

# 2021

---

# ANKETA E OFERTËS SË TURIZMIT

---



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development



PROMOTING  
PRIVATE SECTOR



swisscontact

**Përgatitur nga:**

***Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat (PPSE)***

Projekti PPSE zbatohet nga Swisscontact si zbatuesi kryesor, në një konsorcium me Institutin Riinvest. Ky projekt financohet nga Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim në Kosovë (SDC).

## Tabela e përmbajtjes

<b>1. Hyrje.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Metodologjia .....</b>	<b>2-1</b>
2.1. Dizajni i pyetësorit.....	1
2.2. Anketuesit .....	1
2.3. Dizajni i mostrës .....	1
2.4. Puna në terren .....	0
2.5. Përpunimi dhe analiza e të dhënave .....	0
<b>3. Gjetjet e anketës.....</b>	<b>1</b>
3.1. Akomodimet me restorante.....	1
3.2. Akomodime (pa restorante).....	1
3.3. Restorantet .....	1
3.4. Atraksionet .....	1
3.5. Operatorët turistikë .....	1
3.6. Ngjarjet/festivalet kombëtare.....	2
<b>4. Ndikimi ekonomik.....</b>	<b>1</b>
4.1. Akomodimet.....	1
4.2. Restorantet .....	3-2
4.3. Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara dhe punësimi.....	1
4.4. Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara dhe punësimi.....	1

## 1. Hyrje

Ky raport paraqet gjetjet e anketës vjetore të PPSE me aktorët e ofertës së sektorit të turizmit në Kosovë, që përfshijnë akomodimet, restorantet, atraksionet, operatorët turistikë dhe atraksionet. Anketa e PPSE-së për ofertën e turizmit në Kosovë është hartuar për herë të parë në vitin 2018, duke mbuluar vitin 2017 dhe kjo është anketa e pestë radhazi që nga ajo kohë. Ky raport kryesisht interpreton gjetjet e vitit 2021 dhe përshkruan ndryshimet që kanë ndodhur në krahasim me periudhat e mëparshme.

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

Disponueshmëria e të dhënave të sakta dhe të përditësuara të turizmit, si dhe informacionet e përgjithshme të tregut, janë thelbësore për zbatimin e suksesshëm të aktiviteteve të projektit. Anketa vjetore e ofertës është e një rëndësie të madhe për PPSE-në, sepse i mundëson ekipit të monitorojë trendet e rritjes së sektorit të turizmit dhe të zhvillojë ndërhyrje të personalizuara. Po ashtu, është shumë e vlefshme për politikë-bërësit, ofruesit e shërbimeve turistike dhe palët e tjera të interesit, për proceset e planifikimit strategjik dhe vendimmarrjen në përgjithësi.

Pjesa tjetër e këtij raporti të anketës është organizuar si në vijim. Pjesa 2 ofron një pasqyrë të metodologjisë së përgjithshme të përdorur për grumbullimin e të dhënave. Pjesa 3 paraqet gjetjet kryesore të anketës dhe ofron ilustrime që tregojnë ndryshimet vjetore. Pjesa 4 analizon ndikimin ekonomik të turizmit, kryesisht duke u fokusuar në të hyrat dhe punësimin e gjeneruar nga aktorët kryesorë.

## 2. Metodologjia

Ky pjesë paraqet qasjen metodologjike të përdorur për kryerjen e anketës. Përshkruan dizajnin e pyetësorit, përzgjedhjen dhe trajnimin e anketuesve, dizajnin e mostrës, procesin e mbledhjes së të dhënave dhe përpunimin dhe analizën e të dhënave.

### 2.1. Dizajni i pyetësorit

Për qëllime krahasimi, pyetësori i përdorur këtë vit është pothuajse i njëjtë me atë të përdorur në anketën e parë. Pyetësori përbëhet kryesisht nga pyetje me zgjedhje të shumëfishta dhe disa pyetje të hapura – të dyja shumë të rëndësishme për të marrë informacionet e synuara.

### 2.2. Anketuesit

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

### 2.3. Dizajni i mostrës

Para së gjithash, vlen të përmendet se gjatë procesit të përzgjedhjes së mostrës, objektivi ishte vetëm identifikimi i subjekteve turistike të qasshme. Për të identifikuar listën e aktorëve kryesorë të ofertës turistike, janë përdorur

platforma të ndryshme online. Një prioritet ishte që të intervistoheshin të njëjtat subjekte sikurse në periudhat e mëparshme, në mënyrë që krahasimi nga viti në vit të jetë më kredibil dhe i besueshëm. Më poshtë është shpjegimi se si është identifikuar secili grup i popullacionit dhe madhësia e mostrës.

- Akomodimet e qasshme nga turistët (duke përfshirë Airbnbs) janë identifikuar në Booking.com, Trivago, AirBnB dhe Facebook; Janë intervistuar 142 nga akomodimet e identifikuara; 77 ishin vetëm akomodime, ndërsa 65 ishin akomodime me restorante.
- Restorantet janë gjetur në TripAdvisor dhe Gjirafa; Janë intervistuar 211.
- Janë intervistuar 22 atraksione dhe 23 operatorë turistikë dhe 24 festivale/ngjarje kombëtare të nxjerra nga një listë e siguruar nga PPSE-ja.
- Janë zhvilluar gjithsej 422 intervista sy më sy.

Tabela 1 tregon ndryshimet me vitet e mëparshme. Vini re se disa ofrues shërbimesh të intervistuar në vitet e mëparshme nuk mund të intervistoheshin në vitin 2021, qoftë për shkak se ata kanë mbyllur biznesin e tyre ose nuk kanë pranuar të marrin pjesë në anketë. Disa të tjerë, të cilët tani janë të listuar në njërin prej platformave turistike të qasshme, janë shtuar në mostër.

**Tabela 1: Shpërndarja e intervistave**

Lloji i ofruesit të shërbimeve	Numri i intervistave (2018)	Numri i intervistave (2019)	Numri i intervistave (2020)	Numri i intervistave (2021)	Numri i intervistave (2022)
Akomodime me restorante	88	89	79	72	65
Akomodime	89	99	95	87	77
Restorante	205	229	247	263	211
Atraksione	32	17	30	26	22
Operatorë turistikë	18	29	17	17	23
Festivale/Ngjarje Kombëtare	36	32	31	-	24

#### 2.4. Puna në terren

Anketuesit e rekrutuar kanë zhvilluar intervista sy më sy me pronarët ose menaxherët e subjekteve të identifikuara. Procesi i mbledhjes

së të dhënave për vitin 2021 është zhvilluar gjatë muajit tetor dhe nëntor të vitit 2022. Secila intervistë ka zgjatur rreth 30-40 minuta.

#### 2.5. Përpunimi dhe analiza e të dhënave

Të dhënat e mbledhura u futën në fletët e të dhënave Excel, të përgatitura posaçërisht për këtë anketë. Pastaj, të dhënat janë transferuar në SPSS (pako softuerike), ku janë përpunuar dhe

analizuar më tej. Të gjitha gabimet e specifikimit, gabimet e kontrollit dhe gabimet gjatë tabulimit janë adresuar para se të gjeneroheshin gjetjet përfundimtare.

### 3. Gjetjet e anketës

Kjo pjesë shpalosë gjetjet kryesore të gjeneruara nga anketa me aktorët kryesorë të ofertës së turizmit, duke përfshirë: akomodimet me restorante, akomodimet, atraksionet, operatorët turistikë dhe ngjarjet kombëtare/festivalet për vitin 2021. Po ashtu, kjo pjesë krahason gjetjet me ato të viteve të mëparshme. Vini re se ndryshimet vjetore duhet të interpretohen me kujdes, pasi ato mund të rezultojnë nga ndryshimet në strukturën e mostrës. Gjetjet kapin aspekte të ndryshme të

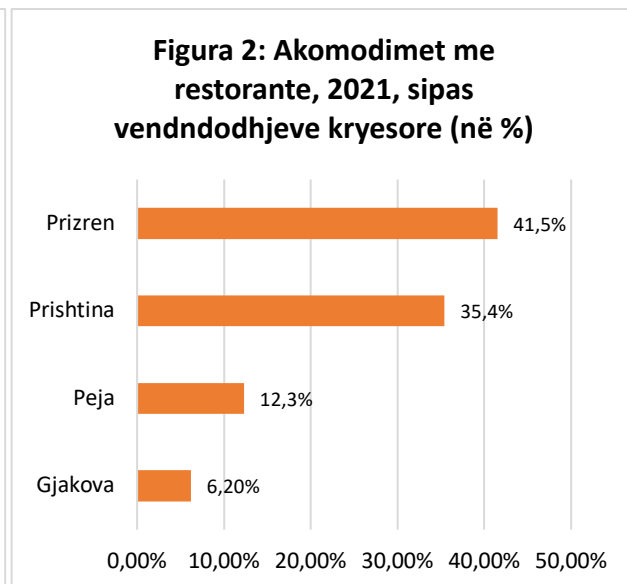
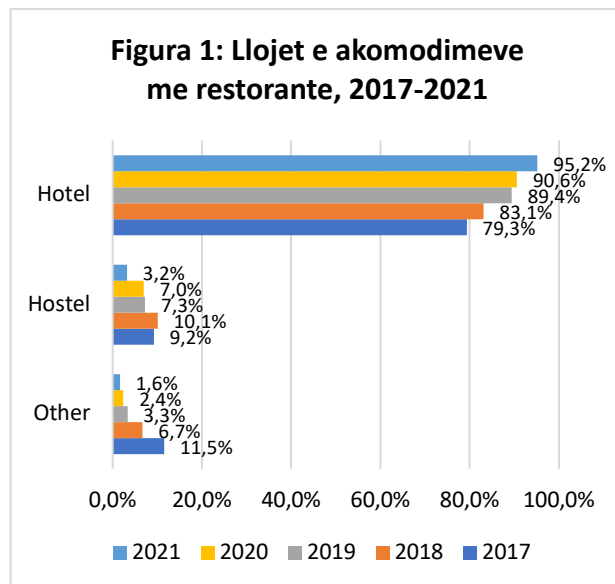
brendshme dhe të jashtme, duke përfshirë: strukturën e përgjithshme të aktorëve kryesorë të ofertës turistike, përbërjen e mysafirëve dhe sjelljen e tyre, ndryshimet e qarkullimit përgjatë viteve, çështjet që lidhen me punësimin, llojet e shërbimeve të ofruara, pengesat e të bërit biznes, pjesëmarrjen e aktorëve të ofertës në botën digjitale dhe të ngjashme. 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<sup>1</sup>

##### **Struktura e përgjithshme e akomodimeve me restorante**

Në vitin 2021, 95.2 për qind e të gjitha akomodimeve me restorante ishin hotele. Pjesa tjetër ishin bujtina (3.2 për qind) dhe akomodime të tjera (1.6 për qind). Për të bërë krahasime me

vitet e tjera, shih Figurën 1. Shumica e akomodimeve të intervistuar me restorante ndodhen në Prizren (41.5 për qind) dhe Prishtinë (35.4 për qind) (shih Figurën 2)



<sup>1</sup> Kjo përfshin akomodimet që kanë një restorant ngjitur me biznesin e tyre.

### **Numri i dhomave, çmimet dhe shkalla e shfrytëzimit të banimit**

Në vitin 2021, numri mesatar i dhomave standarde njëshe në akomodime me restorante ishte 9.8. Për dhomat standarde dyshe, mesatarja ishte më e lartë, 16.0. Numri i përgjithshëm i dhomave standarde njëshe (të përshtatura për të përfshirë të gjithë popullacionin) arriti në 824, ndërsa numri i përgjithshëm i dhomave standarde dyshe ishte 1,727. Çmimi mesatar për një dhomë standarde

njëshe ishte 45.0 euro, ndërsa për dhomën dyshe ishte 53.3 euro. Për informacione në lidhje me llojet e tjera të dhomave dhe për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih Tabelën 2. Gjithashtu, gjetjet tregojnë se në vitin 2021 vetëm 25.8 për qind e akomodimeve me restorante kanë rritur çmimet e tyre në sezonin e pikut; pjesa tjetër i mbajti të pandryshuara çmimet.

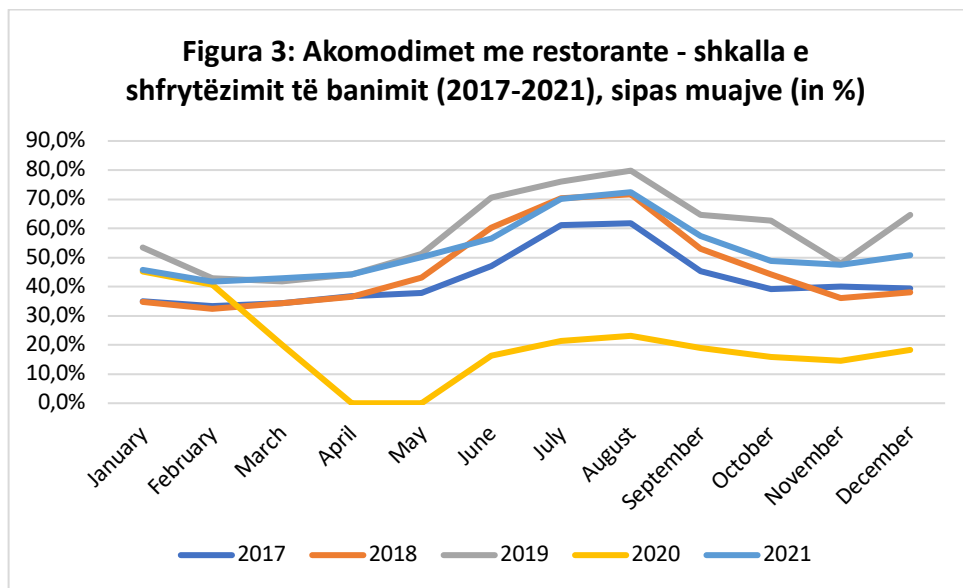
<b>Tabela 2: Akomodimet me restorante - Numri mesatar dhe çmimi i dhomave standarde</b>						
		<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Dhoma standarde njëshe	Numri mesatar i dhomave	10.9	11.1	9.2	10.6	9.8
	Çmimi mesatar (EUR)	40.1	39.4	39.4	39.3	45.0
	Numri total i dhomave	1,035	1,109	1,171	1,015	824
Dhoma standarde dyshe	Numri mesatar i dhomave	13.2	14.0	11.3	12.9	16.0
	Çmimi mesatar (EUR)	45.8	48.6	54.2	51.1	53.5
	Numri total i dhomave	1,671	1,870	1,504	1,477	1,727
Dhoma standarde treshe	Numri mesatar i dhomave	4.2	4.4	6.8	6.6	6.0
	Çmimi mesatar (EUR)	53.1	52.8	69.6	61.2	75.0
	Numri total i dhomave	274	335	636	522	456
Dhoma standarde katërshe	Numri mesatar i dhomave	2.6	2.4	2.8	2.1	3.2
	Çmimi mesatar (EUR)	49.5	68.8	91.5	65.7	118.1
	Numri total i dhomave	62	63	77	58	130

Zbërthimi i të gjeturave të anketës sipas tre rajoneve kryesore<sup>2</sup> tregon se Prishtina kishte numrin më të lartë të dhomave standarde njëshe dhe dyshe dhe çmimet mesatare më të larta. Për informata më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitet 2017 dhe 2019, shih Tabelën 3.

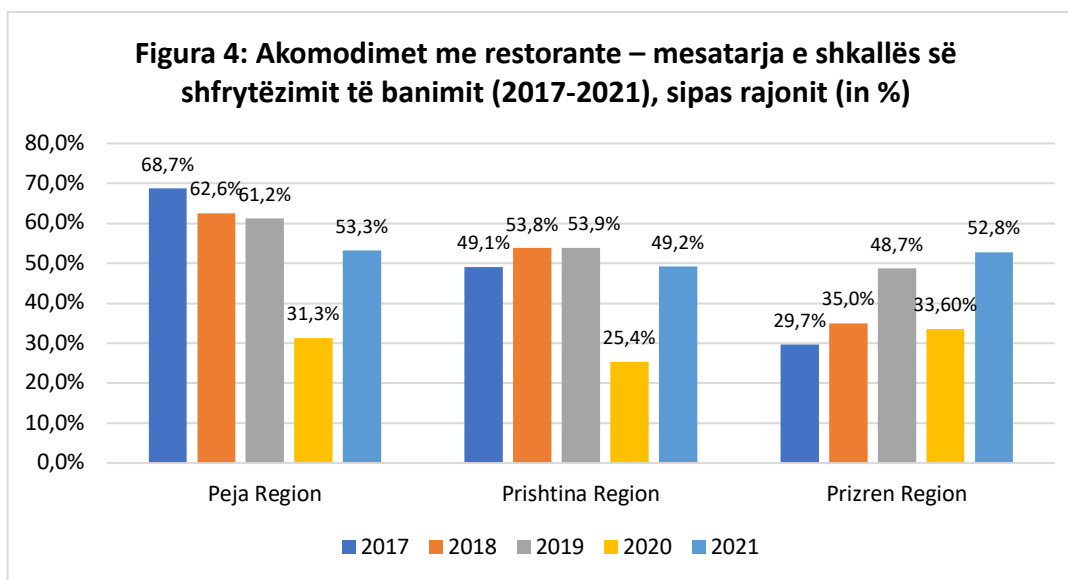
<b>Tabela 3: Akomodimet me restorante - dhomat standarde, sipas rajoneve kryesore</b>										
		Rajoni i Prishtinës (2017)	Rajoni i Prishtinës (2019)	Rajoni i Prishtinës (2021)	Rajoni i Pejës (2017)	Rajoni i Pejës (2019)	Rajoni i Pejës (2021)	Rajoni i Prizrenit (2017)	Rajoni i Prizrenit (2019)	Rajoni i Prizrenit (2021)
<b>Dhoma standarde njëshe</b>	Çmimi mesatar (EUR)	51.2	52.2	52.5	33.2	34.8	41.1	34.4	27.8	39.4
	Numri total i dhomave	531	516	498	125	94	150	342	225	135
<b>Dhomat standarde dyshe</b>	Çmimi mesatar (EUR)	68.3	66.1	68.8	41.8	39.9	49.1	49.8	37.3	46.2
	Numri total i dhomave	766	888	945	305	218	261	357	368	456

<sup>2</sup> Rajonet e tjera nuk mund të merreshin parasysh këtu për shkak të numrit të vogël të vëzhgimeve.

Norma vjetore e shfrytëzimit të banimit në vitin 2021 ishte mesatarisht 52.4 për qind, duke ndryshuar nga 41.7 për qind në muajin shkurt në 72.4 për qind në muajin gusht, dukshëm më e lartë krahasuar me vitin 2020, por jo ende në nivelin e vitit 2019. Për informacione më të detajuara, referojuni Figurës 3.



Norma mesatare e shfrytëzimit të banimit duket të jetë e ngjashme në të gjithë rajonet kryesore në vitin 2021. Për informacione të detajuara, shih Figurën 4.

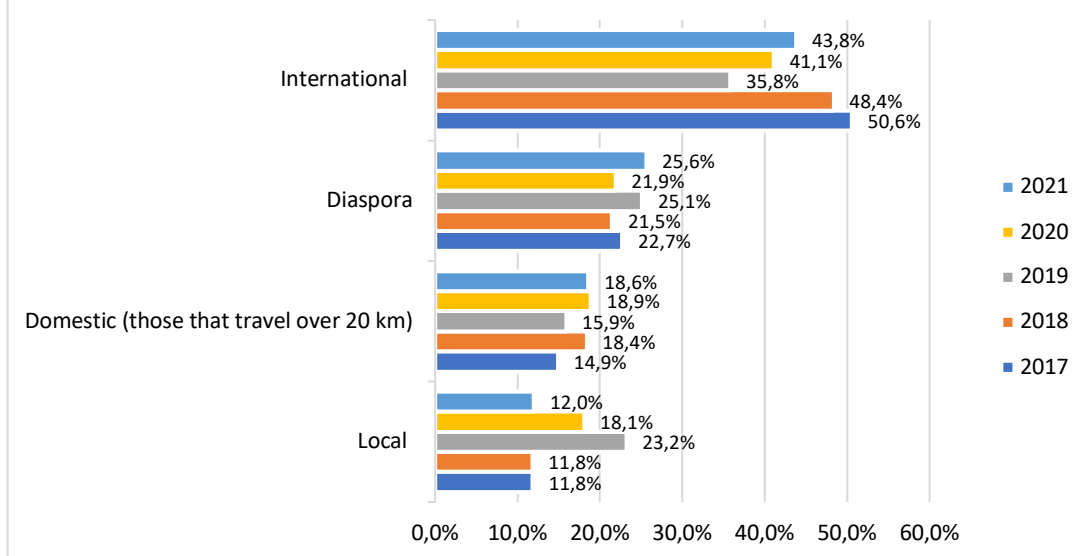


### **Mysafirët dhe sjellja e tyre**

Anketa, gjithashtu analizon strukturën e mysafirëve dhe kohëzgjatjen e qëndrimit të tyre. Në vitin 2021, ndërkombëtarët vazhduan të jenë 43.8 për qind të mysafirëve të përgjithshëm; diaspora, 25.6 për qind; vizitorët vendorë (më shumë se 20 km udhëtim), 18,6 për qind; dhe

mysafirët vendas (më pak se 20 km udhëtim), 12.0 për qind. Për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih Figurën 5. Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit në vitin 2021 ishte 2.9 netë, që është pak më e ulët në krahasim me vitin 2020 (3.4 netë).

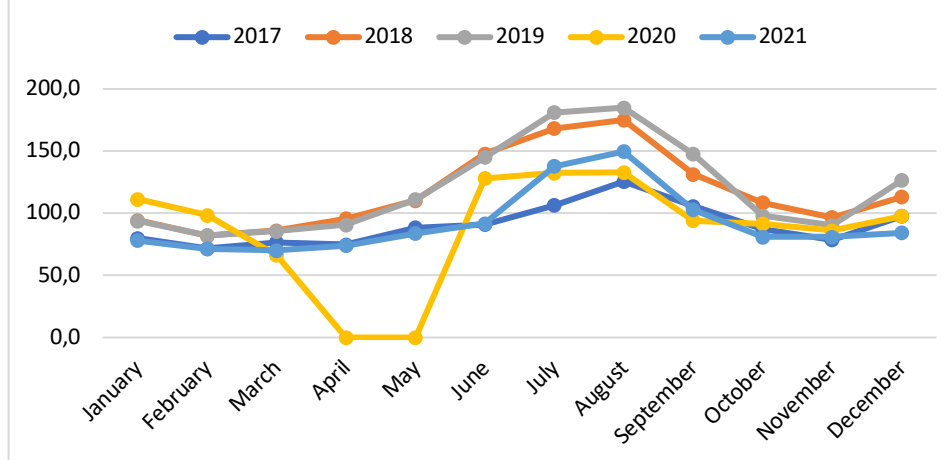
**Figura 5: Akomodimet me restaurante - përbërja e mysafirëve (2017-2021), sipas origjinës (in %)**



Në vitin 2021, numri mesatar i mysafirëve në restorantet e kësaj kategorie akomodimesh ishte 90.2, me 5.6 pikë për qindje më i lartë krahasuar me vitin 2020. Ashtu sikurse në vitet e mëparshme, gushti rezultoi të ishte muaji më i ngarkuar në vitin 2021, me një mesatare prej 149.6 mysafirë në ditë. Figura 6 paraqet vizualisht mesataret e detajuara për pesë vitet e fundit. Për qindja e mysafirëve që erdhën për

ushqim dhe pije në vitin 2021 ishte 54.8 për qind, krahasuar me 57.6 për qind në vitin 2020. Fatura mesatare për këtë kategori në vitin 2021 ishte 12.8 euro, nga 9.9 euro në vitin 2020. Nga ana tjetër, për qindja e atyre që erdhën për pije ishin vetëm 45.2 për qind në vitin 2021, krahasuar me 43.2 për qind në vitin 2020. Fatura mesatare për këtë kategori ishte 3.9 euro në vitin 2021, krahasuar me 3.5 euro në vitin 2020.

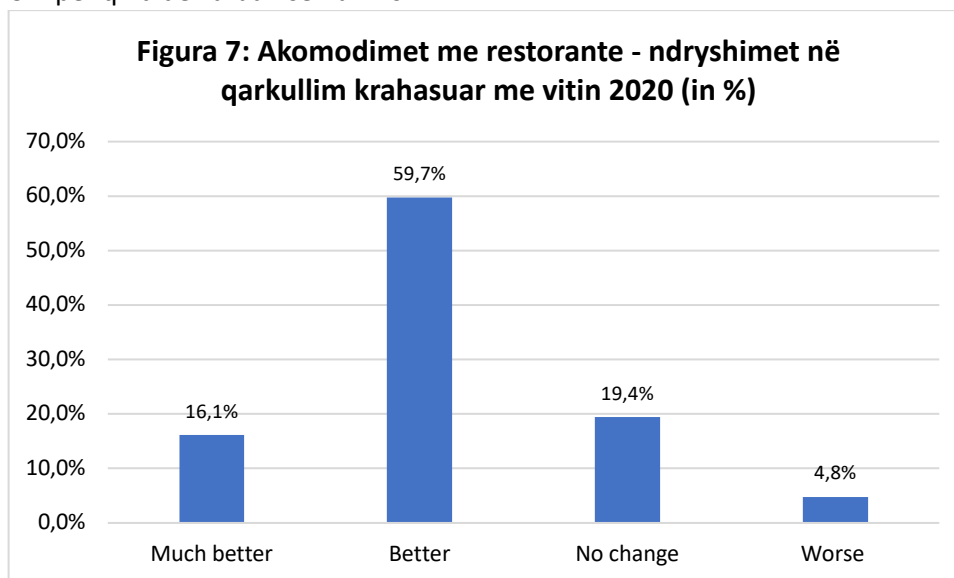
**Figura 6: Numri mesatar i mysafirëve në akomodimet me restaurante, sipas muajve (2017-2020)**



### Qarkullimi dhe Investimet

Sa i përket qarkullimit, shumica dërrmuese – 75.8 për qind – raportuan se kishin performuar ‘më mirë’ ose ‘shumë më mirë’ në krahasim me vitin 2020, 19.4 për qind deklaruan se nuk kishin

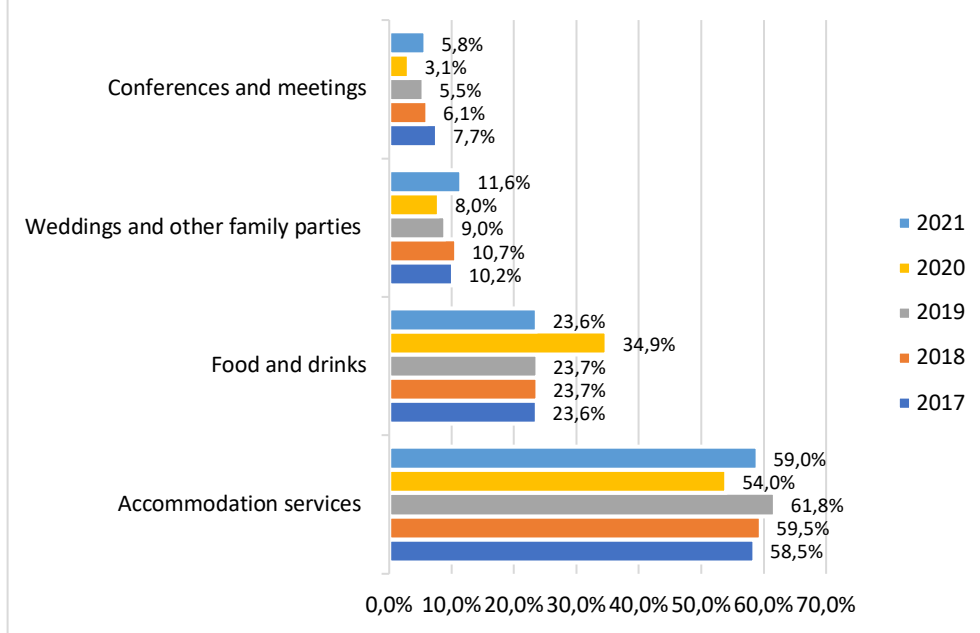
pasur ndryshim dhe vetëm 4.8 për qind thanë se patën një performancë “më të keqe”. (Shih Figurën 7).



Analiza e mëtejshme zbulon se në vitin 2021, ‘shërbimet e akomodimit’ kontribuan me 59.0 për qind në qarkullimin e përgjithshëm; ‘ushqimi dhe pijet’ me 23,6 për qind; ‘dasmat dhe ahengje

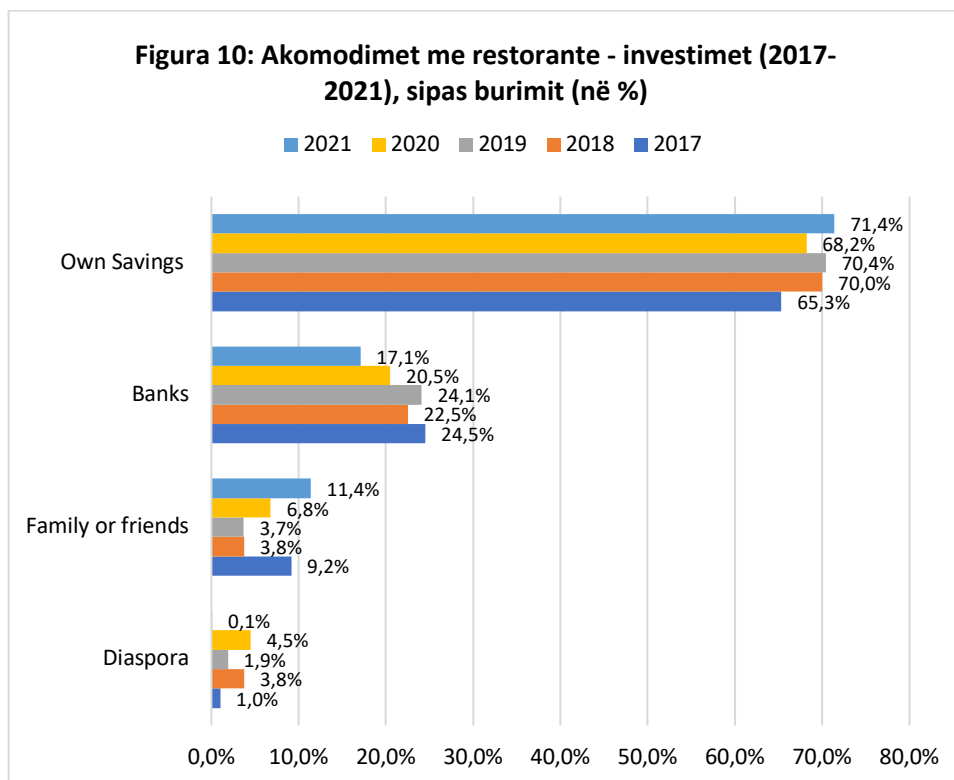
të tjera familjare’ me 11,6 për qind, dhe ‘konferencat dhe takimet’ me 5,8 për qind. Për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih Figurën 9.

**Figura 9: Akomodimet me restorante (2017-2021),  
qarkullimi sipas llojit të shërbimit (në %)**



Dyzet e dy për qind e akomodimeve me restorante të anketuara deklaruan se kanë bërë disa investime në vitin 2021, krahasuar me 48.6 për qind në vitin 2020. Në vitin 2021, investimet e tyre janë financuar kryesisht përmes kursimeve

(71.4 për qind) dhe bankave (17.1 për qind). Për të parë burimet e tjera të investimeve dhe për t'i krahasuar ato me vitet e tjera, referojuni Figurës 10.

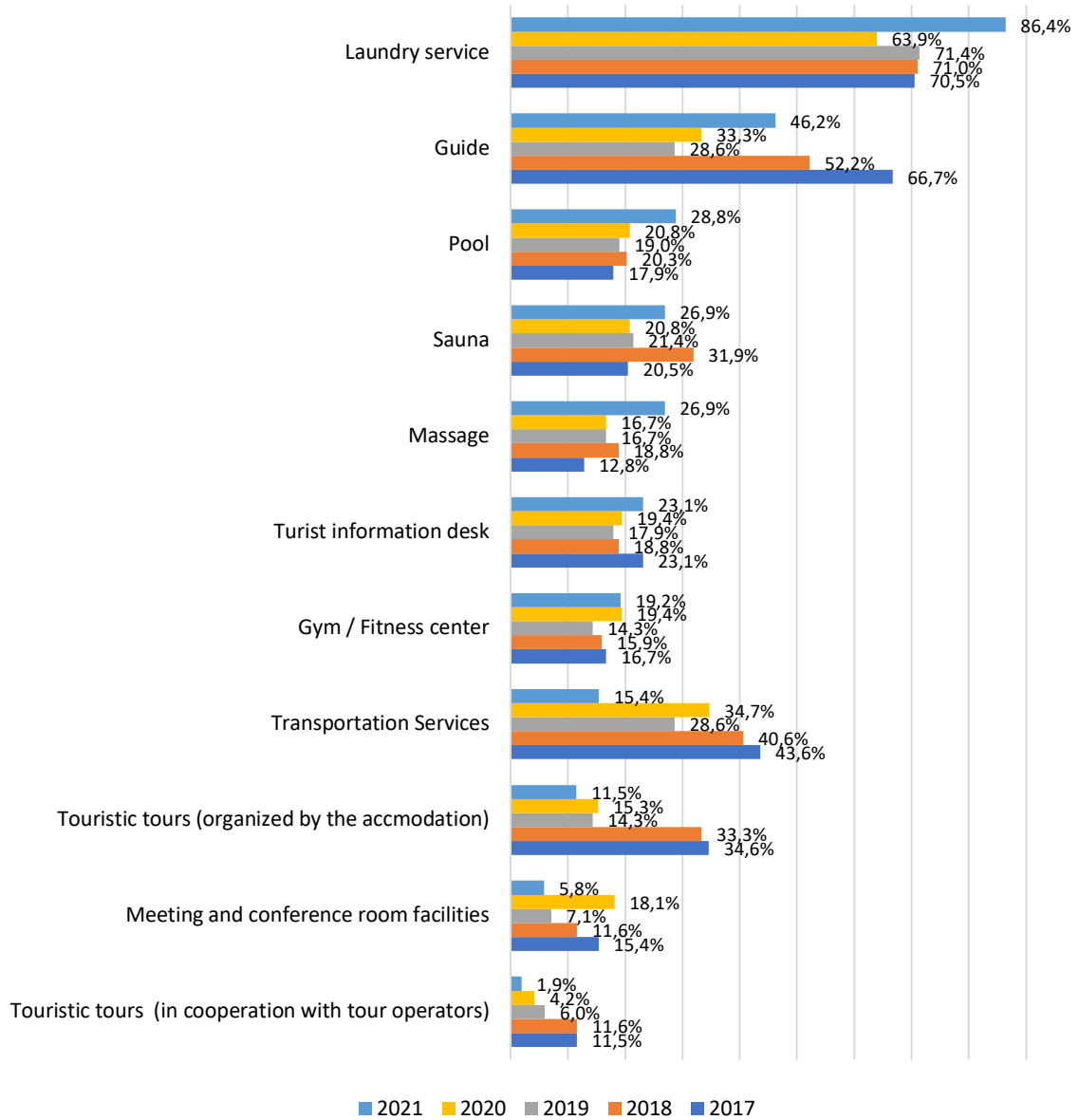


### **Shërbimet e ofruara**

Kur u pyetën për shërbimet e ofruara në vitin 2021, përgjigjet më të shpeshta rezultuan të ishin: shërbimet e lavanderisë (86,4 për qind e rasteve), ciceronë (46,2 për qind) dhe pishina

(28,8 për qind). Për shërbimet e tjera të ofruara nga akomodimet me restorante në vitin 2021 dhe ato të ofruara në vitet e mëparshme, shih Figurën 11.

**Figura 11: Akomodimet me restaurante - shërbimet e ofruara, 2017-2021 (në % të rasteve)**

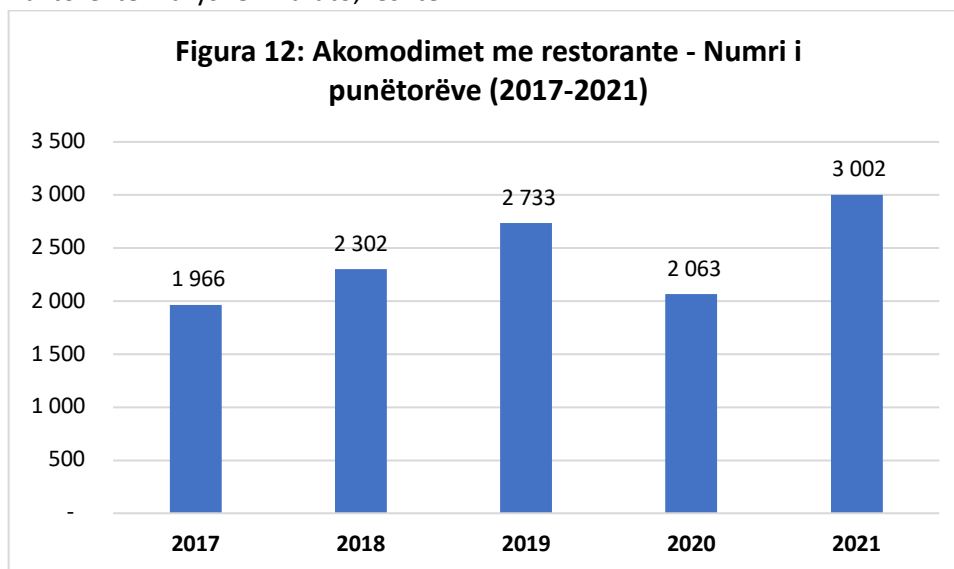


## Punësimi

Duke ditur rëndësinë e sektorit të turizmit në punësim, janë bërë përpjekje shtesë për këtë nën-seksion. Për të gjeneruar numrin total të punëtorëve në kategorinë e akomodimeve me restorante, është përdorur një qasje e ponderimit e bazuar në popullacion. Të dhënat e mostrës shumëzuan me një faktor bruto (gross-up factor) prej 1.423 – që do të thotë se popullacioni përfshin 42.3 për qind më shumë subjekte. Vini re se gjatë llogaritjes së faktorit, janë marrë parasysh të gjitha akomodimet e Kosovës me restorante të listuara në Booking.com, TripAdvisor, Gjirafa dhe në platforma të tjera të ngjashme. Kjo konsiderohet si një popullacion i vlefshëm turistik nga hulumtuesit dhe ekipi i PPSE. Megjithatë, e njëjta logjikë, me faktorë të ndryshëm bruto, është

aplikuar për akomodimet (pa restorante) dhe restorantet. E njëjta qasje është aplikuar për të pestin vit radhazi, duke mundësuar kështu krahasime vjetore. Vlen të përmendet se kjo qasje nuk mund të zbatohet për atraksionet dhe operatorët turistik për shkak të mungesës së të dhënave për numrin e popullacionit. Sidoqoftë, karakteristikat demografike të punëtorëve janë përshtetur në secilin rast.

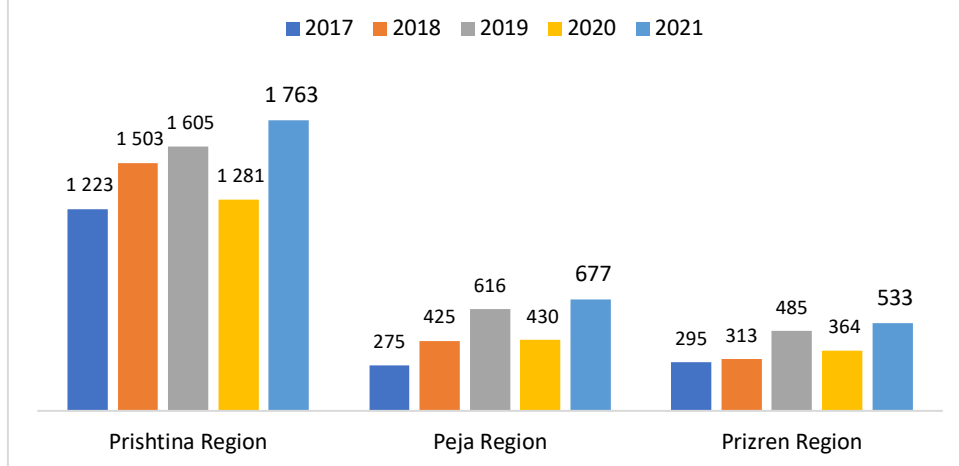
Gjetjet e punësimit tregojnë se në pesë vitet e fundit, numri i punëtorëve në akomodime me restorante shënoi një rritje prej rreth 52.7 për qind (shih Figurën 12). Punësimi në vitin 2021 u rikuperua fuqishëm, madje duke tejkaluar vitet para pandemisë.



Zbërthimi i të gjeturave sipas tri rajoneve kryesore tregon se në vitin 2021, akomodimet me restorante në Rajonin e Prishtinës kanë punësuar numrin më të madh të punëtorëve, gjithsej 1,763. Numri i punëtorëve në rajonin e

Pejë dhe në rajonin e Prizrenit ishte dukshëm më i vogël, përkatësisht 677 dhe 533. Në të gjitha rastet, ka pasur një rritje të dukshme krahasuar me vitin 2020 (shih Figurën 13).

**Figura 13: Akomodimet me restorante - Numri i punëtorëve (2017-2021), sipas rajonit**



Në vijim janë disa karakteristika demografike të punëtorëve të punësuar në akomodimet me restorante në vitin 2021. Burrat dominuan me 62.5 për qind. Nga të gjithë të punësuarit, vetëm 12.3 për qind punonin me kohë të pjesshme. Një zbatim i të dhënave sipas përkatësisë etnike zbulon se punëtorët ishin kryesisht shqiptarë të Kosovës – 93.0 për qind; pjesa tjetër përbëhej

nga boshnjakët, 3.8 për qind; turqit, 2,1 për qind; komunitetet RAE, 0,9 për qind; serbët, 0,1 për qind; dhe të tjerët, 0.1 për qind. Për sa i përket grupmoshës, ata të grupmoshës 25-44 vjeç përbënin shumicën me 65.4 për qind. Për informata më të detajuara dhe për të krahasuar demografinë e punësimit me katër vitet e tjera, shihni tabelën 4.

**Table 4: Employment Demographics**

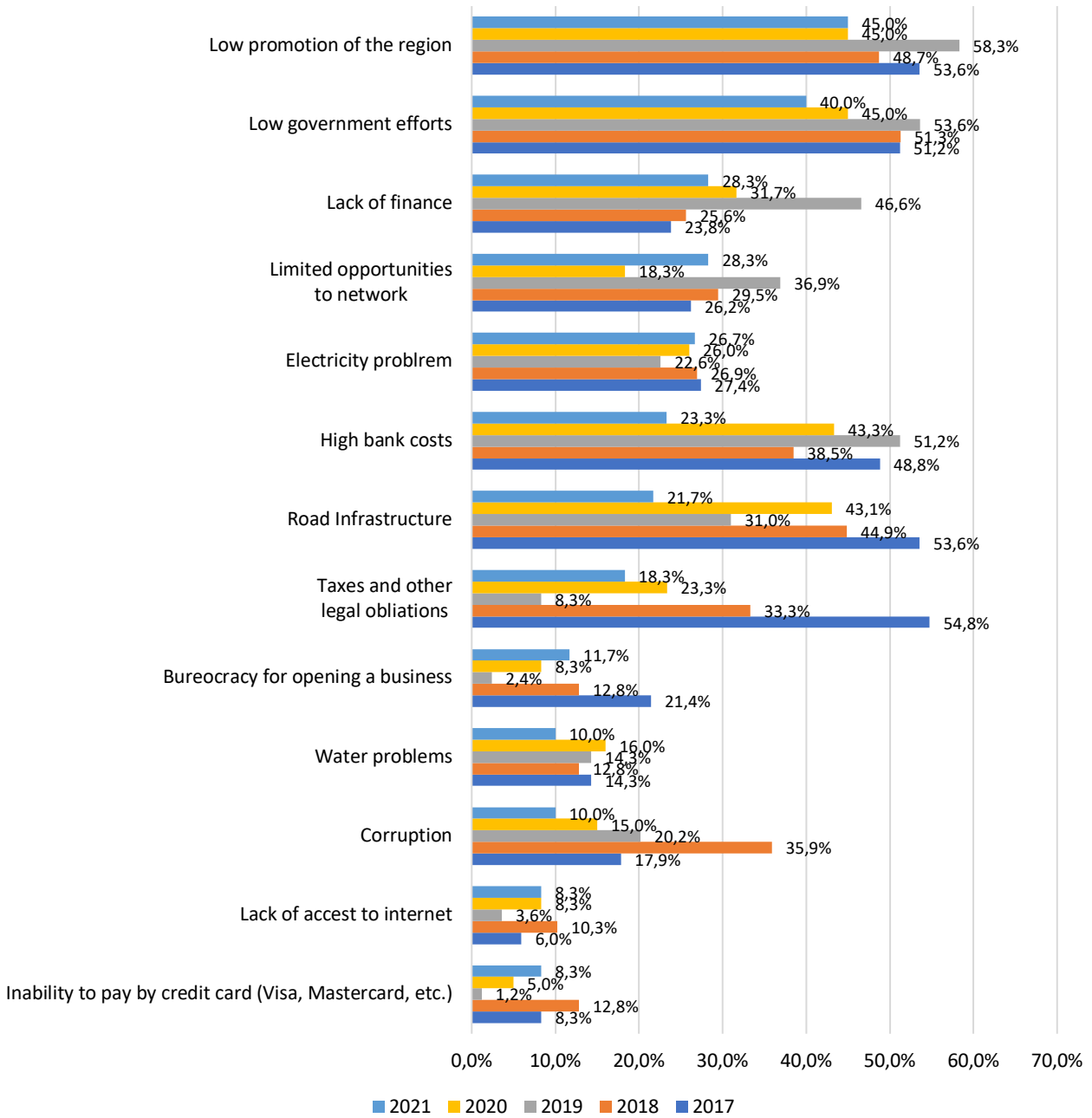
2017						
Gender	Men			Women		
	61.5%			38.5%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	51.6%		9.9%	34.2%		4.3%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	94.4%	2.5%	1.0%	0.7%	1.5%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	16.3%	40.4%	24.8%	15.5%	2.9%	0.1%
2018						
Gender	Men			Women		
	63.8%			36.2%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	55.9%		7.9%	33.3%		2.9%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	95.9%	1.4%	0.9%	0.7%	1.0%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	19.0%	35.7%	30.3%	12.4%	2.3%	0.2%
2019						
Gender	Men			Women		
	62.2%			37.8%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	56.6%		5.6%	34.3%		3.5%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	96.8%	1.2%	0.7%	0.5%	0.5%	0.3%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	23.4%	37.1%	28.4%	8.4%	2.6%	0.1%
2020						
Gender	Men			Women		
	61.5%			38.5%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	54.3%		7.2%	34.5%		4.0%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	93.6%	1.4%	1.3%	0.8%	1.1%	1.8%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	26.0%	36.0%	22.3%	12.4%	3.0%	0.2%
2021						
Gender	Men			Women		
	62.5%			37.5%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	53.8%		8.7%	33.9%		3.6%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	93.00%	0.1%	2.1%	0.9%	3.8%	0.1%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	19.2%	30.2%	35.2%	10.5%	4.2%	0.6%

### **Barrierat**

Akomodimeve me restorante iu është dhënë një listë me 12 barrierat të mundshme (kryesisht barrierat të jashtme) dhe iu është kërkuar të zgjedhin ato më të rëndat. *'Promovimi i ulët i rajonit'* me 45.0 për qind dhe *'përpyjekjet e ulëta të qeverisë'* me 40,0 për qind, të ndjekura nga

*'mungesa e financave'* me 28,3 për qind u konsideruan si barrierat më urgjente për vitin 2021. Për informacion më të detajuar dhe për të bërë krahasime me katër vitet e mëparshme, shih Figurën 14.

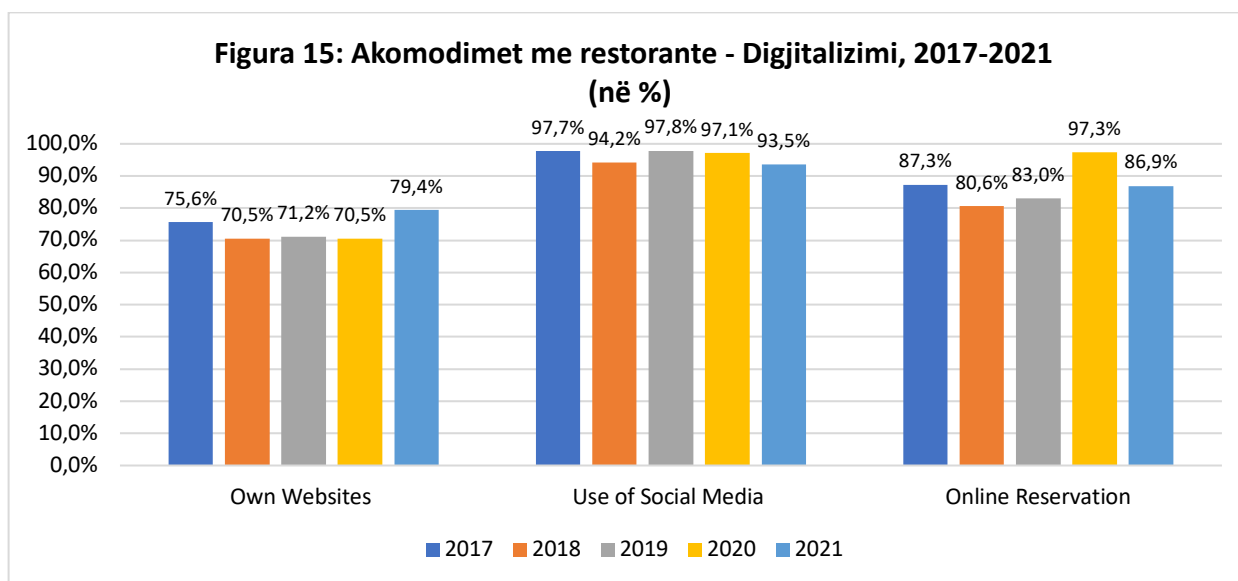
**Figura 14: Akomodimet me restorante - Barrierat e të bërit biznes (2017-2021)**



## Dijitalizimi

Për të kuptuar nëse akomodimet me restorante janë në hap me trendet e fundit të digjitalizimit, anketa përfshiu një sërë pyetjesh në lidhje me këtë temë. Një gjetje tregon se në vitin 2021, 79.4 për qind e akomodimeve me restorante kishin faqet e tyre të internetit. Për më tepër, shumica dërrmuese 93.5 për qind raportuan se

përdorin rrjetet sociale (kryesisht Facebook) si një mjet për të promovuar biznesin e tyre. Në pyetjen lidhur me rezervimet online, 86.9 për qind kanë deklaruar se e kanë këtë mundësi. Rezervimet bëhen kryesisht përmes booking.com. Për të bërë krahasime me katër vitet e mëparshme, shih Figurën 15.

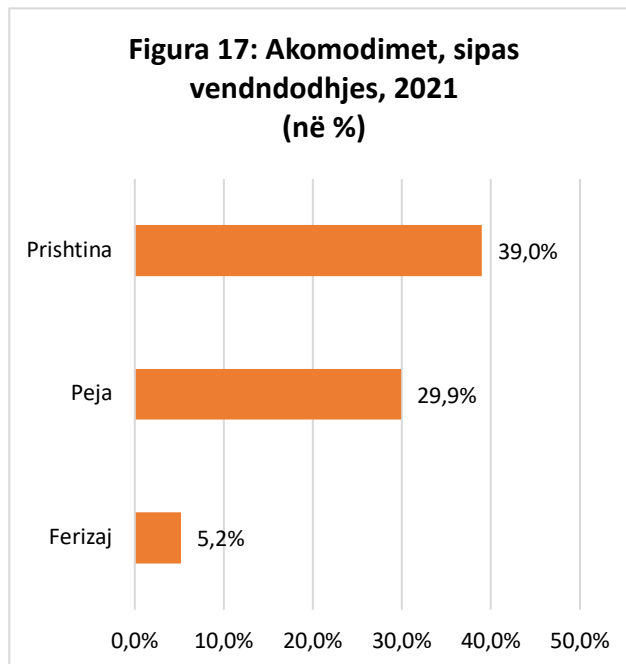
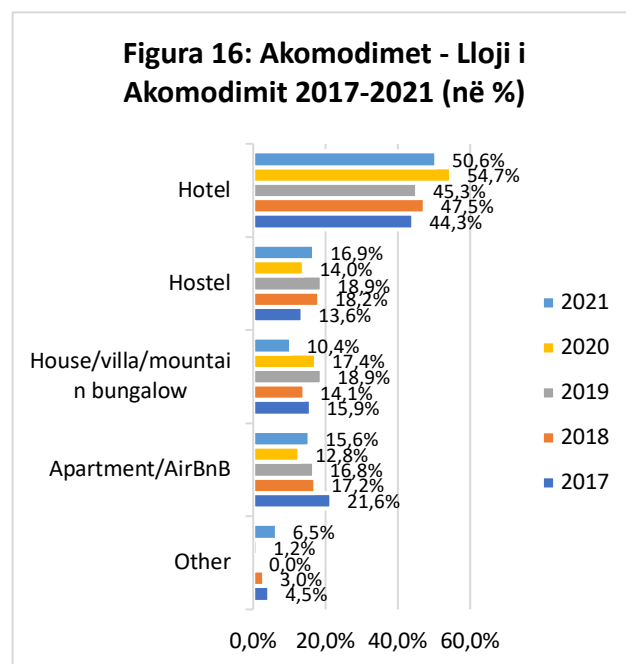


### 3.2. Akomodime (pa restorante)<sup>3</sup>

#### **Struktura e Përgjithshme**

Në vitin 2021, nga të gjitha akomodimet, hotelet dominuan me 50,6 për qind, pasuar nga bujtinat me 16,9 për qind, apartamentet Airbnb me 15,6 për qind, shtëpitë/vilat/bungalot me 10,4 për qind dhe akomodimet e tjera me 6,5 për qind.

Për të krahasuar me vitet e tjera, shih Figurën 16. Shumica e akomodimeve ndodheshin në Prishtinë (39.0 për qind), Pejë (29.9 për qind) dhe Ferizaj (5.2 për qind), shih Figurën 17.



#### **Numri i dhomave, çmimet dhe shkalla e shfrytëzimit të banimit**

Gjetjet e anketës tregojnë se në vitin 2021, akomodimet kishin mesatarisht 7.9 dhoma standarde njëshe dhe 8.8 për qind dhoma standarde dyshe. Në të njëjtin vit, numri i përgjithshëm i dhomave standarde njëshe dhe dyshe (të rregulluara për të përfshirë të gjithë popullsinë) ishte përkatësisht 481 dhe 754.

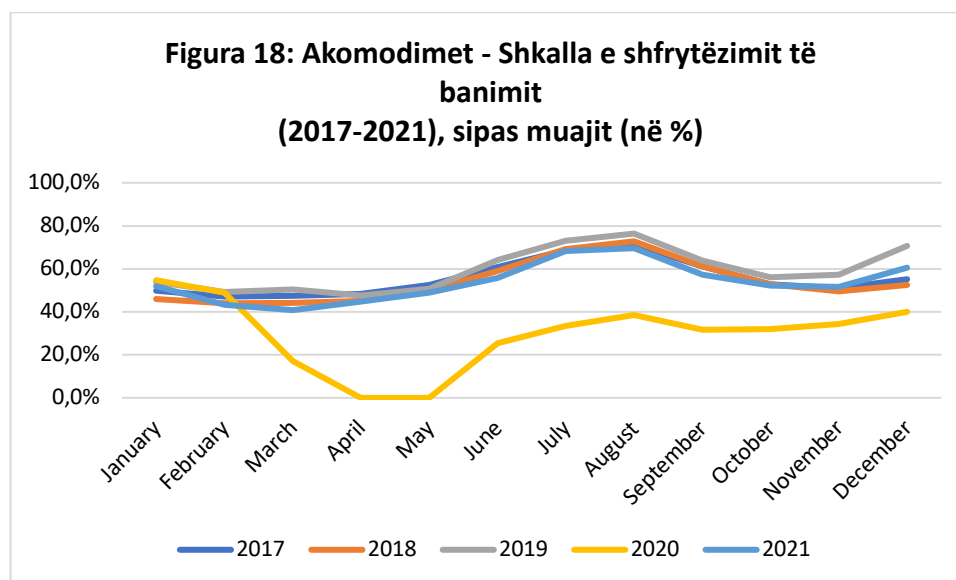
Çmimi mesatar për një dhomë standarde njëshe ishte 36.3 euro, ndërsa për një dhomë dyshe 40.9 euro. Për informacion më të detajuar rreth numrit mesatar të dhomave dhe çmimeve, si dhe për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih tabelën 5.

<sup>3</sup> Ndryshe nga nën-seksioni i mëparshëm, ky seksion zbulon gjetjet e firmave që ofrojnë shërbime vetëm të akomodimit (pa restorante).

Tabela 5: Akomodimet - Numri mesatar dhe çmimi i dhomave standarde		2017	2018	2019	2020	2021
Dhoma standarde njëshe	Numri mesatar i dhomave	10.05	8.6	9.1	7.2	7.9
	Çmimi Mesatar (EUR)	27.3	25.0	24.6	24.6	36.3
	Numri total i dhomave	582	680	678	541	481
Dhoma standarde dyshe	Numri mesatar i dhomave	7.6	8.3	10.5	10.6	8.8
	Çmimi Mesatar (EUR)	31.7	32.4	34.3	30.9	40.9
	Numri total i dhomave	573	923	986	859	754
Dhoma standarde treshe	Numri mesatar i dhomave	3.0	4.7	6.9	7.0	3.7
	Çmimi Mesatar (EUR)	43.6	40.1	45.7	34.5	50.0
	Numri total i dhomave	127	263	380	360	263
Dhoma standarde katërshe	Numri mesatar i dhomave	1.9	5.3	5.7	2.9	3.8
	Çmimi Mesatar (EUR)	49.9	50.3	62	44.9	60.8
	Numri total i dhomave	70	127.3	174	115	96

Në vitin 2021, shkalla e shfrytëzimit të banimit në këtë kategori akomodimesh ishte e ngjashme me vitet e para pandemisë, mesatarisht 53.8 për qind. Shkalla më e lartë e shfrytëzimit të banimit

ishte në muajin gusht (69.6%), ndërsa më e ulëta në muajin mars (40.8%). Për rezultate më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih Figurën 18.



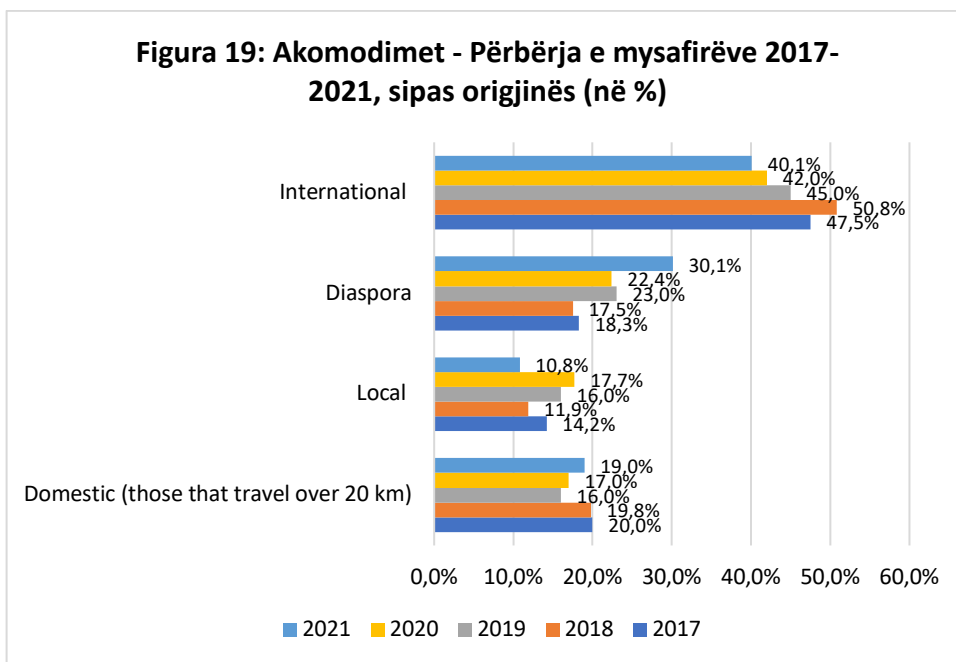
### **Mysafirët dhe sjellja e tyre**

Gjetjet e anketës zbulojnë se në vitin 2021 ndërkombëtarët përbënin 40.1 për qind të të

gjithë vizitorëve në akomodimet pa restorante; diaspora, 30,1 për qind; vendasit, vizitorët

vendorë (me më shumë se 20 km udhëtim), 19.0 për qind; dhe vendasit, 10.8 për qind. Për të krahasuar të dhënat me vitet e mëparshme,

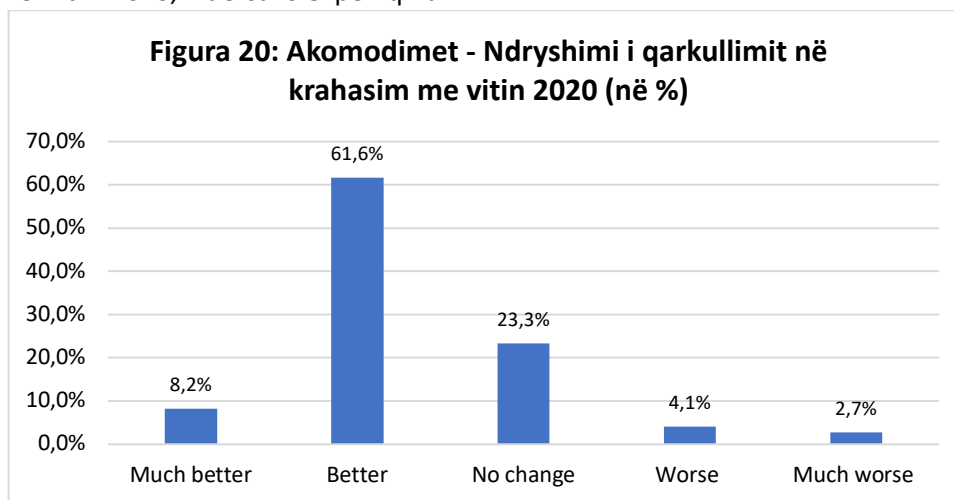
referojuni Figurës 19. Numri i netëve të kaluara ishte mesatarisht 5.1 në 2021, krahasuar me 3.7 në vitin 2020.



### Të hyrat dhe investimet

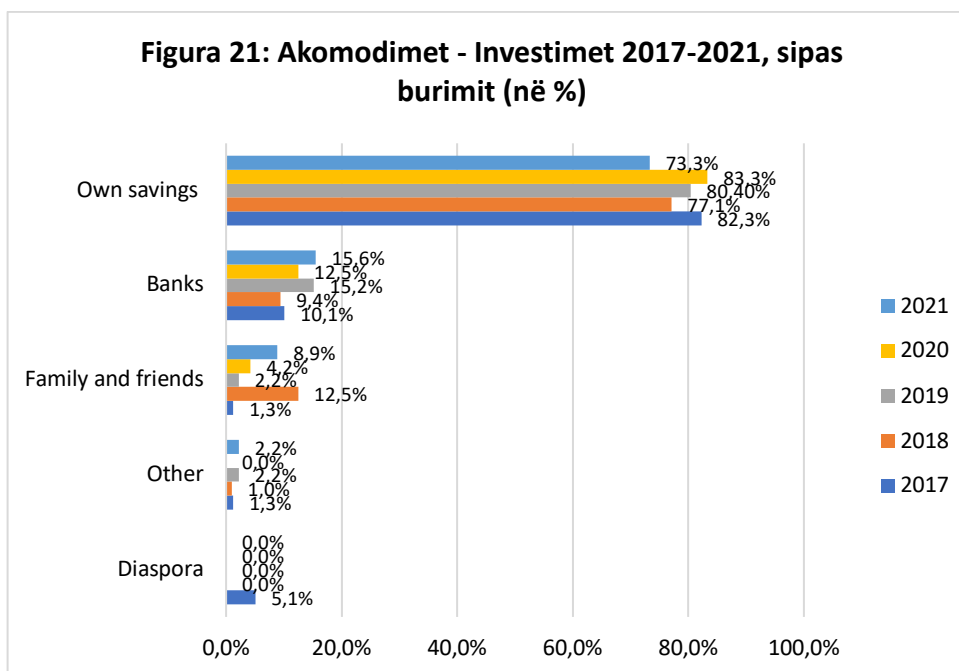
Gjetjet e të hyrave tregojnë se në vitin 2021, 69.8 për qind e akomodimeve raportuan se kishin performuar “më mirë” ose “shumë më mirë” krahasuar me vitin 2020, ndërsa 6.8 për qind

performuan “më keq” ose “shumë më keq”. Pjesa tjetër thanë se nuk përjetuan ndonjë ndryshim (shih Figurën 20).



Në përgjigje të pyetjes nëse kanë investuar në biznesin e tyre në vitin 2021, 55.6 për qind e akomodimeve kanë thënë ‘po’. Ata që kanë investuar i kanë financuar investimet e tyre kryesisht nga kursimet e tyre (83.3 për qind). Për

të parë burimet e tjera të financimit dhe për të krahasuar me vitet e mëparshme, referojuni Figurës 21. Një gjetje tjetër tregon se 60.0 për qind planifikojnë të investojnë në dy vitet e ardhshme.

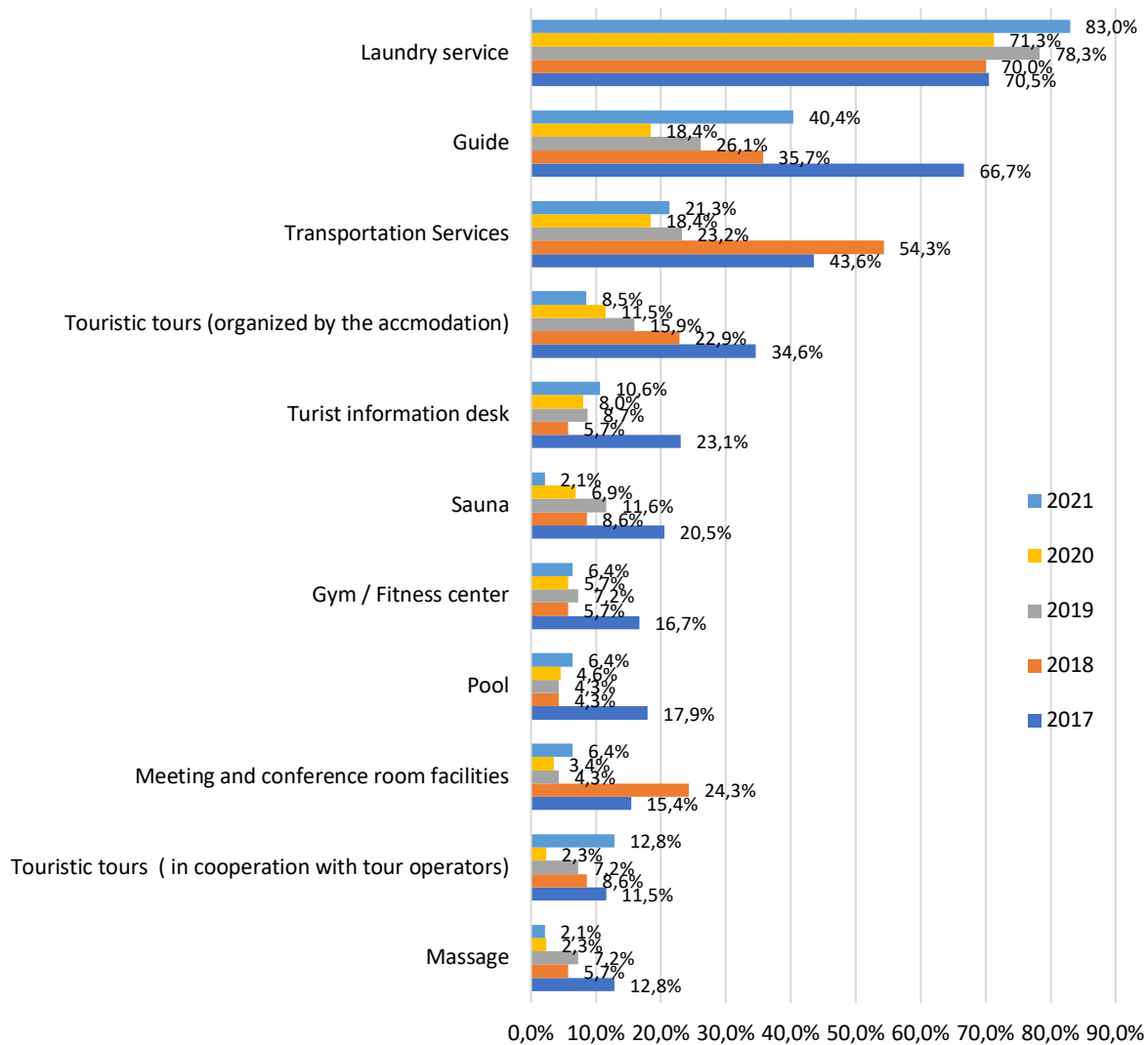


### Shërbimet e ofruara

Akomodimeve, gjithashtu iu është dhënë një listë me shërbime të zakonshme dhe iu është kërkuar që të zgjedhin ato shërbime të cilat i kanë ofruar. Gjetjet tregojnë se shërbimet e lavanderisë (83.0 për qind), ciceronët (40.4 për qind) dhe shërbimet e transportit ( 21.3 për

qind), ishin shërbimet më të zakonshme të ofruara nga akomodimet në vitin 2021. Për të parë shërbimet e tjera të ofruara në këtë vit dhe për t'i krahasuar ato me vitet e mëparshme, referojuni Figurës 22

**Figura 22: Akomodimet - Shërbimet e ofruara, 2017-2021 (në % të rasteve)**



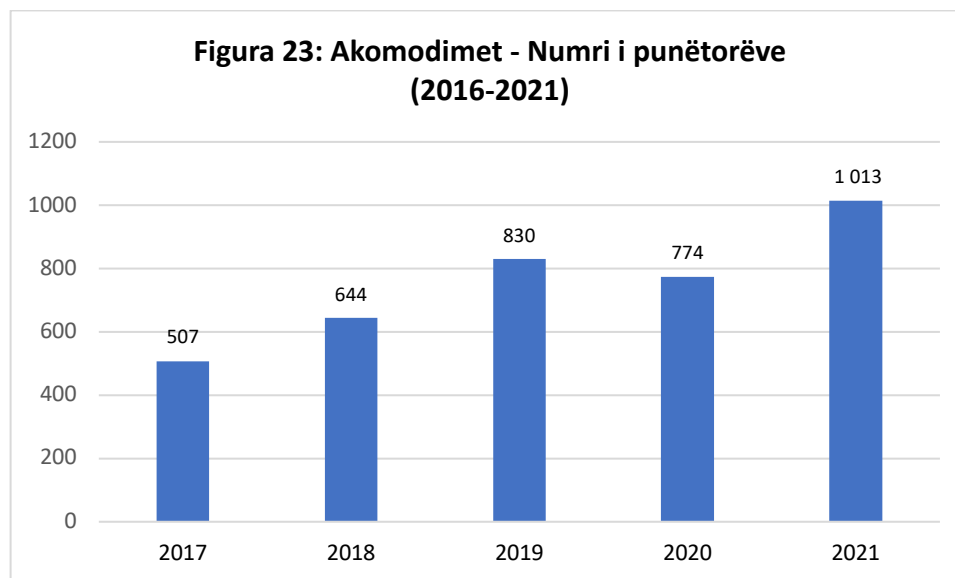
Gjetjet, më tej tregojnë se 10.8 për qind e akomodimeve kishin pako speciale (d.m.th. për fundjavë ose pushime) në vitin 2021, krahasuar me 19.8 për qind në vitin 2020.

### **Punësimi**

Në vitin 2021, numri i punëtorëve në akomodime ishte 1,013, duke u rritur me 99.8 për qind krahasuar me vitin 2017 (shih Figurën 23).<sup>4</sup> Punësimi rritej çdo vit me përjashtim të vitit

2020 ku pati një rënie për shkak të mbylljes të vendosur për të frenuar përhapjen e pandemisë Covid-19.

### 3.3.



Më poshtë janë disa demografi të punësimit për akomodimet në vitin 2021. Burrat përbënin shumicën (62.5 për qind) të punëtorëve. Nga të gjithë punëtorët, 10.1 për qind punonin me kohë të pjesshme. Një ndarje e të dhënave sipas përkatësisë etnike tregon se pothuajse të gjithë

punëtorët ishin shqiptarë të Kosovës, 96.7 për qind. Sipas grupmoshave, grupmosha 25-44 vjeç përbënin shumicën me 57.4 për qind. Për informata më të detajuar dhe për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih tabelën 6.

<sup>4</sup> Faktori bruto për akomodimet ~1.423

Table 6: Employment Demographics (Accomodations)						
<b>2017</b>						
Gender	Men			Women		
	65.5%			34.4%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	51.4%		14.2%	28.9%		5.5%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	99.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.5%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.8%	42.5%	28.3%	13.2%	1.7%	0.4%
<b>2018</b>						
Gender	Men			Women		
	62.8%			37.2%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	50.2%		12.6%	31.8%		5.4%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	99.4%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	15.3%	48.7%	22.1%	12.1%	0.6%	1.2%
<b>2019</b>						
Gender	Men			Women		
	71.7%			28.3%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	62.0%		8.5%	26.8%		1.5%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.6%	0.0%	0.5%	0.3%	0.3%	0.3%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.1%	51.5%	25.2%	8.9%	1.3%	0.0%
<b>2020</b>						
Gender	Men			Women		
	67.8%			32.2%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	61.7%		6.0%	30.5%		1.7%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.4%	0.0%	0.2%	0.7%	0.7%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	11.4%	44.8%	27.0%	13.4%	3.5%	0.0%
<b>2021</b>						
Gender	Men			Women		
	62.5%			37.5%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	54.5%		8.0%	35.4%		2.1%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	96.700%	0.2%	0.6%	1.0%	1.5%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	16.9%	32.0%	25.4%	17.8%	7.4%	0.4%

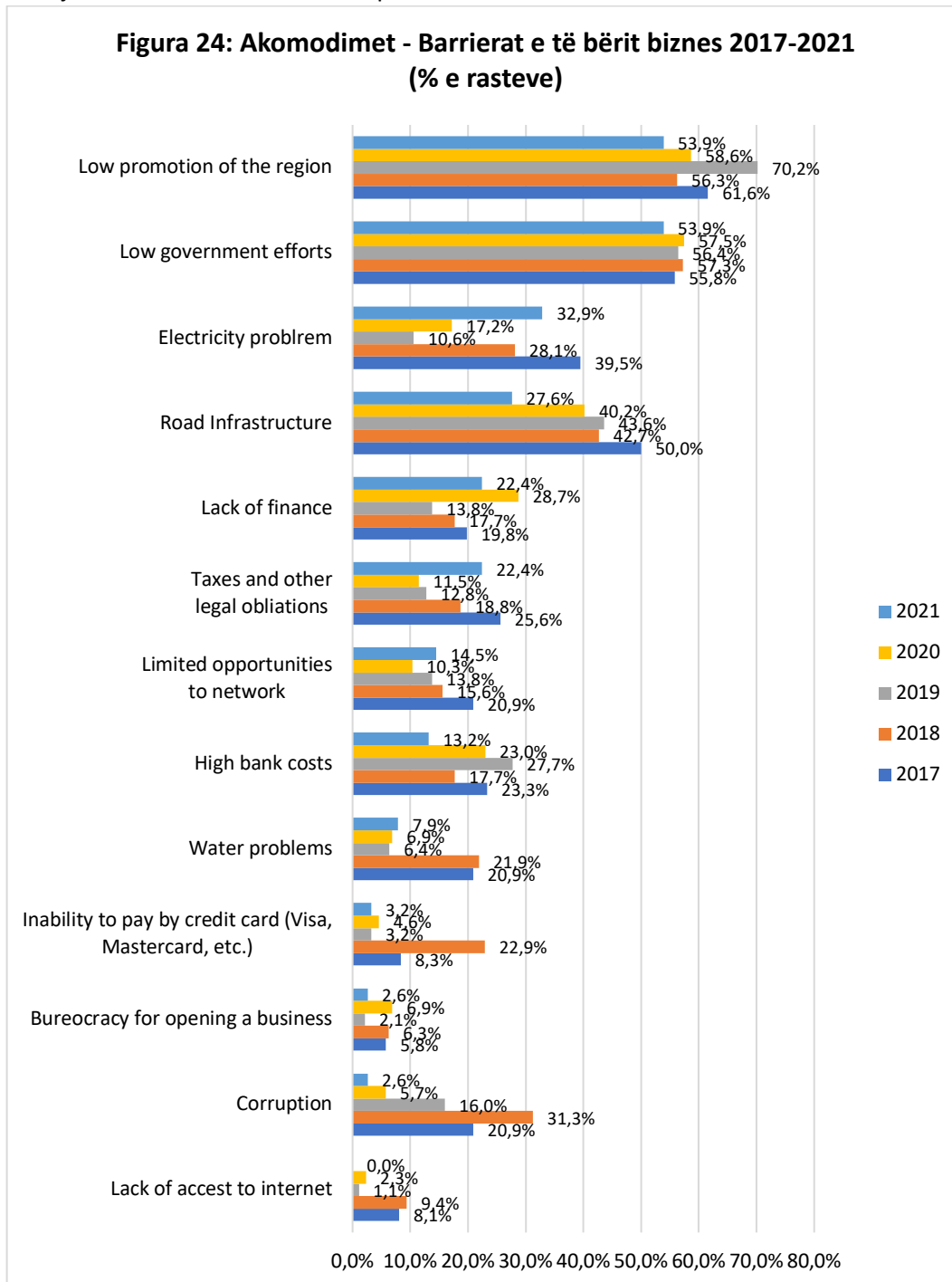
### **Barrierat në të bërit biznes**

Akomodimeve iu kërkuan gjithashtu të zgjedhin barrierat më shtrënguese në të bërit biznes. 'Promovimi i ulët i rajonit' (53,9 për qind e të

gjitha rasteve), 'përpjekjet e ulëta të qeverisë' (53,9 për qind) dhe 'problemet e energjisë elektrike' (32,9 për qind) u perceptuan si

barrierat më shtrënguese operative sipas akomodimeve në vitin 2021. Për të parë barrierat e tjera në të bërit biznes dhe për t'i

krahasuar ato me vitet e mëparshme, referojuni Figurës 24.



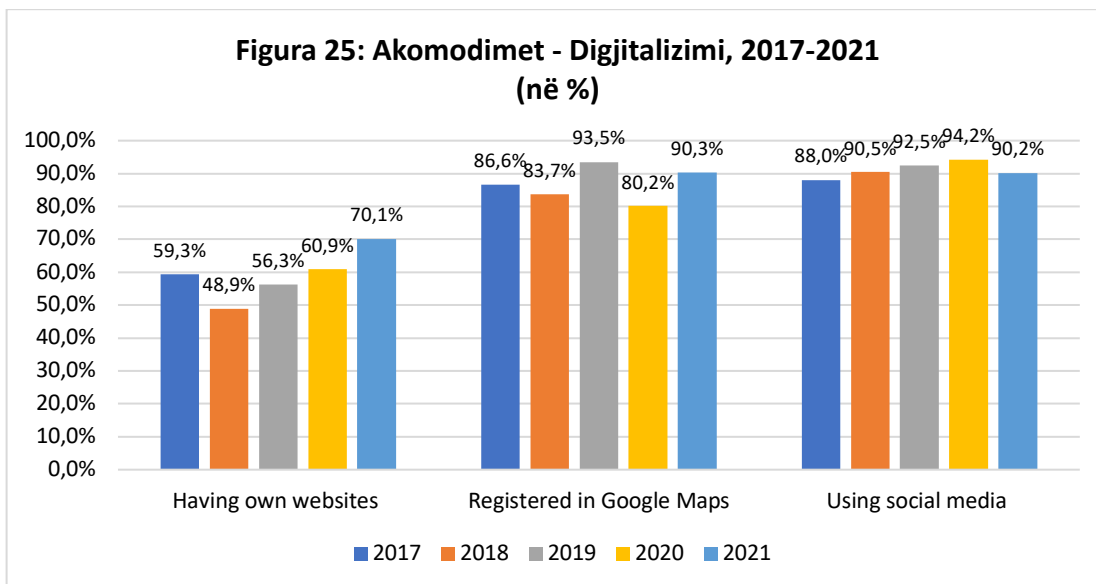
**Digjitalizimi**

Gjetjet e anketës zbulojnë se 70.1 për qind e akomodimeve kishin faqet e tyre të internetit në

vitin 2021. Shumica dërmuese, 90.3 për qind, ishin të regjistruara në Google Maps. Një

përqindje e ngjashme, 90.2 për qind, pohuan se kishin përdorur mediat sociale për të promovuar

akomodimet e tyre. Për të krahasuar të dhënat me vitet e mëparshme, shih Figurën 25.

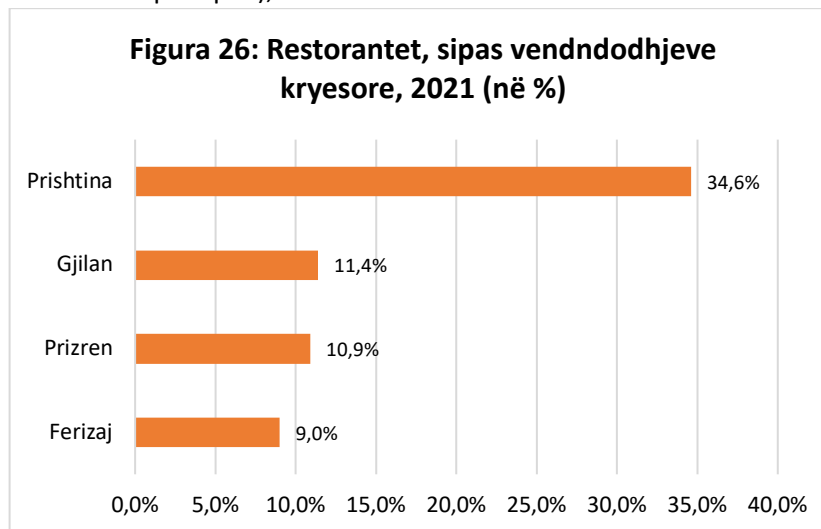


### 3.4. Restorantet

#### Struktura e Përgjithshme

Në vitin 2021, Prishtina dominonte me 34.6 për qind të të gjitha restoranteve në Kosovë, e ndjekur nga Gjilani me 11.4 për qind), Prizreni

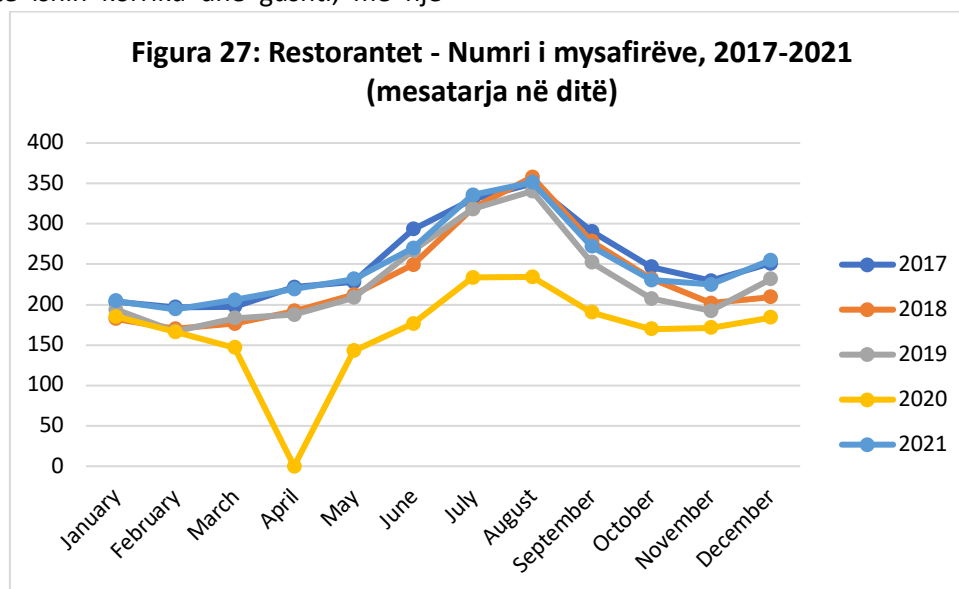
me 10.9 për qind dhe Ferizaj me 9.0 për qind - shih Figurën 26.



#### Mysafirët dhe sjellja e tyre

Gjetjet tregojnë se restorantet kanë pasur mesatarisht 249.5 të ftuar në ditë në vitin 2021, 36.8 për qind më shumë krahasuar me vitin 2020. Gjatë këtij viti, muajt më të ngarkuar rezultuan të ishin korriku dhe gushti, me një

mesatare prej 335.6 dhe 351.2 të ftuar në ditë, përkatësisht. Për informata më të detajuara dhe për të krahasuar mesataret me ato të viteve të mëparshme, referojuni Figurës 27.

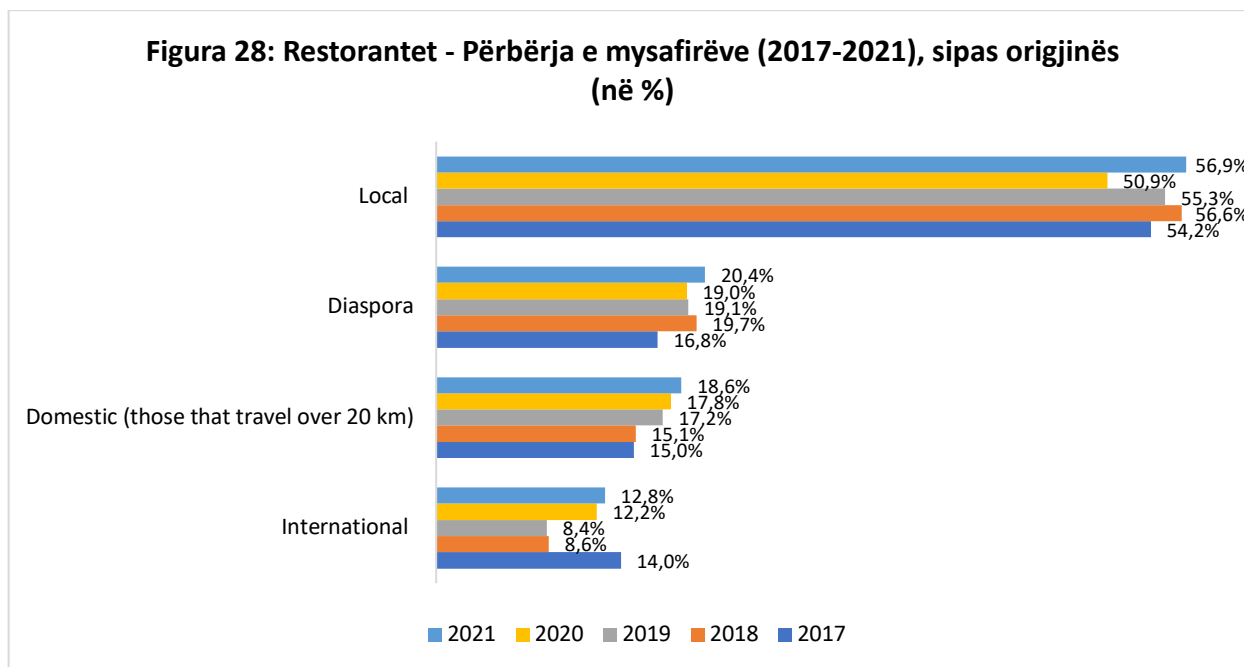


Gjetjet tregojnë se në vitin 2021, 56.9 për qind e klientelës në restorante përbëhej nga vendasit;

të tjerët përfshinin diasporën (20.4 për qind), vizitorët vendorë (18.6 për qind) dhe

ndërkombëtarët (12.8 për qind). Për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih Figurën 28. Të dhënat për restorantet tregojnë se në vitin 2021, 60.6 për qind (59.7 për qind në 2020) e të gjithë mysafirëve shkuan në restorante për

ushqim dhe pije, ndërsa pjesa tjetër vetëm për pije. Shpenzimet mesatare për shërbim të grupit të parë arritën në 8.5 EUR (7.6 EUR në vitin 2020), ndërsa mesatarja e kësaj të fundit ishte 3.6 EUR (2.7 EUR në vitin 2020).

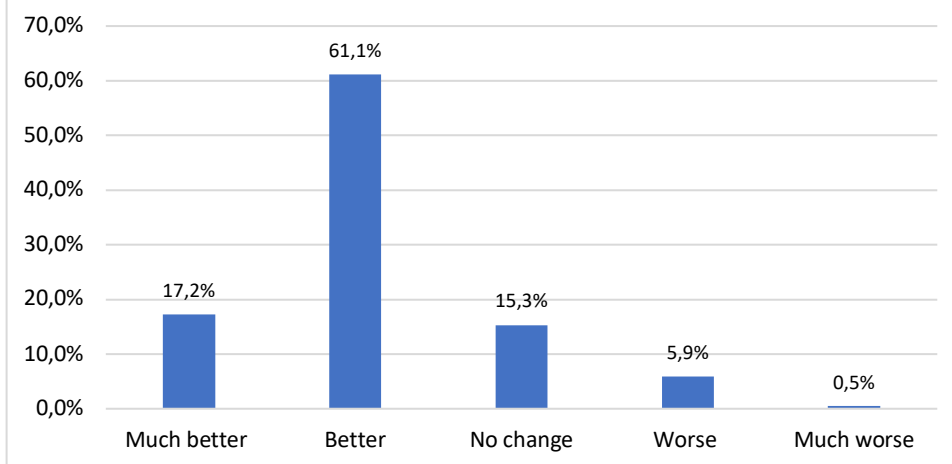


### **Të hyrat dhe investimet**

Kur u pyetën për ndryshimet në qarkullim në krahasim me vitin 2020, 78.3 për qind e restoranteve raportuan se kishin performuar 'më mirë' ose 'shumë më mirë'; nga ana tjetër, 6.4 për

qind e tyre deklaruan se kanë përjetuar të kundërtën; pjesa tjetër thanë se nuk përjetuan asnjë ndryshim në qarkullim (shih Figurën 29).

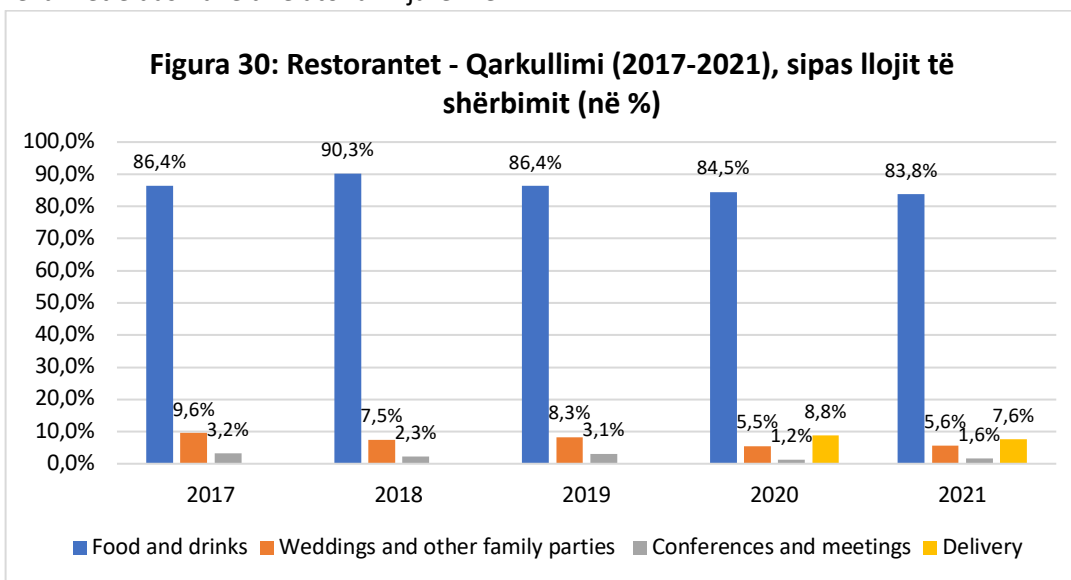
**Figura 29: Restorantet - Ndryshimet në qarkullim në krahasim me vitin 2020 (në %)**



Një analizë e mëtejshme e përbërjes së qarkullimit vjetor tregon se në vitin 2021, ushqimet dhe pijet përbënin burimin kryesor të të ardhurave për restorantet me 83,8 për qind, shoqëruar nga shërbimet e dërgesës me 7,6 për qind, shërbimet e dasmave dhe ato familjare me

5,6 për qind dhe konferencat dhe takimet me 1,6 për qind. Opsioni i shërbimeve të dërgesës është shtuar në dy anketat e fundit; prandaj nuk mund të bëhen krahasime me vitet para vitit 2020. Për më shumë detaje, shih Figurën 30.

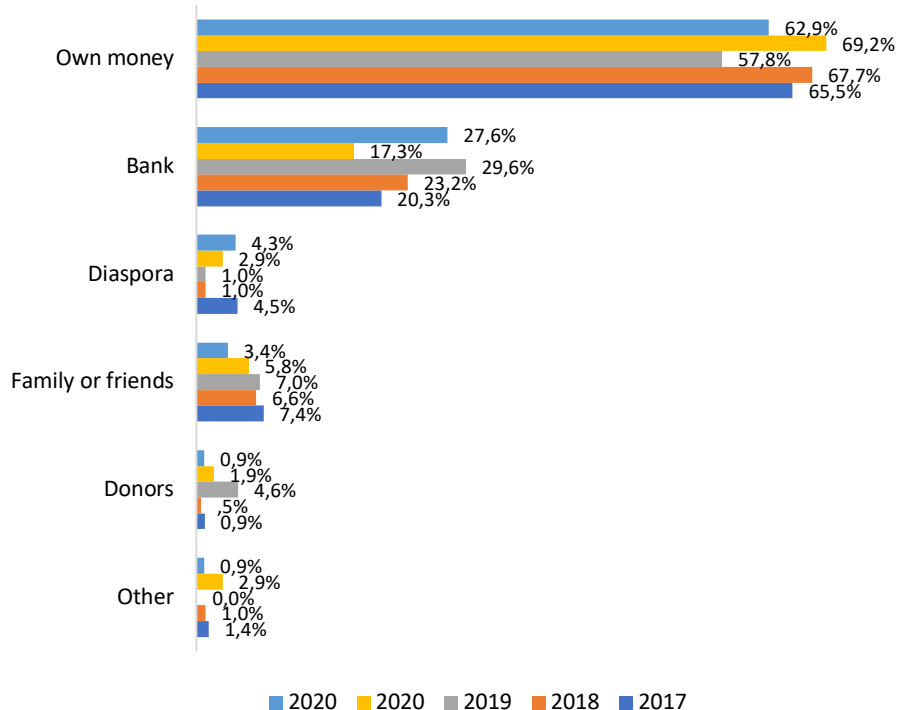
**Figura 30: Restorantet - Qarkullimi (2017-2021), sipas llojit të shërbimit (në %)**



Nga të gjitha restorantet, 43,2 për qind pretenduan se kishin bërë një lloj investimi në vitin 2021, krahasuar me 36,0 për qind në 2020. Më shumë se kaq, 43,9 për qind, planifikonin të bënin një investim në dy vitet e ardhshme. Ata

që investuan në vitin 2021, financuan investimet e tyre kryesisht nga 'paratë e veta' (62,9 për qind). Për të parë burimet e tjera të financimit dhe për të krahasuar me vitet e mëparshme, shih Figurën 31.

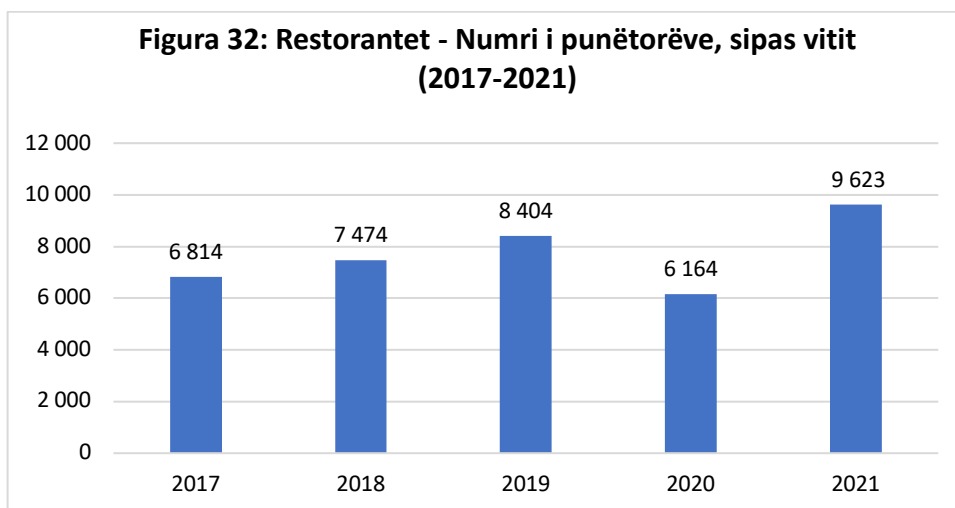
**Figura 31: Restorantet - Burimet e investimeve, 2017-2021 (në %)**



**Punësimi**

Punësimi në restorante ka qenë më i larti në pesë vitet e fundit, duke arritur në 9,623 (shih Figurën 32).<sup>5</sup>

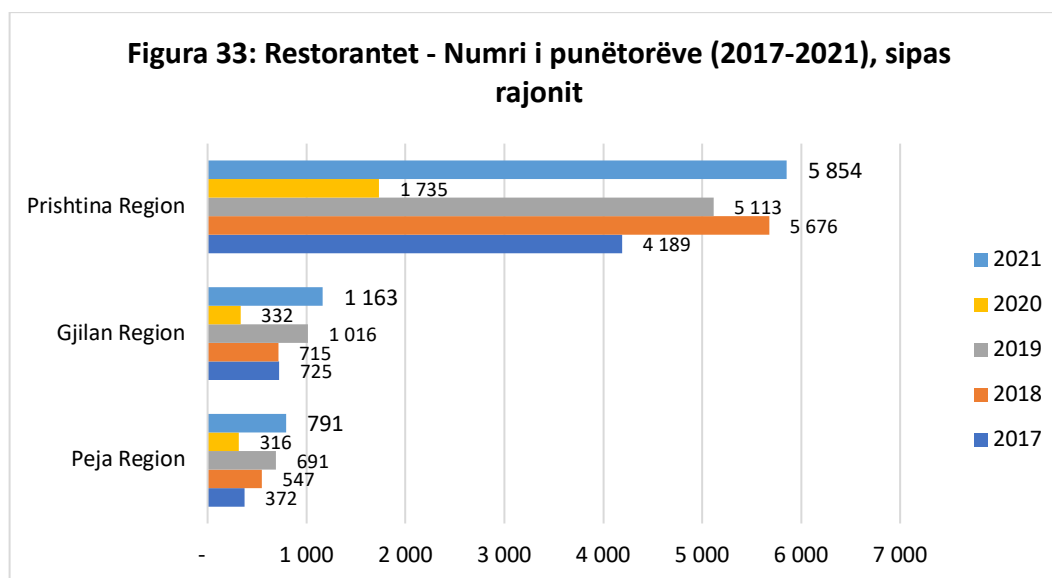
**Figura 32: Restorantet - Numri i punëtorëve, sipas vitit (2017-2021)**



<sup>5</sup> Faktori bruto për restorantet ~2,1644

Një zbërthim i të dhënave sipas rajoneve kryesore tregon se Rajoni i Prishtinës me 5,113 përbënte numrin më të madh të punëtorëve të punësuar në restorante në vitin 2021, i ndjekur

nga Gjilani (1,163), dhe Peja (791). Në të gjitha rastet, numri i punëtorëve është më i larti në pesë vitet e fundit, referojuni Figurës 33.



Më poshtë janë disa të dhëna demografike të punësimit për restorantet. Nga të gjithë të punësuarit në vitin 2021, shumica ishin burra – 74.3 për qind. Shumica e punëtorëve, 80.7 për qind, punonin me kohë të plotë. Një përqindje (3.6 për qind) e përbënin jo-shqiptarë të

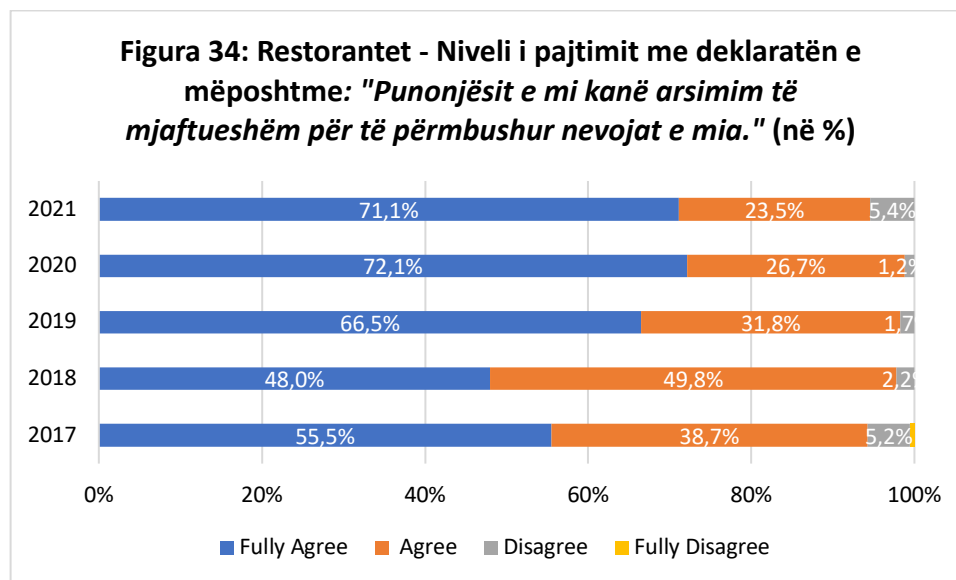
Kosovës. Për sa i përket moshës, grupin më të zakonshëm e përbëjnë ata të moshës 15-34 me 72.5 për qind. Për më shumë informacion dhe për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih Tabelën 7.

**Table 7: Employment Demographics (Restaurants)**

2017						
Gender	Men			Women		
	74.4%			25.6%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	63.2%		11.2%	21.3%		4.3%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.9%	0.1%	0.5%	0.2%	0.3%	0.1%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	34.1%	42.0%	19.0%	4.1%	0.9%	0.0%
2018						
Gender	Men			Women		
	78.7%			21.5%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	63.2%		15.2%	18.9%		2.6%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.2%	0.3%	0.5%	0.5%	0.5%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	23.8%	55.2%	16.3%	3.9%	0.7%	0.0%
2019						
Gender	Men			Women		
	77.5%			22.5%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	71.7%		5.8%	19.6%		2.8%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.1%	0.2%	0.4%	0.6%	0.6%	0.1%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	22.0%	48.4%	20.3%	7.9%	1.4%	0.0%
2020						
Gender	Men			Women		
	76.2%			23.8%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	67.2%		9.0%	21.7%		2.1%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.5%	0.1%	0.4%	0.5%	0.4%	0.1%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	24.3%	46.2%	19.9%	8.2%	1.2%	0.2%
2021						
Gender	Men			Women		
	74.3%			25.7%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	59.6%		14.7%	21.1%		4.6%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	96.4%	0.1%	1.3%	0.3%	1.8%	0.1%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	29.7%	42.9%	17.9%	7.4%	2.1%	0.1%

Ngjashëm me anketat e viteve të mëparshme, restoranteve iu kërkua të ndajnë mendimin e tyre në lidhje me deklaratën, "Punonjësit e mi kanë arsimim të mjaftueshëm për të përmbushur nevojat e mia". Doli se në vitin 2021, 94.6 për

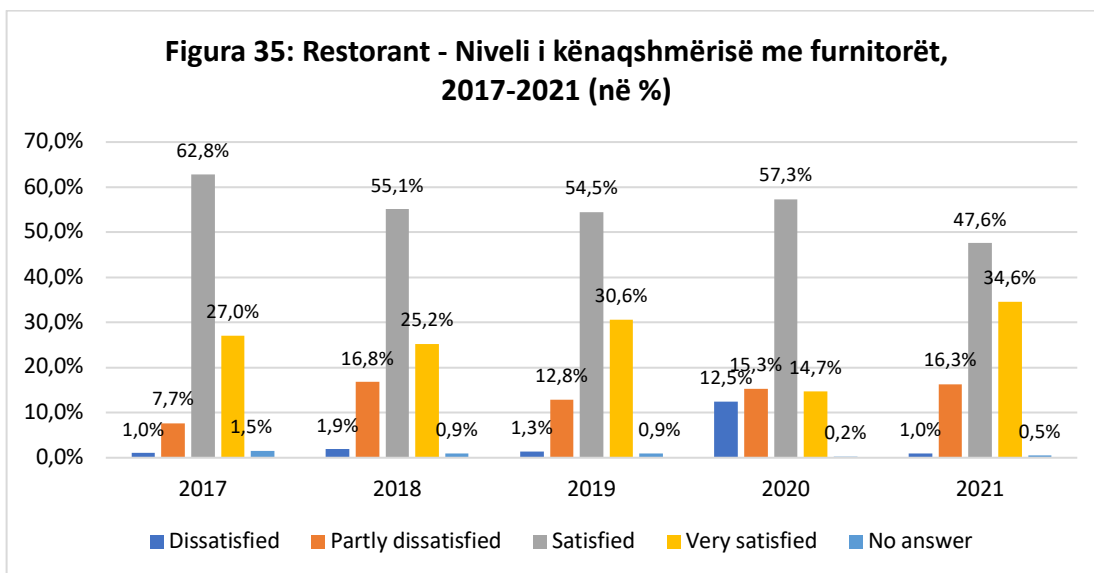
qind ose 'pajtohen plotësisht' ose 'pajtohen' me deklaratën, ndërsa pjesa tjetër kishte një pikëpamje të kundërt. Shih Figurën 34 për të krahasuar pamjen e restoranteve në lidhje me këtë deklaratë në vitet e mëparshme.



### **Furnizimet**

Në përgjigje të pyetjes lidhur me origjinën e furnizimeve të përdorura në vitin 2021, 54,9 për qind e restoranteve besonin se ishin lokale, krahasuar me 54,6 për qind në vitin 2020. Furnizimet për restorantin e tyre në vitin 2020 ishin kryesisht nga shitësit me shumicë dhe supermarketet. Një gjetje tjetër tregon se

restorantet në përgjithësi kanë qenë të kënaqur me furnitorët; 82.2 për qind e restoranteve deklaruan se ishin 'të kënaqur' ose 'shumë të kënaqur' me furnitorët e tyre në vitin 2021. Për më shumë informata mbi nivelin e kënaqshmërisë dhe për të krahasuar të dhënat me vitet e mëparshme, referojuni Figurës 35.

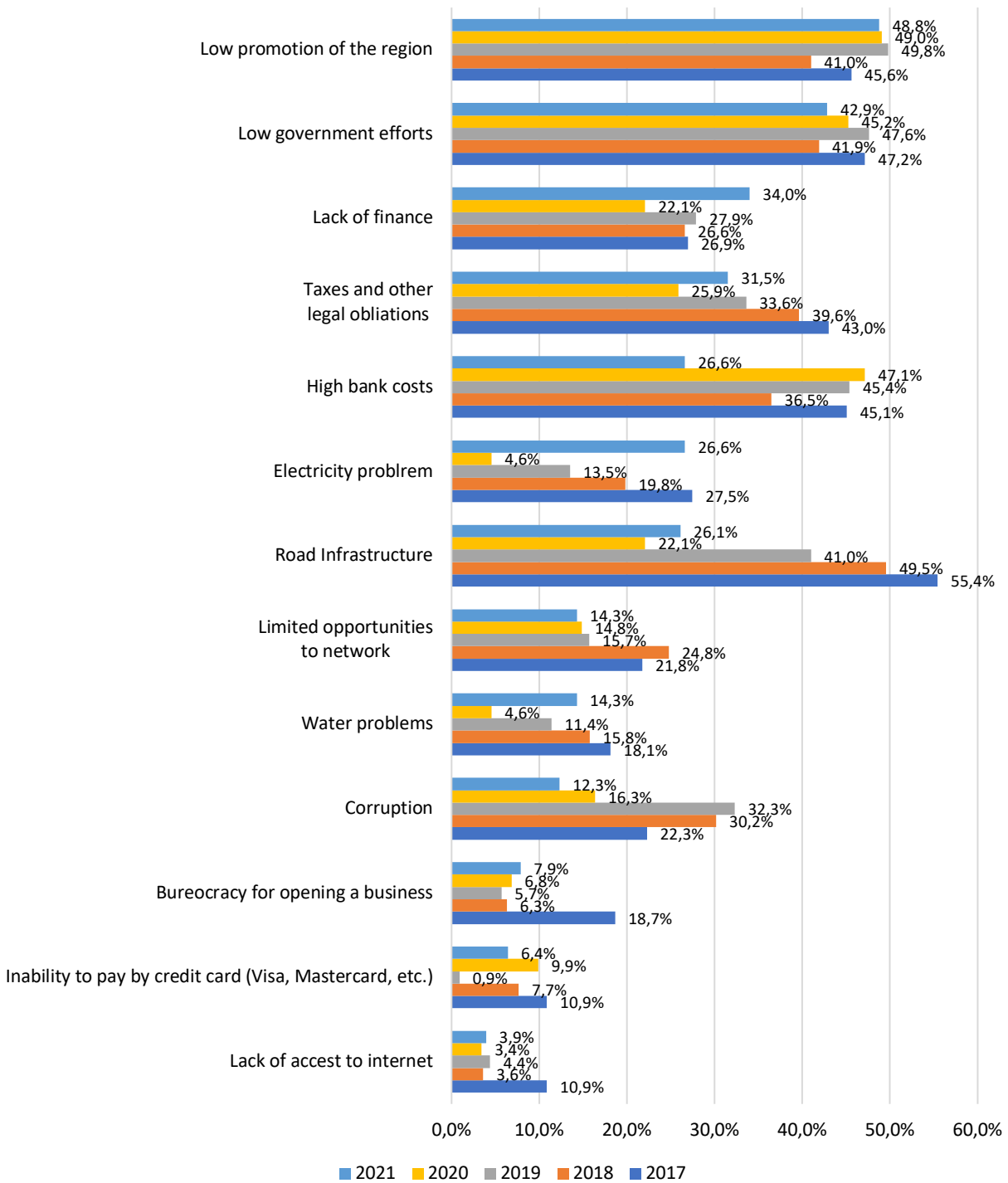


### **Barrierat e të bërit biznes**

Barrierat e mundshme për të bërë biznes u testuan edhe me restorante. Në vitin 2021, rezultoi se *'promovimi i ulët i rajonit'* me 48,8 për qind, *'përprjekjet e ulëta të qeverisë'* me 42,9 për qind dhe *'mungesa e financave'* me 34,0 për

qind, perceptoheshin si barrierat më të rënda operative nga të anketuarit. Për informata më të detajuara dhe për të bërë krahasime me vitet e tjera, shih Figurën 36.

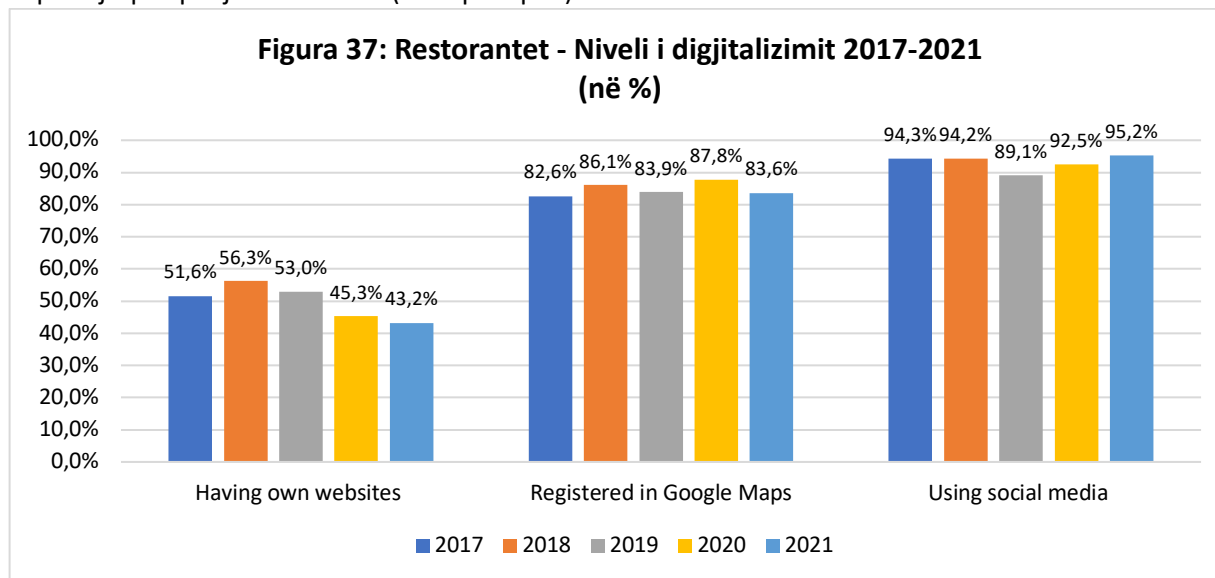
**Figura 36: Restorantet - Barrierat e të bërëit biznes, 2017-2021**  
(% e rasteve)



## Digjitalizimi

Nga të gjitha restorantet e anketuara, 43.2 për qind kishin faqet e tyre të internetit në vitin 2021 dhe 83.6 për qind ishin të regjistruar në Google Maps. Një përqindje më e lartë (95.2 për qind)

përdorën mediat sociale për të promovuar shërbimet e tyre. Për të krahasuar të dhënat me vitet e mëparshme, shih Figurën 37.

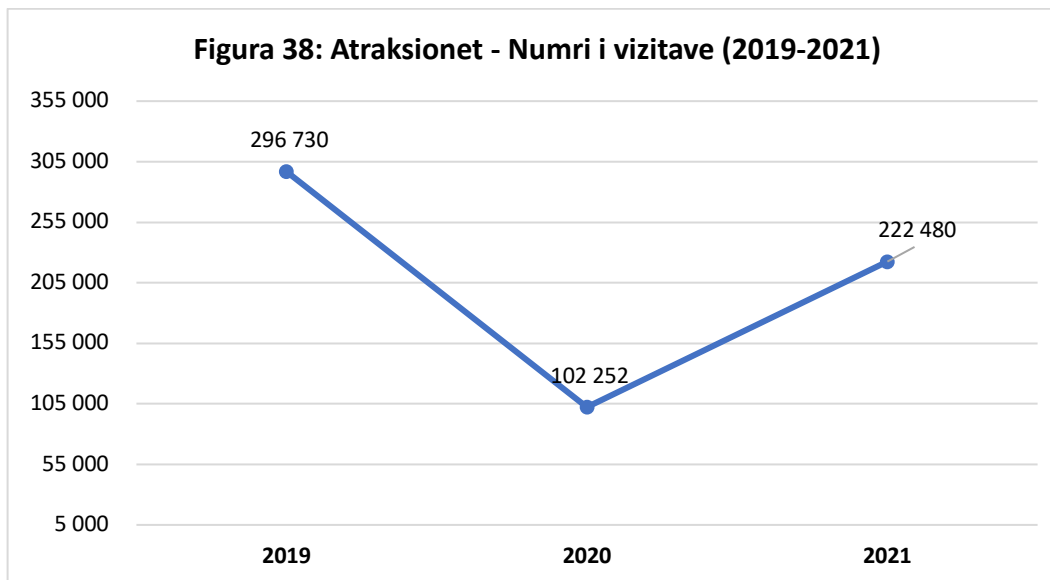


### 3.5. Atraksionet

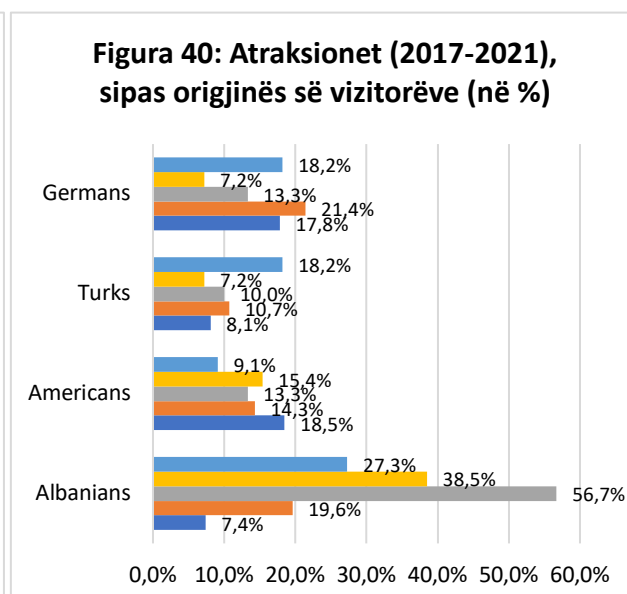
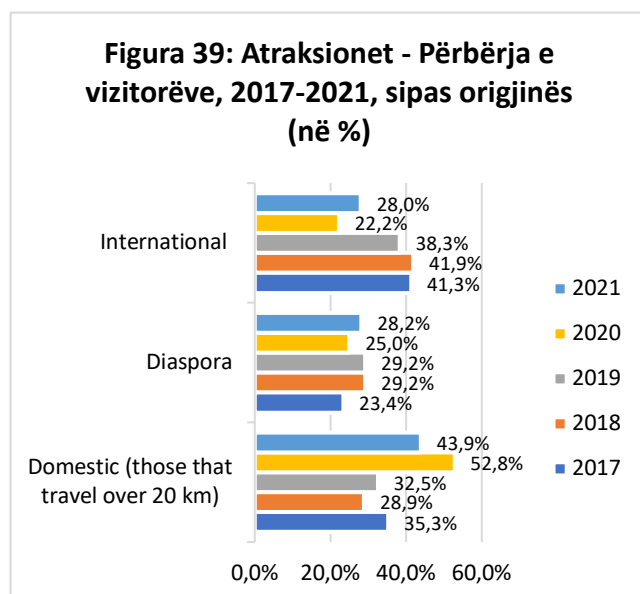
#### Numri i vizitorëve dhe karakteristikat e tyre

Numri i përgjithshëm i vizitorëve në atraksionet turistike në vitin 2021 ishte 60,280 – që është 118 për qind më i lartë krahasuar me vitin 2020 (shih Figurën 38). Vini re se këto shifra janë marrë vetëm nga atraksionet e intervistuar. Si

të tilla, ato nuk tregojnë numrin e përgjithshëm të vizitave në vend, por vetëm tregojnë trendin. Kjo për shkak se nuk kishte informacion të disponueshëm për peizazhin e saktë të popullacionit.



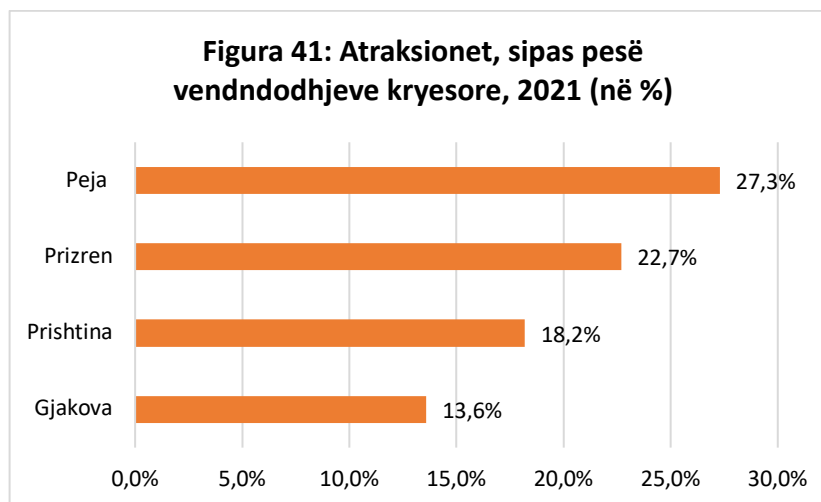
Në vitin 2021, struktura e vizitorëve në atraksione dominohej nga vizitorët vendorë (ata që udhëtojnë më shumë se 20 km) me 43,9 për qind, të pasuar nga diaspora dhe ndërkombëtarët me 28,2 për qind.



Për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih Figurën 39. Ngjashëm me vitet e tjera, shqiptarët, gjermanët, amerikanët dhe turqit përbënin shumicën e vizitorëve (shih Figurën 40).

### **Vendndodhja**

Shumica e atraksioneve të anketuara ndodheshin në Pejë, Prizren, Prishtinë dhe Gjakovë (shih Figurën 41).



### **Punësimi**

Në vitin 2021, atraksionet dominoheshin nga punëtorët burra me 57.1 për qind. Të gjithë punëtorët e punësuar në atraksione kanë punuar me kohë të plotë në atë vit. Komunitetet jo-shumicë përbënin vetëm 3.3 për qind të të gjithë

punëtorëve. Sipas grup-moshës, 50.8 për qind ishin midis 25-44. Për rezultate më të detajuara dhe për të krahasuar me të dhënat e viteve të mëparshme, shih Tabelën 8.

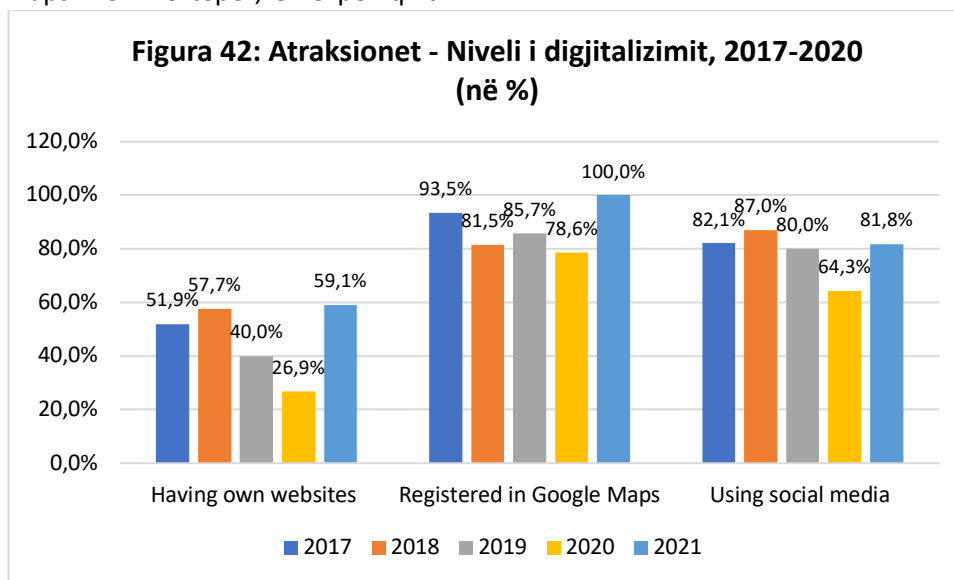
**Table 8: Employment Demographics (Attractions)**

2017						
Gender	Men			Women		
	73.6%			26.4%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	60.0%		13.6%	24.4%	2.0%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	84.3%	13.2%	0.9%	0.9%	0.6%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.7%	28.9%	36.5%	14.4%	5.3%	1.1%
2018						
Gender	Men			Women		
	55.8%			44.2%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	46.9%		0.4%	51.6%	1.1%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	96.4%	0.0%	0.9%	0.9%	1.8%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	4.8%	22.1%	47.1%	19.2%	6.7%	0.0%
2019						
Gender	Men			Women		
	47.3%			52.7%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	47.8%		8.0%	33.6%	10.6%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	96.7%	0.7%	0.4%	0.7%	1.5%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	5.9%	26.2%	38.7%	18.4%	10.5%	0.3%
2020						
Gender	Men			Women		
	45.6%			54.4%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	45.6%		0.0%	54.4%	0.0%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	97.1%	0.8%	0.4%	0.4%	1.3%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	7.3%	21.5%	35.0%	23.6%	12.6%	0.0%
2021						
Gender	Men			Women		
	57.1%			42.9%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	57.1%		0.0%	42.9%	0.0%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	95.2%	1.1%	1.1%	0.5%	2.1%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	3.9%	17.2%	33.6%	36.7%	7.0%	1.6%

## Dijitalizimi

Gjetjet zbulojnë se 59.1 për qind kishin faqet e veta të internetit në vitin 2021, ndërsa 100.0 për qind e të gjitha atraksioneve ishin të regjistruara në Google Maps. Për më tepër, 81.8 për qind

kanë pohuar se kanë përdorur rrjetet sociale për qëllime promovuese. Për të bërë krahasime me vitet e mëparshme, shih Figurën 42.



### 3.6. Operatorët turistikë

#### Turnetë, çmimet dhe qarkullimi

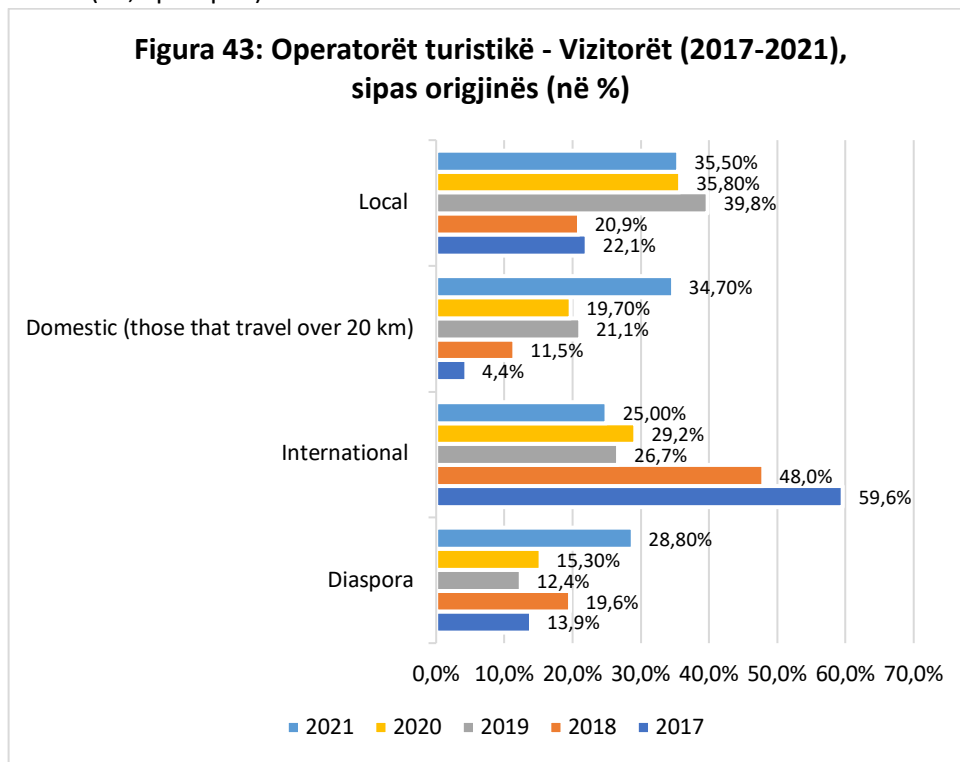
Në vitin 2021, 59.1 për qind e operatorëve turistikë punonin si me turistët që dalin jashtë Kosovës, ashtu edhe me ata që hyjnë (ang. outbound and inbound), ndërsa pjesa tjetër punonte vetëm me turistët që hyjnë. Në vitin

2020, ata që punonin me turistë që hyjnë dominuan me rreth 70 për qind. Në vitin 2021, numri i përgjithshëm i udhëtimeve turistike të shitura ishte 2,172, krahasuar me 1,854 në vitin 2020

#### Përbërja e vizitorëve

Në vitin 2021, klientela e operatorëve turistikë përbëhej kryesisht nga vizitorët vendas (35,5 për qind) dhe vendorë (34,7 për qind). Për më shumë

informata dhe për të krahasuar me vitet e tjera, shih Figurën 43.



#### Punësimi

Më poshtë janë disa të dhëna demografike të punësimit për operatorët turistikë. Numri mesatar i punonjësve që punonin për operatorët turistikë ishte 4.0 në vitin 2021, krahasuar me 2.42 në vitin 2020. Gjetjet tregojnë se 52.1 për qind e punonjësve të operatorëve turistikë në

vitin 2021 ishin burra. 61.8 për qind ishin të angazhuar me kohë të plotë. Të gjithë punëtorët ishin shqiptarë të Kosovës. Shumicë e punëtorëve e përbënin ata të moshës 25-44 vjeç, 80.8 për qind. Për më shumë informata dhe për të krahasuar me vitet e tjera, shih tabelën 9.

**Table 9: Employment Demographics (Tour-Operators)**

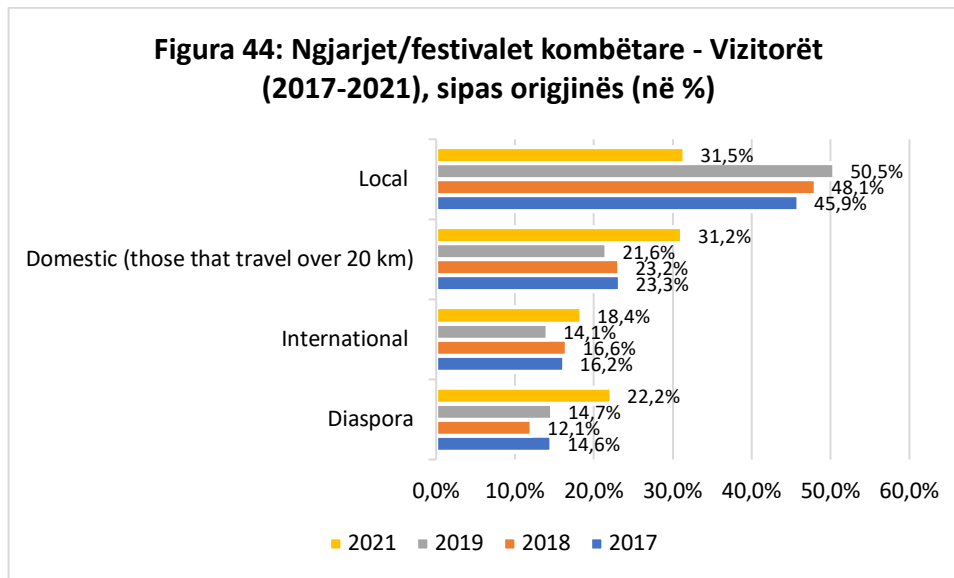
2017						
Gender	Men			Women		
	59.2%			40.8%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	23.7%		35.5%	26.0%		14.8%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	96.7%	0.0%	0.8%	0.8%	0.0%	1.7%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	18.9%	52.4%	24.4%	3.7%	0.6%	0.0%
2018						
Gender	Men			Women		
	69.9%			30.1%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	33.3%		36.6%	16.3%		13.7%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	95.3%	2.0%	2.0%	0.0%	0.7%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	22.2%	56.7%	15.6%	4.4%	1.1%	0.0%
2019						
Gender	Men			Women		
	52.9%			47.1%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	40.0%		12.9%	38.8%		8.2%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	97.6%	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	16.4%	58.2%	20.9%	3.0%	1.5%	0.0%
2020						
Gender	Men			Women		
	44.0%			56.0%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	40.5%		3.6%	48.8%		7.1%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.8%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	14.7%	57.4%	22.1%	2.9%	2.9%	0.0%
2021						
Gender	Men			Women		
	52.1%			47.9%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)		Part-Time (Women)
	30.9%		21.3%	30.9%		17.0%
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	10.8%	48.3%	32.5%	8.3%	0.0%	0.0%

### 3.6. Ngjarjet/festivalet kombëtare

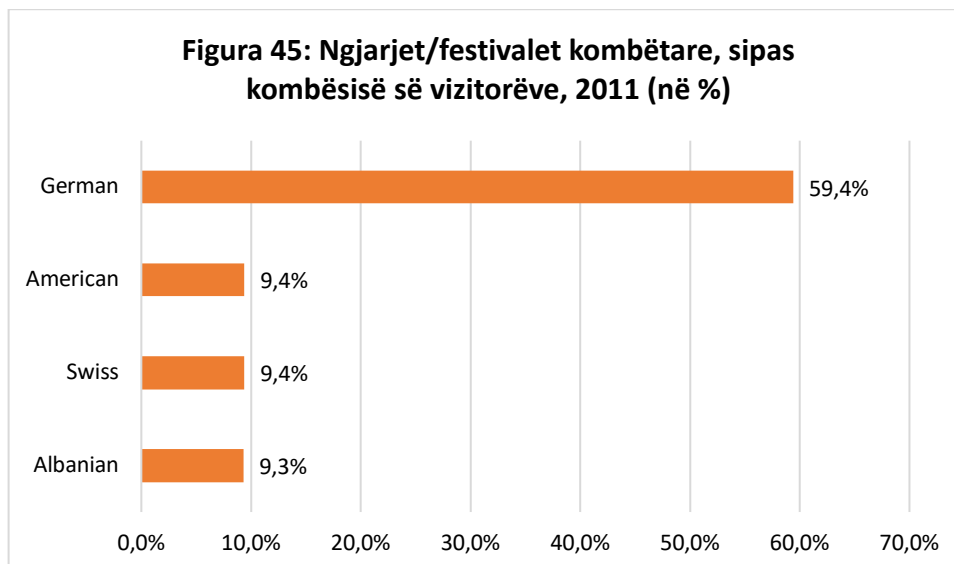
#### **Numri i vizitorëve dhe karakteristikat e tyre**

Në vitin 2021, ngjarjet/festivalet kombëtare dominoheshin nga vizitorët vendas me 31,5 për qind, të pasuar nga vizitorët vendorë me 31,2 për qind, diaspora me 22,2 për qind dhe ndërkombëtarët me 18,4 për qind. Për të

krahasuar me vitet e mëparshme, shih Figurën 44. Vini re se në vitin 2020 nuk kishte festivale dhe ngjarje kombëtare për shkak të masave pandemike, prandaj ai vit nuk është përfshirë në analizë



Në vitin 2021, shumica e ngjarjeve/festivaleve kombëtare ishin gjermane (59,4 për qind), amerikane (9,4 për qind), zvicerane (16,1 për qind) dhe shqiptare (9,3 për qind). Për më shumë informata, referojuni Figurës 45.



### **Çmimet**

Çmimi i biletës për një festival në vitin 2021 ishte mesatarisht 5.9 euro, krahasuar me 7 euro në vitin 2019. Kur u pyetën për shpenzimet mesatare të vizitorëve për një natë në vitin 2021,

përfaqësuesit e ngjarjeve/festivaleve thanë se ishte 19.8.6 euro, krahasuar me 13.6 euro në vitin 2019.

### **Punësimi**

Shumica (74.6 për qind) e të punësuarve në ngjarjet dhe festivalet kombëtare në vitin 2021 ishin burra. Ata që punonin me kohë të pjesshme përbënin 15.8 për qind të të gjithë të punësuarve. Jo-shqiptarët kosovarë përbënin

një përqindje të papërfillshme (2.6 për qind). Ata të moshës 15-34 vjeç përbënin 66.1 për qind të të gjithë punëtorëve. Për më shumë informata dhe për të bërë krahasime me vitet e tjera, shih Tabelën 10.

**Table 10: Employment Demographics (Events/Festivals)**

2017						
Gender	Men			Women		
	70.6%			29.4%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	25.7%		44.9%	9.1%	20.3%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.9%	0.5%	0.3%	0.1%	0.5%	0.1%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	18.5%	59.6%	20.3%	1.5%	0.2%	0.0%
2018						
Gender	Men			Women		
	70.9%			29.1%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	26.7%		44.2%	11.3%	17.8%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	96.1%	0.5%	0.9%	1.7%	0.8%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	35.9%	58.4%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%
2019						
Gender	Men			Women		
	68.4%			31.6%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	51.0%		17.5%	22.4%	9.2%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	98.7%	0.3%	0.3%	0.5%	0.2%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	31.2%	55.2%	10.2%	3.0%	0.4%	0.0%
2021						
Gender	Men			Women		
	74.6%			25.4%		
Full vs Part Time	Full-Time (Men)		Part-Time (Men)	Full-Time (Women)	Part-Time (Women)	
	61.9%		12.7%	22.3%	3.1%	
Ethnicity	Kosovo Albanians	Kosovo Serbs	Turks	RAE	Bosnians	Others
	97.4%	0.0%	0.7%	1.2%	0.7%	0.0%
Age Group	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	30.8%	35.3%	20.3%	11.3%	2.1%	0.3%

## 4. Ndikimi ekonomik

Ky seksion shqyrton ndikimin ekonomik të akomodimeve, apartamenteve Airbnb dhe restoranteve në vitin 2021 si dhe krahason rezultatet e përgjithshme me vitet e mëparshme.<sup>6</sup> Në mënyrë të veçantë, ai vlerëson të hyrat e përgjithshme të gjeneruara nga secili aktor. Përveç kësaj, kjo gjithashtu siguron numrin e përgjithshëm të punëtorëve të punësuar. Kjo qasje nuk mund të zgjerohet për të përfshirë dy aktorët e tjerë nga ana e ofertës të zinxhirit të vlerës për shkak të madhësisë së tyre të panjohur të popullacionit.

### 4.1. Akomodimet

Pika fillestare e kësaj analize ekonomike ishte numri i përgjithshëm i dhomave-netëve të disponueshme në vit. Kjo shifër është shumëzuar me normën mesatare të shfrytëzimit të banimit për të gjeneruar numrin total të dhomave të banuara në vit. Meqenëse ky raport fokusohet në turizëm, vizitorët vendas 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 vendas. Kjo prodhoi të hyra

të vlerësuara të akomodimit nga mostra. Për ta bërë atë përfaqësuese, është aplikuar një faktor bruto. Të hyrat e përgjithshme të sektorit në vitin 2021 arritën në **66.4 mil. EUR**. E njëjta qasje është përdorur për të gjeneruar të ardhura edhe nga apartamentet Airbnb. Të hyrat e vlerësuara nga kjo kategori akomodimesh në vitin 2021 arritën në **19.8 mil. EUR**. Për më shumë informata mbi hapat kryesorë të qasjes, shihni Tabelën 11 dhe Tabelën 12.

Tabela 11: Ndikimi ekonomik – Akomodimet (duke përjashtuar apartamentet Airbnb)					
(a) Numri i dhomave-netëve të disponueshme në vit*					
Dhome njëshe	Dhome dyshe	Dhome treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
344,560	713,210	185,785	60,225	48,180	95,265
(b) Norma mesatare e banimit (%)					
53.10%					
(c) Numri i dhomave-netëve të banuara në vit (a*b)					
Dhome njëshe	Dhome dyshe	Dhome treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
182,961	378,715	98,652	31,979	25,584	50,586
(d) Përqindja e dhomave-netëve të banuara nga vizitorët vendas (%)					
11.40%					
(e) Numri i dhomave-netëve të banuara në vit, duke përjashtuar vizitorët vendas (c-d)					
Dhome njëshe	Dhome dyshe	Dhome treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
162,104	335,541	87,406	28,334	22,667	44,819
(f) Çmimet mesatare (€)**					
8,048,452	21,743,060	5,908,614	2,541,543	2,356,240	6,102,099

<sup>6</sup> Në rastin e akomodimit me restorante, një pjesë e të ardhurave është alokuar tek akomodimet dhe tjetra tek restorantet. Ndarja është bërë në bazë të deklaratave të dhëna në anketë

Dhome njëshe	Dhome dyshe	Dhome treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
49.65	64.8	67.6	89.7	103.95	136.15
<b>(g) Të hyrat e vlerësuara të akomodimit nga mostra (€) <math>\Sigma</math> (e*f)</b>					
46,700,008					
<b>(h) Faktori/koeficienti Bruto</b>					
1.423					
<b>(i) Të hyrat e vlerësuara të sektorit të akomodimit (€) (g*h)</b>					
<b>66,454,112</b>					
* Përfshihen apartamentet Airbnb					
** Të përshtatura duke marrë parasysh çmimet e dhomave superiore					

<b>Tabela 12: Ndikimi ekonomik – Apartamentet Airbnb</b>					
<b>(a) Numri i dhomave-netëve të disponueshme në vit *</b>					
Dhome njëshe	Dhome dyshe	Dhome treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
9,490	14,965	1,460	1,460	11,680	5,840
<b>(b) Norma mesatare e banimit (%)</b>					
62.90%					
<b>(c) Numri i dhomave-netëve të banuara në vit (a*b)</b>					
Dhome njëshe	Dhome dyshe	Dhome treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
5,969	9,413	918	918	7,347	3,673
<b>(d) Përqindja e dhomave-netëve të banuara nga vizitorët vendas (%)</b>					
9.80%					
<b>(e) Numri i dhomave-netëve të banuara në vit, duke përfshirë vizitorët vendas (c-d)</b>					
Dhome njëshe	Dhome dyshe	Dhome treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
5,384	8,491	828	828	6,627	3,313
<b>(f) Çmimet mesatare (€)**</b>					
133,259.6	371,459.9	23,193.6	45,558.8	265,069.7	231,936.0
Dhome njëshe	Dhome dyshe	Dhome treshe	Dhoma katërshe	Vila	Të tjera
24.8	43.8	28.0	55.0	40.0	70.0
<b>(g) Të hyrat e vlerësuara të sektorit të akomodimit nga mostra (€) <math>\Sigma</math> (e*f)</b>					
1,070,478					
<b>(h) Faktori/koeficienti Bruto</b>					
18.5					
<b>(i) Të hyrat e vlerësuara të sektorit të akomodimit (€) (g*h)</b>					
<b>19,803,836</b>					

## 4.2. Restorantet

Ngjashëm me rastin e akomodimeve, numri i vizitave të klientëve në vitin 2021 është marrë si shifër fillestare. Pas përjashtimit të vizitorëve vendas, kjo shifër u shumëzua me çmimin mesatar të ushqimeve dhe pijeve për vizitë nga njëra anë, dhe çmimin mesatar vetëm të pijeve

në anën tjetër. Kjo prodhoi të hyrat e vlerësuara të gjeneruara nga restorantet e mostruara. Pas aplikimit të faktorit bruto, u gjeneruan të hyrat e përgjithshme të vlerësuara të restoranteve për vitin 2020, të cilat janë **155.3 mil. EUR**.

Tabela 13: Ndikimi ekonomik – Restorantet	
<b>(a) Numri i vizitave të klientëve në vit</b>	
23,230,388	
<b>(b) Pjesëmarrja e vizitorëve vendas (%)</b>	
54.80%	
<b>(c) Numri i vizitave të klientëve në vit, duke përjashtuar vizitorët vendas (a-b)</b>	
10,500,136	
<b>(d) Ushqimi dhe pijet ndaj të ardhurave totale (%)</b>	
<b>Ushqim dhe pije</b>	<b>Vetëm pije</b>
59.9%	40.1%
<b>(e) Çmimet mesatare (€)</b>	
<b>Ushqim dhe pije</b>	<b>Vetëm pije</b>
9.0	3.6
<b>(f) Të hyrat totale të vlerësuara nga mostra (€) (c*d*e)</b>	
<b>Ushqim dhe pije</b>	<b>Vetëm pije</b>
56,606,231	15,157,996
<b>(g) Faktori/koeficienti bruto</b>	
2.1644	
<b>(h) Të hyrat e vlerësuara të sektorit të restoranteve (€) <math>\Sigma(f*g)</math></b>	
155,326,491	

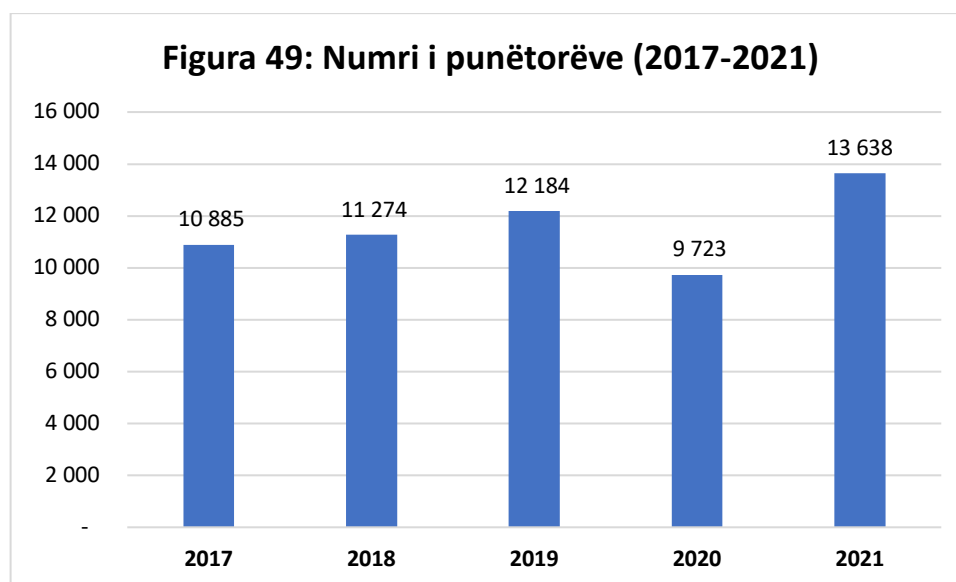
### 4.3. Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara dhe punësimi

Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara nga akomodimet, apartamentet Airbnb dhe restorantet në vitin 2021 u rritën për 93.8 për qind krahasuar me vitin 2020, duke vazhduar

trendin pozitiv që kishte ndodhur para pandemisë. Rritja më e dukshme u vu re në Airbnb-të. Për informata më të detajuara, shih tabelën 13.

Viti	Akomodimet	Apartamentet Airbnb	Restorantet	Gjithsej
2017	37,911,108	6,249,743	95,521,337	<b>139,682,188</b>
2018	42,384,201	7,460,332	140,712,183	<b>190,556,716</b>
2019	51,761,870	7,808,561	158,555,621	<b>218,126,052</b>
2020	20,870,416	2,309,075	101,450,527	<b>124,630,018</b>
2021	66,454,112	19,803,836	155,326,491	<b>241,586,460</b>

Numri i përgjithshëm i punëtorëve në vitin 2021 në tri kategoritë e turizmit gjithsej ishte 13,638, më i lartë për 56.1 për qind në krahasim me vitin 2020 (shih Figurën 49).



### 4.4. Të hyrat e përgjithshme të vlerësuara dhe punësimi

Produktiviteti i punës, i matur si të hyra për punonjës, ka shënuar rritje në tri kategoritë kryesore në pesë vitet e fundit. Në restorante, rritja ishte 15.1 për qind, nga 12,617 EUR në vitin 2017 në 14,528 euro në vitin 2021; në akomodime dhe restorante, 12.7 për qind, nga

19,931 EUR në vitin 2017 në 22,475 EUR në vitin 2021; dhe në akomodime, 18.1 për qind, nga 28,650 EUR në vitin 2017 në 33,856 EUR në vitin 2021. Janë rritur edhe pagat në të gjitha kategoritë. Në restorante, pagat u rritën me 22.8 për qind, në akomodime me restorante me 11.8

<sup>7</sup> Në rastin e akomodimit me restorante, një pjesë e të ardhurave është alokuar tek akomodimet dhe tjetra tek restorantet. Ndarja është bërë në bazë të deklaratave të dhëna në anketë.

për qind dhe vetëm akomodime me 31.3 për qind (shih Figurën 50).

