

N



PROMOTING
PRIVATE SECTOR
EMPLOYMENT

RESULTS OF

**WESTERN
KOSOVO TOURISM
EXIT SURVEY**

For Promoting Private
Sector Employment
Programme

S

**Përpiluar nga:
INSTITUTI RIINVEST &
PROMOTING PRIVATE
SECTOR EMPLOYMENT**



**Faqosja dhe dizajni:
Faton Selani**

**Publikuar nga:
INSTITUTI RIINVEST**
Lidhja e Prizrenit nr. 42
Prishtinë 10000, Republika e Kosovës
Tel: + 381(0)38 244320; 223816
www.riinvestinstitute.org

PËRMBAJTJA

1. Qëllimi i Studimit	7
2. Kufizimet e studimit, sfidat e ballafaquara, mësimet e nxjerra	7
3. Metodologjia	8
3.1 INFORMATA TË PËRGJITHSHME	8
3.2 PROFILI I RESPONDENTËVE DHE VENDET E TYRE TË ORIGJINËS	9
3.2.1 PROFILI I TURISTËVE VENDORË	9
3.2.2 PROFILI I TURISTËVE NGA DIASPORA	9
3.2.3 PROFILI I TURISTËVE NDËRKOMBËTARË	10
3.2.4 PROFILI I TË GJITHË TURISTËVE ME QËNDRIM EDHE GJATË NATËS (VENDORË, NGA DIASPORA DHE NDËRKOMBËTARË)	11
3.2.5 PROFILI I VIZITORËVE DITORË NDËRKOMBËTARË	11
3.2.6 PROFILI I VIZITORËVE DITORË VENDORË	12
3.2.7 PROFILI I VIZITORËVE DITORË SË BASHKU (VIZITORËT DITORË VENDORË DHE NDËRKOMBËTARË)	12
3.3 RËNDËSIA E SECILËS KARAKTERISTIKË NË VENDIMIN PËR VIZITË	13
3.4 BURIMI KRYESOR I INFORMATAVE	17
3.5 GRUPET E UDHËTIMEVE DHE ARANZHIMET E UDHËTIMEVE	18
3.6 NIVELET E SHPENZIMEVE	20
3.7 LLOJI I TRANSPORTIT I SHFRYTËZUAR NGA SECILA NËNKATEGORI E TURISTËVE (NË %)	23
3.8 ATRAKSIONET E VIZITUARA DHE AKTIVITETET E BËRA	25
3.8.1 ATRAKSIONET E VIZITUARA (NË %)	25
3.9 AKTIVITETET E BËRA (NË %)	26
4. Nivelet e kënaqshmërisë	27
4.1 NIVELI I KËNAQSHMËRISË ME RESTORANTE (NË %)	27
4.2 NIVELI I KËNAQSHMËRISË ME AKOMODIM	29
4.3 NIVELI I KËNAQSHMËRISË ME GUDIAT E EKSKURSIONEVE.....	39
4.4 KËNAQSHMËRIA ME ASPEKTET TJERA TË QËNDRIMIT TË TYRE NË KOSOVËN PERËNDIMORE	41
5. Kënaqshmëria e përgjithshme e konsumatorëve	45
6. Analiza gjinore	46

1. Qëllimi i Studimit

Qëllimi i përgjithshëm i Studimit, në komunat Pejë, Deçan dhe Junik, me vizitorët ditorë në largim dhe turistët e kohës së lirë në largim në kulmin e zezonës verore, ishte që të vlerësohen profilet e turistëve, motivimi, aktivitetet, shpenzimet dhe niveli i kënaqësisë me qëndrimin e tyre në Kosovë. Është e rëndësishme për industrinë e turizmit dhe zyrtarët e turizmit që të kanë qasje në të dhënat aktuale lidhur me industrinë e tyre. Të dhënat nga studimi do të jenë të vlefshme për Organizatën për Menaxhim të Destinacionit (OMD), politikë bërësit, ofruesit e shërbimeve të turizmit dhe operatorët e ekskursioneve dhe udhëtimeve në zonën e destinacionit. Rezultatet do të përdoren gjatë proceseve të planifikimit strategjik dhe do të u ofrojnë informata politikë bërësve lid-

hur me ndikimin ekonomik të turizmit në komunat përkatëse. Objektivat specifike të studimit ishin matja e motivimit fillestar për të vizituar destinacionin dhe nivelin e të hollave të shpenzuara gjatë vizitës për akomodim, ushqim, transport, atraksione turistike dhe blerje. Përveç kësaj, një cak tjetër i rëndësishëm ishte marrja e informatave lidhur me nivelin e kënaqshmërisë me akomodimin, atraksionet e aktivitetet, dhe nëse ata do t'i rekomandonin Kosovën përëndimore dikujt tjetër. Studimi është paraparë të përsëritet rregullisht çdo vjet në mënyrë që t'u mundësojë OMD-ve dhe politik bërësve që të masin ndryshimet gjatë kohës dhe të përshtatin strategjinë e tyre.

2. Kufizimet e studimit, sfidat e ballafaquara, mësimet e nxjerra

Për çdo studim, është e rëndësishme të dihet numri i popullatës në mënyrë që të caktohet mostra reprezentuese dhe të kihet të dhëna të besueshme. Një prej kufizimeve në kryerjen e këtij studimi ishte mungesa e të dhënave. Aktualisht në Kosovë nuk ka në dispozicion të dhëna lidhur me numrin e turistëve që vizitojnë Kosovën apo edhe për rastin e destinacionit të Bjeshkëve të Nemuna. Për shkak të mungesës së statistikave lidhur me numrin e turistëve që vizitojnë zonën e destinacionit, mungonin edhe shifrat lidhur me popullimin. Kështu, për të krijuar një pasqyrë fillestare për destinacionin, është dashur të përfshihen edhe vizitorët vendorë edhe ata ndërkombëtarë. Veç kësaj, për qëllime të studimit vizitorët janë ndarë në dy grupe kryesore: 1) vizitorët ditorë dhe 2) vizitorët që qëndrojnë edhe natën. Si rregull e përgjithshme është vendosur që nga secili grup të përfshiheshin së paku 100 vizitorë, d.m.th. gjithsej 200 respondentë. Kjo do të thotë se janë përzgjedhur një numër i kufizuar i personave si mostër për të përfaqësuar të gjithë turistët vizitues gjatë kohës kur është kryer studimi. Madhësia e mostrës prej 200 respondentëve është konsideruar si kompromis i arsyeshëm ndërmjet nivelit minimal të saktësisë dhe kufizimeve buxhetore, pasi që, siç është theksuar më parë, OMD-ja do të bëjë këto studime në të ardhmen vetëm.

Një sfidë e hasur nga anketuesit ishte gjetja e vizitorëve ditorë ndërkombëtarë. Meqenëse është kohë vere, shumica e vizitorëve ditorë ndërkombëtarë vizitojnë vendet në afërsi si Shqipëria, Mali i Zi dhe Greqia. Rrjedhimisht, janë intervistuar 36 respondentë në vend të 50. Përveç kësaj, sipas një operatori ekskursionesh në Pejë, shumica e turistëve ndërkombëtarë që qëndrojnë gjatë natës, vizitojnë këtë vend gjatë qershorit (studimi është kryer në muajt korrik dhe gusht).

Mësimet e nxjerra përfshijnë: (i) fillimin e implementimit të studimit në qershor pasi që turistët ndërkombëtarë që qëndrojnë gjatë natës vizitojnë vendin gjatë atij muaji; (ii) duhet alokuar më shumë kohë për përfundimin e studimit pasi që vetëm një 1 anëtar lejohet të plotësojë pyetësorin për grupin prej 6 turistëve (së paku 3 muaj) dhe (iii) disa pyetje duhen riformuluar posaçërisht pyetjet lidhur me qytetet dhe vendet e vizituara para se të vihej në zonën e destinacionit.

3. Metodologjia

Pjesa në vijim do të paraqesë informata lidhur me metodologjinë e studimit, profilin e respondentëve, vetitë që janë më të rëndësishme për vendimin për të vizituar, nivelin e shpenzimeve, llojin e transportit të shfrytëzuar nga respondentët, atraksionet që janë vizituar dhe aktivitetet e kryera.

3.1. INFORMATA TË PËRGJITHSHME

Për qëllime të këtij studimi vizitorët janë ndarë në dy grupe kryesore: 1) vizitorët ditorë dhe 2) turistët që qëndrojnë gjatë natës; dhe pesë kategori kryesore: vizitorë ditorë vendorë, vizitorë ditorë ndërkombëtarë, turistë vendorë me qëndrim gjatë natës, turistë nga diaspora me qëndrim gjatë natës dhe turistë ndërkombëtarë me qëndrim gjatë natës. Duke marrë parasysh pozitën dhe ofertat turistike të destinacionit Bjeshkët e Nemuna si dhe resurset e limituara, studimi është fokusuar vetëm në vizitorët me qëllim të kalimit të kohës së lirë. Meqenëse ky është studimi i parë, është vendosur që ky të kryhet gjatë korrikut dhe gushtit, periudhë e njohur si kulmi i sezonit veror. Intervistat janë bërë çdo ditë të javës pasi që ishte koha e pushimeve verore. Anketuesit ishin udhëzuar që të intervistonin vizitorët gjatë fundit të qëndrimit të tyre, pasi që qëllimi i studimit ishte që të merren perceptimet. Intervistat janë bërë çdo ditë të javës pasi që ishte koha e pushimeve verore. Anketuesit ishin udhëzuar që të intervistonin vizitorët gjatë fundit të qëndrimit të tyre, pasi që qëllimi i studimit ishte që të merren perceptimet lidhur me nivelin e kënaqshmërisë së tyre. Kështu, vizitorët ditorë janë intervistuar pasdite, ndërsa turistët me qëndrim edhe natën janë intervistuar gjatë ditës së fundit të qëndrimit të tyre. Respondentët që nuk u janë përshtatur asnjërës kategori nuk janë përfshirë në ekzaminim me pyetësorin ekzaminues që është plotësuar nga anketuesit, i cili ka përfshirë pyetje që përshkruajnë qartë se kush duhet intervistuar e kush jo. Grupet që nuk duhej ekzaminuar ishin: personat vendorë që jetojnë në zonën e destinacionit, personat në udhëtime qëllimi kryesor i të cilëve nuk ishte kalimi i kohës së lirë/kënaqësia, personat që nuk kalojnë së paku një ditë në zonën e destinacionit të Bjeshkëve të Nemuna (p.sh. udhëtarët transit që ndalojnë shkurtimisht në një apo dy vende) dhe personat nën 18 vjeç. Për grupet me 2 deri 6 anëtarë vetëm 1 person nga ata ishte lejuar që të plotësojë pyetësorin. Për grupet me 7 e më shumë anëtarë, janë lejuar më së shumti 2 persona që të plotësojnë pyetësorin. Vizitorët ditorë gjendeshin tek atraksionet turistike kryesore siç janë Manastiri i Deçanit, Patriarkati i Pejës, muzetë, qendrat informative për vizitorë në Pejë dhe Junik si dhe në restorantet/kafiteritë më të frekuentuara në zonat malore. Turistët me qëndrim gjatë natës gjendeshin në largim/nisje nga ofruesit e shërbimeve të akomodimit siç janë hotelet, bujtinat në vende malore dhe vilat. Anketuesit kanë shkruar në faqen e parë të pyetësorit se ku i kanë intervistuar respondentët.

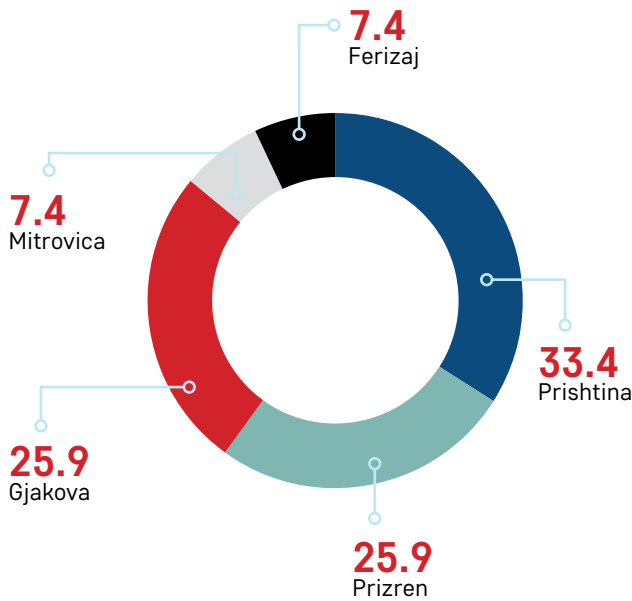
3.2. PROFILI I RESPONDENTËVE DHE VENDET E TYRE TË ORIGJINËS

Për qëllime të këtij studimi dy kategoritë kryesore të turistëve u anketuan të ndarë në 5 nën-kategori: vizitorët ditorë (i. vendorë dhe ii. ndërkombëtarë) dhe turistët me qëndrim gjatë natës (i. vendorë, ii. diasporë dhe iii. ndërkombëtarë jo diasporë). Më poshtë gjenden rezultatet e secilës nënkategori.

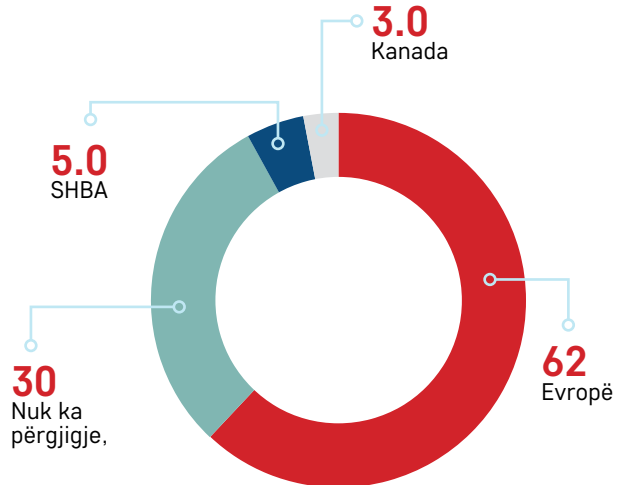


3.2.1. PROFILI I TURISTËVE VENDORË

Nga 184 turistë të anketuar, 27 nga ta ishin turistë vendorë me qëndrim gjatë natës. Ky nëngrup përbëhej nga banorë të Kosovës që jetojnë jashtë zonës së destinacionit dhe kalojnë së paku një natë në destinacionin e Bjeshkëve të Nemuna. Sa i përket qytetit se ku ata jetojnë, rreth 33.0% të respondentëve jetojnë në Prishtinë, 26.0% jetojnë në Prizren, 26.0% të tjerë jetojnë në Gjakovë, 7.5% në Mitrovicë, ndërsa pjesa tjetër në Ferizaj. Rreth 56.0% e respondentëve ishin meshkuj dhe 44.0% ishin femra. Është me rëndësi të thuhet se anketuesit janë përpjekur që të sigurojnë një bilanc të barabartë ndërmjet respondentëve meshkuj dhe femra në secilën kategori. Pothuajse 70.0% e respondentëve ishin lindur pas vitit 1970, ndërsa të tjerët ishin prej vitit 1958 deri 1978. Tabela e grupmohave të turistëve vendorë tregon grupmohat e këtij grupi të turistëve.



Austria, Belgjika, Republika Çeke, Danimarka, Franca, Suedia, Zvicra, Holanda dhe Norvegjia. Gati 30.0% nuk e kanë treguar nacionalitetin e tyre, 5.0% ishin nga Shtetet e Bashkuara të Amerikës dhe 3.0% (apo një respondent) nga Kanadaja.



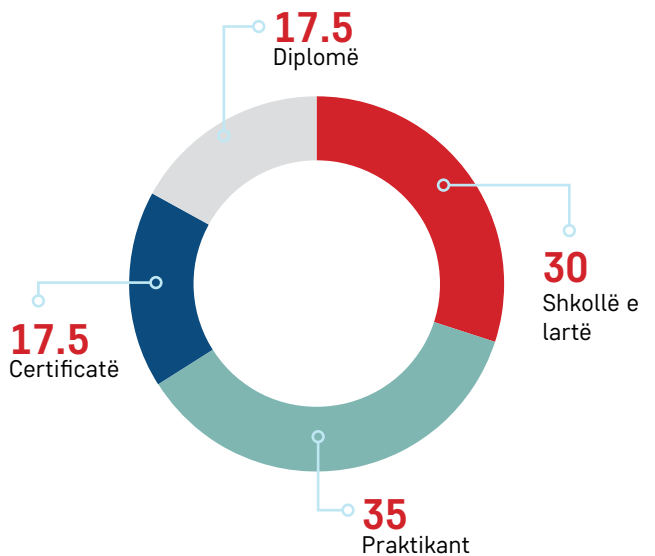
Grupmoshat e turistëve vendorë

Grupmosha	Numri	Përqindja
19-25	8	29.6%
26-35	13	48.1%
36-45	3	11.1%
46-55	3	11.1%
	27	100.0%

Rreth 57.5% të respondentëve ishin meshkuj dhe 42.5% ishin femra. Pak më shumë se 50.0% ishin lindur pas vitit 1980, 33.5% ishin lindur ndërmjet viteve 1970 dhe 1979 dhe 16.8% ishin lindur nga viti 1953 deri në vitin 1965. Shumica dërmuese, 70%, ishin të punësuar në sektorin privat, 15% në sektorin publik, 7.5% kishin profesioni që nuk i kanë specifikuar.

Sa i përket vendeve të punës, shumica dërmuese e respondentëve ishin të punësuar në sektorin privat (70.4%), 11.1% ishin të vet-punësuar, 7.4% ishin të punësuar në sektorin publik, pjesa prej 7.4% ishin studentë, ndërsa pjesa tjetër kishin profesione të paspecifikuara.

Sa i përket arsimit, 85.0% kishin përfunduar universitetin, 7.0% kishin përfunduar shkollën e lartë, 4.0% ishin duke bërë punën praktike dhe pjesa prej 4.0% kishte një lloj të certifikimit. Për 89.0% të respondentëve, vizita në zonën e destinacionit nuk ishte e para, ndërsa vetëm 11.0% po e vizitonin zonën për herë të parë. Respondentët kishin vizituar zonën e destinacionit mesatarisht 8 herë.



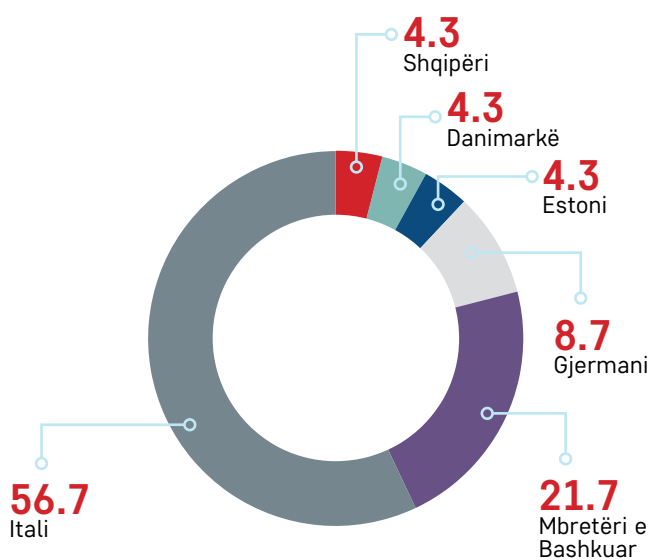
3.2.2 PROFILI I TURISTËVE NGA DIASPORA

Për qëllime të këtij studimi janë anketuar 40 turistë nga diaspora me qëndrim edhe gjatë natës. Turistë nga diaspora ishin turistë me origjinë nga Kosova, por që jetojnë jashtë vendit dhe që kanë ardhur të kalojnë së paku një natë në zonën e destinacionit. Nga të gjithë respondentët, 62.0% ishin nënshetas të shteteve evropiane si Gjermania, Anglia,

Sa i përket arsimit, 30.0% kishin përfunduar shkollën e lartë, 35.0% ishin praktikantë, 17.5% ishin të certifikuar dhe 17.5% kishin përfunduar universitetin. Për 17.5% të tyre kjo ishte vizita e parë në zonën e destinacionit, ndërsa për 82.5% kjo nuk ishte vizita e parë. Numri mesatar i vizitave ishte 11 herë.

3.2.3 PROFILI I TURISTËVE NDËRKOMBËTARË

Në total janë anketuar 23 turistë ndërkombëtarë me qëndrim edhe gjatë natës. Turist ndërkombëtarë është konsideruar secili person që kalon së paku një natë në zonën e destinacionit të Bjeshkëve të Nemuna dhe vendbanimi i përhershëm i të cilit është jashtë Kosovës. Pothuajse të gjithë respondentët, 95.7% ishin nënshkretas të vendeve evropiane siç janë Italia (56.7%), Mbretëria e Bashkuar (21.7%), Gjermania (8.7%), Danimarka (4.2%) dhe Estonia (4.3%). Vetëm një respondent (apo 4.3% e të gjithë respondentëve) ishte nga Shqipëria. Rreth 56.5% ishin respondentë meshkuj, ndërsa 43.5% ishin femra. Rreth 52.8% të respondentëve ishin lindur ndërmjet viteve 1936-1959, ndërsa 47.2% ishin lindur ndërmjet viteve 1962-1995. Tabela e mëposhtme tregon grupmoshat e këtij grupi të turistëve.



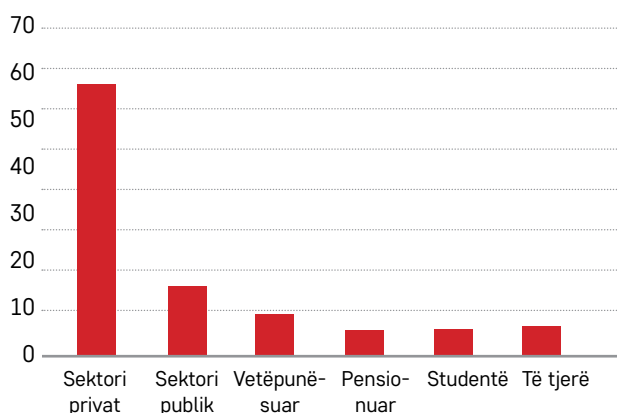
Turistët ndërkombëtarë - Grupmoshat

Grupmosha	Numri	Përqindja
19-25	2	9.5%
26-35	3	14.3%
36-45	1	4.8%
46-55	5	23.8%
56-65	6	28.6%
65 +	4	19.0%
Gjithsej	21	100.0%

Shumica e respondentëve, 56.5% kishin përfunduar universitetin, 26.1% kishin ndonjë lloj certifikimi, 8.7% kishin përfunduar shkollën e lartë, njëri ishte praktikant dhe një tjetër kishte përfunduar studimet e doktoratës. Për 87.0% të respondentëve kjo ishte hera e parë që po vizitonin zonën e destinacionit, ndërsa 13.0% të tyre kishin qenë aty më parë, mesatarisht 4 herë.

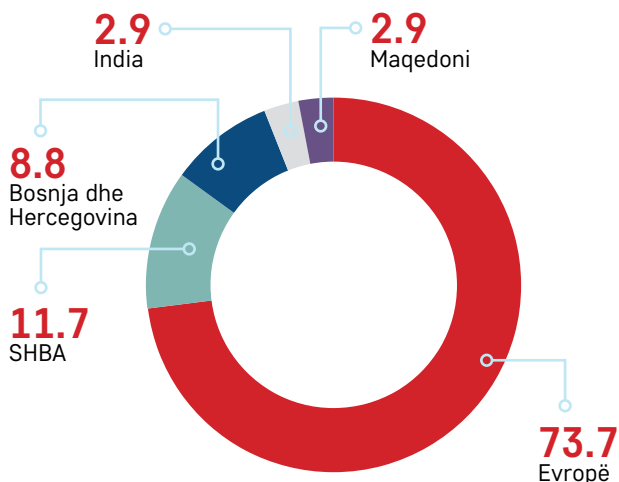
3.2.4 PROFILI I TË GJITHË TURISTËVE ME QËNDRIM EDHE GJATË NATËS (VENDORË, NGA DIASPORA DHE NDËRKOMBËTARË)

Pjesa në vijim do të paraqesë informatat për profilin e përbashkët për të tri grupet e turistëve me qëndrim gjatë natës (gjithsej 90). Sa i përket gjinisë, 56.7% ishin turistë meshkuj dhe 43.3% ishin femra. Rreth 45.6% ishin pjesëtarë të diasporës kosovare, ndërsa 54.4% nuk ishin. Afërsisht 30.0% ishin lindur ndërmjet viteve 1936-1969, derisa 70.0% ndërmjet viteve 1970-1995. Shumica prej 57.8% ishin të punësuar në sektorin privat, 15.6% në sektorin publik, 8.9% të vetëpunësuar, 5.5% ishin pensionuar dhe 5.6% ishin studentë. Rreth 47.8% kishin përfunduar universitetin, 17.8% kishin përfunduar shkollën e lartë, 17.8% ishin në punë praktike, 15.6% ishin të certifikuar dhe 1.1% kishin përfunduar studimet për doktoratë. Për 33.3% të turistëve me qëndrim edhe natën kjo ishte herë e parë që po vizitonin zonën e destinacionit, ndërsa për 66.7% kjo nuk ishte hera e parë. Mesatarisht turistët me qëndrim edhe natën kishin qenë në zonën e destinacionit 9 herë. Sidoqoftë, kjo përqindje duhet interpretuar me kujdes pasi që vetëm 50 nga 90 turistë janë përgjigjur se sa herë më parë kanë qenë këtu.



3.2.5. PROFILI I VIZITORËVE DITORË NDËRKOMBËTARË

Për qëllime të këtij studimi janë intervistuar 36 vizitorë ditore ndërkombëtarë. Ky grup i respondentëve përbëhej nga vizitorë ndërkombëtarë që nuk jetojnë në Kosovë dhe kanë ardhur të kalojnë vetëm një ditë në zonën e destinacionit. Shumica dërmuese, 73.3% vinin nga shtete evropiane si Gjermania, Franca, Austria, Belgjika, Mbretëria e Bashkuar dhe Turqia. Rreth 11.7% ishin nga Shtetet e Bashkuara, 8.8% nga Bosnja dhe Hercegovina, 2.9% nga India dhe 2.9% nga Maqedonia. Sa i përket gjinisë, 44.4% të respondentëve ishin meshkuj, ndërsa 55.6% ishin femra. Për nga mosha, 54.5% ishin lindur ndërmjet viteve 1950-1978, ndërsa 42.7% ishin lindur ndërmjet viteve 1983-1998. Tabela më poshtë përshkruan të gjitha grupmoshat për këtë grup të turistëve.



Vizitorët ditorë ndërkombëtar - Grupmoshat

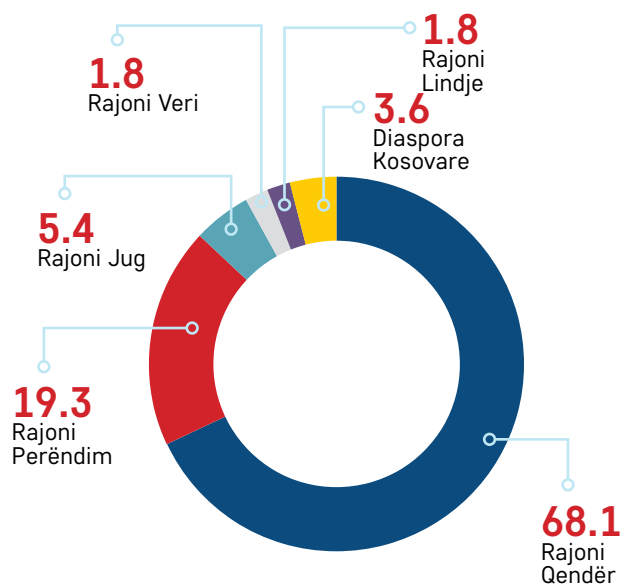
Grupmosha	Numri	Përqindja
19-25	13	37.1%
26-35	3	8.6%
36-45	10	28.6%
46-55	3	8.6%
56-65	6	17.1%
65 +	0	0.0%
Gjithsej	35	100.0%

Sa i përket punësimit, 22.2% ishin të punësuar në sektorin publik, 22.2% ishin të vetëpunësuar, 16.7% ishin të punësuar në sektorin privat, 19.4% ishin studentë, 11.1% janë përgjigjur me "tjetër", 2.8% ishin në punë praktike dhe 2.8% punonin për UNMIK-un. Rreth 40.0% kishin përfunduar shkollën e lartë, 31.4% ishin të certifikuar dhe 25.7% kishin përfunduar universitetin. Për shumicën dërmuese prej 83.3% kjo nuk ishte hera e parë që po vizitonin zonën, ndërsa për 16.7% të tyre kjo ishte hera e parë që po vizitonin zonën e destinacionit. Një arsye se pse ka aq vizita të përsëritura është që ndërkombëtarët që punojnë në Kosovë e vizitojnë zonën e destinacionit shpesh. Vizitorët ditorë ndërkombëtarë kishin qenë në zonën e destinacionit mesatarisht 16 herë (duhet cekur që vetëm 41.6% në fakt e kanë shkruar numrin e vizitave të mëparshme në zonë).

3.2.6. PROFILI I VIZITORËVE DITORË VENDORË

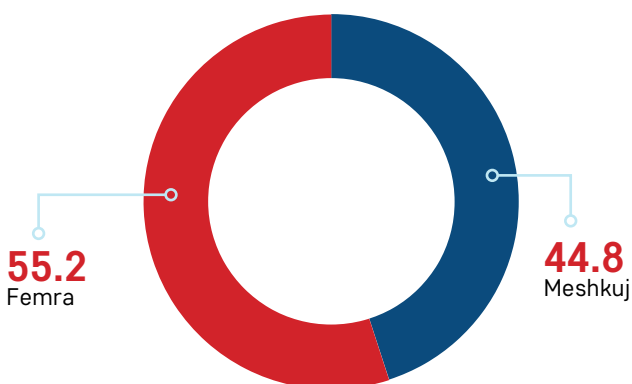
Për qëllime të këtij studimi janë intervistuar gjithsej 58 vizitorë ditorë vendorë. Rreth 68.1% ishin nga rajoni i Kosovës qendrore (Prishtina, Podujeva, Lipjani, Obiliqi dhe Fushë Kosova), 19.3% nga rajoni perëndimor (Gjakova dhe Klina), 5.4% nga rajoni jugor (Prizreni, Rahoveci dhe Xërxa), 3.6% nga diaspora Kosovare (Gjer-

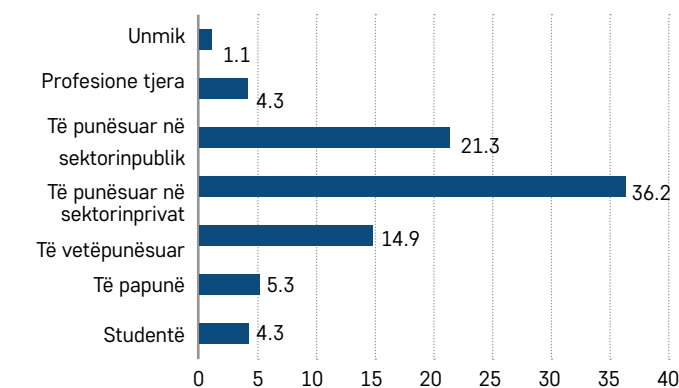
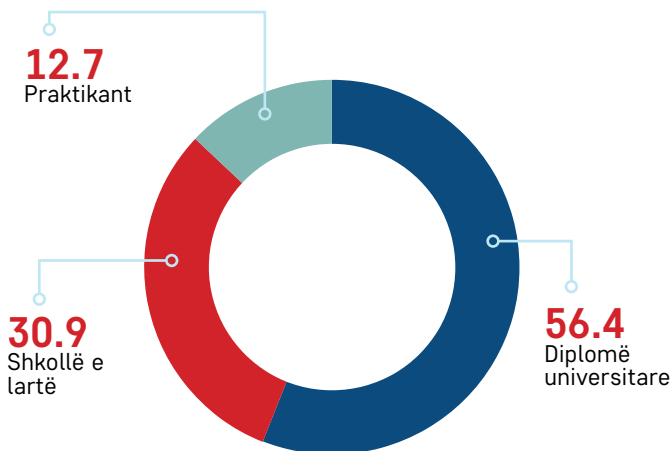
mania dhe Zvicra), 1.8% nga Mitrovica dhe 1.8% nga Kaçaniku. Rreth 8.6% ishin pjesëtarë të diasporës Kosovare, ndërsa 91.4% nuk ishin. Përafërsisht 9.0% ishin lindur ndërmjet viteve 1957-1976, ndërsa 91.0% ishin lindur ndërmjet viteve 1980-1995. Për 24.1% të tyre kjo ishte hera e parë në zonën e destinacionit, ndërsa për 82.8% (apo 44 respondentë nga 58) nuk ishte hera e parë. 5 nga 44 respondentët që kishin vizituar zonën edhe më parë, kishin qenë mesatarisht 3 herë në atë zonë (vetëm 5 nga 44 janë përgjigjur).



3.2.7 PROFILI I VIZITORËVE DITORË SË BASHKU (VIZITORËT DITORË VENDORË DHE NDËRKOMBËTARË)

Pjesa në vazhdim do të paraqesë informata lidhur me profilin e përbashkët për të dy grupet e vizitorëve ditorë (94 respondentë) në total. Nga aspekti gjinor, 44.7% ishin meshkuj, ndërsa 55.3% ishin femra. Rreth 5.3% ishin pjesëtarë të diasporës kosovare, ndërsa 94.7% nuk ishin. Afërsisht 26.4% ishin lindur në mes viteve 1950-1978; 31.1% prej vitit 1980 deri në vitin 1998.





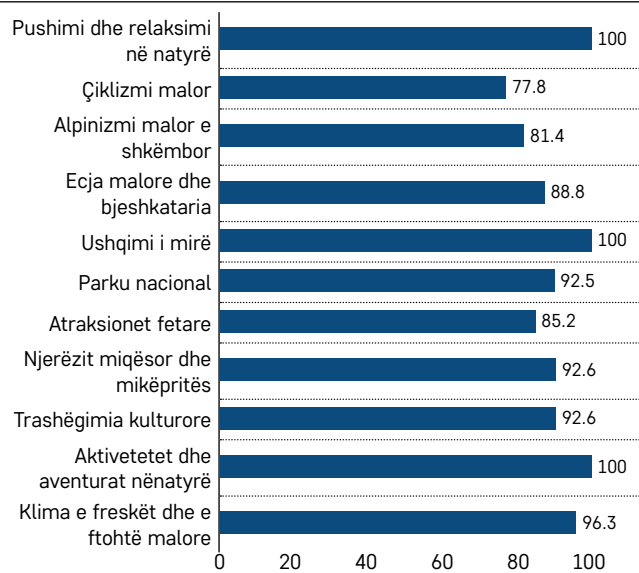
Shumica e vizitorëve ditorë, 36.2%, ishin punësuar në sektorin privat, 21.3% në sektorin publik, 14.9% ishin vetëpunësuar, 5.3% ishin të papunë, 4.3% studentë, 4.3% kishin profesione tjera, 1.1% punonin për UNMIK, 1.1% ishin praktikantë dhe 11.5% nuk janë përgjigjur fare.

Sa i përket arsimit, 44.4% kishin përfunduar universitetin, 34.4% kishin përfunduar shkollën e lartë, 12.2% ishin të certifikuar dhe 8.9% ishin duke bërë punën praktike. Për 21.3% kjo ishte vizita e tyre e parë në zonën e destinacionit, ndërsa për 78.7% nuk ishte hera e parë. Rreth 40 respondentë kanë thënë se e kanë vizituar zonën e destinacionit disa herë, ndërsa vetëm 20 kanë cekur numrin e herëve që kanë qenë më parë në zonën e destinacionit (12 herë mesatarisht).

3.3 RËNDËSIA E SECILËS KARAKTERISTIKË NË VENDIMIN PËR VIZITË

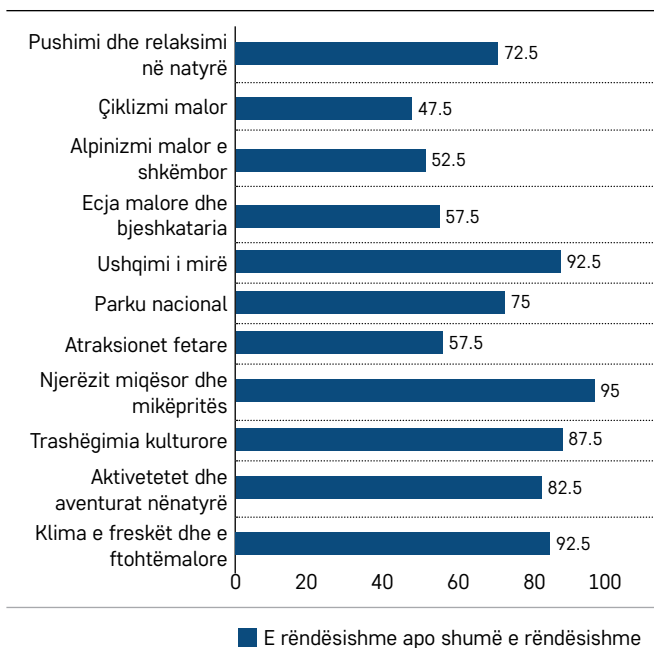
Të gjitha 5 nëngrupet e turistëve janë pyetur të tregojnë për rëndësinë e karakteristikave për vizitën e lokacionit. Karakteristikat ishin renditur në shkallën prej 1 deri 5, ku 1 paraqet "aspak e rëndësishme" dhe 5 paraqet "shumë e rëndësishme". Është e rëndësishme të ceket që shumica e karakteristikave ishin shenjuar si "të rëndësishme" apo "shumë të rëndësishme", por kishte edhe mendime neutrale gjithashtu. Kjo pjesë do të paraqesë renditjen sipas secilit grup një nga një.

Turistët vendorë me qëndrim gjatë natës i kanë renditur si "të rëndësishme" apo "shumë të rëndësishme" karakteristikat në vijim: aktivitetet dhe aventurat në natyrë (100%), pushim dhe relaksim në natyrë (100%), klimën e freskët dhe të ftohtë malore (96.3%), trashëgiminë kulturore (92.6%), njerëzit e shoqërueshëm dhe mikpritës (92.6%), atraksionet fetare (85.2%), ngasjen e biçikletave në mal (77.8%), parkun nacional (92.5%), ushqimin e mirë (100%), ecjen dhe ekskursionet malore (88.8%) dhe ngjitjen në male dhe bjeshkë (81.4%). Rreth 18.5% kishin mendim neutral sa i përket ngasjes së biçikletave në male, rreth 14.8% lidhur me ngjitjen në male dhe bjeshkë, 11.1% lidhur me ecjet dhe ekskursionet malore dhe 11.5% lidhur me atraksionet fetare. Shumë pak atraksione janë renditur si të parëndësishme dhe ato janë paraqitur në diagramin e mëposhtëm.

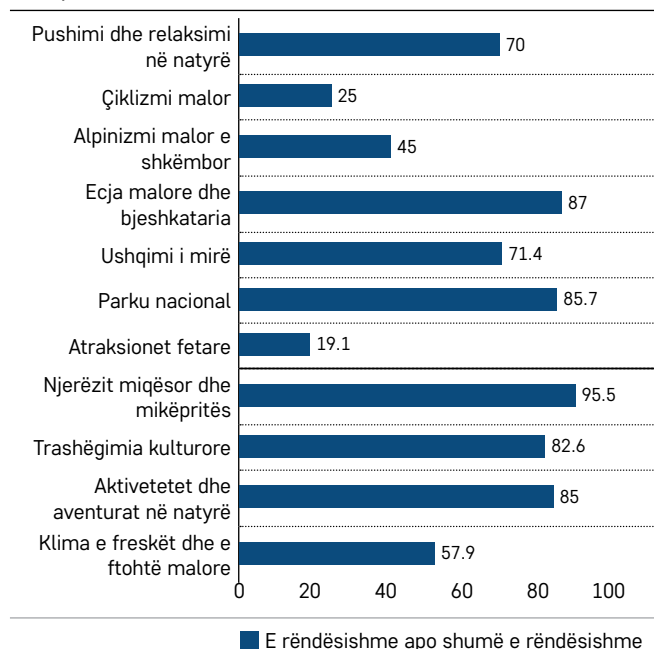


■ E rëndësishme apo shumë e rëndësishme

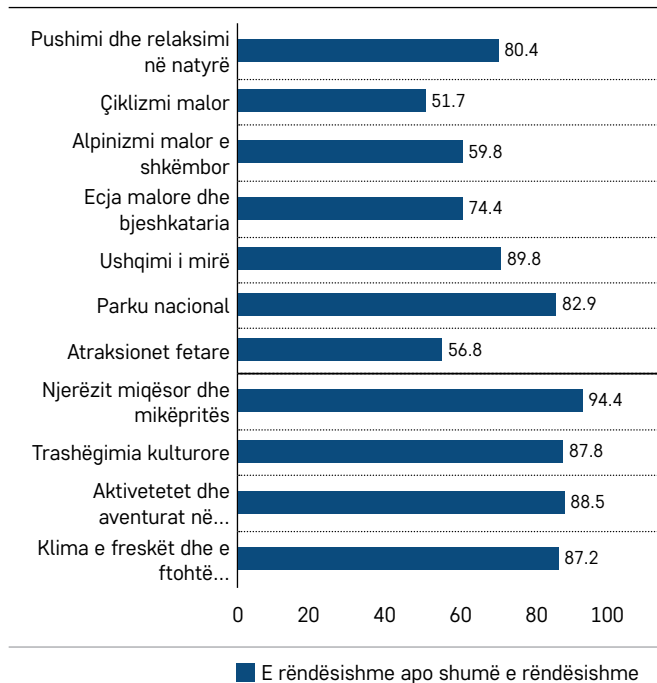
Turistët nga diaspora me qëndrim gjatë natës gjithashtu janë pyetur lidhur me rëndësinë e karakteristikave në vendimin për të vizituar lokacionin. Ky nëngrup i ka renditur si "të rëndësishme" apo "shumë të rëndësishme" karakteristikat në vijim: klimën e freskët dhe të ftohtë malore (92.5%), ushqimin e mirë (92.5%), aktivitetet dhe aventurat në natyrë (82.5%), trashëgiminë kulturore (87.5%), njerëzit e shoqërueshëm dhe mikpritës (95%), parkun nacional (75%), pushim dhe relaksim në natyrë (72.5%), atraksionet fetare (57.5%), ecjen malore (57.5%), ngjitjen në bjeshkë (52.5%) dhe ngasjen e biçikletave në mal (47.5%). Kishte edhe turistë që kishin mendim neutral për disa karakteristika. Rreth 32.5% kishin mendim "neutral" për ecjen malore, 32.5% lidhur me ngjitjen në male dhe bjeshkë, 30.0% rreth ngasjes së biçikletave në male dhe 20.0% lidhur me pushimin dhe relaksim në natyrë. Atraksionet fetare janë renditur si "fare të pa rëndësishme" apo "të parëndësishme" nga 17.5% e respondentëve. Ngasja e biçikletave në mal është renditur si e "parëndësishme" nga 22.5% (shih tabelën e mëposhtme).



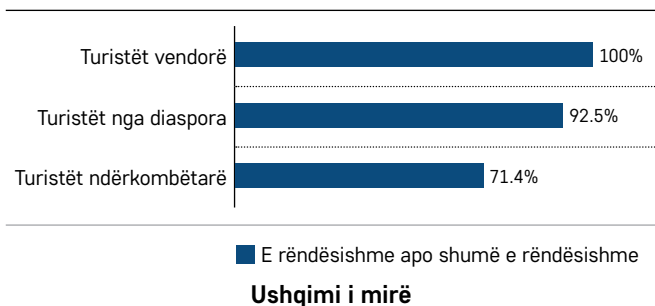
Për **turistët ndërkombëtarë me qëndrim gjatë natës** karakteristikat në vijim janë renditur si “të rëndësishme” apo “shumë të rëndësishme”: klimën e freskët dhe të ftohtë malore (57.9%), aktivitetet dhe aventurat në natyrë (85.0%), trashëgiminë kulturore (82.6%), njerëzit e shoqërueshëm dhe mikëpritës (95.5%), parkun nacional (85.7%), ushqimin e mirë (71.4%), pushim dhe relaksim në natyrë (70.0%), ecjen malore (87.0%), ngjitjen në bjeshkë (45.0%) dhe ngasjen e biçikletave në mal (25.0%). Atraksionet fetare janë renditur si “neutrale” nga 57.1% të respondentëve dhe si “fare të pa rëndësishme” apo “të parëndësishme” nga 23.8% e respondentëve dhe si “të rëndësishme” nga vetëm 19.0%. Ngjitja në bjeshkë është renditur si “fare e parëndësishme” apo “e parëndësishme” nga 40.0% e respondentëve dhe si “neutrale” nga 15.0%. Ngjashëm, ngasja e biçikletave në male është renditur si “fare e parëndësishme” apo “e parëndësishme” nga 65.0% e respondentëve dhe si “neutrale” nga 10.0% (shih tabelën më poshtë).



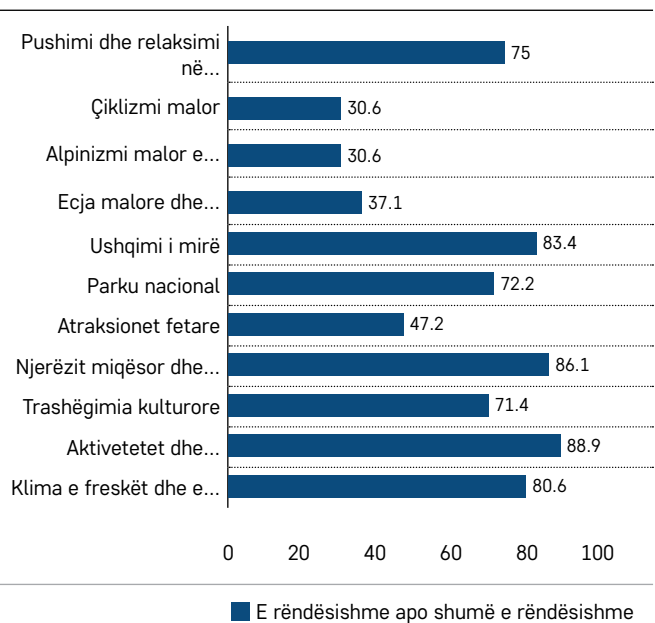
Të dhënat për të tri grupet e turistëve me qëndrim edhe natën janë paraqitur bashkë për të analizuar të gjitha informatat për turistët me qëndrim natën si tërësi dhe për të vlerësuar se a dallojnë përgjigjet nga ato individuale. Turistët me qëndrim edhe natën kanë renditur karakteristikat në vijim si “të rëndësishme” apo “shumë të rëndësishme” në vendimin për të vizituar: klimën e freskët dhe të ftohtë malore (87.2%), aktivitetet dhe aventurat në natyrë (88.5%), trashëgiminë kulturore (87.8%), njerëzit e shoqërueshëm dhe mikëpritës (94.4%), atraksionet fetare (56.8%), parkun nacional (82.9%), ushqimin e mirë (89.8%), ecjen malore (74.4%), ngjitjen në bjeshkë (59.8%) dhe ngasjen e biçikletave në male (51.7%) dhe pushimin dhe relaksim në natyrë (80.4%). Rreth 28.4% kanë pasur mendim “neutral” lidhur me atraksionet fetare, ndërsa për 14.8% atraksionet fetare “nuk ishin fare të rëndësishme” apo “të parëndësishme”. Gati 20.0% kanë pasur mendim “neutral” lidhur me ecjen malore, ndërsa 24.1% kanë pasur mendim “neutral” lidhur me ngjitjen në bjeshkë. Sa i përket ngasjes së biçikletës në male, 21.8% kanë pasur mendim “neutral”, ndërsa 26.4% e kanë parë atë karakteristikë si “fare të pa rëndësishme” apo “të pa rëndësishme”, (shih tabelën më poshtë). Duke krahasuar të dhënat e grumbulluara për të gjithë turistët me qëndrim edhe natën me të njëjtin grup të turistëve por ndaras, nuk ka dallime të konsiderueshme. Ngjashëm me kategoritë ndaras, edhe i gjithë grupi i ka renditur shumicën e karakteristikave si të rëndësishme apo shumë të rëndësishme.



Kur analizohen këto karakteristika që ndikojnë në vendimin për të vizituar një vend, bëhet e qartë se për shumicën e karakteristikave nuk ekziston dallim ndërmjet tri grupeve të turistëve që qëndrojnë edhe natën, përveç për ushqimin e mirë. Turistët ndërkombëtarë i japin më pak rëndësi ushqimit të mirë krahasuar me turistët nga diaspora dhe turistët vendorë, kur mendohet se a të vizitohet një vend apo jo.

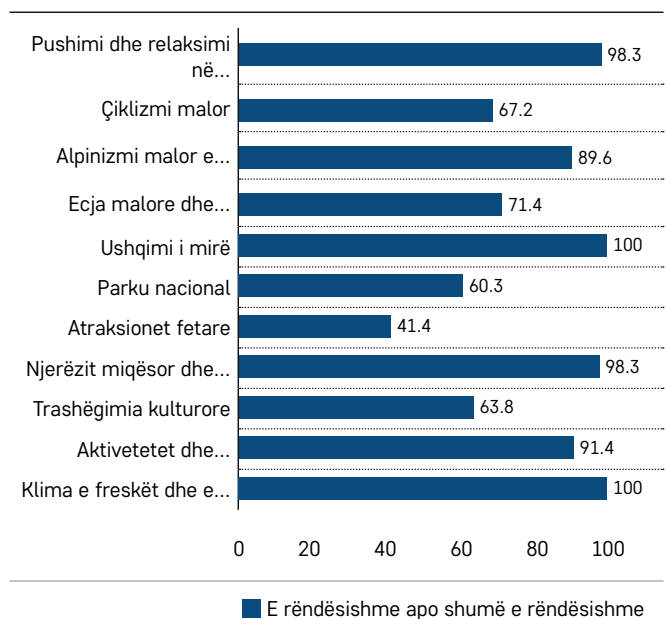


Turistët ditorë ndërkombëtarë gjithashtu janë pyetur lidhur me rëndësinë e karakteristikave në vendimin për të vizituar lokacionin. Ky grup i ka renditur si “të rëndësishme” apo “shumë të rëndësishme” karakteristikat në vijim: aktivitetet dhe aventurat në natyrë (88.9%), ushqimin e mirë (83.4%), klimën e freskët dhe të ftohtë malore (80.6%), njerëzit e shoqërueshëm dhe mikpritës (86.1%), pushim dhe relaksim në natyrë (75.0%), parkun nacional (72.2%), trashëgiminë kulturore (71.4%), atraksionet fetare (47.2%), ecjen malore (37.1%), ngjytjen në bjeshkë (30.6%) dhe ngasjen e biçikletave në mal (30.6%). Kishte edhe karakteristika që ishin renditur si “neutrale” siç janë: trashëgimia kulturore (22.9%), atraksionet fetare (19.4%), parku nacional (19.4%), ecja malore (28.6%), ecja bjeshkatore (27.8%), ngasja e biçikletës në male (30.6%) dhe pushimi e relaksimi në natyrë (16.7%). Karakteristikat në vijim ishin renditur si “fare të parëndësishme” apo “të parëndësishme”: atraksionet fetare (33.3%), ecja malore (34.3%), alpinizmi (41.6%) dhe ngasja e biçikletës në male (38.9%) (shih tabelën më poshtë).

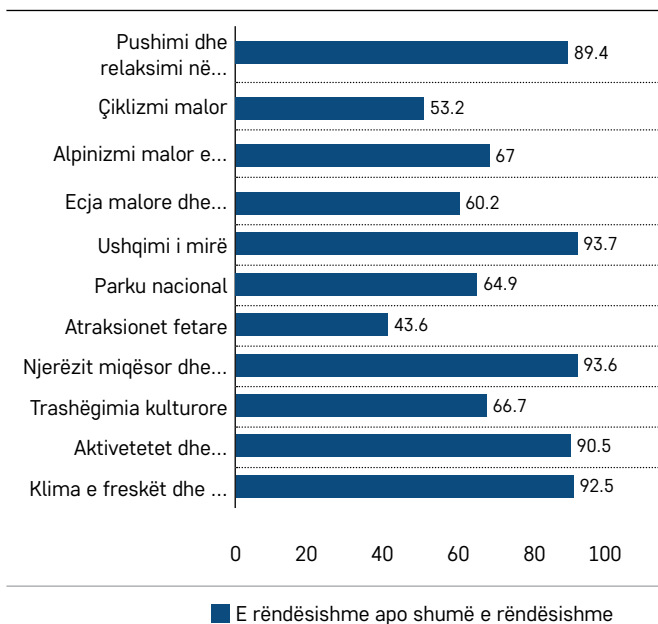


Turistët ditorë vendorë i ka renditur si “të rëndësishme” apo “shumë të rëndësishme” karakteristikat në vijim: klimën e freskët dhe të ftohtë malore (100%), ushqimin e mirë (100%), njerëzit e shoqërueshëm dhe mikpritës (98.3%), pushim

dhe relaksim në natyrë (98.3%), aktivitetet dhe aventurat në natyrë (91.4%), alpinizmin (89.6%), ecje malore (74.1%), ngasjen e biçikletave në mal (67.2%), trashëgiminë kulturore (63.8%), parkun nacional (60.3%) dhe atraksionet fetare (41.4%). Karakteristikat në vijim ishin renditur si “neutrale”: trashëgiminë kulturore (22.4%), atraksionet fetare (25.9%), parku nacional (22.4%), ecja malore (13.8%) dhe ngasja e biçikletës në male (10.3%). Kishte edhe karakteristika që turistët ditorë vendorë i kanë renditur si “fare të parëndësishme” apo “të parëndësishme” dhe ato janë: trashëgimia kulturore (13.8%), atraksionet fetare (32.8%), parku nacional (17.2%), ecja malore (12.0%) dhe ngasja e biçikletës në male (22.4%) (shih tabelën më poshtë).



Kur mblidhen të gjitha të dhënat për të gjithë turistët ditorë, mund të vërehet se të gjithë së bashku si grup i turistëve ditorë ata kanë renditur si “të rëndësishme” apo “shumë të rëndësishme” në vendimin për vizitë karakteristikat në vijim: klimën e freskët dhe të ftohtë malore (92.5%), ushqimi i mirë (93.7%), njerëzit e shoqërueshëm dhe mikpritës (93.6%), pushim dhe relaksim në natyrë (89.4%), aktivitetet dhe aventurat në natyrë (90.5%), alpinizëm (67.0%), ecje malore (60.2%), ngasjen e biçikletave në mal (53.2%), trashëgiminë kulturore (66.7%), parkun nacional (64.9%) dhe atraksionet fetare (43.6%). Karakteristikat në vijim ishin renditur si “neutrale”: trashëgimia kulturore (22.6%), atraksionet fetare (23.4%), parku nacional (21.3%), ecja malore (19.4%), alpinizmi (16.0%) dhe ngasja e biçikletës në male (18.1%). Kishte edhe karakteristika që turistët ditorë vendorë i kanë renditur si “fare të parëndësishme” apo “të parëndësishme” dhe ato janë: trashëgimia kulturore (10.8%), atraksionet fetare (32.9%), parku nacional (13.8%), ecja malore (20.4%), alpinizëm (17.0%) dhe ngasja e biçikletës në male (28.7%) (shih tabelën më poshtë). Kur krahasohen përgjigjet të gjitha së bashku mund të vërehet se ato janë relativisht të njëjta si përgjigjet e kategorive të turistëve ditorë.



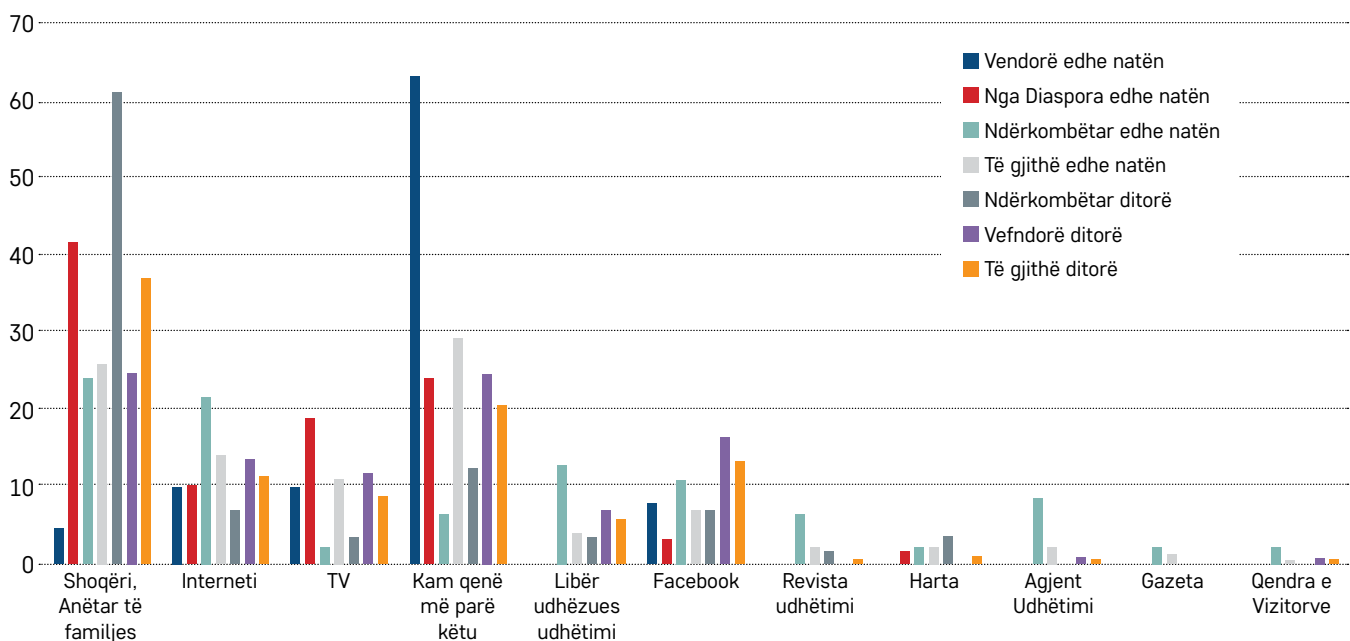
3.4 BURIMI KRYESOR I INFORMATAVE

Burimet e kryesore të informatave lidhur me zonën e destinacionit për turistët vendorë me qëndrim edhe natën ishin: turistët kishin qenë në atë zonë edhe më parë (63%), nga TV-ja (10%), nga interneti (10%), Facebook-u (8%) dhe miqtë e familjarët (5%). **Për turistët nga diaspora me qëndrim edhe natën**, burimet kryesore të informatave ishin: miqtë dhe familjarët (41.4%), kanë qenë atje më parë (24.1%), TV-ja (19.0%), interneti (10.3%), Facebook-u (3.4%) dhe hartat (1.7%). Për turistët ndërkombëtarë me qëndrim edhe natën, burimet kryesore të informatave ishin: miqtë dhe familjarët (23.9%), interneti

(21.7%), guidat për udhëtime (13.0%), Facebook-u (10.9%), agjentët e udhëtimeve (8.7%), revistat për udhëtime (6.5%), kanë qenë atje më parë (6.5%), ndërsa të tjerët ishin ndarë barabartë ndërmjet TV-së, hartave, gazetave dhe qendrave për vizitorë.

Për **turistët me qëndrim edhe natën si kategori**, burimi kryesor i informatave ishte fakti që ata kishin qenë aty më parë (29.2%), miqtë dhe familjarët (25.7%), interneti (13.9%), TV-ja (11.1%), Facebook-u (6.9%), guidat për udhëtime (4.2%), agjentët e udhëtimeve (2.8%), revistat për udhëtime (2.1%), hartat (2.1%), gazetat (1.4%) dhe qendrat për vizitorë (0.7%).

Turistët ditorë ndërkombëtarë kanë marrë shumicën e informatave lidhur me zonën e destinacionit nga miqtë dhe familjarët (60.7%). Rreth 12.5% kishin qenë aty më parë, 7.1% nga interneti, 7.1% nga Facebook-u, 3.6% nga TV-ja, 3.6% nga guidat për udhëtime, 3.6% nga hartat dhe 1.8% nga revistat për udhëtime. Ngjashëm me turistët ditorë ndërkombëtarë, turistët ditorë vendorë kanë marrë shumicën e informatave nga miqtë dhe familjarët (24.5%). Rreth 24.5% kishin qenë në Kosovën perëndimore më parë, 16.4% kanë marrë informata nga Facebook-u, 13.6% nga interneti, 11.8% nga TV-ja, 7.3% nga guidat për udhëtime dhe 0.9% nga agjentët për udhëtime dhe 0.9% nga qendrat për vizitorë. Kur të grumbullohen të dhënat për të gjithë turistët ditorë, mund të vërehet se burimet kryesore të informatave lidhur me zonën për këtë grup ishin miqtë dhe familjarët (36.7%), e pasuar nga "kanë qenë më parë në zonë" (20.5%), Facebook-u (13.3%), internet (11.4%), TV-ja (9.0%), guidat për udhëtime (6.0%), hartat (1.2%), agjentët e udhëtimeve (0.6%), qendrat për vizitorë (0.6%) dhe revistat për udhëtime (0.6%).



3.5 GRUPET E UDHËTIMEVE DHE ARANZHIMET E UDHËTIMEVE

Shumica e turistëve vendorë me qëndrim edhe natën, 52.0%, udhëtojnë si çift. Rreth 26.0% e turistëve mesatarisht udhëtojnë në grup të 5.4 miqëve, 11.0% udhëtojnë si familje me 2.3 fëmijë mesatarisht. Gjithashtu, shumica dërmuese, 84.0%, i kanë bërë vet të gjitha aranzhimet për udhëtimin e tyre; 16.0% kanë rezervuar udhëtimin me operator kosovar të udhëtimeve (një me Miroci në Junik dhe 2 respondentë me Qendrën Turistike të Junikut). Gati 44.0 % të respondentëve kishin vizituar Prishtinën dhe 33.0% kishin vizituar Prizrenin para se të vinin në zonën e destinacionit. Sa i përket vendeve tjera të vizituara, 33.0% kishin vizituar Shqipërinë dhe gati 5.0% kishin vizituar Maqedoninë para se të vinin në zonën e destinacionit (respondentët ishin pyetur që të thonë se cilat qytete e shtete i kanë vizituar gjatë të njëjtit pushim para se të vinin në zonën e destinacionit). Mesatarisht kohëzgjatja totale e qëndrimit për turistët me qëndrim edhe natën gjatë pushimeve në Kosovë ishte 4.78 ditë. Turistët qëndruan apo planifikonin të qëndronin mesatarisht 3.41 ditë në pjesën perëndimore të Kosovës.

Rreth 32.5% të turistëve nga diaspora me qëndrim edhe natën udhëtojnë si familje me mesatarisht 2.69 fëmijë, 22.5% udhëtojnë të vetëm, 17.5% udhëtojnë me një grup prej mesatarisht 4.57 të afërm, 15.0% udhëtojnë si çift, 12.5% udhëtojnë si grup me mesatarisht 5.6 miq. Shumica dërmuese, 87.0% kanë organizuar vet udhëtimin, derisa 13.0% kanë organizuar udhëtimin përmes një agjenti ndërkombëtar udhëtimesh (është me rëndësi të ceket që respondentët i kanë përzier aranzhimet e operatorit të udhëtimit, pasi që ata kanë shkruar emrin e kompanisë së fluturimit aty ku ata kanë blerë biletën për të ardhur në Kosovë). Para arritjes në Kosovë, 28.0% e respondentëve kanë vizituar qytete evropiane, 5.6% kanë vizituar Splitin në Kroaci ndërsa të tjerët kanë vizituar qytete tjera në Kosovë si Prizreni, Gjakova, Prishtina, Gjilani dhe Istogu. Një shpjegim se pse turistët nga diaspora kanë vizituar shtete tjera para se të vijnë në Kosovë është që ata udhëtojnë me veturë dhe gjatë rrugës and ndalojnë në destinacione tjera. Kohëzgjatja totale e qëndrimit të tyre në Kosovë ishte mesatarisht 18.91 ditë, ndërsa qëndrimi në pjesën perëndimore të Kosovës ishte mesatarisht 18.76 ditë.

Nga turistët e intervistuar me qëndrim edhe gjatë natës, shumica e tyre prej 47.8% udhëtojnë si grup me mesatarisht 12.3 miq, 26.1% me grup mesatar prej 4.2 turistëve/udhëtarëve, 21.7% si çift dhe 4.3% udhëtojnë të vetëm. Rreth 60.8% (apo 14 respondentë) kanë rezervuar me operator të udhëtimeve nga Kosova të quajtur Kosovo Outdoor, ndërsa 39.2% i kanë bërë vet të gjitha aranzhimet. Kohëzgjatja mesatare e pushimeve për turistët ndërkombëtarë ishte 8.39 ditë dhe ata kanë kaluar mesatarisht 4.17 ditë në Kosovën perëndimore. Rreth 40% e turistëve kanë vizituar qytetet në Shqipëri siç janë Tirana, Butrinti, Gjirokastra dhe Permeti. Përafërsisht 20% kanë vizituar Prishtinën, 20% të tjerë kanë vizituar Prizrenin. 20% tjerë kanë vizituar Malin e Zi, por nuk kanë specifikuar qytetet e vizituara.

Rreth 27.8% e të gjithë turistëve me qëndrim edhe natën kanë udhëtuar si çift, 25.6% si grup me mesatarisht 8.7 miq, 17.8% si familje me mesatarisht 2.6 fëmijë, 12.2% kanë udhëtuar të vetëm, 7.8% me grup prej mesatarisht 4.6 të afërme, 6.7% me mesatarisht 4.1 grupe të

udhëtuesve, 2.2% kanë zgjedhur opsione "tjera" që nuk i kanë specifikuar. Shumica dërmuese, 71.6%, i kanë bërë vet të gjitha aranzhimet për udhëtimin, 14.8% kanë rezervuar përmes operatorëve kosovar të udhëtimeve, 5.7% përmes agjentit ndërkombëtar të udhëtimeve (është e rëndësishme të ceket se turistët vendorë e kanë keqkuptuar këtë pyetje dhe kanë shkruar emrin e kompanisë së fluturimit tek e cila kanë blerë biletën për të ardhur në shtëpi), 5.7% kanë bërë aranzhime tjera dhe 2.3% nuk janë përgjigjur. Rreth 15.6% i kanë bërë aranzhimet përmes "Kosovo outdoor" dhe 2.2% përmes Qendrës Turistike në Junik. Kohëzgjatja totale e qëndrimit të turistëve në përgjithësi në Kosovë ishte mesatarisht 10.81 ditë, ndërsa qëndrimi në pjesën perëndimore të Kosovës ishte mesatarisht 10.33 ditë.

Turistët ndërkombëtarë ditorë kanë palë të ndryshme me të cilat udhëtojnë. Rreth 38.9% udhëtojnë si familje me mesatarisht 2.7 fëmijë, 19.4% udhëtojnë si çift, 16.7% me mesatarisht 3.5 miq, 13.9% udhëtojnë të vetëm, 8.3% me mesatarisht 4.3 të afërm dhe 2.8% me mesatarisht një turist tjetër. Ngjashëm me grupet tjera, 72.0% kanë organizuar vet udhëtimin, 12.0% (apo 3 respondentë) kanë organizuar udhëtimin përmes operatorit kosovar të udhëtimeve, 4.0% (apo 1 respondentë) përmes agjentit ndërkombëtar të udhëtimeve, ndërsa 12.0% nuk janë përgjigjur. Respondentët që kanë organizuar udhëtimin përmes operatorit ndërkombëtar të udhëtimeve kanë shkruar se çmimi i biletës për fluturimin ishte 3000€. Tre respondentët që kanë rezervuar udhëtimin përmes operatorit kosovar të udhëtimeve kanë përmendur tri agjenci të ndryshme të udhëtimeve e ato ishin Barileva (kanë shpenzuar 120 € për person), Fadili Tours (kanë shpenzuar 120 € për person) dhe LALALA (100 € për person).

Rreth 31.0% e turistëve ditorë vendorë udhëtojnë me grup prej mesatarisht 4.7 miqve, 25.9% udhëtojnë si çifte, 24.1% udhëtojnë të vetëm, 17.2% me mesatarisht 3.0 të afërm dhe 1.7% kanë palë tjera me të cilët udhëtojnë. Shumica dërmuese, 86.2%, kanë organizuar vet udhëtimin, 10.3% (apo 6 nga 58 respondentë) përmes operatorit kosovar të udhëtimeve dhe 3.4% kanë pasur aranzhime tjera të udhëtimit. Njëri nga turistët ditorë vendorë ka përmendur Balkan Tours si organizator të udhëtimit; turistët dyditorë kanë përmendur Monika tours; dy të tjerë kanë përmendur Train Kos; dhe një turist ditorë ka përmendur se ka organizuar udhëtimin përmes Qendrës Turistike të Junikut. Çmimi mesatar për person për pakon e udhëtimit për 6 respondentët ishte 3.5 € (2 € ishte çmimi më i ulët i përmendur, ndërsa ai më i larti ishte 8 €).

Kur të mblidhen të dhënat për të gjithë turistët ditorë, mund të vërehet se 25.5% prej tyre udhëtojnë në grup prej mesatarisht 4.4 miqve; 23.4% udhëtojnë si çift; 20.2% udhëtojnë të vetëm; 14.9% udhëtojnë si familje me mesatarisht 2.7 fëmijë; 13.8% udhëtojnë në grup me mesatarisht 3.3 të afërm; 1.1% me grup udhëtuesish dhe 1.1% janë përgjigjur me tjetër. Gati 85.1% kanë organizuar vet udhëtimin, ndërsa 7.4% e kanë organizuar atë përmes operatorit kosovar të udhëtimeve, 1.15% përmes agjentit ndërkombëtar të udhëtimeve, 2.1% kanë bërë aranzhime tjera dhe 4.3% nuk janë përgjigjur. Agjencitë e përmendura janë: Balkan Tours, Barileva, Fadili Tours, LALALA, Monika Tours, Train Kos dhe Qendra Turistike e Junikut. Çmimi mesatar për person për pakon e udhëtimit shkon deri në 40.1 € kur largohet vlera ekstreme prej 3,000 € prej llogaritjes. Nëse kjo vlerë futet në kalkulim, atëherë çmimi mesatar për pakon arrin në shumën prej 309.0 €.

3.6 NIVELET E SHPENZIMEVE

Tabelat më poshtë paraqesin nivelin e shpenzimeve për kategori të ndryshme të turistëve. Për turistët me qëndrim edhe

gjatë natës kostot janë mesatare për person për ditë në euro, ndërsa për turistët ditorë kostot janë për ditë.

Kategoria e turistëve	Shujtat, pijet, mes-shujtat	Akomodimi	Guidat, taksat e hyrjes, marrja me qira e pajisjeve, ekskursionet, aktivitetet	Transporti	Blerjet	Zbavitja
Turistë vendorë me qëndrim edhe natën	11.64	16.60	13.18	18.81	35.68	16.09
Turistë nga diaspora me qëndrim natën	12.78	14.08	10.00	14.24	27.58	29.52
Turistë ndërkombëtarë me qëndrim natën	10.38	15.00	4.60	43.00	14.62	5.20
Të gjithë turistët me qëndrim natën	12.1	15.65	11.34	18.72	28.80	22.22

Kategoria e turistëve	Shujtat, pijet, mes-shujtat	Guidat, taksat e hyrjes, marrja me qira e pajisjeve, ekskursionet, aktivitetet	Transporti	Blerjet	Shpenzime tjera
Turistë ndërkombëtarë ditorë	20	10	150	70	
Turistët vendorë ditorë	11.05	7.56	20.65	19.77	
Të gjithë Turistët vendorë ditorë	15.5	8.8	85.3	44.9	15.5

Shpenzimet për të gjithë turistët vendorë janë kalkuluar duke gjetur mesataren për turistët ditorë vendorë dhe atë ndërkombëtarë.

Tabelat më poshtë paraqesin mesataren e shpenzimeve ditorë për kategori të turistëve, e cila është kalkuluar duke përdorur përqindjet e shërbimeve/produkteve tëshfrytëzuara/të blera dhe shumën e shpenzuar për kategori të turistëve. Është e rëndësishme të ceket se të gjithë turistët nuk i kanë blerë/shfrytëzuar të gjitha produktet/shërbimet. Siç mund të shihet

nga të dhënat e prezantuara në tabelë, turistët vendorë me qëndrim edhe natën kanë shpenzime mesatare ditorë më të larta se turistët tjerë me qëndrim edhe natën, të pasuar nga turistët nga diaspora. Turistët ndërkombëtarë duket të shpenzojnë më së paku nga të gjithë turistët me qëndrim edhe natën. Një arsye se pse turistët vendorë duket të shpenzojnë më së shumti nga të gjithë të tjerët është që gati të gjithë nga ta i kanë blerë të gjitha produktet e specifikuar apo i kanë shfrytëzuar të gjitha shërbimet e specifikuar (shih tabelën me përqindje, nën tabelën me shpenzime mesatare ditorë).

Shpenzimet mesatare ditorë për kategoritë e turistëve

	Turistë vendorë me qëndrim gjatë natës	Turistë nga diaspora me qëndrim gjatë natës	Turistë ndërkombëtarë me qëndrim gjatë natës	Gjithsej turistë me qëndrim gjatë natës
Shujtat, pijet, mes-shujtat	11	5	4	6
Akomodimi	15	5	3	8
Guidat, taksat për hyrje, marrja me qira e pajisjeve	11	1	1	4
Transporti	18	12	11	14
Blerjet	29	22	5	19
Zbavitjet	14	23	1	13
Gjithsej	98	67	25	63

	Vendorë	Nga diaspora	Ndërkombëtar	Gjithsej turistë me qëndrim gjatë natës
Shujtat, pijet, mes-shujtat	93%	39%	35%	56%
Akomodimi	93%	33%	22%	49%
Guidat, taksat për hyrje, marrja me qira e pajisjeve	81%	13%	22%	39%
Transporti	96%	83%	26%	68%
Blerjet	81%	78%	35%	65%
Zbavitjet	85%	78%	22%	62%

Vetëm 5 (18%) nga 27 turistë vendorë me qëndrim edhe natën kanë blerë suvenire gjatë qëndrimit të tyre, ndërsa pjesa tjetër (82 %) nuk kanë blerë. Nga ata që kanë blerë, 83 % kanë blerë tekstil/rroba, ndërsa 17% kanë blerë prodhime bujqësore dhe kanë shpenzuar mesatarisht 46.67 €. Turistët kanë specifikuar shumtë e shpenzuara, por ata nuk kanë specifikuar se çfarë në fakt kanë blerë.

Në anën tjetër, 32.5% të turistëve nga diaspora me qëndrim edhe natën kanë blerë suvenire, ndërsa pjesa tjetër prej 67.5% nuk kanë blerë. Nga ata që kanë thënë po, 73.3% kanë blerë tekstil/rroba dhe kanë shpenzuar mesatarisht 49 €, 13.3% kanë blerë prodhime bujqësore dhe kanë shpenzuar mesatarisht 15 €, 13.3% kanë pohuar se kanë blerë prodhime tjera. Turistët kanë specifikuar shumtë e shpenzuara, por ata nuk kanë specifikuar se çfarë në fakt kanë blerë.

Rreth 35.0% (apo 8 respondentë) të turistëve ndërkombëtarë me qëndrim edhe natën kanë blerë suvenire, ndërsa të tjerët jo. Nga ata që kanë blerë, 62.5% kanë blerë tekstil dhe kanë shpenzuar mesatarisht 12.5 €, ndërsa 25.0% kanë blerë prodhime bujqësore dhe kanë shpenzuar mesatarisht 27.5 €. Rreth 12.5% kanë pohuar se kanë blerë prodhime tjera. Turistët kanë specifikuar shumtë e shpenzuara, por ata nuk kanë specifikuar se çfarë në fakt kanë blerë.

Rreth 28.9% (26 nga 90) e numrit të përgjithshëm të turistëve me qëndrim edhe natën kanë blerë suvenire, ndërsa 71.1% jo.

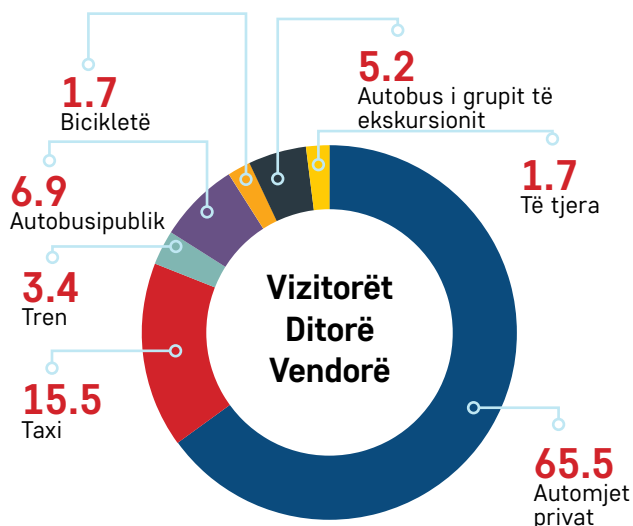
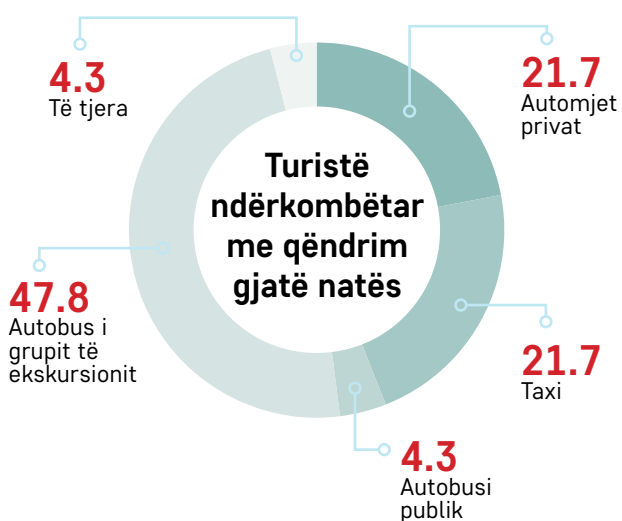
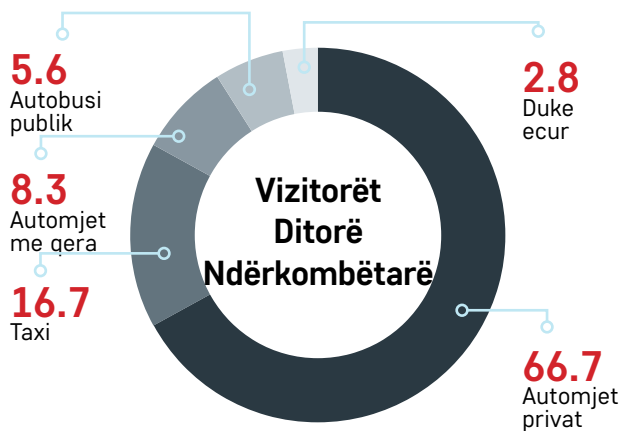
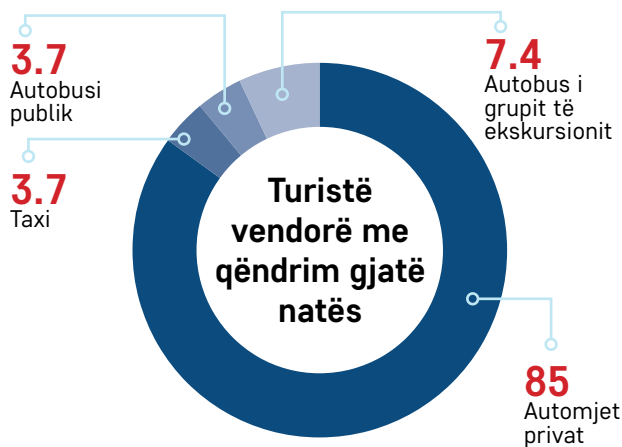
Shumica dërmuese prej 72.4% kanë blerë tekstil/rroba, 17.2% kanë blerë prodhime bujqësore vendore dhe 10.3% kanë blerë prodhime tjera. Turistët kanë shpenzuar mesatarisht 42.5 € për person për rroba/tekstil dhe mesatarisht 21.0 € për person për prodhime bujqësore. Turistët kanë specifikuar shumtë e shpenzuara, por ata nuk kanë specifikuar se çfarë në fakt kanë blerë.

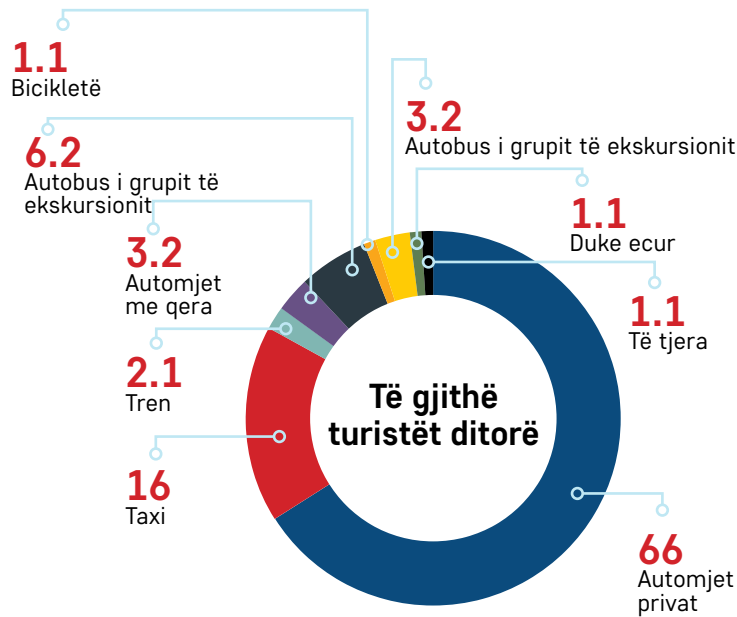
Rreth 52.8% të turistëve ditorë ndërkombëtarë kanë blerë suvenire, ndërsa 47.2% nuk kanë blerë. Shumica, 56.2% kanë blerë tekstil dhe rroba dhe kanë shpenzuar mesatarisht 118.0 €. Rreth 25.0% kanë blerë prodhime bujqësore dhe kanë shpenzuar mesatarisht 18.7 €. Rreth 18.8% kanë blerë prodhime tjera, por nuk kanë specifikuar se çfarë shumash kanë shpenzuar. Njësoj si turistët me qëndrim edhe gjatë natës, ata nuk kanë specifikuar se çfarë kanë blerë.

Përafërsisht 27.6% e turistëve vendorë ditorë kanë blerë suvenire, ndërsa pjesa tjetër jo. Rreth 80.0% kanë blerë tekstil/rroba, ndërsa 20.0% kanë blerë prodhime bujqësore. Turistët ditorë vendorë kanë shpenzuar mesatarisht 19.31 € në rroba/tekstil dhe mesatarisht 4.75 € për prodhime bujqësore.

Të dhënat tregojnë se rreth 39.8% e të gjithë turistëve ditorë kanë blerë prodhime zejtare/suvenire, ndërsa të tjerët jo. Rreth 72.0% kanë blerë tekstil/rroba dhe kanë shpenzuar mesatarisht 38.7 €, ndërsa 28.0% kanë blerë prodhime bujqësore dhe kanë shpenzuar mesatarisht 62.7 €.

3.7 LLOJI I TRANSPORTIT I SHFRYTËZUAR NGA SECILA NËNKATEGORI E TURISTËVE (NË %)





3.8 ATRAKSIONET E VIZITUARA DHE AKTIVITETET E BËRA

3.8.1. ATRAKSIONET E VIZITUARA (NË %)

Kategoria e turistëve	Patrakana e Pejës	Ujëvarë e Drinit	Kullat në Deçan	Kullat në Junik	Zonat malore rrethlumi Lumbardh në Deçan	Manastiri i Deçanit	Gryka e Rugovës	Fshatrat malore të Rugovës	Mulliri Muze i Haxhi Zekës	Fshatrat malore në zonën e majës së Gjeravicës	
Turistët vendorë me qëndrim edhe natën	2.5	32.5	2.5	12.5				47.5			
Turistët nga diaspora me qëndrim edhe natën	2.2	20.7	13.0	15.2	2.2		2.2	26.1	14.1	4.3	
Turistët ndërkombëtarë me qëndrim edhe natën	20.7	5.4			1.1		20.7	22.8	17.4	7.6	
Të gjithë turistët me qëndrim edhe natën	9.8	16.5	5.8	8.5	1.3		9.4	28.6	12.9	4.9	
Turistët ditorë ndërkombëtarë	10.4	17.0	6.6	4.7	2.8	3.8	4.7	26.4	15.1	4.7	3.8
Turistët ditorë vendorë	2.8	21.3	5.6	9.3	0.9		28.7	15.7	13.0	2.8	
Të gjithë turistët ditorë	6.7	19.5	6.2	7.1	1.9		17.1	21.4	14.3	3.8	1.9

3.9 ACTIVITIES DONE (IN %)

Kategoria e turistëve	Ecja në natyrë	Alpinizmi	Blerjet	Shëtitje në qytet	Peshkim	Noti	Ecja malore	Çiklizëm	Ngjitje në bjeshke	Paraglajding	Vëzhgimi i botës së egër
Domestic overnight tourists	41.8	7.3	32.7	9.1			1.8	7.3			
Diaspora overnight tourists	31.5	6.8	17.8	34.2		6.8	1.4	1.4			
International overnight tourists	17.7	8.1	9.7	19.4		1.6	32.3	3.2			8.1
Overall overnight tourists	30.0	7.4	19.5	22.1		3.2	11.6	3.7			2.6
International day-trippers	22.7	7.2	19.6	9.3	4.1	11.3	3.1	7.2	6.2	4.1	4.1
Domestic day-trippers	19.7	19.1	12.9	27.5	0.6	3.4	5.6	1.1	6.2		3.9
All day-trippers	24.1	15.5	12.6	22.3	0.7	4.7	5.8	4.0	5.8	0.4	4.3

4. Nivelet e kënaqshmërisë

4.1. NIVELI I KËNAQSHMËRISË ME RESTORANTE (NË %)

Turistë vendorë me qëndrim gjatë natës	Shumë e dobët	E dobët	Neutrale	E mirë	Shumë e mirë	Turistë ndërkombëtar me qëndrim gjatë natës	Shumë e dobët	E dobët	Neutrale	E mirë	Shumë e mirë
Cilësia i ushqimit			11.1	22.2	66.7	Cilësia i ushqimit				52.2	47.8
Llojllojshmëria e ushqimit			7.4	33.3	59.3	Llojllojshmëria e ushqimit		4.3	17.4	56.5	21.7
Cilësia e shërbimit			11.1	22.2	66.7	Cilësia e shërbimit			26.1	52.2	21.7
Komoditeti			11.1	44.4	44.4	Komoditeti			21.7	60.9	17.4
Pastërtia			14.8	48.1	37.0	Pastërtia			34.8	47.8	17.4
Toaleti dhe banjoja			25.9	48.1	25.9	Toaleti dhe banjoja	4.3	4.3	39.1	47.8	4.3
Çmimi (vlëra për para)	3.7		55.6	29.6	11.1	Çmimi (vlëra për para)			9.5	42.9	47.6
Turistë nga diaspora me qëndrim gjatë natës	Shumë e dobët	E dobët	Neutrale	E mirë	Shumë e mirë	Gjithsej turistë me qëndrim gjatë natës	Shumë e dobët	E dobët	Neutrale	E mirë	Shumë e mirë
Cilësia i ushqimit			5.0	75.0	20.0	Cilësia i ushqimit			5.6	53.3	41.1
Llojllojshmëria e ushqimit			15.0	77.5	7.5	Llojllojshmëria e ushqimit		1.1	13.3	58.9	26.7
Cilësia e shërbimit		2.5	12.5	75.0	10.0	Cilësia e shërbimit		1.1	15.6	53.3	30.0
Komoditeti			21.1	71.1	7.9	Komoditeti			18.2	60.2	21.6
Pastërtia	2.6	5.3	21.1	68.4	2.6	Pastërtia	1.1	2.3	22.7	56.8	17.0
Toaleti dhe banjoja	2.6	7.9	23.7	63.2	2.6	Toaleti dhe banjoja	2.3	4.5	28.4	54.5	10.2
Çmimi (vlëra për para)			17.5	62.5	20.0	Çmimi (vlëra për para)	1.1		27.3	47.7	23.9

Vizitorët Ditorë Ndërkombëtarë	Shumë e dobët	E dobët	Neu- trale	E mirë	Shumë e mirë
Cilësia i ushqimit		2.8	5.6	61.1	30.6
Llojllojshmëria e ushqimit	2.8	2.8	19.4	47.2	27.8
Cilësia e shërbimit		8.3	19.4	41.7	30.6
Komoditeti		5.6	16.7	47.2	30.6
Pastërtia	5.6	11.1	11.1	50.0	22.2
Toaleti dhe banjoja	2.8	11.1	27.8	38.9	19.4
Price (value for money)		2.9	5.7	51.4	40.0

All day-trippers	Shumë e dobët	E dobët	Neu- trale	E mirë	Shumë e mirë
Cilësia i ushqimit		1.1	2.1	36.2	60.6
Llojllojshmëria e ushqimit	1.1	2.1	7.4	44.7	44.7
Cilësia e shërbimit		3.2	9.6	50.0	37.2
Komoditeti		2.1	10.6	51.1	36.2
Pastërtia	3.2	9.6	5.3	47.9	34.0
Toaleti dhe banjoja	2.1	7.4	16.0	47.9	26.6
Çmimi (vlëra për para)		1.1	3.2	39.8	55.9

Vizitorët Ditorë Vendore	Shumë e dobët	E dobët	Neu- trale	E mirë	Shumë e mirë
Cilësia i ushqimit				20.7	79.3
Llojllojshmëria e ushqimit		1.7		43.1	55.2
Cilësia e shërbimit			3.4	55.2	41.4
Komoditeti			6.9	53.4	39.7
Pastërtia	1.7	8.6	1.7	46.6	41.4
Toaleti dhe banjoja	1.7	5.2	8.6	53.4	31.0
Çmimi (vlëra për para)			1.7	32.8	65.5

4.2 NIVELI I KËNAQSHMËRISË ME AKOMODIM

Kjo pjesë paraqet nivelin e kënaqshmërisë me akomodim për secilën kategori të turistëve. Është e rëndësishme të ceket se edhe pse shumica e turistëve e kanë vlerësuar nivelin e kënaqshmërisë si të "mirë" apo "shumë të mirë" nuk do të thotë se domosdoshmërisht shërbimet janë të tilla. Turistët vendorë mund të kenë vlerësuar si të larta shërbimet pasi që mund të mos kenë pasur mirëkuptim lidhur me cilësinë pasi që nuk kanë qenë jashtë Kosovës për të provuar shërbimet e akomodimit. Në anën tjetër, turistët nga diaspora, të cilët mendohet se kanë provuar shërbime më cilësore në vendet ku jetojnë, presin cilësi më të mirë dhe kjo është arsyeja pse ata nuk i vlerësojnë aq lartë sa turistët vendorë të njëjtat shërbime.

Shumica dërmuese e turistëve me qëndrim edhe natën. 74%, kanë qëndruar në apartamente, 7.4% në vila, 11.1% në kulla, 3.7% në bujtina dhe 3.7% në shtëpi private të miqve/familjarëve. Është e rëndësishme të ceket që turistët kanë qëndruar në një lloj të akomodimit gjatë gjithë kohës së qëndrimit dhe emrat e vendeve ku ata kanë qëndruar janë të shkruara në faqen e parë të pyetësorëve. Tabela në vijim liston nivelin e kënaqshmërisë me akomodim të turistëve vendorë.

Turistë vendorë me qëndrim gjatë natës	Shumë e dobët	E dobët	Neutrale	E mirë	Shumë e mirë
Objekti	18.5			29.6	51.9
Miqësia	18.5			25.9	55.6
Cilësia e shërbimit	14.8	3.7		29.6	51.9
Pastërtia	18.5		7.4	29.6	44.4
Informatat në dispozicion	11.1		33.3	40.7	14.8
Toaleti dhe banjoja	14.8		18.5	51.9	14.8
Komunikimi në anglisht	3.7		55.6	37.0	3.7
Çmimi (vlera për para)	11.1		59.3	25.9	3.7

Rreth 42.5% të turistëve nga diaspora me qëndrim edhe natën kanë qëndruar në apartamente, 27.5% kanë përdorur shtëpi private të miqve/familjarëve, 5% kanë qëndruar në hotele, 5% të tjerë kanë qëndruar në motele, 10.% në bujtina, 7.5% në vila dhe 2.5% kanë përdorur shërbime Krevat & Mëngjes për të kaluar natë/netë në zonën e destinacionit. Tabela në vijim paraqet nivelin e kënaqshmërisë me shërbimet e akomodimit.

Turistë nga diaspora me qëndrim gjatë natës	Shumë e dobët	E dobët	Neutrale	E mirë	Shumë e mirë
Objekti		10.3	28.2	59.0	2.6
Miqësia		10.3	23.1	59.0	7.7
Cilësia e shërbimit		10.3	43.6	43.6	2.6
Pastërtia		10.0	45.0	45.0	
Informatat në dispozicion		10.3	48.7	41.0	
Toaleti dhe banjoja		23.1	41.0	35.9	
Komunikimi në anglisht	2.6	25.6	53.8	17.9	
Çmimi (vlera për para)		12.8	35.9	43.6	7.7

Një numër i madh i turistëve ndërkombëtarë me qëndrim edhe gjatë natës, 65.2%, kanë qëndruar në bujtina gjatë qëndrimit të tyre në Kosovë. Rreth 13% kanë qëndruar në shtëpi private të familjes/miqve, 13% në hotele, 4.3% në apartamente dhe 4.3% në stane. Tabela në vijim paraqet nivelin e kënaqshmërisë me shërbimet e akomodimit.

Turistë ndërkombëtar me qëndrim gjatë natës	Shumë e dobët	E dobët	Neutrale	E mirë	Shumë e mirë
Objekti			19.0	52.4	28.6
Miqësia				33.3	66.7
Cilësia e shërbimit			4.8	57.1	38.1
Pastërtia			10.0	65.0	25.0
Informatat në dispozicion			36.8	42.1	21.1
Toaleti dhe banjoja			33.3	61.9	4.8
Komunikimi në anglisht	4.8	9.5	9.5	61.9	14.3
Çmimi (vlera për para)			15.8	31.6	52.6

Duke grumbulluar të dhënat për të gjithë turistët me qëndrim edhe gjatë natës shihet se 42.2% e turistëve kanë qëndruar në apartamente, 22.2% në bujtina, 16.7% në shtëpi private të familjes/miqve, 5.6% në hotele, 5.6% në vila, 3.3% në kulla, 2.2% në motele, 1.1% në stane dhe 1.1% në shërbime krevat & mëngjes. Tabela e mëposhtme tregon nivelin e kënaqshmërisë të grupuar për të gjithë turistët.

Gjithsej turistë me qëndrim gjatë natës	Very poor	Poor	Fair	Good	Very Good
Objekti	5.7	4.6	17.2	48.3	24.1
Miqësia	5.7	4.6	10.3	42.5	36.8
Cilësia e shërbimit	4.6	5.7	20.7	42.5	26.4
Pastërtia	5.7	4.6	25.3	44.8	19.5
Informatat në dispozicion	3.5	4.7	41.2	41.2	9.4
Toaleti dhe banjoja	4.6	10.3	32.2	47.1	5.7
Komunikimi në anglisht	3.4	13.8	43.7	34.5	4.6
Çmimi (vlera për para)	3.5	5.9	38.8	35.3	16.5

Tabela e kryqëzuar në vijim paraqet informata më të detajuara lidhur me renditjen e objekteve të ndryshme nga turistët me qëndrim edhe gjatë natës. Lloji i akomodimit është kryqëzuar me nivelin e kënaqshmërisë për shërbimet e ofruara nga objekti për akomodim (objekti, miqësia, cilësia e shërbimit, pastërtia, informatat në dispozicion, tualeti dhe banjoja, komunikimi në anglisht dhe çmimi/vlera për para.

LLOJI I AKOMODIMIT

	Hotel	Motel	Bujtinë	Kullë	Vilë	Apartament	Stan	Krevat e mëngjes	Shtëpi private e të afërme/miqve	Gjithsej	
Objekti	Shumë mirë	3 14.3%	0 .0%	2 9.5%	1 4.8%	2 9.5%	12 57.1%	0 .0%	0 .0%	1 4.8%	21 100.0%
	Mirë	1 2.4%	2 4.8%	12 28.6%	2 4.8%	3 7.1%	16 38.1%	1 2.4%	0 .0%	5 11.9%	42 100.0%
	Mjaftueshëm	1 6.7%	0 .0%	3 20.0%	0 .0%	0 .0%	4 26.7%	0 .0%	1 6.7%	6 40.0%	15 100.0%
	Dobët/ Shumë dobët	0 .0%	0 .0%	1 11.1%	0 .0%	0 .0%	5 55.6%	0 .0%	0 .0%	3 33.3%	9 100.0%
	Total	5 5.7%	2 2.3%	18 20.7%	3 3.4%	5 5.7%	37 42.5%	1 1.1%	1 1.1%	15 17.2%	87 100.0%

Tabela e mësipërme paraqet kryqëzim tabelar ndërmjet llojit të akomodimit dhe nivelit të kënaqshmërisë me objektin. Kolonat në tabelë paraqesin llojin e akomodimit, ndërsa rreshtat paraqesin nivelin e kënaqshmërisë me vet objektin. Siç mund të shihet nga tabela, 5 respondentë apo 13.5% të cilët në kanë qëndruar në apartamente (37 respondentë apo 42% të turistëve me qëndrim edhe natën kanë qëndruar në apartamente) i kanë

renditur këto objekte si të dobëta apo shumë të dobëta. Në anën tjetër, 28 respondentë apo 75.7% i kanë renditur apartamentet si të mira apo shumë të mira. 13 nga 18 respondentët që kanë qëndruar në bujtina i kanë vlerësuar ato si të mira apo shumë të mira. Vetëm një respondent e ka vlerësuar bujtinën si të dobët apo shumë të dobët.

MIQËSIA – LLOJI I AKOMODIMIT – KRYQËZIMI TABELAR

Lloji i akomodimit

	Hotel	Motel	Bujtinë	Kullë	Vilë	Apartment	Stan	Krevat dhe mëngjes	Shtëpi private e familjes/ miqve	Gjithsej	
Shumë mirë	Numri	3	0	9	2	1	14	1	0	2	32
	% e miqësisë	9.4%	.0%	28.1%	6.2%	3.1%	43.8%	3.1%	.0%	6.2%	100.0%
Mirë	Numri	2	2	7	1	4	15	0	1	5	37
	% e miqësisë	5.4%	5.4%	18.9%	2.7%	10.8%	40.5%	.0%	2.7%	13.5%	100.0%
Mjaftueshëm	Numri	0	0	1	0	0	3	0	0	5	9
	% e miqësisë	.0%	.0%	11.1%	.0%	.0%	33.3%	.0%	.0%	55.6%	100.0%
Dobët / Shumë dobët	Numri	0	0	1	0	0	5	0	0	3	9
	% e miqësisë	.0%	.0%	11.1%	.0%	.0%	55.6%	.0%	.0%	33.3%	100.0%
Gjithsej	Numri	5	2	18	3	5	37	1	1	15	87
	% e miqësisë	5.7%	2.3%	20.7%	3.4%	5.7%	42.5%	1.1%	1.1%	17.2%	100.0%

Tabela e mësipërme paraqet kryqëzime tabelash për llojin e akomodimit dhe miqësinë e personelit që ka punuar në akomodimin përkatës. Siç mund të shihet nga tabela, numri më i madh i respondentëve kanë qëndruar në apartamente (37 respondentë apo 42%). Nga ata të cilët kanë qëndruar në apartamente, 5 respondentë apo 13.5% kanë vlerësuar kriterin e miqësisë si të dobët apo shumë të dobët, ndërsa 29 respondentë apo 78.4% kanë vlerësuar miqësinë mirë apo shumë mirë. 16 nga 18 respondentët që kanë qëndruar në bujtina i kanë vlerësuar ato me mirë apo shumë mirë. Vetëm një respondentë e ka vlerësuar objektin e bujtinës me dobët apo shumë dobët.

CILËSIA E SHËRBIMEVE – LLOJI I AKOMODIMIT – KRYQËZIM TABELAR

Lloji i akomodimit

	Hotel	Motel	Bujtinë	Kullë	Vilë	Apartament	Stan	Krevat dhe mëngjes	Shtëpi private e familjes/ miqve	Gjithsej
Shumë mirë	Numri	1	0	6	2	1	12	0	1	23
	% e cilësisë së shërbimeve	4.3%	.0%	26.1%	8.7%	4.3%	52.2%	.0%	4.3%	100.0%
	Numri	3	1	7	1	4	14	1	5	37
Mirë	% e cilësisë së shërbimeve	8.1%	2.7%	18.9%	2.7%	10.8%	37.8%	2.7%	13.5%	100.0%
	Numri	1	1	4	0	0	6	0	6	18
Mjaftueshëm	% e cilësisë së shërbimeve	5.6%	5.6%	22.2%	.0%	.0%	33.3%	.0%	33.3%	100.0%
	Numri	0	0	1	0	0	5	0	3	9
Dobët / Shumë dobët	% e cilësisë së shërbimeve	.0%	.0%	11.1%	.0%	.0%	55.6%	.0%	33.3%	100.0%
	Numri	5	2	18	3	5	37	1	15	87
Gjithsej	% e cilësisë së shërbimeve	5.7%	2.3%	20.7%	3.4%	5.7%	42.5%	1.1%	17.2%	100.0%
	Numri									

Nga tabela e mësipërme mund të shihet se ngjashëm si me dy tabelat tjera të kryqëzuara, për cilësinë e shërbimeve në apartamente, 5 respondentë nga 37 kanë qëndruar në apartamente, mendojnë se cilësia e shërbimeve është e dobët apo shumë e dobët. Në anën tjetër, 13 nga 18 respondentë që kanë qëndruar në bujtina mendojnë që cilësia e shërbimeve të ofruara ka qenë e mirë apo shumë e mirë, dhe vetëm 1 ka menduar se ajo ishte e dobët apo shumë e dobët.

PASTËRTIA -LLOJI I AKOMODIMIT – KRYQËZIMI TABELAR

Lloji i akomodimit

	Hotel	Motel	Bujtinë	Kullë	Vilë	Apartament	Krevat dhe mëngjes	Shtëpi private e familjes/ miqve	Gjithsej
Shumë mirë	Numri	0	0	2	2	1	10	2	17
	% e cilësisë së shërbimeve	.0%	.0%	11.8%	11.8%	5.9%	58.8%	11.8%	100.0%
	Numri	3	2	11	1	3	16	3	39
Mirë	% e cilësisë së shërbimeve	7.7%	5.1%	28.2%	2.6%	7.7%	41.0%	7.7%	100.0%
	Numri	2	0	4	0	1	7	1	22
Mjaftueshëm	% e cilësisë së shërbimeve	9.1%	.0%	18.2%	.0%	4.5%	31.8%	4.5%	100.0%
	Numri	0	0	1	0	0	5	0	9
Dobët / Shumë dobët	% e cilësisë së shërbimeve	.0%	.0%	11.1%	.0%	.0%	55.6%	.0%	100.0%
	Numri	5	2	18	3	5	38	1	87
Gjithsej	% e cilësisë së shërbimeve	5.7%	2.3%	20.7%	3.4%	5.7%	43.7%	1.1%	100.0%
	Numri	5	2	18	3	5	38	1	87

Ngjashëm me tabelat tjera, 5 respondentë që kanë qëndruar në apartamente mendojnë se pastërtia ka qenë e dobët apo shumë e dobët dhe vetëm 1 repondentë që ka qëndruar në bujtinë mendon se pastërtia ka qenë e dobët. Repondentët e tjerë duket se e kanë vlerësuar lartë pastërtinë e vendeve ku kanë qëndruar.

INFORMATAT NË DISPOZICION -LLOJI I AKOMODIMIT – KRYQËZIMI TABELAR

Lloji i akomodimit

	Hotel	Motel	Bujtinë	Kullë	Vilë	Apartament	Krevat dhe mëngjes	Shtëpi private e familjes/ miqve	Gjithsej
Shumë mirë	Numri	0	0	2	0	0	5	1	8
	% e l në D	.0%	.0%	25.0%	.0%	.0%	62.5%	12.5%	100.0%
Mirë	Numri	2	1	8	2	3	15	3	35
	% e l në D	5.7%	2.9%	22.9%	5.7%	8.6%	42.9%	8.6%	100.0%
Mjaftueshëm	Numri	3	1	6	1	2	14	8	35
	% e l në D	8.6%	2.9%	17.1%	2.9%	5.7%	40.0%	22.9%	100.0%
Dobët / Shumë dobët	Numri	0	0	1	0	0	3	0	7
	% e l në D	.0%	.0%	14.3%	.0%	.0%	42.9%	.0%	100.0%
Gjithsej	Numri	5	2	17	3	5	37	15	85
	% e l në D	5.9%	2.4%	20.0%	3.5%	5.9%	43.5%	17.6%	100.0%

Tabela më lartë tregon nivelin e kënaqshmërisë së respondentëve sa i përket informatave të ofruar nga ofruesit e akomodimit ku ata kanë qëndruar. Vetëm 3 respondentë që kanë qëndruar në apartamente e kanë vlerësuar informatat në dispozicion si të dobëta apo shumë të dobëta. Respondentët e tjerë duket se janë të kënaqur me nivelin e informatave të ofruara, pasi që ata i kanë vlerësuar ato si të mira apo shumë të mira.

TOALETI DHE BANJOJA - LLOJI I AKOMODIMIT – KRYQËZIMI TABELAR

Lloji i akomodimit

	Hotel	Motel	Bujtinë	Kullë	Vilë	Apartament	Stan	Krevat dhe mëngjes	Shtëpi private e familjes/miqve	Gjithsej
Miqësia	Numri	0	0	0	0	4	0	0	1	5
	% për T dhe B	.0%	.0%	.0%	.0%	80.0%	.0%	.0%	20.0%	100.0%
	Numri	4	0	8	3	19	1	0	3	41
	% për T dhe B	9.8%	.0%	19.5%	7.3%	46.3%	2.4%	.0%	7.3%	100.0%
	Numri	0	2	7	0	8	0	1	8	28
	% për T dhe B	.0%	7.1%	25.0%	.0%	28.6%	.0%	3.6%	28.6%	100.0%
Dobët / Shumë dobët	Numri	1	0	3	0	6	0	0	3	13
	% për T dhe B	7.7%	.0%	23.1%	.0%	46.2%	.0%	.0%	23.1%	100.0%
Gjithsej	Numri	5	2	18	3	37	1	1	15	87
	% për T dhe B	5.7%	2.3%	20.7%	3.4%	42.5%	1.1%	1.1%	17.2%	100.0%

Tabela më lartë tregon nivelin e kënaqshmërisë së respondentëve me tualetet dhe banjot në akomodimet përkatëse ku ata kanë qëndruar. Siç mund të vërehet 6 respondentë që kanë qëndruar në apartamente, 3 që kanë qëndruar në bujtina dhe 1 që ka qëndruar në hotel e kanë vlerësuar atë shërbim si të dobët apo shumë të dobët.

KOMUNIKIMI NË ANGLISHT -LLOJI I AKOMODIMIT – KRYQËZIMI TABELAR

		Lloji i akomodimit									
		Hotel	Motel	Bujtinë	Kullë	Vilë	Apartament	Stan	Krevat dhe mëngjes	Shtëpi private e familjes/ miqve	Gjithsej
Miqësia	Shumë mirë	1	0	0	1	0	0	0	0	2	4
	% për K në A	25.0%	.0%	.0%	25.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	100.0%
	Mirë	2	0	10	1	1	13	1	0	2	30
	% për K në A	6.7%	.0%	33.3%	3.3%	3.3%	43.3%	3.3%	.0%	6.7%	100.0%
	Mjaftueshëm	0	1	4	1	4	20	0	1	7	38
	% për K në A	.0%	2.6%	10.5%	2.6%	10.5%	52.6%	.0%	2.6%	18.4%	100.0%
Dobët / Shumë dobët	Numri	2	1	4	0	0	4	0	0	4	15
	% për K në A	13.3%	6.7%	26.7%	.0%	.0%	26.7%	.0%	.0%	26.7%	100.0%
Gjithsej	Numri	5	2	18	3	5	37	1	1	15	87
	% për K në A	5.7%	2.3%	20.7%	3.4%	5.7%	42.5%	1.1%	1.1%	17.2%	100.0%

Tabela më lartë paraqet nivelin e kënaqshmërisë me komunikimin në anglisht. 2 nga 5 respondentë që kanë qëndruar në hotel nuk kanë qenë të kënaqur me komunikimin në anglisht nga ofruesit e akomodimit pasi që ata e kanë vlerësuar atë shërbim me dobët apo shumë dobët. 4 nga 18 që kanë qëndruar në bujtina dhe 4 nga 37 që kanë qëndruar në apartamente nuk kanë qenë të kënaqur gjithashtu pasi që ata e kanë vlerësuar këtë shërbim me dobët apo shumë dobët.

ÇMIMI (VLERA PËR PARA) -LLOJI I AKOMODIMIT – KRYGËZIMI TABELAR

		Lloji i akomodimit								Shtëpi private e familjes/ miqve		
		Hotel	Motel	Bujtinë	Kullë	Vilë	Apartment	Stan	Krevat dhe mëngjes	Gjithsej		
Miqësia	Shumë mirë	Numri	1	0	7	0	2	0	0	2	14	
		% për çmimin	7.1%	.0%	50.0%	.0%	14.3%	.0%	.0%	14.3%	100.0%	
	Mirë	Numri	3	2	5	2	2	11	1	3	30	
		% për çmimin	10.0%	6.7%	16.7%	6.7%	6.7%	36.7%	3.3%	3.3%	10.0%	
	Mjaftueshëm	Numri	1	0	4	1	1	20	0	0	6	33
		% për çmimin	3.0%	.0%	12.1%	3.0%	3.0%	60.6%	.0%	.0%	18.2%	100.0%
Dobët / Shumë dobët	Numri	0	0	1	0	0	4	0	0	3	8	
	% për çmimin	.0%	.0%	12.5%	.0%	.0%	50.0%	.0%	.0%	37.5%	100.0%	
Gjithsej	Numri	5	2	17	3	5	37	1	1	14	85	
	% për çmimin	5.9%	2.4%	20.0%	3.5%	5.9%	43.5%	1.2%	1.2%	16.5%	100.0%	

Tabela më lartë paraqet nivelin e kënaqshmërisë me çmimin/vlerën për para. Vetëm 4 respondentë që kanë qëndruar në apartamente dhe 1 që ka qëndruar në bujtinë kanë menduar se vlera që ata kanë marrë për paratë e paguara ka qenë e dobët apo shumë e dobët. Rreth 20 repondentë që kanë qëndruar në apartamente dhe 4 në bujtinë mendojnë se vlera për çmimin e paguar ka qenë në rregull. Të tjerët duken se janë të kënaqur me vlerat që kanë.

4.3 NIVELI I KËNAQSHMËRISË ME GUDIAT E EKSURSIONEVE

Vetëm një nga të gjithë turistët vendorë me qëndrim edhe gjatë natës ka përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit dhe i ka vlerësuar të gjitha kategoritë për të cilat është pyetur në pyetësor si shumë të mirë.

Vetëm 3 (7.5%) nga 40 turistë nga diaspora me qëndrim edhe gjatë natës kanë përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit dhe i kanë vlerësuar ato si në tabelën në vijim:

Turistë nga diaspora me qëndrim gjatë natës	Shumë dobët	Dobët	Mjaftue-shëm	Mirë	Shumë mirë
Besueshmëria		33.3		33.3	33.3
Cilësia e shërbimit			100		
Cilësia e informatave		33.3	33.3	33.3	
Siguria	66.7	33.3			
Komunikimi, aftësia gjuhësore	33.3		33.3	33.3	
Çmimi (vlera për para)		33.3		66.7	

Turistët ndërkombëtar me qëndrim edhe gjatë natës, në anën tjetër, kanë shfrytëzuar shërbimet e guidës së ekskursioneve më shpesh (82.6% kanë pohuar se kanë përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit). Tabela në vijim paraqet nivelin e tyre të kënaqshmërisë:

Turistë ndërkombëtar me qëndrim gjatë natës	Shumë dobët	Dobët	Mjaftue-shëm	Mirë	Shumë mirë
Besueshmëria			5.3	57.9	36.8
Cilësia e shërbimit				57.9	42.1
Cilësia e informatave			5.3	52.6	42.1
Siguria			15.8	42.1	42.1
Komunikimi, aftësia gjuhësore				47.4	52.6
Çmimi (vlera për para)			15.4	46.2	38.5

Kur të mblidhen të gjitha të dhënat, mund të vërehet se rreth 25.6% e turistëve me qëndrim edhe gjatë natës kanë përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit ndërsa 74.4% nuk kanë bërë gjë të tillë. Tabela më poshtë përshkruan nivelet e kënaqshmërisë për turistët me qëndrim edhe gjatë natës që kanë përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit.

Gjithsej turistë me qëndrim gjatë natës	Shumë dobët	Dobët	Mjaftue-shëm	Mirë	Shumë mirë
Besueshmëria	4.3	4.3	4.3	52.2	34.8
Cilësia e shërbimit			13.0	52.2	34.8
Cilësia e informatave		4.3	8.7	52.2	34.8
Siguria	8.7	4.3	13.0	34.8	39.1
Komunikimi, aftësia gjuhësore	4.3		8.7	43.5	43.5
Çmimi (vlera për para)		5.9	17.6	47.1	29.4

Rreth 19.4% e turistëve ditorë ndërkombëtarë kanë përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit. Tabela në vijim paraqet nivelin e tyre të kënaqshmërisë me shërbimet e guidës së ekskursionit.

Vizitorët Ditorë Ndërkombëtarë	Shumë dobët	Dobët	Mjaftue-shëm	Mirë	Shumë mirë
Besueshmëria			28.6	57.1	14.3
Cilësia e shërbimit			14.3	71.4	14.3
Cilësia e informatave			14.3	85.7	
Siguria			28.6	71.4	
Komunikimi, aftësia gjuhësore		14.3	14.3	57.1	14.3
Çmimi (vlera për para)			33.3	33.3	33.3

Afërsisht 7.0% e turistëve ditorë vendorë kanë përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit, ndërsa pjesa tjetër jo. Tabela në vijim paraqet nivelin e kënaqshmërisë së respondentëve që kanë përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit.

Domestic day-trippers	Shumë dobët	Dobët	Mjaftueshëm	Mirë	Shumë mirë
Besueshmëria					100.0
Cilësia e shërbimit				33.3	66.7
Cilësia e informatave					100.0
Siguria				33.3	66.7
Komunikimi, aftësia gjuhësore					100.0
Çmimi (vlera për para)					100.0

Afërsisht 11.7% e gjithë turistëve vendorë së bashku kanë përdorur shërbimet e guidës së ekskursionit, ndërsa pjesa tjetër jo. Tabela në vijim paraqet nivelin e tyre të kënaqshmërisë me shërbimet e guidës së ekskursionit.

All day-trippers	Shumë dobët	Dobët	Mjaftueshëm	Mirë	Shumë mirë
Besueshmëria			20.0	40.0	40.0
Cilësia e shërbimit			10.0	60.0	30.0
Cilësia e informatave			10.0	60.0	30.0
Siguria			20.0	60.0	20.0
Komunikimi, aftësia gjuhësore		10.0	10.0	40.0	40.0
Çmimi (vlera për para)			25.0	25.0	50.0

4.4 KËNAQSHMËRIA ME ASPEKTET TJERA TË QËNDRIMIT TË TYRE NË KOSOVËN PERËNDIMORE

Turistë vendorë me qëndrim gjatë natës	Shumë dobët	Dobët	Neutral	Mirë	Shumë mirë	Turistë nga diaspora me qëndrim gjatë natës	Shumë dobët	Dobët	Neutral	Mirë	Shumë mirë
Llojlojshmëria e atraksioneve turistike		3.7	22.2		11.1			13.2	18.4	57.9	10.5
Diversiteti i aktiviteteve në natyrë			22.2		18.5			15.8	21.1	57.9	5.3
Informatat për vizitorë			33.3		29.6			21.1	23.7	44.7	10.5
Miqësia e njerëzve			25.9		22.2				21.1	63.2	15.8
Lehtësia në komunikim			29.6		25.9			12.5	17.5	50.0	20.0
Shenjësimi, shenjat e rrugës		7.4	33.3		37.0		7.5	12.5	37.5	42.5	
Lehtësia në qasje në vende turistike			23.1		61.5		5.0	7.5	32.5	47.5	7.5
Siguria			29.6		37.0		17.5	15.0	10.0	40.0	17.5
Pastërtia e objekteve			25.9		51.9		5.0	20.0	22.5	52.5	
Pastërtia e mjedisit			22.2		59.3		7.5	20.0	32.5	40.0	
Mbrojtja mjedisore			40.7		37.0		7.5	25.0	32.5	35.0	

Turistë ndërkombëtar me qëndrim gjatë natës	Shumë dobët	Dobët	Neutral	Mirë	Shumë mirë	Gjithsej turistë me qëndrim gjatë natës	Shumë dobët	Dobët	Neutral	Mirë	Shumë mirë
Llojlojshmëria e atraksioneve turistike		4.5	45.5	45.5	4.5	Llojlojshmëria e atraksioneve turistike		8.0	26.4	40.2	25.3
Diversiteti i aktiviteteve në natyrë		4.5	50.0	36.4	9.1	Diversiteti i aktiviteteve në natyrë		8.0	28.7	40.2	23.0
Informatat për vizitorë		4.8	38.1	52.4	4.8	Informatat për vizitorë		10.5	30.2	41.9	17.4
Miqësia e njerëzve			4.3	30.4	65.2	Miqësia e njerëzve			18.2	42.0	39.8
Lehtësia në komunikim	4.3	13.0	26.1	39.1	17.4	Lehtësia në komunikim	1.1	8.9	23.3	40.0	26.7
Shenjësimi, shenjat e rrugës		23.8	38.1	38.1		Shenjësimi, shenjat e rrugës	3.4	13.6	36.4	39.8	6.8
Lehtësia në qasje në vende turistike		13.6	40.9	36.4	9.1	Lehtësia në qasje në vende turistike	2.3	6.8	31.8	48.9	10.2
Siguria		4.5	40.9	36.4	18.2	Siguria	7.9	7.9	23.6	38.2	22.5
Pastërtia e objekteve		4.8	47.6	38.1	9.5	Pastërtia e objekteve	2.3	10.2	29.5	48.9	9.1
Pastërtia e mjedisit	4.3	17.4	52.2	17.4	8.7	Pastërtia e mjedisit	4.4	13.3	34.4	40.0	7.8
Mbrojtja mjedisore	4.5	22.7	36.4	31.8	4.5	Mbrojtja mjedisore	4.5	16.9	36.0	34.8	7.9

Vizitorët Ditorë Ndërkombëtarë	Shumë dobët	Dobët	Neutral	Mirë	Shumë mirë
Llojlojshmëria e atraksioneve turistike	2.9	5.7	42.9	25.7	22.9
Diversiteti i aktiviteteve në natyrë	5.7		31.4	40.0	22.9
Informatat për vizitorë	5.7	8.6	45.7	25.7	14.3
Miqësia e njerëzve	2.9		11.4	37.1	48.6
Lehtësia në komunikim	2.9	2.9	11.4	42.9	40.0
Shenjësimi, shenjat e rrugës	8.6	25.7	25.7	31.4	8.6
Lehtësia në qasje në vende turistike	2.9	20.0	31.4	37.1	8.6
Siguria	5.7	8.6	22.9	34.3	28.6
Pastërtia e objekteve		8.6	34.3	28.6	28.6
Pastërtia e mjedisit		20.0	25.7	34.3	20.0
Mbrojtja mjedisore	5.9	29.4	20.6	26.5	17.6

Vizitorët Ditorë Vendorë	Shumë dobët	Dobët	Neutral	Mirë	Shumë mirë
Llojlojshmëria e atraksioneve turistike		19.0	15.5	37.9	27.6
Diversiteti i aktiviteteve në natyrë		20.7	13.8	46.6	19.0
Informatat për vizitorë	1.7	13.8	24.1	44.8	15.5
Miqësia e njerëzve				37.9	62.1
Lehtësia në komunikim		3.4	24.1	39.7	32.8
Shenjësimi, shenjat e rrugës		3.4	41.4	46.6	8.6
Lehtësia në qasje në vende turistike		6.9	34.5	46.6	12.1
Siguria	1.7	15.5	10.3	58.6	13.8
Pastërtia e objekteve	6.9	6.9	13.8	67.2	5.2
Pastërtia e mjedisit	12.1	12.1	3.4	67.2	5.2
Mbrojtja mjedisore	12.1	12.1	5.2	63.8	6.9

All day-trippers	Shumë dobët	Dobët	Neutral	Mirë	Shumë mirë
Llojlojshmëria e atraksioneve turistike	1.1	14.0	25.8	33.3	25.8
Diversiteti i aktiviteteve në natyrë	2.2	12.9	20.4	44.1	20.4
Informatat për vizitorë	3.2	11.8	32.3	37.6	15.1
Miqësia e njerëzve	1.1		4.3	37.6	57.0
Lehtësia në komunikim	1.1	3.2	19.4	40.9	35.5
Shenjësimi, shenjat e rrugës	3.2	11.8	35.5	40.9	8.6
Lehtësia në qasje në vende turistike	1.1	11.8	33.3	43.0	10.8
Siguria	3.2	12.9	15.1	49.5	19.4
Pastërtia e objekteve	4.3	7.5	21.5	52.7	14.0
Pastërtia e mjedisit	7.5	15.1	11.8	54.8	10.8
Mbrojtja mjedisore	9.8	18.5	10.9	50.0	10.9

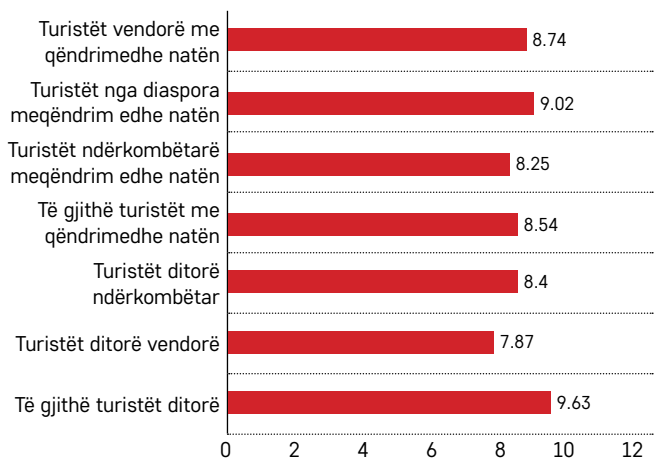
5. Kënaqshmëria e përgjithshme e konsumatorëve

Kur janë pyetur që të vlerësojnë nivelin e përgjithshëm të kënaqësisë, respondentët është dashur që të vlerësojnë qëndrimin e tyre nga 1 deri në 10, ku 1 paraqet nivelin më të ulët të kënaqësisë, ndërsa 10 paraqet nivelin më të lartë. Shumica dërmuese e turistëve vendorë me qëndrim edhe natën, 77.8 %, kanë vlerësuar nivelin e kënaqshmërisë me 10 pikë, 7.4% me 9 pikë dhe 14.8 % me 8 pikë, duke nxjerrë një mesatare prej 9.63 nga 10.0 të mundshme. Si rezultat i nivelit të lartë të kënaqshmërisë, të gjithë turistët vendorë planifikojnë të vijnë prapë në zonën e destinacionit dhe që të gjithë do të u rekomandonin edhe miqve e të afërme të tyre që të vizitonin zonën. Turistët nga diaspora me qëndrim edhe natën e kanë vlerësuar cilësinë e përgjithshme të vizitës me 7.87 pikë nga 10 dhe kështu 95.0% e marrin në konsideratë të kthehen prapë, ndërsa 5.0% jo. Rreth 87.5% do të u rekomandojnë Kosovën perëndimore edhe miqve e të afërmeve, ndërsa 12.5% nuk do të bëjnë një gjë të tillë. Turistët ndërkombëtarë me qëndrim edhe gjatë natës duket se kanë qenë të kënaqur me qëndrimin e tyre, pasi që ata e kanë vlerësuar atë me mesatarisht 8.40 pikë nga 10.0. Rreth 39.1% e kanë vlerësuar atë me 8 pikë, 30.45 me 9 pikë, 17.4% me 7 pikë dhe 13.05 me 10 pikë. Si rezultat i nivelit të lartë të kënaqshmërisë, 73.9% planifikojnë të vijnë prapë, ndërsa 26.1 jo. Rreth 95.7% do të u rekomandojnë zonën edhe miqve e të afërmeve. Kur grupohen të dhënat për të gjithë turistët me qëndrim edhe natën, përfundojmë me një mesatare të nivelit të kënaqshmërisë prej 8.54 pikë nga 10. Si rezultat i nivelit të lartë të kënaqshmërisë, 91.1% planifikojnë të kthehen prapë në zonën e destinacionit dhe 93.3% do t'u rekomandonin zonën edhe miqve e të afërmeve të tyre.

Gjithashtu edhe nga vizitorët ditorë është kërkuar që të vlerësojnë përgjithësisht cilësinë e vizitës së tyre. Turistët ditorë ndërkombëtarë e kanë vlerësuar qëndrimin e tyre me notë mesatare prej 8.28 nga 10. Rrjedhimisht, 97.2% planifikojnë të kthehen prapë në zonën e destinacionit, ndërsa 2.8% jo. Ngjashëm, 97.2 do t'u rekomandonin të afërmeve dhe miqve

të tyre që të vizitojnë Kosovën perëndimore. Vizitorët ditorë vendorë e kanë vlerësuar vizitën e tyre me mesatarisht 9.02 pikë nga 10.0 të mundshme. Kështu, të gjithë planifikojnë të kthehen prapë në zonën e destinacionit dhe që të gjithë do t'u rekomandonin zonën miqve dhe të afërmeve të tyre. Vizitorët ditorë të gjithë së bashku si grup kanë vlerësuar vizitën e tyre me 8.74 pikë nga 10.0. Rreth 98.9% kanë në konsideratë ardhjen prapë, ndërsa 1.1% jo. Ngjashëm, 98.9% do t'u rekomandonin zonën të afërmeve dhe miqve të tyre, ndërsa 1.1% jo.

Niveli i kënaqshmërisë



6. Analiza gjinore

Pjesa në vijim do të paraqet shpenzimet e bëra nga respondentët femra e meshkuj dhe cilat karakteristika ata i vlerësojnë si të rëndësishme e cilat jo për vendimin për të vizituar zonën e destinacionit. Sa i përket shpenzimeve, nga tabela e mëposhtme mund të shihet se turistët me qëndrim edhe natën meshkuj dhe femra shpenzojnë përafërsisht shuma të njëjta.

Lloji i shpenzimeve: Turistët me qëndrim edhe gjatë natës

Shpenzimet mesatare për person në ditë:

Kostoja në €

	Meshkuj	Femra
Shujtat, pijet, mes-shujtat	11.3	12.9
Akomodimi (hoteli, bujtina, vila, apartamenti, etj.)	14.7	16.9
Guidat, taksat për hyrje, marrja me qira e pajisjeve, ekskursionet, aktivitetet	11.1	11.6
Transporti	16.3	21.7
Blerjet	27.9	29.7
Zbavitjet	22.4	21.9
Shpenzimet tjera	26.3	24.3

Në anën tjetër, për grupin e vizitorëve ditorë, siç mund të shihet nga tabela më poshtë, femrat kanë tendencë të shpenzojnë më shumë.

Lloji i shpenzimeve: Turistët me qëndrim edhe gjatë natës

Shpenzimet mesatare për person në ditë:

Kostoja në €

	Meshkuj	Femra
Shujtat, pijet, mes-shujtat	18.2	19.3
Guidat, taksat për hyrje, marrja me qira e pajisjeve, ekskursionet, aktivitetet	22.7	11.4
Transporti	74.7	74.1
Blerjet	17.1	42.5
Shpenzimet tjera	-	70.6

Tabelat në vijim paraqesin pikëvështrimet e meshkujve dhe femrave lidhur me rëndësinë e karakteristikave në vendimin për të vizituar destinacionin. Secila tabelë paraqet një karakteristikë të veçantë, numrin e respondentëve meshkuj e femra (ata paraqiten edhe në përqindje) dhe mënyrën se si i kanë vlerësuar ata ato karakteristika si “fare e parëndësishme”, “e parëndësishme”, “neutrale”, “e rëndësishme” dhe “shumë e rëndësishme”. Nga tabelat më poshtë mund të konkludohet se respondentët femra dhe meshkuj i vlerësojnë ngjashëm goxha ngjashëm. Ekzistojnë disa dallime në përqindje për karakteristika të veçanta, por ato janë shumë të ulëta (ato sillen prej 2% në 10%). Disa tabela në të cilat vërehen dallime, janë komentuar në hapësirën nën tabela përkatëse.

Klima e freskët dhe e ftohtë malore - Turistët me qëndrim edhe natën

		Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	8	13	29	50
	%	16.0%	26.0%	58.0%	100.0%
Femra	Numri	3	14	19	36
	%	8.3%	38.9%	52.8%	100.0%

Aktivitetet në natyrë dhe aventurat - Turistët me qëndrim edhe natën

		Fare e parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	5	22	23	50
	%	.0%	10.0%	44.0%	46.0%	100.0%
Femra	Numri	1	4	15	17	37
	%	2.7%	10.8%	40.5%	45.9%	100.0%

Trashëgimia kulturore - Turistët me qëndrim edhe natën

		Fare e parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	1	6	17	27	51
	%	2.0%	11.8%	33.3%	52.9%	100.0%
Femra	Numri	1	3	15	20	39
	%	2.6%	7.7%	38.5%	51.3%	100.0%

Njerëz miqësorë dhe mikpritës - Turistët me qëndrim edhe natën

		Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	3	24	24	51
	%	5.9%	47.1%	47.1%	100.0%
Femra	Numri	2	17	19	38
	%	5.3%	44.7%	50.0%	100.0%

Atraksionet fetare - Turistët me qëndrim edhe natën

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	5	3	12	18	13	51
	%	9.8%	5.9%	23.5%	35.3%	25.5%	100.0%
Femra	Numri	0	5	13	9	10	37
	%	.0%	13.5%	35.1%	24.3%	27.0%	100.0%

Rreth 9.8% e respondentëve meshkuj mendojnë se atraksionet fetare nuk janë fare të rëndësishme, ndërsa asnjë femër nuk mendon ashtu; 5.9% e meshkujve mendojnë se atraksionet fetare janë të parëndësishme, ndërsa tek femrat kjo përqindje është 13.5%; 23.5% e meshkujve i vlerësojnë atraksionet fetare si neutrale, ndërsa tek femrat kjo përqindje është 35.1%; dhe 35.5% e meshkujve vlerësojnë atraksionet fetare si të rëndësishme, ndërsa tek femrat kjo përqindje është 24.3%.

Parku nacional - Turistët me qëndrim edhe natën

		E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Very important	Gjithsej
Meshkuj	Numri	1	7	27	16	51
	%	2.0%	13.7%	52.9%	31.4%	100.0%
Femra	Numri	2	5	20	10	37
	%	5.4%	13.5%	54.1%	27.0%	100.0%

Ushqimi i mirë - Turistët me qëndrim edhe natën

		Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	3	29	19	51
	%	5.9%	56.9%	37.3%	100.0%
Femra	Numri	6	20	11	37
	%	16.2%	54.1%	29.7%	100.0%

Nga tabelat e mësipërme mund të shihet se 16.2% të femrave kanë mendim neutral lidhur me “ushqimin e mirë” si faktorë në vendimin për vizitë, ndërsa tek meshkujt kjo përqindje është 5.9%. Meshkujt kanë tendencë të vlerësojnë më lartë “ushqimin e mirë” në vendimin për të vizituar pasi që 37.3% e kanë vlerësuar si shumë të rëndësishme, ndërsa tek femrat kjo përqindje është 29.7%.

Ecja në natyrë - Turistët me qëndrim edhe natën

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	1	12	25	13	51
	%	.0%	2.0%	23.5%	49.0%	25.5%	100.0%
Femra	Numri	1	3	6	13	16	39
	%	2.6%	7.7%	15.4%	33.3%	41.0%	100.0%

Siç mund të shihet nga tabela e mësipërme, rreth 7.7% e femrave kanë tendencë të shohin “ecjen malore” si të parëndësishme për vendimin për të vizituar, ndërsa tek meshkujt kjo përqindje është vetëm 2.0%.

Alpinizmi - Turistët me qëndrim edhe natën

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	4	3	14	18	11	50
	%	8.0%	6.0%	28.0%	36.0%	22.0%	100.0%
Femra	Numri	1	6	7	12	11	37
	%	2.7%	16.2%	18.9%	32.4%	29.7%	100.0%

Ngjashëm me ecjen malore, 16.2% të femrave shohin "alpinizmin" si karakteristikë të parëndësishme në vendimin për të vizituar, ndërsa tek meshkujt kjo përqindje është vetëm 6.0%..

Ngasja e biçikletës në male - Turistët me qëndrim edhe natën

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	6	6	12	15	11	50
	%	12.0%	12.0%	24.0%	30.0%	22.0%	100.0%
Femra	Numri	3	8	7	9	10	37
	%	8.1%	21.6%	18.9%	24.3%	27.0%	100.0%

Nga tabela e mësipërme mund të shihet se 21.6% e femrave e shohin "alpinizmin" si një karakteristikë të parëndësishme në vendimin për të vizituar, ndërsa 12.0% e meshkujve ndajnë të njëjtin mendim.

Pushimi dhe relaksimi në natyrë - Turistët me qëndrim edhe natën

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	8	15	27	50
	%	.0%	16.0%	30.0%	54.0%	100.0%
Femra	Numri	4	5	14	14	37
	%	10.8%	13.5%	37.8%	37.8%	100.0%

Klima e freskët dhe e ftohtë malore - Turistët ditore

		E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	4	6	32	42
	%	.0%	9.5%	14.3%	76.2%	100.0%
Femra	Numri	1	2	15	34	52
	%	1.9%	3.8%	28.8%	65.4%	100.0%

Aktivitetet në natyrë dhe aventurat - Turistët ditorë

		E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	4	15	23	42
	%	.0%	9.5%	35.7%	54.8%	100.0%
Femra	Numri	1	4	22	25	52
	%	1.9%	7.7%	42.3%	48.1%	100.0%

Trashëgimia kulturore - Turistët ditorë

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	2	6	16	17	41
	%	.0%	4.9%	14.6%	39.0%	41.5%	100.0%
Femra	Numri	1	7	15	17	12	52
	%	1.9%	13.5%	28.8%	32.7%	23.1%	100.0%

Dallimi në vlerësime të karakteristikave në vendimin për të vizituar mund të vërehet tek karakteristika e “trashëgimisë kulturore” në tabelën e mësipërme. Rreth 15.4% e femrave e vlerësojnë këtë karakteristikë si të parëndësishme apo fare të parëndësishme, ndërsa tek meshkujt kjo përqindje është 4.9%. Rreth 80.5% e meshkujve e vlerësojnë këtë karakteristikë si të rëndësishme apo shumë të rëndësishme, ndërsa tek meshkujt kjo përqindje është 55.8%.

Njerëz miqësorë dhe mikpritës - Turistët ditorë

		E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	1	0	7	34	42
	%	2.4%	.0%	16.7%	81.0%	100.0%
Femra	Numri	1	4	17	30	52
	%	1.9%	7.7%	32.7%	57.7%	100.0%

Atraksionet fetare - Turistët ditorë

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	3	7	13	9	10	41
	%	7.1%	16.7%	31.0%	21.4%	23.8%	100.0%
Femra	Numri	10	11	9	15	7	52
	%	19.2%	21.2%	17.3%	28.8%	13.5%	100.0%

Parku nacional - Turistët ditorë

		E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	6	6	16	14	42
	%	14.3%	14.3%	38.1%	33.3%	100.0%
Femra	Numri	7	14	19	12	52
	%	13.5%	26.9%	36.5%	23.1%	100.0%

Ushqimi i mirë - Turistët ditorë

		E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	2	15	25	42
	%	.0%	4.8%	35.7%	59.5%	100.0%
Femra	Numri	1	3	11	37	52
	%	1.9%	5.8%	21.2%	71.2%	100.0%

Ecja në natyrë - Turistët ditorë

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	1	8	10	9	13	41
	%	2.4%	19.5%	24.4%	22.0%	31.7%	100.0%
Femra	Numri	3	7	8	10	24	52
	%	5.8%	13.5%	15.4%	19.2%	46.2%	100.0%

Alpinizmi - Turistët ditorë

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	6	10	13	13	42
	%	.0%	14.3%	23.8%	31.0%	31.0%	100.0%
Femra	Numri	3	7	5	11	26	52
	%	5.8%	13.5%	9.6%	21.2%	50.0%	100.0%

Ngasja e biçikletës në male - Turistët ditorë

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	4	11	9	8	10	42
	%	9.5%	26.2%	21.4%	19.0%	23.8%	100.0%
Femra	Numri	4	8	8	15	17	52
	%	7.7%	15.4%	15.4%	28.8%	32.7%	100.0%

Pushimi dhe relaksimi në natyrë - Turistët ditorë

		Fare e parëndësishme	E parëndësishme	Neutral	E rëndësishme	Shumë e rëndësishme	Gjithsej
Meshkuj	Numri	0	1	3	7	31	42
	%	.0%	2.4%	7.1%	16.7%	73.8%	100.0%
Femra	Numri	1	1	4	5	41	52
	%	1.9%	1.9%	7.7%	9.6%	78.8%	100.0%

Financed by:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Cooperation Office Kosovo



PROMOTING
PRIVATE SECTOR
EMPLOYMENT

Implemented by:



as lead partner,
in a consortium with:





PROMOTING
PRIVATE SECTOR
EMPLOYMENT

RESULTS OF
**WESTERN
KOSOVO TOURISM
EXIT SURVEY**

For Promoting Private
Sector Employment
Programme

N

W

E

S