



RAPORT

VLERËSIMI I NDIKIMIT SOCIO EKONOMIK TË FESTIVALIT HARDH FEST

Tetor 2025



Përgatitur për: HardhFest
Përgatitur nga: IDRA Research and Consulting – Kosovë

Autoret:

Dina Vllasaliu, Menaxhere e Projekteve dhe Hulumtuese, IDRA Research and Consulting – Kosovë

Nora Jusufi, Drejtoreshë, IDRA Research and Consulting – Kosovë

Shënim mbi përgjegjësinë:

Ky dokument është përgatitur nga ekipi i IDRA Research and Consulting – Kosovë në kuadër të studimit mbi ndikimin socio-ekonomik të HardhFest-it. Përmbajtja, analizat dhe konkluzionet e paraqitura i përkasin vetëm autorëve dhe bazohen në të dhënat e mbledhura nga anketat, organizatorët si dhe Agjencia e Statistikave të Kosovës.

Përmbajtja

Përmbledhje ekzekutive	5
Hyrje.....	5
Përmbledhje e literaturës.....	7
Ndikimi direkt ekonomik.....	7
Efektet ekonomike shoqëruese	7
Përfitimet sociale dhe kulturore	8
Metodologjia	8
Rezultatet nga të dhënat primare	9
Shpërndarja demografike e mostrës	9
Pjesëmarrja në festival.....	13
Përvoja e pjesëmarrësve dhe aktivitetet.....	14
Shpenzimet dhe akomodimet	18
Vlerësimi i përvojës.....	16
Ndikimi direkt ekonomik: Shpenzimet e konsumit dhe ndikimi direkt në BPV	18
Modeli i skenarëve të ndryshme të shpenzimit	23
Ndikimi indirekt ekonomik: Multiplikatori	25
Shpenzimet direkte të HardhFest, burimet e financimit dhe kthimi në investim i granteve	27
Përfundime dhe rekomandime.....	29

Lista e figurave

Figura 1. Mosha e pjesëmarrësve të anketuar	9
Figura 2. Gjinia e pjesëmarrësve të anketuar	10
Figura 3. Vendi ku jetojnë pjesëmarrësit e anketuar	10
Figura 4. Rajoni ku jetojnë të anketuarit.....	11
Figura 5. Kategoria që i përshkruan më së miri pjesëmarrësit e anketuar	12
Figura 6. Statusi i punësimit i pjesëmarrësve të anketuar.....	12
Figura 7. A është hera juaj e parë që merrni pjesë në HardhFest?	13
Figura 8. Sa herë keni marrë pjesë më parë?	13
Figura 9. Cilat kanë qenë arsyet kryesore që ju motivuan të merrni pjesë në festival?	14
Figura 10. Si keni dëgjuar për HardhFest?	15
Figura 11. Në cilat aktivitete keni marrë pjesë apo po planifikoni të merrni pjesë?	16
Figura 12. Sa i/e kënaqur jeni me përvojën tuaj në HardhFest?	16
Figura 13. Sa është e mundshme që do t'ia rekomandonit HardhFest një shoku ose një anëtar të familjes?	17
Figura 14. Sa është e mundshme që do ta vizitoni HardhFest në edicionet e ardhshme?	17
Figura 15. Ku po qëndroni gjatë HardhFest?	18
Figura 16. Shpenzimet mesatare ditore të pjesëmarrësve të anketuar	20

Lista e tabelave

Tabela 1. Shpenzimet e pjesëmarrësve sipas ditëve të pjesëmarrjes	20
Tabela 2. Shpenzimet ditore të ndara sipas kategorive të banorëve.....	21
Tabela 3. Shpenzimet e pjesëmarrësve sipas ditëve të pjesëmarrjes (të peshuara)	22
Tabela 4. Shpenzimet ditore të ndara sipas kategorive të banorëve (të peshuara)	22
Tabela 5. Llogaria totale e shpenzimeve të pjesëmarrësve sipas tri skenareve	24
Tabela 6. Ndikimi i drejtpërdrejtë i shpenzimeve konsumatore në BPV-në e vendit.....	25
Tabela 7. Ndikimi indirekt makroekonomik.....	27
Tabela 8. Shpenzimet për festivalin e HardhFest.....	28
Tabela 9. Sponzorimet dhe grantet	28

Përmbledhje ekzekutive

HardhFest, festivali tradicional i verës dhe trashëgimisë kulturore të Rahovecit, është shndërruar ndër vite në një nga ngjarjet më të mëdha kulturore në Kosovë. Ky vlerësim synon të masë ndikimin e tij socio-ekonomik duke përdorur të dhëna nga një anketë me 351 pjesëmarrës, të mbajtur gjatë tri ditëve të festivalit, si dhe informacione shtesë nga organizatorët dhe burime statistikore zyrtare nga Agjencia e Statistikave të Kosovës.

Shumica e pjesëmarrësve janë banorë të Kosovës, veçanërisht nga Rahoveci, ndërsa një pjesë më e vogël vijnë nga diaspora dhe vizitorë ndërkombëtarë. Moshë mesatare është 38 vjeç, me përfaqësim të balancuar gjinor. Shumica kanë marrë pjesë edhe më parë, çka dëshmon se festivali ka krijuar një publik besnik. Në të njëjtën kohë, çdo vit i tërheq edhe pjesëmarrës të rinj, duke zgjeruar audiencën.

Mesatarja e qëndrimit është 2.4 ditë. Një pjesë e madhe e pjesëmarrësve kthehen në shtëpitë e tyre në Rahovec ose qytete të tjera të Kosovës, ndërsa rreth 5% përdorin hotele ose banesa me qira. Ky numër ka rëndësi të madhe për industrinë e mikpritjes. Muzika, vera dhe atmosfera festive janë arsyet kryesore të pjesëmarrjes, ndërsa rrjetet sociale dhe rekomandimet nga miqtë e familja mbeten kanalet më të rëndësishme të informacionit.

Në analizë, shpenzimet mesatare janë llogaritur duke peshuar çdo kategori sipas pjesëmarrjes reale, në mënyrë që të shmanget mbivlerësimi i shpenzimeve në kategori ku vetëm një numër i vogël pjesëmarrësish kanë raportuar (p.sh. akomodimi apo shpenzimet “të tjera”). Kjo qasje përfshin edhe ata që nuk kanë bërë shpenzime në secilën kategori dhe jep një pasqyrë më përfaqësuese për shpenzimet e një pjesëmarrësi mesatar. Për rrjedhojë, për llogaritjen e ndikimit ekonomik janë përdorur vetëm vlerat e peshuara, ndërsa mesataret e papeshuara raportohen si informacion plotësues.

Sa i përket shpenzimeve të peshuara të pjesëmarrësve gjatë qëndrimit në HardhFest, shpenzimet për ushqim dhe pije përbën pjesën më të madhe të shpenzimeve ditore – mesatarisht rreth 96 €. Pas tij renditen shpenzimet për transport (42 €) dhe shpenzimet për blerje (19 €). Në krahasim, shpenzimet për akomodim janë më të ulëta duke qenë se një pjesë e vogël e mostrës (4.2%) deklaruan të jenë akomoduar diku.

Sipas organizatorëve dhe një deklarate nga Drejtoria Rajonale e Policisë në Gjakovë, HardhFest 2025 ka tërhequr rreth **60 mijë pjesëmarrës**. Të dhënat e mbledhura tregojnë se një pjesëmarrës shpenzon mesatarisht rreth **185 €** gjatë një qëndrimi tipik prej **2.4 ditësh**. E përkthyer në total, kjo do të thotë se festivali ka gjeneruar afro **11.1 milionë €** konsum në ekonomi.

Megjithatë, jo e gjithë kjo shumë mbetet brenda vendit. Një pjesë e ushqimeve, pijeve dhe produkteve të tjera janë të importuara. Nëse supozohet se rreth **13% e shpenzimeve** lidhen me importe, ndikimi neto në Bruto Produktin Vendor bie në **9.6 milionë €**. Nëse varësia nga importet është më e lartë, deri në **30%**, atëherë ndikimi neto llogaritet në **7.7 milionë €**.

Përveç ndikimit të drejtpërdrejtë, shpenzimet e pjesëmarrësve krijojnë edhe një efekt zinxhiror në ekonomi. Duke përdorur një multiplikator prej **1.07**, ndikimi total arrin deri në **11.8 milionë €** në skenarin më optimist dhe rreth **8.3 milionë €** në skenarin më konservativ. Kjo tregon se sa e rëndësishme është që shpenzimet të mbeten brenda ekonomisë vendore.

Edhe organizatorët kanë dhënë një kontribut të drejtpërdrejtë. Shpenzimet për artistë, logjistikë dhe staf kanë arritur mbi **204 mijë €**, ndërsa financimi i festivalit është siguruar nga sponzorë privatë (52%), qeveria (26%) dhe komuna e Rahovecit (22%), me gjithsej **227 mijë €**. Krahasuar me konsumin e gjeneruar, kjo nënkupton se për çdo **1 € të investuar** përmes granteve dhe sponzorimeve, ekonomia lokale ka përfituar rreth **47.8 € qarkullim**.

Nëse ky financim ndahet sipas burimeve, rezulton se për çdo **€1 të investuar nga Komuna e Rahovecit** janë gjeneruar rreth **€220** në ekonomi, për çdo **€1 nga grantet qeveritare** rreth **€183**, ndërsa për çdo **€1 të sponsorizuar nga bizneset/private** rreth **€93.6**. Këto vlera janë orientuese, pasi ndikimi ekonomik i festivalit ndërthuret edhe me grantet dhe investimet e tjera publike që qarkullojnë në ekonomi e nuk mund të izolohet, prandaj rezultatet duhet parë si tregues të efektit shumëfishues, jo si ndarje e saktë sipas burimit të financimit. P.sh. fondet e investuara nga Komuna e Rahovecit nuk mund të izolohen për të matur ndikimin e tyre ekonomik të drejtpërdrejtë dhe kthimin në investim pasi këto grante janë integruar në investimin total që ka bërë të mundur realizimin e festivalit dhe, si rrjedhojë, ndikimin ekonomik të gjeneruar.

Nga ana e përvojës së vizitorëve, rezultatet janë shumë pozitive: mbi 90% deklaruan se janë të kënaqur ose shumë të kënaqur, ndërsa 79% shprehen se do ta rekomandonin HardhFest dhe 75% se do të ktheheshin sërish. Kjo e pozicionon festivalin si një ngjarje të qëndrueshme, me reputacion të fortë dhe potencial për rritje të vazhdueshme.

Në përfundim, HardhFest është një ngjarje e rëndësishme ekonomike dhe kulturore për Rahovecin dhe Kosovën. Ai gjeneron konsum të madh në një periudhë të shkurtër, krijon të ardhura për bizneset lokale, forcon identitetin kulturor dhe tërheq vizitorë nga vendi e jashtë tij.

Hyrje

Që nga themelimi në vitin 2015¹, festivali tradicional dhe ndërkombëtar **HardhFest** është shndërruar në një nga ngjarjet më të rëndësishme kulturore në Kosovë. Përmes promovimit të hardhisë, verës dhe trashëgimisë së pasur kulturore të Rahovecit, festivali ka krijuar një hapësirë të veçantë për shkëmbim ndërkombëtar, duke tërhequr pjesëmarrës e pjesëmarrës nga mbarë bota. Çdo vit, Rahoveci kthehet në një qendër të gjallë të kulturës, artit dhe gastronomisë, duke kontribuar jo vetëm në ruajtjen e identitetit kulturor dhe në promovimin e traditës së vreshtarisë, por edhe në zhvillimin e ekonomisë lokale përmes turizmit, konsumit të shërbimeve dhe aktiviteteve tregtare.

Ky studim bazohet në të dhëna primare që janë mbledhur përmes një ankete me pjesëmarrësit e festivalit gjatë tri ditëve të ngjarjes, si dhe të dhëna sekondare të siguruar nga organizatorët dhe Agjencia e Statistikave të Kosovës.

Rezultatet e këtij vlerësimi ofrojnë një pasqyrë të gjerë mbi ndikimin e HardhFest në mirëqenien ekonomike, sociale dhe kulturore të Rahovecit dhe më gjerë. Ky raport synon të shërbejë si udhërrëfyes për vendimmarrje më të qëndrueshme, si për organizatorët e festivalit, ashtu edhe për institucionet dhe partnerët që mbështesin zhvillimin e ngjarjeve kulturore dhe turistike në vend.

Përmbledhje e literaturës

Festivalet po njihen gjithnjë e më shumë si nxitës të zhvillimit ekonomik në komunitete anembanë botës. Ato janë pjesë integrale e industrive kreative dhe të turizmit, të cilat kanë potencial të lartë për të kontribuar në zhvillimin ekonomik dhe punësim. Sipas UNCTAD, industria kreative punëson rreth 50 milionë njerëz globalisht, kryesisht të rinj të moshës 15–29 vjeç, dhe kontribuon në disa prej Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ), si reduktimi i varfërisë, barazia gjinore, punësimi i denjë dhe zhvillimi industrial².

Ky rishikim i literaturës analizon ndikimin ekonomik të HardhFest, duke përfshirë efektet e drejtpërdrejta dhe të tërthorta ekonomike, si dhe përfitimet sociale e kulturore në nivel lokal dhe kombëtar.

Ndikimi direkt ekonomik

Ndikimi direkt ekonomik i festivaleve buron kryesisht nga shpenzimet e pjesëmarrësve. HardhFest tërheq mijëra pjesëmarrës, si vendas ashtu edhe të huaj, të cilët kontribuojnë në ekonominë lokale përmes akomodimit, ushqimit, transportit, konsumit të verës dhe aktiviteteve të tjera argëtuese. Evidenca nga praktikatat ndërkombëtare tregon se festivalet mund të rrisin dukshëm shpenzimet konsumatore dhe të gjenerojnë të ardhura shtesë për sektorin e mikpritjes dhe gastronomisë³.

Kërkesa e shtuar për mallra dhe shërbime gjatë festivalit nxit rritjen e shitjeve për bizneset lokale, veçanërisht për prodhuesit e verës, shitësit e produkteve bujqësore dhe ndërmarrjet e vogla që shërbejnë pjesëmarrësit. Për komunitetin e Rahovecit, festivali ka një rol të rëndësishëm në rritjen e dukshmërisë së prodhimeve vendore dhe në fuqizimin e ekonomisë lokale.

Efektet ekonomike shoqëruese

Përtej shpenzimeve të drejtpërdrejta, festivali gjeneron efekte ekonomike indirekte dhe të nxitura. Efektet indirekte lidhen me furnizuesit që përfitojnë nga kërkesa e shtuar gjatë festivalit, ndërsa efektet

¹ Made in Kosova. HardhFest. E qasshme në: <https://tinyurl.com/42mjjazb>

² UNCTAD. (2022). *Perspektiva e ekonomisë krijuese: Viti Ndërkombëtar i Ekonomisë Kreative për Zhvillim të Qëndrueshëm – Rruga drejt industrive kreative elastike*. E qasshme në: <https://tinyurl.com/ms6ymxdj>

³ Universiteti Shtetëror i Oregonit. (2023). *Si festivali krijon bum në ekonomi*. E qasshme në: <https://tinyurl.com/4phbfmsw>

e nxitura burojnë nga rritja e të ardhurave të punonjësve në sektorë si hoteleria, gastronomia dhe transporti, të cilët më pas i ri-investojnë këto të ardhura në ekonomi⁴.

Studimet tregojnë se përballë konkurrencës së madhe midis destinacioneve turistike, organizimi i festivaleve kulturore shërben si një mjet i rëndësishëm për diferencim dhe krijimin e avantazhit konkurrues. Rezultatet paraprake të studimeve nxjerrin në pah se festivalet funksionojnë si motorë zhvillimi ekonomik dhe biznesor, duke gjeneruar përfitime financiare, sociale dhe kulturore për komunitetet pritëse.⁵

Përfitimet sociale dhe kulturore

HardhFest nuk është vetëm një ngjarje ekonomike, por edhe një platformë që forcon identitetin kulturor dhe traditat bujqësore të Kosovës. Ai promovon trashëgiminë e vreshtarisë dhe verarisë, duke lidhur komunitetin me historinë dhe kulturën e tij. Njëkohësisht, festivali krijon hapësira për artistë, muzikantë dhe biznese lokale, duke nxitur kreativitetin dhe pjesëmarrjen qytetare.

Festivali gjithashtu nxit turizmin kulturor dhe rural, duke tërhequr pjesëmarrës që përveç festivalit, eksplorojnë bukuritë natyrore dhe gastronominë e zonës. Këto efekte e pozicionojnë Rahovecin si një destinacion të rëndësishëm turistik.

Këto aspekte reflektohen edhe në Strategjinë e Turizmit të Kosovës 2024–2030⁶, e cila identifikon festivalet si shtyllë kyçe të zhvillimit turistik. Strategjia parashikon mbështetje financiare dhe infrastrukture për festivale të tilla, duke përfshirë një buxhet të dedikuar prej **1,064,000 €** për të siguruar qëndrueshmërinë e tyre dhe rritjen e ndikimit ndërkombëtar.

Metodologjia

Për të matur ndikimin socio-ekonomik të HardhFest 2025, u përdor një qasje e kombinuar e cila përfshinte grumbullimin e të dhënave primare përmes anketimit të pjesëmarrësve si dhe të dhënata sekondare të siguruara nga stafi i HardhFest për të matur tutje ndikimin indirekt të festivalit në ekonominë e Kosovës.

Pyetësi i përdorur për mbledhjen e të dhënave primare përfshinte module të ndryshme:

- Informacioni i përgjithshëm mbi karakteristikat demografike dhe socio-ekonomike të pjesëmarrësve (mosha, gjinia, vendbanimi, statusi i punësimit, etj.);
- Pjesëmarrja në festival, duke përfshirë përvojat e mëparshme dhe motivimet për të marrë pjesë në këtë edicion;
- Përvoja dhe aktivitetet, duke matur angazhimin e pjesëmarrësve në programin e festivalit;
- Shpenzimet dhe akomodimi, për të vlerësuar ndikimin ekonomik në nivel lokal;
- Vlerësimi i përvojës, duke matur kënaqësinë, qëllimin për rikthim dhe gatishmërinë për ta rekomanduar festivalin tek të tjerët.

Anketimi u zhvillua gjatë tre ditëve të festivalit dhe përfshiu një mostër prej 351 pjesëmarrës. Mostra u përzgjedh përmes qasjes së përzgjedhjes në terren (on-site sampling), duke synuar një shpërndarje

⁴ Universiteti i Minesotës. *Festivalet e komunitetit – Përfitime të mëdha, por edhe rreziqe*. E qasshme në: <https://tinyurl.com/57fu6ah4>

⁵ Apostolakis, Alexandros & Viskadouraki, Ioanna (2017). *Analiza e ndikimit ekonomik të festivaleve kulturore në ekonominë lokale. Menaxhimi Kulturor: Shkencë dhe Edukim*. E qasshme në: <https://doi.org/10.30819/cmse.1-2.04>

⁶ Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë (MINT). (2024). *Strategjia e Turizmit të Kosovës 2024–2030*. E qasshme në: <https://tinyurl.com/e5bypxhd>

të balancuar të pjesëmarrësve sipas moshës, gjinisë, vendbanimit dhe statusit të pjesëmarrjes (vendorë, pjesëmarrës nga qytete të tjera të Kosovës, diaspora dhe pjesëmarrës ndërkombëtarë).

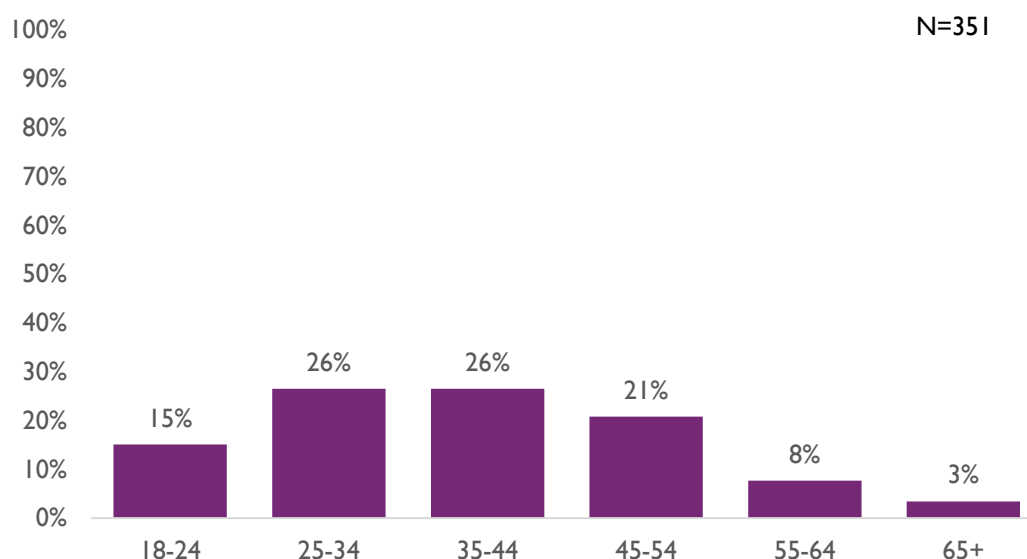
Në këtë studim, me një mostër prej 351 pjesëmarrësish të përzgjedhur nga një popullatë prej rreth 60,000 individësh, marzha e gabimit llogaritet të jetë rreth $\pm 5\%$ me një nivel besueshmërie prej 95%. Kjo nënkupton se përqindjet e raportuara nga anketa nuk përfaqësojnë vlera të sakta në çdo detaj, por në 95% të rasteve, vlerat reale në popullatë pritet të jenë brenda një intervali prej ± 5 pikë përqindjeje nga rezultatet e raportuara.

Rezultatet nga të dhënat primare

Shpërndarja demografike e mostrës

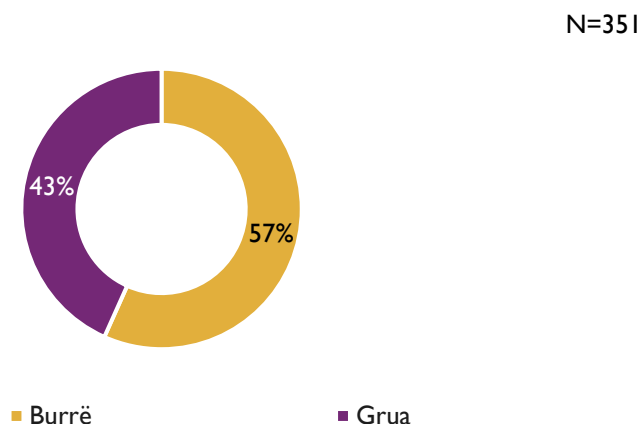
Mosha mesatare e të anketuarve rezulton të jetë rreth 38.3 vjeç, ndërsa mosha mediane është 38 vjeç, duke treguar një shpërndarje relativisht të balancuar. Struktura sipas kategorive të moshës tregon se pjesa më e madhe e të anketuarve i përket grupmoshës 25–34 vjeç dhe 35–44 vjeç, secila me nga 26% të totalit. Pas tyre, një përqindje e konsiderueshme prej rreth 21% përfaqësohet nga grupmosha 45–54 vjeç. Ndërkohë, grupmoshat më të reja 18–24 vjeç përbëjnë 15% të të anketuarve, kurse grupmosha 55–64 vjeç përfaqëson rreth 8%. Përqindjen më të ulët e ka grupmosha mbi 65 vjeç.

Figura 1. Mosha e pjesëmarrësve të anketuar



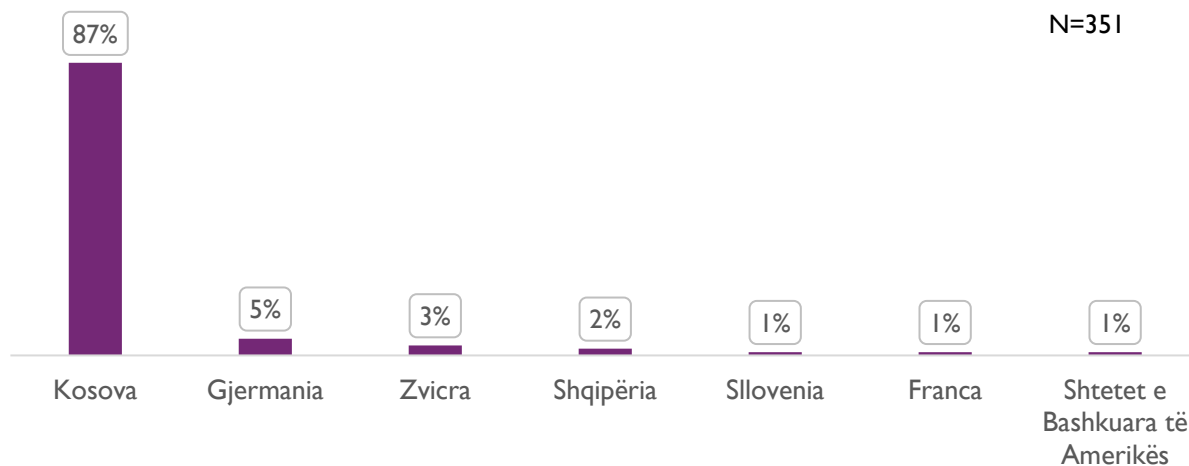
Shpërndarja sipas gjinisë tregon se 57% e pjesëmarrësve të anketuar janë burra, ndërsa 43% gra. Kjo nënkupton një përfaqësim disi më të lartë të burrave krahasuar me gratë, megjithëse raporti mbetet relativisht i balancuar.

Figura 2. Gjinia e pjesëmarrësve të anketuar



Shumica dërmuese e të anketuarve, rreth 87%, jetojnë në Kosovë, duke treguar se mostra është e përqendruar kryesisht brenda vendit. Përfaqësime më të vogla vërehen nga diaspora, ku 5% jetojnë në Gjermani, 3% në Zvicër dhe 2% në Shqipëri. Përqindje më të ulëta janë regjistruar edhe në vende të tjera si Sllovenia, Franca dhe Shtetet e Bashkuara të Amerikës, secila me nga 1% e të anketuarve. Kjo shpërndarje tregon se, megjithëse pjesa më e madhe e të anketuarve është e vendosur në Kosovë, ekziston gjithashtu një përfaqësim i lehtë i diasporës shqiptare në disa shtete evropiane dhe më gjerë si pjesëmarrës në festival.

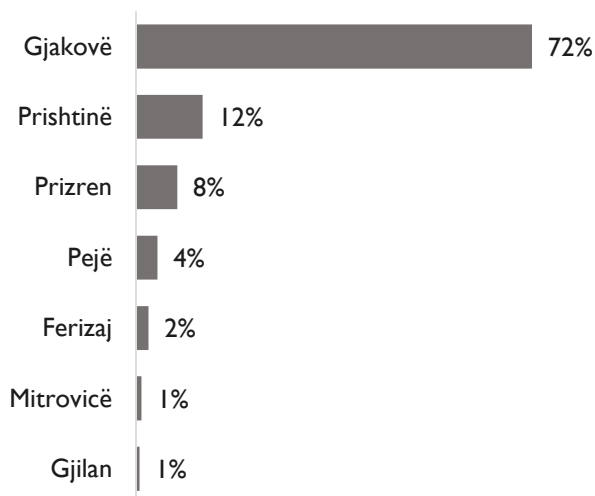
Figura 3. Vendi ku jetojnë pjesëmarrësit e anketuar



Për sa i përket shpërndarjes rajonale, 72% e pjesëmarrësve të anketuar deklaruan se jetojnë në rajonin e Gjakovës pasuar nga 12% në atë të Prishtinës, 8% në atë të Prizrenit e kështu me radhë. Mitrovica dhe Gjlani patën përfaqësimin më të ulët të mostrës me rreth 1% për secilin rajon.

Figura 4. Rajoni ku jetojnë të anketuarit

N=304

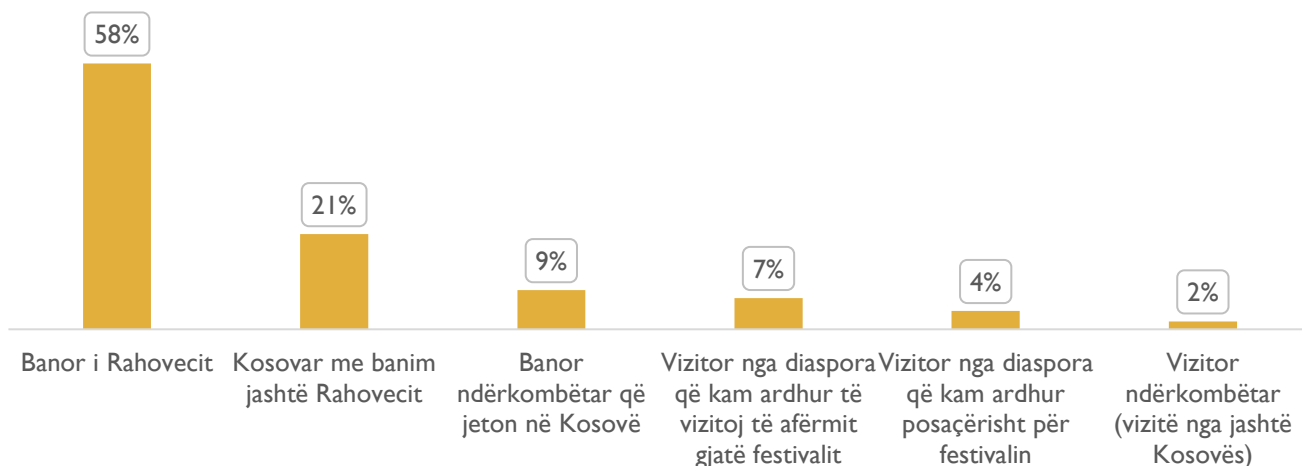


Pjesëmarrësve u është kërkuar të identifikojnë kategorinë që i përshkruan më së miri. Kjo pyetje u përfshi për të ndihmuar analizën e shpenzimeve dhe për të kuptuar më qartë se si struktura e audiencës lidhet me kontributin ekonomik të festivalit. Kështu, të dhënat ndajnë publikun në disa grupe - banorë të Rahovecit, kosovarë që jetojnë në qytete të tjera, pjesëmarrës nga diaspora dhe vizitorë ndërkombëtarë.

Rezultatet tregojnë një dominim të qartë të banorëve vendas: 58% e mostrës deklaruan se jetojnë në Rahovec. Një pjesë tjetër, rreth 21%, ishin kosovarë nga pjesë të tjera të vendit. Në mesin e të anketuarve figurojnë edhe 9% banorë ndërkombëtarë që jetojnë në Kosovë, si dhe 11% pjesëmarrës të diasporës që kishin ardhur për të vizituar të afërmit gjatë festivalit. Një gjetje veçanërisht e rëndësishme lidhet me 4% të mostrës, rreth 14 individë, të cilët kishin udhëtuar posaçërisht nga diaspora vetëm për festivalin. Ky detaj e bën të qartë se festivali nuk është vetëm një ngjarje vendore, por një pikë tërheqëse që motivon vizita nga jashtë. Ai tregon për lidhjen e fortë emocionale që diaspora ruan me vendlindjen, por edhe për mundësinë që ngjarja të gjenerojë shpenzime të drejtpërdrejta, duke kontribuar në zhvillimin lokal dhe në promovimin kulturor të Rahovecit.

Figura 5. Kategoria që i përshkruan më së miri pjesëmarrësit e anketuar

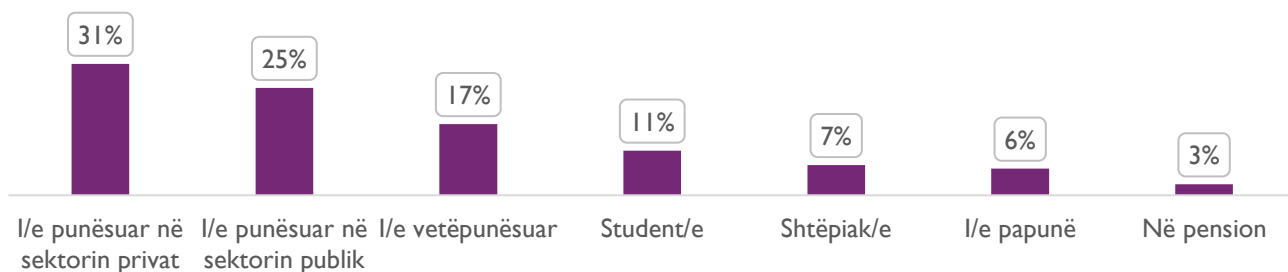
N=351



Sa i përket statusit të punësimit, rreth 31% e mostrës janë të punësuar në sektorin privat, ndërsa 25% deklaruan se punojnë në sektorin publik. Një pjesë e konsiderueshme prej 17% janë të vetëpunësuar. Studentët përbëjnë rreth 11% të mostrës, ndërsa 7% janë shtëpiakë, që sugjeron një përfaqësim të atyre që nuk janë aktivë në tregun formal të punës. Po ashtu, 6% janë të papunë dhe 3% janë pensionistë. Këto të dhëna jo vetëm që pasqyrojnë strukturën e punësimit të të anketuarve, por gjithashtu ofrojnë një bazë të rëndësishme për të analizuar modelet e shpenzimeve, duke marrë parasysh se statusi i punësimit ndikon drejtpërdrejt në nivelin e të ardhurave dhe në fuqinë konsumuese të individëve.

Figura 6. Statusi i punësimit i pjesëmarrësve të anketuar

N=351

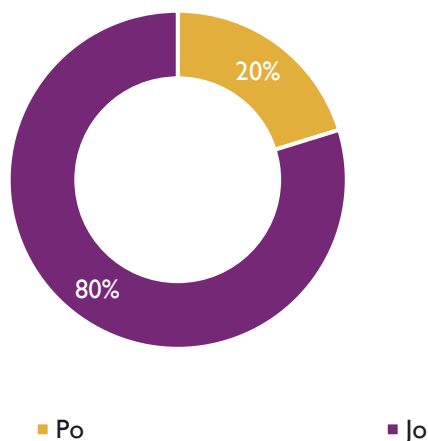


Pjesëmarrja në festival

Të dhënat lidhur me pjesëmarrjen e mëparshme në festival japin një pasqyrë të qartë mbi nivelin e angazhimit të audiencës. Fillimisht, 20% e mostrës kanë deklaruar se nuk kanë marrë pjesë më herët, ndërsa 80% kanë qenë pjesëmarrës të festivalit edhe më parë. Kjo tregon një bazë të qëndrueshme të audiencës që e ka ndjekur festivalin ndër vite.

Figura 7. A është hera juaj e parë që merrni pjesë në HardhFest?

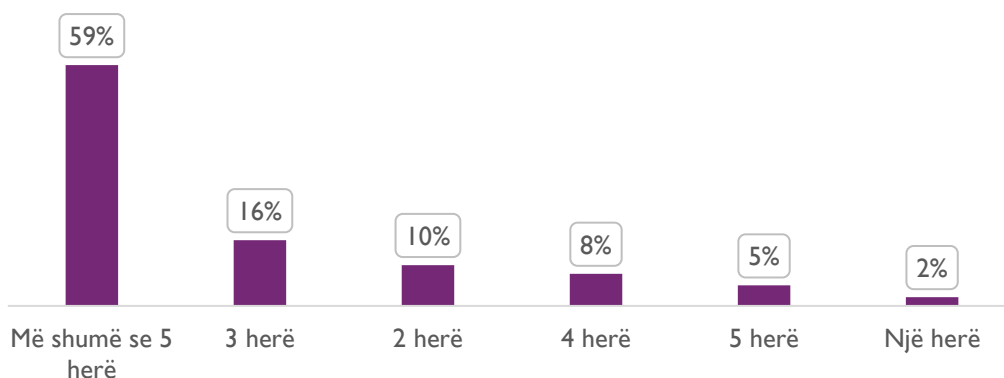
N=351



Nga ata që kanë marrë pjesë më parë, pjesa më e madhe – rreth 59% – kanë marrë pjesë më shumë se pesë herë, duke dëshmuar një besnikëri të lartë dhe lidhje të fortë me këtë aktivitet kulturor. Përveç tyre, 16% kanë marrë pjesë tri herë, 10% dy herë, 8% katër herë dhe 5% pesë herë. Ndërkohë, vetëm 2% e të anketuarve kanë qenë pjesëmarrës për herë të parë para këtij edicioni.

Figura 8. Sa herë keni marrë pjesë më parë?

N=351



Të dhënat tregojnë se festivali tashmë ka krijuar një publik besnik. Shumë vizitorë kthehen çdo vit, duke e bërë atë një ngjarje të rrënjësor fort në kalendarin kulturor të komunitetit. Në të njëjtën kohë,

fakti që një pjesë e mirë marrin pjesë për herë të parë tregon potencialin për zgjerim të audiencës, sidomos nëse festivali vazhdon të tërheqë vizitorë të rinj nga Rahoveci, qytetet e tjera të Kosovës dhe diaspora.

Arsyet e pjesëmarrjes janë të ndryshme. Pothuajse një në katër vizitorë (23%) shprehen se kanë ardhur për verërat dhe produktet e rrushit, duke konfirmuar lidhjen e ngushtë të festivalit me traditën e verarisë dhe identitetin lokal. Një grup tjetër i madh (20%) e vlerësojnë mbi të gjitha atmosferën e festivalit, duke e parë atë si një hapësirë sociale dhe festive për komunitetin. Ndërkohë, aktivitetet kulturore dhe artistike janë një arsye e rëndësishme për 19% të pjesëmarrësve, ndërsa 17% e kanë theksuar muzikën dhe koncertet si motiv kryesor.

Ka edhe arsye të tjera, ndonëse më të vogla në përqindje, por jo më pak domethënëse. Rreth 8% kanë ardhur me rekomandim nga shoqëria ose familja, duke dëshmuar rolin e rrjeteve personale dhe sociale në përhapjen e festivalit. Për disa, motivi ka qenë më shumë eksplorues: 5% kanë dashur të mësojnë rreth traditës së vreshtarisë dhe verarisë, një tjetër 5% kanë zgjedhur ta vizitojnë Rahovecin, dhe një pjesë më e vogël (2%) e kanë parë si rast për të zbuluar Kosovën më gjerë.

Këto arsye nuk ndalen vetëm tek dimensionin kulturor apo social. Ato përkthehen drejtpërdrejt edhe në ndikim turistik dhe ekonomik. Interesi për verërat dhe produktet e rrushit nxit blerjen e produkteve vendore, duke sjellë të ardhura për prodhuesit dhe duke forcuar imazhin e Rahovecit si qendër e verarisë në Kosovë. Po ashtu, dëshira për të shijuar atmosferën, aktivitetet kulturore dhe koncertet, lidhet me shpenzime për ushqim, pije e argëtim. Këto janë fitime të drejtpërdrejta për bizneset lokale, të cilat përfitojnë nga gjallëria që sjell festivali.

Figura 9. Cilat kanë qenë arsyet kryesore që ju motivuan të merrni pjesë në festival?

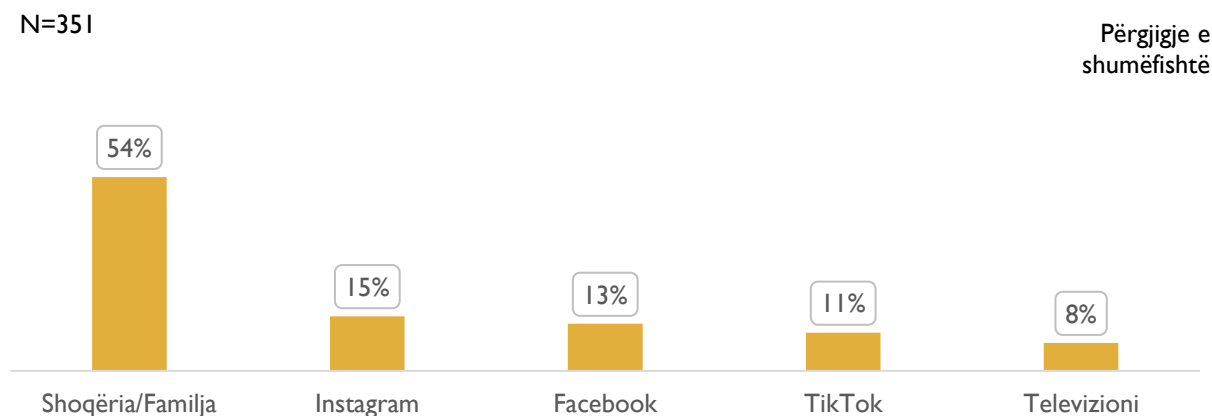
N=351



Përvoja e pjesëmarrësve dhe aktivitetet

Më shumë se gjysma e pjesëmarrësve, rreth 54%, kanë dëgjuar për festivalin përmes shoqërisë dhe familjes. Në anën tjetër, rrjetet sociale kanë pasur një rol po aq të rëndësishëm, ku 15% përmendin Instagramin, 13% Facebook-un dhe 11% TikTok-un si kanale informimi. Ndërkohë, 8% e pjesëmarrësve janë informuar nga televizioni, duke treguar se edhe mediat tradicionale mbeten relevante, por me ndikim më të kufizuar krahasuar me ato digjitale.

Figura 10. Si keni dëgjuar për HardhFest?



Pjesëmarrësit në anketë ndanë përvojat e tyre mbi aktivitetet ku morën pjesë gjatë festivalit. Pyetja ishte me përgjigje të shumëfishta dhe shifrat që dolën japin një pasqyrë të qartë mbi interesat e larmishme të audiencës. Për ta bërë më të kuptueshme, aktivitetet mund të grupohen në katër kategori kryesore.

Muzika zuri vendin e parë. Një në katër vizitorë (23%) thanë se kishin marrë pjesë në koncerte dhe performanca muzikore, duke e konfirmuar rolin e saj si atraksioni më i madh i festivalit. Duke pasur parasysh pjesëmarrjen totale prej rreth 60,000 personash, kjo do të thotë se afro 13,800 vetë u mbledhën për të ndjekur koncertet.

Në listën e arsyeve për të marrë pjesë nuk mungojnë as programet e dedikuara gjeneratave të reja. Hardh KIDS është përmendur nga 13% e të anketuarve, ndërsa Hardh Promo DJ nga 11%, duke treguar se festivali arrin të përfshijë edhe fëmijët dhe të rinjtë.

Tradita ka qenë po ashtu e pranishme. Karnavali i Vreshtarëve dhe parakalimi i mekanizmit bujqësor janë përmendur nga 8% e pjesëmarrësve, po aq sa edhe Hardh Treni Tour apo shëtitja në vreshta. Ceremonia e hapjes dhe shpallja e vreshtarëve më të mirë kanë tërhequr 7% të audiencës, ndërsa prerja e kalaveshit të rrushit nga 5%, duke ruajtur gjallë simbolikën dhe trashëgiminë verare të Rahovecit.

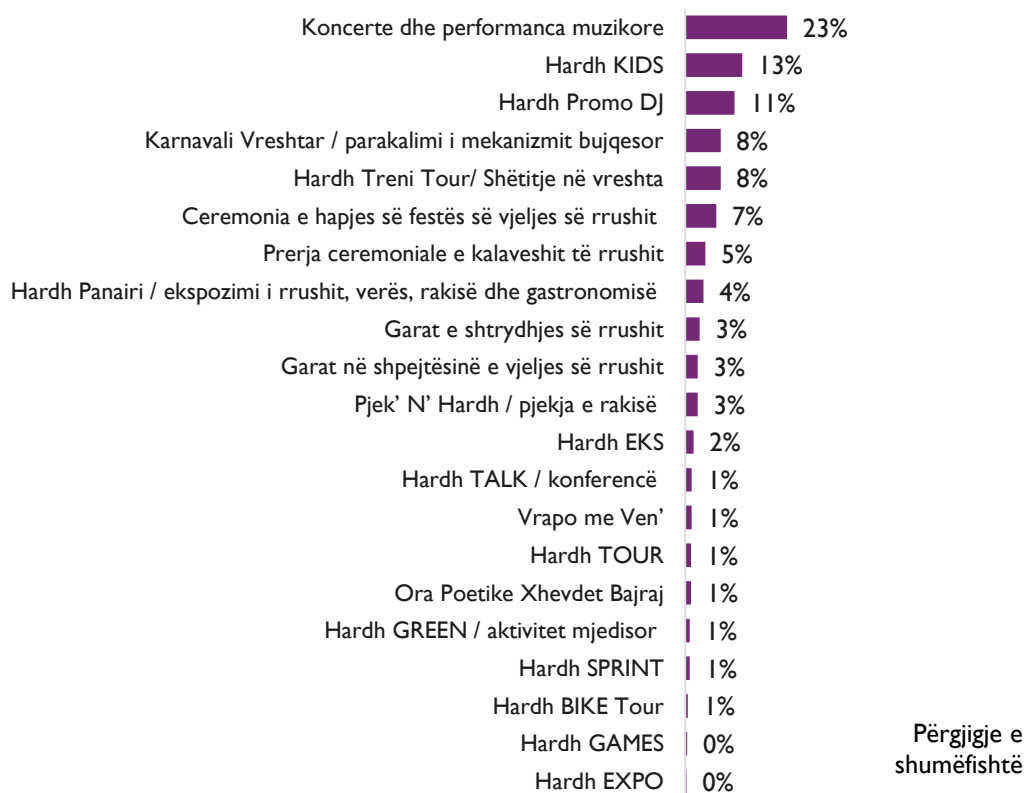
Për ata që preferojnë përvoja unike, festivalit nuk i kanë munguar garat. Shtrydhja e rrushit dhe vjelja me shpejtësi janë përmendur nga 3% e pjesëmarrësve secila, njësoj si pjekja e rakisë. Këto aktivitete i japin festivalit një dimension interaktiv dhe argëtues.

Më pak të frekuentuara, por jo pa rëndësi, janë edhe aktivitetet edukative, mjedisore dhe sportive. Hardh TALK, Ora Poetike Xhevdet Bajraj, nismat si Hardh GREEN, apo garat sportive Hardh SPRINT dhe Hardh BIKE Tour janë përmendur nga 1–2% e pjesëmarrësve. Edhe pse shifrat janë më të ulëta, këto aktivitete shtojnë diversitetin dhe u ofrojnë hapësirë grupeve më specifike.

Kjo larmi aktivitetsesh e bën HardhFest një ngjarje gjithëpërfshirëse. Vizitorët gjejnë diçka që u përshtatet interesave të tyre, ndërsa bizneset lokale përfitojnë nga shpërndarja e pjesëmarrësve në zona të ndryshme të festivalit, përmes shpenzimeve në ushqim, pije, bileta dhe suvenire.

Figura 11. Në cilat aktivitete keni marrë pjesë apo po planifikoni të merrni pjesë?

N=351

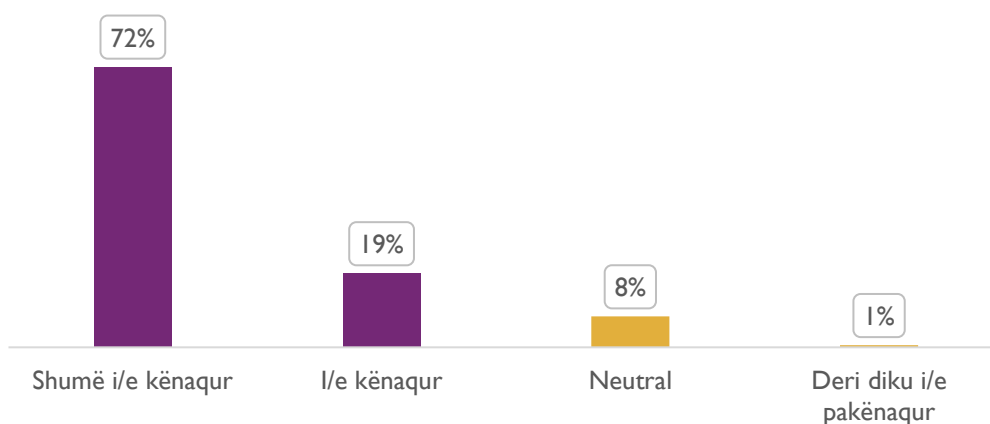


Vlerësimi i përvojës

Të dhënat mbi kënaqësinë dhe gatishmërinë për rekomandim të HardhFest tregojnë një perceptim shumë pozitiv nga pjesëmarrësit. Kur pyetën për nivelin e kënaqësisë me përvojën e tyre gjatë festivalit, 72% e pjesëmarrësve deklaruan se janë shumë të kënaqur, ndërsa 19% janë të kënaqur. Vetëm 8% thanë se janë neutralë dhe një përqindje shumë e vogël, 1%, u shpreh deri diku e pakënaqur. Kjo tregon se përvoja e festivalit ka qenë kryesisht e kënaqshme dhe ka krijuar një lidhje pozitive me pjesëmarrësit.

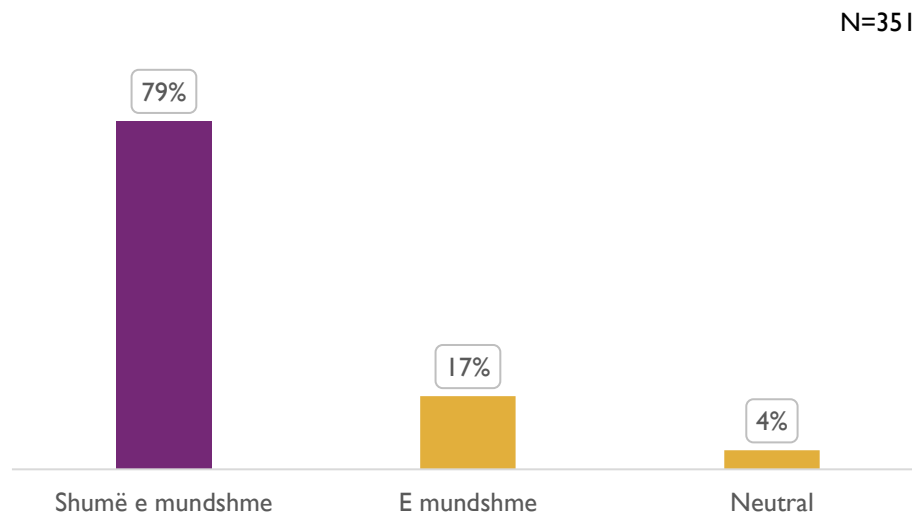
Figura 12. Sa i/e kënaqur jeni me përvojën tuaj në HardhFest?

N=351



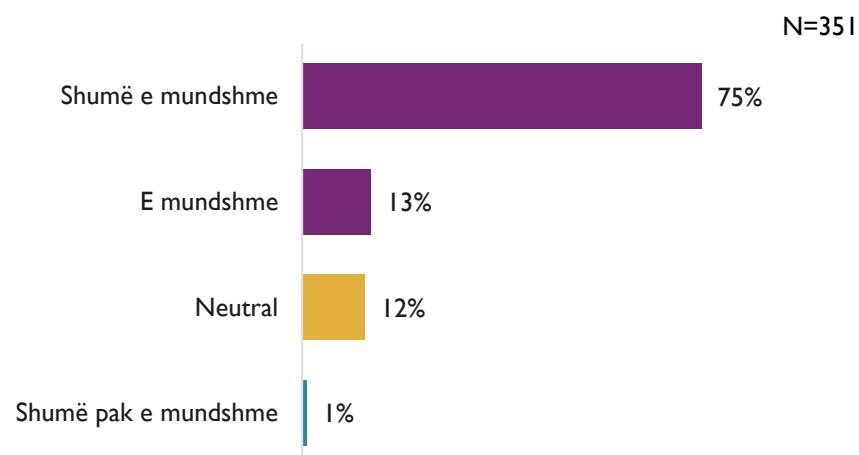
Sa i përket mundësisë që pjesëmarrësit do të rekomandonin HardhFest tek një shok ose anëtar i familjes, 79% e tyre e konsiderojnë këtë shumë të mundshme, ndërsa 17% e shohin si të mundshme. Vetëm 4% kanë një qëndrim neutral ose negativ, duke treguar se shumica dërrmuese e pjesëmarrësve janë të gatshëm ta promovojnë festivalin tek të tjerët.

Figura 13. Sa është e mundshme që do t'ia rekomandonit HardhFest një shoku ose një anëtar të familjes?



Mundësia për të vizituar HardhFest në edicionet e ardhshme është gjithashtu e lartë, me 75% që deklarojnë se është shumë e mundshme që do të kthehen, ndërsa 13% e shohin si të mundshme. Rreth 12% kanë një qëndrim neutral dhe vetëm 1% e pjesëmarrësve janë shumë pak të mundshëm që të rikthehen. Këto të dhëna tregojnë një besnikëri të lartë dhe një ndikim të fortë pozitiv të festivalit, duke nënvizuar suksesin e tij në krijimin e një audience të kënaqur dhe të angazhuar për të ardhmen.

Figura 14. Sa është e mundshme që do ta vizitoni HardhFest në edicionet e ardhshme?

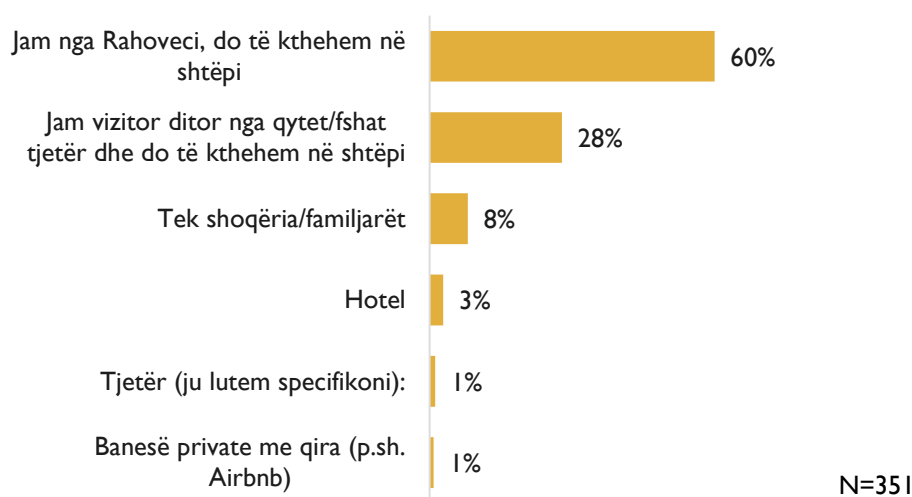


Shpenzimet dhe akomodimet

Për sa i përket ditëve që pjesëmarrësit qëndruan në HardhFest, 18% deklaruan 1 ditë, 15% 2 ditë dhe 66% 3 ditë, me mesataren e ditëve që ishte rreth **2.4 ditë**. Për sa i përket vendit se ku do të qëndrojnë, shumica e pjesëmarrësve (60%) kanë deklaruar se do të kthehen në shtëpinë e tyre në Rahovec, ndërsa një pjesë e konsiderueshme (28%) janë pjesëmarrës ditorë nga qytete apo fshatra të tjera që po ashtu do të kthehen në shtëpitë e tyre pas ngjarjes. Një numër më i vogël (8%) kanë zgjedhur të qëndrojnë tek miqtë apo familjarët, ndërsa akomodimi në hotel përfaqëson vetëm 3% të përgjigjeve. Përveç këtyre, 1% e pjesëmarrësve kanë përdorur banesa private me qira, si p.sh. Airbnb, dhe 1% të tjerë kanë specifikuar forma të ndryshme akomodimi, më saktësisht kampingun.

Nëse marrim parasysh se rreth 60,000 pjesëmarrës kanë qenë në HardhFest⁷, i bie se 5% e tyre kanë frekuentuar hotele/Airbnb që përkthehet në 10,000 persona të akomoduar në Rahovec dhe rrethinë gjatë ditëve të festivalit. Në fakt, një raport i kompanisë AirRoi tregon se në rajonin e Gjakovës, nga një mostër prej 18 vendbanimeve të listuara në Airbnb, shihet qartë një rritje e normës së mbushjes gjatë muajit shtator. Konkretisht, rreth **41% e shtëpive** kanë qenë të zëna në shtator, krahasuar me **34% në gusht**. Pra, shtatori rezulton të jetë muaji me përqindjen më të lartë të shfrytëzimit të kapaciteteve të Airbnb në rajonin e Gjakovës⁸.

Figura 15. Ku po qëndroni gjatë HardhFest?



Në analizën e shpenzimeve të pjesëmarrësve më poshtë raportohen si mesataret e papeshuara, ashtu edhe ato të peshuara. Mesataret e papeshuara paraqesin nivelin tipik të shpenzimeve vetëm për ata pjesëmarrës që kanë raportuar shpenzim në një kategori të caktuar, duke ofruar një pasqyrë të qartë për kostot mesatare të atyre që realisht kanë konsumuar shërbimin ose produktin (p.sh. pjesëmarrësit që kanë paguar akomodim). Megjithatë, kjo qasje ka tendencë të mbivlerësojë totalin, pasi nuk përfshin ata pjesëmarrës që nuk kanë shpenzuar fare në disa kategori, si në rastin e akomodimit apo shpenzimeve “të tjera”, ku numri i përgjigjeve ishte shumë i kufizuar.

Për këtë arsye është përdorur edhe një metodologji e peshuar, e cila bazohet në konceptin e vlerës së pritur (expected value), ku mesatarja e shpenzimeve në çdo kategori shumëzohet me probabilitetin që një pjesëmarrës i rastësishëm të ketë shpenzuar në atë kategori. Formula e peshimit është si vijon:

⁷ Të dhënat e siguruar nga stafi i HardhFest-it

⁸ AirRoi. Analiza e Tregut të Airbnb në Gjakovë 2025: Të dhënat e Qiramarrjes Afatshkurtër dhe Statistikat e Akomodimit në Rajonin e Gjakovës, Kosovë. E qasshme në <https://tinyurl.com/3m3ze4sc>

$$E(\text{Shpenzime Totale}) = i \sum P_i \times \bar{X}_i$$

Ku:

- $E(\text{Shpenzime Totale})$ = shpenzimet e pritura mesatare për një pjesëmarrës unik
- P_i = probabiliteti që një pjesëmarrës i rastësishëm të ketë shpenzuar në kategorinë i
- $\bar{X}_i$ = shpenzimi mesatar i raportuar për kategorinë i
- $P_i = N_i / N_{max}$
 - N_i = numri i pjesëmarrësve që kanë raportuar shpenzim në kategorinë i
 - N_{max} = numri maksimal i pjesëmarrësve që kanë dhënë përgjigje në pyetësor (në këtë rast 351)

Kjo mënyrë e llogaritjes merr parasysh edhe ata pjesëmarrës që nuk kanë bërë fare shpenzime në kategori të caktuara⁹ dhe jep një pasqyrë më të plotë e reale të shpenzimeve mesatare për një pjesëmarrës, duke treguar më mirë se sa para qarkullojnë në ekonomi.

Në raport prezantohen të dyja qasjet për transparencë metodologjike: mesataret e papeshuara ndihmojnë në kuptimin e sjelljes së shpenzuesve në kategori të caktuara, ndërsa mesataret e peshuara përdoren për llogaritjen e ndikimit ekonomik total të festivalit, pasi ato japin një vlerësim më të besueshëm të konsumit mesatar për pjesëmarrës.

Shpenzimet e papeshuara

Pjesëmarrësit u pyetën edhe për shpenzimet e tyre në kategori të ndryshme, si akomodimi, ushqimi dhe pijet, transporti apo blerjet e tjera gjatë qëndrimit në Rahovec. Rezultatet tregojnë se pjesa më e madhe e buxhetit është shpenzuar për akomodim. Mesatarisht, kjo kategori arrin në 75 € në ditë, ndërsa mediana është 60 €. Kjo diferencë tregon se disa vizitorë kanë paguar shumë më tepër se të tjerët, duke e rritur mesataren. Pas akomodimit, shpenzimet më të larta janë për ushqim dhe pije (rreth 40 € mesatarisht), si dhe për kategori të tjera të ndryshme, të cilat kapin rreth 33 €. Megjithatë duhet pasur parasysh se, për pjesën e akomodimit, janë përfshirë vetëm ata banorë që kanë deklaruar se kanë qëndruar në Airbnb, hotel apo kamping, por jo ata që janë kthyer në shtëpi. Prandaj, mostra për akomodim përbëhet nga 15 persona.

Transporti, me një mesatare prej 17.6 €, zë një vend të ndërmjetëm. Megjithatë, blerjet e produkteve lokale apo suvenireve (8 €) dhe artikujt e HardhFest-it (7.2 €) mbeten shumë më të ulëta, duke treguar se këto nuk janë kategori ku shumica e vizitorëve kanë shpenzuar rregullisht. Këtë e konfirmon edhe fakti që për të dyja këto kategori, mediana është zero – pra gjysma e pjesëmarrësve nuk kanë shpenzuar fare.

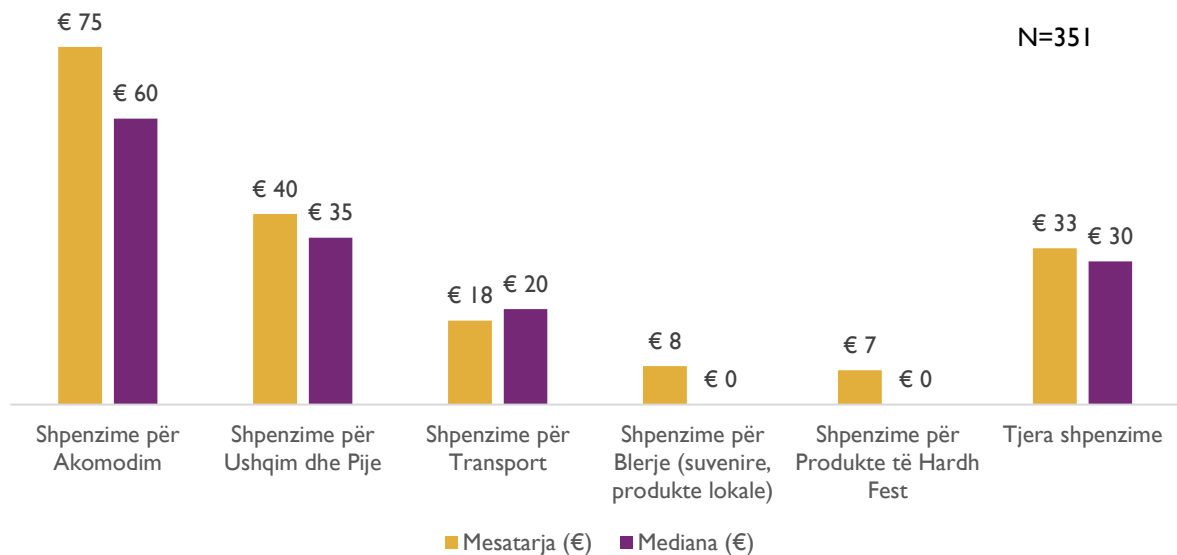
Një element interesant është krahasimi mes mesatares dhe medianës. Për ushqim dhe pije, mediana prej 35 € është afër mesatares, çka sugjeron një shpërndarje më të baraspeshuar të shpenzimeve. Për transport, situata është e ngjashme: mediana prej 20 € është pothuajse identike me mesataren, duke treguar se pjesëmarrësit kanë shprehur të ngjashme në këtë kategori. Në anën tjetër, për akomodim shohim një hendek më të madh: mesatarja 75 € krahasuar me medianën 60 €, duke nënkuptuar dallime të mëdha mes atyre që kanë zgjedhur opsione më të thjeshta dhe atyre që kanë investuar në hotele më të shtrenjta.

Edhe analiza e variacionit i jep një tjetër dimension. Akomodimi del me devijimin standard më të lartë (44 €), që reflekton dallime të mëdha mes vizitorëve. Ushqimi dhe pijet (24.8 €) dhe transporti (13.7 €) tregojnë një variacion mesatar – pra, pjesëmarrësit shpenzojnë në mënyrë të ngjashme, por jo

⁹ Meleddu, M., Paolini, D., & Posadas, E. (2024). Përcaktuesit e Shpenzimeve të Turistëve: Rishikim Sistematik i Literaturës, Meta-analizë dhe Analizë Ekonometrike. CNS Centre for North South Economic Research, Working Paper 2024/18. E qasshme në: <https://tinyurl.com/5n8ksf6h>

identike, duke u varur nga mënyra e udhëtimit apo preferencat në konsum. Për blerjet e produkteve lokale dhe të HardhFest-it vihet re një kontrast i fortë: edhe pse mesatarja rritet nga disa shpenzime të larta, shumica nuk shpenzojnë fare. Ndërkohë, te kategoria “tjera shpenzime” variacioni është më i ulët (16.2 €), që sugjeron një sjellje më homogjene. Këtu hyjnë kryesisht blerjet e verës, një element i pandashëm i përvojës së festivalit.

Figura 16. Shpenzimet mesatare ditore të pjesëmarrësve të anketuar



Duke u bazuar në këto shpenzime ditore, është bërë edhe një llogaritje e projeksioneve për periudha më të gjata qëndrimi. Nëse pjesëmarrësit do të kishin qëndruar vetëm një ditë (skenari më i keq), shpenzimet totale arrijnë në rreth 181 €. Në një skenar prej dy ditësh shpenzimet do të ishin rreth 361 €, ndërsa për tre ditë do të arrinin mbi 542 € (skenari më i mirë). Në anën tjetër, skenari realist, i bazuar në mesataren e qëndrimit prej 2.4 ditësh, tregon shpenzime rreth 434 €. Kjo qasje lejon një vlerësim më të balancuar të ndikimit ekonomik të festivalit, duke marrë parasysh jo vetëm shpenzimet ditore, por edhe kohëzgjatjen reale të vizitës së pjesëmarrësve.

Tabela 1. Shpenzimet e pjesëmarrësve sipas ditëve të pjesëmarrjes

Ditët total	Shpenzime për Akomodim (N=15)	Shpenzime për Ushqim dhe Pije (N=351)	Shpenzime për Transport (N=351)	Shpenzime për Blerje (N=351)	Shpenzime për Produkte të HardhFest (N=351)	Tjera (N=12)	Total
1 ditë	€ 75	€ 40	€ 18	€ 8	€ 7	€ 33	€ 181
2 ditë	€ 150	€ 80	€ 35	€ 16	€ 14	€ 66	€ 361
3 ditë	€ 225	€ 120	€ 53	€ 24	€ 22	€ 98	€ 542
2.4 ditë	€ 180	€ 96	€ 42	€ 19	€ 17	€ 79	€ 434

Të dhënat më poshtë tregojnë ndarjen e shpenzimeve ditore sipas llojit të pjesëmarrësit. Banorët e Rahovecit shpenzojnë mesatarisht më pak (141 € gjithsej), me fokus kryesor në ushqim, pije dhe shpenzime të tjera por edhe në akomodim. **Kosovarët me banim jashtë Rahovecit** kanë një nivel më të lartë shpenzimesh (177 €), sidomos në akomodim dhe shpenzime të tjera, që lidhen me nevojën për qëndrim dhe lëvizje më të gjatë. **Pjesëmarrësit nga diaspora** shfaqin dy profile të dallueshme: ata që vijnë posaçërisht për festivalin shpenzojnë më së shumti (214 €), me peshë të madhe tek ushqimi, pijet dhe produktet e festivalit, ndërsa ata që vizitojnë të afërmit shpenzojnë pak më pak (202 €), por kryesisht në akomodim dhe ushqim. **Banorët ndërkombëtarë që jetojnë në Kosovë**

shpenzojnë 161 €, me shpërndarje të balancuar mes kategorive, duke reflektuar qëndrimin e tyre më praktik e të përhershëm në vend. Ndërkohë, **pjesëmarrësit ndërkombëtarë nga jashtë Kosovës** kanë shpenzimet më të larta mesatare (224 €), të ndikuara nga kostot e akomodimit, transportit dhe konsumit më të lartë në ushqim, pije dhe produkte të festivalit.

Në përgjithësi, shihet se **grupet që udhëtojnë nga më larg dhe qëndrojnë për arsye specifike të festivalit** gjenerojnë shpenzimet më të larta, ndërsa banorët lokalë kontribuojnë më pak financiarisht, por pjesëmarrja e tyre mbetet e rëndësishme për atmosferën dhe mbështetjen e festivalit.

Tabela 2. Shpenzimet ditore të ndara sipas kategorive të banorëve

Ditët	Banor i Rahovecit (N=204)	Kosovar me banim jashtë Rahovecit (N=73)	Pjesëmarrës nga diaspora posaçërisht për festivalin (N=14)	Pjesëmarrës nga diaspora për të vizituar të afërmit (N=24)	Banor ndërkombëtar që jeton në Kosovë (N=30)	Pjesëmarrës ndërkombëtar (nga jashtë Kosovës) (N=6)
Shpenzime për Akomodim (N=15)	€ 50	€ 75	€ 52	€ 105	€ 75	€ 90
Shpenzime për Ushqim dhe Pije (N=351)	€ 39	€ 36	€ 56	€ 43	€ 47	€ 53
Shpenzime për Transport (N=351)	€ 15	€ 19	€ 25	€ 22	€ 21	€ 28
Shpenzime për Blerje (suvanire, produkte lokale) në Rahovec (N=351)	€ 6	€ 5	€ 22	€ 18	€ 13	€ 10
Shpenzime për Produkte të HardhFest (N=351)	€ 6	€ 7	€ 19	€ 14	€ 5	€ 13
Tjera shpenzime (N=12)	€ 25	€ 34	€ 40	-	-	€ 30
Total	€ 91	€ 177	€ 214	€ 202	€ 161	€ 224

Shpenzimet e peshuara

Për të pasur një pasqyrë më të saktë dhe përfaqësuese të shpenzimeve të pjesëmarrësve, në vijim paraqiten tabelat me mesataret e **peshuara**. Ndryshe nga llogaritjet e papeshuara, ku supozohej se çdo pjesëmarrës kishte shpenzuar në të gjitha kategoritë, këtu është aplikuar një korigjim statistikor për ato kategori ku numri i përgjigjeve ishte i kufizuar (akomodim dhe shpenzime të tjera). Kjo qasje siguron që të përfshihen edhe pjesëmarrësit që nuk kanë shpenzuar në këto kategori, duke dhënë kështu një vlerësim më realist të shpenzimeve mesatare për pjesëmarrës. Në këtë mënyrë, të dhënat e mëposhtme japin bazën për llogaritjet e ndikimit ekonomik të festivalit.

Në tabelën më poshtë janë paraqitur shpenzimet mesatare totale, ku për kategoritë me përgjigje të plota (ushqim dhe pije, transport, blerje dhe produkte të HardhFest ku mostra=351) janë përdorur mesataret e plota, ndërsa për kategoritë me përgjigje të kufizuara (akomodim me vetëm 15 përgjigje dhe shpenzime të tjera me vetëm 12 përgjigje) është aplikuar një peshim statistikor. Kjo do të thotë se mesatarja e raportuar për këto kategori është shumëzuar me probabilitetin që një pjesëmarrës i

rastësishëm të ketë shpenzuar aty, duke përfshirë kështu edhe ata që nuk kanë shpenzuar fare duke shmangur mbivlerësimin. Si rezultat, shpenzimet për akomodim dhe shpenzimet e tjera bien ndjeshëm, dhe totali i peshuar del rreth 185 € për një pjesëmarrës gjatë një qëndrimi prej 2.4 ditësh, ose afërsisht 77 € për ditë.

Tabela 3. Shpenzimet e pjesëmarrësve sipas ditëve të pjesëmarrjes (të peshuara)

Ditët total	Shpenzime për Akomodim (N=15)	Shpenzime për Ushqim dhe Pije (N=351)	Shpenzime për Transport (N=351)	Shpenzime për Blerje (N=351)	Shpenzime për Produkte të HardhFest (N=351)	Tjera (N=12)	Total
1 ditë	€ 3	€ 40	€ 18	€ 8	€ 7	€ 1	€ 77
2 ditë	€ 6	€ 80	€ 35	€ 16	€ 14	€ 2	€ 153
3 ditë	€ 10	€ 120	€ 53	€ 24	€ 22	€ 3	€ 232
2.4 ditë	€ 8 ¹⁰	€ 96	€ 42	€ 19	€ 17	€ 3	€ 185

**të peshuara*

Në tabelën tjetër, që paraqet shpenzimet sipas profileve të pjesëmarrësve, është zbatuar e njëjta metodologji. Për shembull, për banorët e Rahovecit shpenzimet për akomodim nga 50 € të raportuara në versionin jo të peshuar bien në vetëm 2 €, ndërsa shpenzimet “të tjera” nga 25 € në 1 €, duke sjellë një total prej 69 € në vend të 91 €. E njëjta logjikë vlen edhe për grupet e tjera: kosovarët nga komuna të tjera kanë shpenzime totale të peshuara prej 71 € (kundrejt 177 € jo të peshuara), diaspora që vjen posaçërisht për festivalin 125 € (kundrejt 214 €), dhe pjesëmarrësit ndërkombëtarë 109 € (kundrejt 224 €).

Tabela 4. Shpenzimet ditore të ndara sipas kategorive të banorëve (të peshuara)

Ditët	Banor i Rahovecit (N=204)	Kosovar me banim jashtë Rahovecit (N=73)	Pjesëmarrës nga diaspora posaçërisht për festivalin (N=14)	Pjesëmarrës nga diaspora për të vizituar të afërmit (N=24)	Banor ndërkombëtar që jeton në Kosovë (N=30)	Pjesëmarrës ndërkombëtar (nga jashtë Kosovës) (N=6)
Shpenzime për Akomodim (N=15)	€ 2	€ 3	€ 2	€ 4	€ 3	€ 4
Shpenzime për Ushqim dhe Pije (N=351)	€ 39	€ 36	€ 56	€ 43	€ 47	€ 53
Shpenzime për Transport (N=351)	€ 15	€ 19	€ 25	€ 22	€ 21	€ 28
Shpenzime për Blerje (suvenire, produkte lokale) në Rahovec (N=351)	€ 6	€ 5	€ 22	€ 18	€ 13	€ 10
Shpenzime për Produkte të HardhFest (N=351)	€ 6	€ 7	€ 19	€ 14	€ 5	€ 13

¹⁰ Në llogaritjen e shpenzimeve të peshuara është përdorur një qasje probabilistike, ku mesatarja e raportuar për një kategori shumëzohet me probabilitetin që një pjesëmarrës i rastësishëm të ketë shpenzuar në atë kategori. Kështu shmanget mbivlerësimi i totalit, pasi përfshihen edhe ata pjesëmarrës që nuk kanë shpenzuar fare.

Tjera shpenzime (N=12)	€ 1	€ 1	€ 1	-	-	€ 1
Total	€ 69	€ 71	€ 125	€ 101	€ 89	€ 109

*të peshuara

Si rezultat, totali i peshuar për një pjesëmarrës gjatë një qëndrimi prej **2.4 ditësh del 185 €**, dhe pikërisht kjo vlerë është përdorur si bazë për llogaritjet e ndikimit makroekonomik të festivalit, pasi përfaqëson më mirë shpenzimet reale të një pjesëmarrësi unik.

Ndikimi direkt ekonomik: Shpenzimet e konsumit dhe ndikimi direkt në BPV

Analiza në këtë pjesë ka në fokus vlerësimin e ndikimit direkt ekonomik të krijuar nga festivali, me theks të veçantë tek shpenzimet e përgjithshme të pjesëmarrësve. Seksioni paraqet mënyrën se si janë llogaritur shpenzimet totale, supozimet mbi të cilat është bazuar kalkulimi, si dhe skenarët e përdorur për të modeluar forma të ndryshme të qëndrimit në festival.

Shuma totale e shpenzimeve është llogaritur duke u mbështetur në dy burime kryesore: rezultatet e anketës me pjesëmarrësit dhe të dhënat e ofruara nga vetë HardhFest. Pjesëmarrësve iu kërkua të raportonin pritshmëritë e tyre për shpenzime në kategori si akomodimi, ushqimi e pijet, transporti dhe aktivitetet argëtuese. Shumat e dhëna janë përmbledhur dhe përdorur si bazë llogaritjeje.

Për të nxjerrë ndikimin e përgjithshëm ekonomik, totali i shpenzimeve nga anketa u shumëzua me numrin e pjesëmarrësve të festivalit sipas të dhënave zyrtare të HardhFest. Kjo qasje mbështetet në supozimin se modeli i shpenzimeve të mostrës së anketuar pasqyron edhe sjelljen e përgjithshme të publikut. Megjithatë, ky supozim ka disa kufizime:

- Pjesëmarrësit raportuan shpenzimet që synonin të kishin gjatë ditëve të festivalit, të cilat jo domosdoshmërisht përputhen me shpenzimet reale.
- Përllogaritja e mëtejshme supozon se të gjithë pjesëmarrësit kanë sjellje të ngjashme me të anketuarit, ndërkohë që në praktikë modelet e shpenzimit mund të ndryshojnë sipas preferencave, kushteve ekonomike apo faktorëve socialë.

Edhe pse këto kufizime ekzistojnë, përgjithësimi u pa i domosdoshëm për qëllimin e vlerësimit të ndikimit direkt ekonomik të festivalit.

Modeli i skenarëve të ndryshme të shpenzimit

Për të llogaritur ndikimin ekonomik, u modeluan tre skenarë shpenzimesh për të pasqyruar nivele të ndryshme të pjesëmarrjes:

- Skenari më i mirë: Të gjithë të pranishmit qëndruan për 3 ditë sa zgjati festivali
- Skenari më i keq: Të pranishmit morën pjesë vetëm për 1 ditë
- Skenari real: Bazuar në të dhënat e anketës, qëndrimi mesatar i pjesëmarrësve është llogaritur të jetë 2.4 ditë. Ky skenar përdoret gjatë gjithë analizës për të llogaritur ndikimin në BPV dhe kthimin në investim

Tabela më poshtë tregon shpenzimet totale të gjeneruara nga 60,000 pjesëmarrës, sipas tre skenarëve të qëndrimit në festival: një ditë, tre ditë dhe mesatarisht 2.4 ditë. Rezultatet tregojnë se ushqimi dhe pijet përfaqësojnë kategorinë më të madhe të shpenzimeve, me rreth 5.76 milion € për një qëndrim mesatar prej 2.4 ditësh, duke mbuluar pothuajse gjysmën e totalit. Transporti (2.52 milion €), blerjet e suvenireve dhe produkteve lokale (1.14 milion €) si dhe produktet e HardhFest (1.02 milion €) përbëjnë kategori të rëndësishme, duke gjeneruar përfitime të drejtpërdrejta për ekonominë lokale dhe vetë festivalin. Shpenzimet për akomodim, megjithëse të dukshme (480,000 €), mbeten të kufizuara sepse vetëm një pjesë e vogël e pjesëmarrësve kishte nevojë për fjetje. Ndërkohë,

shpenzimet e tjera janë të vogla, me 180,000 €. Në total, ndikimi ekonomik llogaritet në 11.1 milion € për 2.4 ditë qëndrim mesatar, shifër që përfaqëson më së miri realitetin e konsumit gjatë festivalit dhe është përdorur si bazë për analizën makroekonomike. Për akomodimin, shpenzimet arrijnë rreth 480,000 €.

Tabela 5. Llogaria totale e shpenzimeve të pjesëmarrësve sipas tri skenareve

Kategoria	Numri total i pjesëmarrësve	Shuma totale (1 ditë qëndrim)	Shuma totale (3 ditë qëndrim)	Shuma totale (2.4 ditë qëndrim)
Shpenzime për akomodim	60,000*	€ 180,000	€ 600,000	€ 480,000
Shpenzime për ushqim dhe pije		€ 2,400,000	€ 7,200,000	€ 5,760,000
Shpenzime për transport		€ 1,080,000	€ 3,180,000	€ 2,520,000
Shpenzime për blerje		€ 480,000	€ 1,440,000	€ 1,140,000
Shpenzime për produkte të tjera të HardhFest		€ 420,000	€ 1,320,000	€ 1,020,000
Tjera		€ 60,000	€ 180,000	€ 180,000
Total		€ 4,620,000	€ 13,920,000	€ 11,100,000

* Duke qenë se HardhFest është një festival pa bileta hyrëse, numri i pjesëmarrësve nuk matet përmes shitjes së biletave, por bazohet në raportimet e organizatorëve. Sipas tyre dhe sipas një raporti nga Drejtoria Rajonale e Policisë në Gjakovë, festivali ka tërhequr rreth 60,000 pjesëmarrës.

Për të kuptuar ndikimin e drejtpërdrejtë të shpenzimeve të pjesëmarrësve në bruto produktin vendor (BPV)-në të Kosovës, fillimisht duhet të sqarohet vetë koncepti i matjes së BPV-së. Një nga qasjet më të përdorura është ajo e shpenzimeve, sipas së cilës $BPV = C + I + G + (X - M)$, ku **C** përfshin shpenzimet e konsumit, **I** paraqet investimet dhe formimin e kapitalit, **G** shpenzimet qeveritare, ndërsa **(X - M)** përfaqëson bilancin tregtar (eksportet minus importet).

$$BPV = C + I + G + X - M$$

Në këtë kontekst, një mënyrë për të vlerësuar rritjen e drejtpërdrejtë të BPV-së është të shtohen shpenzimet e konsumit (C) të gjeneruara nga festivali. Megjithatë, duke qenë se ekonomia e Kosovës ka **varësi të lartë nga importet**, një pjesë e këtij konsumi realisht përfaqëson shpenzime për mallra dhe shërbime të importuara, të cilat nuk kontribuojnë në rritjen e brendshme ekonomike. Kjo do të thotë se vetëm një pjesë e shpenzimeve të raportuara mund të llogaritet si injeksion neto në BPV.

Duke qenë e pamundur të përcaktohet saktësisht pesha e importeve në strukturën e shpenzimeve të pjesëmarrësve, janë bërë disa supozime që ia vlen të cekën:

Duke marrë parasysh natyrën e festivalit, pjesa më e madhe e shpenzimeve lidhet me shërbime (akomodim, ushqim, transport), ndërsa shpenzimet për mallra të HardhFest edhe sipas anketës janë minimale dhe kryesisht të kufizuara në artikuj të prodhuar në vend. Sipas të dhënave të fundit nga Agjencia e Statistikave të Kosovës (ASK), për tremujorin e dytë (TM2) të vitit 2025, importet totale përbëjnë rreth 75.1% të shpenzimeve të konsumit final, ku ato të mallrave zënë rreth 60% dhe ato të shërbimeve rreth 15.1%¹¹.

¹¹ Agjencia e Statistikave të Kosovës. BPV tremujore sipas metodës së shpenzimeve me çmime aktuale. E qasshme në: <https://tinyurl.com/cucr7u77>

Gjithsesi, ia vlen të ceket se nga importet totale për TM2 2025 (përkatësisht gusht 2025, por i njëjti trend vërehet edhe në muajt e kaluar), “15.5% e përbëjnë produktet minerale; 13.1% e përbëjnë ushqimet e përgatitura, pijet dhe duhani; 12.1% e përbëjnë mjetet e transportit; 11.4% e përbëjnë makineritë, pajisjet mekanike dhe elektrike; 8.7% e përbëjnë metalet bazë dhe artikujt prej tyre; etj.”¹²

Duke qenë se shpenzimet kryesore të pjesëmarrësve të HardhFest lidhen me ushqim dhe pije, është supozuar se pjesa më e madhe e importeve të lidhura me festivalin i takojnë kategorisë “ushqime të përgatitura, pije dhe duhan”, ndërsa kategori të tjera si produktet minerale apo mjetet e transportit nuk janë relevante në këtë rast. Duke pasur parasysh se **13.1% e importeve totale i përkasin ushqimeve të përgatitura, pijeve dhe duhanit**, kjo shifër mund t’i atribuohet drejtpërdrejt këtyre produkteve të importuara.

Një shembull krahasues gjendet në një studim të kryer nga GAP në vitin 2023 mbi efektet ekonomike të Dokufestit, ku është përdorur supozimi se rreth 30% e konsumit lidhet me importe¹³. Kjo përqindje do të përdoret gjithashtu në këtë raport si një skenar alternativ, për të pasur një gamë më të gjerë vlerësimesh mbi ndikimin potencial të festivalit në BPV.

Prandaj, analiza më poshtë do të konsiderojë tri skenarë: një që supozon se importet përbëjnë 0% të konsumit final, një ku importet përbëjnë rreth 13.1% të konsumit final, si dhe një ku ato përbëjnë 30%. Është konsideruar vetëm skenari real i ndikimit të shpenzimit (C) në BPV ku është supozuar se pjesëmarrësit kanë ndenjur për një periudhë prej 2.4 ditësh, sipas deklaratave të bëra në anketë.

Tabela më poshtë tregon se efekti i shpenzimeve të festivalit në BPV varet drejtpërdrejt nga sa pjesë e konsumit lidhet me importe. Nëse supozohet se nuk ka fare importe, rritja në BPV do të ishte 11.1 milionë €. Kur llogaritet që 13.1% e konsumit final i përket importeve (ushqim, pije dhe duhan), atëherë efekti neto bie në rreth 9.6 milionë €. Ndërsa nëse përdoret një supozim më konservativ prej 30% të konsumit që i atribuohet importeve, rritja në BPV zbret në rreth 7.7 milionë €. Kjo tregon se sa më i lartë të jetë niveli i varësisë nga importet, aq më i vogël është ndikimi real i festivalit në ekonominë vendore.

Tabela 6. Ndikimi i drejtpërdrejtë i shpenzimeve konsumatore në BPV-në e vendit

	Rritja e Shpenzimeve të Konsumit (C)	Efekti i drejtpërdrejtë në BPV duke supozuar se 0% e mallrave dhe shërbime janë importuar	Efekti i drejtpërdrejtë në BPV, duke supozuar se 13.1% i atribuohet importeve	Efekti i drejtpërdrejtë në BPV duke supozuar 30% i atribuohet importeve pas shqyrtimit të literaturës
	€ 11,100,000	€ 11,100,000	€ 9,645,900	€ 7,770,000
% e importeve në konsum	-	0%	13.1%	30%

Ndikimi indirekt ekonomik: Multiplikatori

Krahas ndikimit të drejtpërdrejtë, kjo analizë shqyrton edhe efektet indirekte ekonomike që shpenzimet e konsumit mund të kenë mbi BPV-në e Kosovës. Ideja qëndron tek mënyra se si shpenzimet fillestare të pjesëmarrësve të festivalit qarkullojnë më tej në ekonomi dhe gjenerojnë

¹² Agjencia e Statistikave të Kosovës. *Statistikat e Tregtisë së Jashtme (STJ)*. Gusht 2025. E qasshme në: <https://tinyurl.com/55e3n7h8>

¹³ Instituti GAP. *Ndikimi ekonomik i Dokufest 2023*. E qasshme në: <https://tinyurl.com/yvd524vf>

konsum e të ardhura shtesë. Në makroekonomi, ky proces shpjegohet përmes konceptit të shumëzuesit (multiplikatorit).

Multiplikatori tregon ndikimin që një rritje fillestare e shpenzimeve ka mbi prodhimin e përgjithshëm ekonomik, duke ilustruar se si çdo € i shpenzuar krijon vlerë të tjera të konsumit dhe të ardhurave. Përmasat e tij varen nga sa para rikthehet dhe qarkullon brenda ekonomisë vendore dhe sa del jashtë saj. Këto rrjedhje ndodhin përmes kursimeve, importeve apo tatimeve, të cilat reduktojnë efektin përfundimtar të konsumit mbi BPV.

Në një ekonomi të hapur si Kosova, multiplikatori llogaritet sipas formulës¹⁴:

$$\text{Multiplikatori} = \frac{1}{[1 - c(1 - t) + m]}$$

Në këtë formulë, $1 - c$ paraqet prirjen marginale për kursim (pra pjesën e të ardhurave që nuk konsumohet), t tregon normën e tatimit – në këtë analizë supozohet 18%, që korrespondon me TVSH – ndërsa m paraqet prirjen marginale për import.

Duke përdorur këtë formulë dhe të dhëna të marra nga ASK-ja¹⁵, multiplikatori në ekonomi është llogaritur të jetë **1.07**. Ia vlen të ceket se të dhënat janë kalkuluar nga ASKdata për vitin 2024. Pra janë gjeneruar tabelat e kalkulimit të bruto produktit vendos sipas qasjes së shpenzimeve. Kjo do të thotë se rritja e përgjithshme e shpenzimeve të konsumit final e ardhur nga pjesëmarrësit e festivalit mund të shumëzohet me 1.07 për ta matur ndikimin e përgjithshëm indirekt të këtij shpenzimi në BPV-në e vendit.

Tabela paraqet tre skenarë që matin ndikimin e festivalit në BPV, duke marrë parasysh nivele të ndryshme të varësisë nga importet që rrjedhin nga konsumi final i pjesëmarrësve të festivalit. Në skenarin e parë, kur supozohet se nuk ka fare importe (i gjithë konsumi i pjesëmarrësve, si për mallra ashtu edhe për shërbime ka qenë konsum i produkteve/shërbimeve vendore), efekti i drejtpërdrejtë është 11.1 milionë €, ndërsa me multiplikatorin (1.07) arrin në rreth 11.9 milionë €. Në skenarin e dytë, duke marrë për bazë që 13.1% e konsumit i atribuohet importeve, ndikimi bie në rreth 10.3 milionë €. Skenari i tretë është më konservativ dhe supozon që 30% e konsumit lidhet me importe; në këtë rast, ndikimi neto në BPV me efektin e multiplikatorit shkon në afërsisht 8.3 milionë €.

¹⁴ David Begg et al. Edicioni i 11-të i Ekonomisë

¹⁵ Agjencia e Statistikave të Kosovës. *Statistikat e Llogarive Kombëtare: Bruto produkti vendor (BPV) sipas aktiviteteve ekonomike dhe me qasjen e shpenzimeve 2008 – 2024*. E qasshme në: <https://tinyurl.com/5e3t76y6>

Tabela 7. Ndikimi indirekt makroekonomik

Skenarët	Ndikimi direkt	Multiplikatori	Ndikimi indirekt
Skenari 1: Rritja e drejtpërdrejtë e BPV-së (duke supozuar efektin e importit prej 0%)	€ 11,100,000	1.07*	€ 11,877,000
Skenari 2: Rritja e drejtpërdrejtë e BPV-së (duke supozuar efektin e importit prej 13.1%)	€ 9,645,900		€ 10,321,113
Skenari 3: Rritja e drejtpërdrejtë e BPV-së (duke supozuar efektin e importit prej 30%)	€ 7,770,000		€ 8,313,900

Gjithsesi, vlen të theksohet se, në llogaritjen e prirjes marginale për konsum (“c”), në teori përfshihen vetëm shpenzimet e konsumit final të ekonomive shtëpiake. Nëse llogaritja bëhet në këtë mënyrë, atëherë, për shkak të rritjes së madhe të importeve në Kosovë gjatë vitit 2024, multiplikatori rezulton rreth 0.96. Kjo nënkupton se **për çdo 1 € kërkesë shtesë, BPV rritet vetëm me 0.96 €**, duke reflektuar rrjedhjet e larta nga ekonomia vendore. Për shembull, nëse efekti i drejtpërdrejtë është €11,100,00 me multiplikatorin 0.96 rezultati përfundimtar bie në rreth €10,656,000; me 13.1% import bie në €9,260,064 dhe me 30% import në 7,459,200. Këto llogaritje tregojnë qartë se, kur merret parasysh varësia nga importet dhe konsumi vetëm i ekonomive familjare, ndikimi i përgjithshëm ekonomik është më i ulët, duke treguar se në fakt ka rrjedhje jashtë ekonomisë së vendit. Prandaj, kalkulimi i tabelës 7 merr për bazë konsumin final, jo vetëm ato të ekonomive familjare, por duhet interpretuar me kujdes si devijim nga literatura makroekonomike.

Shpenzimet direkte të HardhFest, burimet e financimit dhe kthimi në investim i granteve

Seksioni më poshtë fokusohet në shpenzimet direkte nga organizatorët e HardhFest për realizimin e festivalit si dhe burimet kryesore të financimit.

Shpenzimet totale të festivalit arrijnë në € 204,660.91, me një shpërndarje që tregon qartë prioritetet kryesore të organizimit. Pjesa më e madhe, rreth 38%, shkon për blerje logjistike dhe të tjera, duke reflektuar kostot e larta për infrastrukturë dhe pajisje teknike. Një kategori po aq e rëndësishme është ajo e artistëve, me mbi 69 mijë € ose afërsisht 34% të buxhetit, që thekson fokusin tek programi artistik dhe përmbajtja e festivalit. Staf i festivalit dhe HardhFest përbën rreth 23% të totalit, duke treguar kështu rolin kyç të burimeve njerëzore në mbarrëvajtjen e festivalit. Shpenzimet për promovime (2%), ushqim (1%), transport (0.3%), akomodim (0.3%) dhe vullnetarë (0.3%) mbeten relativisht të vogla, por të domosdoshme për funksionimin dhe imazhin publik të festivalit. Në tërësi, struktura e kostove tregon një ekuilibër mes investimit në përmbajtjen artistike, logjistikën mbështetëse dhe organizimin profesional të stafit, ndërsa shpenzimet e tjera shërbejnë si mbështetje operative.

Gjithashtu, ia vlen të ceket këtu se nga të dhënat e HardhFest, rreth €5,000 kanë shkuar për fonde që janë alokuar për fushata marketing dhe promocionale si dhe €35,000 që lidhen me ndërtimin dhe çmontimin e strukturave të përkohshme ose të çdo infrastrukture tjetër të zhvilluar për festivalin.

Tabela 8. Shpenzimet për festivalin e HardhFest

Raportet e shpenzimeve	
Artistët	€69,314.00
Akomodime	€600.00
Vullnetarë	€600.00
Staf i festivalit dhe HardhFest	€47,994.19
Promovime (printime + promovime online)	€4,700.00
Ushqime	€2,100.00
Transport	€700.00
Blerjet logjistike dhe të tjera	€78,652.72
Shpenzimet totale të bëra nga organizatorët e festivalit	€204,660.91

Për sa i përket sponzorimeve dhe granteve, sipas të dhënave të sigurara nga HardhFest, 51.6% e granteve kanë ardhur nga sponzorët, 26.4% nga grantet qeveritare, përkatësisht Ministria e Kulturës, Rinisë dhe Sportit (MKRS) dhe 22% nga Komuna e Rahovecit. Tabela më poshtë tregon shpërndarjen e granteve totale që kanë qenë në shumën prej €227,275.

Tabela 9. Sponzorimet dhe grantet

Sponzorimet dhe grantet	
Grante Qeveritare (MKRS)	€60,000.00
Komuna Rahovec	€50,000.00
Sponsor	€117,275.00
Vlera totale	€227,275.00

Së fundi, kjo pjesë e analizës llogarit kthimin e investimit bazuar në të dhënat e financimit nga sponzorimet dhe grantet si dhe nga shpenzimet për konsum. Kthimi në investim mund të llogaritet duke përdorur formulën e mëposhtme¹⁶:

$$Kthimi\ në\ Investim = \frac{Shpenzimet\ për\ konsum - Vlera\ e\ financimit\ të\ festivalit\ nga\ sponzorimet\ dhe\ grantet}{Vlera\ e\ financimit\ të\ festivalit\ nga\ sponzorimet\ dhe\ grantet}$$

Nga tabela e mësipërme rezulton se vlera totale e financimit të festivalit ishte €227,275, ndërsa konsumi final për një qëndrim mesatar prej 2.4 ditësh vlerësohet në rreth €11,100,000. Kjo do të thotë se për çdo €1 të financuar/sponzorizuar, janë gjeneruar rreth €47.8 në ekonomi. Ky raport nuk nënkupton që €47.8 janë përfituar drejtpërdrejt si fitim nga organizatorët e HardhFest, por që kjo shumë është qarkulluar në ekonominë vendore përmes shpenzimeve të pjesëmarrësve dhe akterëve të tjerë.

¹⁶ Janeczko, B., Mules, T., & Ritchie, B. (2002). *Vlerësimi i ndikimeve ekonomike të festivaleve dhe ngjarjeve: Një udhëzues kërkimor*: <https://tinyurl.com/3d3h826k>

Nëse vlerën e financimit e ndajmë sipas burimeve – përkatësisht ndërmjet **Komunës së Rahovecit, granteve qeveritare dhe sponsorëve privatë** – rezulton se kthimi në investim ndryshon ndjeshëm midis tyre. Duke përdorur të njëjtën formulë, për çdo **€1 të investuar nga Komuna e Rahovecit**, janë gjeneruar rreth **€220** në ekonomi; për çdo **€1 nga grantet qeveritare**, rreth **€183**; ndërsa për çdo **€1 të sponsorizuar nga bizneset/private**, rreth **€93.6**. Megjithatë, ia vlen të ceket se këto vlera janë orientuese, pasi ndikimi ekonomik i festivalit ndërthuret edhe me grantet dhe investimet e tjera publike që qarkullojnë në ekonomi e nuk mund të izohet, prandaj rezultatet duhet parë si tregues të efektit shumëfishues, jo si ndarje e saktë sipas burimit të financimit. P.sh. fondet e investuara nga Komuna e Rahovecit nuk mund të izoloohen për të matur ndikimin e tyre ekonomik të drejtpërdrejtë dhe kthimin në investim pasi këto grante janë integruar në investimin total që ka bërë të mundur realizimin e festivalit dhe, si rrjedhojë, ndikimin ekonomik të gjeneruar.

Megjithatë, këto shifra duhet interpretuar me kujdes. Së pari, një pjesë e shpenzimeve të pjesëmarrësve nuk mbetet plotësisht në vend për shkak të varësisë nga importet (p.sh. produkte ushqimore, pije, logjistikë), duke ulur efektin neto. Së dyti, ky rezultat përfaqëson një tregues makroekonomik të ndikimit të festivalit dhe jo fitimin financiar të organizatorëve. Së treti, llogaritja nuk merr parasysh kostot indirekte, si shërbimet publike, siguria apo ndikimet mjedisore, të cilat mund të ndryshojnë bilancin e përgjithshëm të përfitimeve.

Duke qenë se HardhFest është organizuar si festival pa bileta hyrëse, nuk është e mundur të llogaritet kthimi në investim për organizatorët e festivalit duke krahasuar të ardhurat nga shitja e biletave (që do të përfaqësonin fitim të drejtpërdrejtë për organizatorët) me shpenzimet totale të bëra nga stafi i festivalit.

Përfundime dhe rekomandime

HardhFest ka dëshmuar se është një nga ngjarjet më të rëndësishme kulturore dhe ekonomike në Kosovë, duke gjeneruar ndikime të drejtpërdrejta dhe të tërthorta në komunitetin e Rahovecit dhe më gjerë. Pjesëmarrësit shpenzojnë kryesisht për akomodim, ushqim, pije dhe transport, ndërsa shpenzimet për produkte të HardhFest-it, suvenire dhe produkte të tjera lokale mbeten më të kufizuara, por me potencial të madh për zhvillim. Pjesëmarrësit ndërkombëtarë dhe diaspora që vijnë posaçërisht për festivalin janë grupet më shpenzuese, duke gjeneruar të ardhura të larta për ekonominë lokale, ndërkohë që banorët e Rahovecit, edhe pse kanë nivel më të ulët shpenzimesh, janë kontribues të rëndësishëm për atmosferën dhe përhapjen e festivalit. Kohëzgjatja mesatare e qëndrimit prej 2.4 ditësh tregon se festivali ka potencial të konsiderueshëm për të rritur ndikimin ekonomik nëse pjesëmarrësit do të motivohen të zgjasin qëndrimin e tyre. Për më tepër, niveli shumë i lartë i kënaqësisë (72% shumë të kënaqur dhe 19% të kënaqur) dhe gatishmëria e pjesëmarrësve për të rekomanduar dhe për t'u rikthyer në edicionet e ardhshme e pozicionojnë HardhFest si një ngjarje të qëndrueshme, me bazë të fortë besnikërie dhe potencial për rritje të vazhdueshme në vitet që vijnë.

Duke u bazuar në analizën e të dhënave dhe në përfundimet e nxjerra, rekomandohen masat e mëposhtme për rritjen e ndikimit ekonomik dhe përmirësimin e përvojës së përgjithshme të HardhFest:

1. **Nxitja e konsumit të produkteve vendore dhe të HardhFest-it:** Një pjesë e madhe e pjesëmarrësve nuk shpenzon për suvenire apo produkte të festivalit, çka përfaqëson një mundësi të pashfrytëzuar. Rekomandohet që të krijohet oferta të kombinuara si “paketa verë + suvenir” ose “provo ushqim + produkt festiv”, si dhe hapësira të posaçme brenda festivalit për ekspozim dhe shitje. Degustimet e strukturuar me çmime të diferencuara do ta bënin përvojën më tërheqëse dhe do të rrisnin blerjet si dhe eksperiencat, duke përfituar veçanërisht prodhuesit lokalë të verës dhe artizanët.

2. **Rritja e marketingut dhe promovimit:** Për të tërhequr më shumë pjesëmarrës ndërkombëtarë dhe nga diaspora, rekomandohet zhvillimi i fushatave të targetuara digjitale, sidomos në rrjete sociale si Instagram, TikTok dhe Facebook, ku audienca është më aktive. Përdorimi i përmbajtjes së krijuar nga vetë pjesëmarrësit (foto dhe video me hashtag zyrtar), krijimi i programeve “sill një mik” dhe bashkëpunimet me influencues të turizmit e gastronomisë do të rrisnin dukshëm shtrirjen e festivalit. Një komunikim dygjuhësh i qartë (shqip dhe anglisht) për programin dhe aktivitetet është gjithashtu thelbësor për të afruar më shumë pjesëmarrës nga jashtë.
3. **Integrimi i masave për qëndrueshmëri mjedisore:** Për ta përforcuar imazhin e HardhFest si një ngjarje bashkëkohore dhe përgjegjëse, rekomandohet të adoptohen praktika të gjelbra si përdorimi i gotave të ripërdorshme me depozitë, instalimi i pikave të riciklimit, dhe reduktimi i plastikës njëpërdorimshme. Po ashtu, mund të zhvillohen iniciativa për promovimin e transportit të gjelbër (shuttle elektrik, biçikleta me qira) dhe fushata ndërgjegjësimi mbi ruajtjen e mjedisit. Këto masa jo vetëm që përmirësojnë përvojën e pjesëmarrësve, por edhe pozicionojnë festivalin si një shembull pozitiv të turizmit të qëndrueshëm në Kosovë.
4. **Integrimi i festivalit në politikat e zhvillimit ekonomik dhe turizmit:** Institucionet publike dhe komunale mund të përdorin rezultatet e analizës për të rritur mbështetjen më të madhe për festivale të ngjashme, duke i konsideruar ato si mjete të rëndësishme për zhvillim lokal dhe promovim të turizmit. Kjo nënkupton dizajnimin e programeve të posaçme që lidhin festivalet me zinxhirin ekonomik lokal (akomodim, transport, bujqësi, gastronomi), duke siguruar një efekt të qëndrueshëm ekonomik përtej ditëve të festivalit.

