



*Produktet e pemëve dhe
perimeve të përpunuara
në Kosovë*

Dhjetor, 2014

**VLERËSIMI I TREGUT:
PRODUKTET E
PEMËVE DHE
PERIMEVE TË
PËRPUNUARA
NË KOSOVË**



ProFound - Advisers in Development
Dhjetor 2014

Përmbajtja

1.	Hyrje	5
2.	Metodologjia	6
3.	Statistikat tregtare: pemët dhe perimet e përpunuara	8
3.1.	Importet totale dhe grupet e produkteve në vitin 2013	8
3.2.	Eksportet totale dhe grupet e produkteve në vitin 2013	11
3.3.	Kufizimet dhe hulumtim i mëtutjeshëm	13
4.	Profili i sektorit të përpunimit të pemëve dhe perimeve	15
4.1.	Madhësia e përpunuesve gjendja e eksporteve dhe punësimit	15
4.2.	Përpunimi vjetor i pemëve dhe perimeve në Kosovë krahas kapaciteti prodhues	17
4.3.	Grupet kryesore të produkteve të përpunuara	18
4.4.	Profili i shitësve me pakicë dhe roli i pemëve dhe perimeve të përpunuara në nivelin e shitjes me pakicë	20
4.5.	Sektori i hotelerisë: pemët dhe perimet kryesore të përpunuara	21
4.6.	Anketimi i konsumatorëve: pemët dhe perimet kryesore të përpunuara	22
5.	Gjetjet kryesore: përparësitë dhe mangësitë e përpunimit të pemëve dhe perimeve ..	24
5.1.	Konsumatorë kosovarë	24
5.2.	Shitësit kosovar me pakicë dhe ata të pavarur me shumicë	28
5.3.	Sektori i hotelerisë në Kosovë	32
5.4.	Përpunuesit kosovarë të pemëve dhe perimeve	33
6.	Konkludimet kryesore	38
7.	Rekomandimet: identifikimi i mundësive, rreziqeve dhe fushave të intervenimit	42
Shtojca 1. Anketa e konsumatorëve		46
Shtojca 2. Importet kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara, sipas produkteve ..		48
Shtojca 3. Eksportet kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara, sipas produkteve .		52

1. Hyrje

Ky raport është përpiluar në kuadër të projektit Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat (PPSP): *Vlerësimi i tregut për produkte të pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë.*

Projekti Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat (PPSP) filloi në tetor 2013 dhe aktualisht është në fazën e tij fillestare me tri vjet shtesë për implementim të paraparë deri në vitin 2017. PPSP-ja është projekti në Kosovë i financuar nga Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC) dhe i implementuar nga konsorciumi i përbërë prej Swisscontact, Instituti Riinvest dhe PEM Consult. Në fazën fillestare PPSP-ja është e angazhuar në sektorin e përpunimit të ushqimit dhe sektorin e turizmit dhe ka për synim arritjen e ndikimit në nivel të lartë e të qëndrueshëm në punësimin për gra të reja e burra të rinj përmes konkurrencës së përmirësuar të sektorit privat.

Gjatë periudhës prej mesit të korrikut deri në mes të shtatorit, analistët e tregut nga ProFound – Këshilltarët në Zhvillim (Holandë) kanë mbledhur dhe analizuar informata të rëndësishme në tri nivele të ndryshme:

- **Statistika tregtare: vlerësim i bilancit tregtar të Kosovës për pemët dhe perimet e përpunuara**
- **Dinamikën e zinxhirit të vlerave: analizë e përparësive dhe mangësive që dalin nga sektori i pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë, të nxjerra nga intervistat me palët më relevante të interesit.**
- **Profili i konsumatorëve: analizë e perceptimit të konsumatorëve kosovar në lidhje me pemët dhe perimet e përpunuara në vend.**

Rezultatet e këtij vlerësimi janë paraqitur në këtë raport i cili është i ndarë në kapituj tematik. Kapitulli 2 adreson metodologjinë e përdorur në këtë vlerësim tregu, duke shpjeguar procesin e mbledhjes së të dhënave dhe përdorimin e burimeve sekondare dhe atyre primare.

Kapitulli 3 ofron statistikat e bilancit tregtar të Kosovës për pemët dhe perimet e përpunuara, duke identifikuar kështu grupet kryesore të produkteve (dhe produktet e vetme) që importohen në Kosovë, si dhe të atyre që eksportohen nga Kosova. Këto informata ofrojnë bazën për një analizë të thellë të mundësive në aspektin e zëvendësimit të importit dhe potencialit për eksport.

Kapitulli 4 jep një pasqyrë të sektorit të pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë, duke mbuluar çështjet si madhësinë e kompanisë, gjendjen e punësimit, përpunimin aktual krahas kapacitetit për përpunim, kanalet kryesore të tregut dhe preferencat e konsumatorëve.

Kapitulli 5 përmbledh perceptimin e palëve të ndryshme të interesit në zinxhirin e vlerave për pemët dhe perimet e përpunuara në Kosovë lidhur me temat si: cilësia, çmimi dhe kostoja, disponueshmëria dhe vëllimet dhe promovimi e marketingu.

Kapitulli 6 përmbledh konkludimet kryesore të nxjerra për secilin kapitull. Aty theksohen çështjet kryesore të identifikuar gjatë vlerësimit të tregut dhe krahasohen pikëvështrimet e palëve të ndryshme të interesit të kontaktuar.

Informatat e ofruara në këtë raport të vlerësimit të tregut në fund përkthehen në intervenime të rekomanduara në Kapitullin 7, në mënyrë që të lehtësohen aktivitetet brenda sektorit kosovar të përpunimit të pemëve dhe perimeve. Këto rekomandime dalin perspektiva e tregut dhe bazohen në rezultatet e të dhënave të përmbledhura.

2. Metodologjia

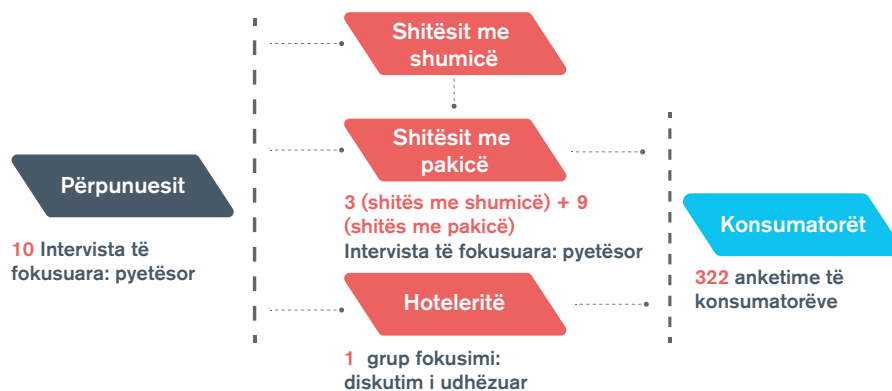
Metodologjia e aplikuar për mbledhjen e të dhënave në këtë vlerësim të tregut ishte kombinim i burimeve sekondare dhe atyre primare.

Përdorimi i burimeve sekondare ishte një hap i rëndësishëm në identifikimin e studimeve ekzistuese që adresojnë sektorin e përpunimit të pemëve dhe perimeve në Kosovë. Këto studime janë përdorur si pikë nisjeje për analizat e sektorit dhe për të shmangur dyfishimin e të dhënave gjatë këtij vlerësimi të tregut.

Burimet sekondare gjithashtu janë përdorur si kornizë për analizë të bilancit tregtar të Kosovës në lidhje me produktet e pemëve dhe perimeve të përpunuara. Procesi i analizës është iniciuar me përzgjedhje të kujdesshme të produkteve, e cila bazohet në Kodet përkatës të Sistemit të Harmonizuar (Kodet SH) për këtë sektor. Këto kode SH kishin të bënin me produktet të cilat ishin me interes për intervenimet e ardhshme të PPSP-së. Të dhënat tregtare janë kryqëzuar nga dy burime, Zyra e Doganave të Kosovës dhe baza e të dhënave të Eurostat-it.

Në nivelin e burimit primar, ProFound ka punuar ngushtë me PPSP-në dhe Institutin Riinvest – institut vendor hulumtimesh me përvojë paraprake në këtë sektor – në dizajnimin e pyetësorëve të cilët janë shfrytëzuar për të intervistuar palët kryesore të interesit në sektorin kosovar të pemëve dhe perimeve: kompanitë përpunuese (të shkallës së ulët dhe shkallës së lartë), shitësit me pakicë dhe ata të pavarur me shumicë (të shkallës së ulët dhe shkallës së lartë). Pyetësorët përmbanin pyetje në lidhje me temën, të cilat janë përdorur për të adresuar çështjet me rëndësi për intervenimet e ardhshme. Implementimi i intervistave të hollësishme është bërë me ndihmën e partnerit vendor, Institutit Riinvest. Në përgjithësi ekipi i projektit ka intervistuar: 10 përpunues të pemëve dhe perimeve, 9 shitës me pakicë dhe 3 shitës të pavarur me shumicë.

Për të adresuar sektorin e hotelerisë, ProFound dhe Instituti Riinvest kanë dizajnuar dhe kanë mbajtur një grup fokusimi i cili kishte në përbërje palë të ndryshme të interesit që përfaqësonin ndërmarrjet si restorantet dhe kafenetë. Në këtë grup fokusimi janë përfaqësuar gjithsej 6 ndërmarrje. Në kuadër të këtij vlerësimi të tregut, sektori i hotelerisë paraqet një pjesë të tregut të fundit për pemët dhe perimet e përpunuara në Kosovë.



ProFound gjithashtu ka bashkëpunuar me Institutin Riinvest dhe PPSP-në në përpilimin e anketimit të konsumatorëve, me synim të vlerësimi të perceptimit të konsumatorëve kosovarë lidhur me

produktet e përpunuara vendore të pemëve dhe perimeve. Anketimet janë mbajtur në rajone të ndryshme të Kosovës, duke iu drejtuar gjinive dhe grupmoshave të ndryshme në lloje të ndryshme

të shitjes me pakicë. Përmes kësaj metodologjie, synimi i anketimit ishte që të nxjerrë opinione përfaqësuese nga konsumatorët; nëse nuk ishte i rëndësishëm në aspektin statistikor (me madhësi të mostrës së anketimit prej 322 respondentëve), anketimi i konsumatorëve ishte padyshim i rëndësishëm në aspektin kualitativ. Informatat e ofruara nga ky aktivitet do të shfrytëzohen gjithashtu për të dizajnuar intervenimet me fokus të veçantë në konsumatorin fundor.

Anketimi me pyetje të shumëllojshme për konsumatorët është kryer në periudhën prej 13 deri 22 gusht (referohuni në anketën në Shtojcën 1 në 3 lloje të shitoreve me pakicë: 1) shitës të madh me pakicë (supermarket); shitës të vogël e të pavarur me pakicë për lagje; 3) zinxhirë të vogël të shitjes me pakicë, kryesisht shitore të vogla në lagje, që mbulojnë popullatën prej 322 personave të përkatësive të ndryshme etnike në 3 komuna të Kosovës. Kjo mostër në aspektin statistikor nuk i përgjigjet popullatës kosovare; ajo më shumë paraqet një tregues të sjelljes dhe preferencave të konsumatorëve. Profili demografik i respondentëve përbëhej nga:

- **132 meshkuj (41%)**
- **187 femra (59%)**
- **Mosha: prej 17 deri në 82 vjeçar**
- **Të hyrat familjare të respondentëve: prej 70 euro deri në 3,000 euro në muaj**

Pas procesit të mbledhjes së të dhënave, ProFound ka organizuar takim me palët e interesit si pjesë e misionit verifikues në Kosovë. Takimi i palëve të interesit është mbajtur më 18 shtator në Prishtinë me pjesëmarrjen e 14 përfaqësuesve të përpunuesve, shitësve me pakicë, OJQ-ve dhe organizatave qeveritare. Gjatë këtij takimi, ProFound ka ndarë me audiencën rezultatet preliminare të vlerësimit të tregut, të pasuar me diskutime lidhur me çështjet kryesore të prezantuara.

Prezantimi ka adresuar rezultatet preliminare që kanë dalë nga studimi për statistikën tregtare të pemëve dhe perimeve të përpunuara të Kosovës dhe është pasuar me rezultatet kryesore të intervistave, anketimeve dhe grupit të fokusimit, në lidhje me: cilësinë, çmimin, disponueshmërinë e vëllimin dhe promovimin.



Rezultatet e diskutimeve në takimin e palëve të interesit janë diskutuar prej së afërmi me PPSP-në dhe janë inkorporuar në këtë raport, në mënyrë që të ofrojë një nivel më të thellë të analizës dhe

rekomandimeve lidhur me përkrahjen e PPSP-së për sektorin kosovar të përpunimit të pemëve dhe perimeve.



3. Statistikat tregtare: pemët dhe perimet e përpunuara

Përzgjedhja e kodeve të Sistemit të Harmonizuar (SH) mbulon importin dhe eksportin kosovar të pemëve dhe perimeve për përpunuara me synim të përshtatjes së definicionit të këtij sektori sa më shumë që mundet. Të dhënat për këtë sektor janë nxjerrë në nivelin më specifik të kodit 8 shifror dhe janë ri-grumbulluar në grupe produktesh në mënyrë që të jenë në harmoni me tregun për pemët dhe perimet e përpunuara.

Kapitulli 20 i Tarifës Doganore, i cili ka të bëjë me *Përgatitjen prej zarzavateve, frutave apo pjesëve tjera të bimëve*, përfshinë produkte si arrat dhe ullinj të ushqyeshëm. Produktet e tilla janë lënë jashtë grupit kryesor, si edhe kërpudhat. Sidoqoftë, ato duhet analizuar më hollësisht në rast se PPSP-

ja angazhohet në nënsektorin e produkteve pyjore jo-drusore në një fazë më të vonshme.

Produktet nga patatja (d.m.th. patatinat, patatet e skuqura të ngrira) gjithashtu janë përjashtuar nga grupi kryesor pasi që, pikë së pari patatja nuk konsiderohet si perime, dhe e dyta, sipas studimeve dhe analizave të mëhershme të PPSP-së ky produkt nuk ofron mundësi të mjaftueshme për krijim të punësimit kryesisht për shkak të monopolit në këtë industri. Ky grup produktesh mbulohet shkurtimisht nën seksionin *Kufizimet dhe hulumtimi i mëtutjeshëm*. Derisa shifrat tregtare kryesisht janë analizuar në aspektin e vlerës, vëllimet (në tonelata) janë dhënë si njësi sekondare.

3.1. Importet totale dhe grupet e produkteve në vitin 2013

Importet totale kosovare të produkteve të pemëve dhe perimeve të përpunuara në vitin 2013 kanë arritur vlerën e përafërt prej 8.1 milion euro (8.7 milion tonelata), me shkallë mesatare të rritjes vjetore prej 2% nga viti 2009 dhe me rënie në vitin 2010 dhe 2011. Shifrat tregtare të prezantuara këtu nuk përfshijnë grupet e produkteve të cilat nuk janë drejtpërdrejt relevante me sektorin kosovar të pemëve dhe perimeve të përpunuara si dhe pemët e perimet që nuk kultivohen në Kosovë. Sidoqoftë, shifrat e tilla mund të mos paraqesin vlerën e saktë të importeve totale, pasi që kontrabanda mbetet një sfidë e madhe në veri të Kosovës – vija administrative kufitare ndërmjet Kosovës dhe Serbisë.¹ Nuk ka vlerësime zyrtare lidhur me vlerën e mallrave kontrabandë përmes kësaj linje kufitare dhe, si të tilla, importet ilegale mbesin të pavrojtura.

Sipas Raportit të Bilancit Tregtar të Hortikulturës Kosovare, vlerësohet se importet mesatare vjetore të pemëve dhe perimeve në Kosovë nga viti 2007

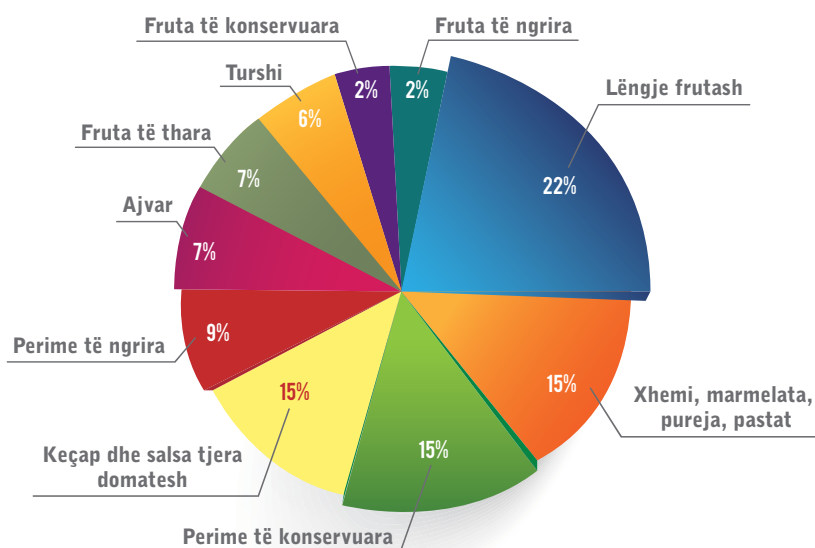
deri në vitin 2011 kanë qenë 22 milion euro (për të arritur 25 milion euro në vitin 2011).² Sidoqoftë, ky raport ka përfshirë të gjitha grupet e produkteve – pemët e perimet që kultivohen e që nuk kultivohen në Kosovë siç janë pemët citrike, pemët ekzotike, llojet e ndryshme të arrave, rrushin e thatë dhe pemët tjera të thara, perimet (si fabulën e tharë, etj.), kërpudhat, produktet e patates, etj. Në lidhje me këtë, importet e grupit të produkteve *Tjera* (d.m.th. që nuk janë të specifikuar diku tjetër) kanë arritur vlerën prej mbi 9 milion euro në vitin 2001 sipas raportit të sipërpërmendur.

Grupet kryesore të produkteve të importuara në Kosovë në vitin 2013 ishin lëngjet e frutave, të cilat përbënin pjesën prej 22% të të gjithë importit të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Grupet e produkteve *xhemi, marmelatat, pureja dhe pastat, perimet e konservuara dhe keçapi i domateve dhe salcat tjera nga domatet* të përcjella hollësisht, secila paraqet nga 15% të importeve totale.

1 Komisioni Evropian, Raporti i Progresit për Kosovë, 2014

2 Raporti i Bilancit Tregtar të Hortikulturës Kosovare, 2011

Figura 1. Importet totale kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara, në vitin 2013, në vlerë



Burimi: Eurostat, 2014

3.1.1. Grupet e produkteve dhe produktet më të importuara nga Kosova në vitin 2013

Tabela e mëposhtme paraqet produktet kryesore ndër grupe të ndryshme produktesh të importuara në Kosovë në vitin 2013, ku gjithashtu paraqitet normat e rritjes vjetore të këtyre produkteve nga viti 2009 dhe furnizuesit kryesorë të këtyre produkteve në Kosovë.

Produktet e klasifikuara si të tjera dhe përzjerje janë larguar nga kjo tabelë për të ofruar një pasqyrë më të saktë të sektorit. Aty janë përfshirë vetëm nga dy produkte më të importuara nga secili grup i produkteve. Tabela e plotë dhe ndarja e importeve sipas grupeve të produkteve mund të gjendet në Shtojcën 2.

Tabela 1. Produktet kryesore të importuara në Kosovë në vitin 2013, ndryshimi vjetor 2009-2013 dhe furnizuesit kryesorë

*Tabela e plotë mund të gjendet në Shtojcën 2

	Gjithsej importe në vitin 2013, Në vlerë (€ 1,000)	Gjithsej importe në vitin 2013, Në vëllim (tonelata)	Ndryshimi vjetor 2009-2013	Partnerët kryesorë në import
Perimet e konservuara				
Domatet	894	1,326	22%	Italia 62% Kina 16% Greqia 13%
Misri i ëmbël	81	63	22%	Hungaria 89% Italia 8% Polonia 1%
Lëngjet e frutave				
Mollë	763	950	-3%	Serbia 34% Maqedonia 24% Austria 22%
Grejpfрут	249	129	68%	Italia 85% Slovenia 7% Serbia 6%
Xhem, marmelatë, pure, pasta				
Dredhëz	64	60	-2%	Maqedonia 61% Turqia 35% Austria 2%
Qershi	38	18	7%	Turqia 64% Maqedonia 27% Gjermania 4%

Keçap dhe salca tjera domatesh	1,167	978	3%	Serbia 65% Italia 13% Maqedonia 8%
Perime të ngrira				
Bizele	98	126	-15%	Serbia 63% Kroacia 21% Polonia 8%
Fasule	81	113	-31%	Serbia 88% Gjermania 4% Polonia 4%
Hajvar	592	373	3%	Maqedonia 96% Gjermania 2% Serbia 0.5%
Fruta të thara				
Fiq	155	84	13%	Turqia 99% Gjermania 1%
Rrush	104	61	6%	Irani 80% Turqia 6% India 6%
Turshi				
Tranguj dhe trangujt e vegjël	314	388	-6%	Maqedonia 85% Shqipëria 11% Serbia 3%
Speca të ëmbël	77	89	-6%	Maqedonia 46% Serbia 35% Shqipëria 18%
Fruta të konservuara				
Qershi	70	44	13%	Kroacia 92% Turqia 3% Serbia 2%
Dardha	24	6	-23%	Austria 90% Turqia 6% Kina 3%
Frutat e ngrira				
Mjedra, manaferra, dudu, etj.	14	10	1%	Serbia 87% Kroacia 9% Gjermania 5%
Dredhëza	10	5	27%	Serbia 56% Greqia 25% Gjermania 18%

Produktet kryesore të importuara të pemëve dhe perimeve të përpunuara dhe vendi i tyre i origjinës ndryshojnë shumë varësisht nga grupi i produkteve të cilit i përkasin.

Sa i përket **lëngjeve të frutave**, produktet kryesore të importuara në Kosovë gjatë vitit 2013 ishin lëngjet e mollës dhe grejpfrutit, me pjesëmarrje në importin total të lëngjeve të frutave me 44% dhe 14% respektivisht. Edhe pse Italia luan rol të rëndësishëm në furnizimin me lëngje frutash për Kosovën, shumica e produkteve të importuara ishin me origjinë nga industritë rajonale si Maqedonia, Serbia dhe Sllovenia.

Në grupet e produkteve **xhem, marmelatë, pure dhe pasta**, grupi i produkteve tjera (kodet SH: 20079939, 20079950 dhe 20079997) kanë pjesëmarrjen më të madhe në importe (89%). Kur merren në konsideratë produktet që mund të identifikohen, produkti më i importuar në Kosovë në vitin 2013 ishte xhemi/marmelata nga dredhëza, me pjesëmarrje prej 5% të importeve totale. Xhemi/

marmelata nga qershia është gjithashtu produkt i rëndësishëm, me pjesëmarrje prej 3% në importet totale në vitin 2013. Në këtë grup produktesh, vendi i origjinës së produkteve është i ndryshëm; përveç Maqedonisë, Turqia luan rol të rëndësishëm. Shtetet e BE-së si Gjermania dhe Austria gjithashtu luajnë një rol më të vogël në furnizimin e Kosovës me xhem, marmelatë, pure dhe pasta. Vini re se Greqia është furnizuesi kryesor i *xhemit, marmelatës, puresë dhe pastave tjera*, të cilave në fakt mund t'u atribuohen pastat si tahini.

Në përgjithësi, importet e **perimeve të konservuara** janë të përqendruara rreth shteteve të BE-së, ku Italia luan rol të rëndësishëm. Duke përjashtuar *përzierjet*, perimet më të importuara në Kosovë gjatë vitit 2013 duke prirë dukshëm ishin domatet, me pjesëmarrje prej mbi 70% në importet totale. Misri i ëmbël ka pjesëmarrje prej 7% në importet totale. Të dyja produktet kanë pësuar rritje të konsiderueshme të normës vjetore që tejkalon +20% viti 2009.

Sa i përket **keçapit the salcave tjera nga domatet**, Serbia prinë dukshëm si furnizuesi më i madh për Kosovën; në vitin 2013, Serbia ka furnizuar 65% të gjithëj importeve. Importi nga Kosova i këtij grupi të produkteve ka normë të rritjes vjetore prej 3% nga viti 2009, që arriti vlerëm prej 1.2 milion euro në vitin 2013. Serbia gjithashtu luan rol të madh në furnizimin me **perime të ngrira** për Kosovën. Në vitin 2013, Serbia ka qenë furnizuesi më i madh i Kosovës me bizele të ngrira, fasule të ngrira, misër të ëmbël, specat të ëmbël dhe *përzierje*.

Ajvari gjithashtu është një produkt i rëndësishëm i importuar në Kosovë. Në vitin 2013, Maqedonia pothuajse ka furnizuar tërë sasinë e importuar, me pjesëmarrje prej 96% të importit total. Ajvari maqedonas ka emërtimin e origjinës, prandaj është një produkt i rëndësishëm i eksportit nga ai vend.

Sa i përket importeve të **frutave të thata**, Turqia prinë dukshëm si furnizuesi më i rëndësishëm për Kosovën. Turqia është prodhues i madh dhe një e njohur tregtare për fruta të thara. Disa produkte rajonale si mollët dhe dardhat e thara furnizohen nga vendet fqinje si Shqipëria dhe Serbia.

Furnizimi i Kosovës me **perimeve turshi**, që paraqesin produktet më të rëndësishme të përpunuara në vend, gjithashtu dominohet nga vendet fqinje: Maqedonia, Shqipëria dhe Serbia. Brenda këtij grupi të produkteve, trangujt turshi dhe trangujt e vegjël turshi kanë pjesëmarrje prej mbi 60% të importeve totale, të pasuara nga specat e ëmbël me pjesëmarrje prej 16%. Pjesa tjetër është produkte të tjera turshi. Është me rëndësi të ceket që importet e perimeve turshi kanë rënë dukshëm nga viti 2009, me një normë vjetore të rënies prej rreth 6% për dy produktet më të importuara të këtij grupi.

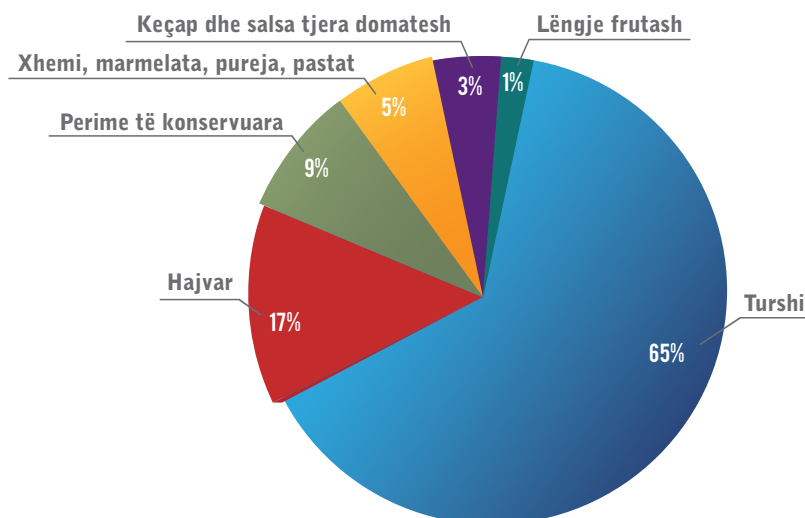
Pemët e konservuara dhe pemët e ngrira janë grupe më të vogla produktesh sa i përket importeve kosovare. Përderisa vendi i origjinës së pemëve të ndryshme të konservuara është i ndryshëm varësisht nga vendi i origjinës së lëndës së papërpunuar, importet e pemëve të ngrira njësor si perimet e ngrira kanë si furnizues kryesor Serbinë për shumicën e produkteve.

3.2. Eksportet totale dhe grupet e produkteve në vitin 2013

Përzgjedhja e kodeve të Sistemit të Harmonizuar (SH) në lidhje me eksportet kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara është përafëruar sa më shumë që ka qenë e mundur me gamën e produkteve të kompanive që janë intervistuar. Produktet që shkaktojnë mospërputhje në shifra dhe arsye për hulumtim të mëtutjeshëm janë theksuar në pjesën *Kufizimet dhe hulumtim i mëtutjeshëm*.

Eksportet totale kosovare të produkteve të pemëve dhe perimeve të përpunuara në vitin 2013 arritën vlerën prej afërsisht 631 mijë euro (633 tonelata). Për shkak të mospërputhjes së të dhënave gjatë 5 viteve të fundit, progresi i eksporteve në nivel të grupuar për këtë periudhë nuk është i sigurt. Për këtë arsye, ndryshimet vjetore për periudhën 2009-2013 janë dhënë vetëm në nivel të produktit.

Figura 2. Eksporti total kosovar i pemëve dhe perimeve të përpunuara në vitin 2013, në vlerë



Duke marrë në konsideratë përzgjedhjen e produkteve më lartë, grupet kryesore të produkteve të eksportuara nga Kosova në vitin 2013 *ishin perimet turshi, ajvari dhe perimet e konservuara*. Produktet turshi kanë pasur pjesëmarrjen më të madhe prej 65% të mbarë eksportit kosovar, ndërkaq ajvari ka arritur pjesëmarrjen prej 17% në vitin 2013. *Perimet e konservuara* kishin

pjesëmarrje prej 9% në mbarë eksportin e pemëve dhe perimeve të përpunuara. Grupet e produkteve *xhem, marmelatë, pure dhe pasta si dhe keçapi dhe salcat tjera nga domatet* pasuan me pjesëmarrje 5% respektivisht 3% të eksportit total. *Lëngjet e frutave* përbënin pjesën më të vogël të importeve me vetëm 1% të eksportit total kosovar të pemëve dhe perimeve të përpunuara në vitin 2013.

3.2.1. Grupet e produkteve dhe produktet më të eksportuara nga Kosova në vitin 2013

Tabela e mëposhtme paraqet produktet kryesore nga grupet e ndryshme të produkteve të eksportuara nga Kosova në vitin 2013, ku gjithashtu paraqiten normat e rritjes vjetore të këtyre produkteve nga viti 2009 dhe destinacionet kryesore për eksportet kosovare. Produktet e klasifikuara *si të tjera dhe përzierje* janë larguar nga kjo tabelë për të ofruar një pasqyrë më të saktë të sektorit, me përjashtim të *xhemit, marmelatës, puresë dhe pastave*, e cila ka produktin tjera si produkt relevant i eksportit. Tabela e plotë dhe ndarja e eksporteve sipas grupeve të produkteve mund të gjendet në Shtojcën 3.

Në grupin e **perimeve turshi**, specat e ëmbël përbënin pjesën më të madhe të eksporteve kosovare në vitin 2013 me 31% (*perimet tjera turshi*, sidoqoftë, përbënin pjesë edhe më të madhe prej 58%). Në fakt, eksportet kosovare të specave të ëmbël turshi tejkaluan importet; derisa Kosova importoi në vlerë prej 77,000 euro në vitin 2013, eksportet e saj arritën vlerën prej 127,000 euro. Kështu, eksportet e trangujve turshi dhe trangujve të vegjël turshi patën pjesëmarrje prej 12% në eksportet totale në vitin 2013, por prapëseprapë janë më të ulëta se importet. Vendet kryesore si destinacion për eksportet kosovare të perimeve turshi ishin në vendet e BE-së.

Ajvari gjithashtu luan rol të rëndësishëm në eksportet kosovare, me pjesëmarrje prej 17% në eksportin total kosovar në vitin 2013. Eksporti i ajvarit kishte rritje të konsiderueshme vjetore prej 50% nga viti 2009 dhe më së shumti është eksportuar në Suedi, Maqedoni dhe në një sasi më të vogël, në Belgjikë.

Në vitin 2013, lakra turshi arriti pjesëmarrjen më të lartë bë grupin e vet të produkteve në vlerën 29% [me përjashtim të grupit të produkteve *përzierjes* (52%)]. Destinacioni kryesor për eksportet kosovare ishte tregu më i madh ushqimor në BE, Gjermania. Bizelet e konservuara gjithashtu luajtën rol më rëndësor, me pjesëmarrje prej 14% në eksportin e përgjithshëm; destinacioni i vetëm në vitin 2013 ishte Maqedonia fqinje.

Në grupin **xhem, marmelatë, pure, pastë**, nuk mund të identifikohen materiale të papërpunuara që ofrojnë mundësi interesante për eksportuesit kosovar. Grupi i produkteve *tjera* është i vetmi i regjistruar në eksportet kosovare në vitin 2013, me Malin e Zi dhe Serbinë si destinacionet kryesore.

Keçapi dhe salcat tjera nga domatet kryesisht janë eksportuar për në Serbi në vitin 2013 (pjesëmarrje prej 65%), me Italinë dhe Maqedoninë si destinacione më pak të rëndësishme. Grupi i produkteve **lëngjet e frutave** ende luan rol më të vogël në eksportet kosovare, ndërsa destinacionet ndryshojnë shumë varësisht nga produkti.



Tabela 2. Produktet kryesore të eksportuara nga Kosova në vitin 2013, ndryshimi vjetor 2009-2013 dhe destinacionet kryesore

* Tabela e plotë mund të gjendet në Shtojcën 3

	Gjithsej eksporte në vitin 2013, Në vlerë (€ 1,000)	Gjithsej eksporte në vitin 2013, Në vëllim (tonelata)	Ndryshimi vjetor 2009-2013	Partnerët kryesor në eksport
Turshi				
Specja të ëmbël	127	132	8%	Austria 33% Gjermania 31% Suedia 27%
Tranguj dhe trangujt e vegjël	48	67	13%	Austria 70% Gjermania 23% Suedia 5%
Ajvar	105	72	50%	Suedia 44% Maqedonia 38% Belgjika 12%
Perimet e konservuara				
Lakra turshi	16	17	102%	Gjermania 82% Zvicra 18%
Bizele	8	11	82%	Maqedonia 100%
Xhem, marmelatë, pure, pasta				
Tjera	32	36	20%	Mali i Zi 56% Serbia 35% Suedia 9%
Keçap dhe salca tjera domatesh	21	27	-13%	Maqedonia 50% Shqipëria 26% BeH 22%
Lëng frutash				
Qershi	2.3	0.4	N/A	Gjermania 100%
Mollë	1.1	0.4	-46%	Shqipëria 100%

3.3. Kufizimet dhe hulumtim i mëtutjeshëm

Siç është shtjelluar më lartë, grupet e produkteve tjera dhe përzjerje ofrojnë një vakuim të madh në të dhëna tregtare, posaçërisht në lidhje me eksportet kosovare. Te këto grupe, jo vetëm që nuk mund të identifikohet burimi i materialit të papërpunuar, por ato gjithashtu paraqesin mospërputhjet më të mëdha në të dhëna për periudhën 2009-2013.

Për shembull, kodi SH 081190, që përmban *Frutat dhe arrat e pa specifikuar diku tjetër, të paziera/ të ziera me avull/në ujë të valuar, të ngrira*, ka dalë të jetë jo-proporcionalisht i lartë krahasuar me eksportin e përgjithshëm kosovar dhe nuk mundëson dallimin ndërmjet frutave dhe arrave.

Në një shembull tjetër, kodet SH 20059990 (i shuar në vitin 2012) dhe 20059980, nën grupin “perimet tjera të konservuara/të ruajtura” (d.m.th. *Perimet tjera të përgatitura apo të ruajtura ndryshe nga mënyra me uthull apo acid acetik, jo të ngrira, produkte tjera nga ato të titullit 2006*) janë kodet më të sakta që kanë të bëjnë me **ajvarin**, si një

produkt i rëndësishëm për Kosovën. Këto kode SH ishin identifikuar përmes hulumtimit kualitativ, duke analizuar praktikat më të zakonshme për regjistrimin e furnizimit me ajvar sipas autoriteteve doganore.

Në anën tjetër, disa produkte tjera të cilat nuk janë përfshirë në tërësinë e mbledhur, por të cilat kanë interes si të vetme dhe për të cilat nevojiten hulumtime të mëtutjeshme në aspektin kualitativ janë:

- Qershitë e konservuara (kodet SH 20086039/50/60/70/90): ky produkt arriti vlerën e eksporteve prej 164 mijë euro në vitin 2013, duke tejkaluar nivelin e importeve (70 mijë euro). Hulumtimet e mëtutjeshme mund të zbulojnë nëse ky produkt me të vërtetë është me interes për eksportin kosovar, apo nëse shifrat e raportuara kanë mospërputhje me realitetin e sektorit.

- Mollët e thara (kodi SH 08133000): eksportet kosovare arritën vlerën 70 mijë euro në vitin 2013, të eksportuara në tërësi në Gjermani (importet arritën vlerën prej 17 mijë euro). Gjatë misionit të verifikimit, ekipi i projektit mësoi se mollët e thara (të egra) eksportohen për në Gjermani për qëllime mjekësore dhe do të mund të ishin produkte jo-drusore me interes për hulumtim të mëtutjeshëm.

Sa i përket produkteve nga patatja, të cilat janë përjashtuar nga përzgjedhja fillestare, të dhënat e paraqitura më poshtë janë për patatinat (kodi SH 20052020) dhe patatet e ngrira (d.m.th. patatet

e ngrira për skuqje) (kodi SH 20041010). Këto produkte arritën nivle të lartë të importit në vitin 2013, duke shkaktuar shtrembërim në të dhënat e përgjithshme. Produktet nga patatja nuk janë përzgjedhur fillimisht si pikë fokusimi e këtij vlerësimi të tregut për shkak se aktualisht ekziston një përpunues i madh që ka pozitë monopoliste mbi resurset për përpunim, prandaj nuk ka potencial përshkallëzimi për produktet nga patatja. Nevojiten më shumë akterë të tregut për të zhvilluar më tutje tregun dhe konkurrencën në këtë sektor. Përderisa ekziston vetëm një përpunues në Kosovë, ekzistojnë mundësi shumë të kufizuara për rritjen e punësimit në këtë nën-sektor.



4. Profili i sektorit të përpunimit të pemëve dhe perimeve në Kosovë

4.1. Madhësia e përpunuesve të pemëve dhe perimeve në Kosovë, gjendja e eksporteve dhe punësimit

Ekipi i projektit ka intervistuar gjithsej 10 përpunues të pemëve dhe perimeve në Kosovë. Nga 10 respondentët, 4 prej tyre i janë dedikuar vetëm përpunimit të perimeve dhe 1 i është dedikuar vetëm përpunimit të pemëve. 5 kompanitë tjera i

janë dedikuar të dyja grupeve të produkteve, edhe pse dy përpunues të shkallës së vogël ("KB Krusha" dhe Shoqata e Grave "Parajsa Jonë") kryesisht përpunojnë perime.

4.1.1. Madhësia dhe niveli i të hyrave të përpunuesve kosovarë të pemëve dhe perimeve

Shumica e përpunuesve janë ndërmarrje të vogla dhe të mesme, ndërsa 3 nga to janë kompani të mëdha. Ky kategorizim bazohet në udhëzimin aktual të BE-së për definicionin e NVM-ve i cili gjithashtu është aprovuar edhe në Kosovë (Tabela 3).³ Ndër ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, 2 nga to janë

përpunues të shkallës së vogël të angazhuar kryesisht në përpunim shtëpiak të pemëve dhe perimeve. Këta përpunues të vogël zakonisht kanë nga 15 deri 30 punëtorë gjatë sezonës. Në anën tjetër, përpunuesit e mesëm dhe të mëdhenj në Kosovë punësojnë nga 70 deri në 300 punëtorë.

Tabela 3. Madhësia e kompanive të intervistuar për përpunimin e pemëve dhe perimeve, sipas numrit të punëtorëve (duke përfshirë punëtorët sezonal)

Madhësia e kompanive	# i kompanive
Mikro (<10)	0
Të vogla (<50)	4
Të mesme (<250)	3
Të mëdha (>250)	3

Sidoqoftë, vetëm tre përpunues kanë raportuar se kanë tejkaluar 1 milion euro në qarkullimin e tyre vjetor në vitin 2013; dy nga to kishin më pak se 1 milion euro qarkullim, ndërsa kompanitë tjera

kishin më pak se njëqind mijë euro (Tabela 4); dy përpunues raportuan këto të dhëna si të dhëna konfidenciale.

3 http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_en.pdf

Tabela 4. Niveli i të hyrave vjetore të përpunuesve të pemëve dhe perimeve, ne vitin 2013, në euro

Të hyrat vjetore	# i kompanive
< € 50,000	1
€50,000 - €100,000	2
€100,000 - €500,000	1
€500,000 - €1,000,000	1
€1,000,000 - €10,000,000	3

4.1.2. Aktivitetet e eksportit nga përpunuesit kosovar të pemëve dhe perimeve

6 nga 10 respondentë kanë deklaruar se tashmë janë angazhuar në aktivitete eksporti; 2 respondentë ende nuk eksportojnë dhe 2 respondentë nuk kanë ofruar përgjigje për këtë pyetje. Dy përpunues

kosovar eksportojnë më shumë se gjysmën e prodhimit të tyre (në aspektin e të hyrave), ndërsa në anën tjetër dy kompani aktualisht nuk janë angazhuar në aktivitete eksporti.

Tabela 5. Eksportet, % e të hyrave të përgjithshme, sipas numrit të respondentëve dhe destinacionet kryesore për eksport

Eksportet, % i të hyrave të përgjithshme	# i kompanive	Destinacionet kryesore eksport
Asnjë	2	Shqipëria, Maqedonia, Mali i Zi, Kroacia, Suedia, Zvicra , Austria, Gjermania, Serbia, Belgjika, SHBA
<20%	2	
20-50%	2	
>50%	2	
N/A	2	

4.1.3. Gjendja e punësimit: sektori i pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë

Numri total i punëtorëve me orar të plotë në këtë sektor është afërsisht 500, ndërkaq numri i punëtorëve sezonal është më i lartë – mbi 850 gjatë zezonës. Vlen të ceket pjesëmarrja e fuqisë punëtore nga gjinia femërore në sektorin e përpunimit të pemëve dhe perimeve në Kosovë është e lartë; 62% e punëtorëve në këtë sektor janë femra. Përveç kësaj, pjesëmarrja mesatare e femrave të punësuar në të gjitha kompanitë për përpunimin e pemëve dhe perimeve, duke përfshirë përpunuesit e shkallës së vogël, është 65%. Sa i

përket vetëm përpunuesve të shkallës së vogël (duke përfshirë “KB Krusha” dhe Shoqatë e Grave “Parajsa Jonë”), pjesëmarrja mesatare e femrave të punësuar është 95%, e cila është shumë më e lartë krahasuar me pjesëmarrjen mesatare në kompanitë përpunuese industriale ku përqindja është 58%. Përbërja etnike e të punësuarve në këtë sektor pasqyron strukturën etnike të popullatës në Kosovë – 90% janë shqiptarë, ndërsa pjesa tjetër përfshijnë serbët, turqit, komunitetet RAE, boshnjakët dhe goranët.

4.1.4. Shoqata dhe qeverisja e sektoriale në sektorin kosovar të përpunimit të pemëve dhe perimeve

Aktualisht, Shoqata Kosovare për Pemë dhe Perime (PePeKo) është shoqata e vetme që përfaqëson sektorin e pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë. Gjatë intervistave, 5 përpunues të intervistuar kanë pohuar se përfaqësohen nga PePeKo; dy përpunuesit e intervistuar të shkallës së vogël nuk janë pjesë e këtij grupi. Si të tillë, përpunuesit nga shoqatat e grave dhe zonat e minoritarëve aktualisht nuk janë përfshirë në strukturën e përgjithshme të qeverisjes së sektorit.

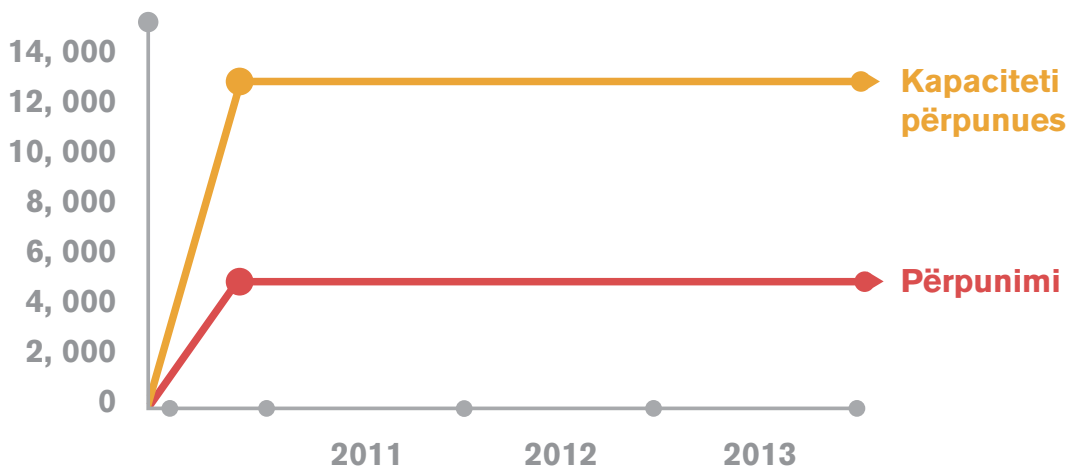
Format e tjera të përfaqësimit kryesisht bëhen përmes odave ekonomike të cilat nuk janë dedikuar në mënyrë specifike për sektorin e pemëve dhe perimeve të përpunuara. Megjithatë, shumica e kompanive besojnë që shoqatat/odat që i përfaqësojnë nuk ofrojnë mbështetje të mjaftueshme. Vetëm 4 nga 10 kompani kanë përmendur se kanë pranuar aktivitete mbështetëse si pjesëmarrja në panairë tregtare, shkëmbim të informatave dhe trajnime.

4.2. Përpunimi vjetor i pemëve dhe perimeve në Kosovë krahas kapaciteti prodhues

Bazuar në informatat e mbledhura nga intervistat në terren me dhjetë përpunues në mbarë Kosovën, ekziston një trend në rritje në prodhimin vendor të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Në të njëjtën kohë, hendeku ndërmjet kapaciteteve prodhuese të përpunuesve vendorë dhe sasive vjetore të përpunuara gjatë tri viteve të fundit është gjithashtu

duke u ngushtuar (shih Figurën 3). Vetëm dy përpunuesit e shkallës së vogël kanë raportuar se, gjatë tri viteve të fundit, ata kanë operuar me kapacitet të plotë. Hendeku aktual duhet atribuar kryesisht njërit prej përpunuesve më të mëdhenj, i cili është duke shfrytëzuar vetëm 20% të kapacitetit të vet prodhues.

Figura 3. Përpunimi vjetor krahas kapacitetit prodhues të pemëve dhe perimeve në Kosovë, ndryshimi 2011-2013, në tonelata



Të 8 përpunuesit së bashku (dy kanë raportuar si konfidenciale) kanë përpunuar afërsisht 5.7 mijë tonelata produkte të pemëve dhe perimeve në vitin 2013. Duhet cekur se 1 nga përpunuesit e intervistuar ka raportuar vëllimin e përpunuar vetëm

në njësi të përpunuara (d.m.th. kavanoz). Prandaj, sasitë për këtë kompani janë përcaktuar duke supozuar se një kavanoz i vetëm peshon 0.5 kg (vlerësim i përafëruar).

Tabela 6. Përpunimi vjetor i pemëve dhe perimeve sipas shkallës së përpunimit në vitin 2013, në tonelata

Përpunimi vjetor në vitin 2013 (tonelata)	Nr. i kompanive
<50 tonelata	2
50 – 100 tonelata	1
100 – 500 tonelata	1
500 – 1,000 tonelata	1
1,000 – 2,000 tonelata	3

Përveç kësaj, të gjithë përpunuesit nuk kanë raportuar kapacitetin e tyre përpunues, por ata kanë dhënë shifrat për sasi të vjetore të përpunuara. Prandaj, për këta përpunues supozohet se operojnë me kapacitet të plotë. Bazuar në supozimet e mësipërme, 3 përpunues kanë prodhuar ndërmjet 1 mijë e 2 mijë tonelata dhe përpunuesit e tjerë kanë prodhuar më pak se 1 mijë tonelata në vitin 2013.

Bazuar në shifrat e përgjithshme të prodhimit dhe në kombinim me të dhënat tregtare të paraqitura në Kapitullin 3, është e mundur të jepet një vlerësim për madhësinë e tregut kosovar të pemëve dhe perimeve të përpunuara (në sasi). Në këtë aspekt,

konsumi i dukshëm mund të llogaritet duke përdorur formulën në vijim: konsumi i dukshëm = (importet - eksportet) + prodhimi. Llogaritjet rezultojnë në madhësi të tregut të vlerësuar rreth 13.7 mijë tonelata, por kjo vlerë duhet marrë me kujdes për shkak të kufizimeve të dhënave të pandashme. Në njërin anë, siç është përmendur më herët, shifrat e importit kosovar mund të mos paraqesin vlerën e saktë, pasi që kontrabanda mbetet sfidë madhore posaçërisht në veri të Kosovës. Në anën tjetër, sasi të raportuara të prodhimit të dy kompanive të shkallës së madhe në Kosovë për shkak të çështjeve të konfidencialitetit mund të ofrojnë pasqyrë të shtrembëruar/nënvlerësuar të madhësisë dhe potencialit të tregut.

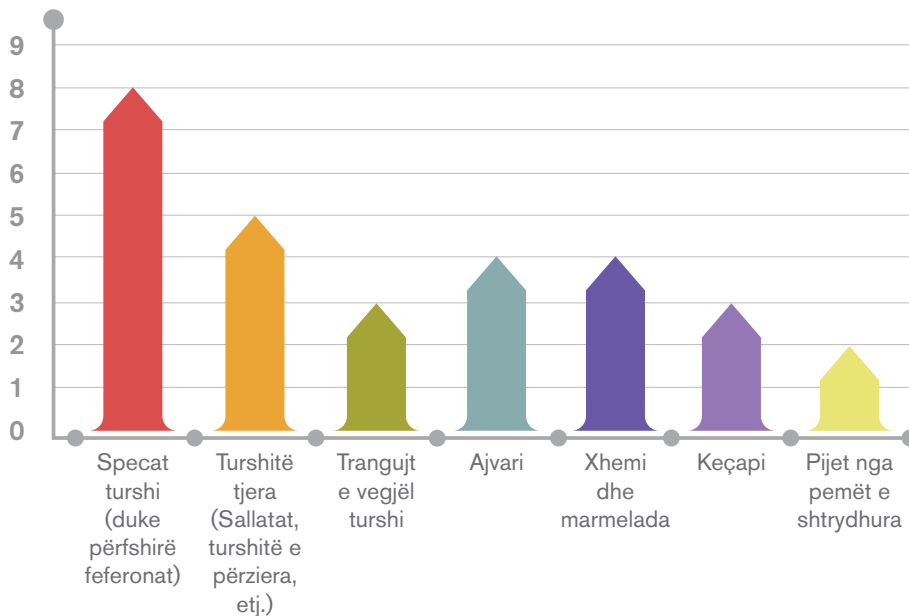
4.3. Grupet kryesore të produkteve dhe produktet e pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë

Indikator i kryesor i përdorur për të përcaktuar pemët dhe perimet e përpunuara më së shpeshti në Kosovë është numri i përpunuesve që prodhojnë një produkt të caktuar. Intervistat e hollësishme në terren me përpunuesit kanë vënë në pah se *perimet turshi* paraqesin produktet më të popullarizuara. Për shembull, janë 8 përpunues, duke përfshirë edhe të dy përpunuesit e shkallës së vogël, të cilët

prodhojnë specat turshi. Turshitë tjera si sallatat, perimet e përziera, etj., aktualisht përpunohen në 5 kompani të ndryshme përpunuese në Kosovë. *Ajvari*, i cili ka qenë produkti më i përzgjedhur në anketimin e konsumatorëve, prodhohet vetëm nga katër kompani. Figura 4 ofron vështrim të plotë të produkteve më të shpeshta të pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë.



Figura 4. Produktet më të shpeshta të pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë, sipas numrit të kompanive përpunuese



Siç shihet më lartë, niveli i shumëllojshmërisë në nivel të përpunimit në Kosovë është shumë i ulët. Jo vetëm që ka përqendrim të materialeve specifike të papërpunuara (p.sh. specat dhe trangujt e vegjël), por edhe në aspektin e përpunimit (p.sh. bërja turshi). Përveç kësaj, ekziston një fokusim në përpunim të perimeve në Kosovë, ndërkaq pemët nuk përdoren shumë si material i papërpunuar për shkak të prodhimit të ulët të pemëve në Kosovë dhe çmimit të ulët të ofruar nga përpunuesit në krahasim me çmimin në tregun e gjelbër. Kjo gjithashtu pasqyrohet në grupet kryesore të produkteve të eksportuara nga Kosova, të cilat janë të përqendruara në perimet turshi dhe *ajvarin* (Kapitulli 3). Si rezultat i kësaj, përpunues të ndryshëm konkurrojnë në segmentet e njëjta të tregut me produkte shumë të ngjashme dhe strategji të ngjashme të futjes në treg. Një përjashtim është tek prodhimet shtëpiake, ku ofrohet potencial për të eksploruar grupet e vogla të konsumatorëve specifik të cilët preferojnë cilësinë shtëpiake. Aktualisht, disa familje në Kosovë përpunojnë kryesisht perime në shtëpi (p.sh. ajvar, turshi), prandaj përpunuesit e shkallës së vogël mund të përshtatin strategjitë e tyre për të targetuar konsumatorët e tillë.

Gjithashtu mund të vërehet se grupet e caktuara të produkteve të cilat importohen në sasi të madhe në Kosovë në fakt nuk përpunohen në shkallë industriale (apo përpunohen në sasi të vogla). Kjo gjë ndodhë me lëngjet e frutave, që paraqesin 22% të importeve të përgjithshme kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara, por që nuk vërehen aktivitete madhore industriale në vend (ekzistojnë

dy kompani që përpunojnë lëngje frutash të shtrydhura). Ngjashëm, perimet e konservuara (15% të importeve totale), produktet e ngrira (perimet: 9%, pemët: 2% të importeve totale) dhe pemët e thara (7%) nuk duket të jenë ndër produktet më të shumti të përpunuara të pemëve dhe perimeve në Kosovë.

Në anën tjetër, ka produkte të cilat përpunohen në shkallë të madhe në Kosovë, por të njëjtat importohen nga furnizuesit diku tjetër. Kjo gjë ndodhë me xhemin dhe marmelatën, të cilat paraqesin 15% të importeve totale kosovare në vitin 2013, dhe që janë përmendur si produktet më të përpunuara nga 4 kompani kosovare. Në rastin e perimeve turshi, të cilat paraqesin 6% të importeve të përgjithshme, situata është edhe më e veçantë. Shumica e përpunuesve në Kosovë merren me perime turshi, ndërkaq ky produkt paraqet më shumë se 60% të eksporteve kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Rasti i është i ngjashëm; edhe pse produkti është i rëndësishëm në industrinë kosovare, ai paraqet pjesëmarrje prej 7% në importet nga Kosova të pemëve dhe perimeve të përpunuara (96% importohet nga Maqedonia).

Një pikë tjetër e vështrimit lidhur me industrinë kosovare është fokusimi në produktet përfundimtare, ndërsa pak aktivitete vërehen në përpunimin e produkteve gjysmë të përpunuara (p.sh. pureja e ngrirë, pureja aseptike, [ngrij-] pemët e perimet e thara dhe të ngrira, etj.). Shumica e kompanive në Kosovë përpunojnë produkte që

kanë për cak drejtpërdrejtë tregun me pakicë, jo industrinë e përpunimit të ushqimit (d.m.th. si elemente përbërëse). Derisa kjo strategji është e përshtatshme për tregjet vendore dhe rajonale, si the për tregjet e vogla specifike ndërkombëtare (p.sh. komunitetin në diasporë), eksporti për në tregun e rëndomtë të BE-së do të kërkonte qasje tjetër për shkak të nivelit të ngopjes së tregut dhe kërkesës së lartë për produkte të përfunduara. Furnizimi i drejtpërdrejtë i shitësve me pakicë në BE kërkon, ndër faktorë tjerë:

- **Standarde të larta të menaxhimit të sigurisë së ushqimit (p.sh. ISO 22000, BRC)**
- **Linjë ambalazhimi të teknologjisë së lartë**
- **Etiketimi të përshtatshëm, në pajtueshmëri me legjislacionin e BE-së**
- **Mbështetje për marketing nga partnerë në BE / departamenti i fuqishëm i marketingut**
- **Njohuri të hollësishme lidhur me trendet e konsumatorëve dhe dizajnin e ambalazhit**
- **Logjistikë të avancuar: kohë të shkurtër nga fillimi deri në përfundim të prodhimit, furnizime të qëndrueshme**

4.4. Profili i shitësve me pakicë dhe roli i pemëve dhe perimeve të përpunuara në nivelin e shitjes me pakicë

Për të kuptuar marrëdhëniet brenda zinxhirit të vlerave për pemët dhe perimet e përpunuara, është jetike që të hulumtohen aktet e ndryshëm dhe ndikimi i tyre direkt dhe i tërthortë në zinxhirin e performancës. Në këtë aspekt janë mbajtur intervista të fokusuara me zinxhirët më të mëdhenj të shitjes me pakicë, si dhe zinxhirët e vegjël të shitjes me pakicë. Përveç kësaj, janë përfshirë edhe disa shitës të pavarur me pakicë dhe disa shitës të rëndësishëm me shumicë të angazhuar në sektorin e pemëve dhe perimeve të përpunuara.

Përpunuesit vendorë në Kosovë bashkëpunojnë drejtpërdrejt me shitësit me pakicë dhe shumë pak me shitësit me shumicë. Përpunuesit e intervistuar kanë raportuar se mesatarisht 70% e të gjithë prodhimit shitet drejtpërdrejtë tek shitësit me pakicë – zinxhirët e mëdhenj dhe të vegjël të shitësve me pakicë. Afërsisht 20% të prodhimit është në dispozicion në treg përmes shitësve me shumicë. Pjesa e mbetur e prodhimit i shitet drejtpërdrejtë sektorit të hotelierisë (posaçërisht në rastin e pijeve nga frutat e shtrydhura).

Në nivelin e shitjes me pakicë në Kosovë, pjesëmarrja e pemëve dhe perimeve të përpunuara në shitjet totale ndryshon konsiderueshëm nëpër zinxhirë të shitjes me pakicë. Pjesëmarrja e perimeve të përpunuara në shitjet totale sillet ndërmjet 0.5% dhe 12%, me një pjesëmarrje mesatare prej 3.5% për shitës me pakicë. Në rastin e pemëve të përpunuara, pjesëmarrja sillet prej 0.5% në 10%, me një pjesëmarrje mesatare

prej 5% për shitës me pakicë. Nga nëntë shitësit me pakicë të intervistuar, vetëm njëri i ka raportuar këto të dhëna si konfidenciale. Sidoqoftë, vetëm dy shitës me pakicë kanë bërë të ditur shitjet e tyre vjetore, gjë që është paraqet mangësi në vlerësimin e madhësisë së tregut të Kosovës për pemët dhe perimet e përpunuara në aspektin e vlerës.

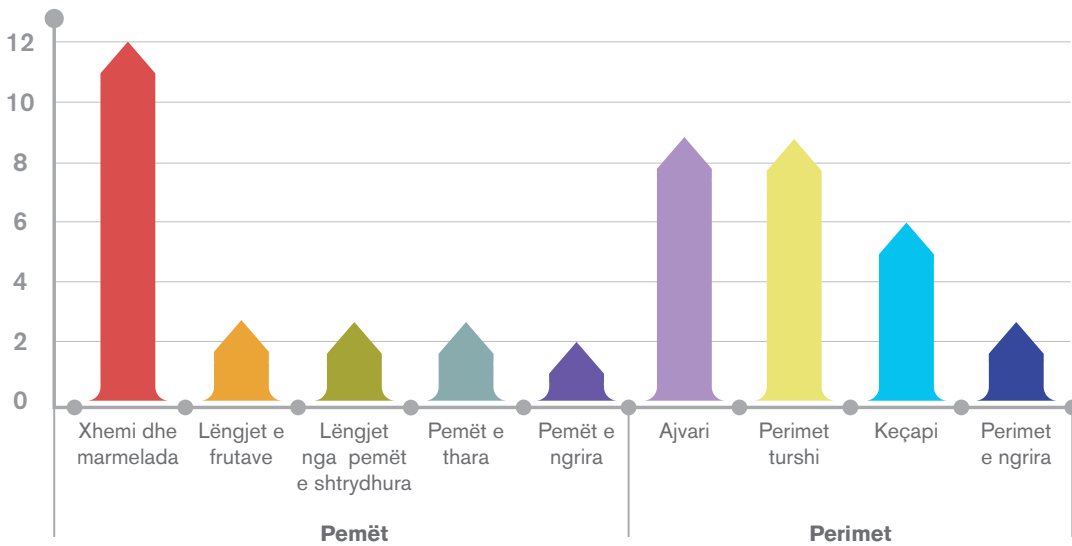
Përveç shifrave të dhëna më lartë, shitësit me pakicë kanë raportuar se raporti mesatar i frutave të përpunuara të importuara/dhe ato vendore është 70/30, gjë që pasqyron shfrytëzimin e ulët vendor të materialit të papërpunuar nga pemët për shkak të prodhimit të ulët të pemëve në Kosovë dhe çmimit të ulët të ofruar nga përpunuesit krahasuar me çmimet në tregun e gjelbër. Situata është plotësisht e ndryshme tek perimet e përpunuara; mesatarisht 60% e perimeve të përpunuara në raftet e shitësve me pakicë në Kosovë janë përpunuar në vend. Dy nga nëntë shitësit me pakicë të intervistuar kanë refuzuar të ofrojnë informata në lidhje me origjinën e produkteve.

I njëjti indikator sikur me përpunuesit është përdorur edhe tek shitësit me pakicë dhe ata me shumicë për të përcaktuar produktet më të përhapura në nivelin e shitjes me pakicë/shumicë. Figura e mëposhtme përshkruan produktet e pemëve dhe perimeve të përpunuara që arrijnë nivelet më të larta të shitjeve në Kosovë, ato vendore dhe ato të importuara, siç janë raportuar nga shitësit me pakicë dhe shitësit e pavarur me shumicë.

70% e të gjithë prodhimit shitet drejtpërdrejtë tek shitësit me pakicë



Figura 5. Produktet më të shitura të pemëve dhe perimeve të përpunuara në nivelet e shitjes me pakicë dhe shumicë, sipas numrit të respondentëve



Pemët e përpunuara: të gjithë shitësit e intervistuar me pakicë dhe shitësit e pavarur me shumicë kanë përmendur xhemin dhe marmelatën si produktet më të shitura. Ky është gjithashtu grupi më i rëndomtë i produkteve në industrinë e përpunimit të pemëve. Megjithatë, xhemi, marmelata dhe pureja paraqesin rreth 15% të importeve totale kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara, që tregon se ekziston një treg i madh për këtë grup produktesh dhe që kërkesa vendore e tejkalon prodhimin në Kosovë. Lëngjet e frutave, lëngjet nga frutat e shtrydhur dhe pemët e thara janë përmendur nga 3 shitës me pakicë dhe shitës të pavarur me shumicë si produktet me shitjen më të lartë. Nga këto 3 grupe produktesh, vetëm lëngjet nga frutat e shtrydhura rëndom përpunohen në industrinë kosovare, gjë që zbulon hendekun për grupet tjera të produkteve.

Perimet e përpunuara: grupet e produkteve që shiten më së shumti dhe që pothuajse janë produktet që përpunohen më së shumti në industrinë kosovare (si dhe në aspektin e eksporteve) janë: ajvari dhe perimet turshi. Kjo edhe një herë zbulon mungesën e llojllojshmërisë së produkteve, por që drejtpërdrejt pasqyron kërkesën e tregut. Një grup produktesh i përmendur nga gjysma e respondentëve si produkti më i shitur ishte keçapi, i cili në fakt prodhohet në Kosovë, por prapëseprapë ka pjesëmarrje prej 15% në importet e përgjithshme (së bashku me salcën e domateve). Kështu shihet se ka kërkesë nga tregu për keçap, por që industria vendore nuk e mbulon një pjesë të madhe të këtij tregu, i cili është shumë i fokusuar në brendet e importuara.

4.5. Sektori i hotelarisë: pemët dhe perimet kryesore të përpunuara

Gjatë diskutimeve me grupin e fokusimin nga hotelaria, pjesëmarrësit janë pyetur që të përmendin produktet e pemëve dhe perimeve të përpunuara që ata i shërbejnë më së shumti në restorantet e tyre. Nga grupi i pemëve të përpunuara, si produktet më të konsumuara janë përzgjedhur *lëngjet e frutat e shtrydhura*, *xhemi dhe pemët e ngrira*. Në anën tjetër, *ajvari*, *keçapi* dhe *turshitë* janë përzgjedhur si produktet më të konsumuara nga perimet.

Vlen të theksohet se gjithnjë preferohen produktet vendore. Xhemi dhe ajvari merren vetëm nga përpunuesit vendorë, kryesisht nga përpunuesit e shkallës së vogël. Mesatarisht, 60% e pemëve

të përpunuara vijnë nga përpunuesit vendorë. Lëngjet nga pemët e shtrydhura vijnë si nga burime vendore ashtu edhe nga distributorët e produkteve të importuara. Njëri prej pjesëmarrësve ka pohuar se ata përpunojnë *ajvarin* e tyre që të garantojnë qëndrueshmërinë e cilësisë. Keçapi dhe turshitë vijnë edhe nga përpunues vendorë, por edhe nga importi – 50% e keçapit dhe 70% e turshive janë nga përpunuesit vendorë.

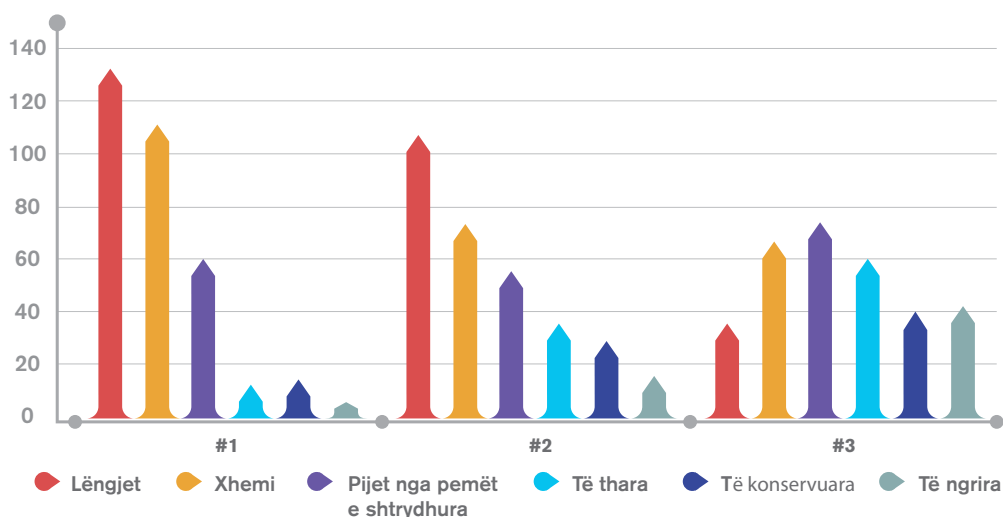
50% e keçapit dhe 70% e turshive janë nga përpunuesit vendorë.

4.6. Anketimi i konsumatorëve: pemët dhe perimet kryesore të përpunuara që konsumohen

Përveç intervistave të fokusuara me përpunues dhe shitës me pakicë/shumicë, është mbajtur edhe një anketim me 322 konsumatorë të çastit në shitoret e mëdha me pakicë. Figurat në vazhdim

(Figura 6 dhe 7) paraqesin renditjen e produkteve më të konsumuara të pemëve dhe perimeve të përpunuara.

Figura 6. Pemët e përpunuara më të konsumuara, sipas numrit të respondentëve, të renditura prej 1 (më të rëndësishmet) deri në 3 (më së paku të rëndësishme)



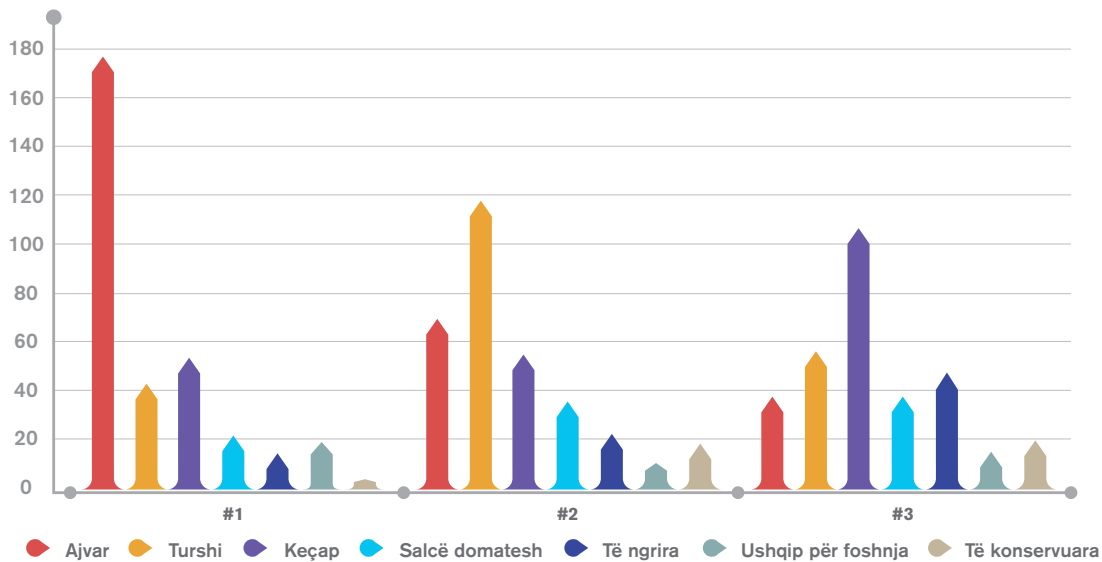
- Grupi i produkteve lëngjet është përmendur nga më së shumti respondentë (më shumë se 80%) si ndër 3 produktet më të përpunuara të pemëve. Ai gjithashtu është përmendur si grupi i produkteve që konsumohet më së shumti nga numri më i madh i repondentëve.
- Grupi i produkteve xhemi gjithashtu është renditur lartë në preferencat e konsumatorëve, duke u përmendur nga gati 80% e respondentëve si një nga 3 pemët më të përpunuara.
- Pemët e ngrira kanë marrë numrin më të ulët të përgjigjeve; më pak se 20% e respondentëve e kanë përmendur këtë grup produktesh si një nga 3 pemët më të përpunuara.

ende kanë pjesëmarrje të lartë në importin kosovar të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Mundësitë për frutat e thara (7% e importeve totale) gjithashtu mund të eksplorojnë si produkte përfundimtare apo gjysmë të përpunuara, që targetojnë materialet e papërpunuara nga biodiversiteti vendor. Aktualisht, kërkesa për fruta të thara duket të jetë e lartë, ndërsa shumë pak aktivitete janë vërejtur në nivelin e përpunimit vendor. Këto mundësi duhen eksploruar edhe nën nën-sektorin e prodhimeve pyjore jo-drusore. Pemët e konservuara dhe ato të ngrira janë përmendur më pak në nivelin e shitësve me pakicë, shitësve të pavarur me shumicë dhe nivelin konsumatorëve.

Rezultatet më lartë konfirmojnë në një shkallë të madhe vëzhgimet e kryera në nivel të shitësve me pakicë dhe shitësve të pavarur me shumicë. Një devijim nga intervistat me shitës me pakicë dhe shumicë është që lëngu i frutave ka është përmendur në një numër konsiderueshëm më të lartë sesa xhemi (dhe marmelata) gjatë ushtrimit të anketimit të konsumatorëve. Siç është përmendur më herët, kërkesa e lartë për lëngje frutash çon drejt perspektivës pozitive për përpunuesit vendorë që të rrisin pjesën e tyre të tregut në raport me furnizuesit e jashtëm. E njëjta vlen edhe për xhemin (dhe marmelatat) të cilat, si në rastin e lëngut të frutave,



Figura 7. Perimet e përpunuara më të konsumuara, sipas numrit të respondentëve, të renditura prej 1 (më të rëndësishmet) deri në 3 (më së paku të rëndësishme)



- Ajvari padyshim ka qenë grupi i produkteve më i përmendur nga respondentët. Gati 90% nga 322 konsumatorët e intervistuar kanë përzgjedhur atë si një ndër tri produktet më përpunuara të perimeve. Më shumë se 60% e këtyre konsumatorëve kanë përzgjedhur atë si produktin më të konsumuar.
- Grupi i produkteve turshitë ka qenë veçanërisht i përmendur gjithashtu gjatë intervistave. Gati 70% kanë përzgjedhur atë si një ndër tri produktet më përpunuara të perimeve. Më shumë se gjysma e këtyre konsumatorëve e kanë përzgjedhur atë si produktin e dytë më të konsumuar.
- Keçapi ishte përmendur nga rreth 65% e respondentëve, por gjysma e këtyre respondentëve e kanë përzgjedhur atë si produktin e tretë më të konsumuar.
- Grupi i produkteve perimet e konservuara dhe ushqimi për foshnja kanë marrë më së paku pikë nga respondentët. Vetëm rreth 10% e konsumatorëve të intervistuar kanë përzgjedhur grupin e produkteve të perimeve të konservuara dhe rreth 14% e kanë përmendur ushqimin për foshnja si ndër 3 produktet më të përpunuara të perimeve.

Sipas rezultateve të mësipërme, konsumatorët janë të fokusuar në perimet e përpunuara të cila gjithashtu prodhohen në një shkallë të madhe në Kosovë: ajvari dhe perimet turshi. Përderisa ekziston një ngopje e tregut për këto produkte, gjithashtu vërehet se ato më së shumti importohen nga vendet fqinje – më së shumti ajvari maqedonas. Përveç kësaj, këto janë grupe produktesh të

cilat arrijnë nivelet më të larta të eksporteve në Kosovë, me pjesëmarrje të përbashkët prej mbi 80% të eksporteve të përgjithshme të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Kështu, jo vetëm që përpunuesit vendorë kanë potencialin për të zëvendësuar importin e këtyre produkteve, por mund edhe të rrisin eksportin madje. Keçapi gjithashtu ishte përmendur mjaft shpesh gjatë anketimit të konsumatorëve dhe siç është konfirmuar në nivelin e shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë, ai arrin shitje të lartë në Kosovë. Së bashku me salcën e domateve, keçapi ka pjesëmarrje prej 15% në importet totale të pemëve dhe perimeve të përpunuara, që çon drejt një potenciali të madh për zëvendësim të importit.

Çuditërisht, grupi perimet e konservuara nuk ka arritur të përmendet shumë në nivele të ndryshme të zinxhirit të vlerave, duke përfshirë nivelin e konsumatorëve. Siç është shtjelluar në Kapitullin 3, perimet e konservuara kanë pjesëmarrje me rreth 15% në importin kosovar, me pjesën më të madhe të pjesëmarrjes së domateve të konservuara, që çon drejt rëndësisë së produkteve të përpunuara të perimeve që kanë për bazë domaten si lëndë të papërpunuar. Perimet e ngrira (me pjesëmarrje prej 9% të importeve kosovare) nuk janë përmendur shumë nga konsumatorët, por në fakt janë identifikuar si produktet më të shitura në nivelet e shitjes me pakicë dhe shitjes me shumicë. Një pjesë e madhe e perimeve të ngrira (bizele, fasule, përzjerje, etj.) vjen nga Serbia, ndërsa industria vendore nuk është mjaftueshëm e zhvilluar për produkte të ngrira, andaj edhe mund të ketë potencial për zëvendësim të importit.

5. Gjetjet kryesore: përparësitë dhe mangësitë e sektorit kosovar të përpunimit të pemëve dhe perimeve

Kjo pjesë adreson gjetjet kryesore lidhur me sektorin kosovar të përpunimit të pemëve dhe perimeve që rrjedhin nga pikëvështrimet e palëve të ndryshme të interesit të kontaktuara gjatë vlerësimit të tregut. Si të tilla, këto gjetje janë ndarë në 4 nivele të ndryshme: 1) konsumatorë; 2) sektori i hotelierisë; 3) shitësit me pakicë dhe ata të pavarur me shumicë; 4) përpunuesit e pemëve dhe perimeve. Për secilën palë të interesit, janë analizuar në mënyrë të kryqëzuar çështjet që kanë të bëjnë me cilësinë, çmimin dhe koston, disponueshmërinë dhe sasinë, si dhe promovimin dhe marketingun, për të ofruar një pikëpamje holistike të sektorit të përpunimit të pemëve dhe perimeve në Kosovë. Për përpunuesit e pemëve dhe perimeve është shtuar edhe një pjesë shtesë lidhur me komunikimin me konsumatorët.

Analiza fillon në nivelin e konsumatorëve dhe vazhdon më lartë në nivelin e shitësve me pakicë, shitësve me shumicë dhe sektorin e hotelierisë. Në fund, për të identifikuar burimin dhe/ose pasqyrimin e çështjeve kryesore në nivelin e përpunimit, analiza arrin nivelin e përpunuesve kosovarë të pemëve dhe perimeve.

Objektivi këtu është identifikimi i përparësive dhe mangësive në këtë sektor, si dhe mospërputhshmërive në perceptimin nga palët e ndryshme të interesit në lidhje me temat e lartpërmendura. Rezultatet e analizës janë shfrytëzuar në Kapitullin 6, për të përpiluar konkludimet kryesore, ndërsa në Kapitullin 7, i cili adreson intervenimin në fushat me perspektive dhe aktivitetet për optimizmin e mundësive për zëvendësim të importit dhe promovimin e eksportit, si the për të trajtuar fytyrat e ngushta në këtë sektor.

5.1. Konsumatorë kosovarë

Siç është përmendur në Kapitullin 2 (Metodologjia), 322 konsumatorë janë kontaktuar në dyqane të ndryshme me pakicë nëpër Kosovë në gusht 2014, të cilët janë përgjigjur në anketat me shumë

pyetje. Rezultatet e këtij anketimi kanë zbuluar disa prej modeleve të konsumit dhe preferencat e konsumatorëve lidhur me pemët dhe perimet e përpunuara në Kosovë.

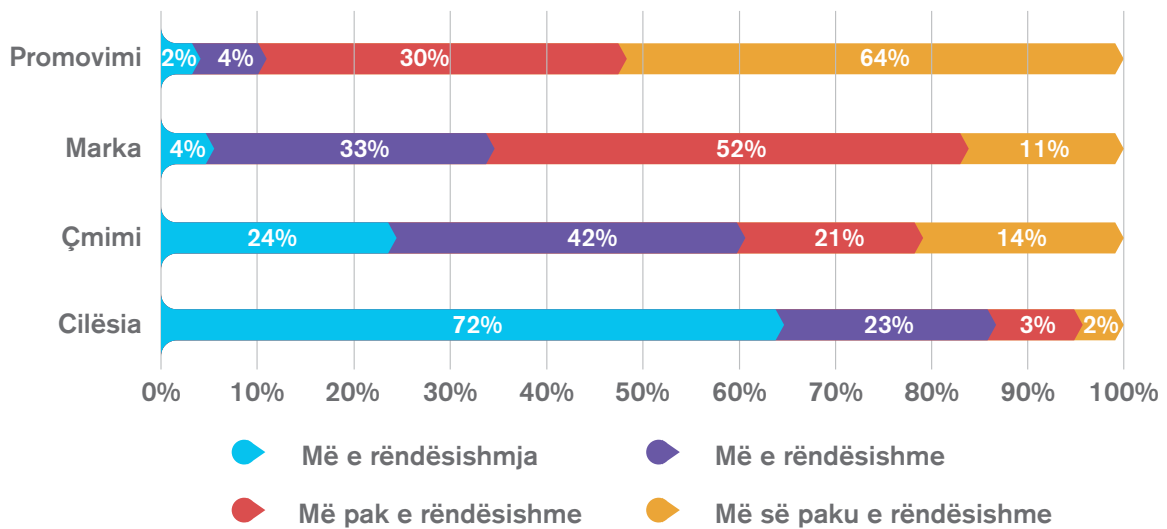
5.1.1. Faktorët që ndikojnë në vendimet për blerje

Një prej rezultateve më të rëndësishme që del nga anketimi i konsumatorëve ka të bëjë me faktorët që ndikojnë tek kosovarët gjatë vendimeve për blerje. Repondentëve u ishin paraqitur faktorët në vijim, ndërsa nga ata u kërkua që të rendisin ata sipas rëndësisë së tyre, nga 1 deri në 4 (Figura 8):

- Cilësia
- Çmimi
- Marka
- Promovimi



Figura 8. Renditja e faktorëve më të rëndësishëm në vendimin e konsumatorit për blerje, sipas pjesë së respondentëve, renditja 1 (më i rëndësishmi) deri në 4 (më së paku i rëndësishme)



Cilësia shumë më shumë se të tjerat është konsideruar të jetë aspekti më i rëndësishëm për konsumatorët kosovarë gjatë blerjes së produkteve të pemëve dhe perimeve të përpunuara; konsumatorët e kanë renditur cilësinë si faktorin më të rëndësishëm, në krahasim me çmimin, markën dhe promovimin. Më shumë se 70% e respondentëve e kanë përzgjedhur cilësinë si faktorin më të rëndësishëm kur pyeten se në çka i bazojnë vendimet e tyre në lidhje me pemët dhe perimet e përpunuara.

Çmimi ishte renditur si aspekti i dytë më i rëndësishëm për konsumatorët gjatë blerjes së produkteve të pemëve dhe perimeve të përpunuara; çmimi u përzgjedh vetëm nga 24% e respondentëve si faktori më i rëndësishëm, ndërsa marka luan rol më pak të rëndësishëm: vetëm rreth 4% e respondentëve e kanë konsideruar atë si aspektin më të rëndësishëm.

Promovimi është një prej aspekteve që më së paku ndikon tek konsumatorët gjatë vendimit për blerje të produkteve të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Më pak se 2% e respondentëve e kanë përzgjedhur këtë si aspektin më të rëndësishëm; gati 65% e respondentëve në fakt e kanë përzgjedhur si aspektin më së paku relevant.

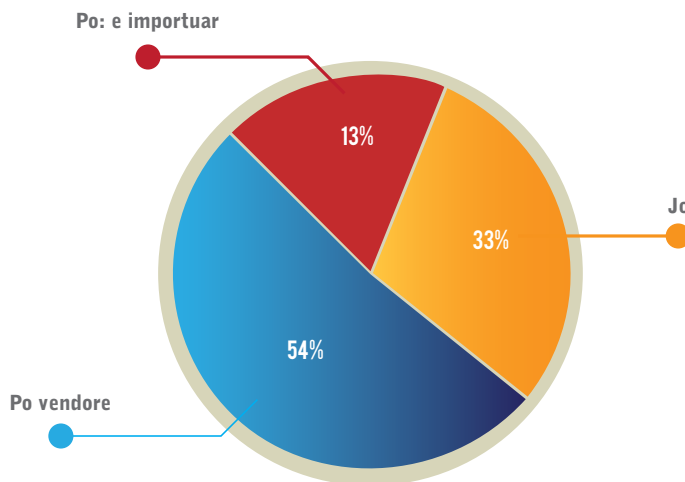
5.1.2. Preferenca e konsumatorëve: pemët dhe perimet e përpunuara kosovare krahas atyre të importuara

Konsumatorët e kontaktuar gjatë mbajtjes së anketimit gjithashtu janë pyetur që të tregojnë për ndikimin e origjinës së produktit (vendor apo i importuar) në vendimet për blerje. Nga të gjithë respondentët të cilët janë përgjigjur në këtë pyetje specifike (315 persona), 67% besojnë që origjina (vender apo i importuar) është e rëndësishme për ta kur blejnë produkte të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Pjesa e mbetur prej 33% nuk e shohin këtë aspekt si të rëndësishëm.

Respondentët të cilët kanë pohuar se origjina e produktit është aspekt me rëndësi për ta (211 persona) kanë shprehur edhe më tutje preferencën e tyre për produktet vendore apo ato të importuara. Rreth 80% e këtyre respondentëve preferojnë produktet vendore, ndërsa 20% preferojnë produktet e importuara.

Rreth 80% e këtyre respondentëve preferojnë produktet vendore, ndërsa 20% preferojnë produktet e importuara.

Figura 9. Preferencat e konsumatorëve sipas origjinës së produktit: i importuar krahas atij vendor, në % të respondentëve



Përveç shprehjes së preferencës lidhur me produktin vendorë apo atë të importuar, nga respondentët është kërkuar të tregojnë pse preferojnë njërin

apo grupin tjetër. Gjithsej 176 respondentë janë përgjigjur në këtë pyetje të hapur; përgjigjet e tyre janë ndarë në kategori (Figura 10).

Figura 10. Karakteristikat që përcaktojnë konsumin e prodhimit vendor krahas atij të importuar, sipas nr. të respondentëve



Nga respondentët që kanë ofruar arsyen për konsumimin e produkteve vendore, pjesa e konsiderueshme (gati 45%) janë shprehur se për shkak të vullnetit për të mbështetur zhvillimin ekonomik të Kosovës. Kjo paraqet afërsisht dyfishin e pjesës së respondentëve që janë shprehur se të qenit të freskët (23%) apo cilësia (20%) janë arsye kryesore për të konsumuar produkte vendore. Një pjesë shumë e vogël e respondentëve (4%) kanë përmendur çmimin si faktorë që i shtynë

ata që të zgjedhin produktet vendore para atyre të importuara.

Tek konsumatorët që kanë zgjedhur produktet e importuara para atyre vendore, shumica e tyre (84%) kanë përmendur cilësinë si përcaktues. Respondentët tjerë janë shprehur se produktet e importuara më lehtë gjenden në dyqanet e mëdha me pakicë në aspektin sasior dhe atë të qëndrueshmërisë sasiore.

5.1.3. Perceptimi i konsumatorëve kosovarë për pemët dhe perimet e përpunuara

Konsumatorët kosovarë gjithashtu u pyetën që të vlerësojnë aspektet specifike të përpunuesve

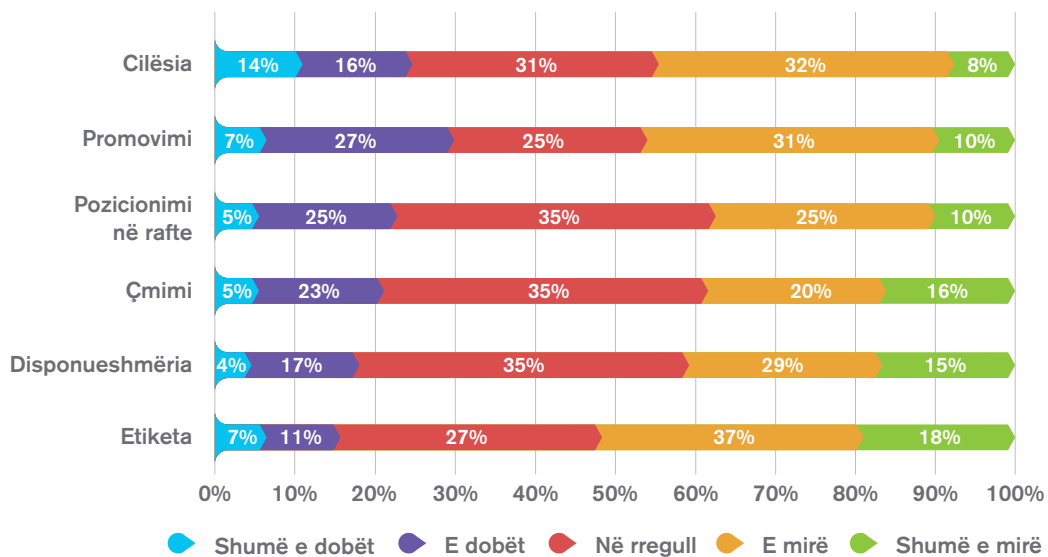
kosovarë të pemëve dhe perimeve. Aspektet e paraqitura për konsumatorët ishin:

- Cilësia
- Promovimi
- Pozicionimi në raftet
- Çmimi
- Disponueshmëria
- Etiketa

Për secilin aspekt, nga konsumatorët është kërkuar që të përdorin sistemin e vlerësimit që sillet nga 1

(shumë dobët) deri në 5 (shumë mirë). Rezultatet mund të shihen në Figurën 11.

Figura 11. Mendimi i konsumatorëve për produktet kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara, vlerësimi nga 1 në 5 (1 = shumë dobët, 5 = shumë mirë)



Cilësia ishte tipari që shënoi më së paku pikë sipas perceptimit të konsumatorëve për produktet kosovare. Rreth 30% e respondentëve kanë cekur që cilësia e produkteve kosovare nga pemët dhe perimeve e përpunuara është shumë e dobët apo e dobët.

Çmimi nuk ishte tipari kryesor që u interesonte konsumatorëve në lidhje me pemët dhe perimet e përpunuara kosovare. Rreth 70% e respondentëve kanë shprehur se çmimi i produkteve kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara është normal, i mirë apo shumë i mirë.

Rreth 77% e konsumatorëve kosovarë të intervistuar janë të kënaqur me **disponueshmërinë** e produkteve vendore të pemëve dhe perimeve të përpunuara në dyqanet e tyre me pakicë, andaj e kanë vlerësuar atë me normale, të mirë apo shumë të mirë. Pas etiketimit, disponueshmëria ka qenë tipari më i vlerësuar në lidhje me pemët dhe perimet

e përpunuara kosovare. Si i tillë, nuk është një përcaktues i qartë për konsumimin e produkteve të importuara para atyre vendore.

Në të njëjtën kohë, sipas konsumatorëve, **promovimi** është parë si një prej aspekteve më të dobëta të pemëve e perimeve të përpunuara kosovare. Çuditërisht, etiketa, që lidhet disi me promovimin, kishte vlerësimin më të mirë ndër të gjitha pikat e prezantuara tek respondentët në lidhje me produktet kosovare të pemëve e perimeve të përpunuara. Arsyet mund të lidhen me anën vizuale dhe atë emocionale të **etiketave** vendore. Në fakt, është vërejtur se një pjesë e madhe e respondentëve konsumojnë produktet vendore me qëllim të mbështetjes së industrisë kosovare, siç është shpjeguar më lartë. Përveç kësaj, shumë etiketa të produkteve të importuara nuk janë të përkthyer në shqip, gjë që mund të jetë arsyeja pse etiketat vendore në gjuhën shqipe joshin më shumë konsumatorët.

5.1.4. Rekomandimet e konsumatorëve: përmirësimet në pemët e perimet e përpunuara kosovare

Bazuar në rezultatet e dhëna më lartë, cilësia dhe qëndrueshmëria është përmendur nga më shumë se gjysma e konsumatorëve të intervistuar si përmirësimi më i rëndësishëm për pemët e perimet e përmirësuara kosovare. Këtu përfshiheshin çështje që kanë të bëjnë me cilësinë e që janë pjesë esenciale e çdo produkti (p.sh. shija, ngjyra, freskia), dhe tema që janë më komplekse siç është zvogëlimi i niveleve të pesticideve. Për krahasim, 12% e respondentëve kanë sugjeruar që çmimet e produkteve kosovare duhen zvogëluar. Këto përgjigje janë regjistruar në mënyrë spontane.

Rreth 20% e respondentëve i kanë këshilluar përpunuesit vendorë të pemëve dhe perimeve që të investojnë më shumë në promovim, ambalazhim dhe etiketim si mënyrë për të përmirësuar aktivitetet e tyre tregtare. Një pjesë tjetër prej 5% besonin se qeveria duhet të ofrojë më shumë përkrahje për përpunuesit vendorë në mënyrë që të përmirësojnë cilësinë e produkteve të tyre dhe të zgjerojnë asortimentin e produkteve të tyre, gjë që lidhet me idenë e mbështetjes së zhvillimit ekonomik të Kosovës.

5.2. Shitësit kosovar me pakicë dhe ata të pavarur me shumicë

Gjatë kryerjes së këtij implementimi janë kontaktuar gjithsej 9 shitës me pakicë (të shkallës së madhe e të vogël) dhe 3 shitës të pavarur me shumicë, siç është shpjeguar në Kapitullin 2. Këta akterë të tregut i janë përgjigjur një pyetësi gjithëpërfshirës i cili ka adresuar aspektet ndryshme të profilit dhe

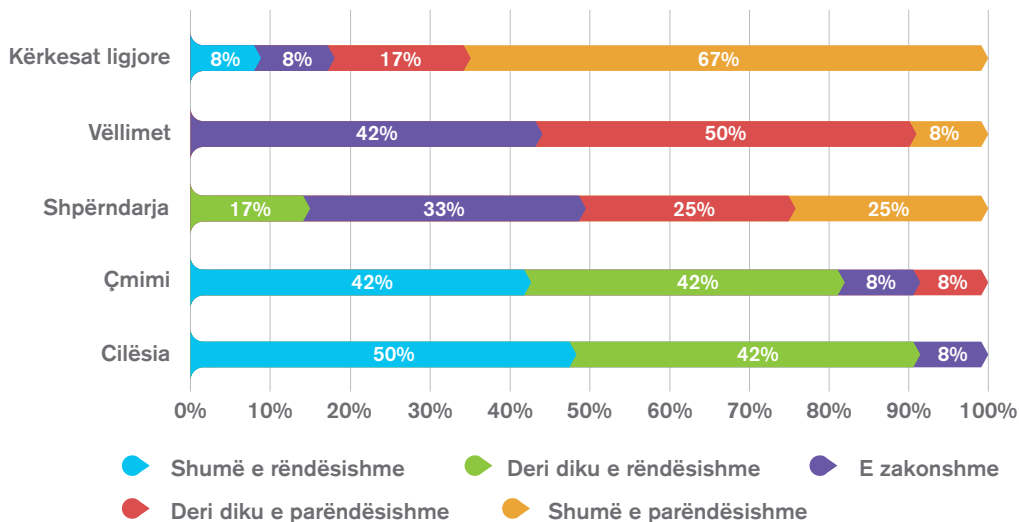
praktikave të tyre biznesore, siç janë asortimenti i produkteve, praktikat e furnizimit, kërkesat, pikëvështrimet për sektorin kosovar të pemëve dhe perimeve të përpunuara, etj. Rezultatet kryesore që dalin nga këto intervista janë dhënë më poshtë.

5.2.1. Faktorët që ndikojnë në vendimet për furnizim të shitësve me pakicë dhe shitësve të pavarur me shumicë

Gjatë zgjedhjes së furnizimit me pemë dhe perime të përpunuara, nga përpunuesit vendor apo të huaj, shitësit kosovarë me pakicë dhe ata të pavarur me shumicë, kërkojnë përputhshmërinë me kërkesat specifike. Respondentët janë pyetur që të vlerësojnë kërkesat në vijim në aspektin e rëndësisë, nga 1 (më e rëndësishmja) deri në 5 (më së paku e rëndësishme):

- Cilësia
- Çmimi
- Shpërndarja
- Vëllimi
- Kërkesat ligjore (p.sh. zbatimi i kushteve të kontratës)

Figura 12. Rëndësia e kërkesave specifike në aktivitetet e furnizimit të shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë



Në nivel të shitjes me pakicë dhe shumicë, kompanitë kanë renditur **cilësinë** si kërkesën më të rëndësishme me të cilën furnizuesit duhet të përmbushin. Sidoqoftë, perceptimi i shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë lidhur me **çmimin** lidhet ngushtë me cilësinë. Gjatë furnizimit me pemë dhe perime të përpunuara, çmimi është aspekti i dytë menjëherë pas cilësisë.

Çështja e **disponueshmërisë dhe sasisë** gjithashtu luan rol të rëndësishëm në nivel të shitjes me shumicë, d.m.th. në marrëdhënien ndërmjet përpunuesve dhe konsumatorëve të tyre të drejtpërdrejt. Edhe pse pika e shpërndarjes dhe sasisë janë renditur më poshtë se cilësia dhe çmimi në aspektin e kërkesave të furnizimit, ato janë

burimet më të zakonshme të mos-përputhshmërisë nga përpunuesit vendorë.

Gjatë intervistave, gjysma e shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë kanë përmendur sasinë (paqëndrueshmërinë / pamjaftueshmërinë) dhe shpërndarjen (kohën / jo sipas marrëveshjes) si burimet kryesore të mos-përputhshmërive tek përpunuesit vendorë. Sipas një respondenti, kjo mund të shpjegohet me pamundësinë e përpunuesve kosovar që të vazhdojnë të përmbushin kërkesën në rritje të tregut vendor. Nga pikëvështrimi i një tjetër respondenti, sezonaliteti i materialeve të papërpunuara ka ndikim të madh në mundësinë e përpunuesve vendorë që të furnizojnë në baza të qëndrueshme.

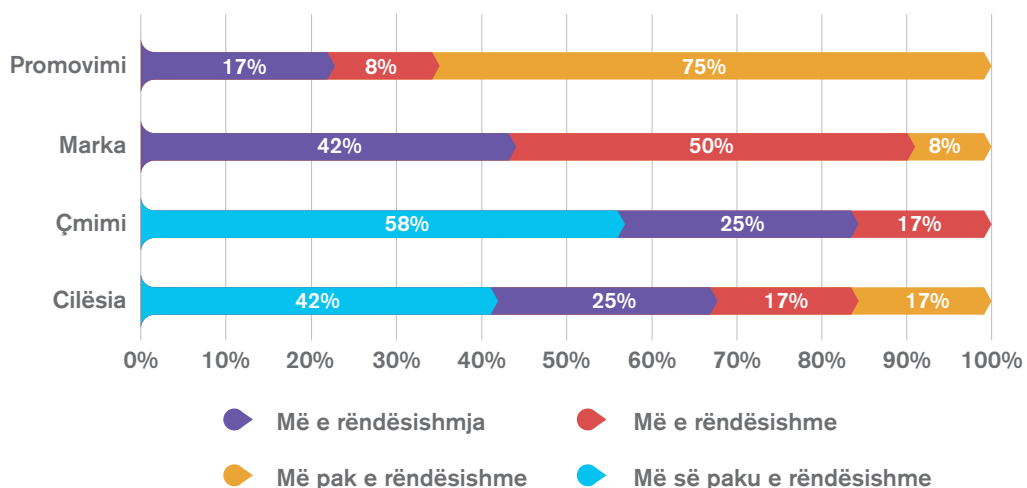
5.2.2. Sjellja blerëse e konsumatorëve sipas shitësve me pakicë dhe shitësve të pavarur me shumicë

Një grup i shitësve me pakicë dhe atyre të pavarur me pakicë gjithashtu janë pyetur që të japin komente në lidhje me sjelljen blerëse të konsumatorëve të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Ngjashëm me pyetjen e formuluar në anketimet e konsumatorëve, respondentët janë pyetur që të analizojnë faktorët që ndikojnë në vendimet blerëse të kosovarëve. Respondentëve iu janë prezantuar faktorët në vijim, të cilët ata duheshin të renditnin varësisht nga ajo

se sa janë relevante, nga 1 (më së shumti relevante) deri në 4 (më së paku relevante) (Figura 13):

- Cilësia
- Çmimi
- Marka
- Promovimi

Figura 13. Faktorët më të rëndësishëm për vendimin e blerjes së konsumatorëve sipas shitësve me pakicë dhe me shumicë, të renditur nga 1 (më të rëndësishme) deri në 4 (më së paku të rëndësishme)



Grupi i shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë të intervistuar besojnë se konsumatorët kryesisht shtyhen më së shumti nga **çmimi** gjatë vendimit për të blerë. Gati 60% e respondentëve kanë shënuar çmimin si faktorin më relevant në vendimet për blerje. Ky perceptim nuk përputhet me rezultatet e nxjerra nga anketimet e konsumatorëve, ku është identifikuar se **cilësia** është përcaktuesi më relevant në vendimin për të blerë. Intervistat kanë zbuluar se 42% të shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë të kontaktuar shohin cilësinë si

përcaktuesin kryesor në vendimet e konsumatorëve. Për më tepër, një e treta e respondentëve besojnë se cilësia është faktori kryesor përcaktues për preferencën e konsumatorëve ndaj produkteve të importuara të pemëve dhe perimeve të përpunuara, krahas atyre vendore. Sipas anketimeve të konsumatorëve, **promovimi** është renditur më së ulëti; 75% e respondentëve besojnë që promovimi është aspekti me më së paku ndikim në vendimet e konsumatorëve për të blerë.

5.2.3. Pikëveshtrimi i shitësve me pakicë dhe me shumicë për pemët dhe perimet e përpunuara kosovare

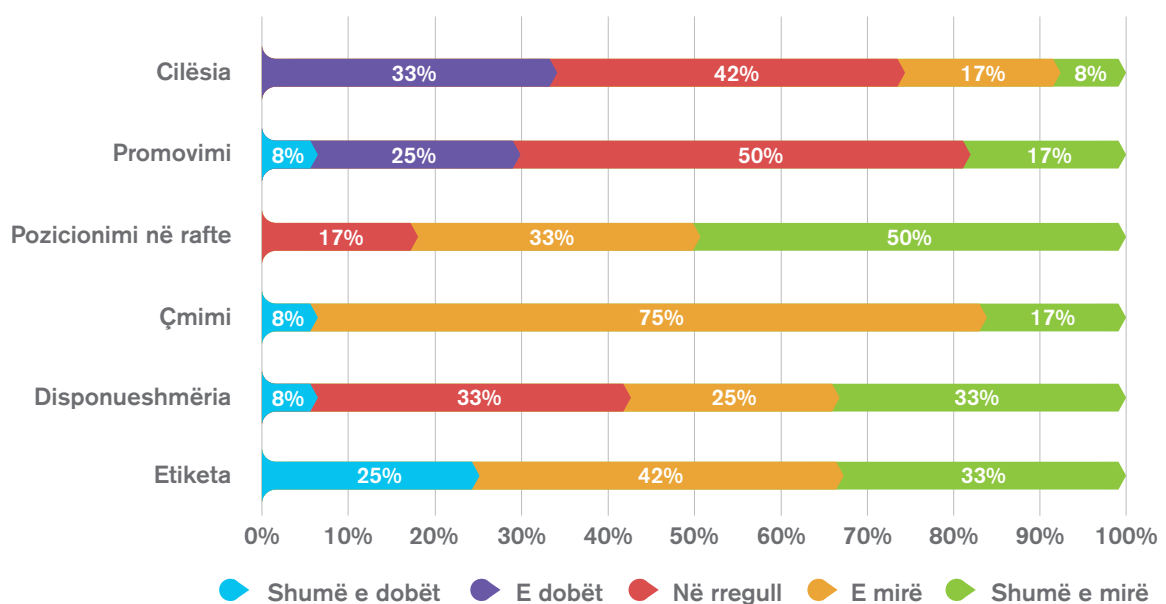
Nga grupi i shitësve me pakicë dhe me shumicë gjithashtu u kërkua që të komentonin për pikëveshtrimin e konsumatorëve lidhur me pemët dhe perimet e përpunuara kosovare. Pikat e prezantuar ishin të njëjta me ato të prezantuar në anketimet e konsumatorëve. Ky gërshetim i referencave e ka bërë të mundur verifikimin e lidhjes ndërmjet perceptimit faktik të konsumatorëve kosovar dhe pikëveshtrimit të shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë.

Nga respondentët është kërkuar që të vlerësojnë aspektet në vijim:

- Cilësinë
- Promovimin
- Vendosijen në rafte
- Çmimin
- Disponueshmërinë
- Etiketën

Për secilin aspekt, nga respondentët është kërkuar që të përdorin sistemin e vlerësimit me rendite prej 1 (shumë dobët) deri në 5 (shumë mirë). Këto rezultate mund të shihen në Figurën 14.

Figura 14. Perceptimi i konsumatorëve për pemët dhe perimet e përpunuara kosovare sipas shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë, vlerësimi 1 deri 5 (1 = shumë dobët, 5 = shumë mirë)



Shitësit me pakicë dhe ata me shumicë e shohin **cilësinë** si një prej aspekteve më të dobëta të pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend. Ky perceptim për cilësinë vjen kryesisht nga përvoja që shitësit me pakicë dhe ata me shumicë e kanë me përpunuesit vendorë në aktivitetet e tyre biznesore. Cilësia është një prej fushave më të zakonshme të mos-përputhshmërisë së përpunuesve, ndërsa e dyta ka të bëjë me probleme të furnizimit /sasitë e pamjaftueshme. Problemet më të zakonshme që lidhen me cilësinë me të cilat ballafaqohen shitësit me pakicë dhe ata me shumicë gjatë punës me përpunuesit vendorë të pemëve dhe perimeve kanë të bëjnë me produkte të dëmtuara dhe mospërputhje ndërmjet të premtuarës dhe të furnizuarës në aspektin e cilësisë (d.m.th. kjo zbulon mos-përputhjen në cilësi).

Në anën pozitive, gjysma e shitësve me pakicë dhe me shumicë të intervistuar kanë cekur se cilësia e pemëve dhe perimeve të përpunuara nga Kosova është përmirësuar ndjeshëm gjatë 3 viteve të fundit, duke u bërë një prej shtytësve kryesor për ritjen e konsumit të produkteve vendore.

Sipas gjetjeve në nivel të konsumatorëve, grupi i shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë besojnë që konsumatorët janë të kënaqur me **çmimet** e produkteve vendore të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Kjo tregon që, edhe pse çmimi është një përcaktues i rëndësishëm në vendimin për blerje, ai nuk është arsyeja kryesore pse konsumatorët nuk blejnë pemët dhe perimet e përpunuara kosovare në një shkallë më të madhe.

Një tjetër e gjetur e rëndësishme është që çështja e **disponueshmërisë** nuk përkthehet drejtpërdrejt në nivelin e konsumatorëve. Në këtë aspekt, pikëvështrimi i shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë është në pajtim me rezultatet nga anketimi i konsumatorëve: disponueshmëria e pemëve dhe perimeve të përpunuara kosovare është në nivel të kënaqshëm në sy të konsumatorëve.

Sipas anketimeve të konsumatorëve, grupi i intervistuar i shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë besojnë që **promovimi** i pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend është i dobët. Gjysma e respondentëve janë shprehur që produktet vendore nuk kanë promovim të mjaftueshëm, ndërkaq ata gjithashtu kanë shprehur se konsumatorët e shohin promovimin si gjënë më të dobët tek pemët dhe perimet e përpunuara kosovare.

Çuditërisht, **pozicionimi në raftë** ka marrë vlerësimin më të lartë ndër çështjet tjera që adresojnë perceptimin e konsumatorëve sipas pikëvështrimit të shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë. Intervistat gjithashtu kanë zbuluar se, sipas shitësve të kontaktuar me pakicë, produktet e pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend kanë hapësirë të mjaftueshme në raftë në shitoret e tyre dhe se në fakt ato janë të pozicionuara shumë mirë aty.

Raporti aktual mesatar i produkteve vendore krahas atyre të importuara tek 9 shitësit me pakicë të intervistuar, në nivel total, vlerësohej të ishte i balancuar. Sidoqoftë, të gjithë shitësit me pakicë janë dakorduar që pozicionimi në raftë në fakt përcaktohet nga njëri nga dy faktorët në vijim, apo kombinimi i të dyve: 1) pozicionimi më i mirë në raftë ofrohet për ata që ofrojnë stimulime financiare, pavarësisht vendin e tyre të origjinës; 2) pozicionimi më i mirë në raftë ofrohet për ato produkte që arrijnë nivele më të larta të shitjes.

Në aspektin e promovimit në shitore të pemëve dhe perimeve të përpunuara, shitësit me pakicë kanë strategji të ndryshme, të cilat shpesh edhe kombinohen:

- o Këndi për shijim të produktit
- o Fletushka e broshura
- o Reklama televizive
- o Broshura
- o Posta elektronike
- o Media sociale

Produktet të cilat do të promovohen ndryshojnë varësisht nga vendimet e shitësve me pakicë apo marrëveshjeve eventuale me furnizuesit, por në nivel total, merren në konsideratë çështjet në vijim:

- o Produktet më të shitura
- o Sasitë e mëdha të një produkti të caktuar
- o Produktet të cilat janë afër skadencës
- o Zbritjet nga furnizuesit
- o Produktet e reja
- o Kërkesat specifike të furnizuesve

Sipas njërit prej shitësve të shkallës së lartë me pakicë, përpunuesit e huaj investojnë më shumë në marketing dhe promovim, deri në shkallës sa blejnë hapësirat në raftë për pozicionim më të mirë të produkteve të tyre. Megjithatë, 3 nga 9 shitësit e intervistuar me pakicë kanë pohuar se kanë politikë të caktuar të kompanisë që të ofrojnë promovim më të mirë të produkteve vendore.

Marrëdhënia biznesore: Përpunues – Shitës me pakicë I

Vini re se 2 nga 9 shitësit me pakicë të intervistuar ka pohuar se ofrojnë kushte më të mira për përpunuesit vendorë krahasuar me ata të huaj. Këto stimulime vijnë në formë të pagesave të hershme, kushteve më të favorshme të furnizimit dhe përkrahje të përgjithshme logjistike. Shitësi i tretë me pakicë pohon se në fakt është më lehtë të zgjidhen kontestet me përpunuesit vendorë, pasi që kompanitë e huaja (përpunuesit apo distributorët) caktojnë kushte më të rrepta kontraktuale. Kjo pasqyron deri në një shkallë, informalitetin e sektorit në Kosovë.

Në anën tjetër, fleksibiliteti duket se ofron stimulim pozitiv për shitësit me pakicë (dhe ata me shumicë) që të merren në mënyrë më të drejtpërdrejt me përpunuesit vendorë. Kjo, nga ana tjetër, mund të çojë në partneritete informale dhe më të brishta, gjë që krijon rrezik biznesor për të dyja palët.

5.3. Sektori i hotelerisë në Kosovë

Si pjesë e Vlerësimit të Tregut, ProFound ka bërë një diskutim me grup fokusit më 4 shtator 2014, ku janë përfshirë pesë pjesëmarrës nga sektori i hotelerisë, kryesisht restorante (të famshme) në Prishtinë. Përmes diskutimit me grupin e fokusit, ProFound ka mbledhur informata lidhur me produktet kryesore, perceptimin për cilësinë, praktikën e furnizimit dhe promovimin e pemëve dhe perimeve të përpunuara në sektorin e hotelerisë.

Grupi i fokusit i përbërë nga përfaqësuesit e sektorit të hotelerisë ka zbuluar që, sipas palëve tjera të interesit, **cilësia** është kriteri më i rëndësishëm që përcakton përzgjedhjen e furnizuesit të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Cilësia është matur krahas kriterëve të mëposhtme: çmimi, qëndrueshmëria e furnizimit, sasia dhe marka. Pjesëmarrësit janë pyetur që të vlerësojnë kërkesat specifike nga 1 (më e rëndësishme) deri në 5 (më së paku e rëndësishme); rezultatet janë treguar në Tabelën 7.

Tabela 7. Opinioni i sektorit të hotelerisë për rëndësinë e aspekteve të ndryshme të furnizimit me pemë dhe perimeve të përpunuara, vlerësimi mesatar, 1 (më e rëndësishme) deri në 5 (më së paku e rëndësishme)

Kërkesat	Vlerësimi mes.
Cilësia	1
Çmimi	2
Qëndrueshmëria e furnizimit	3.5
Sasia	3.75
Marka dhe promovimi	4.75

Përkundër palëve tjera të interesit, përfaqësuesit e sektorit të hotelerisë kanë përmendur që cilësia e produkteve të pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend është e lartë, dhe shpesh madje më e lartë se e produkteve të importuara, por çmimet gjithashtu janë më të larta. Për më tepër, gjysma e pjesëmarrësve të përfshirë në grupin e fokusit kanë zbuluar se furnizohen nga përpunues të shkallës së vogël të pemëve dhe perimeve, në mënyrë që të kenë të garantuar nivelin e cilësisë së produktit shtëpiak.

Gjithashtu sipas palëve të intervistuar të interesit, përfaqësuesit e sektorit të hotelerisë kanë cekur që çmimi është dytësor ndaj cilësisë kur është në pyetje furnizimi me pemë dhe perime të përpunuara. Për dallim, pjesëmarrësin e grupit të fokusit janë shprehur se konsumatorët janë më të orientuar kah **çmimi** sesa kah cilësia. Siç është përmendur më herët, pjesëmarrësit e grupit të fokusit janë shprehur se ata e shohin se çmimi i produkteve vendore është më i lartë se ai i atyre të importuara.

Çështja e **disponueshmërisë** nuk është shtjelluar në hollësi gjatë diskutimit me grupin e fokusit të sektorit të hotelierisë. Të vetmet informata të ofruara nga përfaqësuesit e sektorit të hotelierisë të cilat edhe përputhen me pikëvështrimet e shitësve me pakicë dhe atyre me shumicë në lidhje me furnizimin me pemë dhe perime të përpunuara në vend, është që kompanitë kosovare shpesh dështojnë në arritjen e qëndrueshmërisë së sasive të furnizuara.

Sipas përfaqësuesve të sektorit të hotelierisë që ishin pjesë e grupit të fokusit, komunikimi me përpunues të pemëve dhe perimeve është burimi kryesor shqetësimit kur flitet për promovimin e produkteve vendore. Në shumicën e rasteve, përpunuesit vendorë vazhdojnë të dështojnë në

promovimin e produkteve të tyre në mënyrë më aktive tek konsumatorët e tyre, posaçërisht tek niveli i hotelierisë. Panairët tregtare përgjithësisht janë platformat ku takohen të dy palët dhe vendosin marrëdhëniet e tyre biznesore. Në anën tjetër, distributorët e produkteve të importuara janë shumë më agresiv në aspektin e promovimit (aktiv).

Megjithatë, respondentët kanë pohuar se i promovojnë prodhimet vendore në restorantet e tyre, madje edhe më shumë sesa vet përpunuesit. Arsyeja kryesore e përmendur për promovimin e produkteve vendore ishte patriotizmi (d.m.th. vullneti i tyre për të përkrahur produktet vendore dhe ekonominë vendore) dhe cilësia e kënaqshme (së cilës i duhet përmirësim i mëtejshëm).

5.4. Përpunuesit kosovarë të pemëve dhe perimeve

Paralelisht me anketimet e konsumatorëve, grupin e fokusit të sektorit të hotelierisë dhe intervistat me shitësit me pakicë dhe shitësit e pavarur me shumicë, ProFound ka mbajtur intervista me 10 përpunues të pemëve dhe perimeve në Kosovë, si të shkallës së vogël ashtu edhe të shkallës

së madhe. Përmes këtyre intervistave, çështjet e identifikuara në nivel më të lartë të zinxhirit të vlerave janë verifikuar dhe kuptuar në nivel të përpunuesve, siç janë çështjet e furnizimit me lëndë të parë, aktivitetet e përpunimit, promovimi dhe marketingu, komunikimi me konsumatorë, etj.

5.4.1. Furnizimi me lëndë të parë

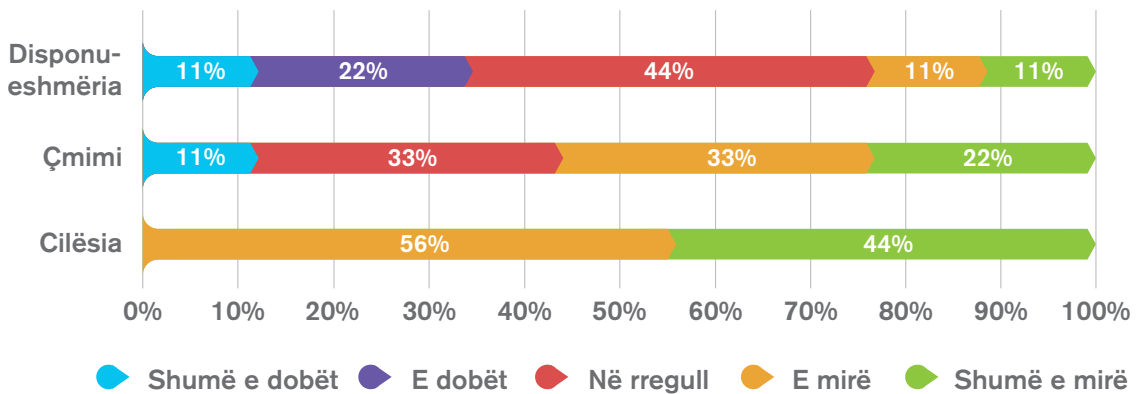
Perceptimi i **cilësisë** në treg të pemëve dhe perimeve të përpunuara është gërshetuar me gjendjen në nivel të përpunimit. Si palët tjera të interesit të përfshira në zinxhirin e vlerave për pemët dhe perimet e përpunuara, përpunuesit e shohin cilësinë me rëndësi të lartë.

Në nivel të lëndës së parë, përpunuesit e pemëve dhe perimeve nuk cekin probleme madhore lidhur me cilësinë gjatë aktiviteteve për furnizim. Në fakt, cilësia e lëndës së parë ka marrë vlerësimin më të mirë nga përpunuesit e intervistuar krahas dy faktorëve tjerë të prezantuar: çmimi dhe disponueshmëria.

Çmimi është e dyta para disponueshmërisë si shqetësim për përpunuesit e pemëve dhe perimeve sa i përket furnizimit me lëndë të parë. Me disa përjashtime, përpunuesit në përgjithësi nuk kanë shprehur pakënaqësi me çmimet e lëndës së parë vendore, por kanë theksuar se luhatjet në çmime shkaktojnë çrregullime përgjatë gjithë zinxhirit të furnizimit. Në fakt, çmimet rrallëherë janë të rregulluara me kontratë për shkak të këtyre luhatjeve të mëdha. Kjo gjithashtu parandalon vendosjen e marrëveshjeve afat gjata ndërmjet furnizuesve (p.sh. fermerëve dhe qendrave të grumbullimit) dhe përpunuesve.

Në të njëjtën kohë, edhe përpunuesit pranojnë se **disponueshmëria** e lëndës së parë është një fytyrë tjetër e madh në industrinë kosovare. Disponueshmëria është vlerësuar si aspekti më i dobët në furnizimin kosovar me lëndë të parë të pemëve dhe perimeve, pas cilësisë dhe çmimit.

Figura 14. Mendimi i përpunuesve për aspektet specifike të lënës së parë kosovare, nga 1 (shumë dobët) deri në 5 (shumë mirë)



5.4.2. Cilësia dhe menaxhimi i cilësisë

Gjithsej 8 nga 10 kompani kanë përmendur cilësinë si (një prej) përparësinë e tyre më të madhe në konkurrencë. Sidoqoftë, është vërejtur se kompanitë e ndryshme përdorin nocione të ndryshme të cilësisë, duke përfshirë: të qenit të freskët, të qenit natyral, të qenit të qëndrueshëm, shtëpiak dhe bio (d.m.th. edhe pse produkti nuk është i certifikuar si organik).

Është gjithashtu e rëndësishme të thuhet se shumica e kompanive që theksojnë se cilësia është përparësia e tyre kryesore konkurruese gjithashtu kanë cekur se ajo njëkohësisht është sfida kryesore në nivel të përpunimit.

Gjatë këtij vlerësimi të tregut, është vërejtur që implementimi i Sistemit të Menaxhimit të Cilësisë (SMC) është ende i kufizuar në nivel të përpunimit. Nga 10 kompanitë e intervistuar, 2 kanë deklaruar se janë të certifikuara me HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point – Analiza e Rrezikut dhe Pikave Kritike të Kontrollit) standardet, ndërkaq njëra nga këto kompani ka certifikatë ISO 9001. Nga ana pozitive, 2 kompani tjera janë duke ndjekur rrugën për të marrë të dyja certifikatat, HACCP dhe ISO 9001 gjatë vitit 2014. Një kompani tjetër ka mbajtur trajnim për HACCP dhe ISO 9001, por ende nuk është certifikuar. Pra, në përgjithësi gjysma e kompanive janë duke ndjekur rrugën e SMC-së.

Tabela 8. Prania e skemave certifikuese, në numër të respondentëve për skemë certifikuese

Certifikimi	Nr. i kompanive	Komente
HACCP	2	2 kompani tjera do të marrin këtë certifikim deri në fund të vitit 2014
ISO 9001	1	2 kompani tjera do të marrin këtë certifikim deri në fund të vitit 2014
HALAL	0	1 kompani do të marrë këtë certifikim deri në fund të vitit 2014
GLK	1	
Pa certifikim	2	1 nga këto kompani ka mbajtur trajnim për HACCP dhe ISO 9001 por nuk ka certifikatat
N/A	3	

Gjithashtu sa i përket menaxhimit të cilësisë, është përmendur gjatë takimeve të palëve të interesit se shqetësimi i parë i kompanive lidhet me përbushjen e kërkesave higjienike të Agjencisë së Ushqimit dhe Veterinarisë së Kosovës. Kështu, sistemet e certifikimit nga palët e treta janë ende

në hapat e parë, ndërsa HACCP-ja, për shembull, nuk ka zyrë përfaqësuese në Kosovë. Kjo krijon fyt të ngushtë për kompanitë që të marrin informata të mjaftueshme/njohuri lidhur me SMC-në dhe që të bartin koston e procesit të certifikimit.

5.4.3. Çmimi dhe kostoja

Siç është konfirmuar gjatë takimit të palëve të interesit, çmimi i lëndës së parë është vetëm maja e ajsbergut kur flitet për fytet e ngushta të kostove për përpunuesit kosovar. Në këtë pjesë, janë përmendur disa elemente tjera:

- o Mungesa e qasjes në teknologji, në mënyrë që të përmirësohet produktiviteti
- o Mosefikasiteti i përgjithshëm
- o Kostot që lidhen me doganën
- o Jo-formaliteti i pandarë i sektorit
- o Infrastruktura e papërshtatshme

Derisa këto fyte të ngushta duhet të analizohen më në detaje në nivel të kompanisë, njëra prej porosive të qarta nga takimi i palëve të interesit ishte që kompanitë përpunuese ende mundohen të bëjnë një llogaritje të përshtatshme të kostove të aktiviteteve të tyre. Kjo vështirësi është zbuluar në njërin prej rezultateve të intervistave me përpunues: arritja tek çmimi konkurrues është sfida më e madhe e identifikuar nga shumica e kompanive. Në të njëjtën kohë, ata janë nën presion të vazhdueshëm që të arrijnë çmim të kënaqshëm të ofruar për konsumatorët e tyre, duke konkurruar ballë për ballë me produktet e importuara.

5.4.4. Disponueshmëria dhe sasia

Lënda e parë

Shumica e përpunuesve të mëdhenj kanë larmi të strategjive për furnizim varësisht nga kërkesa / lënda e parë e nevojshme, ndërsa përpunuesit e intervistuar të shkallës së vogël furnizohen drejtpërdrejt nga fermerët. Kështu, pjesa më e madhe e furnizimeve të lëndës së parë për industrinë vendore të përpunimit vjen ose nga fermerët ose nga qendrat e grumbullimit. Vetëm një kompani furnizohet me lëndë të parë nga kultivimet e saja si mënyrë strategjike për të zbutur luhatjet e çmimeve dhe për të garantuar furnizim të qëndrueshëm.

Në fakt, mungesa e qëndrueshmërisë në furnizim dhe mbi-çmimi eventual i lëndës së parë ende çon në kontrata ad-hoc/ kontrata në dërgesa apo sezonale ndërmjet shumicës së përpunuesve dhe fermerëve. Sa i përket qendrave grumbulluese, kontratat afat-shkurta / kontratat vjetore janë llojet më të zakonshme të marrëveshjeve formale. 7 kompani nga 10 sosh, kanë theksuar se arrijnë marrëveshje vjetore dhe/ose sezonale me furnizuesit e tyre. Vetëm një kompani ka pohuar se ka arritur kontratë dy-vjeçare me furnizuesit e vet (në kombinim me kontratat ad-hoc, varësisht nga lloji i furnizimit).

Përveç kësaj, çmimet rrallëherë janë të rregulluara me kontratë për shkak të luhatjeve të mëdha të tyre. Kjo gjithashtu parandalon arritjen e marrëveshjeve afat-gjata ndërmjet furnizuesve (d.m.th. fermerët dhe qendrat e grumbullimit) dhe përpunuesve, që ndikon në lëndën e parë në dispozicion për përpunim. Përveç kësaj, industria e përpunimit ballafaqohet me konkurrencë të fortë nga tregu i pemëve dhe perimeve të freskëta, ku ofrohen çmime atraktive për produktet e klasës më të lartë. Sidoqoftë, kategorizimi për klasa nuk bëhet gjithmonë si duhet në nivel të lëndës së parë, gjë që çon në mos efikasitet dhe humbje.

Përpunimi

Në nivel të përpunimit, shumica e kompanive të intervistuar ishin në zhvillim drejt optimizimit të kapaciteteve të tyre prodhuese gjatë 3 viteve të fundit. Megjithatë, nën presion nga kërkesa gjithnjë në rritje e tregut vendor, përpunuesit ndjejnë nevojën për të zgjeruar më tej kapacitetet e tyre. Siç shihet më poshtë, shumica e përpunuesve planifikojnë aktivitetet e tyre përpunuese bazuar në kërkesat e konsumatorëve. Vlen të theksohet se edhe disponueshmëria e lëndës së parë është përcaktues i fuqishëm i aktiviteteve të përpunimit sipas 4 respondentëve. Në këtë mënyrë, mungesa e lëndës së parë ka qenë një prej çështjeve më kritike në përshkallëzimin e aktiviteteve të përpunimit për disa kompani.

Tabela 9. Faktorët që merren në konsideratë për planifikim të aktiviteteve përpunuese, sipas nr. të përgjigjeve (janë lejuar më shumë se një përgjigje për një kompani)

Faktorët vendim-marrës	# i përgjigjeve
Kërkesa e konsumatorëve	9
Realizueshmëria financiare	4
Disponueshmëria e lëndës së parë	4
Obligimet kontraktuale	3
Të tjera	1 (strategjia e kompanisë dhe njohuritë)

Bazuar në gjetjet e mësipërme, aktivitetet që lidhen me përshkallëzimin dhe/ose optimizimin e përpunimit të pemëve dhe perimeve në Kosovë janë përendur si fushat më kritike të intervenimit nga më shumë se gjysma e përpunuesve të intervistuar, më konkretisht:

- o Rritja e kapaciteteve përpunuese
- o Krijimi i sistemit të informimit për tregun / marrja e të dhënave më të sakta, për të planifikuar më mirë aktivitetet
- o Infrastruktura dhe makineria e përgjithshme
- o Teknologjia e përpunimit
- o Trajnimet për fermerë: korrjet dhe shirjet, për të përmirësuar cilësinë dhe disponueshmërinë e lëndës së parë

5.4.5. Promovimi dhe marketingu

Promovimi i pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend në përgjithësi është parë si (një prej) pika(ve) më dobët(a) nga palët e ndryshme të interesit në zinxhirin e furnizimit. Kjo gjetje ofron bazë të fortë për të hulumtuar hendekun ekzistues në promovim ndërmjet nivelit të përpunimit dhe atij të tregut.

Gjatë intervistave, përpunuesit kosovar të pemëve dhe perimeve kanë përmendur llojet më të shpeshta të aktiviteteve promovuese në të cilat janë angazhuar për të shitur produktet e tyre;

promovimet në-shitore kanë qenë ndër më të zakonshmet të përmendura nga të intervistuarit. Megjithatë, siç është zbuluar nga intervistat me shitësit me pakicë, përpjekja aktive për promovim nga përpunuesit është vetëm një nga faktorët e shumtë që përcaktojnë promovimin e suksesshëm të pemëve dhe perimeve të përpunuara në shitoret me pakicë. Shumica i faktorëve që ndikojnë në promovimin në shitore janë jashtë ndikimit të drejtpërdrejt të kompanive përpunuese vendore.

Tabela 10. Aktivitetet promovuese të implemtuara nga përpunuesit kosovarë, në numër të përgjigjeve për lloj të aktivitetit (janë lejuar më shumë se një përgjigje për një kompani)

Lloji i aktivitet promovues	Nr. i përgjigjeve
Promovim në shitore (p.sh. këndet për shijim (degustim) të produktit)	4
Panairët tregtare	3
Fletushkat dhe materialet tjera vizuale	3
Media (posaçërisht radio)	1
Aktivitetet promovuese janë nën-kontraktuar	1

Marrëdhënia biznesore: Përpunues – Shitës me pakicë II

Gjatë intervistave të fokusuara, përpunuesit vendorë të pemëve dhe perimeve kanë zbuluar një vakuum ekzistues ndërmjet tregjeve lokale dhe të eksportit në aspektin e marrëveshjeve kontraktuale. Është përmendur gati nga të gjithë përpunuesit se kontratat me shitësit vendorë me pakicë arrihen në baza vjetore. Në të njëjtën kohë, 3 nga përpunuesit më të mëdhenj kanë zbuluar se kontratat afatgjata janë normë me partnerët e eksportit.

Sa i përket pozicionimit në treg, mund të vërehet se përpunuesit vendorë ende kanë mungesë të njohurive dhe veglave për të vendosur produktet e tyre në mënyrë strategjike në tregun kosovar. Siç është përmendur më herët, kompanitë e ndryshme konkurrojnë në treg me produkte shumë të ngjashme dhe strategji të ngjashme të hyrjes në treg, që çon në një nivel të caktuar të ngopjes së tregut.

Në fakt, një përdorim më i gjerë i informatave nga tregu, si nga ai vendor ashtu edhe nga ai ndërkombëtar, do të mund të përmirësonte

kapacitetet e kompanive për të bërë zgjedhje strategjike bazuar në realitetet e tregut. Vetëm 3 kompani të intervistuar kanë deklaruar se përdorin në mënyrë aktive informatat nga tregu për strategjitë e tyre biznesore, p.sh. rritja e konkurrencës, përmirësimi i orientimit të tregut dhe përshtatja e planit të tyre biznesor. Shumica e kompanive kanë pranuar se kanë vakuume të informatave, kryesisht: mungesë të dhënave të rregullta tregtare e industriale (apo të dhëna të pasakta, kur ato ofrohen) dhe mungesë të informatave për tregun si trendet e konsumit, zhvillimet teknologjike (p.sh. në përpunimin dhe ruajtjen e ushqimit).

5.4.6. Komunikimi ndërmjet përpunuesve kosovar dhe konsumatorëve të tyre

Një aspekt shtesë i tregut kosovar për pemë dhe perime i mbuluar gjatë këtij vlerësimi ka të bëjë me linjat e komunikimit ndërmjet përpunuesve dhe klientëve të tyre direkt apo të tërthortë.

Të gjithë përpunuesit e intervistuar të pemëve dhe perimeve kanë pohuar se marrin ndonjë lloj të reagimit të konsumatorëve nga shitësit me pakicë dhe ata me shumicë. Përgjigjet janë shënuar më poshtë:

Lloji i reagimit (mendimit) të konsumatorëve	Nr. i përgjigjeve
Në baza mujore	3
Javore apo dyjavore	2
Në baza të blerjes	2
Anketime vjetore	2
Specifike sipas rastit	1

Varësisht nga natyra e çështjes, reagimet e konsumatorëve zakonisht inkorporohen në mënyrat në vijim:

- o Zëvendësim i menjëhershëm i produkteve të dëmtuara
- o Orientim dhe segmentim i tregut
- o Zhvillim i produkteve të reja
- o Rritje e kapaciteteve prodhuese
- o Përmirësim të cilësisë
- o Ulje e çmimit

Gjatë intervistave të fokusuara, 8 nga 10 kompani kanë deklaruar se marrin reagimet e konsumatorëve direkt nga ata. Njëra kompani nuk kryen fare aktivitete të tilla, ndërsa kompania tjetër nuk është përgjigjur në këtë pyetje. Reagimet merren në mënyra të ndryshme nga 8 kompanitë (është lejuar më shumë se një përgjigje për kompaninë):

Lloji i reagimit (mendimit) të konsumatorëve	Nr. i përgjigjeve
Pyetësor dhe anketa të sistematizuara	3
Thirrje telefonike, posta elektronike, Facebook, vizitat të kompanive	3
Reagime nga palët e treta; d.mth. përfaqësues të supermarketve, menaxherë të tregut, tregtarë	3

6 nga 8 kompanitë i marrin në konsideratë reagimet e konsumatorëve në strategjitë e tyre

biznesore dhe/ose në përshtatjen e produkteve sipas preferencës së konsumatorëve.

6. Konkludimet kryesore

Ky kapitull përmbledhë konkludimet kryesore që dalin nga Kapitujt 3-5. Konkludimet kryesore janë ndarë sipas temave dhe kombinojnë pikëvështrimet

e palëve të ndryshme të interesit të kontaktuara gjatë këtij vlerësimi të tregut.

6.1. 6.1. Profili i sektorit kosovar të përpunimit të pemëve dhe perimeve:

- Bazuar në udhëzimin e BE-së për definicionin e NVM-ve, shumica e përpunuesve janë ndërmarrje të vogla dhe të mesme nga aspekti i punësimit, ndërsa 3 nga to janë kompani të mëdha.
- Pjesëmarrja e fermave në fuqinë punëtore është e lartë; 62% e të gjithë punëtorëve në këtë sektor janë femra.
- Biznesi dhe profili i punësimit të përpunuesve të shkallës së vogël është në thelb e ndryshme nga përpunuesit e shkallës së lartë. Në njërën anë, përpunuesit e vegjël kanë përqindje më të madhe të punëtorëve femra e në anën tjetër në shumicën e rasteve gjenden në zonat e banuara me minoritete në Kosovë.
- Ekziston një trend gjithnjë në rritje i prodhimit të pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë; vakuumi ndërmjet kapaciteteve përpunuese dhe sasive në fakt të përpunuara është duke u ngushtuar në mënyrë të vazhdueshme.
- Shoqata Kosovare për Pemë dhe Perime (PePeKo) është shoqata e vetme që përfaqëson sektorin e pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë. Gjatë intervistave, 5 përpunuese të intervistuar janë shprehur se përfaqësohen nga PePeKo; dy përpunues të intervistuar të shkallës së vogël nuk janë pjesë e këtij grupi. Format tjera të përfaqësimit më së shpeshti ndodhin përmes odave ekonomike. Shumica e kompanive besojnë se shoqatat/odat që i përfaqësojnë ata nuk ofrojnë përkrahje të mjaftueshme.
- Niveli i shumëllojshmërisë së produkteve në nivelin e përpunimit në Kosovë është shumë i ulët. Jo vetëm që nuk ka përqendrim në materiale specifike të papërpunuara si specat e trangujt e vegjël, por edhe në aspektin e përpunimit (p.sh. bërja e turshive).
- Ekziston një fokusim në përpunimin e perimeve në Kosovë, ndërsa pemët ende nuk shfrytëzohen në nivelin e duhur për shkak të prodhimit të ulët të lëndës së parë dhe çmimeve të ulëta që ofrohen nga përpunuesit në krahasim me tregjet e gjelbra. Kjo gjithashtu pasqyrohet në grupet kryesore të produkteve të eksportuara nga Kosova, të cilat janë të përqendruara rreth perimeve turshi dhe *ajvarit*.
- Në nivel të shitjes me pakicë, raporti mesatar i importit/eksportit të pemëve të përpunuara është 70/30, ndërsa është një situatë krejt ndryshe me perimet e përpunuara; mesatarisht 60% e perimeve të përpunuara në raftet e shitoreve me pakicë në Kosovë janë të përpunuara në vend.
- Përpunues të ndryshëm konkurrojnë njëri me tjetrin dhe me furnizuesit e jashtëm, duke targetuar segmentet e njëjta të tregut me produkte të ngjashme dhe strategji të ngjashme të hyrjes në treg.
- Industria kosovare është e fokusuar në produktet përfundimtare, ndërsa shumë pak aktivitet është vërejtur në përpunimin e produkteve gjysmë të përpunuara (p.sh. pureja e ngrirë, pureja aseptike, [ngrij-] pemët e perimet e thara dhe të ngrira, etj.). Shumica e kompanive në Kosovë prodhojnë produkte që targetojnë drejtpërdrejt tregun me pakicë, e jo industrinë e përpunimit të ushqimit, si përbërës të ushqimit. Një portfolio më i gjerë që mbulon pemët dhe perimet e gjysmë përpunuara do të favorizonte eksportet dhe hyrjen në tregun e BE-së.

6.2. Konkludimet kryesore për grup produktesh

Pemët e përpunuara

- **Lëngjet e frutave** paraqesin 22% të të gjithë importit të Kosovës për produktet e pemëve dhe perimeve të përpunuara, por që nuk shihen aktivitete madhore industriale në vend. Në të njëjtën kohë, ekziston një kërkesë e lartë e tregut e cila drejton kah një perspektivë pozitive për përpunuesit vendorë që të marrin një pjesë të tregut në raport me furnizuesit e jashtëm.
- **Pijet nga frutat e shtrydhura**, janë përmendur nga 3 shitës me pakicë dhe shitës të pavarur me shumicë si produktet më të shitura dhe prodhohen nga dy kompani kosovare. Ky grup produktesh gjithashtu është përmendur nga konsumatorët dhe sektori i hotelierisë si produkt i konsumuar shumë. Në këtë mënyrë, mundësitë për të përshkallëzuar aktivitetet aktuale të përpunimit dhe për të zhvilluar më tutje tregun në Kosovë janë premtuese. Përveç kësaj, mundësitë në treg për pure të ngrirë dhe/ose purenë aseptike (p.sh. si produkte gjysmë të përpunuara) mund të eksplorojnë.
- **Xhemi dhe marmelata** përbëjnë rreth 15% të importit të përgjithshëm kosovar janë përmendur si produktet më të përpunuara nga katër kompani kosovare. Të gjithë shitësit me pakicë dhe shitësit e pavarur me shumicë të intervistuar kanë përmendur xhemin dhe marmelatën si produktet kryesore në aspektin e shitjeve, duke treguar që kërkesa e tregut për këtë grup produktesh është shumë e lartë. Ekziston një mundësi e rëndësishme për të zhvilluar dhe promovuar xhemin dhe marmelatën si produkt cilësor shtëpiak.
- **Frutat e thara** përbëjnë rreth 7% të importit total. Aktualisht, kërkesa për pemë të ngrira duket të jetë e lartë, ndërsa shumë pak aktivitete janë vërejtur në nivel të përpunimit vendor. Pemët e thara gjithashtu mund të eksplorojnë ose si produkte përfundimtare ose si produkte gjysmë të përpunuara, që targetojnë materialet e papërpunuara nga biodiversiteti vendor. Këto mundësi gjithashtu duhen eksploruar në nën-sektorin e produkteve pyjore jo-drusore.
- **Pemët e konservuara dhe të ngrira** janë përmendur më pak gjatë intervistave në nivelet e shitësve me pakicë, shitësve të pavarur me shumicë atë të konsumatorëve. Përveç kësaj, këto grupe produktesh paraqesin pjesë të vogël të importeve totale të Kosovës për pemët dhe perimet e përpunuara, me 2% secila.

Perimet e përpunuara

- **Ajvari:** edhe pse ky produkt është i rëndësishëm në industrinë vendore, ai paraqet 7% të importit të Kosovës të pemëve dhe perimeve të përpunuara, shumica e të cilit është me origjinë nga Maqedonia. Ajvari është përmendur nga konsumatorët si produkti më së shpeshti i blerë nga perimet e përpunuara, që gjithashtu arrin nivel të lartë të shitjeve bazuar në intervistat në nivel të shitjes me pakicë dhe me shumicë. Përveç kësaj, ajvari përbën 17% të eksporteve kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Me gjithë konkurrencën nga Maqedonia, ajvari ofron mundësinë e zëvendësimit të importit dhe mundësi për tregjet e eksportit.
- **Perimet turshi** trajtohen nga shumica e përpunuesve kosovar, që paraqet më shumë se 60% të eksporteve kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Me gjithë këtë, ky grup produktesh paraqet rreth 6% të importeve totale të pemëve dhe perimeve të përpunuara dhe arrin nivele shumë të larta të shitjes, që tregon se kërkesa e tregut është e konsiderueshme. Si në rastin e ajvarit, ekzistojnë mundësi edhe për zëvendësim të importit e gjithashtu edhe për zgjerim të eksporteve.
- **Keçapi** është përmendur nga gjysma e respondentëve në nivel të shitjes me pakicë dhe shitjes me shumicë si top produkt në aspektin e shitjes, i cili në fakt prodhohet në Kosovë, por prapëseprapë paraqet rreth 15% të importeve të përgjithshme (së bashku me salcën e domateve). Kështu, ekziston kërkesa në treg për keçap, por industria vendore nuk mbulon pjesën më të madhe të këtij tregu, e cila është e fokusuar shumë në marka të importuara.
- **Perimet e konservuara** nuk janë përmendur shumë në nivele të ndryshme të zinxhirit të vlerave, duke përfshirë edhe nivelin e konsumatorëve. Sidoqoftë, perimet e konservuara përbëjnë rreth 15% të importit të Kosovës, me pjesën më të madhe të përbërë nga domatet e konservuara, të cilat tregojnë rëndësinë e perimeve të përpunuara që kanë domaten si lëndë të parë bazë.
- **Perimet e ngrira** (paraqesin 9% të importit të Kosovës) nuk janë përmendur shumë nga konsumatorët, por në fakt janë identifikuar si produkt më i shitur në nivelet e shitjes me pakicë dhe me shumicë. Një pjesë e madhe e perimeve të ngrira (bizele, fasule, përzierje, etj.) furnizohen nga Serbia, ndërkaq industria vendore nuk është e zhvilluar sa duhet për produkte të ngrira, ku gjithashtu mund të ketë potencial për zëvendësim të importit.

6.3. Konkludimet kryesore sipas temës

Cilësia:

- Cilësia është përcaktues i fuqishëm në vendimin për furnizim dhe blerje në nivele të ndryshme të zinxhirit të vlerave për pemët dhe perimet e përmirësuara
- Perceptimi mbi cilësinë e pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend dallon konsiderueshëm ndërmjet përpunuesve dhe palëve të interesit të sektorëve tjerë, duke përfshirë konsumatorët fundorë. Derisa shumica e përpunuesve besojnë që kjo është përparësia kryesore e tyre, konsumatorët e tyre të drejtpërdrejtë dhe ata të tërthortë theksojnë që cilësia është aspekti kryesor që duhet përmirësuar më tej.
- Përmirësimi në cilësinë e pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend ka qenë një ndër shtytësit kryesor për rritjen e konsumit në 3 vitet e fundit.
- Disa kompani kanë implementuar Sisteme për Menaxhimin e Cilësisë (SMC) në nivel të përpunimit, por gjysma e kompanive të intervistuar janë duke ndjekur rrugën për SMC.

Çmimi dhe kostoja:

- Çmimi është i rëndësishëm në vendimin për furnizimin dhe blerjen në nivele të ndryshme të zinxhirit të vlerave për pemët dhe perimet e përpunuara, por shihet si faktori i dytë pas cilësisë.
- Perceptimi i shitësve me pakicë, atyre me shumicë dhe sektorit të hotelierisë është në mospërputhje me gjetjet në nivelin e konsumatorëve. Këto palë të interesit besojnë se konsumatorët janë më të orientuar kah çmimi sesa kah cilësia.
- Çmimi i pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend shihet si i kënaqshëm nga palë të ndryshme të zinxhirit të vlerave, me përjashtim të përfaqësuesve të sektorit të hotelierisë, të cilët konsiderojnë se produktet vendore janë më të shtrenjta sesa ato të importuara.
- Sfida kryesore të cilën e hasin përpunuesit e pemëve dhe perimeve është që të mbajnë çmimet e produkteve të tyre në nivel konkurrues dhe në këtë aspekt të bëjnë kalkulimin e saktë të kostos së aktiviteteve të tyre. Arritja e çmimit në nivel konkurrues është një aspekt i rëndësishëm për përpunuesit vendorë që të konkurrojnë me produktet e importuara.

Disponueshmëria dhe sasia:

- Pjesa më e madhe e konsumatorëve janë të kënaqur me disponueshmërinë në shitoret me pakicë të pemëve dhe perimeve të përpunuara në vend.
- Perceptimi i shitësve me pakicë, atyre me shumicë dhe sektorit të hotelierisë nuk pasqyron gjetjet në nivel të konsumatorëve. Shpërndarja dhe pamjaftueshmëritë / paqëndrueshmëritë në sasi janë format e papërthushmërive me të cilat ballafaqohen këto palë të interesit në lidhje me përpunuesit vendorë të pemëve dhe perimeve.
- Disponueshmëria e materialit të papërpunuar është një prej çështjeve kryesore që haset nga përpunuesit kosovarë të pemëve dhe perimeve. Disponueshmëria e ulët e pemëve dhe perimeve të papërpunuara në Kosovë konsiderohet si aspekti më kritik në furnizimin me lëndë të parë.
- Përpunuesit e pemëve dhe perimeve planifikojnë aktivitetet e tyre përpunuese kryesisht bazuar në kërkesën e konsumatorëve. Tregu vendorë për pemë dhe perime të përpunuara është duke u rritur shpejtë, andaj përpunuesit janë të etur për asistencë që t'i përshtaten këtij realiteti dhe të vazhdojnë të qëndrojnë me kërkesën e tregut.

Promovimi dhe marketingu:

- Promovimi është aspekti që ka ndikimin më të ulët në vendimin e konsumatorit për blerje të produkteve të pemëve dhe perimeve të përpunuara.
- Në të njëjtën kohë, konsumatorët dhe palët tjera të interesit (p.sh. shitësit me pakicë, shitësit me shumicë, sektori i hotelierisë) e shohin promovimin si një prej aspekteve më të dobëta të sektorit kosovar të pemëve dhe perimeve të përpunuara. Intervistat me përpunuesit nuk kanë zbuluar të njëjtin perceptim/kuptim në nivel të kompanive.
- Përpunuesit përdorin një gamë të gjerë të strategjive promovuese, ku promovim në shitore është përmendur më së shumti gjatë intervistave. Sidoqoftë, intervistat me shitës me pakicë kanë zbuluar se përpunuesit kanë vetëm ndikim të pjesshëm në atë se a do të promovohen produktet e tyre me efikasitet.

në shitore apo jo. Përveç kësaj, përpunuesit vendorë konkurrojnë kundrejt stimuleve të mëdha financiare të ofruara nga kompanitë e huaja, që janë thelbësore në garantimin e hapësirës dhe pozicionimit në raft në nivel të shitjes me pakicë.

- Një numër i vogël i kompanive shfrytëzojnë informatat nga tregu për të plasuar produktet e tyre në treg në mënyrë strategjike. Disa hendeqe në informata janë identifikuar tek përpunuesit e intervistuar, si të dhëna tregtare dhe industriale, të dhëna për trendet konsumuese dhe zhvillimet teknologjike.
- Një konkludim shtesë mund të nxirret nga natyra e marrëdhënies ndërmjet përpunuesve dhe shitësve me pakicë. Edhe pse 2 nga 9 shitësit me pakicë pohojnë se ofrojnë përfitime kontraktuale dhe logjistike për përpunuesit vendorë, marrëdhënia ndërmjet përpunuesve dhe shitësve me pakicë ende duket se mbetet me shkallë të lartë të fleksibilitetit dhe joformalitetit.
- Pika e sipërpërmendur pasqyrohet në ndryshimet kontraktuale ndërmjet konsumatorëve vendorë dhe atyre të tregut të eksportit: përpunuesit kanë zbuluar se marrëveshjet afat-gjatë janë të zakonshme me partnerët e eksportit, ndërkaq në nivelin vendor ata kryesisht lidhin kontrata vjetore.

Komunikimi ndërmjet palëve të sektorit:

- Gjysma e përpunuesve të intervistuar kanë kontakte të rregullta me konsumatorët e tyre të drejtpërdrejtë (d.m.th. shitësit me pakicë dhe ata me shumicë), që sillen nga ato javore deri tek ato në baza mujore. Në të njëjtën kohë, vetëm 3 përpunues marrin reagime nga konsumatorët në mënyrë sporadike. 2 përpunues tjerë marrin reagime të konsumatorëve në baza vjetore, gjë që është fyt i ngushtë potencial për përmirësim të vazhdueshëm.
- Vetëm 3 nga 10 përpunues pohojnë se kanë sistem të pyetësorëve dhe anketimeve për të marrë reagime e opinione drejtpërdrejt nga konsumatorët. Llojet tjera të reagimeve jepen në mënyrë sporadike, përmes thirrjeve telefonike, postës elektronike, medieve sociale dhe vizitave të kompanisë. 3 kompani tjera kanë pranuar se përdorin reagimet dhe opinionet e marra nga palët e treta.
- Vetëm 6 nga 10 kompanitë kanë pohuar se i inkorporojnë reagimet e konsumatorëve në strategjitë e tyre.



7. Rekomandimet: identifikimi i mundësive, rreziqeve dhe fushave të intervenimit

Në këtë kapitull, temat e diskutuara më në pjesët paraprake ndërliken dhe ofrojnë bazën për intervenimet e rekomanduara në nivel të sektorit dhe nivel specifik të kompanisë. Këto intervenime synojnë kapjen e mundësive dhe menaxhimin e rrezikut në tregun kosovar për pemët dhe perimet e përpunuara, në mënyrë që të ndihmojnë vënien në lëvizje të sektorit dhe të avancojnë krijimin e punësimit në Kosovë. **Rekomandimet e shtjelluara këtu adresojnë objektivat në vijim:**



- Rritjen e efikasitetit dhe rrjedhës së përpjekjeve sektoriale dhe krijimin e modelit gjithëpërfshirës për qeverisjen e sektorit
- Përmirësimin e disponueshmërisë dhe përdorimit të pemëve dhe materialeve të përpunuara
- Identifikimin e përparësive dhe mangësive të përpunuesve specifik të pemëve dhe perimeve në Kosovë
- Ofrimin e përkrahjes individuale në planifikimin biznesor për përpunuesit
- Përmirësimin e cilësisë së produkteve vendore dhe proceseve për menaxhimin e cilësisë
- Avancimin e kapaciteteve të zbulimit të tregut për planifikim më të mirë dhe pozicionim në treg
- Arritjen e shumëllojshmërisë në ofertën e produkteve të Kosovës dhe futjen e inovacionit
- Përmirësimin e komunikimit ndërmjet palëve të ndryshme sektoriale të interesit
- Ndërtimin / përmirësimin e imazhit të produkteve të pemëve dhe perimeve të përpunuara të Kosovës
- Artikulimin e potencialit të Kosovës si eksportues i pemëve dhe perimeve të përpunuara

A) Sektorit të përpunimit të pemëve dhe perimeve i duhet përpjekje të përbashkëta në treg

Hapi i parë në realizimin e intervenimeve në sektorin e pemëve dhe perimeve të përpunuara në Kosovë është identifikimi dhe fuqizimi i shoqatave të cilat bashkojnë interesat e palëve të ndryshme të interesit të përfshira në sektor. Fuqizimi dhe qartësimi i rolit të shoqatave mbështetëse të sektorit është element kyç në arritjen e intervenimeve të qëndrueshme. Ajo gjithashtu do të shërbejë si bazë për arritjen e sinergjive ndër palë të ndryshme të interesit dhe për avancimin e ndikimit. Aktualisht, Shoqata Kosovare për Pemë dhe Perime (PePeKo) është shoqata kryesore që përfaqëson sektorin kosovar të pemëve dhe perimeve të përpunuara.

Përmes vlerësimit të kapaciteteve, do të mundësohet për ofruesit e shërbimeve që të përcaktojnë se cilat fusha intervenimi mund të realizohen në partneritet me shoqatën e sektorit. Nga ana tjetër, vlerësimi i nevojave do të mundësojë identifikimin e fushave më kritike për mbështetje të shoqatës. Të dyja, vlerësimi i kapaciteteve dhe i nevojave, mund të

realizohen përmes asistencës teknike nga një ekspert i jashtëm.

Pasi të kryhen aktivitetet e vlerësimit / diagnozës, mbështetja për ngritje të kapaciteteve për shoqatën e sektorit duhet të jepen në fushat si:

- Caktimin e mandatit të qartë dhe strategjisë së sektorit
- Krijimin e strukturës menaxhuese
- Ngritjen (menaxhimin) e kapaciteteve (gjithashtu në identifikimin dhe menaxhimin e rreziqeve)
- Zhvillimin e portofolios së shërbimeve dhe modelit të të hyrave

Në fazën fillestare, ofruesit e shërbimeve mund të lehtësojnë punën e ekspertit të jashtëm të sektorit duke e bërë shoqatën e sektorit plotësisht funksionale dhe duke e përfshirë atë ngadalë e gradualisht në ekzekutimin e intervenimeve të propozuara për sektorin e pemëve dhe perimeve të përpunuara.

Përveç kësaj, duke marrë në konsideratë fragmentimin e sektorit në përpunues të shkallës së ulët dhe ata të shkallës së lartë, është e rëndësishme që të përdoret kjo platformë që të përfshihen gradualisht përpunuesit e vogël në shoqatën e sektorit. Integrimi i përpunuesve të shkallës së vogël në shoqatën kryesore për pemë dhe perime do të mundësonte një model gjithëpërfshirës

dhe përfaqësues për qeverisjen e sektorit, me komponentin e ndjeshëm ndaj çështjeve gjinore dhe ato që kanë të bëjnë me minoritetet. Përmes lehtësimit nga PPSP-ja, shoqata e sektorit do të mund të merrte trajnim të duhur për sensibilizim që të lehtësojë integrimin e këtyre grupeve në strukturën dhe aktivitetet e shoqatës.

B) Organizimi dhe optimizimi i përdorimit të materialit të papërpunuar

Gjatë këtij vlerësimi të tregut, materialet e papërpunuara të përdorura në aktivitetet përpunimi janë analizuar nga perspektiva e tregut, por jo në kuptimin e aspekteve të (para)vjeljes. Prandaj, intervenimet e rekomanduara këtu përqendrohen vetëm në materialin e papërpunuar pas-vjeljes dhe nivelet e përpunimit të atij materiali.

Gjatë vlerësimit janë mbuluar tri aspekte të materialit të papërpunuar: cilësia, sasia dhe qëndrueshmëria në furnizim. Përderisa cilësia e materialit të papërpunuar në përgjithësi është konsideruar e kënaqshme, sasia dhe qëndrueshmëria në furnizim kanë paraqitur fyte të ngushta për përpunuesit, pasi që ata janë në konkurrencë me çmimin dhe sasinë me tregun e pemëve dhe perimeve të freskëta. Përveç kësaj, luhatjet e çmimit / sasisë pamundësojnë arritjen e marrëveshjeve afat-gjata të furnizimit me fermerët dhe qendrat e grumbullimit.

Prandaj, përmes intervenimit të ofruesve të shërbimeve rekomandohet si në vijim:

- Përkrahja e fermerëve dhe qendrave të grumbullimit me mekanizma të përshtatshëm për klasifikim dhe notim: dallim të qartë ndërmjet kategorisë së freskët krahas asaj për përpunim, me strukturën përkatëse të çmimit për produktet e ndryshme dhe notat e tyre të ndryshme
- Krijimi i platformës për përmirësimin e komunikimit ndërmjet përpunuesve dhe furnizuesve të tyre me lëndë të parë në mënyrë që: 1) të krijohet përputhje më e mirë ndërmjet asaj që pritet dhe asaj që dërgohet në aspektin e cilësisë dhe sasisë; 2) të përmirësohen marrëveshjet kontraktuale dhe të garantohet më shumë qëndrueshmëri në furnizim.

C) Auditimet e kompanisë dhe përkrahja për planifikim biznesor për përpunuesit e pemëve dhe perimeve

Rekomandohet që të kryhen *auditime individuale të kompanisë* (d.m.th. mos të krijojnë huti me auditimet financiare) të gjitha kompanive përpunuese që do të marrin përkrahje. Derisa aktivitetet paraprake dhe ky vlerësim aktual i tregut mund të kenë ofruar një pasqyrë të çështjeve kryesore në nivel të sektorit, është e rëndësishme të kuptohen nevojat e kompanive individuale. Ky është një hap i rëndësishëm në përcaktimin e nivelit të kompanive të ndryshme të përfshira në projekt dhe llojet e intervenimeve që atyre u nevojiten. Auditimi i kompanisë mund të shërbejë si bazë për *mbështetjen në planifikim biznesor* dhe gjithashtu ofron informata për komponentët tjerë

të intervenimeve në sektor, siç janë ato në nivel të fermerëve dhe qendrave të grumbullimit. Ky intervenim gjithashtu mund të shërbejë si bazë për identifikimin e produkteve me potencialin më të madh në treg tek secila kompani përpunuese.

Auditimet e kompanisë mund të kryhen nga një ekspert i jashtëm i sektorit, në bashkëpunim me përfaqësuesin e shoqatës së sektorit dhe i ndihmuar nga ofruesit e shërbimeve.

Vini re se mbështetja për kompani individuale nuk e zëvendëson nevojën për të kryer intervenimet në nivel të sektorit, siç janë ato të theksuara më lartë.

D) Zhvillimi i modeleve për kalkulimin e kostos

Çmimi dhe kostoja janë identifikuar si sfida e përbashkët për përpunuesit e pemëve dhe perimeve gjatë këtij vlerësimi të tregut. Në takimin e palëve të interesit, është konfirmuar që kompanitë kosovare ballafaqohen me një numër të faktorëve të kushtueshëm që ndikojnë drejtpërdrejt në çmimin final të produkteve të tyre: p.sh.

mungesa e efikasitetit, doganat, joformaliteti në treg, infrastruktura. Të gjithë këta faktorë nuk janë nën përcjelljen e përpunuesve, e as që mund të identifikojnë nivelin e tyre të ndikimit në çmimin final. Për të identifikuar dhe ballafaquar si duhet me këtë faktorë të kushtueshëm, kompanitë duhet të marrin përkrahje në krijimin e modeleve për kalkulimin e

kostove të cilat janë lehtë të shfrytëzueshëm dhe të përshtatshëm për aktivitetet e tyre biznesore. Ky intervenim mund të kryhet përmes ofruesve të

jashtëm të shërbimeve, duke kombinuar njohurinë e ekspertëve të sektorit dhe kompanive për zhvillim softuerik.

E) Menaxhimi dhe përmirësimi i cilësisë: në nivel të procesit dhe në nivel të produktit

Cilësia është term që nuk është i definuar saktësisht dhe kuptohet ndryshe nga akterët e ndryshëm përgjatë zinxhirit të vlerave për pemët dhe perimet e përpunuara në Kosovë. Është e rëndësishme që të merren mendimet e palëve të interesit në sektor dhe të punohet në dy fusha të menaxhimit dhe përmirësimit të cilësisë: 1) në proces, dhe 2) në produkt.

Sa i përket procesit, Sistemi për Menaxhimin e Cilësisë (SMC) është vegël thelbësore në dispozicion të përpunuesve. Gjatë këtij vlerësimi të tregut, është vërejtur se disa kompani kosovare kanë implementuar Sistemin për Menaxhimin e Cilësisë në nivel të përpunimit, edhe pse gjysma e kompanive të intervistuar janë në ndjekje të rrugës së SMC-së. Si një intervenim, do të jetë i rëndësishëm sensibilizimi i mëtutjeshëm i përpunuesve për SMC, duke qartësuar objektivin e auditimeve nga pala e tretë dhe rëndësinë e certifikimeve në tregjet e eksportit.

Nevojat individuale të kompanive në lidhje me SMC-në, duke përfshirë përshtatjen për fabrikë dhe kostot e përfshira, do të mund të integroheshin në auditimet e kompanisë të sugjeruara më lartë. Në nivel të sektorit, mundësia për certifikim grupor për HACCP, ISO 9001, etj. mund të hulumtohet si strategji për të zvogëluar kostot e auditimit.

Auditimet e kompanisë duhet të zbulojnë nevojat specifike të kompanive në lidhje me zhvillimin dhe përmirësimin e produkteve. Në njërën anë, përmirësimi në menaxhim të cilësisë mund të çojë në produkte të qëndrueshme dhe të përmirësuara, pasi që SMC-të kanë elemente të rëndësishme për Procedurat Standarde të Operimit (PSO-të) dhe përmirësimin e vazhdueshëm. Në anën tjetër, mund të ketë disa çështje që kanë të bëjnë me cilësinë, por që janë specifike për kompanitë, për të cilat duhen nivele të tjera të intervenimeve, duke krijuar kështu nevojën për përfshirjen e specialistëve të jashtëm për produkte. Për shembull, disa prej çështjeve të vazhdueshme që kanë të bëjnë me cilësinë mund të dalin nga teknologët e papërvijë dhe personeli tjetër gjithashtu pa përvijë që janë të angazhuar drejtpërdrejt në përpunim.

F) Zhvillimi i sistemeve të përshtatshme për informata të tregut për përpunuesit kosovar dhe shoqatat e sektorit

Zhvillimi i sistemeve të përshtatshme për informata të tregut në nivel të shoqatës së sektorit dhe në nivel të përpunuesve do të adresojë disa prej çështjeve gërshetuese të sektorit të pemëve dhe perimeve të përpunuara, duke ndihmuar kompanitë që:

- Të planifikojnë më mirë aktivitetet e tyre përpunuese, bazuar në kërkesa reale të tregut
- Të kuptojnë trendet konsumuese dhe preferencat
- Të vendosin nivel konkurrues të çmimit
- Të mësojnë nga konkurrentët e tyre
- Të zhvillojnë strategji për hyrje në treg për secilin produkt / grup produktesh
- Të fitojnë qasje në avancimet inovative dhe teknologjike në sektor.

Në këtë aspekt, rekomandohen tri veprime paralele:

a. Zhvillimi i sistemit të informimit për tregun në nivel të shoqatës së sektorit, i harmonizuar me ngritjen e kapaciteteve të personelit. Informatat për tregun duhet të jenë një pjesë përbërëse e portfolios së shërbimeve të shoqatës.

b. Ofrimi i trajnimeve rreth informatave për tregun për kompanitë, gjë që do t'iu ndihmonte atyre që të përkthenin informatat për tregun në veprime (d.m.th. inkorporimin në planet e tyre të biznesit). Kjo mund të bëhet përmes intervenimit të ekspertëve të informatave të tregut dhe të sektorit, të ndihmuar nga ofruesit e shërbimeve. Ky komponent trajnimi gjithashtu duhet të përfshijë përfaqësuesit e shoqatës së sektorit, në mënyrë që të zhvillojë komponentin trajno trajnuesin në lidhje me intervenimin e sipërpërmendur.

c. Krijimi i platformës për palë të ndryshme të interesit nga sektori për të shkëmbyer informatat e tregut, inovacionet në sektor dhe reagimet, me synim përmirësimin e përpunimit dhe zhvillimit të produkteve në Kosovë. Është e rëndësishme që të përfshihet grupi punues për shumëllojshmëri të produkteve në këtë platformë, pasi që kompanitë aktualisht përdorin lëndën e parë të njëjtë për aktivitetet e tyre përpunuese dhe shfrytëzojnë metoda shumë të ngjashme përpunimi. Kjo platformë mund të organizohet në nivel të shoqatës së

sektorit, por me përkrahje fillestare të një organi ndërmjetësues (p.sh. ofrues të shërbimeve). Mund të organizohen seminare me teknologë, specialistë produktesh, autoritete për siguri ushqimore dhe ekspertë të tjerë në mënyrë që kompanitë përpunuese të marrin informata

nga vet burimi primar lidhur me inovacionet dhe avancimet teknologjike. Ajo gjithashtu mund të shërbejë si bazë për palët e interesit që të përmirësojnë komunikimin dhe bashkëpunimin në nivel të sektorit.

G) Imazhi i produkteve vendore tek konsumatorët duhet përmirësuar

Gjatë këtij vlerësimi të tregut, është konkluduar se mekanizmat promovues të përdorur nga përpunuesit nuk përkthehen në mënyrë efektive tek konsumatorët. Në të njëjtën kohë, është zbuluar se kosovarët e lidhin konsumin e produkteve të përpunuara në vend me mbështetjen për industrinë vendore.

Në këtë aspekt, propozimi Made in Kosovo – Prodhuar në Kosovë duhet zhvilluar edhe më tej në nivel të shoqatës së sektorit, në mënyrë që të shfrytëzohet në mënyrë homogjene nga kompanitë e saj anëtare. Një prej karakteristikave të konceptit Made in Kosovo që duhet theksuar gjatë intervenimit është cilësia e prodhimit shtëpiak të produktit, që do

të ndihmonte në theksimin e rolit të përpunuesve të shkallës së vogël në Kosovë. Në një situatë të tillë, rezultati i dëshiruar i këtij intervenimi është një rritje e sensibilizimit tek gratë dhe posaçërisht tek përpunuesit në zonat me minoritarë në Kosovë. Mbështetja në marketing duhet dhënë shoqatës në aspektin e:

- Strategjisë, p.sh. pozicionimi në treg
- Zhvillimit të markës
- Përzgjedhjes së produktit dhe fokusimin, duke pasur si pikënisje produktet e identifikuara në kapitujt 3 dhe 4
- Strategjisë, materialit dhe kanaleve promovuese
- Promotion strategy, material and channels

H) Ofrimi i përkrahjes për aktivitetet për promovim të eksportit

Përveç eksplorimit të tregut vendorë, kompanitë duhet të kenë mundësinë e eksplorimit dhe gjetjes së mundësive në tregjet rajonale dhe ndërkombëtare. Aktualisht, vetëm 2 përpunues të intervistuar eksportojnë më shumë se 50% të prodhimit të tyre, ndërsa 2 kompani tjera ende nuk janë të angazhuar në aktivitetet eksporti. Ideja është që të krijohet një kornizë logjike për të mbështetur përpunuesit kosovar të pemëve dhe perimeve në rrugët e tyre drejt eksportit, bazuar në vlerësimin e nevojave për kompani. **Për përpjekje të harmonizuara në nivel sektori, këshillohet procesi i mëposhtëm:**

a. Auditimi i tregut: vlerësimi i mundësive të tregjeve të jashtme, identifikimi i trendeve, potencialeve të produkteve (duke përfshirë produktet e gjysmë-përpunuara), kërkesat, kanalet tregtare, konkurrencën kryesore, etj.

b. Auditimi i eksportit të kompanisë (i nxjerrë nga auditimi i kompanisë): proces paralel me auditimin e tregut, ku kompanitë individuale vlerësohen në aspektin e potencialit eksportues dhe fytyrë të ngushta aktuale.

c. Analiza e vakuumeve: që rezulton nga auditimet e tregut dhe të kompanisë, vlerëson vakuumeve ekzistuese ndërmjet tregjeve të eksportit dhe gjendjes aktuale të përpunuesve kosovarë. Informatat nga ky vlerësim i tregut dhe vlerësimet paraprake të industrisë kosovare do të ishin pikënisje interesante.

d. Strategjia e marketingut: krijimi i strategjisë së marketingut bazuar në rezultatet e analizës së vakuumeve, në nivel të sektorit dhe nivel specifik të kompanisë.

e. Çiftëzimi: në momentin kur kompanitë kanë strategji të qartë individuale dhe sektoriale në strategjitë e tyre të eksportit, duhet të organizohen aktivitetet për çiftëzim si vizitat / shfaqja në panairë tregtare dhe misione të blerësve, në mënyrë që të krijohen partneritete biznesore.

Ky proces duhet të ketë një përfshirje aktive të shoqatës së sektorit, por duhet të udhëhiqet nga një ekspert i jashtëm i sektorit i ndihmuar nga ofruesit e shërbimeve.

Shtojca 1. Anketa e konsumatorëve

ANKETA E KONSUMATORËVE			
	Shitorja _____		
1.	Vendndodhja e shitores	_____	
2.	Lloji i shitores		
a.)	Shitës i madh me pakicë (supermarket)	<input type="checkbox"/>	
b.)	Shitore e vogël në lagje	<input type="checkbox"/>	
c.)	Zinxhir i vogël i shitjes me pakicë	<input type="checkbox"/>	
	Profili i konsumatorit		
3.	Mosha	_____	
4.	Gjinia	Mashkull <input type="checkbox"/>	Femër <input type="checkbox"/>
5.	Të hyrat mesatare familjare	_____ €	
6.	Komuna / Rajoni	_____	
	Kënaqshmëria e konsumatorëve		
7.	Cilat janë produktet më të konsumuara: renditni 3 produktet që ju i konsumoni më së shpeshti nga secila listë (duke qenë 1 më i konsumuari ndërsa 3 më së paku i konsumuari)		
	a.) Pemët e përpunuara		b.) Perimet e përpunuara
i	Xhemi _____	i	Ajvar _____
ii	Lëngjet _____	ii	Turshi _____
iii	Lëngjet nga pemët e shtrydhura _____	iii	Të konservuara _____
iv	Të thara _____	iv	Të ngrira _____
v	Të konservuara _____	v	Salcë domatesh _____
vi	Të ngrira _____	vi	Keçap _____
	_____	vii	Ushqim për foshnje _____
8.	Nga produktet e përzgjedhura në pyetjen 7 më lartë, specifikoni produktet /markat që ju i konsumoni më së shpeshti?		
	a.) Vendore <input type="checkbox"/>	b.) Të importuara <input type="checkbox"/>	
i	_____	i	_____
ii	_____	ii	_____
iii	_____	iii	_____
iv	_____	iv	_____
v	_____	v	_____

9.	Në çka i bazoni vendimet për blerje të këtyre produkteve? (renditni 1 për më të rëndësishmin dhe 4 për më së paku të rëndësishmin)					
a.)	Çmimi					
b.)	Cilësia					
c.)	Marka					
d.)	Promovimi					
10.	A është e rëndësishme për ju origjina e produktit të blerë gjatë vendimit për blerje?	Po <input type="checkbox"/> Jo <input type="checkbox"/>				
11.	Nëse po, cilën nga këto i preferoni më shumë dhe pse?	Vendore <input type="checkbox"/> I huaj <input type="checkbox"/>				
12.	Me çka lidhet mendimi juaj për produktet kosovare (pemët dhe perimet e përpunuara) (Ju lutem vlerësoni në shkallën 5 pikëshe ku 1 është dobët dhe 5 është më së shumti)					
a.)	Çmimi	1	2	3	4	5
b.)	Cilësia	1	2	3	4	5
c.)	Disponueshmëria në shitore me pakicë	1	2	3	4	5
d.)	Pozicionimi në raftet	1	2	3	4	5
e.)	Promovimi	1	2	3	4	5
f.)	Etiketa	1	2	3	4	5
13.	A ka diçka që përpunuesit vendor të pemëve dhe perimeve duhet të bëjnë për të përmirësuar kënaqshmërinë tuaj?					

Ju faleminderit!

Shtojca 2. Importet kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara, sipas produkteve

	Gjithsej importe në vitin 2013, Në vlerë (€ 1,000)	Gjithsej importe në vitin 2013, Në vëllim (tonelata)	Ndryshimi vjetor 2009-2013	Partnerët kryesor në import
Lëngjet e frutave	1,747	1,725		
Mollë	763	950	3%	Serbia 34% Maqedonia 24% Austria 22%
Grejpfrut	249	129	68%	Italia 85% Sllovenia 7% Serbia 6%
Përzierje të lëngjeve të frutave, përfshirë rrushin dhe lëngjet e perimeve	172	227	-21%	Turqia 44% Sllovenia 19% Serbia 9%
Qershi	169	43	148%	Serbia 45% Maqedonia 30% Gjermania 12%
Tjera	152	104	-19%	Sllovenia 48% Gjermania 21% Italia 11%
Portokall	123	148	-11%	Serbia 40% Austria 28% Maqedonia 23%
Përzierje e lëngut të mollës dhe dardhës	56	78	-43%	Serbia 99% Greqia 1%
Limon i vetëm	40	24	53%	Franca 40% Italia 27% Serbia 23%
Limon	7	4	26%	Kina 83% Turqia 14% Vietnam 3%
Fruta tropikal	6	6	N/A	Italia 78% Serbia 22%
Domate	4	7	1%	Hungaria 49% Turqia 14% Romania 13%
Përzierje e frutave tropikal	3	4	-31%	Turqia 85% Gjermania 9% Libani 6%
Manaferra	1	0	N/A	Gjermania 54% Bulgaria 46%
Dardhë	0.6	0.9		Romania 100%

Xhem, marmelatë, pure, pasta	1,222	2,093		
Tjera	1,082	1,998	10%	Greqia 28% Maqedonia 27% Serbia 9%
Dredhëz	64	60	-2%	Maqedonia 61% Turqia 35% Austria 2%
Qersh	38	18	7%	Turqia 64% Maqedonia 27% Gjermania 4%
Mjedër	34	15	22%	Turqia 94% Gjermania 4% Austria 1%
Fruta limoni	3	1	N/A	Serbia 57% Austria 25% Turqia 17%
Kumbull	1	0.4	-43%	Gjermania 100%
Perimet e konservuara	1,215	1,591		
Domate	894	1,326	22%	Italia 62% Kina 16% Greqia 13%
Përzjerje perimesh	140	78	29%	Austria 60% Maqedonia 26% Hungaria 13%
Misër i ëmbël	81	63	22%	Hungaria 89% Italia 8% Polonia 1%
Bizele	37	55	-10%	Italia 61% Hungaria 35% Polonia 3%
Lakër turshi	29	37	40%	Maqedonia 100%
Fasule	17	17	-7%	Hungaria 50% Italia 26% MB 17%
Pjepër	16	14	-17%	Maqedonia 100%
Shparg	1.3	0.3	N/A	Silovenia 100%
Keçap dhe salca tjera domatesh	1,167	978	3%	Serbia 65% Italia 13% Maqedonia 8%
Perime të ngrira	732	793		
Përzjerje	411	405	30%	Serbia 48% Gjermania 18% Polonia 18%
Bizele	98	126	-15%	Serbia 63% Kroacia 21% Polonia 8%

Fasule	81	113	-31%	Serbia 88% Gjermania 4% Polonia 4%
Tjera	44	45	-6%	Gjermania 34% Polonia 33% Serbia 16%
Perimet bishtajore	44	39	71%	Etiopia 43% Kroacia 36% Italia 13%
Misër i ëmbël	35	35	37%	Serbia 59% Kroacia 22% Polonia 13%
Spinaq	11	20	7%	Polonia 24% Belgjika 23% Hungaria 15%
Speca të ëmbël	8	11	43%	Serbia 92% Gjermania 8%
Lakër turshi	0.4	0.5	-48%	Maqedonia 100%
Karçof	0.01	0.00	-28%	Spanja 100%
Ajvar	592	373	3%	Maqedonia 96% Gjermania 2% Serbia 0.5%
Fruta të thara	573	311		
Fiq	155	84	13%	Turqia 99% Gjermania 1%
Tjera	138	26	118%	Maqedonia 71% Tunizia 15% Spanja 7%
Rrush	104	61	6%	Irani 80% Turqia 6% India 6%
Përzierje	69	9	99%	Gjermania 44% Austria 32% SHBA 14%
Kajsi	32	12	5%	Turqia 98% Gjermania 2%
Kumbulla të thara	21	13	-10%	Serbia 49% Austria 12% Turqia 11%
Rrush i tharë (Sultanas)	17	5	-25%	Turqia 57% Iran 18% Gjermania 10%
Mollë	17	71	0%	Shqipëria 81% Serbia 16% Turqia 3%
Dardhë	11	21	20%	Serbia 72% Greqia 19% Shqipëria 9%

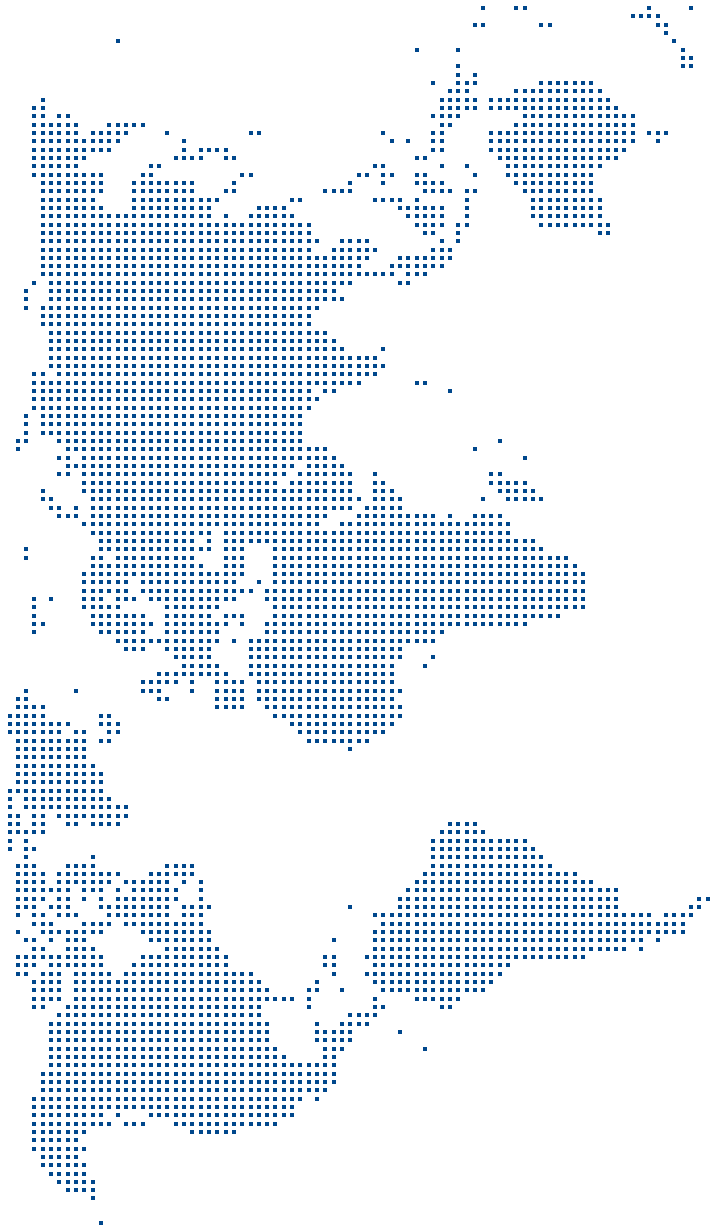
Boronicë	4	1	-28%	Greqia 57% Iran 35% Gjermania 5%
Pjeshkë	2	7	N/A	Shqipëria 100%
Pawpaws	1.7	0.3	7%	SHBA 99% Maqedonia 1%
Turshi	498	615		
Tranguj dhe trangujt e vegjël	314	388	6%	Maqedonia 85% Shqipëria 11% Serbia 3%
Tjera	107	138	0%	Maqedonia 83% Serbia 9% Turqia 5%
Speca të ëmbël	77	89	-6%	Maqedonia 46% Serbia 35% Shqipëria 18%
Fruta të konservuara	186	98		
Tjera	70	22	15%	Austria 67% Serbia 16% Turqia 9%
Qershi	70	44	13%	Kroacia 92% Turqia 3% Serbia 2%
Dardhë	24	6	-23%	Austria 90% Turqia 6% Kina 3%
Dredhëza	22	25	20%	Greqia 91% Serbia 4% Kina 3%
Kumbulla	0.4	0.3	-37%	Maqedonia 100%
Përzjerje	0	0		Franca 100%
Rrush	0.04	0.2	-68%	Shqipëria 100%
Fruta të ngrira	154	145		
Tjera	129	131	15%	Serbia 69% Kroacia 11% Gjermania 7%
Mjedra, manaferra, dudu, etj.	14	10	1%	Serbia 87% Kroacia 9% Gjermania 5%
Dredhëz	10	5	27%	Serbia 56% Greqia 25% Gjermania 18%
TOTAL	€ 8,086	8,722 tonelata		

Shtojca 3. Eksportet kosovare të pemëve dhe perimeve të përpunuara, sipas produkteve

	Gjithsej eksporte në vitin 2013, Në vlerë (€ 1,000)	Gjithsej eksporte në vitin 2013, Në vëllim (tonelata)	Ndryshimi vjetor 2009-2013	Partnerët kryesor në eksport
Turshi	413	439		
Tjera	238	240	262%	Gjermania 48% Austria 36% Serbia 12%
Speca të ëmbël	127	132	8%	Austria 33% Gjermania 31% Suedia 27%
Tranguj dhe trangujt e vegjël	48	67	13%	Austria 70% Gjermania 23% Suedia 5%
Ajvar	105	72	50%	Suedia 44% Maqedonia 38% Belgjika 12%
Perimet e konservuara	56	88		
Përzierje perimesh	29	30	5%	Maqedonia 55% Gjermania 35% Suedia 4%
Lakër turshi	16	17	102%	Gjermania 82% Zvicra 18%
Bizele	8	11	82%	Maqedonia 100%
Domate	2	2	0%	Gjermania 91% Shqipëria 9%
Pjepër	1	1	N/A	Belgjika 100%
Xhem, marmelatë, pure, pasta	32	36		
Tjera	32	36	20%	Mali i Zi 56% Serbia 35% Suedia 9%
Keçap dhe salca tjera domatesh	21	27	-13%	Maqedonia 50% Shqipëria 26% BeH 22%
Lëngjet e frutave	4	1		
Qershi	2.3	0.4	N/A	Gjermania 100%
Mollë	1.1	0.4	-46%	Shqipëria 100%
Përzierje të lëngjeve të frutave, përfshirë rrushin dhe lëngjet e perimeve	0.2	0.2	N/A	Belgjika 100%
TOTAL	€ 631	663 tonelata		

Vërejtje:

Fotografitë në këtë artikull nuk janë të destinuara për qëllime publicitare.
Përdorimi i tyre është për qëllime zbukuruese jo-komerciale.



Projekti PPSE financohet nga:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse ^{fr}
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC

Projekti PPSE implementohet nga:



swisscontact

