google Maps. Për më tepër, 87.0 përqind pohuan se kanë përdorur rrjetet sociale për qëllime promovionale. Për të bërë krahasime me vitin 2017, shih figurën 45.



3.5. Operatorët turistikë Turnetë dhe çmimet

Në vitin 2018, 51.6 përqind e operatorëve turistikë 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 56.5 përqind në vitin 2017. Pjesa tjetër e operatorëve turistikë kanë punuar vetëm me turistë nga jashtë që vijnë në Kosovë. Numri i përgjithshëm i turneve/udhëttimeve të shitura në vitin 2018 ishte 1,326 (525 turne në vitin 2017) me një mesatare të njerëzve prej 14.8 përqind për turne (17.4 njerëz për turne në vitin 2017). Çmimi mesatar në vitin 2018, arrinte në 185.8 euro (299.0 në vitin 2017).

Punësimi

Më poshtë janë disa demografi të punësimit për operatorët turistikë në vitin 2018. Të gjeturat tregojnë se 69.9 përqind e punëtorëve tek operatorët turistikë ishin meshkuj. Vetëm rreth gjysma e tyre punonin me orar të plotë. Shqiptarët e Kosovës përbënin 95.3 përqind të të gjithë punëtorëve. Ato/ata ndërmjet moshës 15 dhe 34 vjeçare përbënin shumicën e punëtorëve me 78.9 përqind. Për më shumë informata si dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, shih tabelën 9.

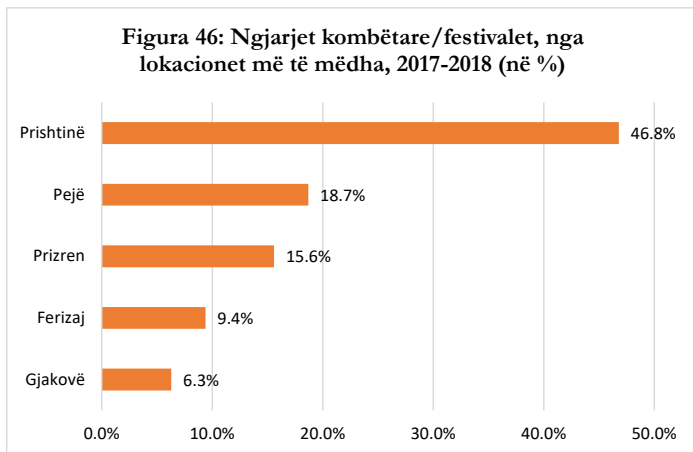
Tabela 9: Demografia e punësimit (Operatorët turistikë)

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%

3.6. Ngjarjet kombëtare/festivalet

Të dhënat e përgjithshme

Në vitin 2018, shumica e ngjarjeve kombëtare/festiveleve ishin të përqendruara në Prishtinë me (46.8 përqind), në Pejë me (18.7 përqind) dhe në Prizren me (15.6 përqind). Për më shumë informata, referojuni figurës 46.



Numri i vizitorëve dhe karakteristikat e tyre

Organizatorët e intervistuar për ngjarje/festivele kanë regjistruar një trend pozitiv gjatë tre viteve të fundit, me numrin në rritje të vizitorëve nga 19,291 vizitorë në vitin 2016 në 26,271 vizitorë në vitin 2018 (shih figurën 47). Këto vlera duhet të interpretohen me kujdes sepse tregojnë vetëm trendin, jo numrin e përgjithshëm të vizitorëve në vend. Në vitin 2018, klientela e përgjithshme dominohej nga vizitorët vendorë me 48.1 përqind, pasuar nga vizitorët e brendshëm me 23.2 përqind, vizitorët ndërkombëtarë me 16.6 përqind dhe diaspora me 12.1 përqind. Për të bërë krahasime me vitin 2017, shih figurën 48.

Figura 47: Ngjarjet kombëtare/festivalet - numri i vizitorëve (2016-2018)

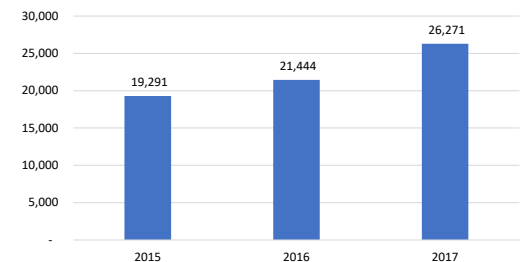
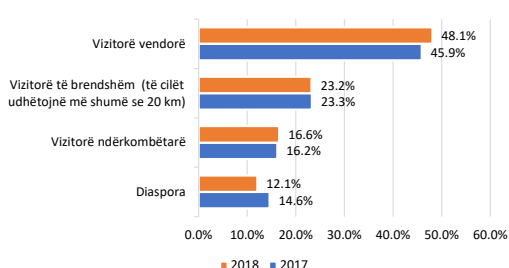


Figura 48: Ngjarjet kombëtare/festivalet - vizitorët (2017-2018), sipas origjinës (në %)

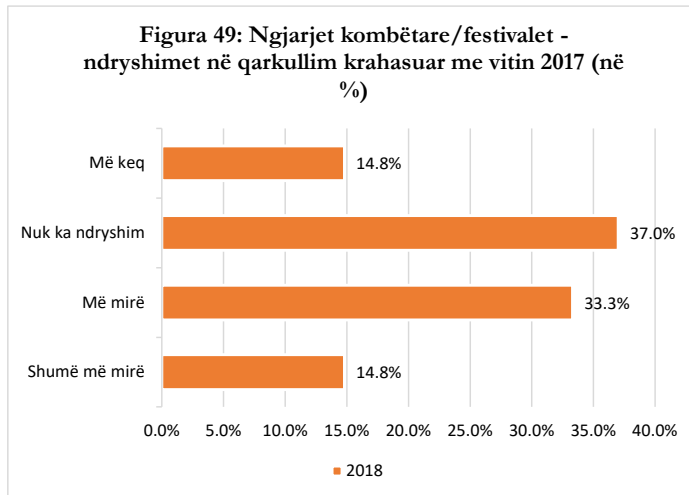


Çmimet

Çmimi mesatar i biletës për një festival në vitin 2018 ishte mesatarisht 6.8 euro, krahasuar me 6 euro sa ishte në vitin 2017. Kur përfaqësuesit e ngjarjeve/festivele janë pyetur për shpenzimet mesatare të vizitorëve për një natë në vitin 2018, përfaqësuesit e ngjarjeve/festivele kanë thënë se shpenzimet janë rreth 14.9 euro, krahasuar me 19.5 euro në vitin 2017.

Të hyrat

Të dhënat e të hyrave tregojnë se në vitin 2018, 48.1 përqind e organizatorëve të ngjarjeve/festivele kanë performuar ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’ krahasuar me vitin 2017; krahasuar me 21.4 përqind që kanë performuar ‘më keq’; ndërsa për 37.0 përqind performanca ka qenë performancë e njëjtë, shih figurën 49..



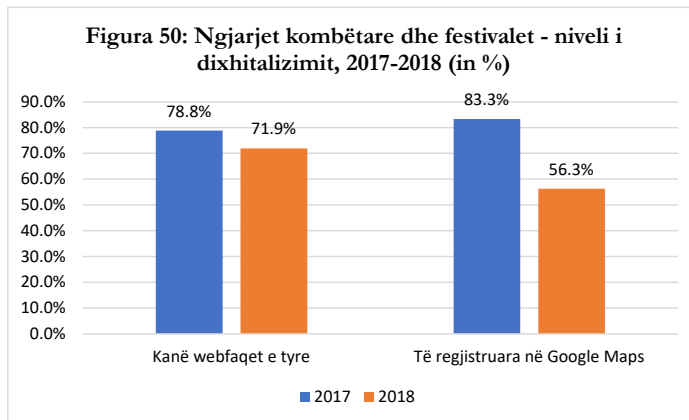
Shumica e të punësuarve (70.6 përqind) për ngjarje kombëtare dhe festivale në vitin 2018 ishin meshkuj. Përqindja e atyre që punonin me orar të pjesshëm ishte relativisht e lartë në vitin 2018, duke arritur në 62.0 përqind. Punëtorët jo shqiptarë të Kosovës përbënin një përqindje të papërfillshme në këtë periudhë (3.9 përqind). Ato/ata ndërmjet moshës 15-35 vjeçare dominonin duke përbërë 94.4 përqind të të gjithë punëtorëve. Për më shumë informata dhe për të bërë krahasime me vitin 2017, shih tabelën 10.

Tabela 10: Demografia e punësimit (Ngjarjet / festivalet)

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%

Dixhitalizimi

Të gjeturat mbi dixhitalizimin tregojnë se 78.8 përqind e tyre kishin faqet e tyre të internetit. Për më tepër, 83.3 përqind e të gjitha ngjarjeve/festiveleve ishin regjistruara në Google Maps. Për të bërë krahasime me vitin 2017, referojuni figurës 50..



4. Ndikimi ekonomik

Kjo pjesë shqyrton ndikimin ekonomik të akomodimeve, apartamenteve Airbnb dhe restoranteve në vitin 2018 si dhe krahason rezultatet e përgjithshme me vitin 2017. 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 2018 arrijnë në 42.3 milion euro. Qasje e njëjtë është përdorur edhe për apartamente Airbnb. Të ardhurat e vlerësuara sipas kësaj kategorie të akomodimit arrijnë në 7.4 milion euro. Për më shumë informata mbi hapat kryesorë të qasjes, shih tabelën 11 dhe 12.

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

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

Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
479,610	754,090	154,030	40,150	42,705	55,845

(b) Shkalla mesatare e banimit (%)

49.2%

(c) Numri i dhomave - netëve të banuara në vit (a * b)

Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
235,805	370,756	75,730	19,740	20,996	27,457

(d) Proporcioni i dhomave - netëve të zëna nga vizitorët vendorë (%)

11.85%

(e) Numri i dhomave - netëve të zëna në vit, duke përfshirë vizitorët vendorë (c-d)

Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
207,862	326,822	66,756	17,401	18,508	24,203

(f) Mesatarja e çmimeve (€) **

Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
37.3	43.9	49.1	62.7	93.4	143.0

(g) Të hyrat e vlerësuara të akomodimit nga mostra (€) Σ (e*f)

31,656,250

(h) Faktori Bruto/koeficienti

1.3388

(i) Të hyrat e vlerësuara në sektorin e akomodimit (€) (g * h)

42,384,201

Tabela 12: Ndikimi ekonomik - apartamentet Airbnb

(a) Numri i dhomave në dispozicion – netëve në vit*					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
6205	4380	365	730	2,920	1825
(b) Shkalla mesatare e banimit (%)					
59.71%					
(c) Numri i dhomave - netëve të banuara në vit (a * b)					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
3667	2588	217	436	1,758	1090
(d) Proporcioni i dhomave - netëve të zëna nga vizitorët vendorë (%)					
5.2%					
(e) Numri i dhomave - netëve të zëna në vit, duke përfshirë vizitorët vendorë (c-d)					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
3476	2437	207	413	1666	1033
(f) Mesatarja e çmimeve (€) **					
Dhoma njëshe	Dhoma dyshe	Dhoma treshe	Dhoma katërshe	Villa	Të tjera
33.5	37.8	35	60	76.6	53
(g) Të hyrat e vlerësuara të akomodimit nga mostra (€) Σ (e*f)					
422,753					
(h) Faktori Bruto/koefficienti					
17.647					
(i) Të hyrat e vlerësuara në sektorin e akomodimit (€) (g * h)					
7,460,332					

4.2.Restorantet

Ngjashëm me rastin e akomodimeve, numri i vizitave të klientëve në vitin 2018 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 njëerë anë, dhe çmimi mesatar vetëm i 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 2018, me një vlerë prej 140.7 milion euro..

Tabela 13: Ndikimi ekonomik - restorantet

(a) Numri i vizitave të klientëve në vit	
22,869,151	
(b) Proporcioni i klientëve vendorë (%)	
53.3%	
(c) Numri i vizitave të klientëve në vit, duke përfshirë vizitorët vendorë (a-b)	
10,685,391	
(d) Kontributi i ushqimit dhe pijeve në të hyrat e përgjithshme (%)	
Ushqim dhe pije	Vetëm pijet
60%	40%
(e) Mesatarja e çmimeve (€)	
Ushqim dhe pije	Vetëm pijet
7.6	2.5
(f) Të hyrat totale të vlerësuara nga mostra (€) (c*d*e)	
Ushqim dhe pije	Vetëm pijet
48,519,726	10,902,649
(g) Faktori Bruto/koeficienti	
2.368	
(h) Të hyrat e vlerësuara në sektorin e restoranteve (€) (f*g)	
140,712,183	

4.3. Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara dhe punësimi

Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara të tri kategorive, përkatësisht kategoria e akomodimeve, Airbnb-së dhe e restoranteve në vitin 2018, ka shënuar rritje me rreth 41 përqind krahasuar me vitin 2017, nga 134.5 milion euro në 190.5 milion euro. Rritja më e dukshme është vërejtur në restorante me 52.1 përqind. Për informata më të detajuara, shih tabelën 13.

Tabela 13: Të hyrat e vlerësuara (në €), 2017-2018

Viti	Akomodimet	Apartamentet Airbnb	Restorantet	Totali
2017	35,864,209	6,249,743	92,466,230	134,580,182
2018	42,384,201	7,460,332	140,712,183	190,556,716

Numri i përgjithshëm i punëtorëve në krahasim me vitin 2017 ka shënuar rritje prej 13.8 përqind, nga 9,904 punëtorë në 11,274 punëtorë (shih figurën 51).

