



# *Rezultatet e Hulumtimit për Turizmin në Kolashinin e Ibrit*

*Tetor, 2015*



## PËRMBAJTJA

<b>1. HYRJA</b> .....	5
<b>2. QËLLIMI DHE METODOLOGJIA E HULUMTIMIT</b> .....	6
2.1. QËLLIMI I HULUMTIMIT .....	6
2.2. PËRSHKRIMI I METODOLOGJISË .....	6
2.3. KUFIZIMET .....	7
<b>3. PROFILI I TË INTERVISTUARËVE</b> .....	8
3.1. VENDI I BANIMIT .....	8
3.2. GJINIA .....	8
3.3. MOSHA .....	9
3.4. NIVELI I EDUKIMIT .....	9
3.5. STATUSI I PUNËSIMIT .....	10
<b>4. REZULTATET E HULUMTIMIT</b> .....	11
4.1. NUMRI I VIZITAVE .....	11
4.2. LLOJI I TRANSPORTIT .....	12
4.3. MËNYRA E UDHËTIMIT .....	13
4.4. NUMRI I VIZITAVE .....	14
4.5. GJATËSIA E AKOMODIMIT .....	15
4.6. AKOMODIMI .....	16
4.7. AKTIVITETET DHE ATRAKCIONET TURISTIKE .....	18
4.8. ÇMIMI I PRODHIMEVE TURISTIKE .....	22
4.9. VIZITA NË KOLLASHININ E IBRIT .....	23
<b>5. PËRFUNDIMI</b> .....	25
ANEKSI: STRUKTURA E PYETËSORËVE TË MBUSHURA SIPAS VENDBANIMIT DHE GJINISË .....	26



# 1. HYRJA

Kollashini i Ibrit<sup>1</sup> ka shumë potenciale për zhvillim të llojeve të ndryshme të prodhimeve të turizmit të cilat ofrojnë mundësi të kënaqësisë gjatë gjithë vitit. Liqeni i Gazivodës me një sipërfaqe prej rreth 12 km<sup>2</sup> paraqet resurs të rëndësishëm turistik ku mund të organizohen aktivitete të ndryshme sportive dhe turistike në ujë. Në anën tjetër, mali Mokra Gora ka potencial për organizimin e atrakcioneve të ndryshme turistike në tokë. Pranë kësaj, në territorin e Kollashinit të Ibrit ekziston një trashëgimi e rëndësishme kulturore i cili përfshin një numër të rëndësishëm të manastireve dhe kishave, kala të vjetra si dhe lokacione historike dhe arkeologjike.

Në mars të vitit 2015 InTER dhe OJQ Outdoor In kanë bërë hulumtim që të mund të identifikohen nevojat e turistëve dhe të përmirësohet oferta turistike e Kollashinit të Ibrit. Në lidhje me këtë, është krijuar një pyetësor i dedikuar vizitorëve potencial të këtij regjioni, të cilët në këtë mënyrë kanë pasur mundësi të tregojnë preferencat e tyre sipas llojeve të ndryshme të aktiviteteve turistike. Pyetësori ka qenë anonim, ndërsa rezultatet e fituara janë përdorur ekskluzivisht me qëllim të zhvillimit të turizmit në Kollashinin e Ibrit, gjegjësisht për formimin e ofertës adekuate turistike të kësaj zone.



**Outdoor In - Projekti i zhvillimit të turizmit në Zubin Potok** është realizuar në bashkëpunim me komunën e Zubin Potokut dhe Institutin për zhvillim ekonomik territorial (InTER) në periudhën prej 1 mars 2013 deri më 28 shkurt 2015. Projekti është lansuar me qëllim të kontribimit për përmirësimin e mjedisit të biznesit në komunën e Zubin Potokut përmes krijimit të potencialit për zhvillimin e turizmit, të financuar nga fondet e para-anëtarësimit të Bashkimit Evropian në kuadër të programit EURED.

Në kuadër të projektit janë realizuar aktivitete të shumta që kanë synuar të zhvillojnë dhe popullarizojnë produktet turistike të Kollashinit të Ibrit, të cilat do të bëjnë lokacionin atraktiv në fushën e turizmit aktiv. Janë arritur rezultate në kuadër të zhvillimit të ofertës në bazë të turizmit, e cila përfshin një plazh në liqenin e Gazivodës, shtigje të shënuara për bjeshkatarë dhe biçiklistë, palestër në natyrë dhe shkëmb artificial për ngjitje. Përveç kësaj, në kuadër të projektit është përgatitur Strategjia e Zhvillimit të Turizmit të komunës së Zubin Potokut 2015-2020, e cila më vonë është miratuar nga Kuvendi Komunal. Së fundi, projekti ka ndihmuar krijimin e organizatës joqeveritare “Outdoor In” me qëllim të vazhdimin të punës për zhvillimin e turizmit në Kollashin të Ibrit.

Në fillim të marsit të vitit 2015, InTER, komuna e Zubin Potokut dhe OJQ “Outdoor In” kanë filluar realizimin e projektit, “Ngjitja në Berim – Guxo të imagjinosh”, të cilin e financon Ambasada e Finlandës me mbështetje të PPSE/Swisscontact dhe USAID Empower. Rezultati kryesor i projektit është ndërtimi i Via Ferrata në shkëmbinjtë e Berimit, në malin Mokra Gora.

<sup>1</sup> Kollashini i Ibrit është një zonë në luginën e Ibrit të sipërm, ndërmjet Rogoznës, Mokra Gorës, Kosovës dhe grykës Ribariq. Komuna e Zubin Potokut gjendet në pjesën qendrore të kësaj zone.

## 2. QËLLIMI DHE METODOLOGJIA E HULUMTIMIT

### 2.1. Qëllimi i hulumtimit

Hulumtimi është kryer me qëllim të avancimit të ofertimit të turizmit dhe formimit të prodhimeve të reja turistike në Kollashinin e lbrit nëpërmjet shqyrtimit të nevojave të turistëve potencialë. Përveç kësaj, studimi synon përcaktimin e profilëve të turistëve të cilët njohin Kollashinin e lbrit si një destinacion atraktiv turistik, motivimin e tyre për të vizituar zonën, aktivitetet ku do të donin të mirrnin pjesë gjatë qëndrimit të tyre, si dhe shumën e parave që do të shpenzojnë gjatë akomodimit.

Të dhënat e marra në këtë hulumtim do të shërbejnë për të gjithë ata që mirren me zhvillimin e turizmit në Kollashinin e lbrit, kryesisht komunës së Zubin Potokut, InTER-it dhe OJQ Outdoor In, por edhe aktorëve të tjerë të interesuar.



2 Më së shumti përgjegje të pjesërishme ka pasur nga Zubin Potoku.

### 2.2. Përshkrimi i metodologjisë

Metodologjia e hulumtimit ka përfshirë përpunimin dhe mbushjen e pyetësorit, si dhe analizën e përgjegjeve të marra.

Hulumtimi është kryer nëpërmjet një pyetësori *online* me anë të platformës *SurveyMonkey*. Pyetësori mund të arrihej përmes faqes së *Facebook* të Outdoor In. Përveç kësaj, pyetësori është dërguar disa dhjetëra *e-mail* adresave të popullsisë së synuar. Pyetësori përmbante gjithsej 20 pyetje, të ndara në tri njësi që mbulonin çështjet relevante të ndërlidhura me hulumtimin. Pjesa e parë e pyetësorit përmbante informacione të përgjithshme rreth të intervistuarëve (vendbanimi, gjinia, moshë, niveli arsimor dhe statusi i punësimit). Pjesa e dytë përmbante pyetje në lidhje me përcaktimin e synimit të intervistuarëve për të vizituar Kollashinin e lbrit. Pjesa e tretë e pyetësorit përfshinte pyetje mbi prodhimet e turizmit të Kollashinit të lbrit, në kornizë të cilit të intervistuarit mund të zgjidhnin llojet më atraktive të aktiviteteve për ta, si dhe të propozojnë prodhime të reja për t'u përfshirë në ofertën turistike. Në varësi të pyetjes, të intervistuarit ishin në gjendje të zgjedhin përgjegje të vetme ose të shumëfishtë dhe në pyetjet e caktuara ishin në gjendje të plotësonin përgjigjet e tyre me komente dhe sugjerime.

Në hulumtim kanë marrë pjesë gjithsej 233 të intervistuar, nga të cilët 193 ka mbushur pyetësorin plotësisht, ndërsa 40 të tjerë kanë dhënë përgjegjeje të pjesërishme (kanë filluar mbushjen e pyetësorit por nuk e kanë përfunduar atë).<sup>2</sup> Më së shumti përgjegjeje të kompletuara është marrë nga Mitrovica (40), pastaj nga Beogradi (37) dhe Zubin Potoku (27). Numër i rëndësishëm i pyetësorëve të mbushur është marrë nga Leposaviqi (15), Zveçani (15) dhe Graçanica (10). Lista complete e përgjegjeve të pranuar sipas vendbanimeve dhe gjinisë është dhënë në dokumentin e bashkangjitur.

Me qëllim të hulumtimit përgjegjet e marra janë elaboruar në detaje, ndërsa në bazë të rezultateve të fituara janë nxjerrë përfundimet dhe rekomandimet.

## 2.3. Kufizimet

Siç u përmend më parë, pyetësi mund të arrihej nëpërmjet të linkut që ishte në dispozicion në faqen e *Facebook* të *Outdoor In*, ndërsa një numër i konsiderueshëm i anëtarëve të grupit të synuar ka pranuar pyetësin nëpërmjet e-mail-it. Kufizimi i parë lidhet me faktin se, për shkak të këtij lloji të shpërndarjes pyetësi ishte në dispozicion veçanërisht popullsisë më të re, e cila është më aktive në rrjetet sociale dhe përdor më së shumti internetin si një mjet komunikimi (shumica e të intervistuarëve janë me interval të moshës 19-29 vjet).

Kufizimi i rradhës mbështetet në faktin se pyetësi ka qenë në dispozicion vetëm në gjuhën serbe. Pranë pengesës gjuhësore, turistë të huaj, të cilët në shumë raste kanë treguar interesim për prodhimet turistike të Kollashinit të Ibrit, nuk kanë qenë në gjendje të japin kontributin e tyre këtij hulumtimi.

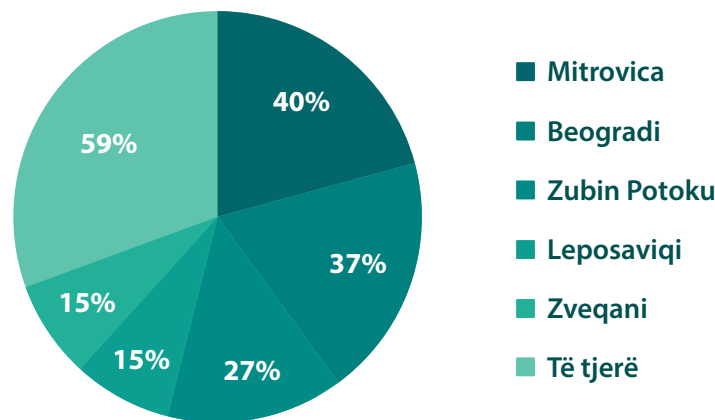


## 3. PROFILI I TË INTERVISTUARËVE

### 3.1. Vendbanimi

Shumica e të intervistuarëve janë nga qytetet vijuese: Mitrovica veriore (40), Beogradi (37), Zubin Potoku (27), Leposaviqi (15) dhe Zveçani (15) (**Grafikoni 1.**). Për më shumë të dhëna për numrin e të intervistuarëve dhe vendet e banimit shihni tabelën e bashkangjitur.

**Grafikoni 1.:** Vendet me më së shumti numër të intervistuarëve

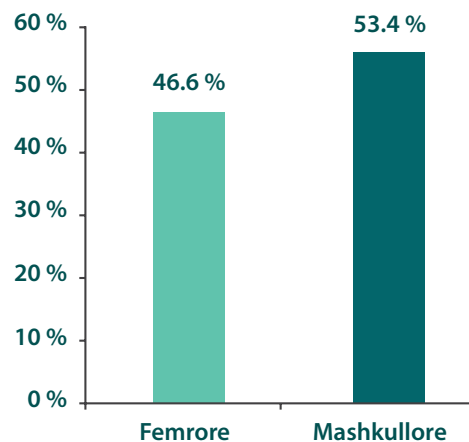


### 3.2. Gjinia

Me analizën e strukturës gjinore të intervistuarëve është vërtetuar se është marrë më shumë përgjegje nga meshkujt sesa nga femrat. Nga numri i përgjithshëm i përgjegjeve të kompletuara (193), meshkujt kanë mbushur 103 pyetësor (53,4%), ndërsa femrat 90 të tjera (46,6%) (**Grafikoni 2.**). Në shumicën e qyteteve dominojnë përgjegje të marra nga

meshkujt, përveç se në Beograd, Novi Sad dhe Prishtinë ku shumica e të intervistuarëve përbëhen prej femrave (54,05%, 66,67%, 66,67% respektivisht). Për më shumë të dhëna mbi të intervistuarit nga qytete të tjera në bazë të strukturës gjinore, shihni tabelën e bashkangjitur.

**Grafikoni 2.:** Struktura gjinore e të intervistuarëve



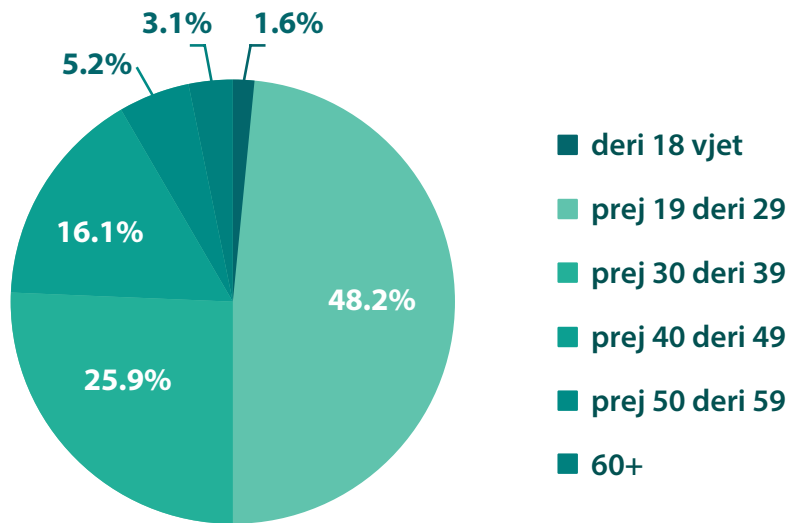


### 3.3. Moshë

Kur është në pyetje struktura e moshës, dominon intervali i moshës prej 19-29 me 93 përgjegje (48,19%), pastaj intervali 30-39 me 50 përgjegje (25,91%) dhe intervali prej 40-49 me 31 përgjegje (16,06%). Intervalet e tjera të

moshës së bashku kanë në total 19 përgjegje (9,29%), gjë që mund të shihet në **Grafikonin 3**. Nga intervali i moshës 19-29, numri më i madh i të intervistuarëve janë nga Beogradi (19), Zubin Potoku (17) dhe Mitrovica (16).

**Grafikon 3.: Struktura e moshës së të intervistuarëve**

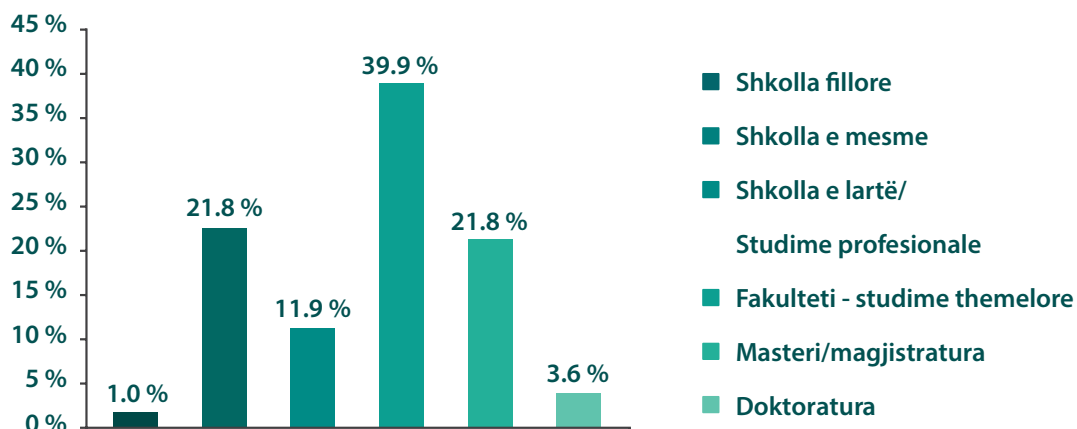


### 3.4. Niveli i edukimit

Më së shumti të intervistuar që kanë mbushur pyetësorin kanë shkallë të lartë të edukimit. Ndër ta 77 (39,9%) kanë të kryer fakultetin – studimet themelore. 42 intervistues kanë të kryer shkollën e mesme (21,8%), ndërsa numri i njëjtë ka edhe master/magjistraturë. Pak

më pak intervistues kanë të kryer shkollën e lartë/studime profesionale, 23 (11,9%), ndërsa doktoraturën e kanë të kryer 7 prej tyre (3,6%). Gjithsej 2 të intervistuar (1,0%) ka të kryer vetëm shkollën fillore (**Grafikoni 4**).

**Grafikon 4.: Niveli i edukimit të të intervistuarëve**

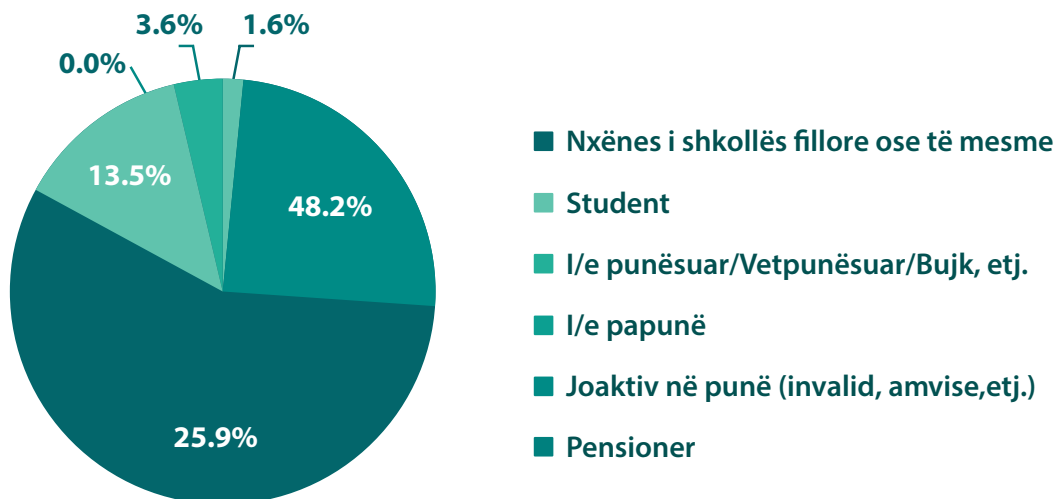


### 3.5. Statusi i punësimit

Sa i përket statusit të punës, ndër të intervistuarit dominojnë të punësuarit (57%), pastaj studentët (24%) dhe të papunët (13%). Një numër i vogël i të intervistuarëve janë

penzionerë (4%) dhe nxënës të shkollave fillore dhe të mesme (2%). Interesante është fakti se asnjëri prej të intervistuarëve nuk është joaktiv në punë (**Grafikoni 5**).

**Grafikoni 5.:** Statusi i punës i të intervistuarëve



## 4. REZULTATET E HULUMTIMIT

Siç u përmend më parë, hulumtimi përfshiu gjithsej 233 të intervistuar, nga të cilët 193 kanë dhënë përgjegje të plotë. Gjatë përpunimit dhe analizës së të dhënave vetëm përgjegjet e plota janë marrë parasysh.

### 4.1. Numri i vizitave

Nga numri i përgjithshëm i të intervistuarëve (193), madje 167 (86,5%) prej tyre janë shprehur se planifikojnë të vizitojnë Kollashinin e Ibrit gjatë këtij viti, derisa 26 të intervistuar të tjerë nuk planifikojnë të vizitojnë. Shumica e të intervistuarëve kanë shprehur se do të vizitojnë Kollashinin e Ibrit gjatë verës (80,8%). Kjo stinë

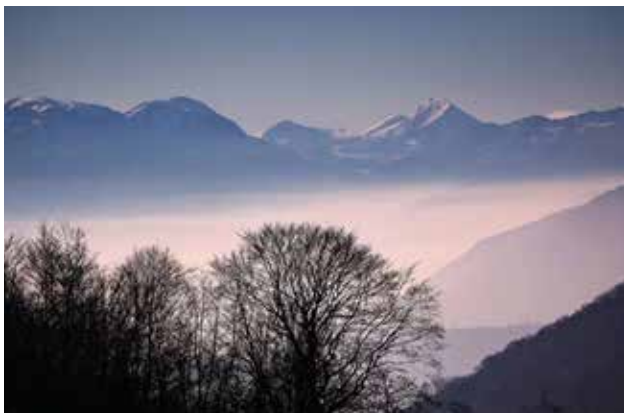
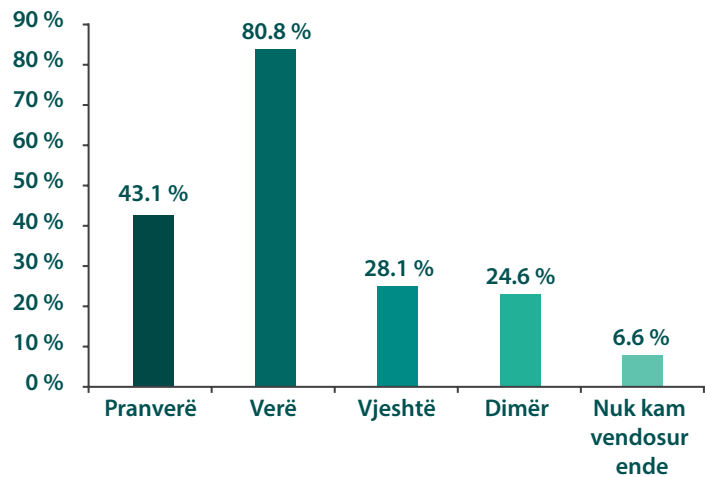
e vitit ka qenë dominante në të gjitha intervalet e moshës, veçanërisht për intervalin e moshës 30-39 godina. Një numër i konsiderueshëm i të intervistuarëve planifikon të vizitoj Kollashinin e Ibrit në pranverë (43,1%). Për këtë periudhë janë vendosur personat më të moshuar se 50 vjet, dhe më së paku të rinjtë e intervalit të moshës 19-29.

Rezultatet e hulumtimit kanë treguar se vjeshta dhe dimri janë stinë më pak të përshtashme në krahasim me pranverën dhe verën. Për këtë periudhë kanë vendosur më së shumti të intervistuar të moshës mbi 40 vjeçare. (**Grafikoni 6.** dhe **Grafikoni 7.**)

**Grafikoni 6.:** A planifikoni të vizitoni Kollashinin e Ibrit këtë vit?



**Grafikoni 7.:** Në cilën stinë të vitit synoni të vizitoni Kollashinin e Ibrit?

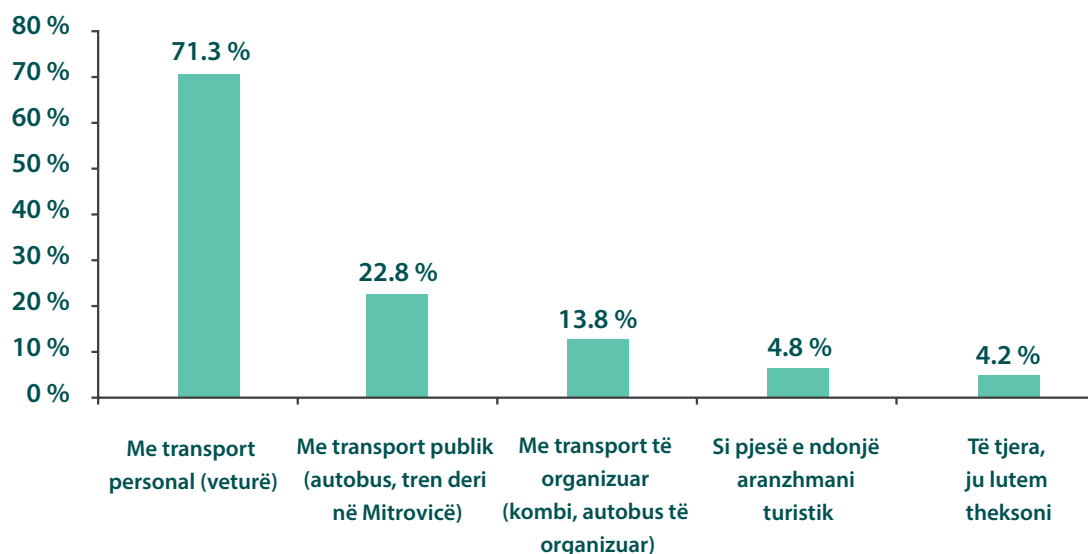


## 4.2. Lloji i transportit

Shumica e të intervistuarëve (71,3%) vizitën në Kollashinin e Ibrit planifikon të realizoj me transportin personal (veturë). Zgjedhja e tipit të tillë të transportit është më i shpeshtë tek të intervistuarit e moshës mbi 30 vjeçare. Për udhëtim me transport publik kanë vendosur 22,8% e të intervistuarëve, ndërsa përgjegja e tillë është më e shpeshtë në mesin e të rinjëve (19-29 vjeçare). Interesimi për lloje të tjera të transportit është dukshëm më i ultë. Numër shumë i vogël i të intervistuarëve është vendosur

për transport në kuadër të ndonjë aranzhmani turistik (4,8%) (**Grafikoni 8**). Për dallim prej të intervistuarëve nga Kosova, që nuk kanë shprehur interesim për përdorim të transportit publik për vizitë në Kollashinin e Ibrit, të intervistuarit nga Serbia në masë më të madhe kanë zgjedhur këtë lloj të transportit (42,6%). Gjithashtu tek ata ekziston edhe një interesim i konsiderueshëm (24,1%) për përdorimin e transportit të organizuar (transporti me kombi, autobus i organizuar).

**Grafikoni 8.: Si synoni të udhëtoni në Kollashinin e Ibrit?**

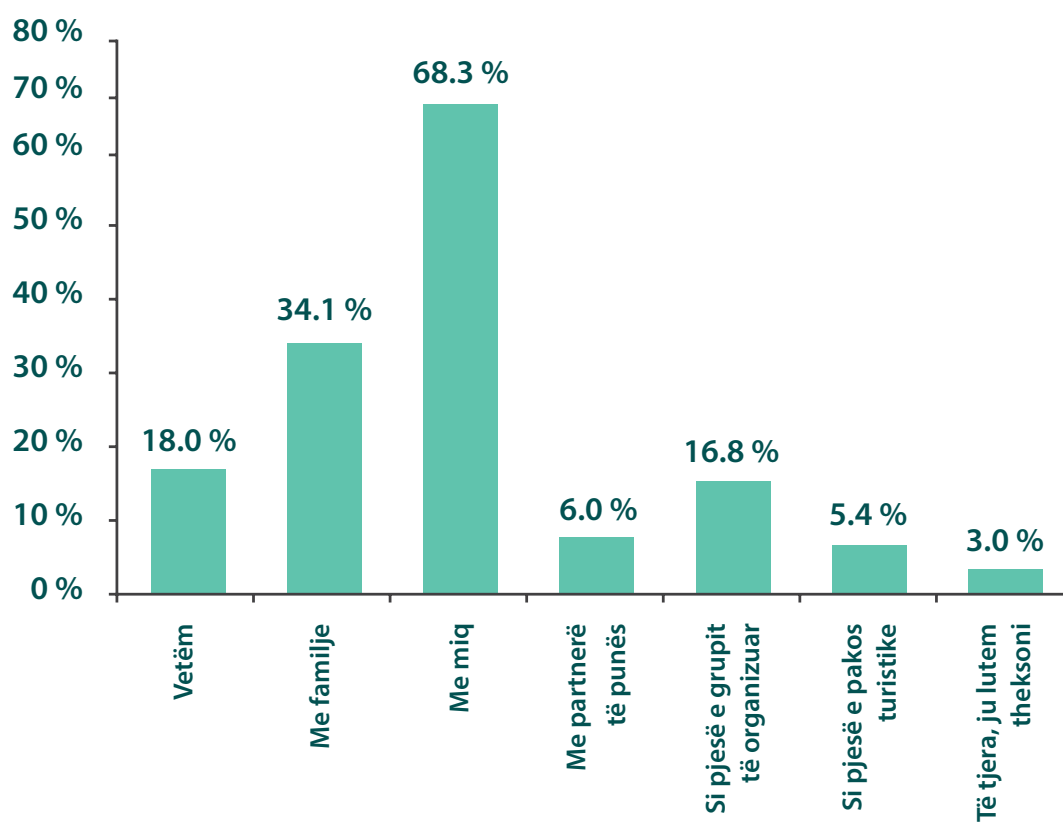


### 4.3. Mënyra e udhëtimit

Në Kolashin të Ibrit udhëtohet me shoqëri, që tregon e dhëna se shumica e të intervistuarëve ka vizituar këtë vend në shoqëri të miqëve (68,3%). Kjo përgjegje mbisundon posaçërisht në intervalin e moshës prej 19-29 vjeqare. Përveç kësaj, shumica e të intervistuarëve (34,1%) ka vendosur për vizitë familjare, veçanërisht ata të intervalit të moshës prej

40-49 vjeqare. Vizita e pavarur është më pak e përfaqësuar ndër të intervistuarit (18,0%) dhe ate kryesisht tek të moshuarit e moshës mbi 50 vjeqare. Gjithsej 6% e të intervistuarëve ka treguar interesim për vizitë me partnerë të punës, ndërsa vëmendje më të vogël ka tërhequr oferta për vizitë në kuadër të pakos turistike (5,4%) (**Grafikoni 9**).

**Grafikoni 9.: Me kë dëshironi ta vizitoni Kolashin e Ibrit?**

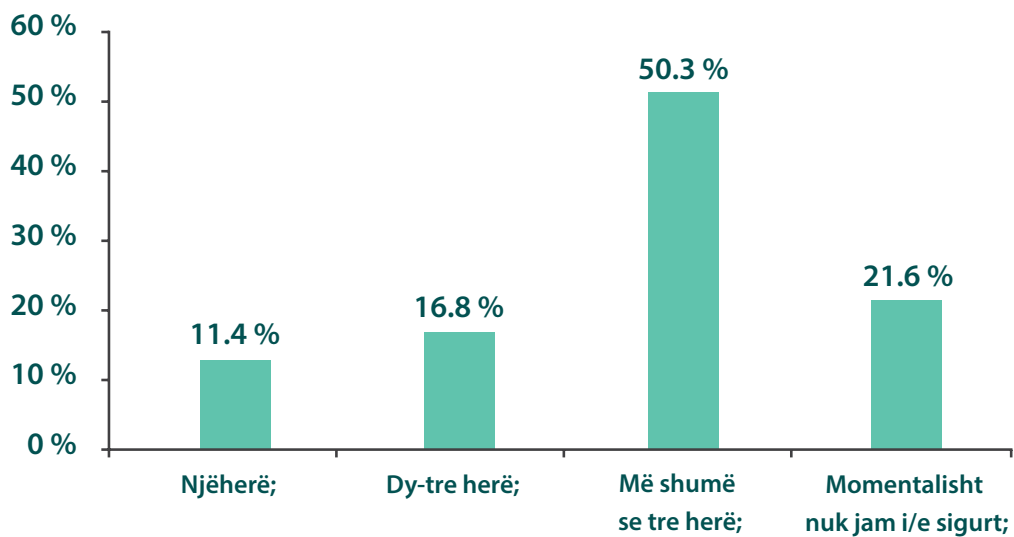


#### 4.4. Numri i vizitave

Duke analizuar numrin e vizitave potenciale të të intervistuarëve, është vertetuar se më shumë se gjysma (61,54%) do të vizitojë Kollashinin e Ibrit më shumë se tri herë, ndër të cilat mbizotërojnë vizitorë nga Kosova (në analizë janë përjashtuar pjesëmarrësit nga Zubin Potoku). Midis tyre dominon intervali i moshës 19-29 dhe 30-39 vjeq, që nënkupton se anëtarët e popullatës më të re janë më të

interesuar për vizita të shpeshta. Një numër i caktuar i të intervistuarëve, kryesisht nga Serbia, u deklaruan se nuk mund të japin një përgjigje të saktë gjatë kohës së intervistimit (21.6%). Një numër i vogël i të intervistuarëve kanë vendosur për ardhje dy deri në tre herë ose një herë në vit (16.8%, 11.4%, respektivisht), ku është vërejtur se shumica e tyre vijnë nga Serbia (**Grafikoni 10.**).

**Grafikoni 10.:** Sa herë do të dëshironit të vinit në Kollashin të Ibrit këtë vit?

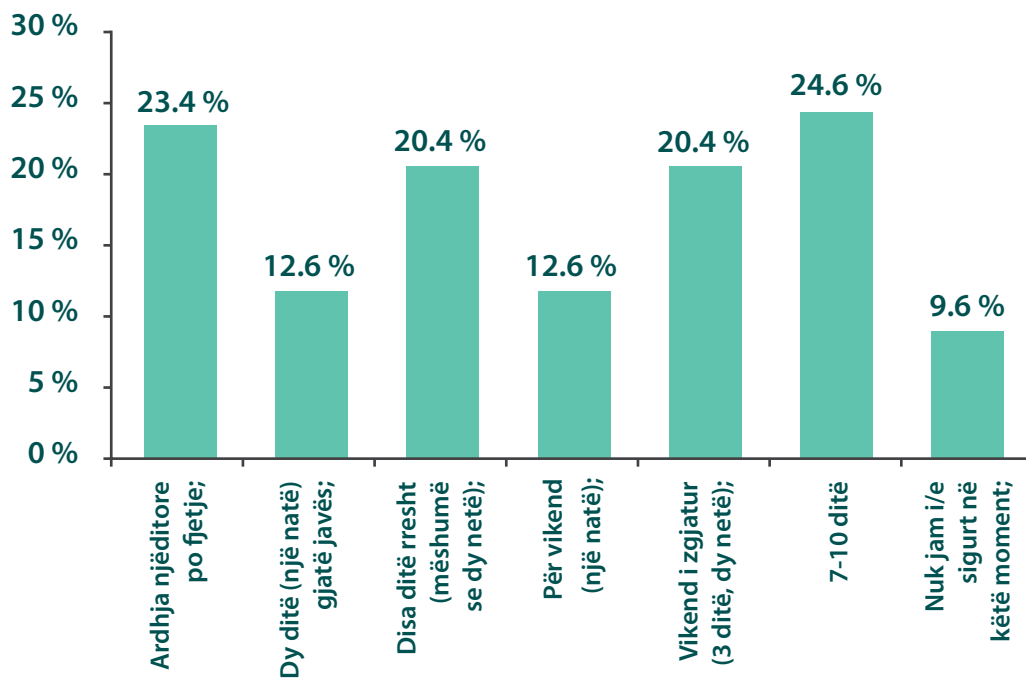


## 4.5. Gjatësia e qëndrimit

Kur është fjala për gjatësinë e qëndrimit në Kollashinin e Ibrit, interesimi i pjesëmarrësve ndryshon nga një ditë deri në dhjetë ditë. Shumica e të intervistuarëve thanë se janë të interesuar për një qëndrim prej 7-10 ditësh, veçanërisht intervali i moshës 19-29 vjeç. Qëndrimi një ditë pa fjetje është përgjigja më

e zakonshme në mesin e intervaleve të tjera të moshës (më të vjetër se 30 vjeç). Të intervistuarit nga komunat e Kosovës kanë zgjedhur kryesisht këtë opcion, ndërsa pjesëmarrës nga Serbia, janë përzgjedhur më së shpeshti për një fundjavë të zgjatur dhe qëndrim disa ditë (më shumë se dy netë) (**Grafikoni 11.**).

**Grafikon 11.: Sa gjatë do të dëshironit të qëndronit në Kollashin të Ibrit?**

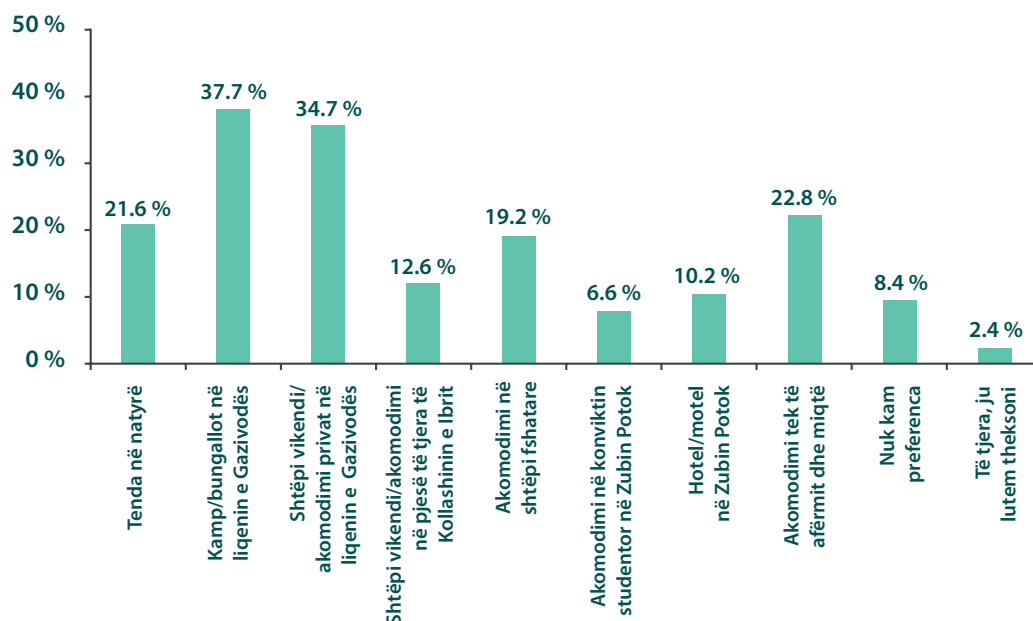


## 4.6. Akomodimi

Duke analizuar përgjigjet e të intervistuarëve në lidhje me akomodimin e dëshiruar gjatë vizitës në Kollashinin e Ibrit është konstatuar se 37.7% e tyre preferojnë kampet/bungallot në liqenin e Gazivodës. Midis tyre shumica janë ata që do të vijnë në shoqërinë e miqve. Një tjetër mundësi për të cilin ata kanë vendosur është akomodimi privat/shtëpi të vikendit gjithashtu në liqenin e Gazivodës (34.7%), pastaj akomodimi tek të afërmit apo miqtë (22.8%). Këto dy lloje të akomodimit janë më të përshtatshme për të intervistuarit që janë duke planifikuar vizitën në Kollashin të Ibrit me familjen. Për tendën në natyrë janë të interesuar 21.6% i të intervistuarëve, dhe kjo është zgjedhja më e shpeshtë e tyre të cilët planifikojnë të vizitojnë Kollashinin e Ibrit në mënyrë të pavarur apo si pjesë e grupeve të organizuara dhe pakove turistike. Numri më i vogël i të intervistuarëve kanë zgjedhur akomodimin në familjet fshatare (19.2%) (**Grafikoni 12.**).

Nëse marrim parasysh analizën me intervale të moshës, të intervistuarit e grupit 19-29 preferojnë kampet/bungallot në liqenin e Gazivodës (47.4%). Përveç këtij lloji të akomodimit, ndër të rinj ekziston interes i madh për shtëpi vikendi/akomodim privat (35.5%), tendë (32,9%) dhe strehim tek të afërmit apo miqtë (30.3%). Shtëpi vikendi/akomodim privat në liqenin e Gazivodës ka qenë përgjegjja më e shpeshtë tek të intervistuarit nga intervali i moshës kumulative<sup>3</sup> 30-49 vjet (35,62%), derisa ndihet rënie e dukshme e interesimit për akomodim në kampe/ bungallot (27.4%) dhe tenda (10, 96%). Sa i përket akomodimit në familjet fshatare, preferencë më të lartë kanë shprehur të intervistuarit më të vjetër se 50 vjeç (46.7%). Krahasuar me intervale të tjera, të intervistuarit e kësaj grupmoshe e favorizojnë më pak shtëpitë e vikendit/akomodimin privat (13.3%).

**Grafikoni 12.: Cilin lloj të akomodimit do të preferonit gjatë vizitës në Kollashinin e Ibrit?**



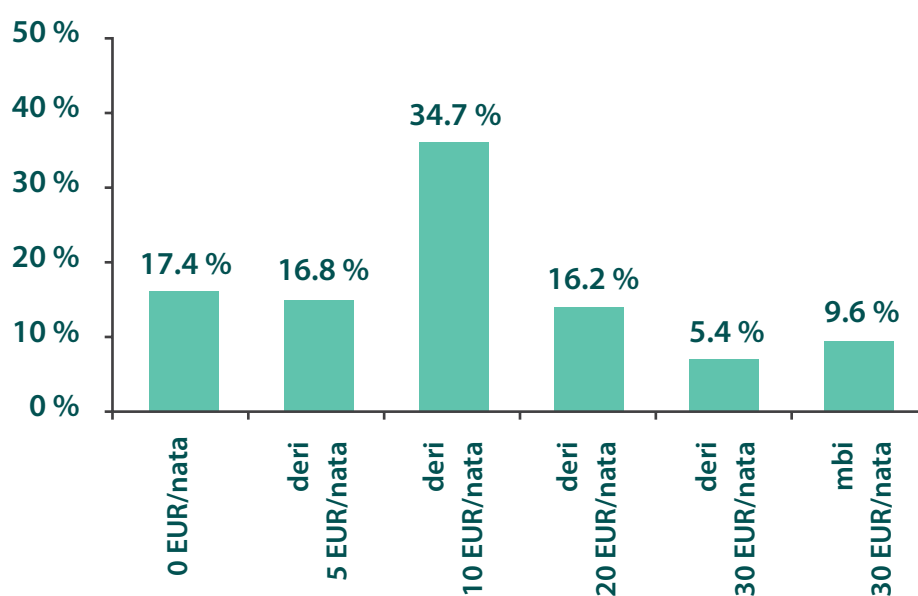
<sup>3</sup> Për të analizuar të dhëna të caktuara, moshë intervale 30-39 dhe 40-49 vjeç janë të kombinuara në një interval të vetëm (30-49 vjet)



Shumica e të intervistuarëve janë të gatshëm të ndajnë për fjetje 10 euro për natë në Kollashinin e Ibrit. (34,7%). Në mesin e tyre dominojnë të rinjtë (nxënësit, studentët dhe të punësuarit) që i takojnë intervalit të moshës prej 19-29 vjeç. Një numër i caktuar i të intervistuarëve (17,4%) nuk është i gatshëm të ndaj mjete financiare për akomodim në këtë zonë ose mund të ndajnë deri në 5 euro për natë (16,8%), në mesin e tyre shumica janë studentë dhe nxënës. Për

akomodim me çmim deri 20 euro për natë do të përcaktoheshin 16,2% e të intervistuarëve, ndër të cilat dominojnë të punësuarit që i takojnë intervalit të moshës kumulative prej 30-49 vjeçare. Deri në 30 euro/nata dhe mbi 30 euro/nata do të ndanin më pak të intervistuar (5,4%, 9,6%, respektivisht), ndër ta dominojnë të punësuarit më të moshuar se 50 vjet (**Grafikoni 13.**).

**Grafikon 13.: Sa është buxheti i juaj për akomodim?**



## 4.7. Aktivitetet dhe atrakcionet turistike

Kur bëhet fjalë për aktivitetet ujore, nga 167 të intervistuar që janë shprehur se do të vizitonin Kollashinin e Ibrit këtë vit, 64,1% i tyre më së shumti do të kënaqej me not dhe rekreacionet në liqen. Udhëtimi panoramik me anije tërheq vëmendje të konsiderueshme të turistëve, për të cilin do të vendosnin 44,3% e të intervistuarëve. Vozitja me kajak në liqen dhe raftingu në Ibër gjithashtu kanë tërhequr një numër të konsiderueshëm të intervistuarëve (30,5%, 29,3%, respektivisht), derisa interesimi për aktivitete të tjera është nën 20% (**Grafikoni 14.**).

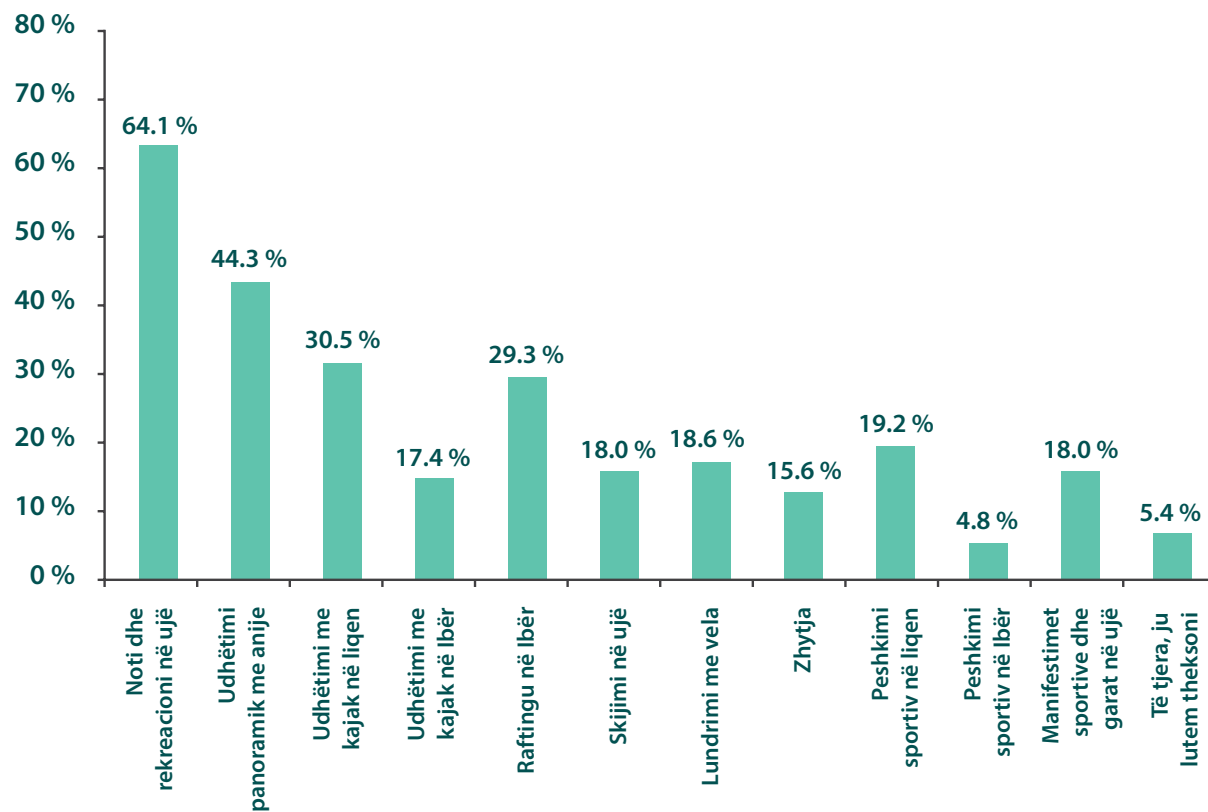
Gjatë analizës së përgjegjeve sipas grupmoshës, në mesin e të rinjve (19-29 vjeç) dominon interesi në not dhe rekreacioni në ujë (67.1%), si dhe për udhëtim panoramik me anije (46.1%). Interesimi është i madh edhe për udhëtim me kajak në liqen (40.8%) dhe raftingu në Ibër (35.5%), sidomos në mesin e popullatës mashkullore. Burrat nga ky interval treguan më pak interes në udhëtim panoramik me anije, në krahasim me të gjitha intervalet e moshave të tjera. Gratë që i përkasin këtij intervali marrin në konsideratë, krahas aktiviteteve të tjera dominante, edhe skijimin në ujë (29.7%) dhe garën e lundrimit me vela (27.0%) si produkte

interesante të turizmit. Karakteristike për këtë interval moshe është interesimi në për udhëtimin me kajak në lumin Ibër (27.6%) dhe manifestimet sportive (26.3%), të cilat në përgjithësi nuk i përkasin aktiviteteve atraktive.

Duke shikuar intervalin e moshës kumulative (30-49 godina), vihet re se, ashtu edhe sikur të të tjerët, një interesim i madh për not dhe rekreacion në ujë (61,6%) dhe udhëtim panoramik me anije (47,9%), veçanërisht në popullatën femrore. Femrat e këtij intervali janë gjithashtu të interesuara për udhëtimin me kajak në liqen (34,6%), skijimin në ujë (30,8%) dhe raftingun (26,9%). Karakteristike për pjesën mashkullore të popullatës nga ky interval është rritja e rëndësishme e interesimit për peshkimin sportiv në liqen (36,2%). Aktivitetet e tjera janë më pak atraktive për këtë interval të moshës (nën 20%).

Noti dhe rekreacioni në ujë është aktivitet dominant për të intervistuarit e moshës më të shtyrë prej 50 vjeç (66,7%). Ekziston interesim edhe për udhëtim panoramik me anije (20%) dhe raftingu në Ibër (26,7%), e cila deri në një masë është me e shprehur tek femrat nga ky interval i moshës.



**Grafikoni 14.: Për arsye të cilave aktiviteteve do të vizitonit Kollashinin e Ibrit? (aktivitetet në ujë)**

Kur është fjala për hulumtimin mbi interesimin për atraksionet turistike në tokë, të intervistuarit kanë treguar interes më të madh për aktivitetin e bjeshkatarisë (50.3%). Bjeshkataria është atraktive për të gjitha grupmoshat, veçanërisht për ata më të vjetër se 50 vjeç. Sipas nivelit të atraktivitetit, menjëherë pas bjeshkatarisë vinë vizita në manastire, kisha dhe monumente kulturore-historike (40.7%), e ndjekur nga kalërimi (39.5%), kampingu (32.9%), ngjitja e lirë (34.1%) si dhe produkt i ri turistik *Via Ferrata* në Berima (31.7%) (**Grafikoni 15.**)

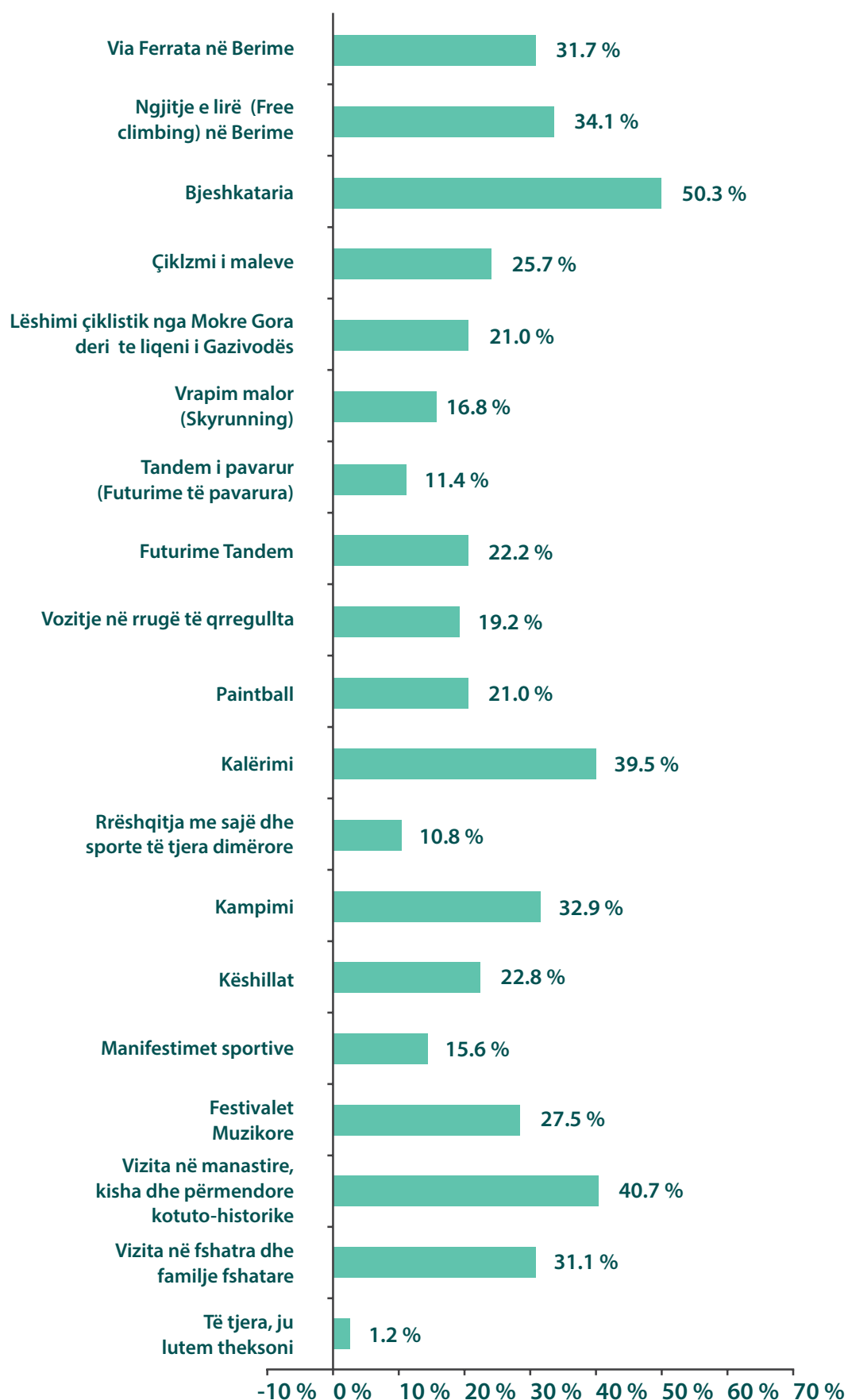
Vëmendjen më të madhe në mesin e popullsisë femërore në intervalin e moshës 19-29 vjeçare ka tërhequr kalërimi (67.6%). Edhe pse çiklizmi malor në renditjen e përgjithshme nuk i takon 5 aktiviteteve më tërheqëse, meshkujt e intervalit të moshës 19-29 vjeç janë shumë të interesuar në këtë aktivitet (51.3%). Për ata vëmendje të veçantë kanë tërhequr në mënyrë të barabartë edhe bjeshkataria dhe *Via Ferrata* në Berime.

Prodhimi turistike *Via Ferrata* është shumë interesante për një numër të madh të femrave (50,0%) të intervalit të moshës 30-39 vjeçare. Përveç kësaj, 62,5% e popullatës femërore nga ky interval i moshës (30-39 vjeçare), ka treguar interesim për fluturime tandem me paragllajding. Gjithashtu, ky grup i të intervistuarëve (30-39 godina) është specifik edhe sipas interesimit më të madh për vizitë në festivale muzikore. (43,8%).

Nëse e shikojmë në intervalin e moshës 40-49 vjeçare, ka pasur një rritje e konsiderueshme në interesimin e vizitave në këshille, sidomos në mesin e femrave (50.0%). Në mesin e popullsisë femërore të këtij intervali mund të shihet interes i konsiderueshëm (60.0%) për vizitë të manastireve dhe monumenteve kulturore-historike, si dhe vizita në familje fshatare (e njëjta përqindje). Në anën tjetër, në pjesën e intervistës për meshkuj të kësaj grupmoshe paraqitet interesimi në çiklizmin malor (35.3%). Një fakt interesant është se kësaj grupmoshe nuk i intereson aspak *paintballi*, edhe pse kategoria më e re e të intervistuarëve (19-29 vjeç), është e interesuar për këtë aktivitet, sidomos pjesa mashkullore e popullsisë (35.9%).

Të intervistuarit e grupmoshës mbi 50 vjeçare kanë treguar interes në produktet e turizmit që kanë më pak ngarkesë fizike. Siç u tha më parë, bjeshkataria është një aktivitet dominues turistik për këtë grupmoshë (60.0%). Përveç kësaj, interesi i rëndësishëm në këtë grup moshe kanë tërhequr aktivitetet që lidhen me vizitën e manastireve dhe monumenteve kulturore - historike, si dhe vizita në fshatra dhe familje fshatare në territorin e Kollashinit të Ibrit (57.1% e femrave është e interesuar për këtë lloj aktiviteti).



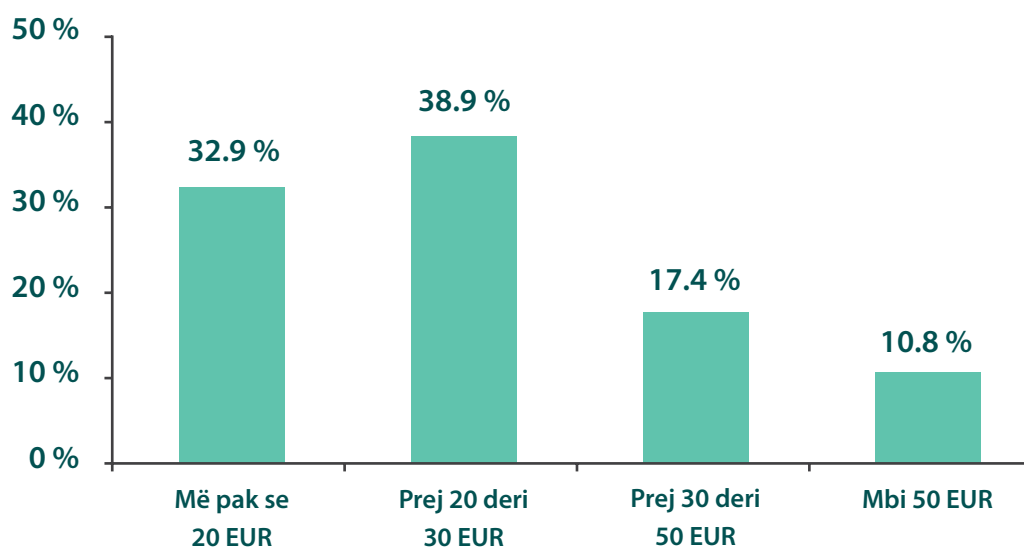
**Grafikoni 15.: Për arsye të cilave aktiviteteve do të vizitonit Kollashinin e Ibrit? (aktivitetet në ujë)**

## 4.8. Çmimi i prodhimeve turistike

Çmimi më i pranueshëm për prodhimet individuale të turizmit në Kollashinin e Ibrit është ndërmjet 20 dhe 30 euro, e cila është përgjegje e 38.9% e të intervistuarëve (nga gjithsej 167 të cilët janë deklaruar se do të vizitojnë Kollashinin e Ibrit këtë vit). Më pak se 20 euro për prodhim turistik do të ndaheshin prej 32.9% e të intervistuarëve, ndërsa 17.4% e të intervistuarëve do të ndanin më shumë se 30 euro për një prodhim të vetëm turistik. Është e rëndësishme të theksohet se për 10.8% e të intervistuarëve nuk është problem të ndajnë më shumë se 50 euro për një prodhim të dëshiruar turistik në Kollashinin e Ibrit (**Grafikon 16.**).

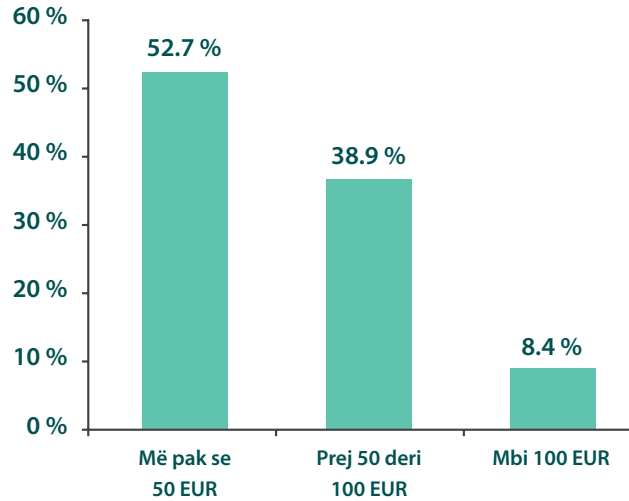
Kur shqyrtohet moshja e të intervistuarëve, intervali i moshës kumulative prej 30-49 vjeç, ka treguar interesin më të vogël për të ndarë mjete të konsiderueshme për prodhimet e turizmit në Kollashinin e Ibrit. Në fakt, 35.6% e tyre nuk do të ndanin më shumë se 20 euro për një prodhim turistik, ndërsa 26% do të ndanin nga 30 deri në 50 euro. Intervali i moshës së të rinjve (19-29 vjeç) ka treguar më së shumti interes për kategorinë e çmimeve të prodhimeve të turizmit në mes 20 dhe 30 euro (47.4% e të intervistuarëve), ndërsa prodhimet mbi 50 euro janë më së shumti interesante për grupmoshën mbi 50 vjeçare.

**Grafikoni 16.:** Sa mjete financiare do të ndanit për ndonjë atraksion turistik në Kollashinin e Ibrit (për një prodhim turistik)?



Tek shumica e të intervistuarëve mbisundon mendimi se oferta më e pranueshme për një pako me disa prodhime turistike nuk duhet të tejkalojë 50 euro (52.7%). Megjithatë, një numër i konsiderueshëm i të intervistuarëve (38.9%) është i gatshëm të ndajë në mes të

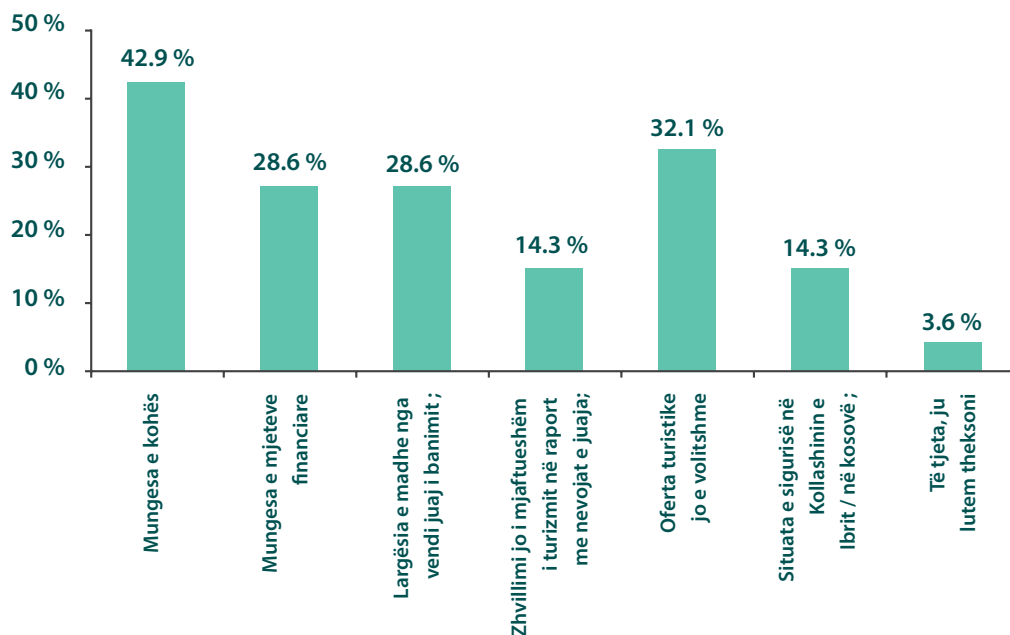
50 dhe 100 euro për një pako të kombinuar të prodhimeve turistike. Paketot turistike më shumë se 100 euro janë interesante për 8.4% e të intervistuarëve, kryesisht nga intervali i moshës kumulative 30-49 vjeçare (**Grafikoni 17.**).

**Grafikoni 17.: Sa mjete financiare do të ndanit për një pako prej disa prodhimeve turistike në Kollashinin e Ibrit (për kombinimin e disa prodhimeve turistike)?**

#### 4.9. Vizita në Kollashinin e Ibrit

Siç u theksua më parë, nga numri i përgjithshëm i të intervistuarëve (193), 26 u përgjegjën se nuk do të vizitojnë Kollashinin e Ibrit këtë vit. Në mesin e përgjegjeve, mungesa e kohës është arsyeja kryesore për mosardhjen në Kollashinin e Ibrit (42.9%), edhe pse një numër i konsiderueshëm i të intervistuarëve nuk do të vinë për shkak të zhvillimit të jomjaftueshëm të ofertës turistike (32.1%). Mungesa e mjeteve financiare dhe largësia nga vendi i banimit janë

gjithashtu ndër arsyet e rëndësishme që të mos vijnë në Kollashinin e Ibrit (me 28.6%). Të intervistuarit të cilët nuk planifikojnë të vinë për të vizituar kanë përmendur, gjithashtu, zhvillimin e pamjaftueshëm të turizmit në raport me nevojat e tyre (14.3%), dhe situatën e sigurisë (14.3%). Situata e sigurisë është vënë në dukje si një arsye në mesin e të intervistuarëve të cilët nuk ishin nga Kosova (**Grafikoni 18.**).

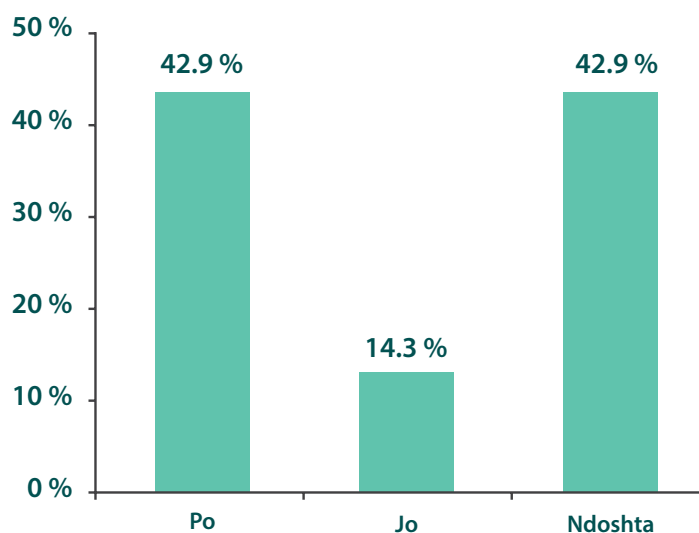
**Grafikon 18.: Për çfarë arsye nuk dëshironi të vizitoni Kollashinin e Ibrit?**



Ky grup i të intervistuarëve është pyetur edhe për ate nëse dëshiron të vizitoj Kollashinin e Ibrit në ndonjë periudhë të rradhës. Nga numri i përgjithshëm i përgjegjeve, 42,9% i të intervistuarëve është përgjegjur se ka

pretendime të vizitohet këtë zonë në vitet e ardhshme ose të mendojnë për të, derisa 14,3% ka theksuar se planifikon të vijë së shpejti në Kollashinin e Ibrit (**Grafikoni 19**).

**Grafikoni 19.:** A pretendoni të vizitoni Kollashinin e Ibrit, të themi viteve në vijim?





## 5. PËRFUNDIMI

Ky hulumtim i ndërmarrë ka treguar se potencialet turistike të Kollashinit të Ibrit tërheqin vëmendje të konsiderueshme të turistëve potencialë të të gjitha moshave nga i gjithë regjioni të cilët dëshirojnë të zbulojnë një destinacion të ri me një ofertë atraktive në fushën e turizmit aktiv dhe kushte të mira për sporte outdoor. Shumica dërrmuese e të intervistuarëve e shprehën qartë dëshirën për të vizituar Kollashinin e Ibrit këtë vit, sidomos në verë, dhe të shijojnë bukurinë natyrore, prodhimet dhe manifestimet turistike.

Me hulumtim, para se gjithash, janë identifikuar prodhimet turistike që tërheqin vëmendjen e turistëve që vizitojnë Kollashinin e Ibrit, e cila është informatë e rëndësishme se në cilin drejtim duhet zhvilluar turizmi në të ardhmen, sidomos duke pasur parasysh nevojat e grupmoshave të ndryshme të synuara. Për shembull, hulumtimi ka treguar qartë se noti dhe rekreacioni në liqen, bjeshkataria dhe udhëtimi panoramik me anije janë prodhime turistike të cilat janë shumë interesante për të gjithë turistët potencial. Megjithatë, kur analizohen specifikat e grupeve të synuara arrihet deri tek rezultati se meshkujt, veçanërisht ata të grupmoshëa 19 deri në 29 vjeç, duan prodhimet e turizmit të bazuara në sportet e adrenalinit (Via Ferrata, ngjitja e lirë, çiklizmi i maleve, etj), femrat e të gjitha grupmoshave më së shumti do të dëshironin kalërimin, njerëzit e familjes preferojnë udhëtimet panoramike në liqenin e Gazivodës, ndërsa të moshuarit duan

ecje në male, vizitat në manastire dhe familje fshatare.

Hulumtimi gjithashtu jep rezultate të rëndësishme se në çfarë mënyrë duhet zhvilluar kapacitetet e akomodimit. Të intervistuarit do të preferonin akomodimin afër liqenit, në bungallo, kampe, shtëpi vikendi, etj., ndërsa një numër i konsiderueshëm i tyre shprehën dëshirën për akomodim në familjet fshatare. Rezultatet e hulumtimit tregojnë se të intervistuarit janë më së shumti të interesuar për një qëndrim prej 7-10 ditësh në kampe, shtëpi vikendi dhe bungallo, tek të cilët çmimi i akomodimit do të ishte deri në 10 euro për një natë, por ka interes edhe për pako njëditore dhe fundjavore që përfshijnë pako të ndryshme të prodhimeve turistike.

Vitet e fundit është bërë shumë për brendimin e Kollashinit të Ibrit si një destinacion atraktiv për turizëm aktiv, e cila është rezultat i një numri të madh të aktiviteteve të organizuara në kuadër të nismave regjionale për zhvillimin e turizmit – Outdoor In. Është e nevojshme që të vazhdohet me punën e marketingut dhe atë në dy drejtime, përmes promovimit të Kollashinit të Ibrit si një destinacion turistik dhe nëpërmjet promovimit të prodhimeve turistike. Ky hulumtim paraqet një burim të rëndësishëm, si për promovimin e zonës ashtu edhe për promovimin e drejtpërdrejtë të prodhimeve të turizmit në përputhje me nevojat e grupeve të ndryshme të synuara.



## Rekomandimet

Në përputhje me rezultatet e hulumtimit, është e nevojshme të punohet në rekomandimet vijuese:

- Brendimi i Kollashinit të Ibrit si destinacion atraktiv për turizëm aktiv;
- Përpunimi i planit të marketingut dhe i strategjisë së komunikimit e cila në mënyra të ndryshme trajton grupet e synuara në bazë të gjinisë, moshës dhe karakteristika të tjera të rëndësishme;
- Qasja në përpunimin e prodhimeve të reja turistike dhe pakove turistike në bazë të rezultateve të hulumtimit;
- Stimulimi i sektorit privat që të investoj në zhvillimin e turizmit, para se gjithash në ndërtimin e objekteve të akomodimit pranë liqenit të Gazivodës;
- Aftësimi i familjeve fshatare për punën në turizëm;
- Zhvillimi i infrastrukturës themelore, lidhjen e komunikacionit dhe transporti publik;
- Puna në forcimin e ndjenjës së sigurisë të vizitorëve dhe turistëve.

**ANEKSI: Struktura e pyetësorëve të mbushura sipas vendbanimit dhe gjinisë**

Vendbanimi	Numri i përgjithshëm	Gjinia	
		Mashkullore	Femrore
Mitrovica Veriore	40	21 (52%)	19 (48%)
Beograd	37	17(46%)	20 (54%)
Zubin Potok	27	15 (56%)	12 (44%)
Leposaviq	15	10 (67%)	5 (33%)
Zveçan	15	8 (53%)	7 (47%)
Graçanicë	10	6 (60%)	4 (40%)
Kragujevc	7	4 (57%)	3 (43%)
Novi Sad	6	2 (33%)	4 (67%)
Kraljevë	5	3 (60%)	2 (40%)
Smederevë	5	3 (60%)	2 (40%)
Prishtinë	3	1 (33%)	2 (67%)
Rashkë	2	2 (100%)	0 (0%)
Tuzlla	2	2 (100%)	0 (0%)
Inxhija	1	1 (100%)	0 (0%)
Pançevë	1	0 (0%)	1 (100%)
Kikindë	1	1 (100%)	0 (0%)
Mladenovc	1	1 (100%)	0 (0%)
Nish	1	0 (0%)	1 (100%)
Zrenjanin	1	0 (0%)	1 (100%)
Knjazhevcë	1	0 (0%)	1 (100%)
Shabac	1	0 (0%)	1 (100%)
Vranje	1	0 (0%)	1 (100%)
Krushevc	1	1 (100%)	0 (0%)
Rumë	1	1 (100%)	0 (0%)
Bor	1	1 (100%)	0 (0%)
Pejë	1	0 (0%)	1 (100%)
Bar	1	1 (100%)	0 (0%)
Banja Llukë	1	1 (100%)	0 (0%)
Podgoricë	1	0 (0%)	1 (100%)
Cyrih	1	0 (0%)	1 (100%)
Paris	1	1 (100%)	0 (0%)
Londër	1	0 (0%)	1 (100%)
<b>Gjithsej:</b>	<b>193</b>	<b>103 (53,4%)</b>	<b>90 (46,6%)</b>







**The printing of this document has been made possible by PPSE.**

PPSE is implemented by Swisscontact, in a consortium with Riinvest Institute and PEM Consult. PPSE is financed by the Swiss Agency for Development and Cooperation Office in Kosovo.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Swiss Cooperation Office Kosovo

