

STUDIM PËR SEKTORIN E MOLLËS

Përgatitur nga:

Programi i Mbështetjes së Agrobiznesit Shqiptar (AASF)

Prof. Dr. Engjëll Skreli / Prof. Assoc. Dr. Drini Imami

Instituti i Studimeve Ekonomike dhe Transferimit të Njohurive

Tiranë, 2019

AASF Project Office
Rr. Andon Zako Çajupi, No. 7
Tiranë, Albania
Tel: +355 69 294 1513
www.aasf.com.al
Info@aasf.com.al

TABELA E PËRMBAJTJES

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE	5
1. HYRJE	7
2. METODOLOGJIA.....	9
3. TENDENCAT DHE PROSPEKTET E SEKTORIT TË MOLLËS	11
3.1. Tendencat e prodhimit.....	11
3.2. Tendencat e tregtisë ndërkombëtare.....	14
3.3. Tregu.....	16
4. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE AKTORËT KRYESORË	21
4.1. Struktura e zinxhirit të vlerës dhe profili i aktorëve	21
4.2. Flukset në zinxhirin e vlerës dhe koordinimi i zinxhirit	24
5. PROCESET E TEKNOLOGJISË SË PRODHIMIT	26
6. STRATEGJIA BAZUAR NË ANALIZËN SWOT DHE NEVOJAT PËR FINANCIM	28
6.1. Strategjia bazuar në analizën SWOT	28
6.2. Nevojat për financim	29
7. PËRFUNDIME.....	34
8. REFERENCAT.....	36
9. SHTOJCAT.....	37

LISTA E FIGURAVE

Figura 1: Shpërndarja e sasisë së prodhimit të frutave sipas qarqeve (2016)	12
Figura 2: Prodhimi i mollëve në nivel botëror.....	17
Figura 3: Konsumi i mollëve në Shqipëri dhe në vende dhe rajone të tjera në botë (kg/frymë)	19
Figura 4: Skema e zinxhirit të vlerës së mollës.....	21
Figura 5: Pagesa e fermerit nga blerësi në sektorin e mollës	32
Figura 6: Financimi i zinxhirit të vlerës për sektorin e mollës	33
Figura A 1: Dinamikat e eksporteve shqiptare të mollës.....	38
Figura A 2: Dinamikat e importeve të mollëve në Shqipëri.....	38

LISTA E TABELAVE

Tabela 1: Tendencat e prodhimit të mollës në Shqipëri.....	11
Tabela 2: Tendencat e prodhimit të mollës në botë (000 tonë)	11
Tabela 3: Shpërndarja e pemëve frutore sipas qarkut	13
Tabela 4: Importi dhe eksporti i mollëve, Shqipëri, sipas vitit.....	14
Tabela 5: Importi dhe eksporti i mollës, Shqipëri, sipas vendeve (2016)	15
Tabela 6: Eksportet e mollëve 2017.....	15
Tabela 7: Importet e mollëve 2017.....	15
Tabela 8: Performanca e eksportit të mollëve	16
Tabela 9: Bilanci i ofertës për mollën në Shqipëri (000 tonë).....	18
Tabela 10: Fermat me mollë me orientim tregu, për 2017.....	22
Tabela 11: Kapacitetet e mjediseve frigoriferike, sipas madhësisë	23
Tabela 13: Kalendar i proceseve të prodhimit të mollës sipas muajve.....	27
Tabela 14: Sektori i mollës: Strategjia bazuar në analizën SWOT.....	28
Tabela 15: Nevojat e financimit të investimeve për mollë	30
Tabela A 1: Harta e rajonalizimit të skemave kombëtare të subvencionimit (2018).....	37
Tabela A 2: Tendencat e rendimentit të prodhimit të mollës në botë (tonë/ha).....	38
Tabela A 3: Struktura e eksporteve mujore të mollës (2017).....	39
Tabela A 4: Struktura e eksporteve mujore të mollës (2017).....	39
Tabela A 5: Konsumi i mollëve në Shqipëri dhe në vende dhe rajone të tjera në botë (kg/frymë).....	39

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE

Molla është një nga frutat kryesore që prodhohet në Shqipëri se dhe një nga frutat kryesore në shportën e konsumit të familjeve shqiptare. Konsumi i mollës në vend dominohet nga prodhimi lokal, megjithëse importet janë të konsiderueshme, ndërsa eksportet janë të ulëta (kur krahasohen me prodhimin dhe importet). Zinxhiri i vlerës i mollës konsiderohet si sektor me përparësi, nisur nga potenciali i sektorit për zëvendësimin e importeve dhe potenciali e saj për eksport.

Prodhimi i mollës është karakterizuar nga një trend rritës gjatë viteve të fundit duke tejkaluar 100 000 tonë në vitin 2016 – kjo rritje ka qenë e nxitur nga kushtet shumë të mira të ofertës (toka, klima dhe tradita) dhe kërkesa e lartë e brendshme. Eksporti i mollës është rritur në mënyrë të konsiderueshme; megjithatë, ai mbetet nën 2 milionë USD, ndërsa importi, nga ana tjetër, është ulur pothuajse me 4 herë, por vazhdon të jetë më i lartë se eksporti. Eksporti i mollës pritet që të rritet në vitet në vazhdim, duke pasur parasysh se prodhimi i brendshëm pritet që të rritet ndjeshëm dhe kërkesa e brendshme të plotësohet (saturohet)- rritja e eksporteve (veçanërisht drejt segmenteve më tërheqëse të eksportit) kërkon standarde më të mira dhe një organizim më të mirë të zinxhirit të vlerës, gjë e cila nënkupton edhe potencial dhe nevoja për investime të reja.

Objekti i këtij studimi është të japë një panoramë të përgjithshme të sektorit të mollës në Shqipëri, duke analizuar zhvillimet e fundit dhe gjendjen aktuale, dhe duke përfshirë mundësitë, kufizimet dhe vështirësitë, me fokus të veçantë në nevojat/potencialet për investime. Ky studim ofron informacione dhe rekomandime që mund të jenë të dobishme për të orientuar strategjitë e hyrjes (ndërhyrjeve) për institucionet financiare ose për përgatitjen e produkteve dhe shërbimeve financiare. Por përdorues potencialë të gjetjeve dhe rekomandimeve të këtij studimi mund të jenë edhe institucionet shtetërore, shoqatat e biznesit, agjencitë e zhvillimit, akademikët dhe aktorë të tjerë të interesuar.

Ky studim është përgatitur nga ekspertët e Programit të Mbështetjes së Agrobiznesit Shqiptar (AASF), i cili është një program i financuar dhe zhvilluar nga BERZH-i (Banka Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim) në bashkëpunim dhe me mbështetje nga qeveria shqiptare, i cili ka nisur aktivitetin në vitin 2016.

Qëllimi i këtij Programi është të motivojë institucionet financiare shqiptare për të mbështetur një sektor vital të ekonomisë shqiptare me potenciale gjerësisht të pashfrytëzuara - bujqësia dhe agrobiznesi. AASF siguron qasje në financa për sektorin e agrobiznesit në dy mënyra: Linjë kredish dhe/ose shpërndarja e riskut të portofolit për institucionet mikrofinanciare (IMF) dhe bankat. Institucionet përfitojnë nga një mbulim i parë i rrezikut të humbjeve që u vu në dispozicion nga Qeveria Shqiptare. AASF përfaqëson një instrument inovativ financiar për të inkurajuar kreditimin nga institucionet financiare në të gjithë zinxhirin e vlerës së agrobiznesit.

Përfituesit përfundimtarë të AASF janë fermerët, sipërmarrësit dhe kompanitë që janë të angazhuar në prodhimin dhe përpunimin e produkteve bujqësore, prodhimin dhe tregtinë e pajisjeve bujqësore, logjistikën, ofruesit e shërbimeve të agrobiznesit, si dhe tregtarët me shumicë dhe pakicë. Agrobizneset mund të përfitojnë gjithashtu nga programi i Këshillit të BERZH-it për Biznesin e Vogël, i cili ofron konsulencë për zhvillimin e strategjisë, marketingut, ristrukturimin teknik dhe fushat tjera të zhvillimit institucional nga ekspertët ndërkombëtarë dhe lokalë.

Për arritjen e objektivave të studimit janë përdorur të dhëna dhe informacione nga burime dytësore dhe parësore; intervistat gjysmë të strukturuar me aktorë të zinxhirit të vlerës dhe ekspertë të sektorit janë përdorur si burim parësor për mbledhjen e të dhënave. Të dhënat janë analizuar duke përdorur teknika të ndryshme, ku përfshihen analiza përshtuese, analiza e trendeve (dinamike), analiza e tekstit dhe strategjia bazuar në analizën SWOT. Kombinimi i analizës cilësore dhe sasore ka qenë thelbësor për të identifikuar/kuptuar tendencat, boshllëqet dhe nevojat për investime.

Zhvillimi i mëtejshëm i sektorit të mollës pengohet nga disa ngërçe që përfshijnë nevojën për të përmirësuar kombinimin e kultivarëve, kapacitetet e pamjaftueshme të ruajtjes në kushte frigoriferike dhe industrinë e dobët të përpunimit të mollës. Disa nga ngërçet mund të zgjidhen nëpërmjet investimeve në të ardhmen. Studimi informon se investimi në pemëtore të reja molle, rritja e kapaciteteve të ruajtjes në kushte frigoriferike dhe investimi në qendrat e ambalazhimit përbëjnë, ndër të tjera, një mundësi për financim. Mbjellja e pemëtoreve të reja të mollëve, duke përfshirë zëvendësimin e varieteteve më pak të preferuara me varietetet që kërkohen më tepër nga tregu, duke përdorur teknologji shumë intensive - sipas tendencave të kohëve të fundit - përbën një mundësi interesante për investim. Kapacitetet për ruajtje në kushte frigoriferike po përmirësohen, por janë ende të pamjaftueshme. Pavarësisht rritjes së kapaciteteve të ruajtjes në kushte frigoriferike ka ende nevojë të rriten këto kapacitete duke përdorur edhe teknologjinë e thjeshtë, edhe teknologjinë me atmosferë të kontrolluar. Qendrat e ambalazhimit (magazina frigoriferike me pajisje marketingu) nevojiten për të përmirësuar standardet, duke pasur gjithashtu parasysh se tregjet e eksportit janë shumë konkurruese dhe kërkuese për sa i përket standardeve.

Përveç nevojave financiare për investime, ekziston nevoja edhe për financim afatshkurtër. Ka një hapësirë kohore ndërmjet momentit kur bëhen shpenzimet operative dhe atij të shitjes. Për këtë arsye, ekziston një hapësirë kohore për kredi afatshkurtra, të cilat mund të mbulohen nga bankat. Aktualisht, konsoliduesit që kanë investuar në ruajtjen në kushte frigoriferike janë aktorët më aktivë të zinxhirit të vlerës dhe klientët më potencialë për produktet e kreditimit/financiare, duke përfshirë financimin e zinxhirit të vlerës.

Gjatë përpilimit/pregatitjes të ndërhyrjeve në këta sektorë duhet që të merren në konsideratë çështjet e mëposhtme: (i) të synohen zonat ku molla ka kushte të mira për prodhim - sektori i mollës ka një shpërndarje të qartë rajonale dhe është përqendruar në dy zona kryesore, përkatësisht në qarkun e Korçës dhe të Dibrës; (ii) të jepet mbështetje me përparësi për investimet e synuara për të përmirësuar standardet e sigurisë dhe cilësisë nisur nga mundësitë e sektorit të mollës për eksport, dhe (iii) të përdoret bashkëfinancimi i investimeve: financimi nga banka kombinuar me mbështetjen financiare publike, duke shfrytëzuar skemën e mbështetjes nga qeveria ose skemat e programit IPARD II.

1. HYRJE

Bujqësia është një nga sektorët kryesorë të ekonomisë shqiptare për sa i përket punësimit dhe kontributit në PBB dhe konsiderohet si sektor me përparësi nga qeveria shqiptare. Pavarësisht rritjes gjatë kohëve të fundit, bujqësia shqiptare ende përballet me sfida të ndryshme, duke përfshirë vështirësinë në aksesin në kredi; sektori bujqësor ka thithur vetëm 2% të totalit të kreditimit të ekonomisë. Molla është një nga frutat kryesore që prodhohen dhe konsumohen në Shqipëri. Prodhimi i mollës ka pësuar rritje drastike gjatë viteve të fundit, duke kapërcyer prodhimin 100 000 tonë në vitin 2016. Eksporti i mollës është rritur në mënyrë të konsiderueshme; megjithatë, ai mbetet nën 2 milionë USD, ndërsa importi, nga ana tjetër, është ulur pothuajse me 4 herë. Eksporti i mollës pritet që të rritet në vitet në vazhdim duke pasur parasysh që prodhimi i brendshëm pritet që të rritet në mënyrë të konsiderueshme duke tejkaluar ndjeshëm kërkesën vendase.

Objektivat e studimit

Objektivi i përgjithshëm i këtij studimi është që të japë një panoramë të përgjithshme të zinxhirit të përzgjedhur të vlerës në Shqipëri duke analizuar zhvillimet e fundit dhe gjendjen aktuale, dhe duke përfshirë mundësitë, kufizimet dhe vështirësitë, me fokus të veçantë në nevojat/potencialet për investime.

Në mënyrë më specifike, studimi

- ofron një panoramë të përgjithshme të trendeve kryesore të prodhimit, të tendencave të tregut dhe tregtisë ndërkombëtare;
- ofron një "vështrim të shpejtë" të strukturës së zinxhirit të vlerës, të flukseve dhe administrimit të zinxhirit të vlerës, me fokus të veçantë të "liderët në zinxhirin e vlerës"
- analizon aspekte kryesore të zinxhirit të vlerës nëpërmjet një strategjie bazuar në analizën SWOT, dhe
- ofron rekomandime për mundësitë kryesore për sistemin bankar (financim për investime, financim për kapital qarkullues dhe financim të zinxhirit të vlerës).

Ky studim ofron informacione dhe rekomandime që mund të jenë të dobishme për të orientuar strategjitë e hyrjes (ndërhyrjeve) për institucionet financiare ose për përgatitjen e produkteve dhe shërbimeve financiare.

Metodologjia

Për arritjen e objektivave të studimit janë përdorur të dhëna dhe informacione nga burime dytësore dhe parësore; intervistat gjysmë të strukturuar me aktorë të zinxhirit të vlerës dhe ekspertë të sektorit janë përdorur si burim parësor për mbledhjen e të dhënave. Të dhënat janë analizuar duke përdorur teknika të ndryshme, ku përfshihen analiza përshkruese, analiza e trendeve (dinamike), analiza e tekstit dhe strategjia bazuar në analizën SWOT. Analiza e zinxhirit të vlerës është përdoruesi kornizë e përgjithshme për analizën. Detajet për metodologjinë gjenden në titullin e mëposhtëm.

Përdoruesit e synuar

Studimi është hartuar kryesisht për institucionet financiare, por ky raport studimor mund të shërbejë si mbështetje e dobishme edhe për procesin vendimmarrës të aktorëve të tjerë, si Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural (MBZHR), agjencitë e zhvillimit dhe aktorët e sektorit privat (p.sh. firmat, shoqatat).

Çfarë është dhe çfarë nuk është ky studim

Studimi është një vlerësim i shpejtë dhe, duke marrë në konsideratë burimet dhe kohën e kufizuar në dispozicion, ai trajton në veçanti nevojën për financim në zinxhirin e vlerës dhe për rrjedhojë mundësitë për financime nga bankierët. Studimi është projektuar në mënyrë të tillë që të jetë i lehtë për t'u lexuar, për sa i përket strukturës/rrjedhës logjike dhe nivelit të hollësive të informacionit, duke iu përshtatur nevojave të vendimmarrësve që e lexojnë (p.sh. bankierët). Studimi është projektuar për të shërbyer si "instrument" për stafin ekzekutiv (të bankave) dhe jo si studim kërkimor në vetvete.

Studimi nuk është një studim i plotë i sektorit apo një studim i zinxhirit të vlerës që në mënyrë tipike ofron një analizë të detajuar të aktorëve në zinxhirin e vlerës, të shërbimeve mbështetëse (shërbimet e biznesit, shërbimet bankare dhe shërbime të tjera ose shërbime të lidhura me transaksionet, p.sh. blerësi ofron edhe asistencë edhe kredi për fermerët) dhe mjedisin ekonomik global, kombëtar dhe lokal.

Struktura e raportit

Raporti është strukturuar si më poshtë: seksioni i dytë (pas hyrjes) përmban përshkrimin e metodologjisë. Seksioni i tretë paraqet një analizë të tendencave të prodhimit dhe të tregtisë ndërkombëtare. Seksioni katër përshkruan strukturën e zinxhirit të vlerës, flukset dhe profilin e aktorëve. Seksioni pesë jep një panoramë të përgjithshme të proceseve të teknologjisë së prodhimit për ta njohur lexuesin me proceset kryesore teknologjike, duke theksuar kohën kur kryhen këto procese (që shpesh reflektohen në shpenzime), si dhe kohën e prodhimit (si tregues për kohën e shitjeve). Seksioni i gjashtë paraqet strategjinë bazuar në analizën SWOT që fokusohet në nevojat/potencialët për investime, ndërsa seksioni në vijim përmban përfundimet dhe rekomandimet.

2. METODOLOGJIA

Përzgjedhja e sektorit

Ky studim për mollën është pjesë e një "pakete studimesh sektoriale" për sektorët më të rëndësishëm të bujqësisë shqiptare. Për këtë arsye, faza e parë ka konsistuar në identifikimin e sektorëve prioritarë për të cilat ekziston kërkesa/potenciali më i lartë për rritje dhe investime; kjo është duke marrë në konsideratë potencialin e tregut për eksport ose potencialin për zëvendësimin e importeve. Dy grupe faktorësh janë marrë në konsideratë gjatë identifikimit të produkteve që do të analizoheshin, përkatësisht potenciali i tregut dhe faktorët e tjerë që mundësojnë avantazhe konkurruese të produktit. Potenciali i tregut është shqyrtuar nga dy këndvështrime: potenciali për eksport dhe potencialet për zëvendësimin e importeve. Potenciali për eksport merr në konsideratë performancën e shfaqur të eksporteve (trendin faktik të eksporteve) të kombinuar me kërkesën ndërkombëtare për një produkt të caktuar - kur eksportet rriten në kohë dhe kjo përkon me rritjen e kërkesës ndërkombëtare, konsiderohet se ky produkt ka potenciale për eksport. Potencialet për zëvendësimin e importeve shqyrtojnë potencialet për të përmbushur kërkesën vendase. Aspekte të tjera që çojnë në një avantazh konkurrues përfshijnë faktorin e anës së ofertës, si raporti punë-tokë, tradita dhe aftësitë, si dhe lidhjet e vendosura ndërmjet aktorëve në zinxhirin e vlerës, duke përfshirë gjithashtu lidhjet e testuara ndërmjet aktorëve shqiptarë dhe blerësve ndërkombëtarë.

Zinxhiri i vlerës i mollës konsiderohet në mënyrë specifike si sektor me përparësi, duke pasur parasysh potencialin për zëvendësimin e importeve dhe potencialin e saj për eksport.

Mbledhja e të dhënave

Ky studim është pjesërisht cilësor dhe pjesërisht sasior. Kjo mundëson që të kuptohet më mirë statusi dhe dinamikat e zinxhirit të produktit përkatës. Studimi kombinon analizën e të dhënave dytësore dhe të dhënave parësore. Për çështje/tregues të ndryshëm, analiza është bazuar në të dhënat dytësore (duke përfshirë të dhënat sektoriale/struktuore).

Të dhënat dytësore janë marrë nga MBZHR (Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural), INSTAT (Instituti i Statistikave), UNSTAT COMTRADE (për tregtinë ndërkombëtare), FAOSTAT (për prodhimin dhe konsumin) dhe EUROSTAT (për prodhimin dhe tregtinë ndërkombëtare) etj. Gjithashtu, është kryer një shqyrtim i studimeve dhe raporteve të tjera. Kufizimet e hasura janë se për disa tregues (lidhur me prodhimin vendas dhe tregtinë e brendshme) nuk ka statistika të disponueshme, ndërsa për disa të tjera nuk ka statistika të kohëve të fundit. Megjithatë, për tregtinë ndërkombëtare janë gjetur të dhënat më të fundit që edhe janë analizuar. Ndërkohë, në ato raste kur ka qenë e nevojshme dhe e mundur, janë mbledhur të dhëna nga vende (ose rajone) të tjera për qëllimet e një analize krahasuese.

Fokusi i këtij raporti për zinxhirin e vlerës është molla, por ai ofron gjithashtu, sipas rastit, informacione shtesë ose një krahasim në lidhje me produkte të tjera ose grupe produktesh (p.sh. frutat në total).

Mbledhja e të dhënave parësore është realizuar nga intervistat e thelluara gjysmë të strukturuara me persona të mirëinformuar kyç që janë aktorë të zinxhirit të vlerës dhe ekspertë të sektorit. Për të identifikuar aktorët dhe ekspertët kryesorë për çdo zinxhir vlere për intervistat e gjysmë-strukturuara (pjesë e studimit cilësor parësor) u përdor një anketim me teknikë kampionimi

"snowball" (ortek bore). Intervistat e thelluara me aktorët kryesorë të informuar (së bashku me studimet e dokumentacionit në dispozicion) mundësuan të kuptuarin e përditësuar të modeleve kryesore dhe të hallkave kyçe të zinxhirit të vlerës. Në kontekstin e burimeve dhe kohës së kufizuar në dispozicion, u kryen vetëm një numër i kufizuar intervistash.

Analiza e të dhënave

Në lidhje me analizën e të dhënave/informacioneve, të dhënat statistikore dytësore i janë nënshtruar një analize standarde përshkruese, duke përfshirë tabelat dhe grafikët që tregojnë trendet statistikore apo historike. Është kryer edhe krahasimi i trendeve të prodhimit dhe konsumit me ato në botë, në Evropë dhe në disa raste me vendet fqinje, kur kjo ishte e nevojshme. Për sa i përket intervistave me ekspertë/aktorë të ZV-së, shënimet janë analizuar duke përdorur teknikat e analizës cilësore, me qëllimin për të përmbledhur çështjet më të rëndësishme dhe më interesante të përmendura në intervista. Analiza e zinxhirit të vlerës është përdorur si kuadër i përgjithshëm për analizën e strukturës së zinxhirit të vlerës (produktet, financat dhe informacionet) dhe për analizën e flukseve.

3. TENDENCAT DHE PROSPEKTET E SEKTORIT TË MOLLËS

3.1. TENDENCAT E PRODHIMIT

3.1.1. Prodhimi parësor

Prodhimi i mollës ka pësuar rritje drastike gjatë viteve të fundit - kjo rritje është nxitur nga rritja e sipërfaqes së kultivuar dhe nga rritja e rendimentit të prodhimit, të cilat tregojnë një përmirësim të teknologjive dhe njohurive teknike (tabela 1).

Tabela 1: Tendencat e prodhimit të mollës në Shqipëri

Mollë	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Tonë	12,000	16,000	54,604	82,060	91,736	101,532
Ha	2,300	3,000	3,863	3,863	4,008	4,230
Tonë/Ha	5	5	14	21	23	24

Burimi: FAOSTAT (2018)

Prodhimi i mollës në Shqipëri është relativisht i ulët po të krahasohet me disa vende të tjera në rajon (si Serbia) dhe relativisht më i lartë se në disa vende të tjera, për shembull Mali i Zi. Megjithatë, tendenca e rritjes është shumë më e lartë krahasuar me këto vende, madje krahasuar edhe me vendet e BE-së, ku tendenca e rritjes ka qenë e ulët gjatë viteve të fundit (siç tregohet në vijim të këtij seksioni).

Tabela 2: Tendencat e prodhimit të mollës në botë (000 tonë)

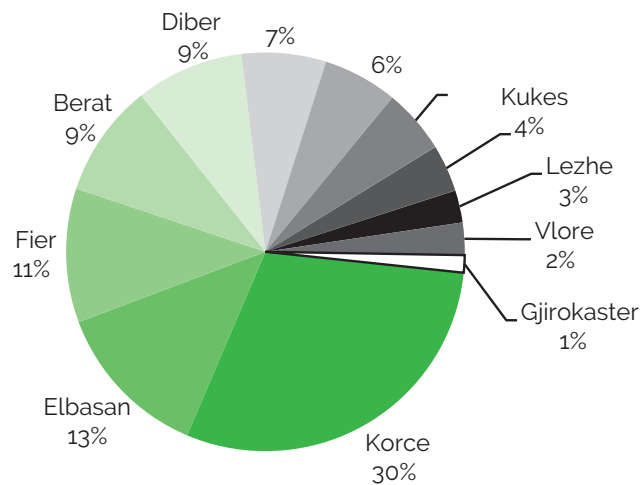
Shteti	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Shqipëri	12	16	55	82	92	102
Mali i Zi	:	:	2	3	3	6
Serbi	:	:	240	336	356	328
Maqedoni	84	86	121	96	137	101
BE	14,138	11,367	10,548	13,098	12,794	12,591
Bota	59,127	61,907	71,192	85,500	86,222	89,329
Evropa	17,691	14,953	13,867	17,491	17,147	17,296
Evropa Lindore	6,001	6,447	5,727	8,312	7,871	8,632
Evropa Jugore	4,102	3,987	4,034	4,378	4,569	4,257

Burimi: FAOSTAT (2018)

Shpërndarja rajonale

Prodhimi i frutave është i përqendruar në qarkun e Korçës me rreth 23% të numrit të pemëve frutore dhe 30% të prodhimit total të frutave, i ndjekur nga qarqet e Elbasanit, Beratit, Fierit dhe Dibrës - të gjitha këto qarqe së bashku përbëjnë më shumë se 2/3 e prodhimit total të frutave në Shqipëri.

Figura 1: Shpërndarja e sasisë së prodhimit të frutave sipas qarqeve (2016)



Burimi: INSTAT (2017)

Prodhimi nga qarku i Korçës zë më shumë se gjysmën e prodhimit total të mollës në Shqipëri - qarku ka rreth 1.4 milionë pemë molle. Në zonën e Korçës ekziston një traditë e hershme për prodhimin e mollëve - më shumë se 3/4 e pemëve frutore në këtë qark janë mollë. Toka dhe kushtet klimatike të favorshme dhe njohuritë teknike të prodhimit e kanë kthyer këtë qark në lider për prodhimin e mollëve, i cili njihet edhe nga konsumatorët.

Brenda qarkut të Korçës, rrethi i Korçës (klasifikimi sipas organizimit të vjetër të qeverisjes vendore) ka rreth 1 milionë pemë molle, i ndjekur nga Devolli (rreth 1/4 e sipërfaqes totale të kultivuar me mollë në qark); Pogradeci dhe Kolonja (rrethe në qarkun të Korçës) kanë sipërfaqe më të vogla të kultivuara me mollë. Edhe në Dibër molla është fruti më i rëndësishëm dhe përbën 43% të numrit total të pemëve frutore.

Tabela 3: Shpërndarja e pemëve frutore sipas qarkut

Bashkia	Pemët frutore			Mollë			Mollë/fruta
	Nr. i pemëve	Përqindja	Kumulative	Nr. i pemëve	Përqindja	Kumulative	
Korçë	1,761,991	23%	23%	1,391,931	54%	54%	79%
Fier	1,084,801	14%	37%	167,181	7%	61%	15%
Elbasan	1,016,251	13%	50%	183,879	7%	68%	18%
Tiranë	955,079	12%	63%	219,884	9%	76%	23%
Dibër	586,414	8%	70%	254,593	10%	86%	43%
Durrës	575,233	7%	78%	128,924	5%	91%	22%
Berat	499,958	7%	84%	43,924	2%	93%	9%
Shkodër	359,908	5%	89%	32,296	1%	94%	9%
Lezhë	322,626	4%	93%	43,524	2%	96%	13%
Vlorë	188,445	2%	96%	36,583	1%	98%	19%
Gjirokastrë	167,566	2%	98%	24,563	1%	98%	15%
Kukës	151,551	2%	100%	39,550	2%	100%	26%
Totali	7,669,823	100%		2,566,832	100%		

Burimi: INSTAT (2017)

Varietetet kryesore të prodhuara janë "Golden Delicious" dhe dy kultivarë të mollës "Red Delicious" ("Red chief" dhe Starkinge), por të dyja njihen (quhen) starkinge nga konsumatorët e zakonshëm shqiptar, dhe të gjitha së bashku përbëjnë gjysmën e të gjitha pemëve të mollës.

Në Korçë infrastruktura e tregut dhe e pas vjeljes është përmirësuar; është ngritur një treg shumice si dhe është investuar në një numër në rritje të mjediseve të ruajtjes në kushte frigoriferike (analizuar në detaje në seksionin përkatës) - kjo infrastrukturë është shumë më e mirë se në shumicën e qarqeve të tjera të Shqipërisë.

3.1.2. Përpunimi

Përpunimi i mollës nuk është i zhvilluar sa duhet. Megjithatë, në dy zonat kryesore të prodhimit të mollëve ka dy kompani që prodhojnë lëng molle, përkatësisht në Korçë dhe Dibër. Gjithashtu, është raportuar prodhimi i mollës së tharë dhe marmelatës - megjithatë, forma kryesore e përpunimit (komercial) është lëngu i mollës.

Për sa i përket prodhimit të lëngut të mollës, nuk ka statistika të disponueshme, por sipas intervistave, prodhimi dhe shitjet vjetore mesatare të lëngut të mollës për një përpunues të vetëm (siç përmendet më lart ka dy prodhues të lëngut të mollës) është nën 0,5 milion litra. Megjithatë, ka luhatje të mëdha në prodhimin dhe shitjen e lëngut të mollës nga viti në vit.

3.2. TENDENCAT E TREGTISË NDËRKOMBËTARE

Eksporti i mollës është rritur në mënyrë të konsiderueshme; megjithatë, ai mbetet nën 2 milionë USD. Eksporti i mollës pritet që të rritet në vitet në vazhdim duke pasur parasysh që prodhimi i brendshëm pritet që të rritet në mënyrë të konsiderueshme dhe kërkesa e brendshme është duke u plotësuar (saturuar).

Çmimet e importit janë shumë më të larta sesa çmimet e eksportit – kjo pasqyron diferencat në cilësi, varietete dhe në kohën e importit kundrejt eksportit (që të gjithë faktorë që ndikojnë në çmimet e mollës) – gjithashtu, një pjesë e mollëve të eksportuara shkojnë për përpunim (kjo është një nga arsyet që qëndrojnë pas çmimeve të ulëta të mollëve që eksportohen). Çmimi i eksportit për mollën ka qenë në nivelin 0,1 deri në 0,3 USD/kg, ndërsa çmimet e importit janë luhatur nga 0,3 në 0,9 USD/kg (Tabela 4).

Tabela 4: Importi dhe eksporti i mollëve, Shqipëri, sipas vitit

Viti	Eksporte			Importe			Eksport/ Import	Eksport/ Import
	000 USD	Tonë	USD/kg	000 USD	Tonë	USD/kg	Vlera	Pesha
2000	:	:	:	8,316	29,600	0.3	:	:
2005	:	:	:	17,810	41,075	0.4	:	:
2010	101	1,108	0.1	18,165	20,933	0.9	1%	5%
2014	1,063	3,053	0.3	9,143	12,264	0.7	12%	25%
2015	1,778	9,458	0.2	8,652	13,928	0.6	21%	68%
2016	1,656	6,288	0.3	7,674	12,145	0.6	22%	52%

Burimi: UNSTAT (2018)

Greqia është vendi kryesor i eksporteve, me 61% të eksporteve totale të mollëve, e ndjekur nga Kosova me 17% të eksporteve – një pjesë e eksporteve drejt Greqisë janë mollë të cilësisë së ulët që shkojnë për përpunim (duke qenë se kapacitetet për përpunimin e mollëve janë të dobëta në Shqipëri, siç përmendet më lart). Sipas intervistave, një pjesë e mollëve që eksportohen drejt Greqisë rieksporthen drejt Egjiptit. Eksportet shqiptare të mollëve u nënshtrohen tarifave të larta në Egjipt – sipas intervistave, Egjipti mund të ulë ose heqë këto tarifa vetëm nëse Shqipëria bën të njëjtën gjë për patatet e importuara nga Egjipti (të cilat u nënshtrohen tarifave të larta gjithashtu).

Për sa i përket importeve, Italia është furnizuesi kryesor i huaj me pak më shumë se gjysmën e totalit të importeve, e ndjekur nga Greqia që zë rreth 43% të importeve totale. Mollët më të kushtueshme vijnë nga Italia, me rreth 0,7 USD/kg.

Tabela 5: Importi dhe eksporti i mollës, Shqipëri, sipas vendeve (2016)

Shteti	Eksporte				Shteti	Importe			
	000 USD	Tonë	Përqindja (tonë)	USD/kg		000 USD	Tonë	Përqindja (tonë)	USD/kg
Totali	1,656	6,288	100%	0,3	Totali	7,674	12,145	100%	0,6
Greqi	730	3,149	50%	0,2	Itali	4,312	6,628	55%	0,7
Kosovë		1,367			Greqi	3,167	5,205	43%	0,6

Burimi: UNSTAT (2018)

Sezonaliteti i tregtisë ndërkombëtare

Mollët eksportohen kryesisht gjatë sezonit të prodhimit/vjeljes me një kulminacion në muajin tetor. Mollët importohen kryesisht gjatë periudhës mars-qershor, kur disponueshmëria e mollëve të prodhuara dhe të ruajtura në vend bie në mënyrë të konsiderueshme. Kur hyjnë në prodhim mollët vendase, importet janë shumë të ulëta, duke konfirmuar kështu konkurrueshmërinë e mollës shqiptare (në tregun vendas). Nga ana tjetër, të dhënat tregojnë potencialin për zëvendësimin e mëtejshëm të importit, i cili mund të arrihet me një rritje dhe përmirësim të mëtejshëm të kapaciteteve të ruajtjes në kushte frigoriferike, në ndërthurje me teknologjitë më të mira të prodhimit dhe të proceseve të pasvjeljes, si dhe njohurive më të mira teknike.

Tabela 6 në vijim tregon dinamikat kohore të eksportit për 2017, duke përfshirë çmimet mesatare me të cilat eksportohen mollët. Një pjesë e mollëve eksportohen me çmime shumë të ulëta duke qenë se disa përdoren/eksportohen për përpunim.

Tabela 6: Eksportet e mollëve 2017

Kategoria	Jan	Shku	Mar	Shta	Tet	Nën	Dhje
Sasia (tonë)	509	431	302	1,947	3,689	902	683
Vlera (000 Euro)	107	54	38	333	666	339	228
Çmimi (Euro/kg)	0,21	0,13	0,13	0,17	0,18	0,38	0,33

Burimi: EUROSTAT (2018)

Tabela 7 në vijim tregon dinamikat e importit për 2017, duke përfshirë çmimet mesatare me të cilat importohen mollët.

Tabela 7: Importet e mollëve 2017

Kategoria	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Sasia (tonë)	577	1,193	2,413	4,183	2,405	751	163	66	34	27	134	481
Vlera (000 Euro)	311	651	1,314	2,291	1,323	416	90	41	22	17	86	314
Çmimi (Euro/kg)	0,54	0,55	0,54	0,55	0,55	0,55	0,55	0,63	0,66	0,64	0,64	0,65

Burimi: EUROSTAT (2018)

Tabelat në shtojcë tregojnë dinamikat e importeve dhe eksporteve, edhe sipas vendeve.

3.3. TREGU

3.3.1. Tregu ndërkombëtar

Shqipëria ka një bilanc tregtar negativ për mollët. Eksporti i mollëve, ndonëse i papërfillshëm, është rritur me 37% gjatë periudhës 2012-2016 (Tabela 8).

Tabela 8: Performanca e eksportit të mollëve

Emërtimi i produktit	Vlera e eksportuar në emërtimin e produktit 2016 (000 USD)	Bilanci tregtar 2016 (000 USD)	Vlera e rritjes vjetore 2012-2016 (%)	Vlera e rritjes vjetore 2015-2016 (%)	Rritja vjetore e importeve botërore 2012-2016 (%)	Renditja në eksportet botërore
Të gjitha produktet	1962117	-2707173	-2	2	-4	133
Produktet bujqësore	196002	-478351				
Mollë	1618	-4245	37	-9	0	57

Burimi: Qendra Ndërkombëtare e Tregtisë (2018). <https://www.trademap.org>

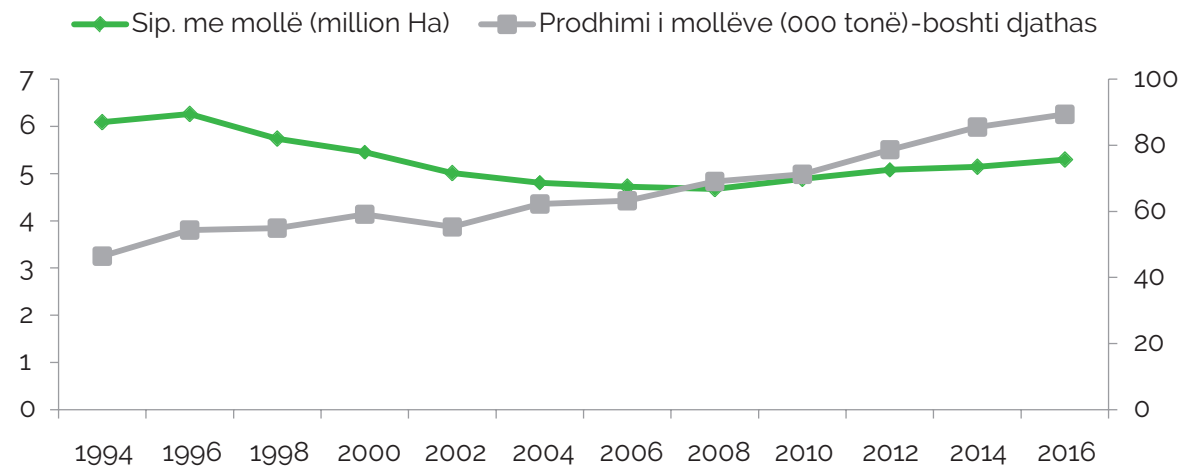
Eksporti i mollëve ndodh në kushtet e një kërkesë ndërkombëtare të qëndrueshme për këtë produkt. Në eksportet botërore, Shqipëria renditet në vendin e 57-të për eksportin e mollëve në nivel botëror.

Eksportet shqiptare përbëhen pjesërisht nga mollë të cilësisë së ulët me çmime shumë të ulëta, pasi siç përmendet më lart mollët shkojnë për përpunim; dhe, sipas intervistave, mollët e një cilësie të denjë me çmime më të mira shkojnë drejt tregjeve arabe dhe ruse ku rieksporthen nëpërmjet vendeve ndërmjetëse.

Prodhimi ndërkombëtar dhe tendencat e tregtisë, me fokus në BE¹

Molla është një nga frutat më të prodhuara sinë Shqipëri, ashtu edhe në botë. Kina, SHBA-ja, Turqia, Polonia dhe Italia janë vendet që kryesojnë në prodhimin e mollës. Gjatë dy dekadave të fundit, prodhimi botëror i mollëve është rritur në mënyrë të konsiderueshme – rritja dramatike e prodhimit në Kinë është një nga faktorët kryesorë që qëndron pas rritjes në nivel botëror. Rritja e prodhimit ka ndodhur pavarësisht uljes së sipërfaqes së kultivuar - normalisht, arsyeja për rritjen e prodhimit është rritja e rendimentit (Figura 2).

¹ Ky nënseksion bazohet pjesërisht te "EC (2017). EU Agricultural Outlook for the Agricultural Markets and Income 2017-2030"

Figura 2: Prodhimi i mollëve në nivel botëror

Burimi: FAOSTAT (2018)

Prodhimi i mollëve në BE ka shënuar një ulje dhe luhatje gjatë viteve 2000, e pasuar nga një rritje gjatë viteve 2010, kjo e fundit në sajë të rritjes së rendimentit. Rritja e rendimentit e ndërthurur me një zvogëlim të sipërfaqes së prodhimit pritet që të çojë në stabilizimin e prodhimit të mollëve në BE në të ardhmen. Konsumi i mollëve të freskëta pritet që të stabilizohet, ndërsa konsumi i nënprodukteve (p.sh. lëngu) të mollëve ka gjasa që të bjerë pak.

Rendimenti mesatar i mollës pritet që të jetë 17% më i lartë në vitin 2030 krahasuar me rendimentin mesatar të dekadës së fundit, ndikimi në prodhim do të kompensohet në një masë të madhe nga ulja në sipërfaqen e kultivuar. Modernizimi i sektorit të mollëve është nxitësi kryesor i rritjes së rendimentit, veçanërisht në Poloni. Rruga kryesore e modernizimit është shkujla e pemëtoreve të vjetra dhe zëvendësimi i tyre pjesërisht nga mbjellje të reja të varieteteve që përkojnë me preferencat e konsumatorëve dhe metodat e reja të prodhimit, duke përfshirë metodat për t'iu përshtatur ndryshimeve klimatike. Është interesante që gjatë kohëve të fundit, modernizimi i plantacioneve ekzistuese të mollëve, duke përfshirë zëvendësimin e varieteteve më pak të preferuara me varietete më të preferuara është vënë re edhe në Korçë.

Me rritjen e standardeve të jetesës në BE, konsumatorët duket se preferojnë më tepër produktet trendi si frutat tropikale, të cilat ofrohen rregullisht në raftet e supermarketeve në krah të mollëve që janë një frut më i zakonshëm dhe relativisht i lirë (kjo tendencë mund të vihet re edhe në Shqipëri; edhe në të ardhmen, duke qenë se të ardhurat priten që të rriten).

Rënia së fundmi e konsumit të nëprodukteve të mollës në BE pritet që të vazhdojë, veçanërisht për lëngjet, të cilat përbëjnë shumicën e mollëve të përpunuara në BE. Kjo rënie e kërkesës pritet që të krijojë një tepicë të nëprodukteve të mollës në tregun e BE-së. Kërkesa e brendshme e ulët pritet që të çojë në uljen e nivelit të importeve të BE-së.

Kështu, mund të dilet në përfundimin se tregu i BE-së nuk përfaqëson një potencial të mundshëm për eksportet shqiptare, ndërsa konkurrenca nga mollët dhe lëngu i mollës nga BE-ja do të bëhet më e ashpër duke qenë se prodhuesit në BE do të përballen me një presion në rritje në kanalet e prodhimit për eksporte (me uljen modeste të konsumit nga konsumatorët në BE).

3.3.2. Tregu i brendshëm

Struktura e ofertës së të tregut

Oferta e brendshme (si tregues i përafërt për konsumin e brendshëm) dominohet nga prodhimi i brendshëm në Shqipëri. Përqindja e importeve ndaj ofertës ose konsumit të brendshëm pothuajse është përgjysmuar, ndërsa përqindja e eksporteve kundrejt prodhimit total është rritur në mënyrë të konsiderueshme: nga 2% në 2010 në më shumë se 10% në 2015.

Tabela 9: Bilanci i ofertës për mollën në Shqipëri (000 tonë)

Kategoria	2005	2010	2015	2016
Prodhimi	16	55	92	102
Importi	41	20,9	13,9	12,1
Eksporti	:	1,1	9,5	6,2
Oferta	57	74,4	96,3	107,9
Importi/ofertë	72,0%	28,1%	14,5%	11,2%
Eksporti/prodhimi	:	2,0%	10,3%	6,1%

Burimi: Përgatitur nga autorët, bazuar në të dhënat nga INSTAT, EUROSTAT dhe UNSTAT (2017)

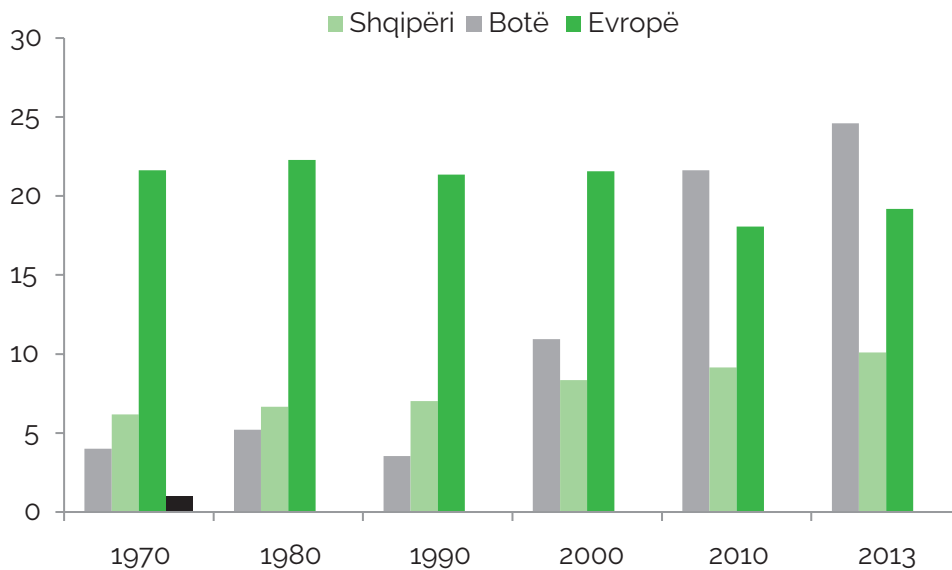
Kërkesa dhe preferencat e konsumatorit

Pas kalimit në ekonominë e tregut në fillim të viteve 1990, kërkesa e konsumatorëve shqiptarë për fruta u rrit ndjeshëm. Si pjesë e liberalizimit të tregtisë dhe rritjes së kapaciteteve të prodhimit, magazinimit/pas vjeljes dhe shitjes, si dhe rritjes së të ardhurave dhe standardit të jetesës së popullsisë shqiptare, konsumi i frutave është rritur më shumë se dyfishi, po të krahasohet me periudhën përpara tranzicionit. Në fakt, rritja e kapaciteteve të prodhimit të brendshëm dhe magazinimit (që është shumë i rëndësishëm për mollën) ka shërbyer për rritjen e konsumit, duke i ofruar konsumatorit produkte të freskëta për periudha më të gjata kohore me kosto/çmime më të ulëta².

Konsumi i përafërti mollëve për frymë në vit në Shqipëri (24,6 kg) është më i lartë se konsumi mesatar global (10,1). Pas Shqipërisë, Serbia ka konsumin më të lartë të mollës për frymë nga të gjitha vendet e Ballkanit (23,1 kg), ndërsa Maqedonia (7,3 kg) ka konsumin më të ulët për frymë, sipas FAOSTAT (2018), që paraqiten edhe në shtojcë.

Nisur nga kjo situatë konsumi, tregu i brendshëm nuk pritet që të thithë më tepër prodhim (lokal) të mollës - në fakt, siç tregon përvoja në BE, konsumi i mollës mund edhe të ulet në të ardhmen në Shqipëri (duke ndjekur një prirje të ngjashme), kështu që hapësira për mollë në tregun lokal mund të ulet më tej, gjë e cila nënkupton se eksportet janë të domosdoshme për të kanalizuar suficitet (tepricat) në rritje të prodhimit.

² Zhllima, E., Imami, D., & Merkaj, E. (2012). Food consumer trends in post socialist countries: the case of Albania. *Economia agro-alimentare*.

Figura 3: Konsumi i mollëve në Shqipëri dhe në vende dhe rajone të tjera në botë (kg/frymë)

Burimi: FAOSTAT (2018)

Origjina e prodhimit duket se është një faktor i rëndësishëm për shumicën e konsumatorëve shqiptarë. Sipas studimeve të ndryshme, shumica e konsumatorëve i zgjedhin produktet e tyre sipas origjinës (vendase kundrejt importeve). Një studim i mëparshëm ka treguar se ekziston një preferencë e qartë e shumicës së konsumatorëve shqiptarë për mollët e vendit krahasuar me ato të importuara. Varieteti i mollës dhe përmasa e frutit janë gjithashtu attribute shumë të rëndësishme për marketingun³.

Shumica e konsumatorëve shqiptarë i konsiderojnë produktet organike si më të sigurta dhe më të shëndetshme se produktet e tjera (tradicionale). Megjithatë, shumica e konsumatorëve nuk kanë njohuri për (kërkesat për) certifikimin organik. Tregu i ushqimeve organike në Shqipëri është ende i vogël, por preferenca e konsumatorëve për ushqim organik paraqet një potencial për zhvillimin e tregut. Perceptimet e një lidhjeje ndërmjet ushqimeve organike dhe problemeve me shëndetin paraqesin një avantazh të rëndësishëm për prodhimin e ushqimeve organike dhe mund të kapitalizohen në promovimin e tregtimit të tyre dhe në nxitjen e investimeve nga prodhuesit/tregtarët⁴.

Standardet e sigurisë

Në të gjithë pjesën e poshtme të zinxhirit të vlerës ka mangësi lidhur me standardet e sigurisë ushqimore. Shqipëria përballet me probleme serioze në sistemin kombëtar të kontrollit të sigurisë ushqimore për sa i përket legjislacionit, infrastrukturës, kapaciteteve institucionale, kontrollit dhe zbatimit të ligjit, të cilat ndikojnë në rreziqet reale dhe të perceptuara të sigurisë ushqimore për

3 Skreli, E., & Imami, D. (2012). Analyzing consumers' preferences for apple attributes in Tirana, Albania. *International Food and Agribusiness Management Review*, 15(4).

4 Imami, D., Skreli, E., Zhllima, E., & Chan, C. (2017). Consumer attitudes towards organic food in the Western Balkans—the case of Albania. *Economia agro-alimentare*.

konsumatorët. Problemet në sistemin e sigurisë ushqimore janë identifikuar nga disa studime⁵. Standardi i sigurisë ushqimore është një shqetësim kryesor i perceptuar nga konsumatorët shqiptarë. Studime të shumta^{6, 7} dokumentojnë/theksojnë shqetësimet e konsumatorëve të zakonshëm për sigurinë ushqimore.

Qeveria shqiptare e konsideron sigurinë ushqimore dhe mbrojtjen e shëndetit të konsumatorit si prioritet në politikat e saj në axhendën e përafrimit drejt BE-së. Ligji kryesor për sigurinë ushqimore në Shqipëri është ligji "Për ushqimin", nr. 9863⁸, (datë 28.01.2008). Ai përcakton kërkesat për prodhimin dhe hedhjen në treg të produkteve të sigurta ushqimore për njerëzit, deri diku në përputhje me dispozitat e BE-së.

MBZHR ka përcaktuar Standardet Minimale Kombëtare (SMK) në përputhje me praktikat e BE-së. Praktika e mirë bujqësore (PMB) duhet të përkohet me llojin e prodhimit që një fermer duhet të ndjekë në rajonin përkatës, duke përfshirë minimalisht pajtueshmërinë me kërkesat e përgjithshme ligjore për mjedisin. Gjatë viteve të fundit, siguria ushqimore dhe SMK-të janë reformuar nëpërmjet ndryshimeve ligjore dhe ligjeve të reja. Pajtueshmëria me SMK-të është gjithashtu një kërkesë për të pasur akses në disa grante mbështetëse, kryesisht në ato nga IPARD II.

Pavarësisht ndryshimeve ligjore dhe institucionale, shumë fermerë nuk janë të informuar ose të ndërgjegjësuar në lidhje me standardet. Zakonisht fermerët nuk kryejnë ndonjë lloj analize në laborator (p.sh. të tokës ose të ujit për vaditje), ndaj nuk është çudi që shumë pemëtore kanë performancë të dobët.

Presioni në rritje nga "tregu i eksporteve" dhe përafrimi me legjislacionin e BE-së për të përmirësuar standardet, nënkupton kërkesë në rritje për investime përgjatë zinxhirit të vlerës për të përmbushur standardet.

5 Verçuni, A., Zhllima, E., Imami, D., Bijo, B., Hamiti, X., & Bicoku, Y. (2016). Analysis of consumer awareness and perceptions about food safety in Tirana, Albania. *Albanian Journal of Agricultural Sciences*, 15(1), 19.

6 Imami, D., Chan-Halbrendt, C., Zhang, Q., & Zhllima, E. (2011). Conjoint analysis of consumer preferences for lamb meat in central and southwest urban Albania. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(3).

7 Zhllima, E., Imami, D., & Canavari, M. (2015). Consumer perceptions of food safety risk: Evidence from a segmentation study in Albania. *Journal of Integrative Agriculture*, 14(6), 1142-1152.

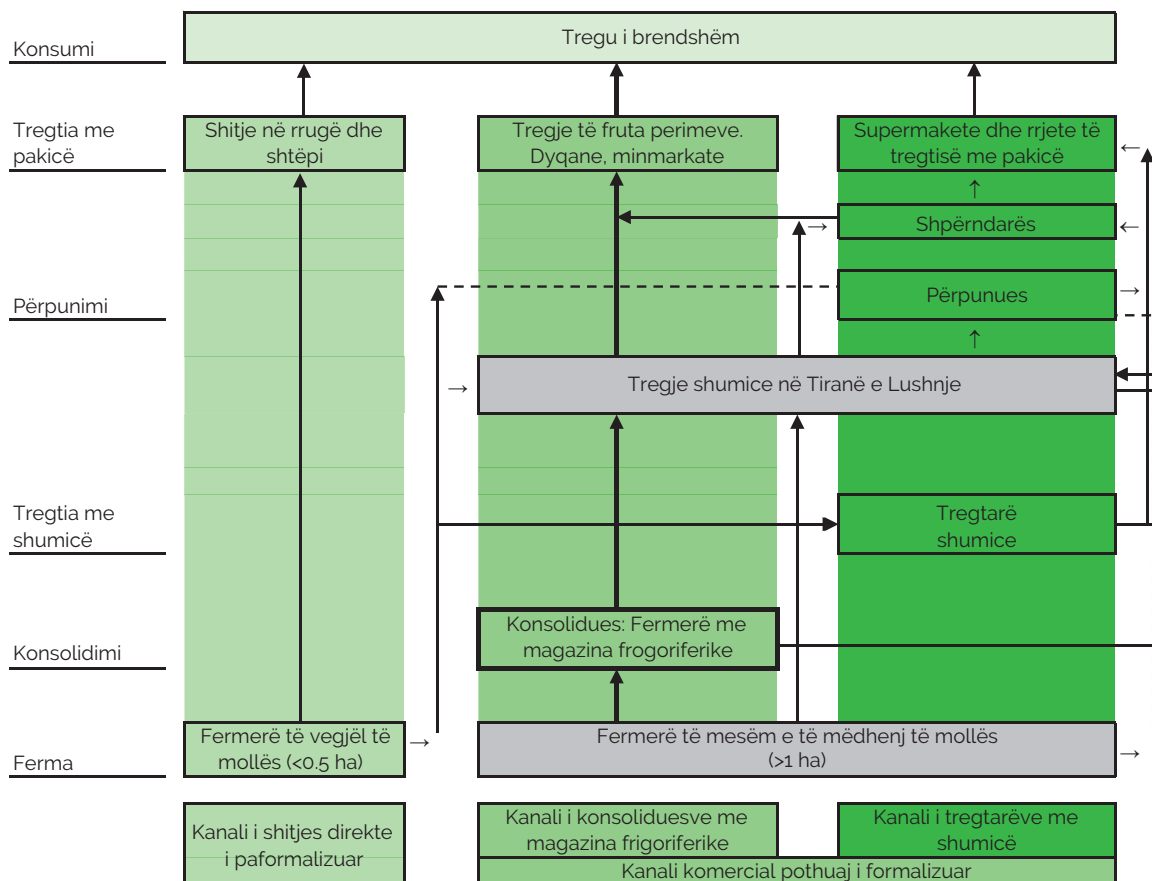
8 I gjithë legjislacioni shqiptar (në shqip) mund të gjendet në <http://ligjet.org>.

4. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE AKTORËT KRYESORË

4.1. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE PROFILI I AKTORËVE

Figura 4 në vijim paraqet në mënyrë skematike zinxhirin e vlerës së mollës, aktorët kryesorë si dhe kanalet kryesore të shpërndarjes nga fermerët te konsumatori fundor.

Figura 4: Skema e zinxhirit të vlerës së mollës



Burimi: Përgatitur nga autorët.

Tre aktorët kryesorë në zinxhirin e vlerës së mollës janë fermerët, konsoliduesit (operatorët e ruajtjes në kushte frigoriferike) dhe shitësit me shumicë. Përshkrimi i profileve të aktorëve kryesorë (i përmbledhur më poshtë) ndiqet nga përshkrimi i flukseve në zinxhirin e vlerës dhe koordinimit të këtij zinxhiri.

Fermerët

Shumica e fermave të mollëve janë të vogla. Vetëm 571 ferma molle janë raportuar se kanë më shumë se 3 dn pemëtore dhe më pak se 400 ferma kanë pemëtore më të mëdha se 5 dn (Tabela 10).

Tabela 10: Fermat me mollë me orientim tregu, për 2017

Kategoritë e fermave me mollë	Numri	%
3 deri në 5 dn	185	32,4
6 deri në 10 dn	235	41,2
11 deri në 20 dn	127	22,2
Mbi 21 dn	24	4,2
Totali	571	100

Burimi: Të dhënat nga MBZHR të përpunuara nga autorët.

Fermerët që kanë më pak se 0,5 ha kanë nivele të ulëta prodhimi, të cilat nuk justifikojnë investimet në proceset e pasvjeljes dhe marketingut- zakonisht nuk janë efçent dhe kanë kapacitete të kufizuara për të bërë investime në teknologji ose pemëtore të reja. Rendimenti i mollës te fermerët e kësaj kategorie vlerësohet të jetë shumë më i ulët (deri në 50% të rendimentit potencial), në varësi të varietetit dhe qarkut.

Megjithatë, ka disa prodhues të specializuar me pemëtore më të mëdha se 1 ha (150 fermerë), të cilët zakonisht janë më të kompletuara dhe me orientim tregu. Këta fermerë zakonisht investojnë në fidanë të certifikuar me cilësi gjenetike të mira, përgatisin tokën çdo vit, përdorin plehra dhe në shumicën e rasteve përdorin sistem ujitjeje. Ka vetëm disa shembuj pemëtoresh të mollëve vërtet bashkëkohore që përdorin ujitje me pika dhe të ushqyerit e bimëve nëpërmjet ujitjes⁹ dhe ndonjëherë rrallimin kimik të frutave, të cilat mund të shërbejnë si model për kultivuesit e tjerë.

Asetet kryesore të një fermeri tipik me orientim tregu që ka mollë janë pemëtoresha, sistemet e ujitjes (ujitje me pus dhe sistemi i ujitjes me pika), makineritë bujqësore (traktorë dhe pompa për spërkatje). Fermerët më të përparuar me orientim tregu kanë investuar në sistemet e të ushqyerit e bimëve nëpërmjet ujitjes, dhe një numër i kufizuar fermerësh të mëdhenj kanë investuar edhe në mjedise frigoriferike.

Sektori i mollëve shfaq një specializim të qartë rajonal në Korçë, e cila ka 285 fermerë me orientim tregu (diçka më pak se gjytha e fermerëve me orientim tregu) dhe Dibrën, e cila ka 172 fermerë me orientim tregu, ose rreth 1/3 e të gjithë fermerëve me orientim tregu (për më tepër detaje shih tabelat në shtojcë).

Konsoliduesit

Sipas vlerësimeve ka 60 konsolidues që ruajnë mollën në kushte frigoriferike (operatorë të mjediseve frigoriferike) me një kapacitet total prej 13,955 tonë (Tabela 11).

9 Plehrimi me ujitje: plehërimi/ushqyerja e bimës nëpërmjet ujitjes.

Tabela 11: Kapacitetet e mjediseve frigoriferike, sipas madhësisë

Kategoritë	Numri	% ndaj kategorive
Nga 15 deri në 50 tonë	14	23,3
Nga 51 deri në 200 tonë	26	43,3
Nga 201 deri në 500 tonë	14	23,3
Mbi 500 tonë	6	10,0
Totali	60	100,0

Burimi: Të dhënat nga MBZHR të përpunuara nga autorët.

Më pak se ¼ (23,3%) e mjediseve të ruajtjes në kushte frigoriferike kanë një kapacitet nga 15 tonë deri në 50 tonë dhe po e njëjta përqindje (23,3%) kanë një kapacitet nga 201 deri në 500 tonë. Shumica e mjediseve të ruajtjes në kushte frigoriferike (43,3%) kanë një kapacitet nga 201 tonë deri në 500 tonë, dhe vetëm 10% e tyre kanë kapacitete mbi 501 tonë.

Mjediset e ruajtjes në kushte frigoriferike pothuajse janë të përqendruara në qarkun e Korçës, përkatësisht në bashkitë e Korçës dhe të Bilishtit – 75% mjediseve të ruajtjes në kushte frigoriferike dhe 88% e kapacitetit ekzistues është e përqendruar në qarkun e Korçës.

Konsoliduesit zakonisht janë fermerë të mesëm ose të mëdhenj, që kanë investuar në mjediset e ruajtjes në kushte frigoriferike. Shumë zotërues të këtyre mjediseve në Korçë dhe në Dibër - veçanërisht në Korçë - kanë kapacitete magazinimi më të mëdha se prodhimi i mollëve në fermën e vet.

Veprimtaritë e marketingut në nivel konsoliduesi janë të kufizuara. Zhvillimi i alternativës së eksportit - një alternativë realiste dhe e nevojshme - kërkon një përmirësim të konsiderueshëm të standardeve të marketingut. Për shembull, tendencat e fundit të eksporteve i kanë shtyrë investitorët që të investojnë në linja seleksionimi/klasifikimi/pastrimi dhe të plotësojnë ruajtjen frigoriferike me pajisje peshuese dhe pajisje transporti. Më parë këto linja janë përdorur vetëm me raste për shkak se tregu i brendshëm nuk është kërkuar për sa i përket standardeve të tregtimit. Aktualisht, ka të paktën 5 mjedise, 3 nga të cilët në Korçë, që kanë linja të plota të pas vjeljes (duke përfshirë uljen e menjëhershme të temperaturës, pastrimin, seleksionimin, klasifikimin, ambalazhimin, magazinimin dhe ruajtjen në kushte frigoriferike), dhe dy prej tyre kanë teknologjinë me atmosferë të kontrolluar.

Edhe pikat e grumbullimit vuajnë nga praktikat e papërshtatshme dhe mungesa e pajisjeve. Në shumë raste fermerët shqiptarë e kanë të vështirë të arrijnë (ose nuk i japin rëndësi) standardeve të cilësisë. Fermerët që kanë marrëveshje afatgjata me pikat e grumbullimit zakonisht i ndjekin protokollet. Ndërsa pjesa tjetër (më e madhja) rrallë i respektojnë standardet e kërkuara për magazinimin. Gjatë vjeljes kryhet vetëm një seleksionim ose klasifikim i shpejtë/me sy i produkteve; ambalazhi zakonisht është shumë i dobët (megjithëse ka nisur të zhvillohet një industri ambalazhimi); arkat shpesh janë shumë të mëdha; nuk ka qarkullim/riciklim të materialeve të ambalazhimit dhe mundësitë për ftohje/magazinim janë të kufizuara.

Shitësit me shumicë

Ndonëse konsoliduesit ose fermerët që kanë investuar në mjedise të ruajtjes në kushte frigoriferike janë aktorët kryesorë të zinxhirit të vlerës së mollës - shitësit e mëdhenj me shumicë si Doni Fruit

ose Koni, mund të konsiderohen gjithashtu si aktorë të zinxhirit të vlerës së mollës. Kohët e fundit ata kanë treguar një interes në rritje për eksportin e mollës. Këta tregtarë të mëdhenj shumicë kanë investuar në kapacitete magazinimi, përfshirë ruajtjen në kushte frigoriferike, ndërkohë që një të ardhme të afërt priten investime të reja të mëdha (për më shumë detaje shih nënseksionin në vijim për investimet).

Përpunuesit

Në zonat kryesore të prodhimit të mollëve, përkatësisht në Korçë dhe Dibër, ka dy kompani që përpunojnë mollën për prodhim lëngu. Ato kanë kryer investime të konsiderueshme për prodhimin e lëngut të mollës duke përdorur një teknologji bashkëkohore - një prej tyre ka raportuar se ka investuar mbi 1 milionë Euro (për fabrikën, duke përfshirë linjën e përpunimit). Të dy kompanitë kanë përfituar nga grante të qeverisë ose të projekteve të donatorëve.

Megjithatë, të dy bizneset përballen me sfida të konsiderueshme që lidhen me menaxhimin, teknologjinë dhe sfidat e tregut. Siç u përmend më lart, sipas intervistave, prodhimi dhe shitjet vjetore mesatare të lëngut të mollës për një përpunues të vetëm janë më pak se gjysmë milioni litra lëng molle. Gjithashtu, ka luhatje të mëdha në prodhimin dhe shitjen e lëngut të mollës nga viti në vit.

4.2. FLUKSET NË ZINXHIRIN E VLERËS DHE KOORDINIMI I ZINXHIRIT

Flukset e produktit, të informacionit dhe ato financiare

Flukset e produktit. Qarkullimi i produktit për mollën tregon se ka katër kanale përmes së cilave produkti qarkullon nga fermeri drejt konsumatorit ose eksportit. Kanali i parë (zona gri në figurën 4) tregon shitjet direkte nga fermeri. Shitjet direkte në fermë janë ende të ulëta, por mund të jenë premtuese nëse do të promovohet kombinimi i shitjeve direkte në fermë me turizmin. Kanali i dytë (zona e gjelbër) përfaqëson qarkullimin e produktit nga fermeri te konsoliduesit dhe më tej në tregun e shumicës, shitësit me shumicë ose me pakicë; sasi të vogla të produktit eksportohen. Aktualisht, ky është kanali kryesor. Kanali i tretë ka si aktorë kryesorë shitësit me shumicë. Vetëm një përqindje e vogël e mollëve kalojnë përmes këtij kanali. Shpërndarja në sistemin e shitjes me pakicë nga shitësit me shumicë është e kufizuar kryesisht në furnizimin e supermarketeve. Për shumicën e produktit ka shitës me pakicë që blejnë produktin në tregun e shumicës ose në magazinat e shitësve me shumicë. Një sasi e vogël e mollëve gjithashtu eksportohen nga shitësit me shumicë. Kanali i katërt përfaqëson qarkullimin e produktit përmes industrisë përpunuese që është ende në krijim ose "latente". Në fakt, në këtë kanal ka vetëm dy kompani për përpunimin e mollëve (prodhues të lëngut të mollëve). Pjesa tjetër e industrisë së përpunimit përdor sasi të vogla molle për të prodhuar komposto, por sasi të konsiderueshme nga fruta të tjera (qersh, kumbulla, pjeshka, etj.).

Flukset financiare. Fluksi kryesor financiar është pagesa për fermerët nga shitësit me shumicë dhe konsoliduesit lokalë për produktin që fermerët u kanë dorëzuar. Ndërkohë që pagesa nga shitësit me shumicë bëhet kryesisht në kohën e transaksionit, pagesa nga konsoliduesit lokalë zakonisht bëhet me vonesa (për më shumë informacion referojuni figurës. 6). Arsyet për këtë ndryshim janë të paktën dy: përkatësisht arsyeja e kapacitetit financiar dhe ajo e besimit. Shitësit me shumicë

kanë kapacitete financiare më të larta dhe ata janë pak larg nga fermerët; ndryshe prej tyre, konsoliduesit lokalë zakonisht kanë kapacitete financiare më të ulëta por janë më afër fermerëve, ndaj besimi ndërmjet tyre dhe fermerëve furnizues është më i madh.

Flukset e informacionit. Qarkullimi i informacionit në zinxhirin e vlerës ka të bëjë kryesisht me informacionin teknologjik. Kërkesat për magazinimin e mollës në kushte frigoriferike e kthejnë në detyrim komunikimin ndërmjet blerësve (kryesisht operatorë të magazinave frigoriferike) dhe fermerëve. Me qëllim që të prodhojnë fruta që mund të ruhen siç duhet, fermerët duhet të ndjekin me rreptësi udhëzimet për sa i përket krasitjes, ushqyerjes së bimës, ujitjes dhe kohës së vjeljes. Ndërkohë që shumica e operatorëve të magazinave frigoriferike janë edhe fermerë (dhe për këtë arsye ata ndjekin këto udhëzime për prodhimin e vet), ata që janë vetëm operatorë të magazinave frigoriferike udhëzojnë fermerët, furnitorët e tyre që t'i ndjekin këto udhëzime.

Koordinimi i zinxhirit të vlerës

Organizimi i zinxhirit të vlerës së mollës është në një fazë të hershme. Megjithëse fermerët i shesin më shumë të njëjtit blerës sesa blerësve të ndryshëm, koordinimi ndërmjet fermerëve dhe aktorëve të tjerë në pjesën e poshtme të zinxhirit të vlerës është i dobët. Kontratat me shkrim nuk janë të zakonshme. Megjithëse kontratat me gojë janë shumë të zakonshme, jo gjithmonë ato nënkuptojnë një marrëdhënie të qëndrueshme.

Lidershipi i zinxhirit të vlerës është i rrallë, megjithëse janë vërejtur disa raste të bizneseve të gatshëm të kontrollojnë disi zinxhirin e vlerës. Megjithatë, konsoliduesit lokalë janë sigurisht aktorët kryesorë në zinxhirin e vlerës që kanë gjasa të marrin një rol lidershipi. Investimi masiv i kohëve të fundit në mjediset e ruajtjes në kushte frigoriferike i ka kthyer operatorët e magazinave frigoriferike të mollës në një faktor real, i cili ka shumë gjasa që të luajë një rol strukturues në sektorin e mollëve gjatë viteve në vazhdim.

5. PROCESET E TEKNOLOGJISË SË PRODHIMIT

Sfidat teknike kryesore në zinxhirin e vlerës së frutave janë përmbledhur në vijim.

Cilësia e dobët e inputeve (duke përfshirë fidanët) ndikon negativisht në prodhimin e frutave (p.sh. të mollës) në shumë zona. Praktika e zgjedhjes së varieteteve pa verifikuar përshtatjen ndërmjet kërkesave të kulturës dhe tokës e kushteve klimatike ka shkaktuar probleme serioze në shumë pemëtore të reja, veçanërisht në zona të ulëta, ku baza e prodhimit po zgjerohet më me shpejtësi.

Edhe praktikat e papërshtatshme agronomike mund të rrisin kostot e prodhimit të frutave, ndërkohë që i bëjnë këto fruta më pak të shëndetshme dhe "më pak organike", si dhe krijojnë probleme për eksportet. Nga ana tjetër, njohuritë teknike për praktikat e vjeljes dhe pas vjeljes dhe disponueshmëria e mjeteve logjistike ndikon shumë në performancë.

Furnizimi mujor në tregun e brendshëm kushtëzohet nga dy faktorë kryesorë dhe konkretisht: (i) prodhimi mujor, dhe (ii) magazinimi (si edhe importet). Ndikimi i secilit prej këtyre faktorëve varet nga struktura sezonale e prodhimit dhe ruajtja e produkteve. Në rastin e mollëve, oferta është më tepër një funksion i rezervave (pjesës që ruhet) sesa i prodhimit mujor; mollët e prodhuara në vend mund të gjenden në treg nga fundi i korrikut deri në fund të shkurtit të vitit pasues (mollët e ruajtura në magazina).

Tabela 12 paraqet kalendarin e ofertës së mundshme në treg, ku ngjyra e errët tregon sezonin e prodhimit ndërsa ngjyra e hapur tregon kohën maksimale të magazinimit në kushte frigoriferike (bazuar në parametrat teknologjikë).

Tabela 12: Disponueshmëria në treg

Muaji	Jan-Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
	Periudha e magazinimit										
	Sezoni i prodhimit/vjeljes										

Burimi: Përgatitur nga autorët

Mollët u nënshtrohen trajtimeve/shërbimeve të ndryshme gjatë vitit. Trajtimet kimike kundër sëmundjeve dhe insekteve kanë një kosto shumë të lartë (zakonisht molla spërkatet 16-18 herë kundër sëmundjeve dhe insekteve të dëmshme). Është shumë e rekomandueshme që të gjitha trajtimet të kryhen në pajtim me nevojat e prodhimit të përcaktuara nga monitorimi dhe analizat (menaxhimi i integruar) dhe që garantojnë sigurinë e produktit. Një kosto tjetër e konsiderueshme ka të bëjë me rrallimin e frutave, i cili është një proces i heqjes së disa frutave për të arritur një cilësi më të mirë të mollëve - ky proces kryhet me dorë ndaj ka dhe kosto të lartë.

Në vijim tregohen dinamikat mujore të proceseve të prodhimit të mollëve (që reflektojnë shpenzimet, të cilat janë të përafërta, sepse mund të ketë ndryshime në varësi të një sërë faktorësh).

Tabela 13: Kalendari i proceseve të prodhimit të mollës sipas muajve

Proceset	Muaji												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Krasitja në dimër													
2. Mirëmbajtja e sistemit mbështetës													
3. Plehrimi bazë & plotësues													
4. Krasitja e gjelbër/verës													
5. Rrallimi i frutave													
6. Trajtimet kimike, spërkatja													
7. Ujitja													
8. Vjelja													

Burimi: Përgatitur nga autorët, bazuar në shqyrtimet e dokumentacionit dhe intervistat

Ka një hapësirë kohore ndërmjet momentit kur bëhen shpenzimet dhe shitjeve – në të kaluarën, kjo shpesh mbulohej nga tregtarë të inputeve, të cilët i prisnin fermerët për pagesa të mëvonshme, por intervistat në terren na treguan se pas përballjes me borxhe në rritje nga detyrime të fermerëve, tregtarë të inputeve nuk mundësojnë më pagesa të mëvonshme. Për këtë arsye, ekziston një hapësirë kohore për kredi afatshkurtra, të cilat mund të mbulohen nga bankat.

6. STRATEGJIA BAZUAR NË ANALIZËN SWOT DHE NEVOJAT PËR FINANCIM

6.1. STRATEGJIA BAZUAR NË ANALIZËN SWOT

Strategjia e mëposhtme e bazuar në analizën SWOT është kryer me qëllim identifikimin e mundësive për financim në sektorin e mollës.

Tabela 14: Sektori i mollës: Strategjia bazuar në analizën SWOT

PIKAT E FORTA (S) (+)		PIKAT E DOBËTA (W) (-)	
Sektori i mollës është një sektor dinamik, me rritje të shpejtë		Heterogjeniteti i plantacioneve të mollës pa udhëzimet e mjaftueshme teknike dhe të marketingut	
Ekzistenca e klasterave- veçanërisht në qarkun e Korçës (ndjekur nga Dibra), ku ka një përqendrim të lartë të kapaciteteve prodhuese, të magazinimit, njohurive teknike dhe tregtarëve.		Nuk ka mekanizma për zbutjen e rrezikut	
Investimet e rëndësishme në magazina frigoriferike		Investimet e kufizuara në teknologjinë me atmosferë të kontrolluar dhe linjat e marketingut	
Numri konsiderueshëm i fermerëve vizionarë me orientim tregu		Kapacitete të pamjaftueshme të përpunimit të mollës	
		Teknologjia e paplotë/e vjetruar për përpunimin e frutave	
		Disa herë, varietete të papërshtatshme mollësh me klimën/tokën ose kushtet e tregut	
MUNDËSITË (O) (+)	STRATEGJIA PËR S (+) / O (+)		STRATEGJIA PËR W (-) / O (+)
Kërkesa e lartë e tregjeve të eksportit dhe kërkesa e tregut vendas, në rast se plotësohen kërkesat për kultivarin, sasi të dhe standardet	Mbjellja/rimbjellja e pemëtoreve të mollës në sipërfaqe relativisht të mëdha me kultivarët e kërkuar nga tregu i eksportit/ brendshëm, duke përfshirë mollën organike		
	Mbështetja për teknologjinë bashkëkohore të ruajtjes në kushte frigoriferike (atmosferë e kontrolluar)		
	Mbështetja e linjave të marketingut për seleksionimin, klasifikimin, larjen, ambalazhimin dhe paletizimin e mekanizuar		
Sasi të vogla të mollëve të cilësisë së tretë mund të përdoren për përpunim në nivel ferme	Mbështetja e përpunimit të sasive të vogla të mollës në nivel ferme dhe pajisjeve të tjera të vogla që do të mundësojnë shitjet në fermë		

Sasi të mëdha të mollëve të cilësisë së tretë mund të përdoren për përpunim		Investimi në kapacitetet përpunuese: lëng molle, verë molle, uthull, etj. duke shqyrtuar me kujdes modelin e biznesit
Politika e favorshme për mbështetje nga qeveria dhe donatorët (BE) për këtë sektor		
KËRCËNIMET (T) (-)	STRATEGJIA PËR S (+) / T (-)	STRATEGJIA PËR W (-) / T (-)
Ekspozimi ndaj katastrofave natyrore (breshëri)		Rrjeta kundër breshërit
Konkurrenca e ashpër për industrinë ekzistuese të përpunimit të frutave		Plotësimi/modernizimi i teknologjisë së përpunimit të frutave
Investimet e tepërta në mjediset e magazinave frigoriferike pa i kushtuar vëmendjen e duhur konkurrueshmërisë së sektorit	Marrja në konsideratë e investimeve në magazinave frigorifer në të njëjtën kohë me përmirësimin e standardeve (linjat e marketingut)	

Burimi: Përgatitur nga autorët

6.2. NEVOJAT PËR FINANCIM

6.2.1. Tendencat për investime dhe nevojat për financim

Tendencat për investime

Investimet tipike të kryera nga fermerët e mollës përfshijnë mbjelljen e pemëve frutore, blerjen e makinerive bujqësore dhe zhvillimin e sistemeve të ujitjes në shkallë të vogël. Ndërkaq, priten edhe investime tipike për të ardhmen e afërt¹⁰. Sipas intervistave disa fermerë po rimbjellin pemëtoret e tyre duke zëvendësuar kultivarë të mollës (Idared) me kultivarët e kërkuar nga tregu duke përdorur teknologji shumë intensive - deri në 3000 pemë për ha. Në raste të rralla, fermerë më novatorë kanë investuar edhe në teknologji bashkëkohore më të avancuara për të ushqyerit e bimëve përmes ujitjes, të cilat përbëhen nga pajisje të programuara për ushqyerjen e bimës dhe sisteme të ujitjes me pika.

Gjatë viteve të fundit¹¹, numri i dhomave/ambienteve frigoriferike është rritur ndjeshëm, veçanërisht në qarkun e Korçës, ku tendencat e reja të prodhimit dhe krizat e përsëritura të çmimeve në fermë gjatë kulmit të prodhimit i kanë dhënë shtysë kërkesës për investime në këtë drejtim; numri total i dhomave frigorifer pothuajse është trefishuar.

Nevojat e financimit për investime

Nisur nga strategjia bazuar në analizën SWOT dhe tendenca të investimeve, nevojat e financimit për investime janë përmbledhur në tabelën 15.

10 FAO (2013). "Agri-food chain organization in Albania – the case of MAPs and fruits".

11 Në fund të vitit 2006 ka pasur vetëm 12 mjedise frigoriferike me një kapacitet prej 80 m3 ose më shumë, që ndodheshin kryesisht në Tiranë dhe Korçë, ndërkohë që nuk ka pasur mjedise të tilla në verilindje të vendit, vetëm një treg shitjes shumice në Shkodër dhe një tjetër në Fier.

Tabela 15: Nevojat e financimit të investimeve për mollë

Lloji i investimit	Fermerët	Konsolli- duesit	Shitës shu- micë	Për- punuesit
1. Mbjellja/rimbjellja e pemëtoreve				
2. Pemëtore të reja ose konvertimi i atyre ekzistuese në organike				
3. Të ushqyerit e bimëve përmes ujitjes: puset/kanalet e ujitjes, ujitje me pika, dozatronë ose pajisje të tjera dozimi me programim				
4. Sistemet e paneleve diellore - energjia për pompimin e ujit në pemëtoret e mollës				
5. Makineritë bujqësore, duke përfshirë traktorët dhe pompat e mekanizuara për spërkatje				
6. Linjat e thjeshta të përpunimit për lëngun e mollës, purenë dhe mollët e thata në nivel ferme				
7. Rrjeta kundër breshërit				
8. Mjediset dhe pajisjet për ruajtjen e produktit pas vjeljes dhe kondicionimin e tij dhe pajisje të tjera				
9. Mjediset e ruajtjes në kushte frigoriferike				
10. Mbështetja për teknologjinë e atmosferës së kontrolluar				
11. Linjat e seleksionimit, klasifikimit, pastrimit, ambalazhimit dhe etiketimit - kryesisht për produktin e destinuar për eksport				
12. Përpunimi i frutave: linjë për tharjen e frutave				
13. Përpunimi i frutave: lëng frutash				
14. Përpunimi i frutave: prodhimi i verës së mollës (cidre)				
15. Përpunim i thjeshtë/artizanal i frutave (nga grupe grash)				
16. Ndërtimi/rinovimi i mjediseve të përpunimit të frutave				
17. Përmirësimi i teknologjisë aktuale të industrisë së përpunimit të frutave				

Burimi: Përgatitur nga autorët

Ndërkohë që zonat e përshtatshme për kultivimin e mollës mund të jenë të kufizuara, veçanërisht në Korçë, ekziston një mundësi e mirë për të mbështetur rimbjelljen e pemëtoreve në përputhje me tendencën aktuale të zëvendësimit të kultivarëve më pak të kërkuar me kultivarë më të kërkuar nga tregu, duke përdorur një teknologji mbjelljeje shumë intensive.

Pavarësisht rritjes së kapaciteteve të magazinimit, ka ende shumë hapësirë për mbështetjen e investimeve në ruajtjen në kushte frigoriferike, pasi kapacitetet aktuale të mjediseve frigoriferike mbulojnë diçka më pak se 50% të prodhimit të mollës që mund të magazinohet (mollë e cilësisë më të mirë), dhe kjo vetëm për rastin e mollës (produkti kryesor që ruhet për periudha kohore më

të gjata)¹². Vlerësimet e ekspertëve tregojnë se investimet për të rritur kapacitetet e magazinimit në kushte frigoriferike me teknologjinë aktuale duhet të kenë prioritet krahasuar me teknologjinë e atmosferës së kontrolluar. Importet e mollëve gjatë kohëve të fundit me çmime shumë të ulëta që përkrijnë me hedhjen në treg të mollës shqiptare që vjen nga magazinat me atmosferë të kontrolluar e bëjnë këtë lloj investimi një investim me rrezik. Ndërkohë që eksporti i mollës drejt tregut të BE-së është shumë i vështirë, për të marrë çmime më të mira në tregje të tjera të eksporteve (Rusi, Egjipt etj.), mund të mbështeten linjat e seleksionimit, klasifikimit, pastrimit dhe linjat e etiketimit.

Megjithëse janë bërë investime të rëndësishme për sa i përket magazinimit në kushte frigoriferike, teknologjia e pasvjeljes ende nuk është optimizuar duke çuar në periudha më të shkurtra ruajtjeje dhe humbje më të mëdha, megjithëse nuk ka të dhëna ose analiza sasiore për humbjet pas vjeljes në sektorin e frutave në Shqipëri. Firmat nuk kanë një sistem të plotë të ftohjes paraprake. Për më tepër, praktikat e pastrimit/larjes dhe kalibrimit janë të papërshtatshme. Operatorëve u mungojnë pajisjet për monitorimin e temperaturës dhe lagështisë relative (si në drejtim të pajisjeve, ashtu edhe të menaxhimit). Investimet e tjera të mundshme për të mbështetur sektorin e mollës janë përmbledhur në tabelën 15.

Kutia 1: Skemat publike të mbështetjes për bujqësinë shqiptare.

Ka dy skema kryesore publike të mbështetjes për bujqësinë shqiptare, përkatësisht Skemat Kombëtare të Mbështetjes (SKM) që jepen çdo vit dhe mbështetja nga BE, si Programi për Zhvillimin Rural, IPARD. Ndërkohë që ky i fundit synon të rrisë konkurrueshmërinë dhe të zbatojë standardet e BE-së (siguria, cilësia dhe mjedisi) dhe synon bizneset më konkurruese, SKM ka politika me shumë objektiva dhe një shtrirje më të gjerë.

Objektivat dhe masat për SKM 2018 janë përmbledhur në vijim:

- Rritja e konkurrueshmërisë duke ofruar mbështetje për investime (mbjellje të pemëve të reja frutore, investime në agro-përpunim dhe marketing), mbështetja e teknologjive të inovacionit dhe certifikimit dhe sigurimit
- Formalizimi vertikal dhe horizontal dhe formalizimi i biznesit
- Diversifikimi i veprimtarive rurale.

Ndërkohë që SKM-të tradicionalisht kanë ofruar mbështetje për të përmbushur disa objektiva të politikës, duke përfshirë rritjen e konkurrencës, kohët e fundit është shtuar vëmendja për arritjen e standardeve të sigurisë së ushqimit, cilësisë dhe mbrojtjes së mjedisit.

Skemat kombëtare të subvencionimit tradicionalisht kanë ndryshuar nga viti në vit (shpesh në mënyrë drastike). Buxheti i alokuar për SKM 2018 është 20 milionë Euro. Për mbështetjen për investime është e vlefshme edhe skema e ngjashme e politikave të granteve të pjeshme (të paktën 50% mbështetje publike).

Një program tjetër i rëndësishëm është programi i BE-së, IPARD - Programi i Masave për Zhvillimin Rural, i cili mundëson mbështetje për investime që synojnë përmirësimin e konkurrueshmërisë dhe përmbushjen e standardeve kombëtare dhe të BE-së nëpërmjet investimeve të bashkëfinancuara nëpërmjet një granti (p.sh. 50%, megjithatë vlera e saktë varet nga një sërë kriteresh). Për këtë program është miratuar një buxhet në formë granti prej 71 milionë euro nga KE dhe 24 milionë euro nga qeveria shqiptare (75% BE: 25% qeveria shqiptare), kështu që është i disponueshëm një grant për investime prej 94 milionë euro në nivel ferme dhe nivel përpunuesish përgjatë periudhës 2014-2020.

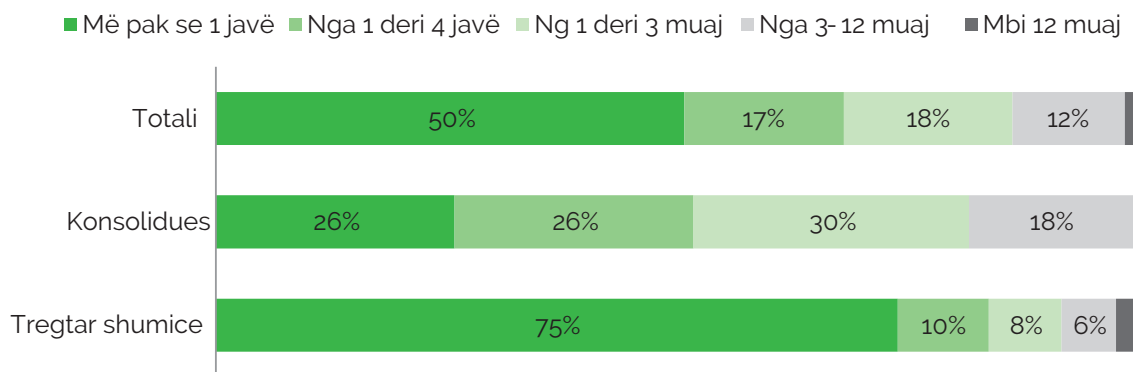
12 Sipas intervistave

6.2.2. Nevojat e financimeve për kapital qarkullues

Tendencat e financimeve për kapital qarkullues

Transaksionet fermer-blerës bazohen kryesisht në pagesat afatshkurtra - në 2/3 e rasteve (67%) blerësi e paguan fermerin brenda një muaji. Në 18% të rasteve, blerësi e paguan fermerin brenda 1 -3 muajve dhe vetëm në 12% të rasteve blerësi e paguan fermerin midis 3 muajve deri në një vit (figura 5).

Figura 5: Pagesa e fermerit nga blerësi në sektorin e mollës



Burimi: Përgatitur nga autorët duke përdorur bazën e të dhënave për koordinimin e zinxhirit të vlerës (2014)

Megjithatë, ka ndryshime të konsiderueshme ndërmjet konsoliduesve/grumbulluesve lokalë (operatorë të magazinave frigoriferike) dhe shitësve me shumicë. Ndërkohë që këta të fundit i paguajnë fermerët menjëherë, në 75% të rasteve brenda një jave, operatorët e magazinave frigoriferike zakonisht i paguajnë fermerët me vonesa- në diçka më pak se gjysmën e rasteve (48%) ata i paguajnë fermerët pas një muaji dhe në 18% të rasteve pas tre muajve. Kjo ndodh së pari për shkak të problemeve me likuiditetin nga ana e operatorëve të magazinave frigoriferike dhe së dyti në sajë të marrëdhënieve të besimit ndërmjet fermerëve dhe këtyre operatorëve.

Nevojat për financime për kapital qarkullues

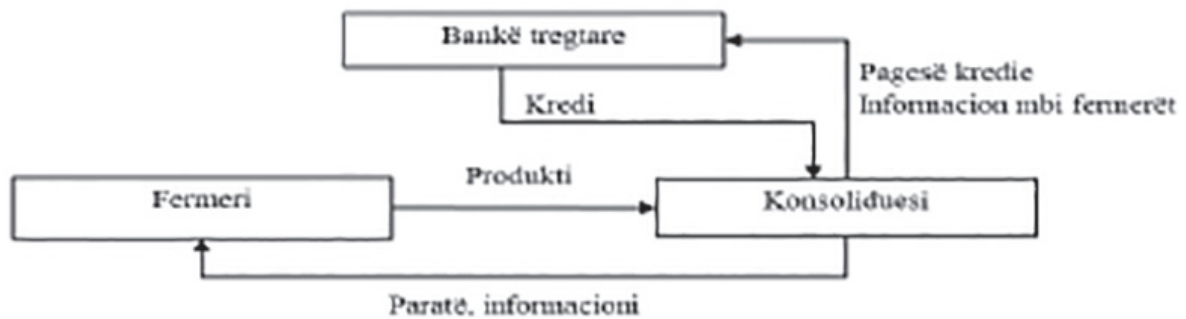
Mënyra e pagesës së fermerëve nga ana e shitësve me shumicë dhe konsoliduesve thekson nevojën e shitësve me shumicë për financim afatshkurtër - ata i paguajnë fermerët menjëherë duke qenë se ata janë më të distancuar si për nga vendndodhja, ashtu edhe nga besimi (krahasuar me grumbulluesit/konsoliduesit). Nga ky lloj financimi afatshkurtër përfitojnë shitësit me shumicë. Nga ana tjetër, vonesat në pagesë nga konsoliduesit evidentojnë nevojën e këtij të fundit për financim afatshkurtër; në këtë rast financimi do të ishte në favor të fermerëve.

Siç u përmend më lart, ka një hapësirë kohore ndërmjet çastit kur bëhen shpenzimet dhe çastit kur bëhen shitjet - furnizuesit e inputeve tani kanë më pak gjasa të bëjnë shitje të bazuara në pagesa të mëvonshme. Për këtë arsye, ekziston një hapësirë kohore për kredi afatshkurtra, të cilat mund të mbulohen nga bankat.

6.2.3. Financimi sipas qasjes së zinxhirit të vlerës

Flukset e produkteve, financiare dhe ato të informacionit ndërmjet konsoliduesve lokalë dhe fermerëve përmbajnë potencialin për aplikimin e financimit sipas qasjes së zinxhirit të vlerës. Figura 6në vijim paraqet të përmbledhur mënyrën sesi mund të projektohet financimi sipas qasjes së zinxhirit të vlerës.

Figura 6: Financimi i zinxhirit të vlerës për sektorin e mollës



Burimi: Përgatitur nga autorët

Marrëdhëniet ndërmjet fermerëve dhe konsoliduesve në sektorin e mollës janë mjaft të qëndrueshme. Shumë konsolidues janë fermerë që kanë investuar në mjediset e ruajtjes në kushte frigoriferike. Fermerët ia shesin prodhimin konsoliduesve lokalë, të cilët zakonisht bëjnë pagesa të mëvonshme për fermerët. Për t'i paguar fermerët në kohë, konsoliduesi mund të përdorë një kredi afatshkurtër nga një bankë tregtare dhe i transferon paratë në llogarinë bankare të fermerit - transferimi i parave në llogaritë bankare të fermerëve është një fenomen i kohëve të fundit në Shqipëri. Kur konsoliduesi shet produktin, ai shlyen kredinë. Megjithatë, duhet theksuar se konsoliduesi mund t'i japë bankës informacione të rëndësishme për fermerët, duke përfshirë kohën e transferimit të parave në llogaritë bankare të fermerëve.

7. PËRFUNDIME

Frutat përbëjnë një sektor të rëndësishëm agroushqimor në Shqipëri - shumica e fermerëve janë të angazhuar në prodhimin e frutave. Molla është një nga frutat kryesore që prodhohet dhe konsumohet në Shqipëri. Prodhimi i mollës është rritur ndjeshëm gjatë viteve të fundit: nga 12 000 tonë në vitin 2000, në 54 000 tonë në 2010 dhe ai ka kapërcyer pragun prej 100 000 tonë në 2016 - kjo rritje ka qenë e nxitur si nga rritja e sipërfaqes së kultivuar, ashtu edhe nga rritja e rendimentit, të cilat pasqyrojnë përmirësimin e teknologjive dhe njohurive teknike. Kushtet e tregut të brendshëm dhe ofertës (toka dhe klima, kapitali njerëzor dhe tradita) kanë qenë nxitësit kryesorë të zhvillimit të sektorit të mollëve. Kërkesa e brendshme do të vazhdojë të mbështesë zhvillimin e sektorit të mollëve në rast të përmirësimit të kombinimit të kultivarëve për të përmbushur preferencat e konsumatorit - kështu që ekziston potenciali për të synuar cilësi të lartë - segmente konsumatorësh me çmime më të larta, por potenciali për të rritur konsumin e përgjithshëm lokal është i ulët.

Eksporti i mollës është rritur në mënyrë të konsiderueshme; megjithatë, ai mbetet nën 2 milionë USD. Eksporti i mollës pritet që të rritet në vitet në vazhdim duke pasur parasysh që prodhimi i brendshëm pritet që të rritet në mënyrë të konsiderueshme. Importi i mollëve është ulur pothuajse 4 herë që nga viti 2005 - kjo arritje i dedikohet rritjes së konsiderueshme të prodhimit të brendshëm dhe përmirësimit të kapaciteteve të ruajtjes.

Ky studim informon institucionet financiare dhe aktorët e tjerë të interesuar në mbështetjen e sektorit mbi mundësinë e investimeve në sektor. Studimi thekson se kultivimi i pemëtoreve e reja të mollës, rritja e kapaciteteve të ruajtjes në kushte frigoriferike dhe ndërtimi i qendrave të ambalazhimit përbëjnë - një mundësi të rëndësishme investimi dhe financimi. Mbjelljet e pemëtoreve të reja të mollëve, duke përfshirë zëvendësimin e varieteteve më pak të preferuara me varietete më të kërkuara nga tregu, duke përdorur teknologji shumë intensive - sipas tendencave të kohëve të fundit - përbëjnë një mundësi interesante për investim. Kapacitetet për ruajtje në kushte frigoriferike po përmirësohen, por janë ende të disponueshme në një shkallë të kufizuar. Pamjaftueshmëria e mjediseve të ruajtjes në kushte frigoriferike dhe humbjet e larta të produktit që vijnë si pasojë e saj kanë qenë për vite me radhë shkak kryesor i deficitit të lartë tregtar tek mollët. Pavarësisht rritjes së kapaciteteve frigoriferike ka ende nevojë për investime në rritjen e kapaciteteve - sipas ekspertëve të intervistuar, ekziston potenciali për të shtuar kapacitetet e ruajtjes edhe me 15 000 tonë të tjera. Ka pikëpamje të ndryshme në lidhje me llojet/teknologjitë më rentabël të ruajtjes në kushte frigoriferike (p.sh. magazinim i thjeshtë kundrejt atmosferës së kontrolluar).

Qendrat e ambalazhimit (magazinat frigoriferike me pajisje marketingu) nevojiten për të përmirësuar standardet, nëse merret gjithashtu parasysh se në të ardhmen rritja e prodhimit do të rrisë presionin për eksportet (duke konsideruar se tregu i brendshëm është tashmë i ngopur), dhe tregjet e eksporteve janë shumë konkurruese dhe kërkuese për sa i përket standardeve.

Fuqizimi i konsoliduesve, një kategori tregtarësh të përfshirë në tregtimin e inputeve (që u shiten fermerëve) dhe në tregtimin me shumicë të produkteve (që i blejnë nga fermerët), po kontribuon ngadalë në përmirësimin e situatës. Aktualisht, konsoliduesit janë aktorët më aktivë të zinxhirit të vlerës dhe klientët më potencialë për produktet e kreditimit/financiare, duke përfshirë financimin në zinxhirin e vlerës.

Sektori i mollëve konsiderohet si sektor me përparësi për qeverinë shqiptare - sektori është përfshirë në të gjitha skemat e mbështetjes financiare publike, duke përfshirë skemat e fundit të mbështetjes. Politika aktuale e granteve të pjeshme ka implikime të rëndësishme për institucionet financiare - ato kanë mundësinë për të financuar investimet deri në 100% të shumës, nga e cila 50% mund të jetë kredi afatshkurtër (pjesa që duhet të rimbursohet nga granti pas kryerjes së investimit) dhe 50% kredi afatgjatë për pjesën që duhet të paguhet nga përfituesi.

8. REFERENCAT

EC (2017). EU Agricultural Outlook for the Agricultural Markets and Income 2017-2030

EUROSTAT (2018). Baza e të dhënave gjendet në <http://ec.europa.eu/eurostat>

FAO (2013). "Agri-food chain organization in Albania – the case of MAPs and fruits".

FAOSTAT (2018). Baza e të dhënave gjendet në <http://www.fao.org/faostat/en/>?

Imami, D., Chan-Halbrendt, C., Zhang, Q., & Zhllima, E. (2011). Conjoint analysis of consumer preferences for lamb meat in central and southwest urban Albania. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(3).

Imami, D., Skreli, E., Zhllima, E., & Chan, C. (2017). Consumer attitudes towards organic food in the Western Balkans-the case of Albania. *Economia agro-alimentare*.

INSTAT (2017). Baza e të dhënave gjendet në www.instat.gov.al

Qendra Ndërkombëtare e Tregtisë (2018). <https://www.trademap.org>

Skreli, E., & Imami, D. (2012). Analyzing consumers' preferences for apple attributes in Tirana, Albania. *International Food and Agribusiness Management Review*, 15(4).

UNSTAT (2017). Baza e të dhënave për tregtinë ndërkombëtare. <https://comtrade.un.org/data/>

UNSTAT (2018). Baza e të dhënave për tregtinë ndërkombëtare. <https://comtrade.un.org/data/>

Verçuni, A., Zhllima, E., Imami, D., Bijo, B., Hamiti, X., & Bicoku, Y. (2016). Analysis of consumer awareness and perceptions about food safety in Tirana, Albania. *Albanian Journal of Agricultural Sciences*, 15(1), 19.

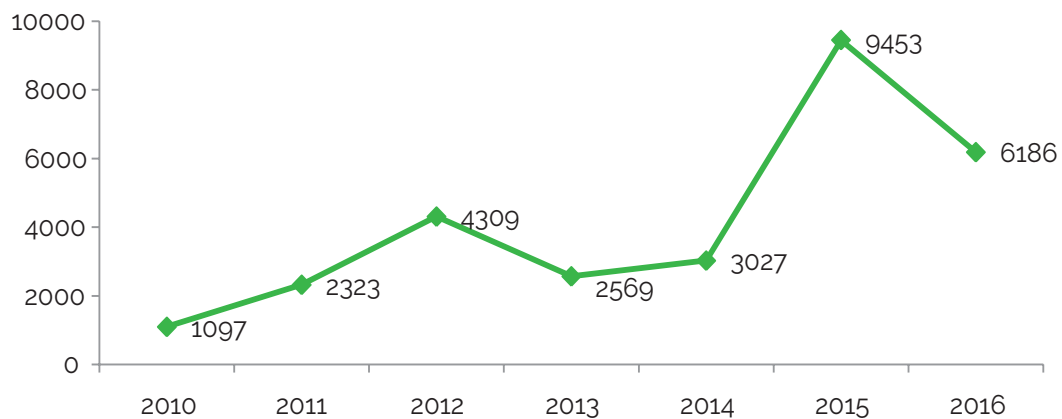
Zhllima, E., Imami, D., & Canavari, M. (2015). Consumer perceptions of food safety risk: Evidence from a segmentation study in Albania. *Journal of Integrative Agriculture*, 14(6), 1142-1152.

Zhllima, E., Imami, D., & Merkaj, E. (2012). Food consumer trends in post socialist countries: the case of Albania. *Economia agro-alimentare*.

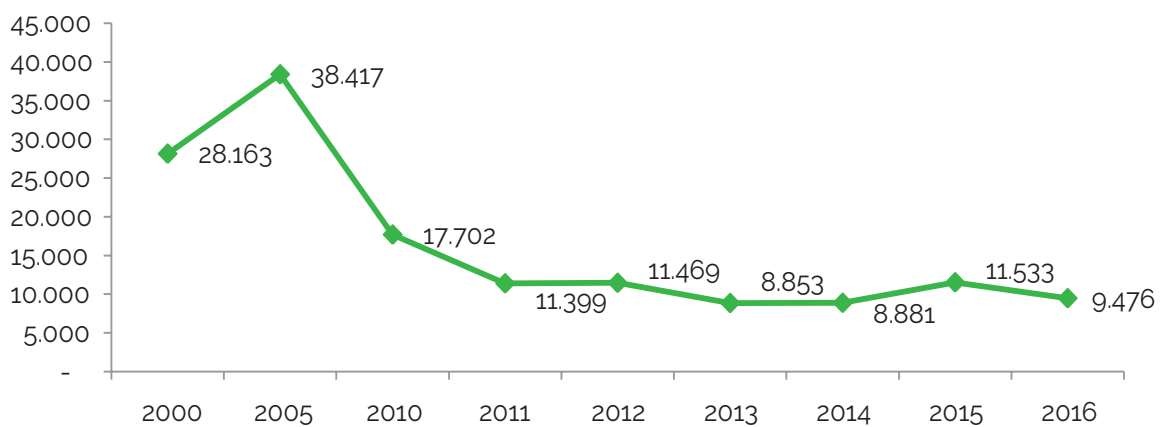
Tabela A 2: Tendencat e rendimentit të prodhimit të mollës në botë (tonë/ha)

Shteti	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Shqipëri	5	5	14	21	23	24
Mali i Zi	:	:	21	20	20	32
Serbi	:	:	10	14	15	14
Maqedoni	9	9	9	10	10	10
BE	19	19	20	24	24	24
Bota	11	13	15	17	17	17
Evropa	11	11	14	18	17	17
Evropa Lindore	5	7	8	12	12	13
Evropa Jugore	20	21	22	26	24	24
Evropa Perëndimore	35	40	40	41	41	38

Burimi: FAOSTAT (2018)

Figura A 1: Dinamikat e eksporteve shqiptare të mollës

Burimi: UNSTAT (2017)

Figura A 2: Dinamikat e importeve të mollëve në Shqipëri

Burimi: UNSTAT (2017)

Tabela A 3: Struktura e eksporteve mujore të mollës (2017)

Shteti	Jan	Shku	Mar	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Serbi	4%	5%			39%	39%	32%	51%
Kosovë	33%	17%	4%	29%	12%	28%	40%	38%
Bullgari	43%	74%	72%		8%	2%		
Totali (tonë)	509	431	302	46	1,947	3,689	902	683

Burimi: EUROSTAT (2018)

Tabela A 4: Struktura e eksporteve mujore të mollës (2017)

Shteti	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Itali	60%	59%	51%	55%	57%	70%	53%	78%	73%	47%	30%	49%
Greqi	39%	39%	48%	45%	43%	30%	23%	13%	27%	25%	70%	51%
Totali (tonë)	577	1,193	2,413	4,183	2,405	751	163	66	34	27	134	481

Burimi: EUROSTAT (2018)

Tabela A 5: Konsumi i mollëve në Shqipëri dhe në vende dhe rajone të tjera në botë (kg/frymë)

Shteti	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Shqipëri	12,2	15,0	21,6	22,1	23,6	24,6
Mali i Zi	:	:	53,2	43,4	22,2	20,9
Serbi	:	:	5,3	4,8	13,2	23,4
Maqedoni	10,7	15,1	5,2	13,9	11,9	7,3
Bota	7,8	8,6	9,1	9,4	9,9	10,1
BE	26,3	22,2	18,0	17,6	17,5	18,4
Evropa	20,1	20,4	18,1	18,0	18,5	19,2
Evropa Lindore	15,1	17,7	18,0	18,0	19,8	19,0
Evropa Jugore	19,2	18,1	14,2	13,2	13,0	15,8
Evropa Perëndimore	27,9	22,3	17,9	18,7	17,5	19,8

Burimi: FAOSTAT (2018)

Tabela A 6: Shpërndarja e fermave të mollës sipas përmasës dhe qarkut

	3 deri në 5 dn	6 deri në 10 dn	11 deri në 20 dn	21 deri në 50 dn	Totali	% për qark
Berat	12	3	1	0	16	2,8
Dibër	105	47	8	3	163	28,5
Durrës	10	14	2	0	26	4,6
Elbasan	4	3	0	0	7	1,2
Fier	0	0	2	1	3	0,5
Gjirokastër	1	0	0	0	1	0,2
Korçë	21	141	106	19	287	50,3
Kukës	11	8	2	0	21	3,7
Lezhë	6	5	2	0	13	2,3
Shkodër	3	2	0	0	5	0,9
Tiranë	11	11	1	0	23	4,0
Vlorë	1	1	3	1	6	1,1
Totali	185	235	127	24	571	100,0
% sipas përmasës	32,4	41,2	22,2	4,2	100	

Burimi: Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural