

# **Tema : Ndikimi i etiketimit dhe faktorëve të tjerë në vendimin e konsumatorëve në blerjen e mishit dhe të produkteve të tij në Rrafshin e Kosovës**

**Florentina Mustafa**

**Programi: Ekonomia e Bujqësisë dhe Ushqimit**

## **Abstrakti**

Qëllimi kryesor i këtij studimi është të analizojë ndikimin e etiketimit dhe faktorëve të tjerë në vendimin e konsumatorëve në blerjen e mishit dhe të produkteve të tij në Rrafshin e Kosovës. Në hulumtim i kam përfshirë dy produkte, mishin e pulës dhe sallamat.

Për realizimin e këtij punimi është përdorur një kombinim i burimeve primare dhe sekondare, ku mjete kryesor që është përdorur për marrjen e të dhënave primare ka qenë pyetësori i përpiluar dhe i dizajnuar specifikisht për t'iu përgjigjur objektivit kryesor të këtij punimi. Hulumtimi u zhvillua në Rrafshin e Kosovës, mostra e përzgjedhjes së pjesmarrësve ishte e rastësishme, ku përmes intervistimit të drejtpërdrejtë me anë të pyetësorit të strukturuar janë grumbulluar të dhënat e këtij punimi. Në grupin e të dhënave sekondare janë përfshirë të dhënat që janë grumbulluar nga literatura profesionale relevante me studimin, publikimet e profesorëve universitar, nga publikime të autorëve vendorë dhe të huaj dhe të dhënave tjera nga interneti etj.

Madhësia e mostrës përbëhej nga 330 të anketuar (respondentë). Këto të dhëna më pastaj janë regjistruar dhe përpunuar përmes programeve Excel dhe SPSS. Është përdorur analiza deskriptive Crosstab dhe analiza empirike Chi Square test. Poashtu kam përdorur analizën Probit Logit Regression si dhe analizën Multiple Responses.

Rezultatet e studimit tregojnë se etiketimi ndikon në vendimin e konsumatorëve në blerjen e mishit të pulës dhe sallamave, konsumatorët i kushtojnë rëndësi etiketave dhe i lexojnë ato para se të blejnë mishin e pulës dhe sallamat ku rëndësi më të madhe ju kushtojnë elementeve përbërëse të etiketave si origjinës së prodhimit dhe datës së skadimit të këtyre produkteve. Vlenë

të ceket që femrat kanë më shumë njohuri për etiketat sesa meshkujt. Poashtu faktorë të tjerë që ndikojnë në vendimin e konsumatorëve është vendi i blerjes ku konsumatorët e blejnë më shumë mishin e pulës në markete sesa në vende të tjera pastaj faktorë të tjerë që ndikojnë gjithashtu janë edhe cilësia, siguria, çmimi i këtyre produkteve. Sa i përket origjinës së produkteve ata konsumojnë sallama të importuara dhe mish të pulës vendore.

Fjalët kyçe : *produktet e mishit ,etiketa ,vendimi i blerjes, konsumatori*

## **Abstract**

The main reason of this study is to analyze the impact of labeling the other factors in the Customers decision for purchasing of meat and other product in all the territory of Kosovo. In my research I have included two Products, the chicken meat and salami

For the realization of this work it was used the combination of primary and secondary resources, where the main tool that was used in getting the data of the primary objective was the Questionnaire which is compiled and designed specifically for answering the main objective of this Work. The research was held in the territory of Kosovo, the sample of choosing the participants was a coincidence, where during the direct interview through the structured questionnaire were the data of this Work gathered. In the second group of data gathering was included the data that was gathered from professional literature that is relevant with the study, the publishing of University Professors, from publishes of local Authors and the Foreign Authors and other data from the Internet etc.

The size of the sample consists from 330 respondents. These data later are registered and processed by the programs Excel and SPSS. It was used the descriptive analysis Crosstab and the empiric analysis Chi Square test. Also I have used the Probit Logit Regression analysis and the Multiple Responses analysis.

The results of the study have shown that the labeling affects in the decision of customers for purchasing of chicken meat and salami where they pay more attention to the ingredients of the

labels like the origin of the production and due date of this products. It should be mentioned that Women have more knowledge for labels than Men. Also other factors which affect in the decision of the customers is the Place of Purchase where Customers purchases the chicken meat more than other Places, then other factors that affect are also the quality, security and the price of these products. As for the origin of the Products they consume imported salami and local chicken meat.

The main Words: *the meat products, labels, the purchase decision, the customer*