

UNIVERSITETI I PRISHTINËS “HASAN PRISHTINA”

Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë

Departamenti: AGROEKONOMI

Programi: Ekonomia e Bujqësisë dhe Ushqimit



PUNIMI I DIPLOMËS MASTER

Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit

Mentori:

Prof.Asoc.Dr Arben Musliu

Kandidati/ja:

Bsc.Rita Blaka

Nëntor, 2021

*R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit.
Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.*

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

UNIVERSITETI I PRISHTINËS “HASAN PRISHTINA”

Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë

Departamenti: AGROEKONOMI

Programi: Ekonomia e Bujqësisë dhe Ushqimit



PUNIMI I DIPLOMËS MASTER

Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit

Mentori:

Prof.Asoc.Dr Arben Musliu

Kandidati/ja:

Bsc.Rita Blaka

Nëntor, 2021

*R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit.
Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.*

Deklaratë për punimin

Unë Rita Blaka, i/e lindur më datë 08.12.1998 në Pejë si studente e masterit në Departamentin e “AGROEKONOMISË”, para mbrojtjes së punimit të masterit, nën përgjegjësinë time të plotë deklaroj se ky punim i masterit me titull: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit është rezultat i punës origjinale dhe e bërë personalisht nga vet unë. Asnjë pjesë e këtij punimi nuk është marr nga dikush tjetër pa qenë e cituar sipas standardeve të citimit. Një hulumtim i tillë nuk është prezantuar apo botuar para një institucioni më parë. Ky hulumtim është dizajnuar duke u bazuar në literaturën dhe burimet e cituara në punim. Andaj vetëm unë mbajë përgjegjësi personale deri në anulim të titullit të fituar në bazë të mbrojtjes së këtij punimi. Përgjegjësi për plagjiaturë në asnjë formë nuk mbajnë institucioni dhe anëtarët e komisionit.

Deklaratën e nënshkruaj në prezencë të personit zyrtar.

Prishtinë,

Data _____

Nënshkrimi i kandidatit/ës _____

PËRMBAJTJA

Deklaratë për punimin	- 5 -
FALENDERIME	- 8 -
ABSTRAKTI	- 9 -
ABSTRACT	- 10 -
Lista e figurave	- 11 -
Lista e tabelave	- 12 -
Kapitulli 1: Hyrja	- 13 -
1.1. Sfondi i studimit dhe problemit.....	- 14 -
Kapitulli 2: Rishikimi i literaturës	- 16 -
2.1. Teoria e sjelljes së konsumatorëve.....	- 16 -
2.2. Prodhimi i qumështit në botë	- 17 -
2.3. Koncepti i “Qumështit UHT”	- 19 -
2.3.1. Faktorët që ndikojnë në jetëgjatësinë e qumështit UHT	- 21 -
2.4. Sektori i qumështit në Kosovë	- 23 -
2.5. Eksporti dhe Importi i qumështit në Kosovë	- 27 -
2.5.1. Eksporti i qumështit	- 28 -
2.5.2. Import i qumështit.....	- 29 -
Kapitulli 3: Metodologjia e studimit	- 30 -
3.1.Faza e parë e studimit.....	- 30 -
3.2.Faza e dytë e studimit.....	- 30 -
3.3.Faza e tretë e studimit	- 31 -
Kapitulli 4. Rezultatet e pritshme, pyetjet hulumtuese dhe objektivat e studimit	- 32 -
4.1. Rezultatet e pritshme.....	- 32 -

4.1.1. Hipotezat e studimit	- 32 -
4.2. Pyetjet hulumtuese të studimit	- 33 -
4.3. Objektivat e studimit.....	- 34 -
Kapitulli 5: Rezultatet e studimit	- 35 -
5.1.Analiza e rezultateve.....	- 35 -
5.1.1. Analiza deskriptive me Crosstab, Chi-square dhe interpretimi i rezultateve.....	- 36 -
5.2.Testimi i hipotezave	- 50 -
5.2.1.Testimi i hipotezes 1	- 50 -
Kapitulli 6: Përfundimet dhe rekomandimet	- 53 -
6.1.Rekomandimet	- 54 -
Literatura.....	- 56 -
Aneks	- 61 -

FALENDERIME

Në këtë rrugëtim plot vlerë për mua fillimisht do të doja ta falënderoja mentorin tim Prof.Asoc.Dr Arben Musliu, profesionalizmi i të cilit ishte i paçmueshëm dhe një shtysë shumë e madhe për mua që ta realizoj këtë studim që nga fillimi dhe deri në fund.

Sigurisht falënderoj koleget dhe miqtë e mijë me të cilët kaluam çdo sfidë të këtij rrugëtimi së bashku. I falënderoj për bashkëpunimin e tyre të mrekullueshëm.

Gjithashtu falënderimi shkon për anëtarët e komisionit dhe profesorët e nderuar për udhëzimet e tyre të vlefshme gjatë studimeve të mia.

Në fund dua ta falënderoj pafundësisht familjen time për mbështetjen e pa kursyer në çdo hap timin, ju keni qenë gjithmonë aty për mua.

JU FALEMINDERIT!

ABSTRAKTI

Qëllimi i këtij studimi është analizimi i sjelljes së konsumatorëve të rajonit të Dukagjinit rreth konsumit të qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Një nga arsyet që studimi është realizuar në këtë rajon është ekzistimi i njëjës nga qumështoreve më të mëdha në Kosovë e cila gjendet në këtë rajon dhe poashtu niveli i lart i konsumit të produkteve të importit në vendin tonë duke rezultuar me një bilanc tregtar negativ.

Studimi është realizuar me anë të informacioneve primare (në teren) dhe atyre sekondareve .

Koncepti i cili është studiuar ka të bëjë me njohjen e faktit nëse konsumatorët e këtij rajoni preferojnë të konsumojnë qumësht UHT vendor apo të importit. Si dhe njohja e arsyeve që i shtyjnë konsumatorët të marrin vendimin për ta konsumuar njërin nga këto produkte. Studimi është realizuar nga 4 komunat e këtij rajoni: Pejë, Gjakovë, Klinë, Deçan. Gjithsej janë realizuar 300 pyetësor.

Fjalët kyçe: qumësht, UHT, vendor, importi, sjellja, konsumator.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the behavior of consumers in the Dukagjini region about the consumption of local UHT milk versus to import. One of the reasons that the study was conducted in this region is the existence of one of the largest dairy factory in Kosovo which is located in this region and also the high level of consumption of imported products in our country resulting in a negative trade balance.

The study was conducted using primary (field) and secondary information.

The concept that has been studied is about knowing of fact if consumers in this region prefer to consume local or imported UHT milk. As well as knowing the reasons that push consumers to make the decision to consume one of these products. The study was conducted at 4 municipalities of this region: Peja, Gjakova, Klina, Deçan. A total of 300 questionnaires were completed.

Key words: milk, UHT, local, behavior, consumers.

Lista e figurave

Figura 1. Prodhimi i qumështit në botë (%).....	- 18 -
Figura 2. Niveli i konsumit të qumështit UHT në disa vende të Europës (%).....	- 20 -
Figura 3. Vlera e qumështit në mil. €, 2015-2019	- 24 -
Figura 4. Të ardhurat*Konsumi i qumështit në muaj	- 41 -
Figura 5. Vendbanimi*Brendi i qumështit.....	- 43 -
Figura 6. Moshë*Faktorët përcaktues në konsumin e qumështit.....	- 46 -
Figura 7. Faktorët përcaktues në konsumin e qumështit* Brendi i qumështit.....	- 49 -

Lista e tabelave

Tabela 1. Pagesat direkte sipas sektorëve, 2010-2014.....	- 25 -
Tabela 2. Çmimet mesatare vjetore të qumështit 2016-19, €.....	- 27 -
Tabela 3. Eksporti i qumështit në t(p.e.), 2015-2019.....	- 28 -
Tabela 4. Importi i qumështit në t(p.e.), 2015-2019.....	- 29 -
Tabela 5. Crosstab - Venbanimi*Origjina e Qumështit.....	- 37 -
Tabela 6. CHi Square tests - Vendbanimi*Origjina e qumështit.....	- 38 -
Tabela 7. Crosstab-Të ardhurat*Konsumi i qumështit në muaj.....	- 39 -
Tabela 8. CHi Square tests-Të ardhurat*Konsumi i qumështit në muaj.....	- 40 -
Tabela 9. Crosstab-Venbanimi*Brendi i qumështit.....	- 42 -
Tabela 10. CHi Square tests- Venbanimi*Brendi i qumështit.....	- 42 -
Tabela 11. Crosstab-Mosha*Faktoret percaktues në konsumin e qumështit.....	- 44 -
Tabela 12. CHi Square tests-Mosha*Faktoret percaktues në konsumin e qumështit.....	- 45 -
Tabela 13. Crosstab- Faktorët percaktues në konsumin e qumështit*Brendi i qumështit.....	- 47 -
Tabela 14. CHi Square tests-Faktoret percaktues në konsumin e qumështit*Brendi i qumështit.....	- 48 -
Tabela 15. One-Sample T-test.....	- 51 -
Tabela 16. One-Sample T-test 2.....	- 52 -

Kapitulli 1: Hyrja

Sipërfaqja e përgjithshme e Kosovës është 1.1 milion hektarë, dhe 53% përfshin tokë bujqësore, ndërsa 41% është pyje. Kosova ka një popullsi të përafërt prej 1.8 milion (State of Environment in Kosovo 2015, 2015).

Më shumë se 62% e popullsisë së Kosovës jeton në zonat rurale. Bujqësia ishte aktiviteti kryesor ekonomik në vend për një periudhë të gjatë, me një strukturë të papërshtatshme të të lashtave, pajisje primitive dhe performancë të mangët. Kishte kryesisht drithëra të kultivuara, të dedikuara për ushqim për popullatën dhe blegtorinë. Blegtoria ishte jashtëzakonisht e vogël dhe mbizotëronte një garë me cilësi të dobët (Reçica, 2009).

Në ditët e sotme sektori bujqësor luan një funksion thelbësor në ofrimin e mundësive për punësim dhe krijimin e të ardhurave për njerëzit që jetojnë në zonat rurale. Ky sektor kontribuon me 12% në PBB -në e Kosovës dhe përbën mbi 25% të punësimit të përgjithshëm (Gjokaj, Halimi, Gjonbalaj, & Leeds, 2017).

Toka e përgjithshme bujqësore në vend përdoret nga 185,765 ferma, nga të cilat 185,424 (99%) janë ferma të vogla. Pavarësisht potencialit të krijimit të punësimit dhe rëndësisë së sektorit, Kosova po përballet me një bilanc negativ tregtar, që vuan nga vëllimi i tepërt i mallrave të importuara dhe një vëllim relativisht i ulët i eksporteve (Jusufi, Mahmutaj, Jusufi, & Jusufi, 2015).

Produktet bujqësore të importuara nga vendet e tjera po konkurrojnë me produktet bujqësore vendase duke e përkeqësuar situatën (Sallahu & Gjokaj, 2016).

1.1. Sfondi i studimit dhe problemit

Ky studim për shumë shkaqe është mjaft aktual në shoqërinë tonë dhe fenomeni që do të studiohet tash e një kohë është i pranishëm në diskutimet politike, sociale dhe ekonomike të vendit.

Duke pasur parasysh që sektori i qumështit prinë në zhvillimin ekonomik si në punësim, prodhim dhe mirëqenie familjare propozojmë që të bëjmë një hulumtim në teren për të parë saktësisht se cilët janë faktorët përcaktues të sjelljes së konsumatorëve ndaj blerjes së qumështit UHT vendor apo atij të importit. Pra studimi do të përqendrohet në disa pika kryesore duke hulumtuar se për cilat arsyeje konsumatorët konsumojnë këto dy lloje të qumështit UHT a ndikon çmimi, shija, vlerat ushqyese etj.

Tregu i qumështit është një nga sektorët agro-ushqimor me rritje më të shpejtë në Kosovë, megjithatë struktura e fermës është e fragmentuar. Niveli i produktivitetit është më i ulët krahasuar me nivelet e Bashkimit Evropian dhe tregon potencial për përmirësime. Konsumi i produkteve të qumështit pritet të rritet për shkak të rritjes së të ardhurave dhe segmentimit të konsumatorëve që do të reflektonin preferenca të ndryshme për produktet me pak yndyrë ose me yndyrë zero, produktet me aditivë natyralë, etj (Canavari, Imami, Gjonbalaj, Gjokaj, & Zvyagintsev, 2016).

Sektori i qumështit është sektori më i favorshëm në Kosovë duke kontribuar rreth 10 % ndaj GDP-së totale, duke siguruar drejtpërdrejt punësimin dhe përmirësimin e zonave rurale të ardhurat e familjes. Ka shumë organizata kombëtare dhe ndërkombëtare të cilat e kanë mbështetur këtë sektor në Kosovë si Qeveria Zvicerane, Kosova Ndihma për Biznesin e Kllasterëve (KCBS-USAID), Shoqata e prodhuesve të qumështit në Kosovë (KAMP), Agjencia Evropiane për Rindërtim etj. Qëllimi ishte zhvillimi i sektorit të qumështit dhe përdorimi i tij, qumësht i freskët si promovues që u mundëson fermerëve të Kosovës të shesin produktet e tyre të qumështit me çmim konkurrues dhe për të përmirësuar cilësinë e qumështit.

Pas periudhës së konfliktit (1999) në Kosovë, kjo mbështetje ndihmoi tregtinë prodhuesit për të përmirësuar dhe stabilizuar cilësinë e produkteve të tyre përveç dyfishin e numrit të tyre në nivelin

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

e tregut lokal. Ata kanë produkt të avancuar të qumështit zgjedhje dhe cilësi të përmirësuar të qumështit.

Rreth dy të tretat e qumështit total dhe produktet e qumështit të prodhuara në Kosovë konsiderohet se përdoren për konsum në familje ose shitet në "tregun e gjelbër", ndërsa një e treta importohet (Bytyqi, et al., 2008).

Andaj ky studim u realizua për ta parë sjelljen e konsumatorëve ndaj produkteve vendore në krahasim me ato të importit specifikisht tek qumështi UHT, ku si pikë referimi ka problemin e një deficit të lartë tregtar të Kosovës dhe një varshmëri të shquar në importin e produkteve nga jashtë.

Kapitulli 2: Rishikimi i literaturës

2.1. Teoria e sjelljes së konsumatorëve

Sjellja e konsumatorit përfshin aktivitetet mendore dhe fizike në të cilat konsumatorët angazhohen kur kërkojnë, vlerësojnë, blejnë dhe përdorin produkte dhe shërbime. Në treg, konsumatorët shkëmbejnë burimet e tyre të pakta (përfshirë paratë, kohën dhe përpjekjen) me artikuj me vlerë. Një studiuues i konsumatorit që studion sesi konsumatorët blejnë sigurim të kujdesit afatgjatë mund të hetojë (1) karakteristikat e konsumatorëve që blejnë këtë lloj sigurimi (p.sh., të ardhurat, mosha, mënyra e jetesës), (2) ku e blejnë atë (p.sh., nga një agjent kundrejt një numri 800 të shënuar në një reklamë), (3) kur e blejnë atë (p.sh., pas një ngjarje kritike siç është sëmundja e prindërve ose pas shikimit të një reklame), (4) si e blejnë atë (p.sh., duke krahasuar shumë politikat kundrejt zgjedhjes së njëjtës që ka një mik), (5) pse e blejnë atë (p.sh., frika e shterimit të kursimeve të jetës kundrejt dëshirës për kujdes të shkëlqyer në pleqëri), dhe (6) çfarë ndodh pasi e blejnë atë (p.sh., kënaqësia me vendimin dhe kompaninë) (Cole, 2007).

Ekonomistët janë përpjekur të parashikojnë dhe të kontrollojnë sjelljen e konsumatorit për shekuj me radhë. Psikologët eksperimentalë kohët e fundit kanë zhvilluar një bazë të gjerë të parimeve të sjelljes së konsumatoreve (Hursh, 1980).

Teoria e sjelljes konsumatore supozon se konsumatorët zakonisht nuk përqendrohen në produktin në tërësi, por në një kombinim të karakteristikave ose attributeve të ndryshme të produktit, të cilat mund të jenë ose konkrete ose abstrakte (Olson & Reynolds, 1983).

Prandaj, formimi i disa preferencave për produkte të caktuara varet nga vlerat që njerëzit fitojnë gjatë procesit të shoqërizimit. Përmes këtij procesi, i cili fillon brenda familjes dhe vazhdon përmes shkollës dhe më pas gjatë gjithë jetës, njerëzit zhvillojnë vlerat, motivimet dhe aktivitetet

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

e tyre të zakonshme. Për më tepër, njerëzit mësojnë përmes imitimit dhe duke vëzhguar procesin e shpërblimit dhe ndëshkimit për të zbuluar se cilat vlera dhe çfarë lloj sjelljeje miratohet nga një shoqëri (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995).

Si pasojë, fusha e sjelljes së konsumatorit tani tërhiqet kryesisht nga njohuri psikologjike. Kjo do të thotë, megjithëse disa modele të fundit të vendimmarrjes së konsumatorit lënë hapësirë për një racionalitet të zgjeruar (p.sh., teoria e vlerës së pritshmërisë), modele të tjera pranojnë se konsumatorët nuk e maksimizojnë dobinë e pritur dhe thjesht mund të krahasojnë markat në një atribut të vetëm (p.sh., modeli leksikografik) Qasja neoklasike ekonomike ndaj sjelljes së konsumatorit gjithashtu supozon se preferencat e konsumatorëve janë të qëndrueshme dhe nuk përmend se ku konsumatorët i marrin preferencat e tyre në radhë të parë. Prandaj, shoqërimi i konsumatorit dhe ndikimi social janë fushat kryesore të studimit nga psikologët ekonomikë. Qasjet psikologjike për të kuptuar sjelljen e konsumatorit gjithashtu hetojnë rolet e emocioneve, motivimeve, stilit të jetës dhe vetë-konceptit që kanë munguar kryesisht nga pikëpamja neoklasike e konsumatorit (Allen & Ng, 2004).

2.2. Prodhimi i qumështit në botë

Bagëtitë u zbutën 6,000 në 10,000 vjet më parë dhe kanë kontribuar shumë për mirëqenien njerëzore. E rëndësishme në zhvillimet e historisë së bujqësisë janë racat e specializuara të qumështit së bashku me bazat e nevojshme të ushqimit dhe teknologjia e të ushqyerit (Hodgson, 1979).

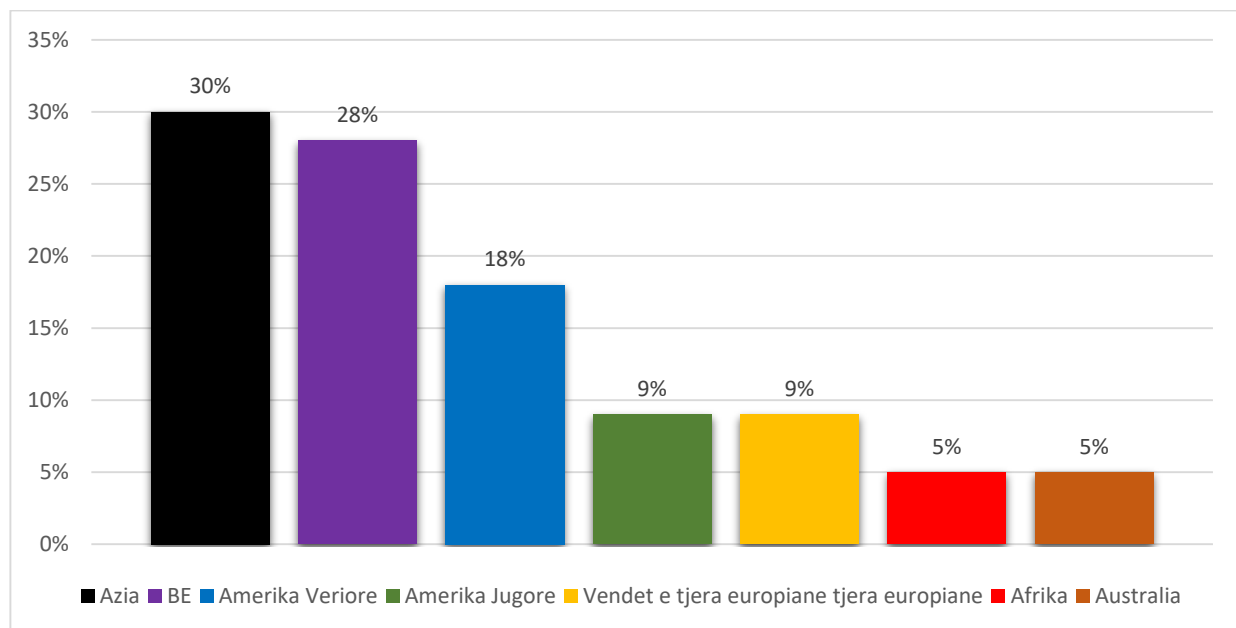
Qumështi i botës është kryesisht qumësht lope, i ndjekur nga qumështi i buallicës.

Për t'u quajtur produkt i qumështit, ushqimi duhet të prodhohet nga qumështi i lopëve, buallicave, dhive, etj. Sektori i qumështit përfshin ushqime të tilla si qumështi i lëngshëm, pluhurat e qumështit, djathi, gjalpi dhe kosi, si dhe akullorja. Disa faktorë, përfshirë gjenetikën dhe racën e

kafshës, mjedisin, fazat e laktacionit, barazinë dhe ushqimin, së bashku përcaktojnë përbërjen përfundimtare të qumështit.

Qumështi dhe produktet e qumështit janë burime të rëndësishme të proteinave, mineraleve thelbësore (kalcium, kalium, magnez, fosfor, natrium, jod) dhe disa vitamina, (vitaminat e tretshme në yndyrë A, D, E, K, dhe B1, B3, B6, B12). Në një dietë perëndimore, produktet e qumështit sigurojnë midis 40 dhe 70% të marrjes së rekomanduar ditore të kalciumit (Burke, et al., 2018).

Figura 1. Prodhimi i qumështit në botë (%)



Burimi: <https://www.intechopen.com/chapters/63169>

Bujqësia e qumështit kontribuon në vlerat kulturore dhe ekonomike të shoqërisë. Sipas Organizatës së Ushqimit dhe Bujqësisë, vlera e qumështit, në shkallë globale, përfaqëson 8.9% të vlerës së të gjitha produkteve bujqësore në 2010 (FAO, 2005). Qumështi gjithashtu luan një rol jetik në krijimin e punësimit, veçanërisht në vendet në zhvillim Me Federata Ndërkombëtare e Qumështit deklaroi se në nivel global, 750 milionë njerëz janë të angazhuar në prodhimin e qumështit, dhe këtyre, miliona vende pune të lidhura me transportin, përpunimin dhe tregtimin e qumështit mund të shtohen. FAO vlerësoi se në Afrikën Lindore dhe Lindjen e Afërt, për çdo 100 L qumësht të prodhuar në vend, krijohen deri në pesë vende pune në industrinë e lidhura me transportin, përpunimin dhe tregtimin e qumështit mund të shtohen (IDF, 2013).

2.3. Koncepti i “Qumështit UHT”

Kërkesa për qumësht të përpunuar dhe të paketuar në mënyrë aseptike në temperaturë ultra të lartë (UHT) po rritet në të gjithë botën.

Përparësitë e përpunimit UHT përfshijnë jetëgjatësinë e zgjatur, kostot më të ulëta të energjisë dhe eliminimin e ftohjes së kërkuar gjatë ruajtjes dhe shpërndarjes. Ndryshimet e dëshirueshme që ndodhin gjatë përpunimit UHT të qumështit siç janë shkatërrimi i mikroorganizmave dhe çaktivizimi i enzimave, ndërsa ndodhin edhe efekte të padëshirueshme si skuqja, humbja e ushqyesve, sedimentimi, ndarja e yndyrës, aroma e gatuar. Zgjatja e jetëgjatësisë së qumështit UHT mund të arrihet duke çaktivizuar enzimat, duke vendosur çaktivizim të temperaturës së ulët në 55 ° C për 60 min, ngrohje inovative me injeksion me avull, përpunim të membranës dhe trajtime me presion të lartë (Chavan, Khedkar, & Jana, 2011).

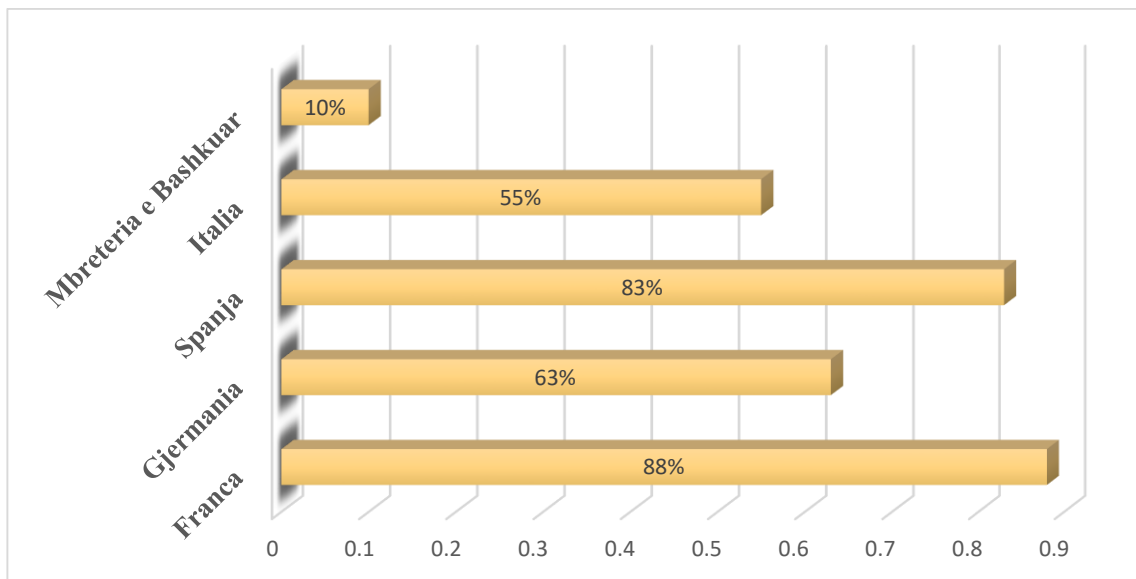
Zhvillimi i procesit UHT u pengua për shkak të ndotjes së mundshme pa sisteme aseptike komerciale. Në vitin 1953, qumështi UHT u mbush në mënyrë aseptike në kanaçe pas trajtimit të nxehtësisë me një procesor Uperiser® i ndjekur nga kartona, kartoni katërkëndësh në 1961 (Datta, Elliott, Perkins, & Deeth, 2002).

Zhvillimi i përpunimit aseptik në Shtetet e Bashkuara filloi përmes përpjekjeve të C. Olin Ball, dhe procesi i mbushjes me nxehtësi të ftohtë u komercializua në vitin 1938 për një pije me qumësht çokollate. Në 1942, procesi Avoset u përdor për të paketuar një produkt kremi duke përdorur një sistem të vazhdueshëm të ajrit të nxehtë dhe llamba ultravjollcë (UV) në zonën e mbushjes dhe vulosjes. Në 1948, procesi aseptik Dole i zhvilluar nga William McKinley Martin u përdor për supë me bizele dhe qumësht të sterilizuar. Real Fresh, Inc. u bë bulmeti i dytë në Shtetet e Bashkuara në 1952 që përdori paketimin UHT dhe aseptik (AP), dhe në 1981, ishte paraardhësi në përdorimin e peroksidit të hidrogjenit (H₂O₂) për të sterilizuar materialin e paketimit (David, Graves, & Carlson, 1996).

Cilësia e qumështit UHT varet më shumë nga procesi i prodhimit sesa vendi i origjinës ose përmbajtja e yndyrës. Pranueshmëria e qumështit UHT nga klientët lidhet pozitivisht me zakonet e konsumit që përfshijnë qumështin UHT (Oupadissakoon, 2007).

Pjesa e tregut të qumështit UHT të konsumuar ndryshon në mënyrë të konsiderueshme sipas vendeve.

Figura 2. Niveli i konsumit të qumështit UHT në disa vende të Europës (%)



Burimi: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1541-4337.2011.00157.x>

2.3.1. Faktorët që ndikojnë në jetëgjatësinë e qumështit UHT

Faktorët që ndikojnë në cilësinë e qumështit që kanë një efekt në sjelljen e zhelatimit të qumështit UHT:

1. Moshë e lopës

Qumështi nga lopët më të vjetra xhelizohet më shpejt se ai i lopëve të reja (Datta & Deeth, Heating systems., 2003).

2. Faza e laktacionit

Qumështi UHT i laktacionit të hershëm xhelohet në 5 deri në 6 muaj, ndërsa qumështi i laktacionit të vonë nuk xhelizohet gjatë 9 muajve pas një eksperimenti. Arsyeja prapa fenomenit është se një sasi më e madhe e proteinave të çnatyruara të hirrës është e ndërlikuar me kazeinë në qumështin e laktacionit të vonë, në krahasim me homologët e hershëm të laktacionit (Auldist, et al., 1996).

3. Mastitë

Qumështi mastitik (domethënë qumështi me numër të lartë të qelizave somatike, SCC) i nënshtruar trajtimit UHT është më i ndjeshëm ndaj xhelatinës sesa qumështi normal. Kjo i është atribuar rritjes së aktivitetit proteolitik që rezulton nga një nivel i ngritur i plazminës.

4. Sezoni

Ndryshimet sezonale në përbërjen e qumështit mund të ndikojnë në mënyrë indirekte në sjelljen e zhelatimit të qumështit të sterilizuar me UHT. Qumështi i pranverës dhe vjeshtës së vonë tregojnë më shumë probleme në lidhje me moshën sesa qumështi i prodhuar në stinët e tjera; kjo mund t'i atribuohet përbërjes minerale të qumështit (Hardham & Auldist, 1996). Qumështi i pranverës ka vlera më të larta të pH, laktozës, fosfatit të tretshëm dhe hidratimit micellar sesa qumështi i

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

mbledhur në vjeshtë, ndërsa qumështi i pranverës ka qëndrueshmëri të ulët të yndyrës dhe nxehtësisë (Gaucher, et al., 2008).

5. Cilësia mikrobiologjike e qumështit të papërpunuar

Qumështi me një numër të lartë mikrobial të parapërpunimit është më i ndjeshëm ndaj formimit të xhelit sesa qumështi me një numër të ulët. Mikroorganizmat që prodhojnë enzima të qëndrueshme ndaj nxehtësisë shkaktojnë problemet më serioze të gelacionit. Kohët më të gjata të ftohjes para sterilizimit lejojnë rritjen e shtuar të mikroorganizmave psikrotropikë dhe prodhimin shoqërues të enzimave të qëndrueshme ndaj nxehtësisë, veçanërisht proteinazat dhe lipazat (Sharpe, Law, & Andrews, 1977).

2.4. Sektori i qumështit në Kosovë

Sektori i qumështit në Kosovë është një nga sektorët më premtues dhe ka vazhduar performoi mirë që nga përfundimi i luftës së fundit. Për shkak të krijimit të kësaj situate ka pasur një mungesë të tregut në kafshë dhe mallrat e qumështit. Si pasojë, ka pasur një rritje të mprehtë të importit produktet e kafshëve dhe të qumështit për të vendosur ekuilibrin e tregut.

Sipas të dhënave statistikore zyrtare, prodhimi i qumështit në Kosovë vlerësohet të ishte afërsisht 257,500 ton/vit. Prodhimi vendor i qumështit synohet kryesisht për tregun e brendshëm. Nga qumështi i përgjithshëm i prodhuar, 45.6% shfrytëzohet për konsum familjar, 41.4% shitet në tregun e gjelbër lokal kryesisht si qumësht i papërpunuar ose djathë i bardhë, ndërsa vetëm 13% shitet në tregun e përpunimit.

Shumica e fermave të qumështit në Kosovë janë të vogla tradicionale/ekzistenciale (94%) të shpërndara në fshat, me kapacitet të ulët për prodhimin e qumështit dhe cilësi të ulët të qumështit, gjë që e bën procedurën e grumbullimit të qumështit më të shtrenjtë.

Megjithatë, cilësia e qumështit të Kosovës ka mbetur ende në një cilësi më të dobët në krahasim me artikujt e importuar. Depërtimi i suksesshëm në treg i disa produkteve të qumështit të importuara mbi çmimet e Kosovës vërtetuan se konsumatorët janë të gatshëm të paguajnë çmime më të larta për një cilësi të mire (Miftari, Ahmeti, Gjonbalaj, & Shkodra, 2011).

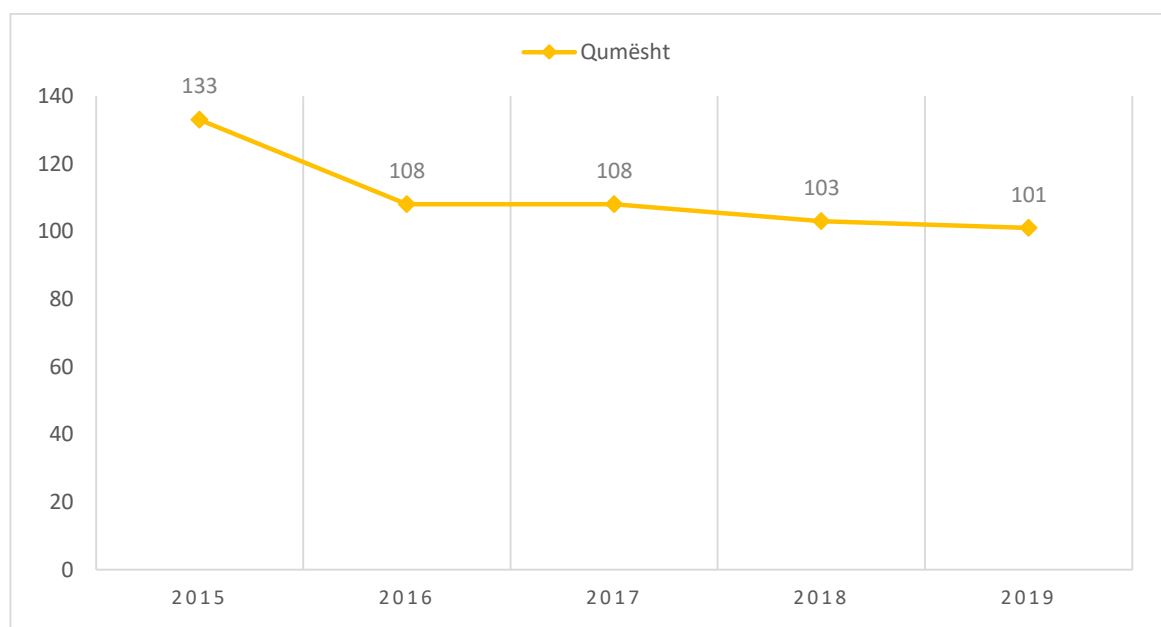
Sektori i qumështit është i rëndësishëm sepse mund t'i furnizojë kosovarët me produkte blegtorale cilësore me çmime të arsyeshme. Presioni ekonomik konkurrues mbi prodhimin e qumështit në Kosovë rrjedh së paku pjesërisht nga konkurrenca e padrejtë e produkteve të importuara duke krijuar vështirësi për mbijetesën e prodhuesve vendas.

Për të qenë konkurrues në treg, është e nevojshme që fermerët kosovarë të rrisin punën e tyre efikasitetin dhe prodhimin e produkteve të qumështit duke qenë të pranueshme për konsumatorët

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

e Kosovës. Shumë kërkime të kryera me Kosovën fermerët tregojnë se cilësia e qumështit vendas, domethënë prodhimi i ushqimit të sigurt, është faktor përcaktues për mbijetesën e fermerëve të Kosovës (Musliu, Gjonbalaj, Sherifi, & Meqe, 2009).

Figura 3. Vlera e qumështit në mil. €, 2015-2019



Sa i përket vlerës së qumështit të prodhuar qumështi pësoi rënien më të madhe në vlerë gjatë periudhës 2015-2019. Krahasuar me vitin 2018, në vitin 2019 kishte rënie për 2% të vlerës së qumështit. Ndërsa vlera më e madhe është shënuar në vitin 2015 (Raporti i Gjellbër i Kosovës , 2020).

Tabela 1. Pagesat direkte sipas sektorëve, 2010-2014

Burimi: Agjencia për Zhvillimin e Bujqësisë

		2010	2011	2012	2013	2014	Ndryshimi 2014/2013 në %
Lopë qumështore	Numri i aplikuesve	4,882	4,366	5,584	5,803	6,052	4
	Numri i përfituesve	4,287	4,162	5,231	5,075	5,472	8
	Numri i krerëve të paguar	36,946	33,078	42,096	42,119	44,235	5
	Pagesa për krerë	30	30	50	50	50	0
	Shuma totale e paguar	1,108,380	992,340	2,104,800	2,105,950	2,211,750	5
Dele dhe dhi	Numri i aplikuesve	1,905	1,422	1,533	1,370	1,442	5

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

Numri i përfituesve	1,559	1,343	1,449	1,252	1,295	3
Numri i krerëve të paguar	127,634	123,807	132,745	115,972	121,012	4
Pagesa për krerë	10	10	10	10	10	0
Shuma totale e paguar	1,276,340	1,238,070	1,327,450	1,159,720	1,210,120	4

Në kuadër të sektorit të blegtorisë, lopët qumështore kanë vazhduar të subvencionohen edhe në vitin 2014 me nga 50 €/krerë. Nëse shikojmë ndryshimet që kanë ndodhur, në krahasim me vitin e kaluar, ka pasur një rritje të numrit të aplikuesve për 4%, ndërsa numri i përfituesve është rritur për 8%. Shuma totale e parave të paguara si pagesa direkte për lopë qumështore ka qenë 2.2 mil. € (ANALIZA E TREGUT TË QUMËSHTIT, 2015).

Tabela 2. Çmimet mesatare vjetore të qumështit 2016-19, €

Prodhimi:	Vitet			
	2016	2017	2018	2019
Qumësht				
<i>Çmimet mesatare vjetore në ferme</i>	0,23	0,27	0,25	0,21
<i>Çmimet mesatare vjetore në tregun me pakicë</i>	0,48	0,47	0,49	0,51
<i>Çmimet mesatare vjetore në tregun me shumicë</i>	0,43	0,41	0,45	0,43

Burimi: DAESB-MBPZHR

2.5. Eksporti dhe Importi i qumështit në Kosovë

Bilanci tregtar për produktet bujqësore në Kosovë për periudhën 2014-2018 ishte negativ, edhe pse eksporti ka shënuar rritje, mirëpo në të njëjtën kohë ka pasur rritje shumë më të madhe të vlerës së importit. Në vitin 2014 bilanci tregtar shënoi vlerën -576.8 mil. €, kurse në vitin 2017 ky bilanc ishte -633.2 mil. €, e që në vitin 2018 pasoi prapë me thellim të bilancit negativ për 2.4% në vitin 2018 krahasuar me vitin 2017 (Shkëmbimi tregtar i produkteve bujqësore 2014-2018, 2019).

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

Me fondin blegtoral ekzistues të lopëve qumështore, vlerësohet se Kosova arrin të mbulojë 84% të kërkesave të tregut vendor, ndërsa për përmbushjen e nevojave vendore vazhdon të importojë rreth 16% të sasisë së qumështit dhe produkteve të tij. Eksporti i produkteve të njejta nga prodhuesit tanë është shumë i vogël dhe ka qenë i orientuar drejt vendeve të regjionit, kryesisht në Shqipëri (ANALIZA E TREGUT TË QUMËSHTIT, 2015).

2.5.1. Eksporti i qumështit

Sasia e qumështit të eksportuar nga prodhuesit Kosovar është shumë e vogël në krahasim me sasinë e importuar. Edhe pse kishte shumë pak eksport të qumështit, nga të dhënat e Doganave të Kosovës figuron se gjatë periudhës 2005-2014, sasi më të madhe të qumështit të eksportuar ka pasur në vitin 2009 i karakterizuar si vit që ka pasur më pak import dhe më shumë eksport. Në vitin 2014, sasia e qumështit të eksportuar ka qenë 263,614 litra apo 32% më e lartë krahasuar me vitin 2013.

Sa i përket eksportit të qumështit dhe produkteve të qumështit në Kosovë, si rezultat i vështirësitë me të cilat përballen përpunuesit e qumështit, sasi shumë të vogla eksportohen, kryesisht në Shqipëria dhe Maqedonia (Berbatovci, 2018).

Tabela 3. Eksporti i qumështit në t(p.e.), 2015-2019

Vitet	2015	2016	2017	2018	2019
Qumësht	800	745	679	572	866

2.5.2. Import i qumështit

Sasia e qumështit të importuar ka qenë mjaft e lartë ku sasia më e madhe është shënuar në vitin 2007 me 26 mil. litra. Zvogëlim të sasisë së importit të qumështit ka pasur në vitin 2009, kur është shënuar pika më e ulët për këtë periudhë kohore (13.5 mil. litra) ose 69% më pak se sa në vitin 2014.

Prodhimi vendas përballet me konkurrencë të madhe nga qumështi importet, vendet kryesore nga të cilat importohet qumështi dhe produktet e qumështit janë Gjermania, Hungaria, Sllovenia, Bullgaria Kroacia, Bosnja dhe Hercegovina dhe Turqia (Berbatovci, 2018).

Tabela 4. Importi i qumështit në t(p.e.), 2015-2019

Vitet	2015	2016	2017	2018	2019
Qumësht	67,491	69,284	68,007	70,596	76,139

Kapitulli 3: Metodologjia e studimit

3.1.Faza e parë e studimit

Studimi është ndërtuar në bazën e disa metodave, së pari është përdorur metoda deduktive ku nga e përgjithshme arrijmë deri tek faktet e veçanta. Studimi do të vijoj me mbledhjen e të dhënave dytësore dhe terciare përmes metodës deskriptive nga shtjellimi i literaturës. Në këtë studim janë cituar autor/e vendit dhe ndërkombëtar nga fusha të ndryshme.

3.2.Faza e dytë e studimit

Në pjesën e dytë empirike të punimit që mbështetet në të dhëna primare të mbledhura në teren kemi realizuar një pyetësor me anë të së cilit kemi siguruar të dhënat parësore dhe duke përdorur metodën induktive kemi arritur nga faktet e veçanta të shkojmë në përfundime të përgjithshme.

Gjithsej janë realizuar 300 pyetësor dhe si rajon studimi kemi pasur Regjionin e Dukagjinit, kryesisht 4 komunitat e këtij regjioni në të cilat pyetësorët i kemi realizuar si vijon:

Pejë (100); Gjakovë (100); Deçan (50); Kline (50).

Hulumtimi do të realizohet në regjionin e Dukagjinit kjo edhe për faktin se atje gjendet njëra nga fabrikat më të mëdha të qumështit në vend (Qumështi Vita), ku përmes këtij fakti do të hulumtojmë nëse kjo mund të jetë një arsyeje tjetër që mund të ndikojë tek konsumatorët në konsumin e qumështit vendor apo mund të hasim në rezultate tjera gjatë studimit.

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

Ky pyetësor përmban gjithsej 24 pyetje dhe pyetjet janë të natyrës si: Mosha; Gjinia; Nr. i anëtareve të familjes; Origjina e qumështit që konsumojnë (Vendor-Import); Brendi i qumështit që konsumojnë etj.

3.3.Faza e tretë e studimit

Në fazën e tretë apo atë përfundimtare do të bëhet përpunimi i 300 pyetësorëve dhe nxjerrja e rezultateve të fituara nga hulumtimi në teren.

Së pari pyetësorët do të barten në Excel pastaj nga aty do të përpunohen në softuerin SPSS, ku përmes këtij programi do të realizohen disa analiza si ajo e statistikës përshkruese dhe përmes testit Chi square i cili do të na ndihmoj të shohim lidhshmërinë mes variablave.

Më pas do të bëhet testimi i hipotezave të parashtruara më parë ku me anë të tyre do të arrihen rezultatet dhe përfundimet e studimit.

Kapitulli 4. Rezultatet e pritshme, pyetjet hulumtuese dhe objektivat e studimit

4.1. Rezultatet e pritshme

Përmes këtij studimi presim që të arrijmë rezultate të cilat do të tregojnë se si vlerësohet të jetë sjellja e konsumatorëve ndaj produkteve vendore kryesisht pra rast studimi është qumështi UHT vendor në krahasim me atë të importit në rajonin e Dukagjinit.

Po ashtu të përcaktojmë faktorët determinues që nxisin sjelljen e konsumatorëve ndaj këtyre dy produkteve të natyrës së njëjte por me origjinë të ndryshme.

Ky hulumtim do të jetë rekomandues për politikëbërësit për të nxitur prodhuesit vendor në rritjen e cilësisë së produkteve dhe për të adresuar investimet në sektorë të cilët kanë ndikim më të lartë në rritjen e prodhimit të qumështit UHT nga prodhues të ndryshëm të shpërndarë në të gjitha regjionet e Kosovës në mënyre që konsumatorët të kenë mundësi më të mëdha për përzgjedhjen e llojit të qumështit vendor duke ulur kështu nivelin e konsumit të qumështit nga importi.

4.1.1. Hipotezat e studimit

Ky hulumtim do të bazohen në testimin e këtyre hipotezave:

H0: Konsumatorët e regjionit të Dukagjinit konsumojnë më shumë qumësht vendor.

H1: Konsumatorët e regjionit të Dukagjinit konsumojnë më shumë qumësht të importit.

H0: Faktori determinues në sjelljen e konsumatorëve është cilësia e produktit.

H1: Faktori determinues në sjelljen e konsumatorëve është çmimi i produktit.

4.2. Pyetjet hulumtuese të studimit

1. Cili është roli i qeverisë në përkrahjen e fermerëve për prodhimin e qumështit vendor në konkurrencë me qumështin e importuar?
2. Çfarë ndikon tek konsumatorët në konsumin e qumështit vendor UHT në krahasim me qumështin UHT të importuar apo e kundërta, a ndikon çmimi, cilësia, të ardhurat e konsumatorëve, niveli i edukimit etj
3. Cilat aktivitete krijojnë shanse më të mëdha për përdorimin e qumështit UHT vendor në krahasim me atë të importuar?
4. Cilët janë faktorët përcaktues që nxisin sjelljen e konsumatorëve ndaj këtyre produkteve?
5. Sa kanë besim konsumatorët e këtij regjioni në produktin vendor të qumështit UHT (Vita, Drena, Bylmeti etj).

4.3. Objektivat e studimit

Objektivi i përgjithshëm:

- ✓ Të përcaktojë nivelin e përdorimit të produkteve vendore në krahasim me ato të importit, duke konsideruar produktet të cilat janë të përfaqësuara në çmim dhe cilësi.

Objektivat specifike:

- ✓ Të përcaktohet se cili lloj i qumështit është më i konsumuar: qumështi UHT vendor apo qumështi UHT nga importi.
- ✓ Analizimi dhe përcaktimi faktorët që nxisin sjelljen e konsumatorëve drejt konsumit të këtyre dy produkteve.
- ✓ Të analizohet në mënyre të detajuar sjellja e konsumatorëve ndaj konsumit të këtyre produkteve.
- ✓ Ofrimi i rekomandimeve të duhura pas studimit
- ✓ Rritja e vetëdijes së konsumatorëve për të konsumuar produkte vendore duke ndihmuar kështu ekonominë e vendit dhe të familje

Kapitulli 5: Rezultatet e studimit

5.1. Analiza e rezultateve

Siç u cek edhe në kapitullin e metodologjisë rezultatet janë përpunuar me softuerin SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Pastaj përmes testit Chi Square është paraqitur rëndësia e variablave dhe ndikimi i tyre në sjelljen e konsumatorëve gjithmonë duke ju referuar vlerës së P-së.

Kuptimi i vlerës së P-së:

P- kur $p < 0.05$, hedhet hipoteza bazë H_0 dhe mbahet hipoteza alternative H_1 dhe e kundërta

kur $p > 0.05$ ose $p = 0.05$, mbahet hipoteza bazë H_0 dhe hedhet hipoteza alternative H_1 .

Poashtu kur $P < 0.05$ atëherë themi se variablat kanë lidhje signifikante me njëra tjetrën dhe se njëra nga ato është variabla e varur dhe tjetra e pavarur.

Në analizen tone janë parashtruar 4 hipoteza:

H_0 : Konsumatorët e regjionit të Dukagjinit konsumojnë më shumë qumësht të importit.

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

H1: Konsumatorët e regjionit të Dukagjinit konsumojnë më shumë qumësht vendor.

H0: Faktori determinues në sjelljen e konsumatorëve është çmimi i produktit..

H1: Faktori determinues në sjelljen e konsumatorëve është cilësia e produktit.

5.1.1. Analiza deskriptive me Crosstab, Chi-square dhe interpretimi i rezultateve

Analiza deskriptive përfshinë mbledhjen, organizimin dhe prezantimin e të dhënave përshkruese (White & Korotayev, Statistical Analysis of Cross-Tabs, 2004).

Cross Tabulations apo Tabelat e kryqëzuara të të dhënave cilësore janë një mjet themelor i kërkimit empirik. Interpretimi i tyre ka të bëjë e testimin e hipotezave poashtu për të vlerësuar rëndësinë e variablave dhe ndikimin e tyre tek njëra tjetra (White, A Student's Guide to Statistics for Analysis of Cross-Tabulations, 2004).

Chi Square - është një test që mat se si një model krahasohet me të dhënat aktuale të vëzhguara. Të dhënat e përdorura në llogaritjen e një statistike chi-square duhet të jenë të rastësishme, të papërpunuara, reciprokisht ekskluzive, të nxjerra nga variabla të pavarur dhe të nxjerra nga një mostër mjaft e madhe. Testet Chi-square shpesh përdoren në testimin e hipotezave (Hayes, 2021).

Për të kuptuar analizën e rezultateve tona atëherë do të shikojmë tabelat e testit Chi square të punuara me SPSS.

*Tabela 5. Crosstab - Vendbanimi*Origjina e Qumështit*

Vendbanimi * Origjina e qumeshtit Crosstabulation					
		Origjina e qumeshtit		Total	
		Vendor	Te importuar		
Vendbanimi	Qytet	Count	103	61	164
		% of Total	34.3%	20.3%	54.7%
	Fshat	Count	102	34	136
		% of Total	34.0%	11.3%	45.3%
Total		Count	205	95	300
		% of Total	68.3%	31.7%	100.0%

Në tabelën e mësipërme është bërë analiza deskriptive për të vërtetuar se çfarë ndikimi ka punësimi në zgjedhjen e origjinës së qumështit.

Nga 300 të anketuar, 164 ishin me vendbanim në qytet që i bie 34.3% nga ta apo 103 persona kanë konsumuar qumësht vendor ndërsa 61 trsa 61 të tjerë apo 20.3% konsumojnë qumësht të importit.

Nga ana tjetër 136 kanë qenë me vendbanim në fshat dhe 102 kanë pohuar se konsumojnë qumësht vendor apo 34% e tyre ndërsa 34 prej tyre konsumojnë qumësht të importit apo 11.3%.

*Tabela 6. Chi Square tests - Vendbanimi*Origjina e qumështit*

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	5.110 ^a	1	.024		
Continuity Correction ^b	4.562	1	.033		
Likelihood Ratio	5.168	1	.023		
Fisher's Exact Test				.025	.016
Linear-by-Linear Association	5.093	1	.024		
N of Valid Cases	300				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 43.07.

b. Computed only for a 2x2 table

Për të vërtetuar korrelacionin apo lidhshmërinë në mes të vendbanimit dhe origjinës së produktit është përdorur testi statistikor Chi-square test. Në bazë të analizës së testit Chi-square ku $P < 0.05$ atëherë lidhshmëria në mes të dy variablave vendbanimit të konsumatorëve dhe origjinës së qumështit është statistikisht signifikante që do të thotë se vendbanimi ndikon tek konsumatorët në zgjedhjen e origjinës së produktit.

$\chi^2=5.110$, $P=0.016$.

Tabela 7. Crosstab-Të ardhurat*Konsumi i qumështit në muaj

			Sa litra qumesht konsumoni				Total
			<3	3-5	5-10	>10	
Te ardhurat <150	Count		5	5	2	4	16
	% of Total		1.7%	1.7%	0.7%	1.3%	5.3%
150-300	Count		2	18	19	17	56
	% of Total		0.7%	6.0%	6.3%	5.7%	18.7%
300-500	Count		2	28	54	33	117
	% of Total		0.7%	9.3%	18.0%	11.0%	39.0%
>500	Count		3	10	55	43	111
	% of Total		1.0%	3.3%	18.3%	14.3%	37.0%
Total	Count		12	61	130	97	300
	% of Total		4.0%	20.3%	43.3%	32.3%	100.0%

Në bazë të analizës deskriptive mund të shohim se pjesa më e madhe e të anketuarve apo 117 prej tyre nga 300 në total kishin të ardhura mujore nga 300-500 euro duke pasuar më pas me të anketuarit të cilët kishin të ardhura vjetore >500 euro dhe ishin 111 prej tyre.

Kështu pjesa më e madhe e tyre apo 43.3% e tyre konsumonin nga 5-10 litra qumësht në muaj, 32.3% konsumonin >10 litra në muaj qumësht, ndërsa 20.3% konsumonin 3-5 litra dhe me përqindjen më të vogël ishin konsumatorët të cilët konsumonin <3 litra në muaj me 4%.

Në bazë të analizës së mësipërme shohim se konsumatorët që kishin të ardhura më të larta konsumonin sasi më të madhe të qumështit në muaj dhe e kundërta.

*Tabela 8. Chi Square tests-Të ardhurat*Konsumi i qumështit në muaj*

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	52.471 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	37.590	9	.000
Linear-by-Linear Association	17.881	1	.000
N of Valid Cases	300		

a. 5 cells (31.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .64.

Me anë të testit Chi square tests shohim se Të ardhurat dhe Konsumi mujor i qumështit kanë një lidhje statistikisht signifikante pasi që vlera e $P > 0.05$. Andaj mund të themi se me rritjen e të ardhurave rritet edhe konsumi i qumështit dhe e kundërta pra me zvogëlimin e të ardhurave do të ulet edhe konsumi.

$$x^2=52.471, P=0.000$$

Figura 4. Të ardhurat*Konsumi i qumështit në muaj

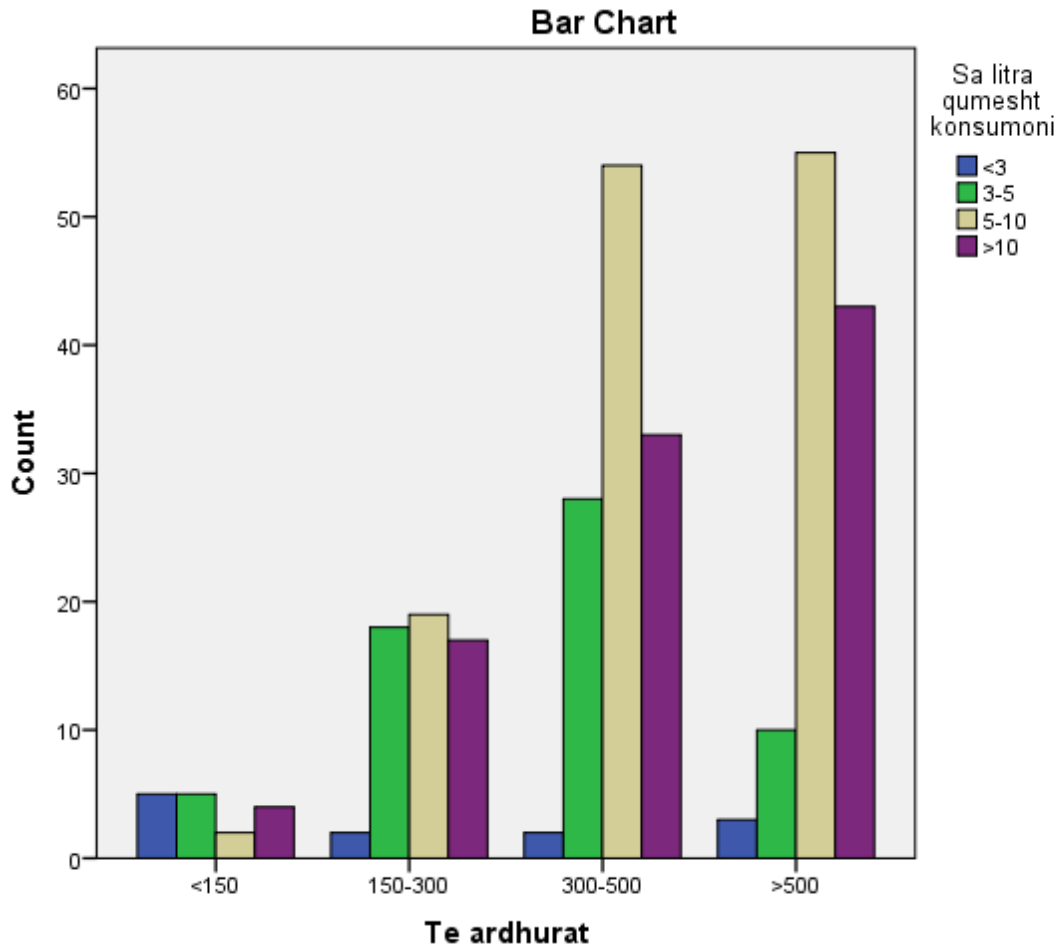


Tabela 9. Crosstab-Vendbanimi*Brendi i qumështit

			Kompania - Brendi i qumështit						Total
			Vita	Alpsko	Sole	Mlijeko	Drena	Tjeter	
Vendbanimi	Qytet	Count	75	49	9	2	27	2	164
		% of Total	25.0%	16.3%	3.0%	0.7%	9.0%	0.7%	54.7%
	Fshat	Count	69	19	15	0	28	5	136
		% of Total	23.0%	6.3%	5.0%	0.0%	9.3%	1.7%	45.3%
Total		Count	144	68	24	2	55	7	300
		% of Total	48.0%	22.7%	8.0%	0.7%	18.3%	2.3%	100.0%

Kjo tabele na tregon se nga 164 të anketuar nga qyteti 75 apo 25% konsumojnë qumështin e kompanisë Vita, 49 persona konsumojnë kompaninë Alpsko apo 16.3%, qumështin Sole e konsumojnë vetëm 3% , Mlijeko përfshin vetëm 0.7% apo 2 persona në total dhe Drena ka 9%.

Sa i përket fshatit, 69 persona apo 23% konsumojnë Vita, 6.3% Alpsko, 5% Sole dhe Drena ka një konsum prej 9.3%.

Pra analiza deskriptive na tregon se konsumi i qumështit vendor është me i lartë se ai i importit në të dyja vendbanimet si në fshat ashtu edhe në qytet.

Tabela 10. CHi Square tests- Vendbanimi*Brendi i qumështit

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.814 ^a	5	.007
Likelihood Ratio	16.970	5	.005
Linear-by-Linear Association	1.200	1	.273
N of Valid Cases	300		

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .91.

Testi Chi Square tregon se të dy variablat kanë lidhje statistikisht të rëndësishme apo signifikante.

Pra në bazë të vlerës së P-se ku $P=0.007$ themi se vendbanimi ka ndikim në brendinë e qumështit që konsumatorët e përzgjedhin.

Figura 5. Vendbanimi*Brendi i qumështit.

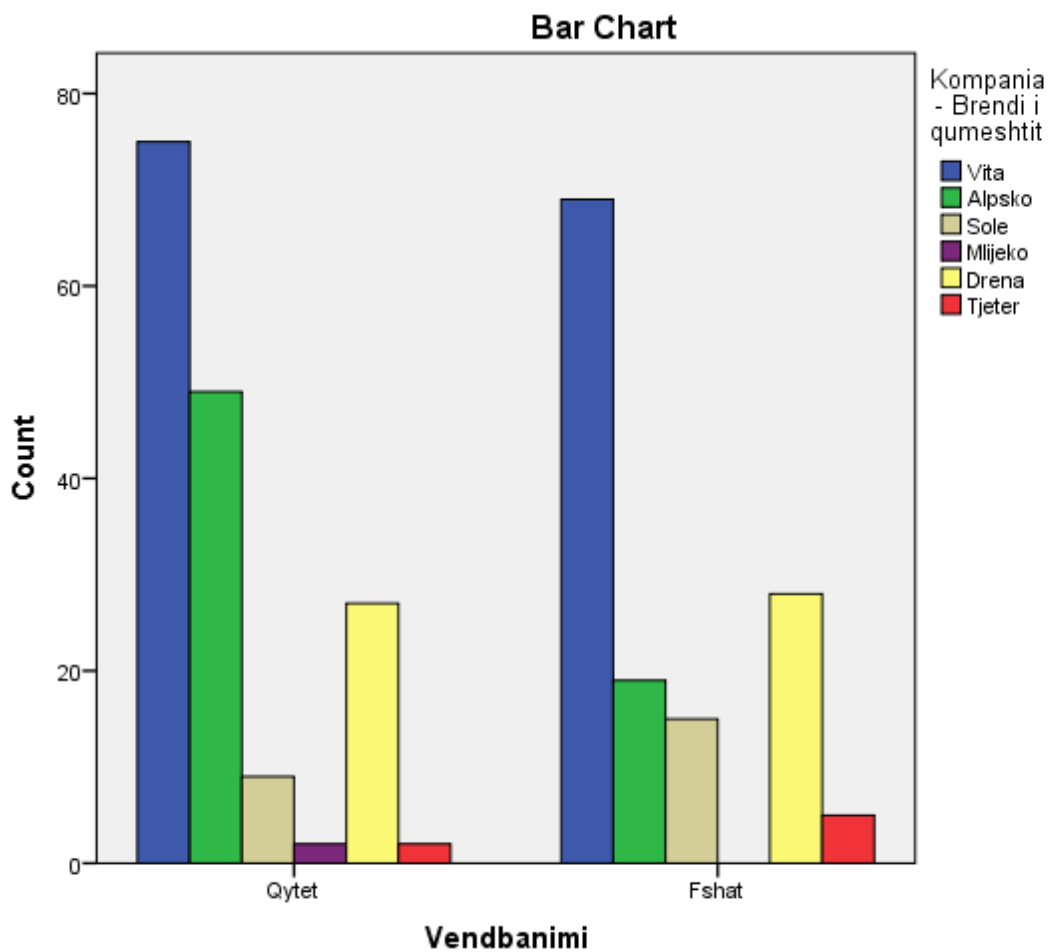


Tabela 11. Crosstab-Mosha*Faktoret percaktues në konsumin e qumështit

			Faktoret percaktues					Total
			Cilesia	Siguria	Cmimi	Imazhi	Shija	
Mosha	<18	Count	5	1	5	2	2	15
		% of Total	1.7%	0.3%	1.7%	0.7%	0.7%	5.0%
19-25	Count	Count	29	9	10	2	6	56
		% of Total	9.7%	3.0%	3.3%	0.7%	2.0%	18.7%
26-35	Count	Count	22	18	6	11	8	65
		% of Total	7.3%	6.0%	2.0%	3.7%	2.7%	21.7%
36-45	Count	Count	10	12	20	6	15	63
		% of Total	3.3%	4.0%	6.7%	2.0%	5.0%	21.0%
>45	Count	Count	41	15	20	15	10	101
		% of Total	13.7%	5.0%	6.7%	5.0%	3.3%	33.7%
Total	Count	Count	107	55	61	36	41	300
		% of Total	35.7%	18.3%	20.3%	12.0%	13.7%	100.0%

Në analizën deskriptive ku kemi vendosur variablen Mosha dhe Faktorët përcaktues mund të shohim se në bazë të çfarë faktorëve konsumatorët e moshave të ndryshme zgjedhin ta blejnë qumështin.

Mosha >18 kanë treguar se në përzgjedhjen e qumështit si faktor përcaktues ishte cilësia dhe çmimi. Tek mosha 19-25 pjesa më e madhe si faktor përcaktues kishin cilësinë ku prej 56 personave 29 deklaruan për cilësinë si faktor determinues, 9 prej tyre ishin tek siguria, 10 çmimi ndërsa vetëm 6 prej tyre tek shija.

Mosha 26-35 poashtu zgjedhën cilësinë dhe sigurinë në nivel më të larte në krahasim me faktorët e tjerë.

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

Mosha 36-45 në dallim nga faktorët e tjerë pjesa më e madhe e tyre zgjodhën çmimin.

Ndërsa personat mbi moshën 45 vjeçare ishin gjithsej 101 ku 41 prej tyre e brenin qumështin duke u bazuar tek cilësia, 15 prej tyre ishin tek siguria, 20 tek çmimi, 15 persona bazohen tek imazhi dhe 10 prej tyre tek shija.

*Tabela 12. CHi Square tests-Mosha*Faktoret përcaktues në konsumin e qumështit*

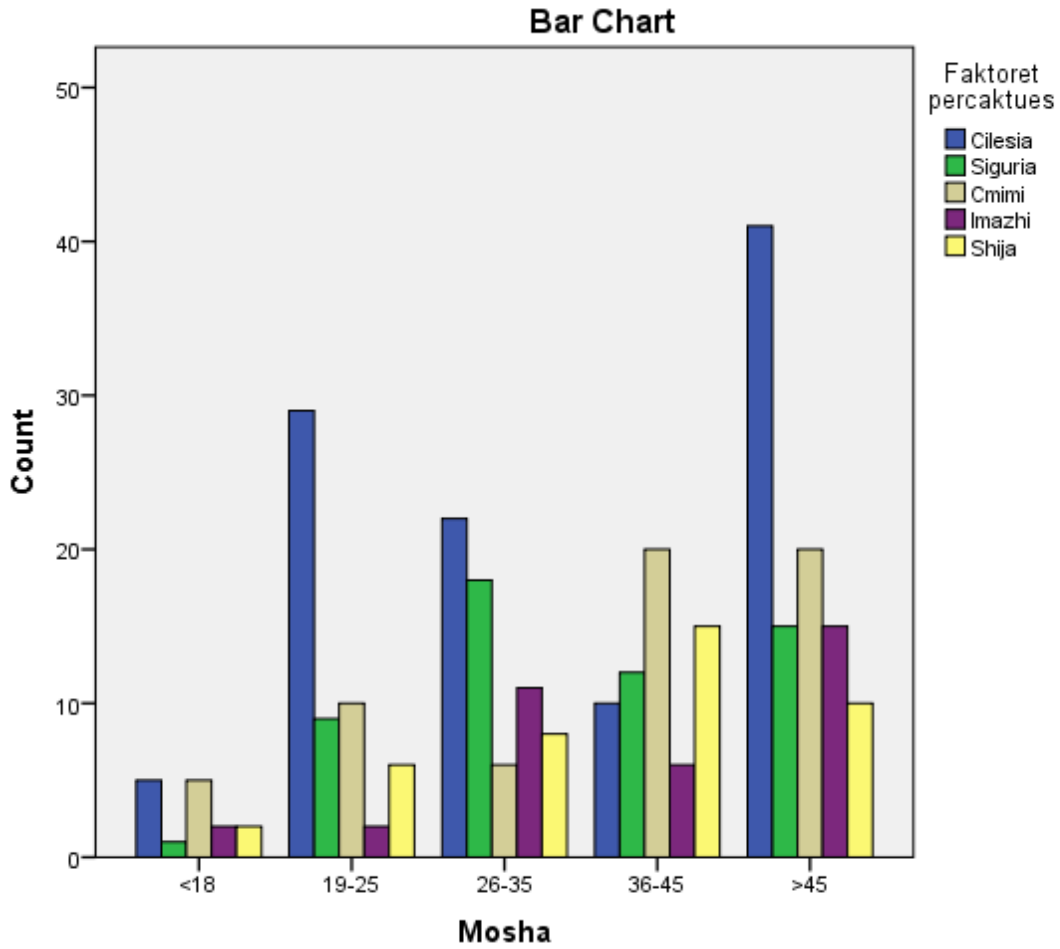
Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	38.130 ^a	16	.001
Likelihood Ratio	40.020	16	.001
Linear-by-Linear Association	1.133	1	.287
N of Valid Cases	300		

a. 4 cells (16.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.80.

Me anë të testit Chi square tests shohim se dy variablat e përzgjedhura kanë lidhje signifikante me njëra tjetrën dhe se mosha ndikon edhe tek faktori përcaktues i përzgjedhjes së qumështit.

Vlera e P-së= 0.001.

Figura 6. Moshë*Faktorët përcaktues në konsumin e qumështit



*Tabela 13. Crosstab- Faktorët përcaktues në konsumin e qumështit*Brendi i qumështit*

Faktoret percaktues * Kompania - Brendi i qumeshtit Crosstabulation

Count

		Kompania - Brendi i qumeshtit						Total
		Vita	Alpsko	Sole	Mlijeko	Drena	Tjeter	
Faktoret percaktues	Cilesia	66	18	4	1	14	4	107
	Siguria	9	38	1	0	5	2	55
	Cmimi	14	1	18	1	27	0	61
	Imazhi	33	0	1	0	2	0	36
	Shija	22	11	0	0	7	1	41
Total		144	68	24	2	55	7	300

Nga analiza e mësipërme mund të kuptojmë se :

Qumështin Vita pjesa më e madhe e zgjedhin për shkak të cilësisë dhe imazhit;

Qumështin Alpskon konsumatorët e zgjedhin duke u nisur nga siguria dhe cilësia;

Qumështin Sole konsumatorët e konsumojnë për faktin e çmimit dhe cilësisë;

Qumështi Mlijeko ishte qumështi më pak i konsumuar dhe si faktor përcaktues konsumatorët kishin çmimin dhe cilësinë;

Qumështi Drena zgjedhet nga konsumatorët më shumë për arsyen e çmimit dhe pastaj të cilësisë.

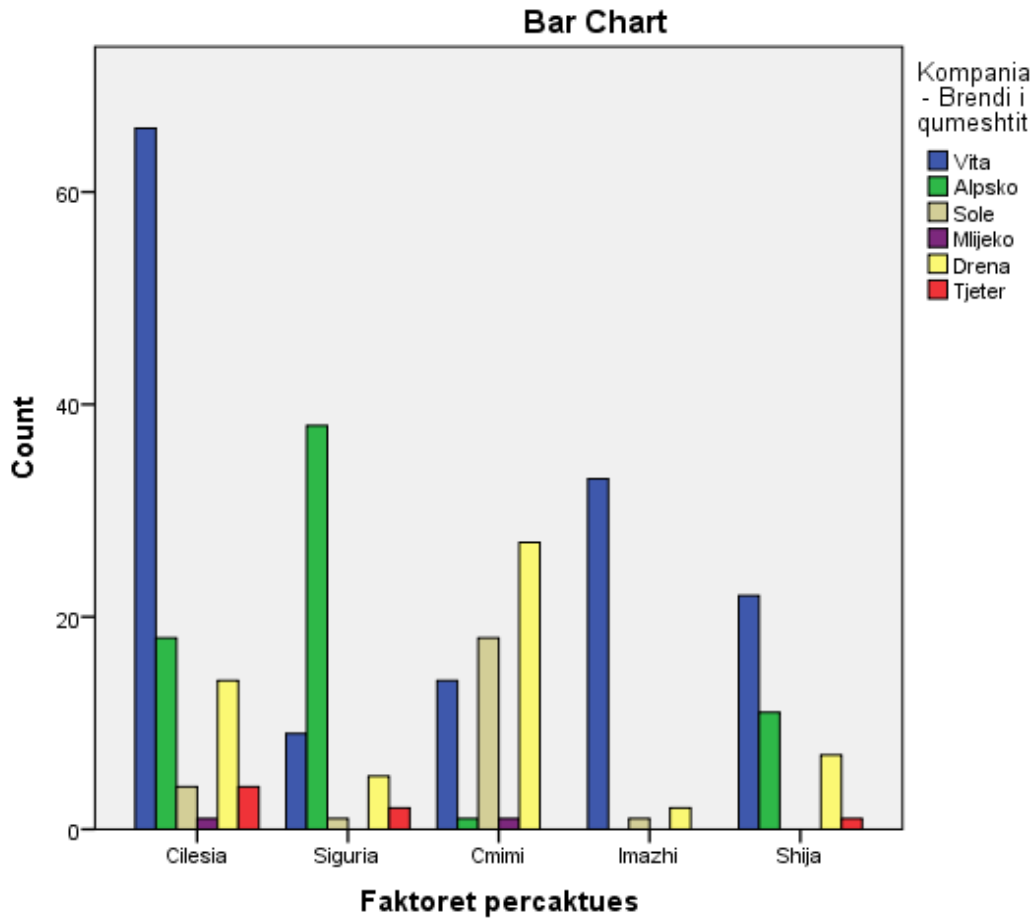
*Tabela 14. CHi Square tests-Faktoret përcaktues në konsumin e qumështit*Brendi i qumështit*

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	192.521 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	182.399	20	.000
Linear-by-Linear Association	.039	1	.844
N of Valid Cases	300		

a. 14 cells (46.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Sipas testit të mësipërm mund të shohim korrelacionin apo lidhshmërinë në mes të dy variablave të caktuara. Duke e parë vlerën e P-së shohim se $P=0.000$ atëherë këto dy variabla kanë lidhje statistikisht signifikante dhe se faktorët si : cilësia, siguria, çmimi, imazhi dhe shija ndikojnë tek konsumatorët për të përzgjedhur brendinë e qumështit që ata konsumojnë.

Figura 7. Faktoret përcaktues në konsumin e qumështit* Brendi i qumështit



5.2. Testimi i hipotezave

Për testimin e hipotezave do të përdorim T-testin ku me anë të vlerë së P-se mund të shohim se cilën hipotezë do ta zgjedhim.

Nëse:

$P > 0.05$ atëherë hedhim hipotezën alternative dhe pranojmë hipotezën bazë dhe mund të themi se testi nuk është significant.

$P < 0.05$ atëherë hedhim hipotezën bazë dhe pranojmë hipotezën alternative.

5.2.1. Testimi i hipotezes 1

H_0 : Konsumatorët e regjionit të Dukagjinit konsumojnë më shumë qumësht të importit.

H_1 : Konsumatorët e regjionit të Dukagjinit konsumojnë më shumë qumësht vendor.

Tabela 15. One-Sample T-test

One-Sample Test						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
					Origjina e qumeshtit	48.943

Duke e pare vlerën e P-së ku $P=0.000$ apo $P<0.05$ mund të themi se e hedhim hipotezën bazë dhe e pranojmë hipotezën alternative.

Kështu sipas hipotezave të testuara kuptojmë se konsumatorët e regjionit të Dukagjinit konsumojnë më shumë qumësht vendor sesa atë të importit.

5.2.2. Testimi i hipotezes 2

Këto hipoteza kanë të bëjnë me faktorët përcaktues që i nxisin konsumatorët tek përzgjedhja e brenditë të qumështit.

Hipotezat janë:

H0: Faktori determinues në sjelljen e konsumatorëve është çmimi i produktit.

H1: Faktori determinues në sjelljen e konsumatorëve është cilësia e produktit

Tabela 16. One-Sample T-test 2

One-Sample Test						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Faktoret percaktues	30.350	299	.000	2.497	2.33	2.66

Nga t-testi mund të kuptojmë se prapë vlera e P-së është më e vogël se 0.05 kështu edhe në këtë rast hedhim hipotezën bazë dhe pranojmë hipotezën alternative dhe mund të themi se faktori përcaktues tek konsumatorët në zgjedhjen e brenditë të qumështit është cilësia e produktit.

Kapitulli 6: Përfundimet dhe rekomandimet

Në fund të këtij studimi mund të shohim se qumështi është njëri nga sektorët më të rëndësishëm në ekonominë e vendit, edhe pse lufta në Kosovë e dëmtoi rëndë sektorin e qumështit pasi që me këtë rast pësua humbjen e shumë bagëti. Kështu mallrat nga importi mbuluan pothuajse të gjithë tregun vendor duke dëmtuar prodhuesit tanë të cilët po zhvilloheshin me hapa të ngadaltë.

Bilanci tregtar i Kosovës vazhdon të mbetet negativ dhe zgjidhja e vetme është përkrahja e prodhuesve vendor dhe konsumi më i lart i produkteve tona.

Qëllimi i këtij studimi ishte të shohim sjelljen e konsumatorëve të Rajonit të Dukagjinit ndaj qumështit UHT vendor dhe atij të importit. Duke parë se në këtë regjion ndodhet edhe qumështorja më e madhe në vend, atëherë është pritur që edhe konsumi i qumështit vendor të jetë më i lartë.

Nga 300 të anketuar në regjionin e Dukagjinit të gjithë deklaruan se konsumojnë qumësht UHT në paketim tetrapak.

Kryesisht qumështin që ata konsumonin ishte me origjinë vendore me një theks të veçant qumështi më i konsumuar ishte ai i kompanisë Vita.

Si faktorë përcaktues në sjelljen e konsumatorëve për konsumin e qumështit ishte cilësia, siguria dhe çmimi.

Mirëpo me testimin e hipotezave kuptuam se:

- Konsumatorët e këtij rajoni konsumojnë më shumë qumësht vendor sesa të importit
- Konsumatorët e këtij rajoni si faktor përcaktues në konsumin e qumështit kishin cilësinë në nivel më të lartë duke e krahasuar me faktorët e tjerë

6.1.Rekomandimet

Bazuar në përfundimet e mësipërme dhe hulumtimit të bërë do të paraqesim disa rekomandime të cilat u dedikohen institucioneve relevante, kompanive të qumështit vendor, por edhe konsumatorëve:

- ✓ Rekomandohet që institucionet shtetërore relevante duhet ti stimulojnë prodhuesit vendor dhe t'ju mundësojnë qasje më të lehta të depërtimit në treg me produktet e tyre.
- ✓ Rekomandohet që institucionet relevante ta kontrollojnë dhe menaxhojnë importin duke mos e mundur rritjen e vazhdueshme të tij pasi që ne si vend me prodhim të qumështit mund ta mbulojmë mbi 80% të tregut. Në këtë rast të ndikojnë në përmirësimin e bilancit tregtar negativ dhe rritjen e eksportit.
- ✓ Rekomandohet që prodhuesit e qumështit vendor të përmirësojnë cilësinë dhe sigurinë e prodhimit pasi që konsumatorët vendor e zëvendësojnë prodhimin vendor me atë të importit vetëm për shkak të këtyre dy faktorëve përcaktues.

- ✓ Rekomandohet që kompanitë e qumështit vendor të rishikojnë çmimet në treg të prodhimeve që ofrojnë duke bërë një diferencim nga ato të importit në aspektin e uljes së tyre për standartin e konsumatorëve të vendit . Kjo për faktin se konsumatorët i vlerësojnë produktet e importit si më cilësore dhe në treg qumështi vendor ofrohet me një çmim të njëjtë me atë të importit e ndonjëherë edhe me i lartë.

- ✓ Rekomandohet që konsumatorët të përkrahin prodhuesit vendor të rrisin vetëdijen e tyre sepse me këtë rast kanë rritur edhe mirëqenien.

Literatura

1. Chavan, S. R., Khedkar, C. D., & Jana, A. H. (2011, 8 22). *UHT Milk Processing and Effect of Plasmin Activity on Shelf Life*. Retrieved from Wiley Online Library: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1541-4337.2011.00157.x>
2. Gaucher, I., Boubellouta, T., Beaucher, E., Piot, M., Gaucheron, F., & Dufour, E. (2008). *Investigation of the effects of season, milking region, sterilisation process and storage conditions on milk and UHT milk physico-chemical characteristics: a multidimensional statistical approach*. Dairy Science & Technology volume 88.
3. *Agriculture*. (n.d.). Retrieved from NationalGeographic: <https://www.nationalgeographic.org/encyclopedia/agriculture/>
4. Allen, M. W., & Ng, S. H. (2004). *Economic Behavior*.
5. *ANALIZA E TREGUT TË QUMËSHITIT*. (2015, 10). Retrieved from DEPARTAMENTI I ANALIZAVE EKONOMIKE DHE: https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Tregu_i_qumeshtit_Final_15_10_2015.pdf
6. *ANALIZA E TREGUT TË QUMËSHITIT*. (2015, 10). Retrieved from DEPARTAMENTI I ANALIZAVE EKONOMIKE DHE: https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Tregu_i_qumeshtit_Final_15_10_2015.pdf

7. Auldist, M. J., Coats, S. J., Sutherland, B. J., Hardham, J. F., McDowell, G. H., & Rogers, G. L. (1996, 8). *Effect of somatic cell count and stage of lactation on the quality and storage life of ultra high temperature milk*. Retrieved from National Library of Medicine.
8. Berbatovci, I. (2018). *Market globalization and its impact on supply chain of dairy industry in*. Vienna: International Institute for Private - - Commercial- and Competition Law (Austria).
9. Burke, N., Zacharski, K. A., Southren, M., Hogan, P., Ryan, M. P., & Adley, C. G. (2018). *The Dairy Industry: Process, Monitoring, Standards, and Quality*. *Intech Open*.
10. Bytyqi, H., Gjonbalaj, M., Vegara, M., Mehmeti, H., Gjergjizi, H., Miftari, I., & Bytyqi, N. (2008). *ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOUR IN REGARD TO*. Retrieved from ACADEMIA.
11. Canavari, M., Imami, D., Gjonbalaj, M., Gjokaj, E., & Zvyagintsev, D. (2016, 5 26). *Attitudes and Preferences of Kosovar Consumer Segments Toward Quality Attributes of Milk and Dairy Products*. *Taylor&Francis Online*, 407-426. Retrieved from Taylor&Francis Online.
12. Cole, C. A. (2007). *Encyclopedia of Gerontology*. Iowa.
13. Datta, N., & Deeth, H. C. (2003). Heating systems. In N. Datta, & H. C. Deeth, *Encyclopedia of Dairy Sciences* (pp. 2642-52). London, UK: Academic Press.
14. Datta, N., Elliott, A. J., Perkins, M. L., & Deeth, H. C. (2002). Ultra-high-temperature (UHT) treatment of milk: Comparison of direct and indirect modes of heating. *Australian Journal of Dairy Technology*.
15. David, J. R., Graves, R. H., & Carlson, V. R. (1996). *Aseptic Processing and Packaging of Food: A Food Industry Perspective*. New York: CRC Press, Inc.

16. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). Orlando: Fort Worth : Dryden Press, ©1995.
17. FAO. (2005). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Retrieved from Livestock Sector: Brief South: http://www.fao.org/ag/againfo/resources/en/publications/sector_briefs/lb_ZAF.pdf
18. Gjokaj, E., Halimi, K., Gjonbalaj, M., & Leeds, S. (2017). Agricultural Finance in Kosovo. *Economic Alternatives*, 79-88.
19. Hardham, J., & Auld, M. (1996). *The effect of stage of lactation and somatic cell count on the age-gelation of UHT milk*. Viena, Austria: Intl. Dairy Federation.
20. Hayes, A. (2021). Chi-Square (χ^2) Statistic. *Investopedia*.
21. Hodgson, H. J. (1979). OUR INDUSTRY TODAY. In *Role of the Dairy Cow in World Food Production* (pp. 343-351). Wisconsin Agricultural Experiment Station.
22. Hursh, S. R. (1980). ECONOMIC CONCEPTS FOR THE. *JOURNAL OF THE EXPERIMENTAL ANALYSIS OF BEHAVIOR*, 219-238.
23. IDF. (2013). *The Economic Importance of Dairying*. Retrieved from IDF Factsheet: <https://fil-idf.org/wp-content/uploads/2016/04/The-economic-importance-of-dairying.pdf>
24. Jusufi, G., Mahmutaj, L. R., Jusufi, G., & Jusufi, N. (2015). Kosovo's International Trade: Balance of Trade. *European Journal of Economics*, 58-69.
25. Miftari, I., Ahmeti, S., Gjonbalaj, M., & Shkodra, J. (2011). THE ROLE OF DEMOGRAPHIC AND SOCIOECONOMIC FACTORS ON CONSUMPTION PATTERNS AND DEMAND FOR DAIRY. *EconAnadolu 2011: Anadolu International Conference in Economics II*, (p. 14). Eskişehir, Turkey.

26. Musliu, A., Gjonbalaj, M., Sherifi, K., & Meqe, M. (2009). *Economic losses related to raw milk quality on commercial dairy farms in Kosovo.*
27. Olson, J. C., & Reynolds, T. J. (1983). Understanding consumers' cognitive structures. *Advertising and consumer psychology* , 77-90.
28. Oupadissakoon, G. (2007). *Comparison of the sensory properties of ultra-high temperature (UHT) milk from different countries and preference mapping of UHT milk between U.S. and Thai consumers.* Retrieved from Kansas State University.
29. (2020). *Raporti i Gjellbër i Kosovës* . Prishtinë: Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural.
30. Reçica, F. (2009). Structural characteristics of Kosova's economy. *AAB College Repository Home*, 25-50.
31. Sallahu, S., & Gjokaj, E. (2016). The Potential of Agriculture in Developing Kosovo's Economy. *In Presented at the Proceedings of the International Conference of the DAAD Biodiversity Network Project 'Agriculture and biodiversity on the Balkan Peninsula*, (pp. 1-10). Prishtina, Kosovo.
32. Sharpe, M. E., Law, B. A., & Andrews, A. T. (1977). *Gelation of ultra-high-temperature-sterilized milk by proteases from a strain of Pseudomonas fluorescens isolated from raw milk.* Society of Dairy Technology (UK).
33. *Shkëmbimi tregtar i produkteve bujqësore 2014-2018.* (2019, 11). Retrieved from Departamenti i Analizave Ekonomike dhe Statistikave Bujqësore: https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Shkembimi_tregtar_i_produkteve_bujqesore_20142018____13120.pdf

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

34. *State of Environment in Kosovo 2015*. (2015). Retrieved from MINISTRY OF ENVIRONMENT AND SPATIAL PLANNING: <http://ammk-rks.net/repository/docs/Englisht-final.pdf>
35. White, D. R. (2004). A Student's Guide to Statistics for Analysis of Cross-Tabulations. *World Cultures, 14*(2).
36. White, D. R., & Korotayev, A. (2004). *Statistical Analysis of Cross-Tabs*.

Aneks

Për realizimin e këtij studimi është përdorur një pyetësor të cilin do ta shohim në vijim:

PYETËSOR

TEMA: “ANALIZA E SJELLJES SË KONSUMATORËVE NË KONSUMIN E QUMËSHTIT UHT VENDOR KUNDREJT ATIJ TË IMPORTIT

Me shpresën se ky pyetësor po ju gjen mirë me shëndet, ju faleminderit që po i kushtoni pak kohë këtij pyetësori i cili do të më ndihmojë për të punuar temën e diplomës master. Në vazhdim do të gjeni pyetjet, ndërsa përgjigjet tuaja caktoni me një rreth.

TË DHËNA PARËSORE

1.Gjinia:	1. Mashkull 2. Femër
2.Mosha:	1. 18 vjeç 2. 19-25 vjeç 3. 26-35 vjeç 4. 36-45 vjeç 5. Mbi 45 vjeç

3.Vendbanimi:	1. Qytet 2. Fshat
4.Niveli arsmimit:	1. Pa arsim 2. Fillore 3. Nëntëvjeçar 4. I mesëm 5. I lartë
5.A jeni i punësuar:	1. PO 2. JO
6.Lloji i profesionit:	
7.Të ardhurat mesatare mujore të familjes:	1.Më pak se 150 2.150-300 3.300-500 4.Mbi 500
8. A keni ndihma apo Remetanca (Ndihma nga diaspora)?	1.Po 2.Jo
9.Numri i anëtarëve të familjes?	

10.A keni të moshuar në familje?	1.PO 2.JO
11.A konsumoni qumësht në familje?	1.PO 2.JO
12. Nëse nuk konsumoni, cila është arsyeja e moskonsumit? (Nese ne pyetjen lart eshte pergjigjur me JO, ndaloni pyetesorin).	1.Shëndetësor 2.Cilësia e dobët e qumështit 3.Nuk keni preferencë 4.Nuk ju pëlqen 5.Arsye tjetër
13. Sa litra qumësht konsumoni në muaj?	1. Më pak se 3 litra 2. 3-5 litra 3. 5-10 litra 4. Më shumë se 10 litra
14. Vendi ku bleni qumështin:	1. Rreth rrugës 2. Në tregje të gjelbërta 3. Në fermë

	4. Në qendra tregtare (markete)
15. Paketimi i qumështit që preferoni:	1. Në shishe 2. Me paketim tetrapak
16. Preferoni më shumë qumësht:	1. Vendor 2. Të importuar
17. Qumështin e cilës kompani e konsumoni më shumë:	1. VITA 2. ALPSKO 3. SOLE 4. MLIJEKO 5. Drena 6. Tjetër
18. Cili prej këtyre faktorëve është përcaktues në zgjedhjen e qumështit:	1. Cilësia e lartë 2. Siguria e lartë 3. Cmimi i arsyeshëm 4. Imazhi 5. Shija e mirë

	6.Tjetër
19. Sa jeni të kënaqur me cilësinë e qumështit që konsumoni:	1.Shumë mirë 2.Mesatare 3.Dobët
20.Cili familjar bën blerjen e qumështit në familjen	1.Nëna 2.Babai 3.Vëllau/Motra 4.Tjetër
21.Sa mendoni që ndikojnë të ardhurat tuaja në konsumin e qumështit:	1. Shumë 2. Mesatarisht 3. Pak 4. Aspak
22.Sa shpenzoni mesatarisht në muaj për qumësht:	1. Më pak se 5 € 2. 5-10 € 3. 10-20 € 4. Më shumë se 20 €

23.A pajtoheni me cmimet aktuale të qumështit në treg:	1. Pajtohem plotësisht 2. Pajtohem pjesërisht 3.Nuk pajtohem
24.Sa i plotëson tregu aktual kërkesat tuaja për qumësht:	1. Shumë mirë 2. Mirë 3. Dobët

R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.

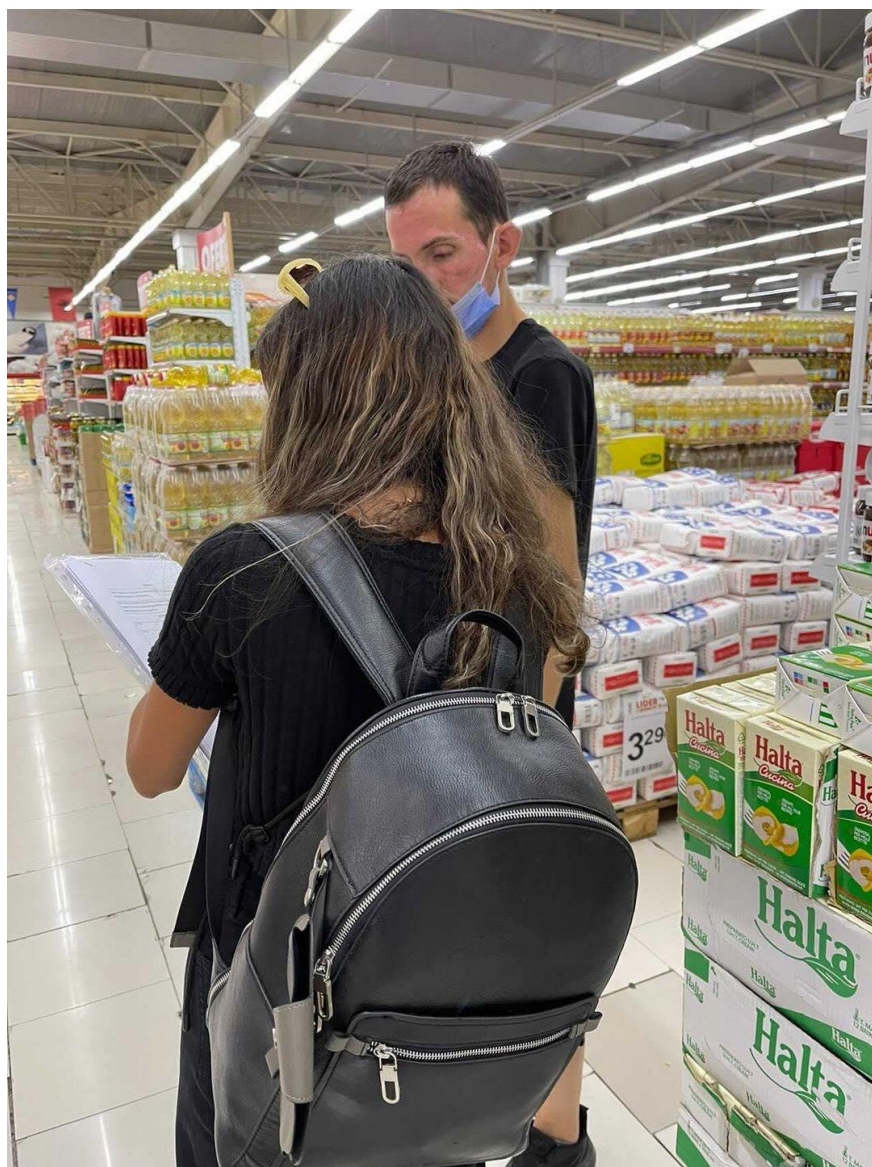
Fotot e realizuara gjatë punës në teren:



R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.



R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.



R.Blaka: Analiza e sjelljes së konsumatorëve në konsumin e qumështit UHT vendor kundrejt atij të importit. Punim i temës së Masterit, Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë, Prishtinë, 2021.