

STUDIM PËR SEKTORIN E PERIMEVE TË SERRËS

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 PERSPEKTIVAT E SEKTORIT TË PERIMEVE TE SERRËS.....	11
3.1. Tendencat e prodhimit.....	11
3.2 Tendencat e tregtisë ndërkombëtare.....	15
3.3. Tregu.....	20
4. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE AKTORËT KRYESORË	24
4.1. Struktura e zinxhirit të vlerës dhe profili i aktorëve	24
4.2. Flukset në zinxhirin e vlerës dhe koordinimi i zinxhirit.....	28
5. PROCESET E TEKNOLOGJISË SË PRODHIMIT	29
6.ANALIZA SWOT DHE NEVOJAT PËR FINANCIM.....	31
6.1. Strategjia bazuar në analizën SWOT	31
6.2. Nevojat për financim	32
7. PËRFUNDIME.....	36
8. BIBLIOGRAFIA	38
9. SHTOJCAT.....	39

LISTA E FIGURAVE

Figura 1: Dinamikat e prodhimit të perimeve sipas llojit në Shqipëri (000 tonë)	12
Figura 2: Shpërndarja e prodhimit të perimeve të freskëta sipas qarkut (2016).....	14
Figura 3: Shpërndarja e sipërfaqes së kultivuar me serra sipas qarkut (2016).....	14
Figura 4: Struktura e eksporteve të perimeve (vlerë) (2016).....	16
Figura 5: Dinamikat e eksporteve shqiptare të domates.....	16
Figura 6: Dinamikat e importeve shqiptare të domates.....	17
Figura 7: Dinamikat e eksporteve shqiptare të kastravecit.....	18
Figura 8: Dinamikat e eksporteve shqiptare të kastravecit.....	18
Figura 9: Skema e zinxhirit të vlerës së domates dhe kastravecit të serrës.....	24

LISTA E TABELAVE

Tabela 1: Ecuria e prodhimit të perimeve	11
Tabela 2: Dinamikat e sipërfaqes me serra (Ha) në Shqipëri.....	11
Tabela 3: Tendencat e prodhimit të domates në botë (000 tonë).....	12
Tabela 4: Tendencat e prodhimit të kastravecit në botë (000 tonë).....	13
Tabela 5: Tregtia ndërkombëtare e perimeve në Shqipëri (000 USD).....	15
Tabela 6: Bilanci tregtar i domates sipas vitit.....	17
Tabela 7: Bilanci tregtar i kastravecit sipas vitit	18
Tabela 8: Eksportet e domateve sipas vendit (2017).....	19
Tabela 9: Importet e domateve sipas vendit (2017)	19
Tabela 10: Eksportet e kastravecit sipas vendit (2017).....	19
Tabela 11: Importet e kastravecit sipas vendit (2017)	19
Tabela 12: Eksportet e domates sipas muajve (2017).....	20
Tabela 13: Importet e domates sipas muajve (2017).....	20
Tabela 14: Eksportet e kastravecit sipas muajve (2017).....	20
Tabela 15: Importet e kastravecit sipas muajve (2017).....	20
Tabela 16: Performanca e eksporteve të domates dhe kastravecit të serrave	21
Tabela 17: Bilanci i ofertës të domates në Shqipëri (000 tonë).....	21
Tabela 18: Bilanci i ofertës të kastravecit në Shqipëri (000 tonë).....	22
Tabela 19: Fermerët që kryejnë analizë të tokës ose ujit.....	23
Tabela 20: Fermat e domates dhe kastravecit të serrës me orientim tregu (mbi 0.2 Ha), për 2017.....	25
Tabela 21: Kalendar i proceseve të prodhimit të domates.....	29
Tabela 22: Kalendar i proceseve të prodhimit të kastravecit.....	30
Tabela 23: Disponueshmëria në treg e domates dhe kastravecit të serrës të prodhuar në vend.....	30
Tabela 24: Sektori i domates dhe kastravecit të serrës Strategjia për analizën SWOT	31
Tabela 25: Nevojat e financimit për investime	33
Tabela 26: Rajonalizimi i skemave kombëtare të subvencionimit.....	39
Tabela 27: Shpërndarja e fermave të domates dhe kastravecit të serrave me orientim tregu sipas qarqeve.....	40

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE

Prodhimi i perimeve është një nga (nën)sektorët bujqësorë kryesorë dhe me rritjen më të shpejtë në Shqipëri - perimet zënë më shumë se 1/5 e eksporteve agrourbushqimore, ku domatja dhe kastraveci i serrave janë dy produkte kyçe në shportën e prodhimit dhe eksporteve. Konsumi vendas dominohet nga prodhimi vendas - ndërkohë që ka një suficit tregtar strukturor (një nga të paktët nënsektorë agrourbushqimorë ku Shqipëria shënon një suficit tregtar). Zinxhiri i vlerës së perimeve të serrës (domate dhe kastravec) konsiderohet një sektor me përparësi duke pasur parasysh potencialin e tyre për eksport.

Prodhimi i perimeve të serrës ka shënuar një trend rritjeje të konsiderueshme. Sipërfaqja e mbjellë me perime të serrës është trefishuar gjatë periudhës 2000-2016; edhe prodhimi, që ka arritur në 119 000 tonë në vitin 2016, është trefishuar krahasuar me vitin 2000. Eksporti nga prodhimi i serrave është rritur ndjeshëm gjatë viteve të fundit, ndërsa në fillim të viteve 2000 ai pothuajse nuk ekzistonte fare. Është me interes të theksohet se Shqipëria është një aktor rajonal për prodhimin e këtyre dy perimeve. Duhet theksuar ndërkaq se eksporti i domates dhe kastravecit ndodh në kushtet e një kërkesë ndërkombëtare të qëndrueshme për këto produkte (kërkesë e stabilizuar, as në rritje, as në rënie). Domatja dhe kastraveci shqiptar zakonisht eksportohen me çmime shumë më të ulëta krahasuar me vende të tjera të Evropës përfshi ato të BE-së - kjo lidhet kryesisht me mangësitë në standarde, gjurmueshmëri dhe në organizimin e zinxhirit të vlerës.

Objekti i këtij studimi është të japë një panoramë të përgjithshme të sektorit të perimeve të serrave në Shqipëri, duke u fokusuar te domatja dhe kastraveci, 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 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 (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 IMF-të (institucionet mikrofinanciare) 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 angazhuara 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 me 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 fusha të 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 përshtetëse, 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.

Ky studim informon institucionet financiare për mundësitë e investimit në sektorin e perimeve të serrës. Me qëllim që të arrihen të ardhura të larta dhe tregje tërheqëse (shpërblyese), kërkohet mbështetje me investime në infrastrukturën e marketingut dhe cilësisë, duke përfshirë qendrat e ambalazhimit. Ambientet frigoriferike nevojiten për të ruajtur cilësinë në rast eksporti drejt shteteve të BE-së/tregjeve me të ardhura të larta. Nevojiten gjithashtu investime në kapacitetet e magazinimit dhe mekanizimin brenda pikave të grumbullimit. Në nivel ferme, investimet për ndërtimin e serrave përbëjnë investimin kryesor. Vlerësimet e ekspertëve tregojnë se ka ende mundësi të mëdha për të rritur sipërfaqet me serra. Me qëllim që Shqipëria të shfrytëzojë potencialin e saj, sipërfaqja me serra mund të rritet në 5000 ha (madje edhe më shumë, bazuar në mendimet e ekspertëve) nga baza e ulët aktuale (e prodhimit) prej 1500 ha. Ndërkohë që serrat e thjeshta kanë treguar se janë më efikase se serrat me ngrohje, veçanërisht për shkak të kostos së lartë të lëndës djegëse (që lidhet me politikat fiskale), ekziston një potencial që mund të eksplorohet për instalimin e sistemeve të ngrohjes me biomasë në serrat me ngrohje qendrore (që kërkon vlerësime të mëtejshme përfshi studime fizibiliteti). Instalimi i sistemeve automatikë të kontrollit të temperaturës/klimës në serat me ngrohje qendrore për të përmirësuar eficientësinë e energjisë mund të merret gjithashtu në konsideratë (për serrat me ngrohje).

Institucionet financiare gjithashtu mund të marrin në konsideratë që të ofrojnë kapital afatshkurtër për bizneset bujqësore dhe të eksplorojnë mundësinë e financimit të zinxhirit të vlerës. Ekziston një hendek kohor ndërmjet momentit që kryhen shpenzimet dhe shitjet në nivel ferme. Ndaj, ekziston një hapësirë kohore për kredi afatshkurtra për fermerët, të cilat mund të mbulohen nga bankat. Përveç kësaj, ekziston gjithashtu një mundësi për financim në zinxhirin e vlerës, veçanërisht në rastin kur blerësit janë edhe furnizues të inputeve. Me qëllim që "të kontrollojë" kultivarin e përshtatshëm për eksport (veçanërisht për tregjet e eksportit me çmime më të larta) dhe cilësinë e fidanit, blerësit-furnizuesit të inputeve i intereson që të krijojnë një marrëdhënie më të qëndrueshme (bazar në kontrata) me fermerin duke i ofruar atij fidanët, të cilët fermeri i paguan në momentin që dorëzon produktin.

Zinxhiri i vlerës i serrave konsiderohet si sektor me përparësi për qeverinë shqiptare bazuar në potencialin për eksport - sektori është përfshirë në të gjitha skemat e mbështetjes financiare publike, duke përfshirë skemat e fundit të mbështetjes. Politika aktuale për grante të pjesëshme ka implikime të rëndësishme për institucionet financiare - ata kanë mundësinë për të financuar investimet për investimin e 100% të shumës, nga e cila 50% mund të jetë kredi afatshkurtër (pjesa që duhet të rimbursohet nga granti pas përfundimit të investimit) dhe 50% kredi afatgjatë për pjesën që duhet të paguhet nga përfituesi.

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.

Sipërfaqja e mbjellë me perime të serrës është trefishuar gjatë periudhës 2000-2016; edhe prodhimi, që ka arritur në 119 000 tonë në vitin 2016, është trefishuar krahasuar me vitin 2000. Eksporti nga prodhimi i serrave është rritur ndjeshëm gjatë viteve të fundit, krahasuar me fillimin e viteve 2000 kur ai ishte ai pothuajse inekzistent. Eksportet e domates dhe kastravecit nxiten nga kërkesa ndërkombëtare e qëndrueshme për këto produkte. Është me interes të theksohet se Shqipëria është një aktor ndërkombëtar/rajonal për këto dy produkte. 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 (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 IMF-të (institucionet mikrofinanciare) 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, tregtarët me shumicë dhe me 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 fusha të tjera të zhvillimit institucional nga ekspertët ndërkombëtarë dhe lokalë.

Objektivat e studimit

Objekivi 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/potenciallet për investime.

Në mënyrë më specifike, studimi

- ofron një panoramë të përgjithshme të prirjeve 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 te "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 (ndërrhyrjeve) për institucionet financiare ose për përgatitjen e produkteve dhe shërbimeve financiare.

Metodologjia

Për të përmbushur objektivat e 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 përshkuese, analiza e trendeve (dinamike), analiza e tekstit dhe strategjia bazuar në analizën SWOT. Analiza e zinxhirit të vlerës është përdorur si kornizë e përgjithshme për analizën. Metodologjia përshkruhet më në detaje në seksionin në vijim.

Përdoruesit e synuar

Studimi është hartuar kryesisht për institucionet financiare, por ky raport studimor mund të shërbejë si mbështetje e dobishme edhe në 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 bankat. 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 dhe kostot përkatëse, 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/potencialet për investime, ndërsa seksioni në vijim përmban përfundimet dhe rekomandimet.

2. METODOLOGJIA

Përzgjedhja e sektorit

Studimi për zinxhirin e vlerës së perimeve të serrës, me fokus të veçantë domaten dhe kastravecin, është pjesë e një "pakete studimesh sektoriale" për të gjithë sektorët më të rëndësishëm të bujqësisë shqiptare. Për këtë arsye, faza e parë ka konsistuar në përcaktimin e përparësisë së sektorëve ose nënsektorëve apo (grupeve të) produkteve për të cilat ekziston kërkesa/potenciali më i lartë për rritje dhe investime - duke marrë në konsideratë potencialin e tregut për eksport ose potencialin për zëvendësimin e importeve. Dy grupe faktorësh janë marrë në konsideratë gjatë përpilimit të listës së 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 së perimeve të serrës (domate dhe kastravec) konsiderohet një sektor me përparësi duke pasur parasysh potencialin e tyre 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 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.

Mbledhja e të dhënave parësore është realizuar nga intervistat e thelluara gjysmë të strukturuar 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-strukturuar (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 PERSPEKTIVAT E SEKTORIT TË PERIMEVE TE SERRËS

3.1. TENDENCAT E PRODHIMIT

Është shënuar një përmirësim i performancës së sektorit të perimeve - veçanërisht në rastin e perimeve të serrës. Sipërfaqja me serra pothuajse është dyfishuar që nga viti 2005 (Tabela 1) - rritja e sipërfaqes me serra, shoqëruar me përmirësimin e teknologjive të prodhimit, ka çuar në një rritje të konsiderueshme të prodhimit, duke sjellë një suficit për perimet kryesore të prodhuara në serra (kryesisht domatet).

Tabela 1: Ecuria e prodhimit të perimeve

Kategoria	2000	2005	2010	2015	2016
Sipërfaqja e kultivuar me perime (000 ha)	33	33	31	37	39
- Sipërfaqja e kulturave e mbrojtur/me serra (ha)	462	650	828	1,243	1,405
Prodhimi i perimeve (000 MT)	620	685	860	1,030	1,129
- Nga të cilat: perime të serrës (MT)	39	59	66	108	119

Burimi: INSTAT (2018)

Sektori i serrave dominohet nga serrat pa ngrohje (me ngrohje diellore), shumica e të cilave janë thjesht serra me plastmasë - vetëm rreth 5% e sipërfaqes totale të serrave janë serra me ngrohje. Ka dy arsye për dominimin e serrave pa ngrohje: a) klima, e cila mundëson rreth 9 muaj në vit prodhim pa ngrohje (edhe pse gjatë kësaj periudhe kohore ka 3 muaj të cilat karakterizohen nga temperatura shumë të larta të cilat nuk janë optimale për prodhimin e serrave); dhe b) kostoja e lartë e lëndës djegëse, duke qenë se në Shqipëri nuk ka stimuj fiskalë për sa i përket subvencioneve ose tatimeve të zbutura për blerjen e lëndës djegëse që përdoret në sektorin bujqësor, duke përfshirë serrat (gjë e cila e rrit shumë koston e serrave me ngrohje dhe i bën jo konkurruese krahasuar me vendet e tjera të rajonit, të cilat kanë kosto shumë më të ulëta të lëndës djegëse që përdoret në bujqësi përfshi ngrohje). Për më tepër, shumica e serrave janë të vogla dhe drejtohen nga fermerë të vegjël me burime financiare të kufizuara, të cilët preferojnë investimet me kosto të ulët (që në këtë rast janë serrat me plastmasë pa ngrohje).

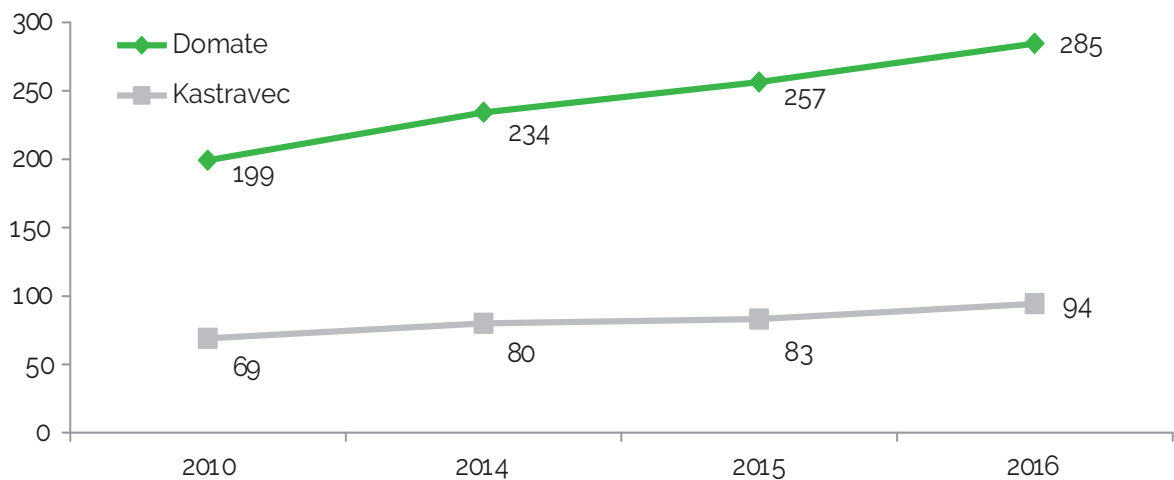
Tabela 2: Dinamikat e sipërfaqes me serra (Ha) në Shqipëri

Kategoria	2005	2010	2014	2015	2016
Serrat me ngrohje	35	57	55	70	71
me xham	11	16	14	15	19
me plastmasë	24	41	41	55	52
Serrat me ngrohje diellore	615	771	1030	1173	1334
me xham	81	80	60	46	47
me plastmasë	534	691	970	1127	1287
Sipërfaqja totale me serra	650	828	1085	1243	1405

Burimi: INSTAT (2017)

Produkti kryesor i perimeve të serrave është domatja, e ndjekur nga kastravec - zakonisht perimet e serrës mbillen dhe vilen dy herë në vit, shpesh në rotacion. Të gjitha perimet kryesore të serrës kanë shënuar rritje të prodhimit që nga viti 2010, veçanërisht domatja. Shumica e domateve dhe kastravecëve prodhohen në serra, ndërsa eksportet e këtyre produkteve bazohen pothuajse vetëm tek prodhimi i serrave.

Figura 1: Dinamikat e prodhimit të perimeve sipas llojit në Shqipëri (000 tonë)



Burimi: EUROSTAT (2018)

Në rastin e domates, prodhimi në Shqipëri tejkalon atë të vendeve të tjera në rajon (përveç Turqisë, e cila është një aktor rajonal i fuqishëm).

Tabela 3: Tendencat e prodhimit të domates në botë (000 tonë)

Shteti	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Shqipëria	162	152	199	234	257	285
Mali i Zi	:	:	8	2	4	4
Serbia	:	:	189	128	147	160
Maqedoni	135	117	168	161	173	162
BE	17,876	18,426	16,889	16,797	18,256	17,916
Bota	109,260	128,332	153,240	172,499	174,122	177,042
Evropë	21,250	22,579	21,768	22,630	24,350	24,170
Evropa Lindore	4,521	5,275	5,861	7,055	7,271	7,421
Evropa Jugore	14,826	15,315	13,861	13,423	14,941	14,568
Evropa Perëndimore	1,685	1,800	1,846	1,944	1,940	1,983

Burimi: FAOSTAT (2018)

Njësoj si në rastin e domates, edhe prodhimi i kastravecit në Shqipëri është më i lartë krahasuar me disa vende të tjera në rajon.

Tabela 4: Tendencat e prodhimit të kastravecit në botë (000 tonë)

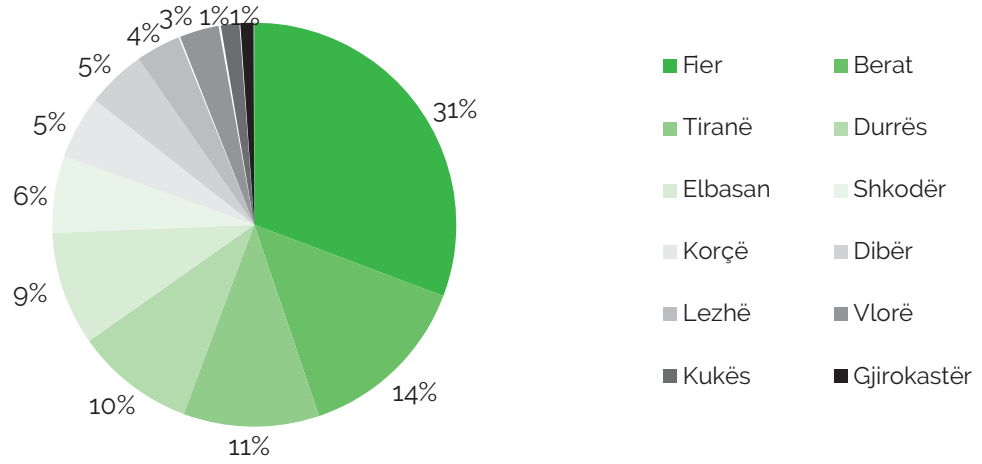
Shteti	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Shqipëria	30	55	69	80	83	94
Serbia	:	:	70	53	53	55
Maqedoni	27	36	47	48	67	53
BE	2,467	2,571	2,776	2,939	2,804	2,917
Bota	37,918	45,911	62,416	76,220	78,903	80,617
Evropë	4,364	4,789	5,373	6,150	6,173	6,393
Evropa Lindore	2,615	2,807	3,124	3,809	3,901	4,055
Evropa Jugore	722	915	1,131	1,213	1,201	1,264
Evropa Perëndimore	821	864	895	903	854	854

Burimi: FAOSTAT (2018)

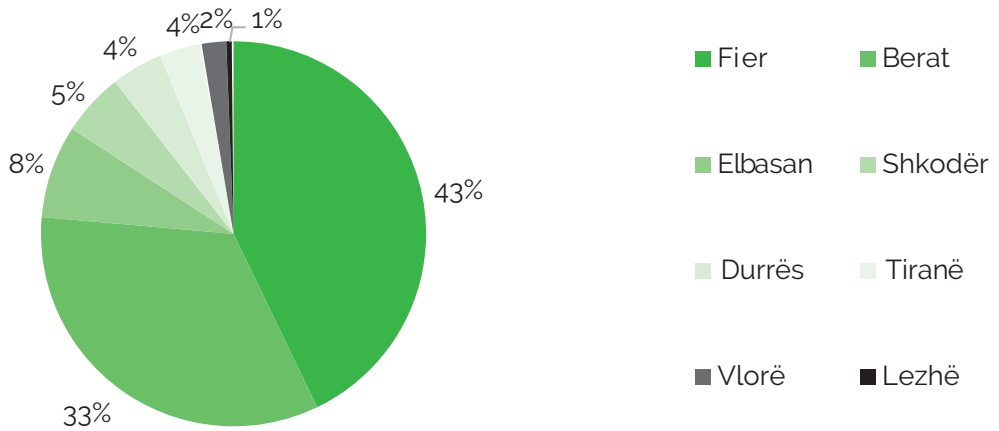
Rajonalizmi

Zona kryesore për prodhimin e perimeve në Shqipëri është zona bregdetare dhe kodrinore e Shqipërisë qendrore, duke përfshirë qarkun e Fierit dhe të Beratit, ku është përqendruar prodhimi në serra. Edhe shumica e industrisë së përpunimit ndodhet në këto zona. Zona të tjera të rëndësishme për prodhim janë Shkodra (perime të fushës), Korça (patate dhe perime të fushës).

Njësoj si me strukturën e prodhimit në serra, përqindja më e lartë e prodhimit total të perimeve të fushës sipas qarkut është po ashtu në Fier. Gjithashtu, përqendrimi më i konsiderueshëm i pikave të shitjes me shumicë mund të gjendet në Fier, përfshi tregun e shitjes me shumicë në Lushnjë, tregu më i madh në vend, tregu privat e shitjes me shumicë në Fier dhe tregun (privat) e shtijes me shumicës në Divjakë (tregtarët e shumicës përshkruhen në një seksion specifik në vijim të këtij raporti). Fieri (përfshirë Lushnjën) është gjithashtu qarku me sipërfaqen mesatare më të madhe të fermave dhe sipërfaqen mesatare më të madhe të parcelës. Përqendrimi i prodhimit në zona të caktuara vjen si rezultat i kushteve të favorshme natyrore, por edhe në sajë të traditës dhe shpërndarjes së njohurive teknike si edhe si funksion i preferencave dhe perceptimeve të konsumatorit - konsumatorët preferojnë produkte që vijnë nga qarqet me reputacion më të mirë për cilësinë (preferencat e konsumatorit janë përshkruar në vijim të këtij raporti). Njohuritë/ndërgjegjësimi e konsumatorëve në lidhje me cilësinë e lidhur me origjinën është një aspekt shumë pozitiv për tregun shqiptar, duke përfaqësuar një pikë të fortë dhe duke i dhënë avantazh të qartë prodhimit vendas në tregun e brendshëm.

Figura 2: Shpërndarja e prodhimit të perimeve të freskëta sipas qarkut (2016)

Burimi: INSTAT (2017)

Figura 3: Shpërndarja e sipërfaqes së kultivuar me serra sipas qarkut (2016)

Burimi: INSTAT (2017)

Kutia 1: Klasteri i prodhimit në Lushnjë

Lushnja (pjesë e qarkut të Fierit) shtrihet në një pozicion qendror strategjik. Në qarkun/rrethin e Lushnjës ekziston një traditë e fortë në prodhimin e perimeve që në kohën e ekonomisë së planifikuar.

Kushtet lejojnë të paktën dy cikle prodhimi perimesh në vit. Si në sezonin e parë, edhe atë të dytë, perimet kryesore që prodhohen në serrë janë domatet të ndjekura nga kastravecët.

Shpesh prodhimi në serra është nisur nga emigrantët e kthyer (kryesisht nga Greqia), të cilët janë kthyer në mes të viteve 1990 (si edhe më vonë) me kapital dhe njohuri teknike specifike në lidhje me prodhimin në serra. Këto nisma dolën të suksesshme dhe fitimprurëse dhe u përvetësuan shumë shpejt edhe nga fermerët fqinjë.

Gama e furnizimit të inputeve dhe shërbimeve u përmirësua (veçanërisht farërat, pesticidet dhe plehrat kimike) dhe me kalimin e kohës nisi dhe u përmirësua prodhimi i fidanëve cilësorë në vend. Furnizuesit kryesorë të inputeve në vend, si Agrokonit dhe Fidanishtja Bruka, kanë një prani të fortë në këtë zonë.

Burimi: Intervistat e ndryshme në terren

3.2 TENDENCAT E TREGTISË NDËRKOMBËTARE

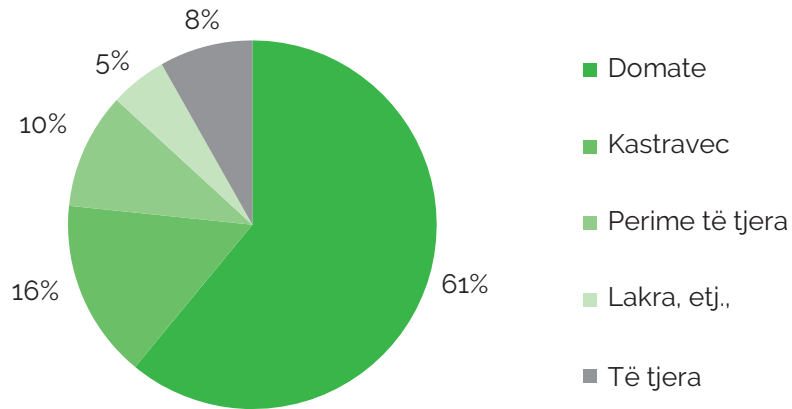
Sektori me performancën tregtare më të mirë brenda sektorëve agroushqimorë është ai i perimeve. Në sektorin e perimeve vihet re një rritje e konsiderueshme e eksporteve, nga pothuajse inekzistent në fillim të viteve 2000, në nivele të konsiderueshme gjatë viteve të fundit. Si rezultat i rritjes së nivelit të prodhimit dhe shtrirjes më të madhe (kohore) të kalendarit të prodhimit (p.sh. nëpërmjet rritjes së prodhimit në serra). Në vitin 2016 eksportet e perimeve arritën në pothuajse 40 milionë Euro (pothuajse 4 herë më të lartë se në vitin 2013). Perimet përfaqësojnë 21% të eksporteve totale nga sektori agroushqimor, duke shënuar një rritje (sukses) të konsiderueshëm po të krahasohet me nën 3% që ishte në vitin 2005.

Tabela 5: Tregtia ndërkombëtare e perimeve në Shqipëri (000 USD)

Kategoria	Eksporti	Importi	Eksport/ Import
2005	1,272	15,915	8%
2010	4,445	26,438	17%
2014	21,690	25,401	85%
2015	32,652	16,005	204%
2016	43,353	18,767	231%

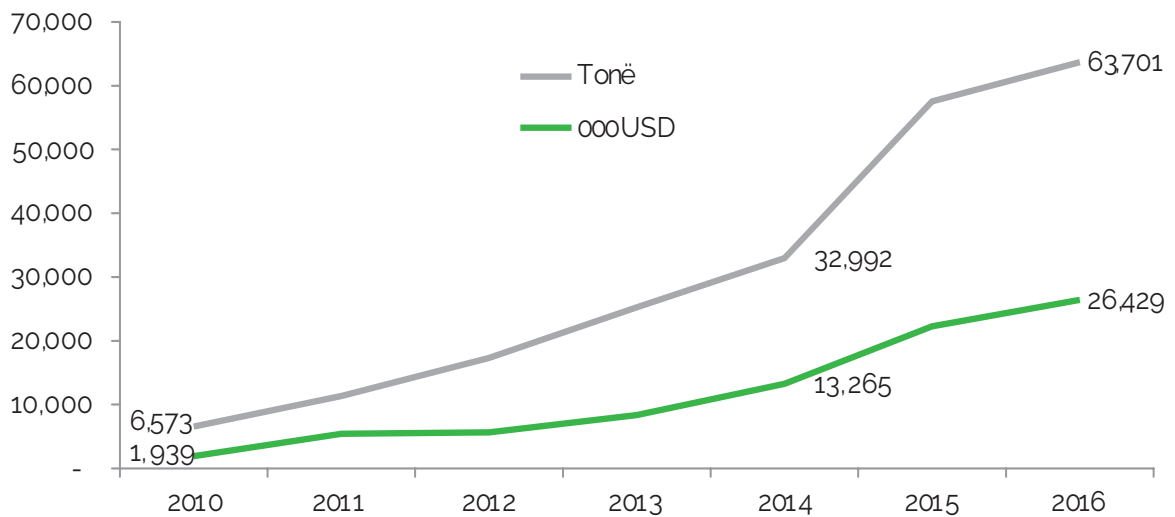
Burimi: UNSTAT (2018)

Domatja është një nga perimet më të eksportuara, e ndjekur nga kastraveci (shih figurën 4).

Figura 4: Struktura e eksporteve të perimeve (vlerë) (2016)

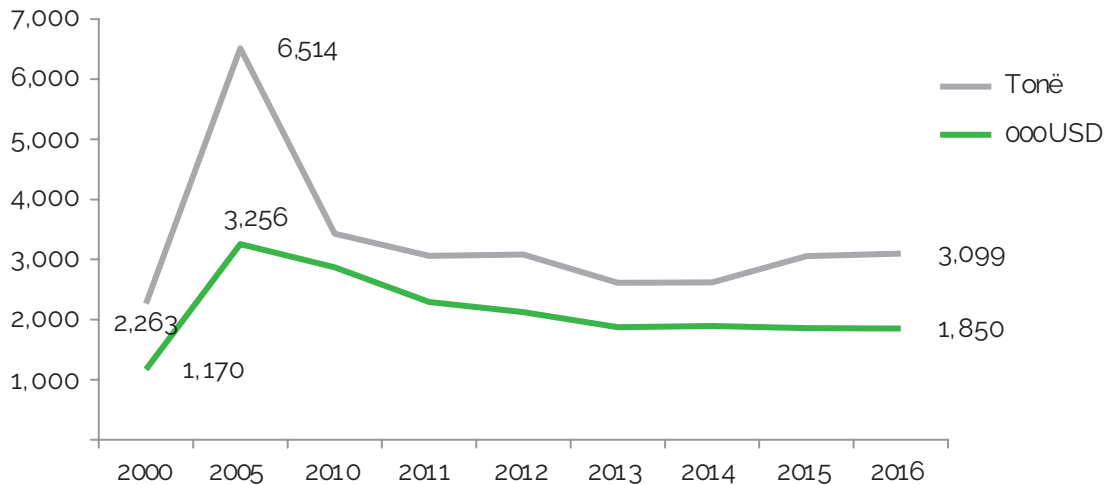
Burimi: UNSTAT (2018)

Eksporti i domateve ka pësuar rritje të konsiderueshme - duke u rritur me pothuajse 10 herë që nga viti 2010. Shtylla kryesore (e eksporteve) janë domatet e serrës (eksporti i domateve të fushës është shumë i ulët, për të mos thënë inekzistent).

Figura 5: Dinamikat e eksporteve shqiptare të domates

Burimi: UNSTAT (2018)

Importi i domateve është rritur gjatë viteve 2000 si rezultat i rritjes së kërkesës (e lidhur me rritjen e të ardhurave), megjithatë, ai ka pësuar një ulje në fund të viteve 2010 si rezultat i rritjes së prodhimit vendas (rritja e sipërfaqes/prodhimit në serra).

Figura 6: Dinamikat e importeve shqiptare të domates

Source: UNSTAT (2018)

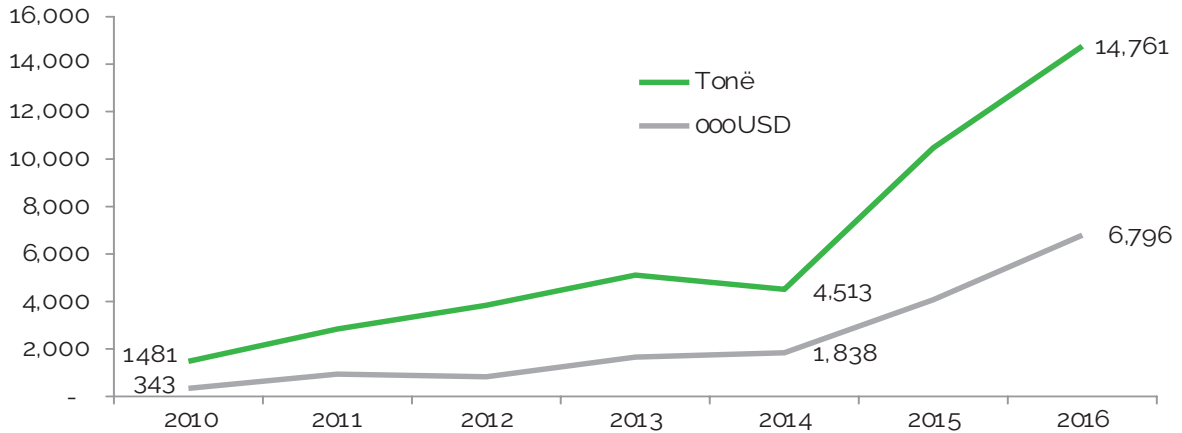
Çmimet e importit janë më të larta se çmimet e eksportit. Çmimet e importit janë më të larta, sepse ne importojmë kryesisht jashtë sezonit (psh. vende eksportuese që prodhojnë nga serrat me ngrohje). Çmimi i eksportit për domaten ka qenë 0,3 deri në 0,4 USD/kg, ndërsa çmimet e importit janë luhatur nga 0,5 në 0,8 USD/kg (Tabela 10). Ka disa arsye për çmimet e ulëta të deklaruar. Së pari, prodhimi shqiptar nuk është i standardizuar dhe rrallë herë është i certifikuar (p.sh., GlobalGAP) dhe zinxhiri i vlerës nuk është shumë i organizuar (nuk bazohet në kontrata) – ndaj shumica e perimeve të serrës shiten në rajon (p.sh. në vendet e Ballkanit Perëndimor ose në vendet e anëtarësuara së fundmi në BE si Rumania dhe Bullgaria, që kanë fuqi blerëse të ulët). Nga ana tjetër, mund të ketë një nënraportim (në dogana), po të merret në konsideratë informaliteti që karakterizon Shqipërinë dhe disa nga vendet e destinacionit (të përmendura më lart).

Tabela 6: Bilanci tregtar i domates sipas vitit

Viti	Eksporte			Importe		Eksport/ Import		Eksport/ Import
	USD 000	Ton	USD/ kg	USD 000	Ton	USD/ kg	Vlera	Pesha
2000	8	24	0,35	1,170	2,263	0,52	70%	1%
2005	36	123	0,29	3,256	6,514	0,50	1%	2%
2010	1,939	6,573	0,30	2,870	3,429	0,84	68%	192%
2014	13,265	32,992	0,40	1,891	2,621	0,72	701%	1259%
2015	22,252	57,547	0,39	1,856	3,055	0,61	1199%	1884%
2016	26,429	63,701	0,41	1,850	3,099	0,60	1428%	2055%

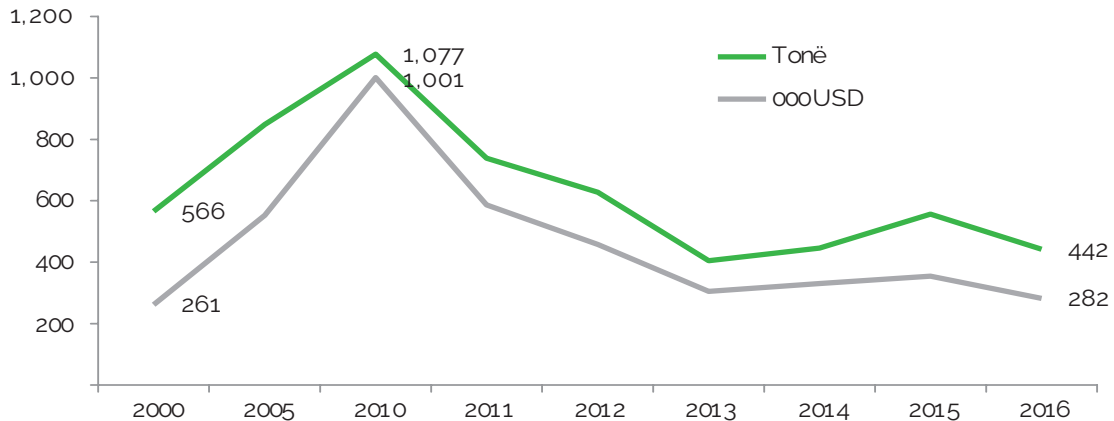
Burimi: UNSTAT (2018)

Njësoj si në rastin e domates, edhe eksporti i kastravecëve ka pësuar rritje të konsiderueshme - duke u rritur me pothuajse 10 herë që nga viti 2010.

Figura 7: Dinamikat e eksporteve shqiptare të kastravecit

Burimi: UNSTAT (2018)

Njësoj si në rastin e domates, edhe importi i kastravecëve është rritur gjatë viteve 2000 si rezultat i rritjes së kërkesës (e lidhur me rritjen e të ardhurave), megjithatë, ai ka pësuar një ulje në fund të viteve 2010 si rezultat i rritjes së prodhimit të brendshëm (rritja e sipërfaqes/prodhimit në serra).

Figura 8: Dinamikat e eksporteve shqiptare të kastravecit

Burimi: UNSTAT (2018)

Njësoj si në rastin e domates, edhe çmimet e importit për kastravecjin janë më të larta se çmimet e eksportit, për të njëjtat arsye (Tabela 7).

Tabela 7: Bilanci tregtar i kastravecit sipas vitit

Viti	Eksporte			Importe			Eksport/ Import	
	USD 000	Ton	USD/ kg	USD 000	Ton	USD/ kg	Vlera	Pesha
2000	:	:	:	261	566	0,46	:	:
2005	2	16	0,12	553	848	0,65	0%	2%
2010	343	1,481	0,23	1,001	1,077	0,93	34%	137%
2014	1,838	4,513	0,41	331	445	0,74	556%	1013%
2015	4,077	10,483	0,39	354	557	0,64	1152%	1883%
2016	6,796	14,761	0,46	282	442	0,64	2408%	3340%

Burimi: UNSTAT (2018)

Vendi kryesor i eksportit për Shqipërinë është Kosova e ndjekur nga Serbia, Bullgaria dhe Bosnja-Hercegovina. Për sa i përket importeve, Italia, Greqia dhe Turqia janë vendet kryesore.

Tabela 8: Eksportet e domateve sipas vendit (2017)

Domate	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Kosova	52%	10%		26%	27%	44%	34%	26%	23%	12%	11%	18%
Serbia	3%	53%	2%	28%	32%	28%	3%		9%	6%	6%	12%
Bullgari	27%		0%	7%	7%	5%	24%	17%	20%	18%	15%	11%
BiH	2%	17%	2%	16%	14%	13%	10%	11%	13%	5%	3%	4%
Total (tonë)	467	29	35	5,234	24,358	8,158	523	275	3,113	13,231	11,668	5,426

Burimi: EUROSTAT (2018)

Tabela 9: Importet e domateve sipas vendit (2017)

Domate	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Turqia	51%	51%	64%	28%								
Greqi	28%	35%	22%	31%	2%	1%	9%	36%	3%	10%	13%	36%
Italia	17%	13%	15%	34%	8%	2%	32%	64%	15%	12%	8%	28%
Serbia				7%	91%	52%			79%	77%	42%	36%
Total (tonë)	151	438	1,332	337	217	60	5	3	13	39	32	41

Burimi: EUROSTAT (2018)

Kosova është vendi kryesor i eksportit për kastravec, e ndjekur nga Maqedonia dhe Bullgaria. Për sa i përket importeve, Greqia është vendi/furnizuesi kryesor i kastravecit.

Tabela 10: Eksportet e kastravecit sipas vendit (2017)

Kastravec	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Serbia	7%	17%	36%	27%	38%	24%				11%	10%	24%
Kosova	56%	68%	24%	25%	9%	8%	56%	51%	6%	3%	3%	15%
IRJM			18%	19%	10%	9%			9%	6%	12%	18%
Bullgari			3%	6%	11%	3%		27%	29%	24%	31%	9%
Total (Tonë)	12	17	3,340	7,096	3,388	262	53	68	104	1,370	3,984	1,981

Burimi: EUROSTAT (2018)

Tabela 11: Importet e kastravecit sipas vendit (2017)

Kastravec	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Greqi	64%	76%	92%	1%		100%		100%	100%	1%		100%
Turqia	26%	23%	8%									
Serbia				99%	100%						80%	
Total (tonë)	115	120	20	9	31	0,03		0,1	0,0	3	8	4

Burimi: EUROSTAT (2018)

Shumica e eksporteve të domates bëhen gjatë periudhës prill-qershor (që përkon me sezonin e parë të prodhimit në serrë) dhe tetor-dhjetor (sezoni i dytë i prodhimit në serrë). Çmimet më të larta janë në muajt mars, prill dhe tetor.

Tabela 12: Eksportet e domates sipas muajve (2017)

Domate	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Sasia (tonë)	467	29	35	5,234	24,358	8,158	523	275	3,113	13,231	11,668	5,426
Vlera (000 Euro)	149	10	18	3,275	9,993	2,665	142	88	1,056	6,048	5,172	2,866
Çmimi (Euro/kg)	0,32	0,33	0,52	0,63	0,41	0,33	0,27	0,32	0,34	0,46	0,44	0,53

Burimi: EUROSTAT (2018)

Tabela 13: Importet e domates sipas muajve (2017)

Domate	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Sasia (tonë)	151	438	1,332	337	217	60	5	3	13	39	32	41
Vlera (000 Euro)	90	254	763	202	106	23	4	4	9	30	22	31
Çmimi (Euro/kg)	0,60	0,58	0,57	0,60	0,49	0,38	0,82	1,48	0,66	0,76	0,69	0,77

Burimi: EUROSTAT (2018)

Shumica e eksporteve të kastravecit kryhen gjatë periudhës mars-maj dhe tetor. Çmimet më të larta janë gjatë muajve mars, prill (çmimet janë edhe më të larta gjatë janarit dhe shkurtit, por vëllimet e eksportit janë të ulëta gjatë këtyre muajve).

Tabela 14: Eksportet e kastravecit sipas muajve (2017)

Kastravec	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Sasia (tonë)	12	17	3,340	7,096	3,388	262	53	68	104	1,370	3,984	1,981
Vlera (000 Euro)	6	11	1,553	2,991	956	82	12	16	37	542	1,607	1,001
Çmimi (Euro/kg)	0,48	0,62	0,46	0,42	0,28	0,31	0,22	0,24	0,35	0,40	-0,40	0,51

Burimi: EUROSTAT (2018)

Shumica e importeve të kastravecit kryhen gjatë periudhës janar-shkurt (për shkak të prodhimit të kufizuar në serrat me ngrohje në Shqipëri).

Tabela 15: Importet e kastravecit sipas muajve (2017)

Kastravec	Jan	Shku	Mar	Pri	Maj	Qer	Korr	Gush	Shta	Tet	Nën	Dhje
Sasia (tonë)	115	120	20	9	31	0,0		0,06	0,02	3	8	4
Vlera (000 Euro)	70	73	12	4	6	0,0		0,1	0,1	2	3	2
Çmimi (Euro/kg)	0,61	0,61	0,59	0,40	0,20	1,68		1,68	2,39	0,66	0,41	0,61

Burimi: EUROSTAT (2018)

3.3. TREGU

3.2.1. Tregu ndërkombëtar

Ndërkohë që Shqipëria ka një deficit tregtar të konsiderueshëm për shumicën e produkteve bujqësore, ajo ka një bilanc tregtar pozitiv për domaten dhe kastravecin që arrin në 24,6 milionë USD dhe 6,5 milionë USD për domaten dhe kastravecin respektivisht. Rritja vjetore e eksporteve nga viti 2012 deri në vitin 2016 për domaten është 50% dhe për kastravecin 67% (Tabela 16).

Tabela 16: Performanca e eksporteve të domates dhe kastravecit të serrave

Emërtimi i produktit	Vlera që eksportohet në etiketën e produktit 2016 (mijë USD)	Bilanci tregtar 2016 (mijë USD)	Vlera e rritjes vjetore 2012-2016 (%)	Vlera e rritjes vjetore 2015-2016 (%)	Rritja vjetore e importeve ndërkombëtare 2012-2016 (%)	Renditja në eksportet botërore
Të gjitha produktet	1962117	-2707173	-2	2	-4	133
Produktet bujqësore	196002	-478351				
Domate	26429	24579	50	19	-1	24
Kastravecë dhe kastravecë të vegjël	6796	6514	67	67	1	29

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

Eksportet e domates dhe kastravecit ndodhin në kushtet e një kërkesë ndërkombëtare e qëndrueshme për këto produkte. Është me interes të tregohet se Shqipëria "dalohet" si aktore ndërkombëtare për këto dy perime - ajo renditet e vendin e 24-t për eksportin e domates dhe në të 29-in për eksportin e kastravecit.

3.2.2. Tregu i brendshëm

Struktura e furnizimit të tregut

Tregu i brendshëm dominohet nga prodhimi vendas - përqindja e importit krahasuar me ofertën vendase (që është tregues i konsumit dhe llogaritet duke mbledhur prodhimin vendas me importin dhe duke zbritur eksportet) është shumë modeste, përkatësisht 1-2%. Ndërkohë që tregu vendas mbetet tregu kryesor për prodhimin vendas, përqindja e prodhimit të domates që shkon për eksport është rritur në mënyrë të konsiderueshme.

Tabela 17: Bilanci i ofertës të domates në Shqipëri (000 tonë)

Kategoria	2005	2010	2015	2016
Prodhimi	152,0	199,3	256,5	284,6
Importi	6,5	3,4	3,1	3,1
Eksporti	0,1	6,6	57,5	63,7
Oferta	158,4	196,1	202,0	224,0
Importi/oferta	4,1%	1,7%	1,5%	1,4%
Eksporti/prodhimi	0,06%	3,3%	22,4%	22,4%

Burimi: Përlllogaritje të autorëve bazuar në të dhënat nga INSTAT, EUROSTAT dhe UNSTAT (2018)

Edhe në rastin e kastravecëve, përqindja që zënë importet në konsumin e brendshëm ka qenë e ulët dhe është ulur më tej ndërkohë që përqindja që zënë eksportet në prodhimin total është rritur në mënyrë të konsiderueshme.

Tabela 18: Bilanci i ofertës të kastravecit në Shqipëri (000 tonë)

Kategoria	2005	2010	2015	2016
Prodhimi	55,0	69,0	83,0	94,3
Importi	0,8	1,1	0,6	0,4
Eksporti	0,02	1,5	10,5	14,8
Oferta	55,8	68,6	73,1	80,0
Importi/oferta	1,4%	1,6%	0,8%	0,6%
Eksporti/prodhimi	0,04%	2,1%	12,6%	15,7%

Burimi: Përllogaritje të autorëve bazuar në të dhënat nga INSTAT, EUROSTAT dhe UNSTAT (2018)

Kërkesa dhe preferencat e konsumatorit

Pas kalimit në ekonominë e tregut që ka nisur në fillim të viteve 1990, kërkesa e konsumatorëve shqiptarë për perime është rritur ndjeshëm. Si pjesë e liberalizimit të tregtisë dhe kombinimit të kapaciteteve të zgjeruara të shitjes, prodhimit dhe magazinimit/pas vjeljes dhe me rritjen e të ardhurave dhe standardit të jetesës së popullsisë shqiptare, konsumi i perimeve është rritur më shumë se dyfishi në fund të viteve 2000, po të krahasohet me periudhën përpara tranzicionit. Në fakt, rritja e kapaciteteve të prodhimit të brendshëm dhe magazinimit ka shërbyer për rritjen e konsumit, duke i vënë konsumatorit në dispozicion produkte të freskëta për periudha më të gjata kohore me kosto/çmime më të ulëta¹.

Siç tregohet më lart, konsumi dominohet nga prodhimi vendas. 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 nga origjina (vendase kundrejt importeve). Përgjithësisht, ka një preferencë të madhe të konsumatorëve për produktet ushqimore vendase. Gjithashtu, brenda grupit të produkteve vendase, ka dallime të konsiderueshme në perceptimet brenda Shqipërisë bazuar në rajonin e prodhimit. Shumica e konsumatorëve e konsiderojnë rajonin/zonën e origjinës si të rëndësishme ose si shumë të rëndësishme kur vendosin të blejnë produkte shqiptare. Kushtet natyrore dhe materiali gjenetik (bimët) mund të perceptohen se lidhen me origjinën e produkteve të preferuara rajonale². Shumica e konsumatorëve shqiptarë i konsiderojnë produktet organike si më të sigurta dhe më të shëndetshme se produktet e tjera. Megjithatë, shumica e konsumatorëve nuk kanë njohuri për (kërkesat për) çertifikimin 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 shëndetit paraqesin një avantazh të rëndësishëm për prodhimin e ushqimeve organike dhe mund të kapitalizohen në promovimin e tregtimit të tyre nga prodhuesit/tregtarët³. Në rastin e domateve, një studim i kohëve të fundit⁴ ka treguar një preferencë dhe dëshirë të lartë të konsumatorëve shqiptarë për të paguar një çmim të lartë për domatet organike.

Zhvillimi i certifikimit organik mund të nxisë kërkesën për investime të reja.

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

2 Imami, D., Skreli, E., Zhllima, E., Cela, A., & Sokoli, O. (2015). Consumer preferences for typical local products in Albania. *Economia agro-alimentare*.

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*.

4 Skreli, E., Imami, D., Chan, C., Canavari, M., Zhllima, E., & Pire, E. (2017). Assessing consumer preferences and willingness to pay for organic tomatoes in Albania: a conjoint choice experiment study. *Spanish Journal of Agricultural Research*, 15(3).

Standardet

Në të gjithë pjesën e poshtme të zinxhirit të vlerës ushqimore ka mangësi të standardeve të 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 për konsumatorët. Problemet në sistemin bujqësor të shëndetit dhe sigurisë ushqimore janë identifikuar nga disa studime të ndryshme⁵. Standardi i sigurisë ushqimore është një shqetësim kryesor i perceptuar nga konsumatorët shqiptarë. Studime të ndryshme^{6 7} dokumentojnë/theksojnë shqetësimet e konsumatorëve të zakonshëm për sigurinë ushqimore. Pavarësisht ndryshimeve ligjore dhe institucionale, shumë fermerë nuk janë të informuar ose të ndërgjegjësuar në lidhje me standardet. Në fakt, gjatë intervistave në terren janë raportuar raste të ngarkesave me perime të serrave që janë kthyer mbrapsht nga vendet e BE-së për shkak të mbetjeve të larta të pesticideve, gjë e cila ka shkaktuar një dëm financiar të konsiderueshëm për tregtarët/eksportuesit.

Një vërtetim i kryer në vitin 2017 me fermerët që kultivojnë perime në serra (si edhe shalqi) zbuloi se vetëm 1/4 e fermerëve kanë kryer një analizë të ujit ose të dheut. Kjo është shqetësuese po të merret parasysh se investimet, veçanërisht në rastin e serrave, janë të konsiderueshme, ndërkohë që kripëzimi i tokës është një shqetësim kryesor në zonat ku janë përqendruar serrat. Si rezultat, shumë ferma karakterizohen nga një performancë e ulët për sa i përket rendimentit dhe cilësisë së prodhimit, që ndikon edhe performancën në treg⁸.

Tabela 19: Fermerët që kryejnë analizë të tokës ose ujit

Kategoria	Dheu		Uji	
	Shpeshësia	Përqindja	Shpeshësia	Përqindja
Po	104	26%	107	27%
Jo	297	74%	291	73%
Totali	401	100%	398	100%

Burimi: ISETN (2017)

Presioni në rritje nga nga "tregu i eksporteve" dhe përafrimi me legjislacionin e BE-së për të përmirësuar standardet, nënkupton kërkesë në rritje për investime të konsiderueshme përgjatë zinxhirit të vlerës për të përmbushur standardet. Fushatat e ndërgjegjësimit të kombinuara me përpjekjet për një zbatim më rigoroz të ligjit dhe disponueshmëria e stimujve financiarë do të rriste shumë gjasat për t'i rritur këto investime në nivel ferme, tregtari dhe përpunuesi.

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.

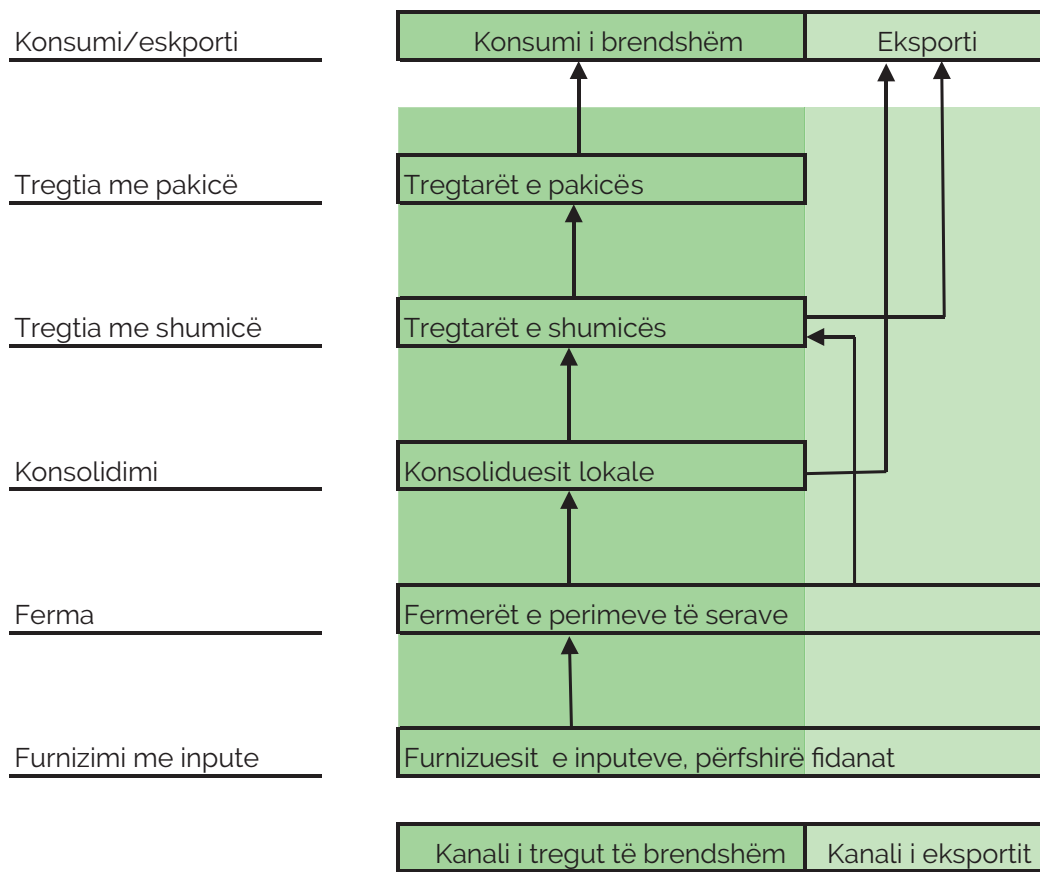
8 ISETN (2017). National Economic Potentials of Contract Farming and Agriculture Cooperation in Albania, report prepared for GIZ.

4. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE AKTORËT KRYESORË

4.1. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE PROFILI I AKTORËVE

Figura 9 në vijim identifikon në mënyrë skematike aktorët e zinxhirit të vlerës së domates dhe kastravecit të serrave dhe kanalet kryesore përmes të cilëve këto produkte qarkullojnë nga fermerët te konsumatori fundor.

Figura 9: Skema e zinxhirit të vlerës së domates dhe kastravecit të serrës



Burimi: Përgatitur nga autorët

Katër kategoritë kryesore të aktorëve në zinxhirin e vlerës së perimeve të serrës janë furnizuesit e inputeve, fermerët që prodhojnë në serra, konsoliduesit lokalë dhe shitësit me shumicë. Në vijim përshkruhet profili i aktorëve që pasohet nga flukset dhe koordinimi i këtij zinxhiri.

Furnizuesit e inputeve

Furnizuesit e inputeve përbëjnë një aktor/nyje të rëndësishme në sektorin e perimeve të serrës. Ata furnizojnë fermerët me inpute (farëra, plehra kimike dhe pesticide), por janë gjithashtu një burim i rëndësishëm informacioni dhe këshillash. Ka tregtarë inputesh që kryejnë eksperimente (demonstrime) për përshtatjen e kultivarëve të ndryshme të perimeve. Disa tregtarë inputesh (kryesisht furnizues të fidanëve) janë edhe eksportues - në këtë rast ata prirën të vendosin marrëdhënie më të ngushta me fermerët duke u ofruar fidanë e duke blerë produktet e tyre, duke marrë kështu përsipër një rol të rëndësishëm koordinues.

Fermerët

Megjithëse sipërfaqet e kultivuara janë zakonisht të vogla, prodhimi i tyre vjetor është i lartë dhe pothuajse të gjithë janë të orientuar drejt tregut. Numri i fermerëve që kultivojnë në serra në Shqipëri është rritur në mënyrë të konsiderueshme gjatë dy dekadave të fundit, duke arritur në disa mijë (megjithëse nuk ka statistika të sakta). Ndërkohë që ka shumë ferma me nga 1 ose 2 dynym (përkatësisht 0,1 ose 0,2 Ha), vlerësime të mëparshme dhe gjykimet e ekspertëve tregojnë se fermat me serra, për të qenë konkurruese, duhet të jenë mbi 0,2 Ha.

Në vijim paraqitet një pamje e përgjithshme për këtë kategori fermash. Më shumë se gjysma e fermave mbi 2 dynym (përkatësisht 59%) kultivojnë në 2,1 dhe 5 dn serra dhe pjesa e mbetur kultivojnë në serra më të mëdha se 5,1 dn - ka 54 ferma me mbi 2 Ha (të cilat, pa diskutim, mund të konsiderohen si ferma të mëdha në kontekstin shqiptar).

Tabela 20: Fermat e domates dhe kastravecit të serrës me orientim tregu (mbi 0.2 Ha), për 2017

Kategoria e fermës	Totali	% sipas përmasës
2,1 deri në 5 dn	465	59%
5,1 deri në 10 dn	180	23%
10,1 deri në 20 dn	93	12%
mbi 20,1 dn	54	7%
Totali	792	100%

Burimi: Të dhëna nga MBZHR të përpunuara nga autorët.

Për sa i përket përqendrimit rajonal, Berati dhe Fieri janë qarqet më të specializuara për prodhimin në serra. Në Durrës, Elbasan dhe Tiranë kultivohen sipërfaqe të konsiderueshme me domate dhe kastravec të serrës, megjithëse shumë më pak se në dy qarqet më të specializuara (referojuni shtojcës). Industria e serrave në pjesën tjetër të qarqeve është e vogël.

Fermerët përdorin serrat pa ngrohje dhe me ngrohje, por siç është përmendur më lart, dominojnë serrat pa ngrohje (duke qenë se prodhimi i perimeve në serra me ngrohje nuk është fitimprurës në Shqipëri, përfshirë edhe për shkak të aspekteve fiskale). Shpesh fermerët e mëdhenj përdorin kimikate mbi nivelet e nevojshme dhe i shesin produktet e tyre ose me kontratë, ose në transaksionet e çastit në treg nëpërmjet konsoliduesve të cilët zakonisht e marrin prodhimin direkt nga ferma.

Konsoliduesit lokalë

Sipas intervistave me aktorë të zinxhirit të vlerës (të kryera nga autorët e këtij raporti), ka 23 konsolidues lokalë që funksionojnë në zonën e prodhimit në serra, përkatësisht në qarqet e Fierit dhe Beratit (bashkitë e Beratit, Kuçovës, Urës Vajgurore, Lushnjës, Divjakës dhe Fierit). Ata janë të vendosur kryesisht në zonën e prodhimit, grumbullojnë prodhimin nga fermerët dhe merren dhe me eksport (për të gjithë ata, perimet e serrës janë produktet e vetme ose të paktën kryesore që ata eksportojnë/shesin). Investimi tipik i konsoliduesve lokalë janë magazinat dhe mjetet e transportit. Shumica prej tyre nuk kanë magazina frigorifer dhe linja seleksionimi, pastrimi dhe ambalazhimi, me ndonjë përjashtim. Fermerët e intervistuar ankoheshin se konsoliduesit lokalë u imponojnë fermerëve çmime shumë të ulëta - fermerët e intervistuar dyshojnë se konsoliduesit kryesorë koordinohen mes tyre për të bërë presion për uljen e çmimeve, ndërsa fermerët, duke qenë të vegjël dhe të paorganizuar në kooperativa/grupe, nuk kanë fuqi të negociojnë për çmimin. Megjithatë, konsoliduesit shpjegojnë se ata blejnë nga fermerët me çmime të ulëta për shkak se në tregjet e eksportit shesin me çmime të ulëta zakonisht pa kontrata paraprake.

Shitësit me shumicë

Shitësit e mëdhenj me shumicë po bëhen një aktor kyç në zinxhirin e vlerave të perimeve të serrës. Ndërkohë që nuk ekziston një ndarje e qartë ndërmjet konsoliduesve lokalë dhe shitësve me shumicë të perimeve, mund të dallohen disa operatorë të mëdhenj e të konsoliduar që mund të quhen shitës (të mëdhenj) me shumicë. Doni Fruits, Tomato AL, Goga Import-Export, KoniShpk, Elkos, etj., përfshihen në këtë kategori. Ky grup operatorësh kanë investuar në asete më të mëdha dhe bashkëkohore (magazina më të mëdha, frigoriferë, linja seleksionimi, pastrimi dhe ambalazhimi, pajisje të mekanizuara ngarkimi dhe shkarkimi), kanë marrëdhënie më të qëndrueshme me fermerët dhe me blerësit ndërkombëtarë dhe kanë plane për investime të reja. Ka edhe raste ku shitësit e mëdhenj me shumicë janë edhe furnizues inputesh.

Kutia 2: Doni Fruit - një shitës me shumicë dhe eksportues lider në sektorin e frutave dhe perimeve

Historiku. Doni Fruit Albania, themeluar në bashkinë e Lushnjës përpara 8 viteve, është një kompani bijë e kompanisë mëmë Doni, themeluar në Ferizaj përpara 60 vjetësh. Biznesin e drejton brezi i tretë i familjes. Ajo e ka shtrirë veprimtarinë në Prishtinë, Ferizaj dhe Shkup. Kompania ka një rrjet për shitjen me pakicë të frutave dhe perimeve në Kosovë. Lushnja është qendra kryesore për Shqipërinë, por ajo ka pika grumbullimi për fruta të tjera dhe në zona të tjera prodhimi në Shqipëri. Ato drejtohen nga agjentë të Doni Fruits, të cilët janë punësuar nga shoqëria - Doni u jep pagën dhe qiranë për magazinën.

Produktet: Doni Fruits tregtor të gjitha llojet e frutave dhe perimeve që eksportohen nga Shqipëria, por eksportet kryesore janë perimet e serrës. Shoqëria ka markën e vet që quhet "Doni fruits".

Burimet:

Asetet aktuale: magazina e marrë me qira në Lushnjë ku ndodhen zyrat qendrore ka një sipërfaqe prej rreth 2000 metër katrorë. Kompania ka një frigorifer me një kapacitet prej 75 MT. Pika grumbullimi janë ngritur në disa zona të tjera prodhimi si Devoll (mollë), Samaticë (Berat për perime), Drenovicë (Berat për perime), Krutje (Lushnje për perime e shalqi), Mizë (Devoll për mollë), Mursi (Sarandë për agrume) dhe ka në plan që të hapë në Cërrik (për perimet e serrës dhe të fushës). Të gjitha magazinat në këto zona janë të marrë me qira dhe pronarët e magazinave janë punësuar/kontraktuar si punonjës. Asetet e tjera përfshijnë: një linjë seleksionimi dhe ambalazhimi për mollët, linjë ambalazhimi plastik për kastravecën, makineri të mekanizuara ngarkimi dhe shkarkimi, etj. Ata kanë edhe një sistem të integruar të teknologjisë së informacionit për të monitoruar të gjitha hollësitë (sasitë, çmimet, inventarët). Kompania ka instaluar edhe një sistem gjurmueshmërie që identifikon fermerët sipas produkteve.

Investimi i ri: Kompania planifikon të investojë në një projekt të ri të madh. Faza e parë e projektit përfshin ambientet frigoriferike, restorant për stafin etj. Shoqëria ka marrë lejet e nevojshme (p.sh. të ndërtimit) për të vazhduar me zbatimin. Ata mund të marrin në konsideratë burime të ndryshme financimi, siç është IPARD II.

Kanalet e marketingut: Shoqëria "Doni Fruits" shet pothuajse vetëm për eksport - ato që mbeten mund të shiten në vend. Shtrirja gjeografike e eksporteve është e gjerë. Për transportin e produkteve drejt destinacionit kontraktohen kompani të huaja transporti (kryesisht maqedonase).

Partnerët

Fermerët: Kompania ka kontrata me më shumë se 1500 fermerë - kontrata me shkrim tre vjeçare - të cilat shërbejnë si bazë për kryerjen e transfertave bankare. Pagesat bëhen vetëm me bankë. Pagesat bëhen 2-3 ditë deri në 2 muaj më vonë. Fermat e mëdha zakonisht presin për periudha më të gjata - ato më të voglat zakonisht kanë nevojë për pagesa më të shpejta. Kompania përdor kreditë afatshkurtra për të bërë pagesat. Ata u ofrojnë farat fermerëve dhe shpesh fermerët i prodhojnë vetë fidanët (kompania nuk shpërndan fidanë), dhe këto paguhen kur fermerët dorëzojnë produktin. Në këtë formë ata ofronin edhe plehrat, por kanë pasur probleme me pagesat, prandaj tani ofrojnë vetëm farat. Ata nuk kanë fermerë të certifikuar me GlobalGAP, por kanë si synim të angazhojnë fermerë të tillë në të ardhmen.

Blerësit: Megjithëse nuk kanë nënshkruar kontrata formale me blerësit ndërkombëtarë (përveç rasteve të veçanta), ata kanë vendosur dhe ruajnë marrëdhënie të qëndrueshme që i kanë qëndruar kohës. Shumë shpesh orientimi për varietetet/produktet vjen nga blerësit e huaj dhe këtë orientim ata ia përcjellin fermerëve.

Furnizuesit e inputeve: Doni Fruits bashkëpunon me një furnizues inputesh duke i dhënë atij akses në mjediset e saj. Kur fermerët shesin produktin, edhe ata kanë mundësi të blejnë inpute.

Konkurrentët: Në këtë zonë operojnë 23 eksportues perimesh. Secili kujdeset për biznesin e vet. Sipas intervistave me tregtarë të ndryshëm, mes tyre nuk ka asnjë bashkëpunim.

Faktorët e suksesit: Faktorët kryesorë të suksesit të kompanisë "Doni Fruits" përfshijnë: orientimin drejt tregut dhe marrëdhëniet e qëndrueshme me blerësit ndërkombëtarë, marrëdhëniet e funksionuese me fermerët bazuar në një interes reciprok, investimet në një teknologji të përditësuar dhe standardet e cilësisë së produktit.

Burimi: Përgatitur nga vetë autorët bazar në intervistat gjysmë të strukturuar.

4.2. FLUKSET NË ZINXHIRIN E VLERËS DHE KOORDINIMI I ZINXHIRIT

Flukest e produktit, të informacionit dhe ato financiare

Flukset e produktit. Në zinxhirin e vlerës së perimeve të serrës mund të vëzhgohen dy kanale të qarta, përkatësisht kanali i tregut të brendshëm dhe kanali i eksportit (referojuni figurës 9). Në *kanalin e tregut të brendshëm*, produkti i transportuar nga fermerët drejt mjediseve të konsoliduesve lokalë më pas transferohet nga këta të fundit në tregjet me shumicë dhe nga atje tek shitësit me pakicë. Ndonjëherë vetë fermerët e transportojnë produktin drejt tregjeve të shumicës. Në *kanalin e eksporteve*, fermerët ua shesin produktet konsoliduesve lokalë (që i marrin në fermë ose fermerët i transportojnë te blerësit, sipas rastit) ose të shitësve me shumicë dhe këta të fundit eksportojnë produktin. Në disa raste produkti dërgohet nga konsoliduesit lokalë ose shitësit me shumicë drejt tregut të destinacionit duke përdorur shërbimet e kompanive të transportit (kryesisht firma të huaja), ose importuesit vijnë dhe e blejnë produktin në mjediset e operatorëve vendas.

Flukset financiare. Marrëdhëniet financiare ndërmjet aktorëve në zinxhirin e vlerës zakonisht janë afatshkurtra, që do të thotë se pagesat e mëvonshme janë të rralla - tashmë furnizuesit e inputeve zakonisht nuk pranojnë pagesa të mëvonshme dhe fermerët kërkojnë që të paguhen në kohën e shitjes (ose brenda një periudhe kohore të shkurtër). Arsyeja për shmangien e pagesave të mëvonshme janë problemet e hasura në të shkuarën; disa furnizues inputesh ankohen se shumë fermerë u detyrohen shuma të mëdha parash (pagesa të vonuara) për inputet e furnizuara. Nisur nga kjo situatë, ka gjithashtu tregtarë të mëdhenj shumice që marrin kredi afatshkurtra për të paguar fermerët.

Flukset e informacionit. Tregtarët e inputeve përbëjnë një burim kryesor të informacionit dhe këshillave për fermerët dhe po ashtu shitësit me shumicë dhe - në një shkallë më të ulët - konsoliduesit lokalë. Furnizuesit e inputeve këshillojnë fermerët për të ushqyerit dhe mbrojtjen e bimëve, ndonjëherë vizitojnë fushat e fermerëve dhe ka edhe raste kur kryejnë edhe eksperimente në emër të kompanive ndërkombëtare të farërave/fidanëve në ferma të përzgjedhura. Këshillat e furnizuesve të inputeve mund të perceptohen si një konflikt i mundshëm interesi (atyre mund t'u interesojë që të nxisin fermerët që të mbipërdorin inputet për të shitur më shumë ose mund t'i orientojnë fermerët që të përdorin inputet nga të cilët ata kanë marzh më të lartë fitimi). Ndaj këshillat e dhëna nga blerësit mund të konsiderohen më të besueshme për fermerët për shkak se fermerëve dhe blerësve u intereson të prodhojnë në sasi dhe cilësi më të lartë.

Koordinimi i zinxhirit të vlerës

Kanali i eksportit (figura 9), mund të quhet edhe kanali i koordinuar i eksportit; kjo është veçanërisht e vërtetë kur përfshihen konsoliduesit/shitësit me shumicë, të cilat janë edhe ofrues të inputeve (kryesisht furnizuesit e fidanëve). Intervistat në terren (p.sh. me aktorë kryesorë si Samir Biri (Biti & Co), Ruzhdi Koni (AgroKoni) dhe Andon Rrapokushi (Doni Fruits)), tregojnë se konsoliduesit/shitësit me shumicë punojnë vazhdimisht dhe me një grup bërthamë fermerësh me të cilët kanë vendosur një marrëdhënie më të qëndrueshme; edhe pse ekziston një farë fleksibiliteti në marrëdhëniet me fermerët (ekzistojnë fermerë që hyjnë & shkëpusin marrëdhëniet me blerësit. Shpeshherë këta të shumicës i shesin inpute këtij grupi fermerësh kundrejt pagesave të mëvonshme, i ofrojnë këshillim dhe në fund blejnë prodhimin e fermerëve. Në raste të veçanta blerësit kanë lidhur kontrata me shkrim me fermerët, si p.sh. në rastin e "Doni Fruits".

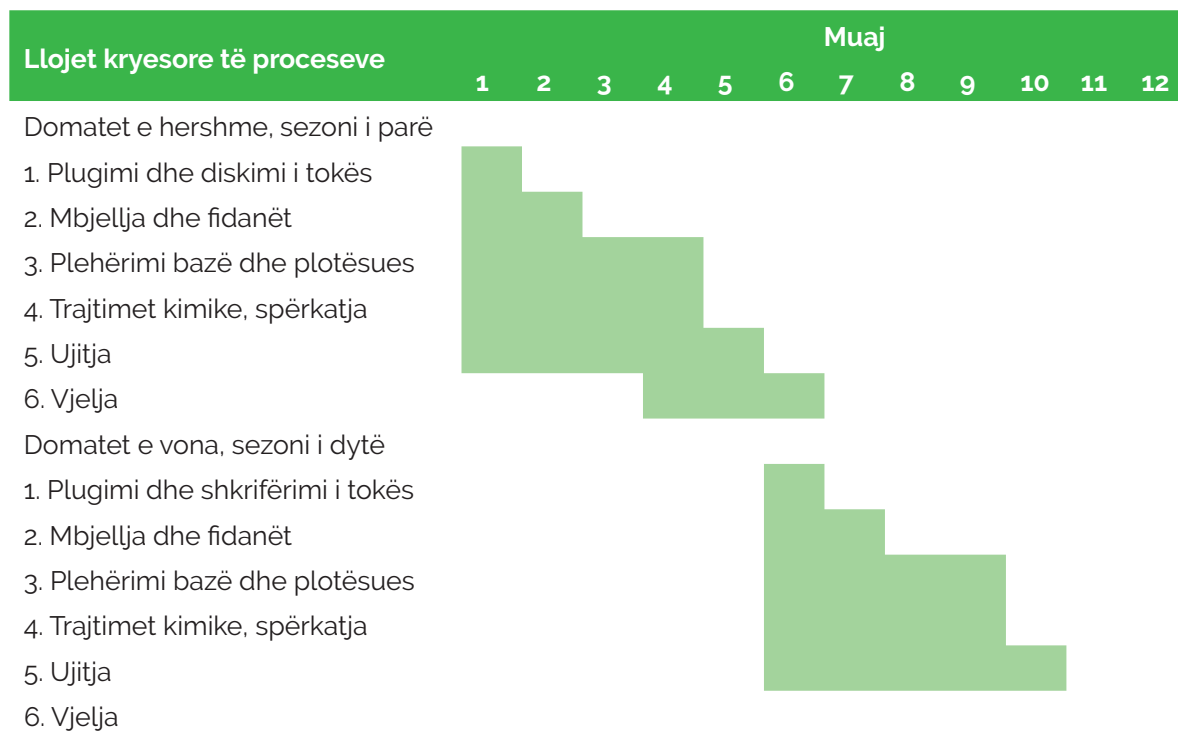
5. PROCESET E TEKNOLOGJISË SË PRODHIMIT

Domatet, njësoj si kulturat e tjera të mbrojtura (në serra) (si kastravec) janë relativisht konkurruese, duke qenë se kushtet klimatike në zonat me prodhim më të lartë lejojnë prodhimin pa ngrohje artificiale për të paktën 9 muaj të vitit.

Në tabelën në vijim tregohen komponentët kryesorë të proceseve të prodhimit (që lidhen me shpenzimet). Përgatitja e tokës përbëhet nga plugimi i parë 20-30 cm, shkrifërimi (15 cm) së bashku me plehërimin bazë. Mbjellja është proces me kosto të lartë për shkak të kostonë së fidanëve dhe punës që kërkohet për t'i mbjellë në serrë. Plehërimi i parë bazë ndiqet nga një përdorim i vazhdueshëm (çdo 5-6 ditë) i plehrave kimike gjatë periudhës së kultivimit. Trajtimet kimike kundër sëmundjeve dhe insekteve kanë një kosto shumë të lartë. 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.

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

Tabela 21: Kalendar i proceseve të prodhimit të domates



Burimi: Vlerësimi i ekspertëve, bazuar në shqyrtimet e dokumentacionit dhe intervistat

Tabela në vijim tregon kalendarin e proceseve të prodhimit (që lidhen me shpenzimet) për kastravecin (të cilat janë treguese, sepse mund të ketë ndryshime në varësi të një sërë faktorësh).

Tabela 22: Kalendar i proceseve të prodhimit të kastravecit

Llojet kryesore të proceseve	Months												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Kastraveci i hershëm, sezoni i parë													
1. Plugimi dhe diskimi i tokës	█	█											
2. Mbjellja dhe fidanët	█	█	█	█	█								
3. Plehrimi bazë dhe plotësuese	█	█	█	█	█	█							
4. Trajtimet kimike, spërkatja	█	█	█	█	█	█							
5. Ujitja	█	█	█	█	█	█							
6. Vjelja													
Kastraveci i vonë, sezoni i dytë													
1. Plugimi dhe shkrifërimi i tokës						█	█						
2. Mbjellja dhe fidanët						█	█	█	█				
3. Plehrimi bazë dhe plotësuese						█	█	█	█	█			
4. Trajtimet kimike, spërkatja						█	█	█	█	█			
5. Ujitja						█	█	█	█	█			
6. Vjelja													

Burimi: Vlerësimi i ekspertëve, bazuar në shqyrtimet e dokumentacionit dhe intervistat

Shumica e tregtarëve që eksportojnë perime, përfshirë domatet, kanë nevojë dhe përdorin kapacitetet e ruajtjes në kushte frigoriferike për periudha të shkurtra (p.sh. 1-2 ditë) përpara ngarkimit të kamionëve - kështu, magazinimi për periudha më të gjata për të përfituar nga ndryshimet (rritjet) e çmimit, nuk është një praktikë e zakonshme.

Tabela 23: Disponueshmëria në treg e domates dhe kastravecit të serrës të prodhuar në vend

Produkti	Prill	Maj	Qershor	Korrik	Gusht	Shtator	Tetor	Nëntor	Dhjetor
Domate I		█	█	█					
Domate II							█	█	█
Kastravec I	█	█	█						
Kastravec II						█	█	█	█

Burimi: Vlerësimi i ekspertëve

Ka një hapësirë kohore ndërmjet momentit kur bëhen shpenzimet dhe momentit të shitjeve – në të kaluarën, kjo shpesh mbulohej nga furnizuesit e inputeve që pranonin pagesat e mëvonshme nga fermerët, por intervistat në terren na treguan se pas përballjes me borxhe në rritje nga ana e fermerëve, furnizuesit e inputeve nuk preferojnë shitjet e bazuara në pagesa të mëvonshme. Ndaj, ekziston një hapësirë kohore për kredi afatshkurtra për fermerët, të cilat mund të mbulojnë nga bankat.

6. ANALIZA SWOT DHE NEVOJAT PËR FINANCIM

6.1. STRATEGJIA BAZUAR NË ANALIZËN SWOT

Strategjia e mëposhtme bazuar në analizën SWOT është kryer me qëllim identifikimin e mundësive për financim në sektorin e domateve dhe kastravecit të serrës.

Tabela 24: Sektori i domates dhe kastravecit të serrës Strategjia për analizën SWOT

	PIKAT E FORTA (S) (+)	PIKAT E DOBËTA (W) (-)
	Kushtet e përshtatshme klimatike e tokësore për kultivimin e perimeve në mjedise të mbrojtura	Kostoja e lartë e lëndës djegëse, duke e kthyer biznesin e serrave me ngrohje në joefikas
	Një bazë prodhimi relativisht e gjerë që lejon furnizimin e qëndrueshëm	
	Investimet e rëndësishme nga konsoliduesit e perimeve dhe shitësit me shumicë në mjedise magazinimi	Teknologjia e papërshtatshme të magazinimit nga konsoliduesit dhe shitësit me shumicë
	Një klaster serash në formim: zona ndërmjet Beratit dhe Lushnjës, duke përfshirë Gorican	Investime të pamjaftueshme në infrastrukturën dhe teknologjinë e marketingut nga konsoliduesit dhe shitësit me shumicë
		Mekanizimi i pamjaftueshëm në magazinat e tregtarëve të fruta perimeve
		Transporti i specializuar i pamjaftueshëm
MUNDËSITË (O) (+)	STRATEGJIA PËR S (+) / O (+)	STRATEGJIA PËR W (-) / O (+)
Ka ende sipërfaqe që mund t'i dedikohen prodhimit në serra. Fuqi punëtore e lirë.	Mbështetja e investimeve në serra më të mëdha dhe të teknologjisë së lartë (bazuar në vlerësim të kujdesshëm përfshi studime fizibiliteti) dhe rinovimi i serrave ekzistuese që ka rezultuar i suksesshëm.	Mbështetje për ngrohjen alternative dhe zgjidhje që rrisin eficientë në serrat me ngrohje qendrore
Mundësitë për eksport në sajë të marrëdhënieve tashmë të testuara ndërmjet eksportuesve shqiptarë dhe blerësve ndërkombëtarë, me kusht që të plotësohen standardet e sigurisë dhe cilësisë; rritja e integritimit në tregjet e eksportit ka qenë një nxitës kryesor për investimet në këtë sektor		Mbështetja e teknologjisë së ruajtjes në kushte frigoriferike
		Mbështetja për teknologjinë dhe infrastrukturën e marketingut (seleksionim, ndarje sipas madhësisë, larje, paketim, etiketim, magazinim i ftohtë, etj.)
		Mbështetja e mekanizimit në magazinat e fruta-perimeve
		Mbështetje për transportin frigoriferik të specializuar.

KËRCËNIMET (T) (-)	STRATEGJIA PËR S (+) / T (-)	STRATEGJIA PËR W (-) / T (-)
Rreziqet për eksportet për shkak të problemeve me sigurinë dhe cilësinë		Mbështetja për teknologjinë e pasvjeljes
Mangësitë apo mungesat e studimeve dhe kërkimeve për sektorin dhe tregun e perimeve mund ti ekspozojnë ndaj riskut investimet e rëndësishme në këtë sektor		Mbështetje për certifikimin Global GAP

Burimi: Përgatitur nga vetë autorët

6.2. NEVOJAT PËR FINANCIM

6.2.1. Tendencat për investime dhe nevojat për financim

Tendencat për investime

Investimet në serrat (e thjeshta) pa ngrohje për prodhimin e perimeve është investimi kryesor në zinxhirin e vlerave. Serrat mund të përdoren për më shumë se një cikël prodhimi brenda vitit dhe në disa zona, deri në tre cikle prodhimi; kjo e bën këtë lloj investimi shumë përfitues. Përdorimi i bletëve për polenizimin e domates është gjithashtu një tendencë e re në këtë sektor që mundëson një cilësi më të lartë të produktit. Ka gjithashtu një numër të kufizuar serrash me ngrohje. Pothuajse të gjithë konsoliduesit lokalë dhe shitësit e mëdhenj me shumicë kanë bërë investime bashkëkohore në kapacitetet e magazinimit. Qendrat e ambalazhimit, të cilat përfshijnë linjat e pastrimit, seleksionimit dhe ambalazhimit janë gjithashtu një tendencë e re, veçanërisht për eksportuesit e mëdhenj. Kjo kategori eksportuesish kanë investuar edhe në dhoma frigorifer, megjithëse kjo nuk paraqet një investim tipik për konsoliduesit lokalë.

Nevojat e financimit për investime

Nisur nga strategjia bazuar në analizën SWOT dhe tendencat të investimeve, nevojat e financimit për investime janë përmbledhur në tabelën 25.

Tabela 25: Nevojat e financimit për investime

Lloji i investimit	Fermerë që kultivojnë në serra	Konsoliduesit Shitësit me shumicë
1. Ndërtimi/rinovimi i serrave me ngrohje diellore		
2. Instalimi i sistemeve të ngrohjes me biomasë në serrat me ngrohje qendrore (të shqyrtohen bazuar në studime fizibiliteti)		
3. Mbështetje për kosheret e bletëve polenizuese		
4. Instalimi i sistemeve automatike të kontrollit të temperaturës/klimës në serat me ngrohje qendrore për të përmirësuar efincencën e energjisë. Ngrhjes dhe/ose sensorit të kontrollit të klimës në sistemin e serrave për të përmirësuar sistemet e efçencës së energjisë në serrat me ngrohje qendrore		
5. Zëvendësimi i plastmasit të thjeshtë me plastmas termik në serrat aktuale me ngrohje diellore		
6. Mbështetje për mjediset e magazinimit të perimeve		
7. Mbështetje për teknologjinë e mjediseve të ruajtjes në kushte frigoriferike të perimeve		
8. Mbështetje për linjat e seleksionimit, ndarjes sipas përmasës, pastrimit, ambalazhimit dhe etiketimit (qendrat e ambalazhimit)		
9. Mbështetje për mekanizimin e mjediseve të grumbullimit/konsolidimit (transporti me palete brenda magazinave të mëdha dhe makineri dhe pajisje të tjera të ngjashme)		
10. Mbështetje për transportin frigoriferik të specializuar		

Burimi: Përgatitur nga vetë autorët

Investimet në ndërtimin e serrave përbëjnë investimin kryesor në nivel ferme; dhe kjo përbën një mundësi me interes për institucionet financiare. Vlerësimet e ekspertëve tregojnë se ka ende mundësi të mëdha për të rritur sipërfaqet me serra. Me qëllim që Shqipëria të shfrytëzojë potencialin e saj, sipërfaqja me serra duhet të rritet në 5000 ha (madje edhe më shumë, bazuar në vlerësimet e ekspertëve) nga prej 1500 ha që kultivohen aktualisht. Edhe mbështetja për polenizimin e domates nga bletët mund të merret në konsideratë.

Serrat me ngrohje qendrore kanë treguar se janë më pak rentabël se serrat e thjeshta me ngrohje diellore, veçanërisht për shkak të kostos së lartë të lëndës djegëse. Kështu që, instalimi i sistemeve të ngrohjes me biomasë në serrat me ngrohje qendrore përbën një mundësi që mund të shqyrtohet për financim (bazuar në studime fizibiliteti). Instalimi i sistemeve automatikë të kontrollit të temperaturës/klimës në serat me ngrohje qendrore për të përmirësuar efincencën e energjisë mund të merret gjithashtu në konsideratë për për financim.

Spektori e perimeve të serrës është e orientuar drejt eksportit. Për momentin, shtrirja gjeografike e eksporteve është përqendruar në vendet e rajonit (Kosovë, Serbi, Bullgari, Bosnje-Hercegovinë) me çmime të raportuara relativisht të ulëta. Duke qenë se eksportet po rriten shpejt, lind nevoja për të synuar vendet evropiane me të ardhura të larta, të cilat janë më kërkuese për sa i përket cilësisë dhe standardeve të produktit. Një tranzicion i tillë do të kërkonte

investime në infrastrukturën e marketingut dhe cilësisë, duke përfshirë qendrat e ambalazhimit. Ambientet frigoriferike nevojiten për të ruajtur cilësinë në rast eksporti drejt shteteve të BE-së me të ardhura të larta. Nevojiten gjithashtu investime në kapacitetet e magazinimit dhe mekanizimin brenda pikave të grumbullimit. Shërbimet e transportit drejt destinacionit kryhet nga kompanitë e huaja, kryesisht maqedonase, malazeze dhe të tjera. Mbështetja për investime në transport – duke përfshirë transportin frigoriferik - duhet të shqyrtohet gjerësisht duke marrë parasysh nevojën për këtë shërbim, konkurrencën nga kompanitë e huaja të afirmuara të transportit dhe politikat qeveritare fiskale dhe mbështetëse.

Kutia 3: 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 (ngritja e serrave, investimet në marketing), mbështetja e teknologjive të inovacionit dhe certifikimit dhe siguracionit
- 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.

6.2.2. Nevojat për financime për kapital qarkullues

Tendencat e financimeve për kapital qarkullues

Më parë tregtarët e inputeve kanë përdorur pagesat e mëvonshme për inputet bujqësore që u shisnin fermerëve. Nisur nga problemet që kanë hasur lidhur me mbledhjen e pagesave nga fermerët, ata tani preferojnë pagesa të menjëhershme. Pagesa për fermerët nga ana e blerësve prodhimin e fermës të bëhet si brenda një periudhe të shkurtër kohore, ashtu edhe me pagesë të mëvonshme – pagesa brenda një periudhe të shkurtër kohore bëhet në rastin kur blerësit në pjesën e poshtme të zinxhirit (përfshirë eksportuesit) paguajnë në kohë, dhe pagesat e mëvonshme kryhen në rastin kur blerësit paguajnë me vonesë, veçanërisht për grupet e fermerëve me të cilët tregtarët kanë marrëdhënie më të qëndrueshme dhe në veçanti për disa fermerë më të mëdhenj.

Nevojat për financime për kapital qarkullues

Meqenëse furnizuesit e inputeve preferojnë pagesa të menjëhershme, ekziston një nevojë mjaft e madhe për kapital qarkullues nga ana e fermerëve. Kjo është veçanërisht e nevojshme në rastin e fermerëve të mëdhenj; fermerët më të vegjël mund t'i plotësojnë nevojat për kapital qarkullues duke përdorur kursimet e veta ose duke marrë hua nga të afërmit. Nevoja për kapital qarkullues afatshkurtër nga fermerët mund të eksplorohet në rast se tregtarët hasen me probleme me blerësit në hallkat e tjera të zinxhirit (eksportuesit).

Siç u përmend edhe më lart, ekziston një diferencë kohore ndërmjet momentit që kryhen shpenzimet dhe shitjet. Ndaj, ekziston një hapësirë kohore për kredi afatshkurtra për fermerët, të cilat mund të mbulohen nga bankat.

6.2.3. Financimi i zinxhirit të vlerës

Mbështetja për organizimin e mbështetur në marrëdhënie kontraktuale është e parashikuar në Skemat Mbështetëse 2018 të qeverisë shqiptare (masa 41) - qeveria subvencionon 50% të çmimit të fidanit të shitur fermerëve nëpërmjet blerësve, objekt i një kontrate noteriale të lidhur ndërmjet blerësit dhe fermerit. Interesant është fakti se ka pasur një numër të konsiderueshëm aplikimesh për të përfituar nga kjo masë.

Aplikantët për këtë masë (blerësit dhe fermerët) mund të konsiderohen si kandidatë të mundshëm për financim në zinxhirin e vlerës. Bankat mund të zgjerojnë kreditë afatshkurtra për të mbuluar nevojat për kapital qarkullues të blerësve ose kreditë për investime të fermerët duke përdorur blerësit si agjentë të tyre.

7. PËRFUNDIME

Është shënuar një përmirësim i performancës së sektorit të perimeve - veçanërisht në rastin e perimeve të serrës. Sipërfaqja me serra pothuajse është dyfishuar që nga viti 2005 - rritja e sipërfaqes me serra, shoqëruar me përmirësimin e teknologjive të prodhimit, ka çuar në një rritje të konsiderueshme të prodhimit, duke sjellë një suficit tregtar për perimet kryesore të prodhuara në serra (kryesisht domatet). Prodhimi i brendshëm i perimeve mbulon kërkesën e brendshme, përveç dy muajve gjatë dimrit, duke qenë se prodhimi i kulturave të mbrojtura me ngrohje qendrore nuk është konkurrues krahasuar me produktet e importuara.

Në këtë sektor vihet re një rritje e konsiderueshme e eksporteve, nga pothuajse inekzistent në fillim të viteve 2000, në nivele të konsiderueshme gjatë viteve të fundit. Në vitin 2016 eksportet e perimeve arritën në 40 milionë Euro (pothuajse 4 herë më të larta krahasuar me vitin 2013). Domatja është një nga perimet kryesore që eksportohet (duke përbërë më shumë se 1/2 e eksportit total të perimeve), e ndjekur nga kastravec.

Aktorët kryesorë në zinxhirin e vlerës së perimeve të serrës janë tregtarët e inputeve (me fokus tek furnizuesit e fidanëve), fermerët, konsoliduesit lokalë dhe shitësit me shumicë. Investimet tipike që bëhen janë investimet për ndërtimin e serrave, mjediset e magazinimit dhe - megjithëse më rrallë - investimet në magazina frigorifer dhe qendrat e ambalazhimit, kryesisht nga shitësit me shumicë.

Zinxhiri i vlerës është i strukturuar rreth dy kanaleve kryesore, dhe konkretisht kanali për tregun e brendshëm dhe kanali për eksport. Në kanalin e eksportit, që mund të quhet gjithashtu edhe kanali i koordinuar, ekziston një lloj koordinimi midis blerësve-eksportues dhe një grupi bërthamë fermerësh - blerësit këshillojnë fermerët për teknologjinë e prodhimit, duke përfshirë llojin e kultivarëve, sigurojnë inputet (nëse blerësit janë gjithashtu furnizuesit e inputeve), blejnë produktin dhe ndonjëherë kryejnë pagesa të mëvonshme për fermerët. Kjo lloj marrëdhënieje përmban një mundësi për financim në zinxhin e vlerës.

Bazuar në strategjinë për analizën SWOT dhe tendencat e investimeve, nevojat kryesore për financim për investime në zinxhirin e vlerës së produkteve të serrës janë investimet në ndërtimin e serrave; me qëllim që Shqipëria të shfrytëzojë potencialin e saj, sipërfaqja me serra mund të rritet në 5000 ha nga baza aktuale e ulët prej rreth 1500 ha. Duke qenë se investimet në serrat me ngrohje kanë treguar se janë më pak efçente se në serrat e thjeshta pa ngrohje, instalimi i sistemeve të ngrohjes me biomasë në serrat me ngrohje qendrore kombinuar me kontrollin automatik të ngrohjes dhe/ose sensorët për kontrollin e klimës për të përmirësuar sistemet e efçencës së energjisë mund të konsiderohen gjithashtu për mbështetje.

Ndërkohë që shtrirja gjeografike e eksporteve është përqendruar në vendet e rajonit me çmime relativisht të ulëta, nevoja për të synuar vendet evropiane me të ardhura të larta, të cilat janë më kërkues për sa i përket standardeve dhe cilësisë së produktit, kërkon investime në qendrat e ambalazhimit, mjediset e magazinimit dhe mjediset e ruajtjes në kushte frigoriferike, si edhe nevojitet mekanizimi i pikave të grumbullimit. Duhet të merret në konsideratë edhe mbështetja për investime në transport.

Ekziston gjithashtu një mundësi për financim sipas qasjes së zinxhirit të vlerës, veçanërisht në rastin kur blerësit janë edhe furnizues të inputeve. Me qëllim që "të kontrollojë" kultivarin e përshtatshëm për eksport dhe cilësinë e fidanit, blerësit-furnizuesit të inputeve i intereson që të krijojë një marrëdhënie më të qëndrueshme me fermerin duke i ofruar atij fidanët, të cilët fermeri i paguan në momentin që dorëzon produktin.

Zinxhiri i vlerës i serrave konsiderohet si sektor me përparësi për qeverinë shqiptare bazuar në potencialin për eksport. Politika aktuale për grante të pjeshme ka implikime të rëndësishme për institucionet financiare - ata kanë mundësinë për të financuar investimet për 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. BIBLIOGRAFIA

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

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

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

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*.

Imami, D., Skreli, E., Zhllima, E., Cela, A., & Sokoli, O. (2015). Consumer preferences for typical local products in Albania. *Economia agro-alimentare*.

INSTAT (2018). Baza e të dhënave gjendet në www.instat.gov.al

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

ISETN (2017). National Economic Potentials of Contract Farming and Agriculture Cooperation in Albania, report prepared for GIZ.

Skreli, E., Imami, D., Chan, C., Canavari, M., Zhllima, E., & Pire, E. (2017). Assessing consumer preferences and willingness to pay for organic tomatoes in Albania: a conjoint choice experiment study. *Spanish Journal of Agricultural Research*, 15(3), 0114.

UNSTAT (2018). Baza e të dhënave për tregtinë <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 27: Shpërndarja e fermave të domates dhe kastravecit të serrave me orientim tregu sipas qarqeve

Qarku	Deri në 2 dn	2,1 deri në 5 dn	5,1 deri në 10 dn	10,1 deri në 20 dn	mbi 20,1 dn	Totali	% për qark
Berat	89	247	47	14	2	399	32,7
Dibër	7	0	0	0	0	7	0,6
Durrës	70	16	8	4	4	102	8,4
Elbasan	25	39	14	1	0	79	6,5
Fier	66	120	99	66	44	395	32,4
Gjiroka	13	2	1	0	0	16	1,3
Korçë	4	2	0	0	0	6	0,5
Kukës	0	2	0	0	0	2	0,2
Lezhë	34	6	0	0	0	40	3,3
Shkodër	12	7	3	6	3	31	2,5
Tiranë	105	14	1	0	0	120	9,8
Vlorë	2	10	7	2	1	22	1,8
Totali	427	465	180	93	54	1219	100,0
% sipas përmasës	35,0	38,1	14,8	7,6	4,4	100	