



HULUMTIMI I KËNAQSHMËRISË SË KONSUMATORËVE PËR PERIUDHËN JANAR-DHJETOR 2020



IMPLEMENTUAR NGA:



ASIXON

info@asixon.com
www.asixon.com

N.SH. “**ASIXON**”

Rruga: Mustafa Venhari, SU 7/2, H-1, Nr. 5 10000
Prishtinë.

Telefoni:

+38349811799

Email:

info@asixon.com

FINANCUAR NGA:



K.R.U. “**Gjakova**” Sh.A.

Rruga: "UÇK" 7, 50000 Gjakovë. **Qendra e**
Thirrjeve:

+383 390 320 503

Mardhënia me Konsumatorë:

+383 390 330 001

Email:

info@kru-gjakova.com

Abstrakt

Hulumtimi për matjen e kënaqshmërisë së konsumatorëve për shërbimet e KRU “GJAKOVA” SH.A është realizuar nga kompania “ASIXON” me qëllim për të nxjerrë të dhëna më të detajizuara se si konsumatorët i vlerësojnë shërbimet e ujësjellësit, të ofruara nga KRU “GJAKOVA” SH.A.

Në bazë të të dhënave të nxjerra nga ky raport, KRU “GJAKOVA” SH.A synon të hartoj qëllimet dhe politikat e reja si dhe tenton të kuptoj se në cilat sfera kompania duhet të përmirësohet, ky hulumtim mund ndihmoj në planifikimet dhe synimet afatgjata të kompanisë. Me anë të këtij hulumtimi kompania tenton të fitoj një ide më të qartë se si shërbimet e kompanisë vlerësohen nga një këndvështrim tjetër, ai i konsumatorit.

Veç tjerash, ky projekt gjatë anketimit është përdorë edhe si mjet për të informuar qytetarët më shumë në lidhje me shërbimet e ujësjellësit, mënyrën e drejtë të përdorimit të ujit, vendosjen e ujëmatësit si obligim ligjor, si dhe procedurat që duhet të ndërmerren për tu ankuar në rast të pakënaqësisë së konsumatorit. Përveç faktorëve promovues nga anketa jemi munduar të marrim sugjerime dhe kritika nga qytetarët.

Anketat janë realizuar në zonat e shërbimit të cilat i mbulon dhe vepron KRU “GJAKOVA” Sh.A. Anketat janë realizuar në zona të ndryshme urbane dhe rurale. Gjithashtu profili i personave të anketuar rrjedh nga gjinia, statuset dhe mosha të ndryshme. Nga 2111 të anketuar në total, 336 janë nga sektori biznese/institucione dhe 1775 nga sektori i amvisërisë.

“ Ajo çfarë një konsumator mendon për
ju është 10 herë më e vlefshme se ajo çfarë ju
mendoni për vetën tuaj”

”

DAVID J. GREER

Përmbledhje

Abstrakt	4
Përmbledhje	6
Hyrje	7
Definicioni	8
1. Historiku i KRU “GJAKOVA” SH.A.	9
1.1 Profili i “KRU GJAKOVA” SH.A	9
1.2 Zona e Shërbimit	9
2.1 Vizioni dhe misioni	10
2. Metodologjia e hulumtimit	11
3.1 Metoda e hulumtimit	11
3.2 Mostra	11
3.3 Mbledhja e të dhënave	12
3.4 Anketa	12
3. Rezultatet e anketës	14
4.1 Të dhënat socio-demografike	14
4.2 Kënaqshmëria e konsumatorit me shërbimet e ujësjes KRU “GJAKOVA” SH.A	16
4.3 Tarifat e shërbimeve, ujëmatësi dhe pagesa e faturave	16
4. Konkluzionet	22
5. Rekomandimet	22
6. Referencat	24
7. ANEX 1	25

Hyrje

Element kyç në performancën financiare si dhe rritjen e fitimeve në çdo kompani është kënaqshmëria e konsumatorit (Anderson dhe Fornell, 1994)[1]. Studime të shumta kanë vërtetuar se njëra nga mënyrat më të mira që ka treguar efekte pozitive në përmirësimin e niveleve të kompanive private dhe publike ka qenë përmirësimi i shërbimeve krahas vlerësimeve të konsumatorit.

Gjithashtu metoda e hulumtimit përmes anketimit ku nga 2111 pyetësor 500 janë zhvilluar në terren ndërsa pjesa tjetër përmes platformave online, ka rezultuar të jetë produkti më i mirë që nga rezultatet e ofruara të arrihet planifikimi dhe të vendosen synimet e reja të kompanisë.

Shpeshherë për shkak se punonjësit e kompanive ballafaqohen çdo ditë me shërbimet, ata rrallëherë mund të kenë një ide të qartë se si apo në çfarë cilësie shërbimet duken nga këndvështrimi i konsumatorit. Pikërisht kjo është arsyeja kryesore se pse korporatat sot praktikojnë metodën e testimit të shërbimeve të reja nga persona që nuk janë fare të përfshirë në kompani. Kjo mënyrë ju ka gjeneruar rezultatet më të mira për mundësinë e përmirësimit, gjetjet e pengesave, gabimeve si dhe mënyrat se si të përmirësohen.

Fokusimi në kënaqshmërinë e konsumatorëve është një komponent i qeverisjes së mirë, dhe është gjithashtu një prioritet i KRU “GJAKOVA” Sh.A. Duke u bazuar në këtë fakt, matja e kënaqshmërisë së konsumatorëve ka një rol kritik në informimin e përmirësimit të shërbimeve. Kjo lejon kompaninë që të kuptoj se çfarë në të vërtetë vlerësojnë konsumatorët, se si vlerat ndryshojnë midis llojeve të ndryshme të konsumatorëve dhe ku kompania mund të marrë masa për të përmirësuar ofrimin e shërbimeve.

Ky raport është i organizuar në gjashtë kapituj kryesor. Kapitulli i parë jep disa përkufizime për kënaqshmërinë e konsumatorit, në mënyrë që lexuesit t’i ofrohen njohuri sa më të mira për aspektet shkencore të kësaj teme. Në këtë kapitull trajtohet edhe historiku i KRU “GJAKOVA” SH.A. Kapitulli i dytë do të bëjë një përshkrim të gjendjes së tanishme në KRU “GJAKOVA” SH.A, duke shtjelluar kështu profilin, vizionin dhe misionin e kompanisë. Kapitulli i tretë dhe i katërt paraqesin metodologjinë e përdorur për mbledhjen e të dhënave në këtë hulumtim, përfshirë këtu mostrën e popullatës së synuar, metodën dhe mënyrën e mbledhjes së të dhënave. Ndërsa në kapitujt pesë dhe gjashtë analizohen dhe interpretohen rezultatet e hulumtimit, duke përfunduar raportin me konkluzione dhe në bazë të të dhënave të fituara, do të ofrojmë rekomandime konkrete. Në fund të këtij raporti është bashkangjitur edhe pyetësori si anex.

Definicioni

Si bazë për fillimin e çdo hulumtimi është analiza dhe studimi i disa literaturave mbi kënaqshmërinë e konsumatorit. Në bazë të definicioneve të nxjerra më herët mbi këtë teori, ne mund të kemi një ide më të qartë se në çka konkretisht duhet të fokusohemi konkretisht, që ky raport të na jap rezultate sa më reale.

Si temë mjaft komplekse dhe shumë e rëndësishme për mirëqenien e çdo kompanie, hulumtimi mbi kënaqshmërinë e konsumatorit mbetet në fokus të madh të të gjitha organizatave dhe kompanive, si komponentë që duhet të zhvillohet edhe më shumë. Sidomos në dy dekadat e fundit është dhënë fokus edhe më i veçantë në këtë aspekt, si nga sektori privat ashtu edhe publik. Niveli i kënaqshmërisë së konsumatorit është pika më e fortë ku sot menaxheret më të suksesshëm bazohen. Varësisht nga të rezultatet e hulumtimeve menaxherët pajisen me të dhëna të cilat mund ti përdorin si pika që duhet përmirësuar për të ardhmen, për të vendosur qëllimet e kompanisë si dhe përcaktimin e qëllimeve afatgjata për të ardhmën.

E ardhmja e çdo kompanie bazohet në nivelin e kënaqshmërisë së konsumatorve të tanishëm (Anderson dhe Sullivan v.1993) [2], është konkluzioni që më së miri nxjerr në pah rëndësinë e kënaqshmërisë së konsumatorit. Nje vit me vonë Anderson (v.1994) [1] zbuloj një lidhje jashtëzakonisht të fortë në mes të kënaqshmërisë së konsumatorve dhe kthimit të investimeve. Me gjerësisht Vavra ne vitin 1997 bënë një përkufizim të kënaqshmërisë së konsumatorit si një kënaqësi pas blerjes se produktit ose shërbimit të dhënë pas pritjeve te tij/saj [3], ndërsa kjo kënaqshmëri është një nga elementet kryesore të performancës financiare dhe profitabilitetit të një kompanie [4].

Ndryshe kënaqshmëria përkufizohet edhe si përmbushje e nevojës dhe kënaqësi për një të mirë apo shërbim të deklaruar. Niveli i kënaqshmërisë është i përcaktuar nga performanca e përceptuar e një kompanie ose ndërmarrje, e cila është vlerësimi i shërbimit të ofruar ose të shikuar në dritën e nevojave të konsumatorëve. Në përgjithësi, pritet që një nivel më i lartë i cilësisë së shërbimit të çojë në kënaqshmërinë e konsumatorit dhe përfundimisht në rritjen e besnikërisë së konsumatorit dhe fitimeve më të larta[5]. Ndërsa, sipas *Qendrës për Studime të Politikave Sociale*, kënaqshmëria e konsumatorit është një vlerësim shumë personal i cili ndikohet shumë nga pritjet individuale. Disa përkufizime bazohen në vëzhgimin se kënaqshmëria e konsumatorit ose pakënaqshmëria rezulton nga konfirmimi ose diskonfirmimi i pritjeve individuale në lidhje me një shërbim të caktuar[6]. Në përgjithësi të gjitha literaturat mbi kënaqshmërinë e konsumatorit kanë elemente të ngjashme dhe të gjitha japin ide të ngjashme për përmirësimin e shërbimit apo produktit ndaj konsumatorëve. Ka shumë elemente fundamentale që mund të trajtohen si nevoja të një individi por sa i përket dëshirës së konsumatorit ajo tenton gjithmonë në pafundësi. Duke u bazuar në faktin se njerëzit kanë resurse të limituara, gjithmonë ata e kanë bërë, e bëjnë dhe do të provojnë të bëjnë zgjedhjen më të mirë për vlerën më të mirë[7]

1. Historiku i KRU “GJAKOVA” SH.A.

Hidrosistemi “Radoniqi”, si projekt i nisur nga një grup entuziastësh, sot është ndër Kompanitë e shërbimeve publike të ujësjellësit dhe kanalizimit të ujërave të zeza më të madha në rajon, me zonën më të madhe të shërbimit dhe me shërbimin më të mirë ndaj konsumatorëve. Shërbimet e kësaj kompanie nuk janë ndërprerë as për në çast të vetme që nga inaugurimi i sistemit madje as në kohë të luftës, që tregon një përkushtim të pamohueshëm të menaxhmentit dhe punëtorëve të vet për ofrimin e shërbimeve.

1.1 Profili i “KRU GJAKOVA” SH.A

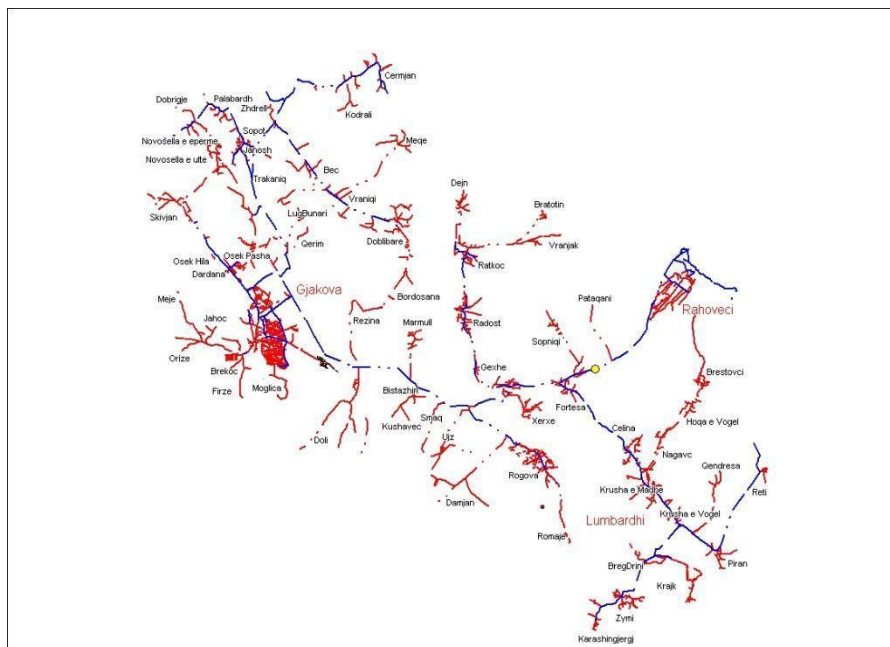
Hidrosistemi "Radoniqi" është nisur si projekt shumë-destinorë ku aktivitetet kryesore të tij janë paraparë të jenë ujitja, furnizimi me ujë të pijes, meliorimi i tokave bujqësore dhe mbrojtja e ambientit. Ky projekt është bashkë-financuar nga dy banka, nga Banka Ndërkombëtare për Rindërtim dhe Zhvillim (BNRZH) dhe Banka e Kosovës BANKOSI me pjesëmarrje 2/5 dhe 3/5 respektivisht. Kështu Gjakova për herë të parë u përfshi në një projekt të ri që konsiderohej në atë periudhë si një prej veprave më kapitale në Kosovë dhe në ish federatën Jugosllave.

Perspektiva ishte në anën e projektit HS “RADONIQI”, që shtonte shpresat e banorëve për të shijuar ujin e pijes por edhe për të ujitë baretin e tyre në arat që deri në atë kohë ishin të thata, që shijonin vetëm të reshurat natyrore. Perspektiva e zgjerimit të rrjetit HS “Radoniqi” ishte planifikuar nga ekspertët që të zhvillohet në faza, përkatësisht në një periudhë të caktuar në dy faza të veçanta. Në fazën e parë është përfshirë Gjakova, Rahoveci dhe 36 fshatrat të këtyre komunave duke ecur në perspektiv të përfshirjes së fshatrave dhe të komunës së Prizrenit, e nga ana tjetër edhe gjerësinë dhe gjatësinë e shumë fshatrave të Gjakovës dhe Rahovecit.

1.2 Zona e Shërbimit

K.R.U Gjakova bën furnizimin me ujë të pijes për Regjionin e Gjakovës, Rahovecit dhe fshatrave të komunës së Prizrenit. Shtimi i kërkesave për ujë është rritur se tepër gjatë viteve të fundit prej prodhimit e deri te shpërndarja, e kjo sidomos gjatë kohës me thatësira, kështu që Kompania në vitin 2018 ka finalizuar ndërtimin e fazës së II-te, ku tani prodhohen edhe 1000 l/sek tjera, dhe Kompania ka filluar të furnizoj me ujë të pijes regjionin e Dushkajës, Rekën së Mirë dhe Rekën e Keqe. Rrjeti kryesorë përfshin mbi 1155 km², ndërsa me rrjetin sekondar-shpërndarës arrin rreth 758 km².

Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020



HARTA 1.

2.1 Vizioni dhe misioni

Misioni i KRU “Gjakova” Sh.A. është të ofrojë shërbime të pandërprera të furnizimit me ujë të pijes dhe mirëmbajtjen e ujërave të zeza që përmbushin standardet e OBSH-së, ruajnë sigurinë publike, tregojnë përgjegjësi në angazhimet tona sociale dhe mjedisore, veprojnë në mënyrë të drejtë dhe transparente ndaj komuniteteve që shërbejmë duke ofruar shërbime cilësore me kosto të përballueshme.

Vizioni i KRU “Gjakova” Sh.A. është të jetë një pikë referimi rajonale në ofrimin e shërbimeve të ujit dhe mirëmbajtjen e ujërave të zeza që përmbushin standardet më të larta ndërkombëtare në cilësinë, nivelet e shërbimit dhe kënaqësinë e konsumatorëve.

2. Metodologjia e hulumtimit

3.1 Metoda e hulumtimit

Të dhënat janë bërë me metodën sasiore, me anë pyetësorit të strukturuar, i cili përfshinë kryesisht pyetje të mbyllura, në mënyrë që të kemi rezultate sa më të sakta. Këto të dhëna janë procesuar në mënyrë statistikore me anë të programit kompjuterik SPSS.

3.2 Mostra

Mostra me 2111 respondentë nga të cilët 1775 i përkasin sektorit të amvisërisë dhe 336 sektorit të bizneseve/institucioneve, përfshijnë karakteristika të respondentëve si sektori, mosha, gjinia, ka qenë synim i KRU “GJAKOVA” SH.A e që kompania ASIXON është kontraktuar të realizoj.

Në bashkëpunim me stafin e KRU “GJAKOVA” SH.A dhe sipas planit dinamik, periodha për përfundimin e anketave nëpër zonat e caktuara ka qenë 30 ditë.

Për të paraqitur më mirë profilin socio-demografik të të anketuarve që morrën pjesë në këtë studim dhe kalkulimet se ku janë bazuar rezultatet e anketës janë të paraqitura në tabelën e më poshtme.

Spektori	Nr.	%
Amvisëri	1775	84.08
Biznes	336	15.92
Totali	2111	100

Gjinia	Nr.	%
Femër	782	37.03
Mashkull	1329	62.97

Mosha	Nr.	%
18-30	669	31.71
31-50	1049	49.72
51-65	355	16.82
Mbi 65	38	1.75

Tipi i vendbanimit	N	%
Qytet	1623	76.89
Fshat	488	23.11

3.3 Mbledhja e të dhënave

Stafi i KRU “GJAKOVA” SH.A qysh në fillim të projektit kanë qenë të gatshëm të ndihmojnë dhe eksperiencia e tyre ka qenë një ndihmesë e madhe për kompaninë ASIXON që të realizoj hulumtimin në mënyrën më të mirë. Si pikë e parë, në bashkëpunim me stafin e KRU “GJAKOVA” SH.A dhe stafin nga kompania “ASIXON” është përpiluar pyetësi i cili përmban kryesisht pyetje të mbyllura me opsione.

Pasi që janë analizuar mirë pyetjet stafi i angazhuar për anketim është trajnuar që anketa të realizohet në mënyrën më të mirë të mundshme. Eksperiencia e stafit të KRU “GJAKOVA” SH.A ka qenë prap në gatishmëri që të ndihmojë, duke ndarë me kompaninë “ASIXON” të gjitha përvojat nga anketimet e viteve të kaluara. Anketat janë plotësuar duke i pyetur respondentët në mënyrë direkte ballë-për-ballë, anketues – i anketuar, duke përdorur formën e pyetësorit kryesisht me pyetje të mbyllura (Shtojca 1) dhe përmes platformave online, ku i njehti formularë është plotësuar nga banorët e zonave të cilat përfitojnë nga shërbimet e KRU “GJAKOVA” SH.A.

Pyetësi është ndarë në tri pjesë kryesore: Pjesa e parë e pyetësorit trajton të dhënat demografike; pjesa e dytë trajton kënaqshmërinë/pa kënaqshmërinë e konsumatorit me shërbimet e KRU “GJAKOVA” SH.A. , mundësinë për të paguar borxhet e akumuluar me rata; pjesa e tretë trajton njohuritë e konsumatorëve rreth parashtrimit të ankesave, kënaqshmërisë me çasjen nga KRU “GJAKOVA” SH.A ndaj këtyre ankesave, se a kanë konsumatorët kontratë shërbimi të lidhur me KRU “GJAKOVA” SH.A. Pjesa e fundit e pyetësorit u jep mundësinë konsumatorëve për të plotësuar formularin me një koment, në rast se pyetjet e paraqitura në formularë nuk e plotësojnë kërkesën e konsumatorit.

Anketat e realizuara gjatë muajit Mars 2021 janë bërë duke përdorur mënyrën e intervistimit direkt në formë të vizitave të ndryshme si dhe përmes formularit online, i cili është shpërndarë në platforma online, pa cenuar të dhënat e konsumatorëve. Shpërndarja e stafit është tentuar të jetë sa më gjithëpërfshirëse në mënyrë që rezultatet të reflektojnë sa më mirë opinionin e konsumatorëve dhe të jenë sa më origjinale. Në të njëjtën formë është realizuar edhe anketimi online, ku specifikisht janë zgjedhur të gjitha zonat të cilat i mbulon KRU GJAKOVA SH.A. me shërbimet e saj.

3.4 Anketa

Pyetësi është hartuar nga KRU “GJAKOVA” SH.A në bashkëpunim me N.SH. “ASIXON”, dhe është i ndarë në tri pjesë kryesore.

Pjesa e parë e anketës përqendrohet në informata demografike: Sektorin të cilit i përkasin konsumatorët. Gjinia: për të njohur përqindjen e meshkujve dhe femrave dhe kënaqshmërinë e tyre me shërbimet e ujësjellësit dhe shërbimet e kanalizimit. Moshë: për të gjetur moshën e konsumatorëve të anketuar dhe grupin e moshës që janë më të kënaqur. Pjesa e dytë e anketës hulumton kënaqshmërinë dhe pa kënaqshmërinë e përgjithshme të konsumatorëve me shërbimet e ujësjellësit. Kjo pjesë përmban pyetje rreth ujëmatësit: Hulumtohet se sa është përqindja e konsumatorëve që kanë/nuk kanë ujëmatës, a ju lexohet

Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020

ujëmatësi me rregull. Një pjesë tjetër e anketës përqëndrohet në pagesën e faturave dhe në arsyet për mospagesën e tyre. Këtu merret edhe mendimi i konsumatorëve rreth çmimeve për shërbimin e ujësjellësit, nëse ato janë të larta ose jo. Poashtu në pyetjet e fundit të kësaj pjese hulumtohet nëse konsumatorët e dinë se në rast të mos pagesës të faturës lënda inicohet tek përmbaruesi privat dhe se a kanë njohuri se këtë borxh, nëse borxhi është i lartë ai mund të paguhet me rata mujore.

Pjesa e tretë trajton çështjen e ankesave të konsumatorve në KRU “GJAKOVA” SH.A. dhe nivelin e kënaqshmërisë me trajtimin e këtyre ankesave. Po ashtu, në këtë pjesë hulumohet përqindja e konsumatorëve të cilët kanë/nuk kanë kontratë shërbimi me KRU “GJAKOVA” SH.A.

Në fund konsumatorët janë pyetur nëse kanë ndonjë sugjerim për përmirësimin e shërbimeve të ujit.

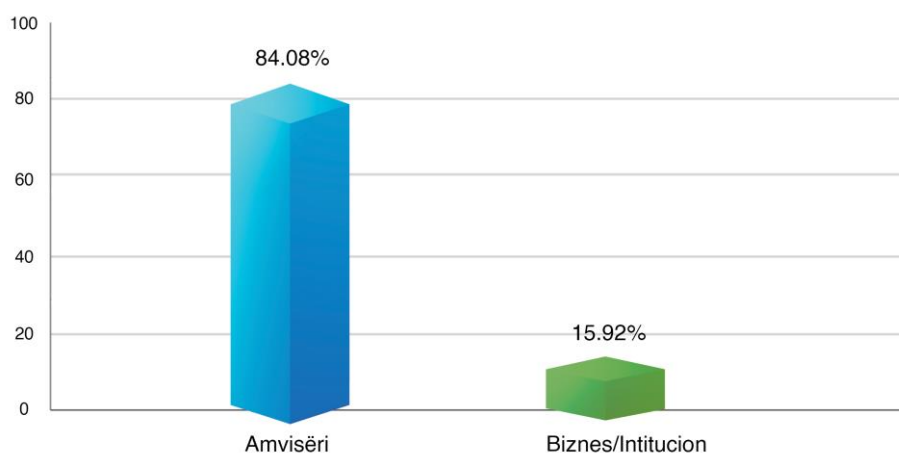
Të gjithë të anketuarve duke ju falenderuar për kohën gjithashtu ju është garantuar se të dhënat që janë marrë do të përdoren vetëm për nevojat e KRU “GJAKOVA” SH.A dhe nuk do të keqpërdoren.

3. Rezultatet e anketës

Të gjitha rezultatet e prezentuara në vijim janë kalkulime të autorit bazuar në të dhënat e gjeneruara nga anketimi i konsumatorëve, këto rezultate janë procesuar në mënyrë statistikore me anë të programit kompjuterik SPSS.

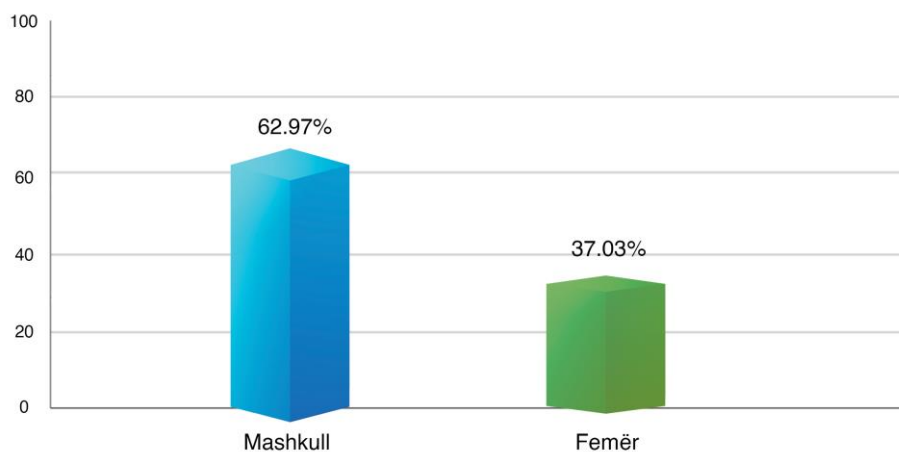
4.1 Të dhënat socio-demografike

KRU “GJAKOVA” SH.A mbulon me shërbime të ujësjetës 3 komuna. Nga të dhënat e paraqitura në Figurën 1. në vijim mbi Sektorin e konsumatorëve, vërehet se shumica e të anketuarve të përgjigjur ishin nga sektori i amvisërisë (84.08%) dhe pjesa e mbetur biznese ose institucione (15.92%).



[Fig.1] Sektori

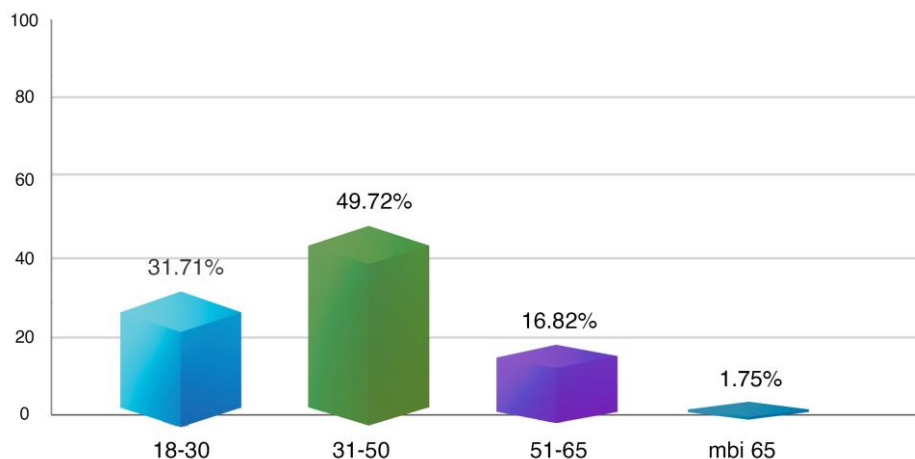
Ashtu siç edhe mund të shihet nga figura më poshtë, (62.97%) e konsumatorëve të cilët plotësuan pyetësonin i përkisnin gjinisë mashkullore, ndërsa (37.03%) i përkisnin gjinisë femërore.



[Fig.2] Gjinia

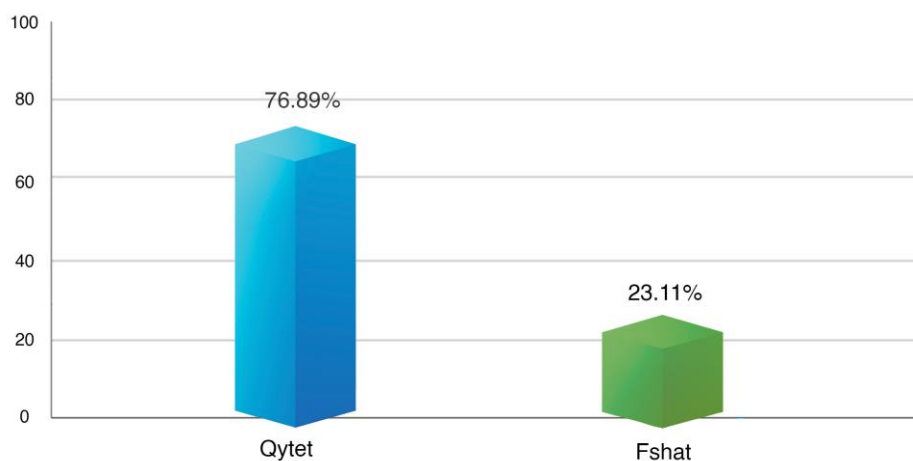
Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020

Në Figurën 3, shihet se shumica e konsumatorëve të anketuar ishin të grupmoshës 31-50 vjeç (49.72%) dhe 18-30 vjeç (31.71%), ndërsa të moshës 51-65 vjeç ishin (16.82%), dhe mbi 65 vjeç ishin vetëm (1.75%).



[Fig.3] Mosha

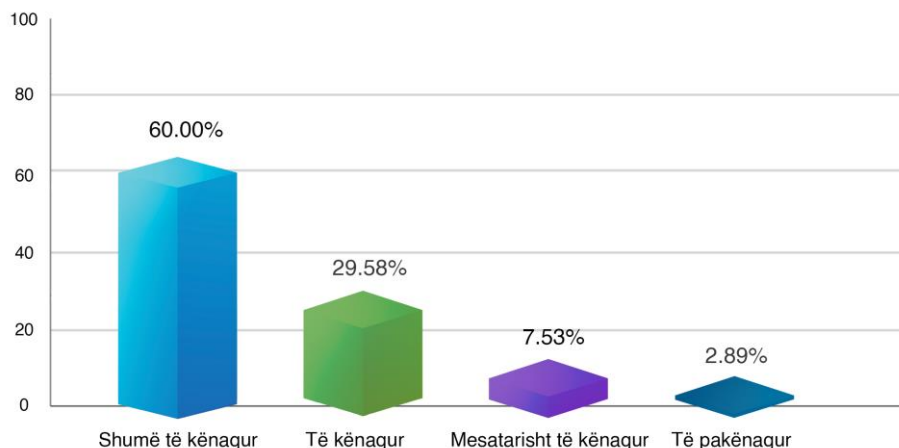
Po ashtu sa i përket tipit të vendbanimit, (76,89%) të anketuarve ishin me vendbanim në Qytet ndërsa (23.11%) në Fshat.



[Fig.4] Tipi i vendbanimit

4.2 Kënaqshmëria e konsumatorit me shërbimet e ujësjellësit KRU “GJAKOVA” SH.A

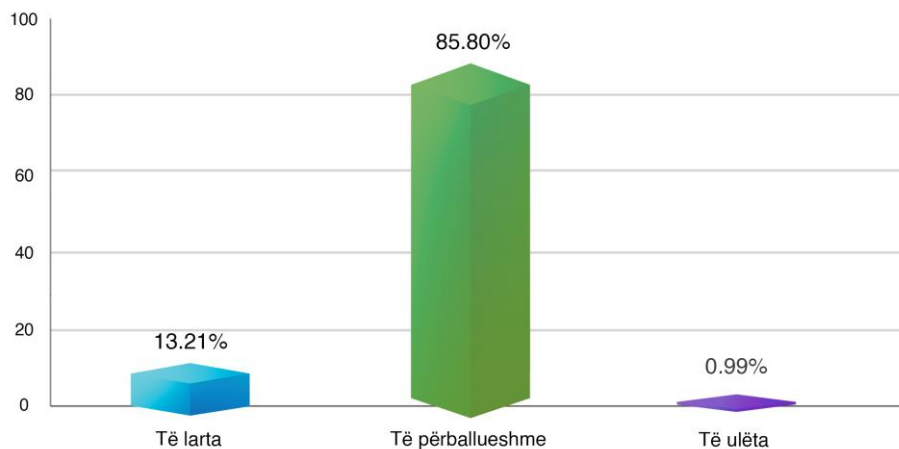
Për të prezentuar kënaqshmërinë e konsumatorëve të KRU “GJAKOVA” SH.A. për furnizimet me ujë dhe mirëmbajtjen e kanalizimit, në vijim është paraqitur figura e krahasimeve të kënaqshmërisë së konsumatorëve nëpër zonat ku shërben KRU “GJAKOVA” SH.A. Sipas figurës, shihet se konsumatorët janë shumë të kënaqur me shërbimet që KRU “Gjakova” SH.A ju ofron. Vërejmë se konsumatorët të cilët janë shumë të kënaqur me shërbimet e ujësjellësit kanë një përqindje prej (60.00%), të kënaqur (29.58%), mesatarisht të kënaqur (7.53%), të pakënaqur (2.89%).



[Fig.5] **Sa jeni të kënaqur me shërbimet tona?**

4.3 Tarifat e shërbimeve, ujëmatësi dhe pagesa e faturave

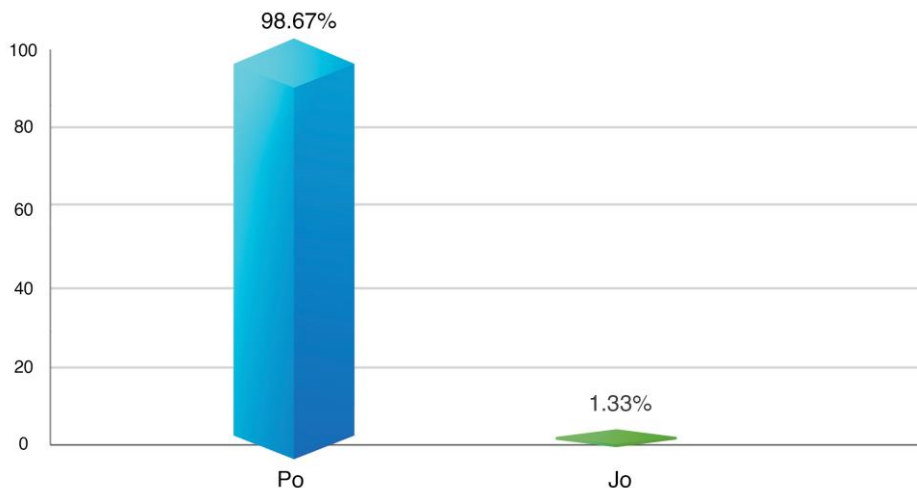
Figura 6. Na tregon përqindjen se si i vlerësojnë konsumatorët e KRU “GJAKOVA” SH.A, tarifat e shërbimeve, ku vërejmë se shumica e konsumatorve më saktësisht (85.80%) i vlerësojnë ato si të përballueshme, (0.99%) i vlerësojnë ato si të ulëta dhe (13.21%) i vlerësojnë ato si të larta.



[Fig.6] **Si i vlerësoni tarifat e shërbimeve?**

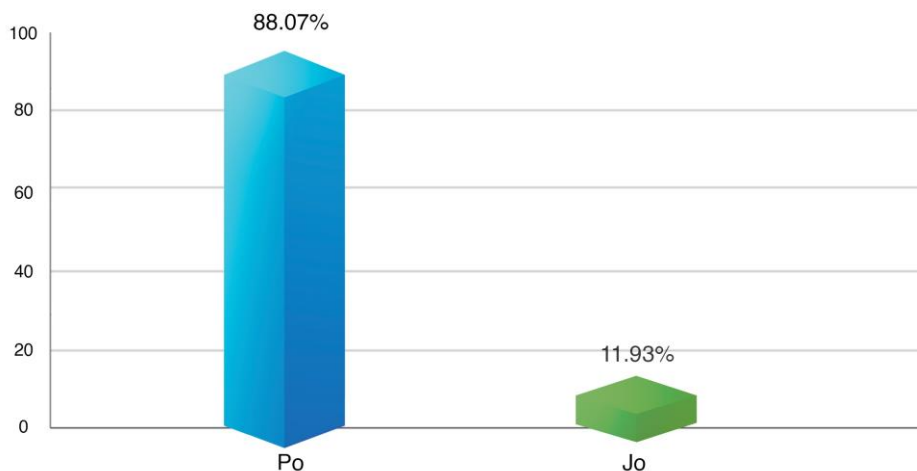
Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020

Nga të dhënat e paraqitura në figurën 7, vërejmë se vetëm (1.33%) e konsumatorëve nuk kanë ujëmatës në shtëpitë e tyre, ndërsa pjesa tjetër (98.67%) kanë ujëmatës në shtëpitë e tyre që tregon se KRU” Gjakova” SH.A është shumë e përkushtuar që çdo konsumator i saj të jetë i pajisur me ujëmatës dhe të faturohet sipas shpenzimit që ujëmatësi regjistron.



[Fig.7] A keni ujëmatës në shtëpi?

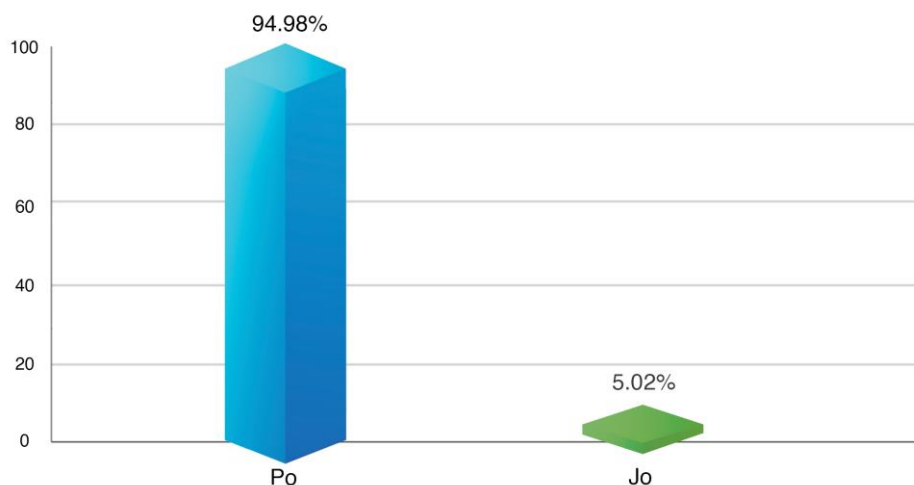
Figura 8. tregon se shumicës të anketuarve (88.07%) u lexohet ujëmatësi me rregull, ndërsa (11.93%) nuk ju lexohet ujëmatësi me rregull.



[Fig.8] A ju lexohet ujëmatësi me rregull?

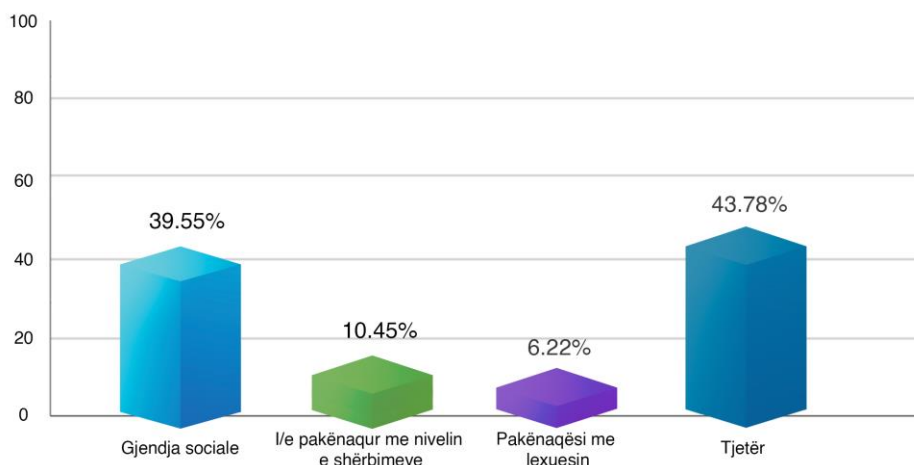
Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020

Në pyetjen se a i paguajnë faturat me rregull (94.98%) u përgjigjen se i paguajnë ato me rregull ndërsa (5.02%) e tyre thanë se nuk i paguajnë ato me rregull.



[Fig.9] A i paguani faturat me rregull?

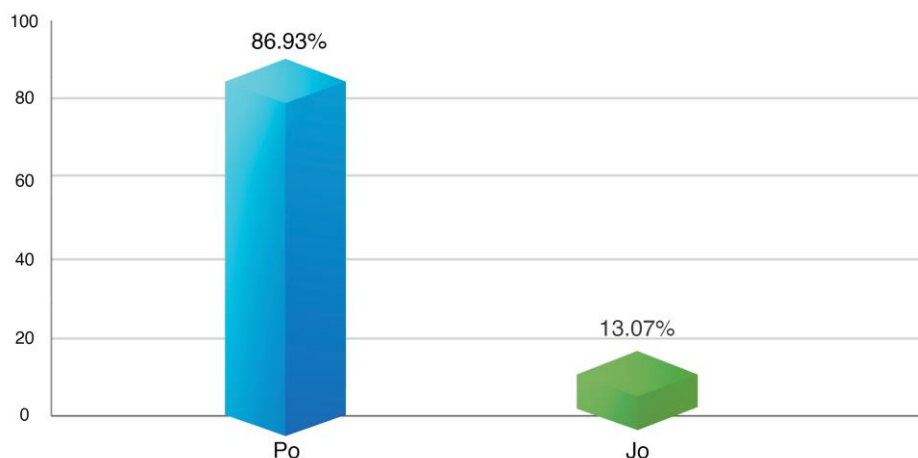
Nëpërmjet kësaj pyetje jemi munduar që të kuptojmë se cilat janë arsyet për mospagesë. Nga anketimi kemi nxjerr rezultatin që gjendja sociale (39.55%) është si arsye në përqindje më të lartë për mospagesë, l/e pakënaqur me nivelin e shërbimeve (10.45%), ndërsa pakënaqësi me lexuesin (6.22%), si dhe tjetër (43.78%).



[Fig.10] Arsyet për mospagesë?

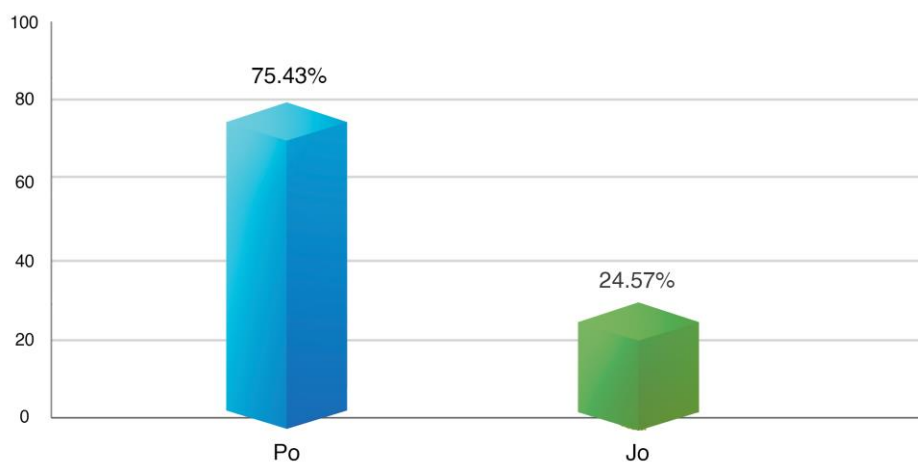
Në Figurën 11, Konsumatorët gjithashtu janë pyetur se a janë në dijeni se në rast të mospagesës së faturave lënda inicohet tek përmbaruesi, ku si rezultat (86.93%) e të anketuarve janë përgjegjur se e dinë, ndërsa (13.07%) nuk kanë qenë të informuar.

Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020



[Fig.11] A e dini se në rast të mos pagesës së borxhit tuaj lënda juaj inicohet tek përmbaruesi privat?

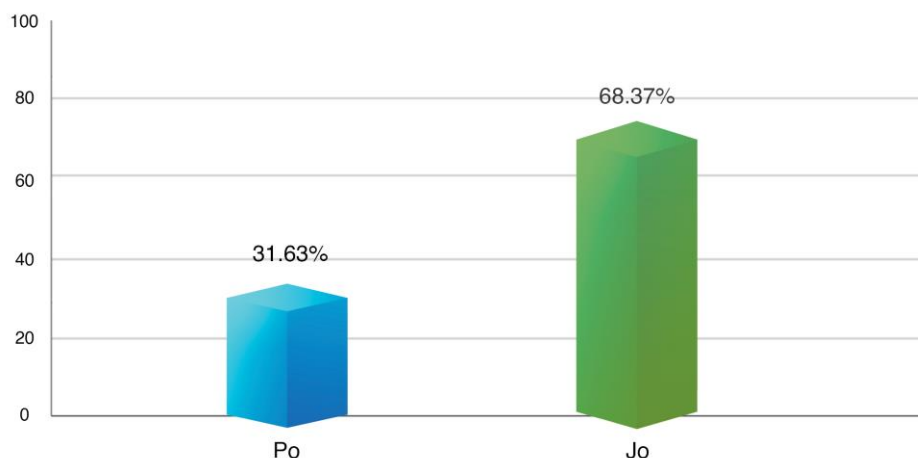
Ndërsa, në pyetjen se a dinë konsumatorët se nëse borxhi i tyre është i lartë, ata (konsumatorët) kanë të drejtë ta riprogramojnë atë (në rata)? Nga përgjigjet e konsumatorëve vërehet se (75.43%) janë në dijeni, ndërsa ata që nuk e dinë apo nuk janë në dijeni për këtë mundësi të ofruar nga KRU “GJAKOVA” SH.A janë me një përqindje më të ulët prej (24.57%).



[Fig.12] A e dini që keni të drejtë të nënshkruani kontratë me rata mujore për pagesën e borxhit nëse borxhi juaj është i lartë?

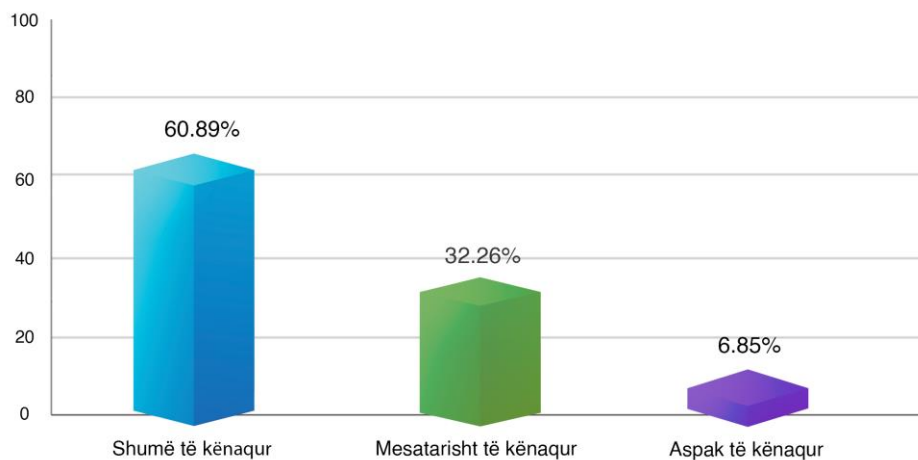
Kompania e KRU “GJAKOVA” SH.A ofron edhe mundësinë e ankimit në rast se konsumatorët janë të pakënaqur me shërbimet e ofruara. Në përqindje më të madhe të anketuarit janë përgjegjur se nuk janë ankuar (68.37%), anketuesit të cilët janë ankuar (31.63%).

Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020



[Fig.13] A jeni ankuar ndonjëherë në Kompaninë tonë në rast të pakënaqësisë?

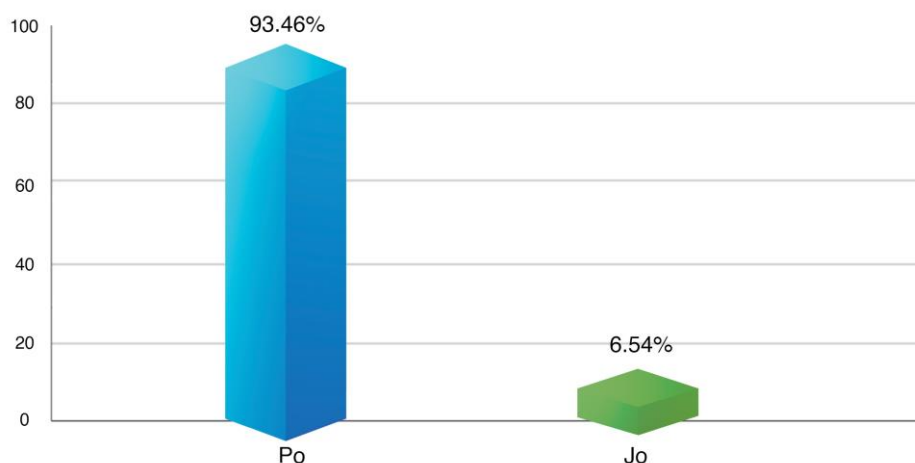
Lidhur me pyetjen sa jeni të kënaqur me efikasitetin e zgjidhjes së ankesave/kërkesave, përqindja më e madhe ka qenë se janë shumë të kënaqur (60.89%), mesatarisht të kënaqur (32.26%) dhe aspak të kënaqur (6.85%).



[Fig.14] Sa jeni të kënaqur me efikasitetin e zgjidhjes së ankesave/kërkesave?

Në pyetjen, se sa janë të kënaqur me efikasitetin e menjanimit të defekteve, (93.46%) janë të kënaqur, ndërsa (6.54%) nuk janë të kënaqur.

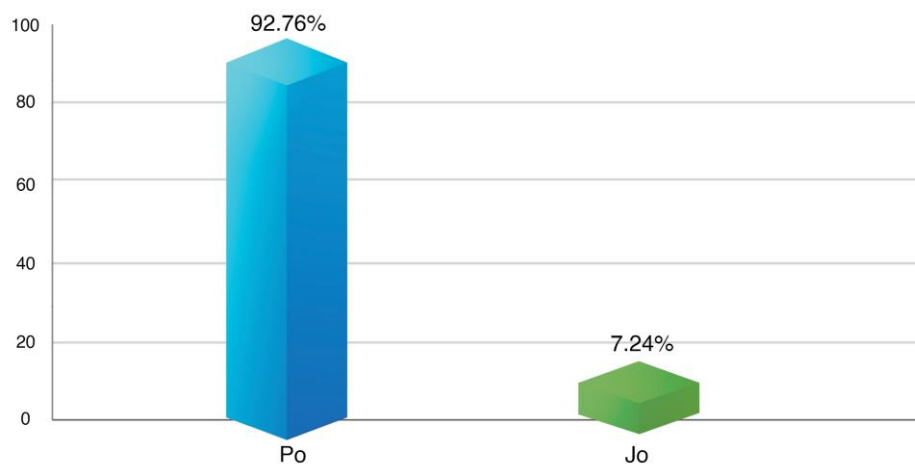
Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020



[Fig.15] A jeni të kënaqur me efikasitetin e menjanimit të defekteve?

Figura 16, na ilustron përgjigjet kur anketuesit janë pyetur nëse ata kanë Kontratë Shërbimi me KRU “GJAKOVA”. SH.A.

Shohim se (7.24%) e të anketuarve janë përgjigjur se ata nuk kanë kontratë shërbimi me KRU “GJAKOVA” SH.A. ndërsa (92.76%) janë përgjigjur se kanë kontratë shërbimi me KRU “GJAKOVA” SH.A.



[Fig.16] A keni kontratë shërbimi me KRU “GJAKOVA” Sh.A.?

4. Konkluzionet

Ky raport studimi vlerëson gjendjen e përgjithshme të kënaqshmërisë së konsumatorëve të KRU “GJAKOVA” SH.A. Më specifikisht, ky raport provon të vë në dukje të gjitha mundësitë për përmirësim apo zhvillim të KRU “GJAKOVA” SH.A., duke u bazuar nga këndvështrimi i konsumatorit.

Sa i përket metodologjisë, raporti kryesisht mbështetet në të dhënat kuantitative nga anketa me 2111 respondentë por edhe në të dhëna tjera të disponueshme sekondare. Anketa është realizuar vetëm me menaxherë ose pronarë biznesesh në mënyrë që të dhënat e mbledhura të jenë më shumë të besueshme. Për dallim nga vitet e kaluara kësaj radhe ju është dhënë më shumë hapsirë të anketuarve të japin sugjerimet e tyre sepse shpesh herë konsumatori mund të ofroj ide me të qartë se si ende mund të përmirsohet cilësia e shërbimit.

Një faktor mjaft pozitiv mbetet kënaqshmëria e konsumatorëve të cilët vazhdimisht, çdo vit e më shumë janë shumë të kënaqur me shërbimet e ujësjellësit. Ky fakt tregon se ujësjellësi vazhdimisht bënë hapa përparimtarë në zhvillimin e shërbimeve në mënyrë që të ju shërbej sa më mirë qytetarëve dhe bizneseve.

Si vlerë e shtuar e kësaj anketë gjithashtu është se anketuesit gjatë kohës së anketimit janë munduar që gjithashtu të informojnë qytetarët për të gjitha mundësitë që KRU “GJAKOVA” SH.A i ofron. Edhe pse shumica e qytetarëve vazhdojnë të mbesin shumë të kënaqur me shërbimet e ujësjellësit, ky hulumtim është munduar që të nxjerrë në pah të gjitha sferat se ku mund të përmirësohen edhe më tutje shërbimet e ujësjellësit që KRU “Gjakova” SH.A i ofron.

Me anë të pjesës së rekomandimeve, qytetarët këtë vit kanë pasur mundësi që të shprehin të gjitha pakënaqësitë dhe surgjerimet se si edhe me tutje mund të vazhdojnë të përmirësohen shërbimet.

5. Rekomandimet

Pas të gjitha pyetjeve të mbyllura anketuesit janë pyetur se nësa ata kanë ndonjë sugjerim për përmirësimin e shërbimeve të ujësjellësit dhe kanalizimit. Ka pasur sugjerime të veçanta, mirëpo shumica e sugjerimeve kanë qenë të ngjajshme. Më poshtë kemi përmbledhur disa nga sugjerimet e konsumatorëve drejtuar KRU “Gjakova” SH.A.

- Tarifa për biznese private të jetë më e ulët,
- Ndërrimi i gypave të ujit,
- Të fshihen borxhet nga pagesat e bëra online,
- Rritja e vetëdijësimin për mos keqpërdorim të ujit,

Në bazë të rezultateve dhe konkluzioneve dhe sugjerimeve të nxjerra nga ky hulumtim, në vijim ipen disa rekomandime për KRU “ GJAKOVA” SH.A :

Të bëhet investim në infrastrukturë me anë të cilit të ndërrohen gypat e vjetër ,

Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020

Rekomandojmë që rezultatet e analizave të bëra të shfaqen vazhdimisht në webfaqe të KRU “GJAKOVA” SH.A, ku konsumatorët e interesuar mund ti shohin vazhdimisht këto rezultate si dhe rekomandohen aktivitete më të shumta në platforma online.

Të rregullohet sistemi i pagesave online apo në pika tjera jashtë KRU-së, për shkak se obligimet e paguara shfaqen ende si obligime të pa paguara tek klientët.

Në fund, rekomandojmë krijimin e një fushate vetëdijësuese ku qytetarët informohen për rëndësinë e ujit si dhe njoftohen se uji ka kosto të lartë të prodhimit, njëkohësisht të vetëdijësohen qytetarët se uji i ofruar nga ujësjellësi nuk duhet të keqpërdoret.

6. Referencat

- E.W Anderson, C. Fornell & D.R. Lehmann, (1994), Costumer Satisfaction, market share, and profitability; Findings from Sweden, *Journal of Marketing*,
- E.W. Anderson, M.W. Sullivan – *Marketing Science*, (1993)
- T. G. Vavra, “Improving your Measurement of Customer Satisfaction: A guide to creating, conducting, analysing, and reporting Customer Satisfaction Measurement Programs.,” *American Society for Quality*, 1997.
- M. L. Souca, “Customer dissatisfaction and delight: completely different concepts, or part of a satisfaction continuum?,” *Manag. Mark.*, vol. 9, no. 1, pp. 79–90, 2014.
- K. P. Jayaramu, M. B. Kumar, and P. Rashmi, “Customer Satisfaction with Domestic Eater Supply in India– A Study in Hubli city,” *J. Environ. Earth Sci.*, vol. 4, no. 9, pp. 105–116, 2014.
- CSSP, “Customer Satisfaction: What the Research Tells Us,” *Center for the Study of Social Policy*, 2007.
- Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V. *Marketing. Podręcznik Europejski*. Warsaë. PWE Ed. 2002.
- J. L. Giese and J. A. Cote, “Defining Consumer Satisfaction,” *Acad. Mark. Sci. Rev.*, vol. No. 1., 1999.
- R. Oliver, *Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer*. New York: McGraw Hill, 1997.
- J. Anton, *Customer Relationship Management: Making Hard Decisions With Soft Numbers*. Engleëood Cliffs: Prentice-Hall, 1996.
- R. W. Ralston, "Models Maps Out Sure Path to Groëth in Marketplace", *Marketing News*, 30 (11): 12, 1996.
- R. N. Bolton, "A Dynamic Model of the Duration of the Customer's Relationship with a Continuous Service Provider: The Role of Satisfaction", *Marketing Science*, 17(1): 44-65, 1998.
- KUR GJAKOVA, “PLANI I BIZNESIT KRU GJAKOVA (2021-2023)” , 2021
- KUR GJAKOVA, “PLANI I BIZNESIT KRU GJAKOVA (2019-2021)” , 2020
- KRU GJAKOVA, “Misioni dhe Vizioni,” , “Historiku”, “Prodhimi i ujit”, “Distribuiimi”, pa datë.
- KRU GJAKOVA, “Rregullore 01/2017 për Zgjidhjen e Ankesave të Konsumatorëve”, 2017.
- ARRU dhe IKM, “Hulumtimi i Opinionit të Konsumatorëve për Shërbimet e Ujit në Kosovë,” *Autoriteti Rregullator për Shërbimet e Ujit dhe Instituti Kosovar për Menaxhim*, 2016.
- KRU GJAKOVA, "Raporti i Hulumtimit të Kënaqësisë së Konusmatorëve, 2019.

7. ANEX 1



Të nderuar bashkëqytetarë,

Fillimisht ju falenderojmë për kohën që po e ndani duke plotësuar këtë anketë “Hulumtimi I Kënaqshmërisë së Konsumatorëve për shërbimet e ofruara nga K.R.U. “GJAKOVA” Sh.A. Ky shërbim kryhet nga K.R.U “GJAKOVA”SH.A, për të testuar kënaqësin e konsumatorëve për shërbimet të cila ju ofron. Deklarojmë se të dhënat që do ti ndani në këtë anketë nuk do të keqpërdorën, përdorën për ndonjë qëllim tjetër dhe asnjë identifikim i juaj apo kompanisë tuaj nuk do të bëhet publike. Me plotësimin e këtij pyetësi ju do bëheni pjesë e vendimmarrjes për caktimin e prioriteteve të ndërrmarjes KRU “GJAKOVA” Sh.A për komunën tuaj.

PYETËSORI PËR NJËSITË E K.R.U “GJAKOVA” Sh.A.

SA JENI TË KËNAQUR ME SHËRBIMET E K.R.U. “GJAKOVA” Sh.A.?

Sektori: ☐ Amvisëri ☐ Biznes/Institucion

Gjinia: ☐ Mashkull
☐ Femër

Mosha: _____

Tipi i vendbanimit: ☐ Qytet
☐ Fshat

Sa jeni të kënaqur me shërbimet tona?

Shumë të kënaqur	Të kënaqur	Mesatarisht të kënaqur	Të pakënaqur
1	2	3	4

Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020

Si i vlerësoni tarifat e shërbimeve?

Të larta	Të përballueshme	Të ulëta
1	2	3

A keni ujëmatës në shtëpi?

☐ PO ☐ JO

A ju lexohet ujëmatësi me rregull?

☐ PO ☐ JO

A i paguani faturat me rregull?

☐ PO ☐ JO

Arsyet për mospagesë?

Gjendja sociale	I/e pakënaqur me nivelin e shërbimit	Pakënaqësia me lexuesin	Tjetër
1	2	3	4

A e dini se në rast të mospagesës së borxhit lënda juaj inicohet tek përmbaruesi privat?

☐ PO ☐ JO

A e dini që keni të drejtë të nënshkruani kontratë me rata mujore për pagesën e borxhit nëse borxhi juaj është i lartë?

☐ PO ☐ JO

A jeni ankuar ndonjëherë në Kompaninë tonë në rast të pakënaqësisë?

☐ PO ☐ JO

Hulumtimi i Kënaqshmërisë së Konsumatorve për shërbimet e ofruara nga K.R.U “ Gjakova” Sh.A për vitin 2020

Sa jeni të kënaqur me efikasitetin e zgjidhjes së ankesave/kërkesave?

Shumë të kënaqur	Mesatarisht të kënaqur	Aspak të kënaqur
1	2	3

A jeni të kënaqur me efikasitetin e menjanimi të defekteve?

☐ PO ☐ JO

A keni Kontratë Shërbimi me KRU “GJAKOVA” Sh.A.?

☐ PO ☐ JO

Komenti juaj për përmirësimin e shërbimeve që Kompania KRU “GJAKOVA” i ofron?

Ju falemnderit për kohën dhe durimin!

E drejta autoriale ©2021 i takon KRU “GJAKOVA” SH.A. Të gjitha të drejtat e rezervuara. Asnjë pjesë e këtij publikimi nuk mund të reproduktohet, të ruhet në ndonjë sistem reproduktimi, apo të transmetohet, në asnjë formë apo nga asnjë mjet, qoftë elektronik, apo mekanik, fotokopjues, regjistruar apo tjetër, pa lejen paraprake me shkrim nga botuesi.

