

STUDIM PËR SEKTORIN E VERËS

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 PRESPEKTIVAT E SEKTORIT TË VERËS.....	11
3.1. Tendencat e prodhimit.....	11
3.2. Tendencat e tregtisë ndërkombëtare.....	13
3.3. Tregu.....	15
4. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE AKTORËT KYESORË	18
4.1. Struktura e zinxhirit të vlerës dhe profili i aktorëve	18
4.2. Flukset në zinxhirin e vlerës dhe koordinimi i zinxhirit	22
5. PROCESET E TEKNOLOGJISË SË PRODHIMIT	24
6. ANALIZA BAZUAR NË ANALIZËN SWOT DHE NEVOJAT PËR FINANCIM.....	25
6.1. Strategjia bazuar në analizën SWOT.....	25
6.2. Nevojat për financim	26
7. PËRFUNDIME.....	30
8. BIBLIOGRAFIA	32
9. SHTOJCA.....	33

LISTA E FIGURAVE

Figura 1: Prodhimi dhe konsumi i verës në BE.....	15
Figura 2: Konsumi i verës në Shqipëri dhe në botë (kg/frymë).....	16
Figura 3: Aktorët e zinxhirit të vlerës së verës	18
Figura 4: Shpërndarja e njësive të përpunimit të pijeve alkoolike/verës	20

LISTA E TABELAVE

Tabela 1: Dinamikat e prodhimit të rrushit në Shqipëri.....	11
Tabela 2: Tendencat e prodhimit të rrushit në botë (000 tonë).....	11
Tabela 3: Shpërndarja rajonale e prodhimit të rrushit (2016).....	12
Tabela 4: Tendencat e prodhimit të verës në botë (000 tonë).....	13
Tabela 5: Importi dhe eksporti i rrushit, Shqipëri, sipas vitit	13
Tabela 6 : Importi dhe eksporti i verës, Shqipëri, sipas vitit	14
Tabela 7: Importi dhe eksporti i verës, Shqipëri, sipas shtetit partner, në 2016.....	14
Tabela 8: Oferta e verës (tonë).....	16
Tabela 9: Fermat tregtare me vreshta, për 2017.....	19
Tabela 10: Kantina të përzgjedhura të verës sipas kapacitetit dhe prodhimit.....	20
Tabela 11: Furnizimi i rrushit: prodhimi i vet kundrejt furnizimit nga fermerët.....	23
Tabela 12: Kalendar i proceseve të prodhimit të rrushit sipas muajve të vitit.....	24
Tabela 13: Sektori i verës: Strategjia bazuar në analizën SWOT	25
Tabela 14: Nevojat e financimit për investime.....	27
Tabela 14: Rajonalizimi i skemave kombëtare të subvencionimit (2018)	33
Tabela 15: Fermat me vreshta me orientim tregu, shpërndarja rajonale sipas madhësisë.....	34

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE

Që nga viti 2000 prodhimi i rrushit është rritur në mënyrë të konsiderueshme nga 79 000 tonë në vitin 2000 në 205 000 ton në vitin 2016 - skemat e subvencionimit në fund të viteve 2000 i kanë dhënë një shtysë rritjes së kultivimit dhe prodhimit. Prodhimi i verës gjithashtu është rritur në mënyrë drastike nga 7 mijë tonë në vitin 2000 në 18 mijë tonë në vitin 2014 (të dhënat më të fundit të disponueshme). Pavarësisht kësaj, prodhimi i verës në Shqipëri është relativisht i ulët krahasuar me potencialet. Përveç kësaj, importet janë rritur gjatë dekadës së fundit dhe eksportet kanë mbetur të ulëta – kështu që deficitet tregtarë janë të lartë. Ekziston potenciali për të zëvendësuar importet dhe për të përfituar edhe nga turizmi/tregu në rritje, nëse do të vazhdojë të ketë përmirësim cilësie dhe efikasitet në nivelin e prodhimit dhe përpunimit të rrushit (për të garantuar cilësinë, disa kantina vere po investojnë për vreshta të tyre, kurse të tjerat kryesisht vendosin marrëdhënie afatgjata me fermerët). Zinxhiri i vlerës i verës konsiderohet si sektor me përparësi duke pasur parasysh potencialin për zëvendësimin e importit dhe lidhjen specifike me (agro)turizmin.

Objektivi i këtij studimi është të japë një panoramë të përgjithshme të sektorit vreshtave dhe verës në veçanti, 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 (ndërrhyrjeve) 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: Linje kredie 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 e tjera të zhvillimit institucional nga ekspertët ndërkombëtarë dhe lokalë.

Për arritjen e objektivave të studimit janë përdorur të dhëna dhe informacione nga burimet dytësore dhe parësore; intervistat gjysmë të strukturuara 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. Kombinimi i analizës cilësore dhe sasiore ka qenë thelbësor për të identifikuar/kuptuar tendencat, boshllëqet dhe nevojat për investime.

Ky studim informon institucionet financiare dhe palë të tjera të interesuara për mbështetjen e sektorit të verës për mundësitë kryesore të financimit në këtë sektor. Këto mundësi përfshijnë (i) mbështetjen për investimet në mbjelljen ose rimbjelljen e vreshtave, me përparësi kultivarët autoktonë të rrushit, dhe të pajisura me sisteme ujitjeje dhe makineri të veçanta për vreshtat; (ii) paisjen dhe ambiente që lidhen me pasvjeljen, duke përfshirë arkat plastike shumëpërdorimshe, mjediset e magazinimit; (iii) linjat e thjeshta përpunimi në mbështetje të përpunimit në fermë, mundësisht të kombinuara me turizmin në fermë; (iv) plotësimin e teknologjisë për kantinat ekzistuese të verës (depozita, linja ambalazhimi në shishe, duke përfshirë linjat e paketimit në kuti me qese), (v) ndërtimin/rinovimin e qilarëve; (vi) laboratorët e brendshëm/të integruar për kantina vere të mëdha me cilësi të lartë; (vii) dhe mjediset për turistët në kantinat e verës, duke përfshirë sallat e degustimit, restorantet dhe akomodimet.

Gjithashtu, ekziston nevoja për financime afatshkurtra. Ekziston një diferencë kohore ndërmjet momentit që kryhen shpenzimet dhe shitjet, si në nivelin e përpunuesit, ashtu edhe në nivel ferme. Për këtë arsye, ekziston një hapësirë kohore për kredi afatshkurtra për përpunuesit dhe fermerët, të cilat mund të mbulohen nga bankat.

Investimet në sektorin e verës mund të konsiderohen në kontekstin e potencialit për zhvillimin e turizmit. Kështu që për mbështetje mund të konsiderohen dy lloje projektesh që konkretisht janë (i) mjediset për turizmin (duke përfshirë sallat e degustimit, restorantet dhe hotelet) për kantinat e verës të madhësisë mesatare dhe ato të mëdha duke pasur si objektiv prodhuesit e verës së cilësisë së lartë, dhe (ii) mbështetja për projektet e vogla për prodhimin e verës, mundësisht të kombinuara me turizmin ose kantinat e vogla të verës në zona me orientim turistik. Mbështetja mund të kombinohet me skemat e mbështetjes së IPARD II (masat e diversifikimit) ose me skemat e subvencionimit nga qeveria (p.sh., skema e 100 fshatrave turistike).

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 tërhequr vetëm 2% të totalit të kreditimit të ekonomisë.

Që nga viti 2000 prodhimi i rrushit është rritur në mënyrë të konsiderueshme nga 79 000 tonë në vitin 2000 në 205 000 ton në vitin 2016 - skemat e subvencionimit në fund të viteve 2000 i kanë dhënë një shtysë rritjes së kultivimit dhe prodhimit. Pavarësisht rritjes së kohëve të fundit, sipërfaqja e mbjellë me vreshta në Shqipëri është e vogël krahasuar me atë në Serbi dhe Maqedoni. Prodhimi i verës gjithashtu është rritur në mënyrë drastike nga 7 mijë tonë në vitin 2000 në 18 mijë tonë në vitin 2014 (të dhënat më të fundit), sipas kushteve të kërkesës dhe ofertës. Nga ana e kërkesës, konsumatorët vendas po orientohen drejt konsumit të verës përkundrejt konsumit të rakisë (pije tradicionale vendase) - si rezultat i rritjes së të ardhurave dhe ndryshimit të modeleve së konsumit. Nga ana e ofertës, Shqipëria ka burime natyrore dhe tradita për kultivimin e rrushit.

Objektivat e studimit

Objekti 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/potencialët për investime.

Në mënyrë më specifike, studimi

- ofron një panoramë të përgjithshme të prirjeve kryesore të prodhimit, 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 përshtuese, analiza e tendencës, analiza e

tekstit dhe strategjia për 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 për zinxhirin e vlerës 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. Studimi është projektuar në mënyrë të tillë që është 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

Studimi për zinxhirin e vlerës së verës 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 cilët 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 verës konsiderohet si sektor me përparësi duke pasur parasysh potencialin për zëvendësimin e importeve.

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 te vera dhe rrushi për verë, por jepen informacione edhe për rrushin për tavolinë dhe për prodhimin e rakisë.

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 gjysmë të strukturuara (pjesë e studimit cilësor parësor) u përdor një anketim me teknikë kampionimi "snowball" (ortek bore). Intervistat e thelluara me aktorët kyç 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. Nisur nga burimet dhe koha e 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 tendencave 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 PRESPEKTIVAT E SEKTORIT TË VERËS

3.1. TENDENCAT E PRODHIMIT

3.1.1. Prodhimi parësor

Shqipëria ka një traditë të vjetër në kultivimin e vreshtave dhe prodhimin e verës. Pas Luftës së II Botërore sipërfaqet e mbjella me vreshta u rritën në mënyrë drastike - nga 2 430 Ha në vitin 1950 në 12 320 Ha në vitin 1970 dhe vazhduan të rriteshin derisa arritën kulmin në vitet 1980 me një sipërfaqe totale prej 20 000 Ha, e organizuar në kooperativa dhe ferma shtetërore. Në fillim të viteve 1990, pas reformave, trazirave dhe shpërbërjes së menjëhershme të sistemit të kooperativave, sektori bujqësor pësoi dëme të rënda. Sipërfaqja e mbjellë me vreshta në Shqipëri u zvogëluar me rreth 3/4 nga viti 1989 deri në vitin 1994, duke qenë se kolapsi i plotë i prodhimit të bazuar në ekonominë e planifikuar shkaktoi një dekolektivizim radikal dhe fragmentizim të bujqësisë shqiptare. Performanca e prodhimit të vreshtave të reja të mbjella në vitet e para të tranzicionit është karakterizuar nga disa kufizime, si përmasa e vogël e fermës dhe eficienta e ulët në përdorimin e inputeve¹. Nga viti 2000 prodhimi i rrushit është rritur ndjeshëm – skemat e subvencionimit në fund të viteve 2000 i kanë dhënë një shtysë rritjes së kultivimit dhe prodhimit. Kishte një prirje për të zëvendësuar vreshtat e vjetër që përdorshin njëkohësisht edhe për përpunim edhe për konsum të freskët me vreshta të specializuara (vetëm për përpunim ose vetëm për konsum të freskët).

Tabela 1: Dinamikat e prodhimit të rrushit në Shqipëri

Përshkrimi	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Sipërfaqja e vreshtave (ha)	5824	7.994	9.712	10.383	10.438	10.533
Në prodhim (ha)	4.613	6.637	8.630	9.625	9.891	10.011
Prodhimi total (000 tonë)*	79	116	184,9	203,7	205,0	205,1

Burimi: MBZHR (2017)* Shënim: në këtë shifër përfshihet prodhimi nga vreshtat (rreth 122,5 mijë tonë) dhe prodhimi nga pjergulla (rreth 82,6 mijë tonë).

Nivelet e prodhimit të rrushit në Shqipëri duket se tejkalojnë ato të Serbisë dhe Malit të Zi, megjithatë, ato janë ende të papërfillshme krahasuar me prodhimin evropian - duke zënë më pak se 0,1% të prodhimit evropian.

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

Shteti	2000	2005	2010	2014	2015	2016
Shqipëria	79	115	185	204	205	205
Mali i Zi	:	:	41	17	23	23
Serbia	:	:	330	122	171	146
Bota	63.553	66.976	67.126	74.079	76.836	77.439
Evropa	31.692	28.644	26.431	26.210	27.764	27.797

Burimi: FAOSTAT (2018)

1 FAO (2014). Vineyards and Wine Value Chain Study

Rajonalizimi

Rajoni kryesues për sa i përket rrushit, veçanërisht prodhimit të rrushit në vreshta, është qarku i Fierit, duke kontribuar me më shumë se 1/5 e prodhimit total vendas. Rajone të tjera të rëndësishme për prodhimin janë Berati, Elbasani dhe Vlora, të cilët së bashku me Fierin përbëjnë rreth 59% të prodhimit total.

Tabela 3: Shpërndarja rajonale e prodhimit të rrushit (2016)

Rajoni	Rrush nga vreshta (tonë)	Pjergul l (tonë)	Totali (tonë)	Përqindja	Kumulative
Fier	33.835	9.471	43.306	21%	21,1%
Berat	17.104	16.165	33.269	16%	37,3%
Elbasan	13.888	10.146	24.034	12%	49,0%
Vlorë	10.248	9.599	19.847	10%	58,7%
Tiranë	9.365	7.267	16.632	8%	66,8%
Durrës	11.730	3.967	15.697	8%	74,5%
Korçë	8.334	3.945	12.279	6%	80,5%
Gjirokastër	6.297	5.632	11.929	6%	86,3%
Shkodër	5.067	5.606	10.673	5%	91,5%
Lezhë	3.784	3.309	7.093	3%	94,9%
Dibër	1.862	3.606	5.468	3%	97,6%
Kukës	979	3.936	4.915	2%	100,0%
Totali	122.493	82.649	205.142	100%	

Burimi: INSTAT (2017)

3.1.2. Përpunimi

Prodhimi i verës në Shqipëri është relativisht i ulët krahasuar me vendet e tjera në rajon. Siç mund të shihet nga tabela më poshtë, në vitin 2014 vera e prodhuar në Shqipëri ishte vetëm 18 milionë litra, që është rreth 35% e prodhimit në Maqedoni dhe vetëm 10% e prodhimit në Serbi (të dhënat më të fundit të disponueshme janë për vitin 2014).

FAOSTAT raporton shifra të luhatshme për prodhimin e verës, bazuar në vlerësime. Vlerësimi është afërsisht 30 milionë litra, por kjo ndryshon nga viti në vit. Sipas studimeve të mëparshme, prodhimi i verës në nivel ferme arrin në rreth 10 milionë litra (prodhimi i rakisë është më i lartë dhe ka qenë edhe më i lartë në të shkuarën), ndërsa nga agroindustria rreth 2 milionë (megjithëse ka gjasa që shifra të jetë më e lartë)².

Sipas doganave, janë mbledhur taksa për 1,5 milionë litra verë (të prodhuara në vend) gjatë periudhës janar-nëntor 2017. Një shifër e ngjashme është raportuar për vitin e mëparshëm. Mesa duket shumica e verës që prodhohet në Shqipëri shitet në rrugë joformale (pothuajse e gjithë vera e prodhuar në ferma, por edhe një pjesë e verës së prodhuar/shitur nga kantinat e verës), kështu që vlerësimet nga autoritetet tatimore nuk japin të dhëna të sakta për vëllimin e verës së prodhuar dhe të shitur.

² FAO (2014). Vineyards and Wine Value Chain Study

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

Shteti	2000	2005	2010	2013	2014
Shqipëria	7	17	30	38	18
Mali i Zi	:	:	18	16	16
Serbia	:	:	238	230	198
Maqedoni	96	84	77	102	51
BE	19.245	17.308	15.350	16.562	16.714
Bota	28.315	28.532	27.028	29.274	29.106
Evropa	20.178	18.511	17.029	17.954	17.682
Evropa Lindore	1.817	1.755	1.953	1.950	1.446
Evropa Jugore	11.217	10.105	9.550	10.515	10.693
Evropa Perëndimore	7.139	6.634	5.513	5.470	5.522

Burimi: FAOSTAT (2018)

Rajonalizimi

Berati, Përmeti (në qarkun e Gjirokastrës) dhe Lezha janë zonat me reputacionin më të mirë për verëra cilësore. Berati është rajoni më i rëndësishëm për prodhimin e verës në Shqipëri dhe aty ndodhet grupi më i madh i kantineve të verës (22 njësi përpunimi) duke përfshirë kantinën "Luani", një nga ish-kantinat e mëdha në pronësi shtetërore që është privatizuar dhe kantina "Çobo" që ka qenë një nga kantinat e para shqiptare që synonte një politikë për cilësinë e lidhur me territorin. Përmeti është një zonë tjetër e njohur për verëra cilësore. Lezha është një zonë me disa kantina vere, por që lidhet ngushtë me varietetin e rrushit "Kallmet", sipërfaqja kryesore për prodhimin e të cilit ndodhet në këtë rajon dhe që vlerësohet nga konsumatorët shqiptarë. Qendra të tjera prodhimi ndodhen në Fier dhe Vlorë dhe në zonën ndërmjet Tiranës dhe Durrësit. Në përgjithësi, prodhimi i verës cilësore është i ulët krahasuar me potencialin.

3.2. TENDENCAT E TREGTISË NDËRKOMBËTARE

Importet e rrushit janë rritur në vitet e fundit. Eksportet janë rritur, por mbeten shumë modeste, kështu që deficitit tregtar është i lartë (Tabela 5).

Tabela 5: Importi dhe eksporti i rrushit, Shqipëri, sipas vitit

	Eksporte			Importe			Eksport/Import	
	000\$	Ton	\$/kg	000\$	Ton	\$/kg	Vlera	Pesha
2000	4	12	0,4	1.642	5.420	0,30	0%	0%
2005	3	13	0,3	4.678	14.985	0,31	0%	0%
2010	:	:	:	3.273	5.109	0,64	:	:
2014	8	7	1,0	4.677	5.863	0,80	0%	0%
2015	31	40	0,8	3.098	5.028	0,62	1%	1%
2016	110	182	0,6	4.001	6.225	0,64	3%	3%

Burimi: UNCOM Trade (2018)

Sasitë e importuara të verës gjatë tre viteve të fundit kanë qenë në rritje, ndërsa sasitë e eksportuara janë të papërfillshme (Tabela 6).

Tabela 6 : Importi dhe eksporti i verës, Shqipëri, sipas vitit

	Eksporte		Importe		Eksport/Import	
	000\$	Ton	000\$	Ton	Vlera	Pesha
2000	:	:	315	292	:	:
2005	0,6	0,2	2.873	2.095	0%	0%
2010	69	26	6.002	2.549	1%	1%
2014	:	:	5.995	1.617	:	:
2015	:	:	6.876	2.487	:	:
2016	36	2	8.076	2.596	0%	0%

Burimi: UNCOM Trade (2018)

Gjithashtu, ka pasur vazhdimisht importe të lëngut të rrushit apo lënde të parë pjesërisht të përpunuar, kryesisht nga Italia dhe Maqedonia me një tendencë rënëse gjatë viteve të fundit.

Italia dhe Gjermania janë destinacionet kryesore të eksportit, përkatësisht me 65% dhe 35%. Vera e eksportuar drejt Italisë ka çmim më të lartë. Për sa i përket importeve, sërish Italia është furnizuesi kryesor, e cila zë pak më shumë se gjysmën e totalit të importeve. Vera më e kushtueshme vjen nga Italia, me rreth 3 USD/litër.

Tabela 7: Importi dhe eksporti i verës, Shqipëri, sipas shtetit partner, në 2016

Shteti	Eksporte				Importe				
	000 \$	Tonë	Përqindja (tonë)	\$/kg	Shteti	000 \$	Ton	Përqindja (tonë)	\$/kg
Totali	36	2,4	100%	15,2	Totali	8.076	2.596	100%	3,1
Itali	29	1,6	65%	18,8	Itali	6.116	2.063	80%	3,0
Gjermani	7	0,8	35%	8,3					

Burimi: UNCOM Trade (2018)

Sezonaliteti i tregtisë ndërkombëtare

Eksporti i rrushit është modest dhe ndodh gjatë periudhës korrik-gusht. Eksportet e rrushit nga Shqipëria përbëhen (pothuajse) vetëm nga rrushi i tavolinës. Deri më tani, duket se rrushi i freskët për tavolinë eksportohet ekskluzivisht për konsum në tavolinë/të freskët (ndryshe nga rasti i importeve).

3.3. TREGU

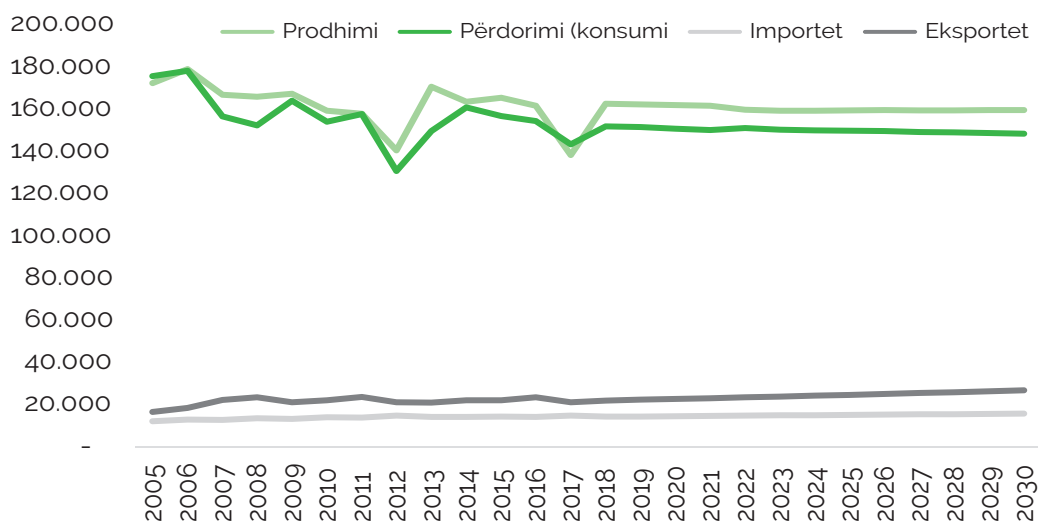
3.3.1. Tregu ndërkombëtar

Tendencat në BE³

BE është prodhuesi lider i verës në botë, duke prodhuar 160 milionë hl ose mbi 60% të prodhimit botëror në vitin 2016. Tre shtete anëtare (Italia, Franca dhe Spanja) zënë më shumë se 80% të prodhimit në BE. Nga ana tjetër, BE është konsumatori më i madh i verërave të BE-së (130 milionë hl) me pesë shtete anëtare që zënë më shumë se 70% të konsumit në BE (Francë, Itali, Spanjë, Gjermani dhe Mbretëri e Bashkuar). Konsumi total i verës në BE pritet që të stabilizohet pas një periudhe të gjatë rënieje. Parashikohet që BE të ruajë një rritje të qëndrueshme në eksportet e verës, falë kërkesës së lartë për Tregues Gjeografik (TGj apo GI) dhe verëra me gaz (psh. Shampanjë). Në përgjithësi, këto zhvillime do të çojnë në një ulje të vogël të prodhimit në BE.

Në BE-15 (vendet e vjetra të BE-së) konsumi për frymë ka rënë me 4 litra, duke shkuar në 27 litra për frymë, ndërsa, konsumi i verës në 13 vendet e reja të BE-së është rritur në mënyrë të konsiderueshme gjatë dekadës së fundit (+2 litra për frymë, duke shkuar në 14 litra), si pasojë e rritjes ekonomike dhe zëvendësimit të birrës me verë (po ashtu, në Shqipëri është vënë re një tendencë për të zëvendësuar konsumin e rakisë me verë). Nuk pritet që rritja e rendimentit të kompensojë ndikimin që ka ulja në sipërfaqen e kultivimit. Për pasojë, parashikohet që prodhimi do të vazhdojë një rënie të lehtë, ndonëse me ndryshime nga viti në vit, për shkak të kushteve klimatike.

Figura 1: Prodhimi dhe konsumi i verës në BE



Burimi: EUROSTAT (2017)

Shqipëria nuk ka avantazhe konkurruese në eksportimin e verës drejt shteteve të BE-së apo avantazhe konkurruese në eksportimin e verës drejt vendeve³ të rajonit, të paktën në një periudhë afatmesme. Megjithatë, Shqipëria ka mundësi të madhe për të përmbushur kërkesën vendase e cila është e lartë, siç tregohet nga konsumi relativ i ulët (shihni konsumin e përafërt në vijim). Eksporti në tregjet "niche", si diaspora shqiptare, mund të merret në konsideratë.

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

3.3.2. Tregu i brendshëm

Konsumi i verës

Konsumi i verës në Shqipëri dominohet nga prodhimi vendas - importet zënë më pak se 1/10 e ofertës të brendshme.

Tabela 8: Oferta e verës (tonë)

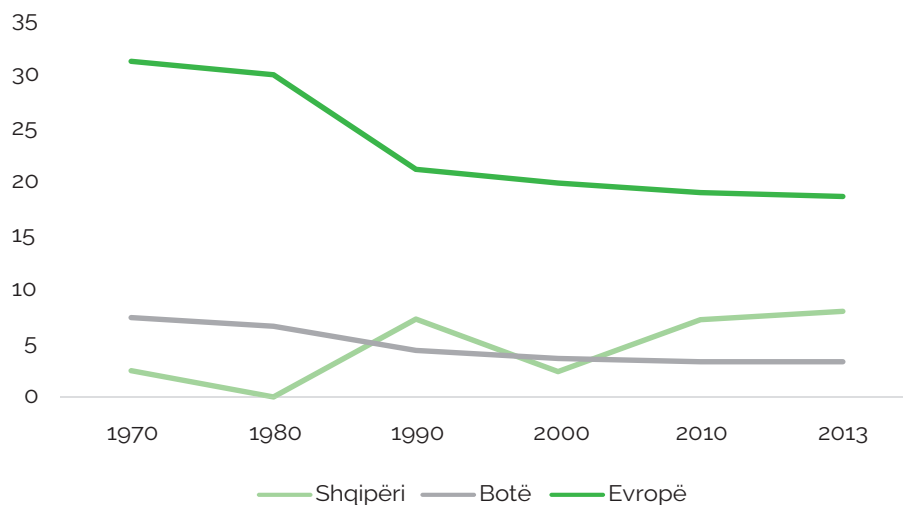
Kategoria	2000	2005	2010	2013	2014
Prodhimi	7.413	17.144	30.000	38.000	17.500
Importi	292	2.095	2.549	2.188	1.617
Eksporti		0,28	26,38	10,04	
Oferta	7.705	19.239	32.523	40.178	19.117
Importi/ofertë (%)	4	11	8	5	8

Burimi: FAOSTAT dhe INSTAT (2017 për prodhimin) dhe UNSTAT (2018) për tregtinë

Kërkesat dhe preferencat e konsumatorit

Konsumi i verës është rritur në mënyrë të konsiderueshme që në fillim të tranzicionit, për shkak të rritjes së të ardhurave dhe liberalizimit të tregut. Megjithatë, oferta mesatare për frymë është shumë më e ulët se mesatarja evropiane dhe mbetet pas mesatares evropiane, veçanërisht Evropës jugore - një arsye mund të jetë fakti i prodhimit në kushtet e shtëpisë (që nuk reflektohet në statistika) dhe konsumit të rakisë (pije alkoolike e prodhuar kryesisht nga rrushi dhe kumbullat) në disa pjesë të Shqipërisë, e cila ka qenë tradicionalisht pija kryesore alkoolike⁴. Serbia ka konsumin më të lartë të verës për frymë nga të gjitha vendet e Ballkanit, ndërsa Maqedonia ka konsumin më të ulët për frymë.

Figura 2: Konsumi i verës në Shqipëri dhe në botë (kg/frymë)



Burimi: FAOSTAT (2018)

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

Është e zakonshme që konsumatorët shqiptarë të blejnë verë dhe raki direkt nga prodhuesit (fermerët). Konsumatori tipik shqiptar është mësuar me një verë tradicionale të prodhuar në fermë. Paralelisht me një klasë të mesme të pasur qytetarësh po zhvillohet një segment i ri kërkesës, karakterizuar nga shije dhe stil jetese orientuar drejt trendeve globale. Në të njëjtën kohë po zhvillohet edhe një proces i ngadaltë i kualifikimit të kërkesës, me rritje të ndërgjegjësimit për sigurinë ushqimore dhe segmentimin e tregut sipas buxheteve të disponueshme. Është interesante që edhe në zonat urbane është e zakonshme që familjet të prodhojnë rakinë e tyre (duke përdorur rrushin e blerë në tregun lokal) dhe në një masë më të vogël, edhe verën për konsum vetjak. Shumë prodhojnë rakinë dhe verën e vet për hobi, ndërsa për të tjerë, arsyeja kryesore është që të garantojnë që rakia dhe vera që ata pinë të jetë prodhuar vetëm nga rrushi, me cilësi.

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 (kulturat dhe racat) mund të perceptohen se lidhen me origjinën e produkteve të preferuara rajonale⁵.

Në rastin e verës, preferenca për verën vendase nuk është dominuese krahasuar me verën e importuar (ndryshe nga vaji i ullirit) - vera nga BE, veçanërisht nga Italia, ka një prani të fortë në vend. Megjithatë, sipas një studimi të mëparshëm të konsumatorëve⁶, ekziston një treg potencial "niche" për verën shqiptare, dhe janë identifikuar grupe konsumatorësh që janë të gatshëm të paguajnë çmime më të larta. Konsumatorët kanë deklaruar preferencën për verë nga disa rajone si Përmeti, Vlora dhe Lezha, ku ka gjithashtu një traditë për prodhimin dhe përpunimin e rrushit. Shumica e të intervistuarve deklarojnë se janë të gatshëm të paguajnë një çmim më të lartë për origjinën e preferuar⁷.

Zhvillimi i skemës së cilësisë, si p.sh. Treguesit Gjeografikë (TGJ), përbën një potencial. Ka varietete autoktone që lidhen ngushtësisht me zona specifike (p.sh. serina në Korçë, vlosh në Vlorë, pules në Berat, kallmet në Lezhë). Një lidhje e tillë me një kultivar specifik në një zonë gjeografike të caktuar përbën një potencial për zhvillimin e skemës së cilësisë së verës, duke përfshirë treguesit gjeografikë (TGJ), por jo vetëm. Kështu, zhvillimi i TGJ-ve do të nxiste investimet e reja (p.sh., në plantacione të reja dhe në përmirësimin e kapaciteteve të përpunimit dhe marketingut/tregtimit).

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

6 Zhllima, E., Chan-Halbrendt, C., Zhang, Q., Imami, D., Long, R., Leonetti, L., & Canavari, M. (2012). Latent class analysis of consumer preferences for wine in Tirana, Albania. *Journal of international food & agribusiness marketing*, 24(4), 321-338.

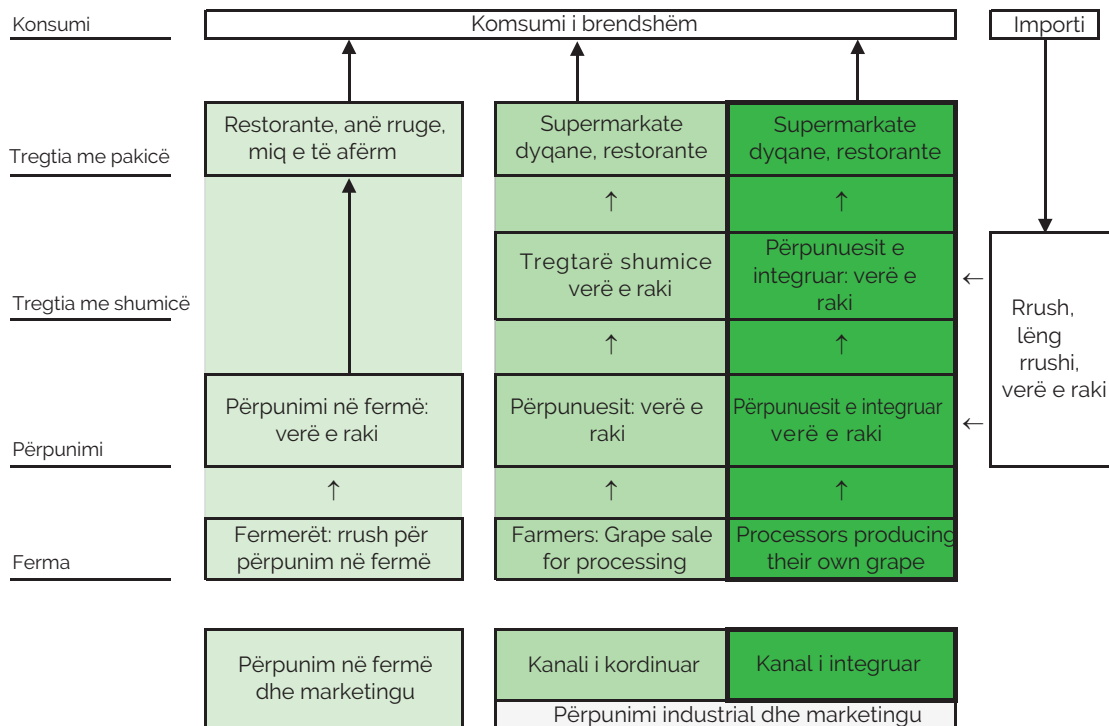
7 Imami, D., Skreli, E., Zhllima, E., Cela, A., & Sokoli, O. (2015). Consumer preferences for typical local products in Albania. *Economia agro-alimentare*.

4. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE AKTORËT KYESORË

4.1. STRUKTURA E ZINXHIRIT TË VLERËS DHE PROFILI I AKTORËVE

Figura 3 identifikon në mënyrë skematike aktorët e zinxhirit të vlerës së verës dhe kanalet kryesore përmes së cilëve qarkullon rrushi dhe nënproduktet e tij nga fermerët te konsumatori fundor.

Figura 3: Aktorët e zinxhirit të vlerës së verës



Burimi: Përgatitur nga autorët

Aktorët kryesorë në zinxhirin e vlerës së verës janë fermerët që prodhojnë rrushin, fermerët që përpunojnë rrushin në verë dhe përpunuesit industrialë të verës. Këta të fundit mund të kategorizohen në dy grupe: përpunues të integruar dhe përpunues të koordinuar. Në diskutimin e mëposhtëm jepet një profil i aktorëve që pasohet nga flukset e zinxhirit të vlerës dhe koordinimi i këtij zinxhiri.

Fermerët

Shumica e fermave bujqësore në Shqipëri janë ferma të përziera, ferma që prodhojnë për vetëkonsum dhe shitje dhe shumica e fermave kultivojnë rrush. Numri i fermerëve me orientim tregu (fermerë me vreshta më të mëdha se 0,5 ha) është më pak se 500 ose më shumë se gjysma e fermave me orientim tregu, 240 ferma kanë vreshta nga 1,1 deri në 2 ha dhe vetëm 137 ferma kanë vreshta më të mëdha se 2 ha (tabela 9).

Tabela 9: Fermat tregtare me vreshta, për 2017⁸

Vreshta	Numri	%
6 deri në 10 dn	468	55,4
11 deri në 20 dn	240	28,4
21 deri në 50 dn	137	16,2
Totali i fermave tregtare me vreshta	845	100,0

Burimi: Të dhëna nga MBZHR përpunuara nga autorët.

Fermat me orientim tregu me vreshta janë të përqendruara (në rend zbritës) në Berat, Tiranë, Dibër (Mat), Fier dhe Gjirokastrë (Përmet) (shih shtojcën, Tabela 17).

Asetet kryesore të një fermeri tipik me orientim tregu janë vreshtat, sistemet e ujitjes (ujitje me pus dhe sistemi i ujitjes me pika) dhe ndonjëherë makineritë bujqësore (traktorë dhe pompa për spërkatje).

Fermerët përpunues

Sipas një studimi të mëparshëm⁹, 9 nga 10 fermerë përpunojnë sasi të konsiderueshme rrushi për të prodhuar raki dhe/ose verë. Pothuajse 2/3 e fermerëve përdorin më shumë se gjysmën e prodhimit të rrushit për prodhimin e rakisë. Më shumë se gjysma e fermerëve përpunojnë më shumë se 60% të rrushit në raki dhe 31% e fermerëve përpunojnë në raki më shumë se 2/3 e rrushit (më shumë se 70%). Kjo ndodh, nga njëra anë, për shkak të traditës dhe nga ana tjetër për shkak të faktit se rakia është shumë më e lehtë për t'u prodhuar dhe ruajtur, dhe ajo është nënprodukti dominues i rrushit krahasuar me verën.

Ndërkohë, prodhimi i verës në fermë është i ulët dhe në rënie. Kjo ulje e konsiderueshme e prodhimit të verës në fermë konfirmon tendencën e konsumatorëve për të blerë verë me cilësi më të lartë të importuar (siç tregohet nga statistikat e importit) dhe verën vendase të prodhuar nga kantinat e verës.

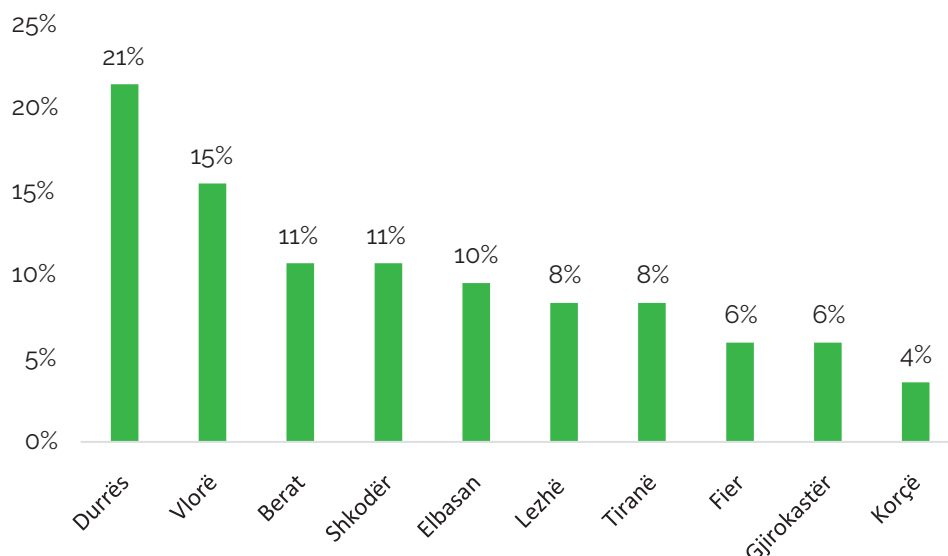
Teknologjia e prodhimit të verës në fermë zakonisht është primitive dhe bazike; shpesh vera e prodhuar ruhet në enë plastike dhe tregohet në shishe plastike.

Përpunuesit industrialë

Ka rreth 80 - 100 kantina vere në Shqipëri. Përqendrimi më i lartë është në rajonin e Durrësit, i pasuar nga Vlora.

8 Ndërkohë që sipas vlerësimit të autorëve të studimit, numri i fermave tregtare duhet të jetë më i lartë, të dhënat e raportuara nga MBZHR janë të dobishme për dy arsye kryesore: (i) ato mbështesin faktin se numri i fermave tregtare është gjithsesi i ulët dhe shpërndarja rajonale vlerësohet se është e besueshme.

9 Imami, D. (2011). Analysis of agrifood value chain actors' choices in Albania. [Dissertation thesis]. Alma Mater Studiorum Università di Bologna.

Figura 4: Shpërndarja e njësive të përpunimit të pijeve alkoolike/verës

Burimi: Përgatitur nga autorët bazuar në të dhënat nga MBZHR

Kantinat e verës në Shqipëri mund të ndahen në tre grupe: (i) kantina vere të mesme dhe të mëdha - që prodhojnë verë të cilësisë së lartë; (ii) kantina vere - tipikisht më të mëdha - që prodhojnë sasi të mëdha vere standarde/për tavolinë dhe në një masë të vogël verë të përzgjedhur dhe të stazhionuar 12-24 muaj, dhe (iii) kantina vere - tipikisht më të vogla - që prodhojnë verë standarde për tavolinë me pak ose aspak stazhionim për konsum të menjëhershëm.

Tabela 10: Kantina të përzgjedhura të verës sipas kapacitetit dhe prodhimit

	Rasti 1	Rasti 2	Rasti 3	Rasti 4	Rasti 5	Rasti 6	Rasti 7	Rasti 8
Kapaciteti i kantinës, litra/vit	40.000	90.000	60.000	70.000	500.000	25.000	2.000	
Prodhimi i verës, litra/vit	7.000	10000	Nuk ka info	40.000	100.000	25.000	2.000	75.000
% e shfrytëzimit të kapacitetit	17,5	11	Nuk dihet	67	20	100	100	

Burimi: FAO (2014)

Shqipëria prodhon verë standarde për tavolinë dhe verë të cilësisë së lartë - një pjesë e kantineve përqendrohen më tepër në verën standarde për tavolinë dhe të tjera në verën e cilësisë së lartë. Tregu për verën standarde për tavolinë janë restorante dhe dyqane, dhe për verën e cilësisë së lartë janë restorantet dhe hotelet me standarde më të larta, vinotekat, etj. Çmimi i fabrikës për verën standarde për tavolinë është 300-350 lekë për litër dhe për verën e cilësisë së lartë çmimi i fabrikës shkon deri në 800-1200 lekë për shishe (750 cl), por ka edhe raste çmimesh shumë më të larta. Zgjedhja strategjike është e ndryshme nga një kantine në tjetrën. Disa kantina vere përqendrohen te cilësia. Ato janë të interesuara për rrushin e cilësisë së lartë që shoqërohet tipikisht nga rendimenti i ulët. Të tjerat prodhojnë verë të një cilësie standarde. Ato përdorin rrushin me cilësi të

zakonshme me rendiment të lartë. Për prodhimin e rrushit për verë përdoren si kultivarët autoktonë ashtu edhe ata të importuar. Ndër kultivarët autoktonë të rrushit janë Kallmeti, Sheshi i Zi, Sheshi i Bardhë, Vloshi, etj. Variete të importuara ka shumë, duke përfshirë Merlot, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Riesling, Petit Verdon, Shiraz (në provë), Vranac, etj. Lloji i ekspertizës së përdorur nga kantinat e verës varet nga cilësia e verës që do të prodhohet. Si rregull i përgjithshëm, kantinat e verës që prodhojnë verë të cilësisë së lartë punësojnë ekspertë më të specializuar. Kantinat e verës që prodhojnë verë të cilësisë së lartë kanë punësuar enologë (por edhe ekspertë të tjerë si agronomë, kimistë etj.). Kantinat e verës që prodhojnë verë standarde për tavolinë mbështeten më tepër tek ekspertiza vendase, duke përfshirë këshillimin nga shërbimi i ekstensionit.

Kutia 1: Kantina "Çobo": prodhues i verës me cilësi të lartë me marrëdhënie të mira me furnitorët

Hyrje: Kantina është në pronësi të një ish-emigranti të kthyer nga Italia. Familja e tij e ka pasur traditë prodhimin e verës, por historia familjare nuk është përcaktues kryesor i suksesit të tij. Vetë pronari ka punuar në një kantinë italiane për një kohë të gjatë. Aty ai ka fituar aftësitë dhe ekspertizën për prodhimin e verës, si dhe pasionin për verën. Kontaktet e vendosura me një enolog italian janë transformuar në një bashkëpunim produktiv. Aktualisht ai prodhon 80 deri në 100 mijë shishe në vit.

Segmenti i konsumatorëve: Ai synon klientët me të ardhura të mesme dhe të larta; sipas administratorit të kompanisë, "klientë të preferuar janë ambasadat". Ekspertet janë një fenomen i kohëve të fundit.

Produktet: Vera ka identitet lokal/vendas. Ajo prodhohet nga rrushi lokal dhe vendas si Pulës, Vlosh, Kallmet, Sheshi i Bardhë, Sheshi i Zi, Serine etj. Në këtë kantinë prodhohen pesë lloje verërash të thata (dry) si Kashmer, e Kucja e Beratit, e Bardha e Beratit, Sheshi i Bardhë dhe Sheshi i Zi. Zgjedhja strategjike për të prodhuar verë nga varietetet autoktone të rrushit deklarohet qartë prej tyre: "Që nga fillimi kemi këmbëngulur që vera jonë të prodhohet 100% nga rrushi shqiptar. Kjo na jep një identitet të fortë. Vera që ne prodhojmë duhet të lidhet me tokën ku prodhohet rrushi. Ne e dimë se nëse duhet të vendosim standarde të larta cilësore për verën shqiptare, duhet të përfaqësoheshim me rrush autokton."

Tregu dhe kanalet: Kompania ka krijuar kanalet e veta të shpërndarjes, duke targetuar kryesisht restorante dhe supermarkete. Kohët e fundit ata kanë hapur një bar për verë në Tiranë dhe synojnë të hapin një të dytë në Berat. Kompania ka arritur gjithashtu të eksportojë sasi të vogla vere në Zvicër dhe synon të bëjë të njëjtën gjë në Hong-Kong. Kompania ka një buxhet të posaçëm për promociione dhe marketing - 15 deri në 20% e fitimit. Organizon edhe dy evenimente vjetore promovuese, përkatësisht në pranverë dhe në vjeshtë. Evenimentet konsiderohen shumë efektive për sa i përket promovimit. Kompania gjithashtu promovon markën duke sponsorizuar Festivalin e Përvitshëm të Këngës - duke furnizuar verën për këtë eveniment.

Partnerë: Furnitorët e tij të rregullt janë 15 deri në 20 fermerë me të cilët ai ka vendosur marrëdhënie të qëndrueshme. Zona ku prodhojnë fermerët është e rëndësishme për sa i përket cilësisë së rrushit. Fermerët këshillohen për teknologjinë e prodhimit të rrushit; atyre u kërkohet/ata udhëzohen që të mos prodhojnë më shumë se 8 ton për ha; rrushi i rendimentit të lartë nuk është i përshtatshëm për prodhimin e verës. Nëse fermerët tejkalojnë këtë rendiment, kompania ka të drejtë të refuzojë rrushin e furnizuar. Pavarësisht këtyre marrëdhënieve me fermerët furnitorë, fermerët sërish tentojnë të prodhojnë më shumë nga sa u këshillohet.

Burimet: Kantina ka vreshtin e saj prej 1,5 ha. Ajo ka një teknologji të plotë për prodhimin dhe stazhionimin e verës, duke përfshirë investimet në linjën e përpunimit, mjediset e ruajtjes dhe stazhionimit dhe inventarizim, salla degustimi dhe vende pritjeje ku organizohen festat e përvitshme. Marka e kompanisë është sinonim i verës lokale me cilësi të lartë në Shqipëri. Kjo markë ka marrë çmime kombëtare dhe ndërkombëtare. Kompania ka pasur vështirësi në aksesin për tokë për të rritur sipërfaqet me vreshta, si dhe vështirësi në marrëdhëniet me disa nga fermerët të cilëve u merre tokën me qera. Për shkak të mosmarrveshje të vazhdueshme me disa fermerë, pronari i kantinës vendosi të hiqte dorë nga marrja e tokës me qira.

Investimi. Kantina ka marrë me qira 37 ha tokë publike. Tani ai ka mbjellë 8,5 ha me kultivarin Vlosh. Ai deklaroi se për 3 deri në 4 vjet ai do të ketë vreshtat e veta dhe synon të grumbullojë më pak rrush nga fermerët. Ai ka ide për projekte të tjera investimi në vlerë deri në 4 milionë Euro, në rast se përmbushen dy kushte: (i) xhironja vjetore e aktivitetit aktual rritet në disa vite të ardhshme, dhe (ii) projekti bashkëfinancohet nga programi IPARD II.

Faktorët e suksesit dhe mësimet e nxjerra: (i) prodhimi i verës nga varietetet autoktone dhe lidhja e verës me një territor; (ii) përcaktimi dhe zbatimi i një strategjie të qartë marketingu; (iii) prodhimi i vazhdueshëm i një vere të cilësisë së lartë falë investimeve në teknologji bashkëkohore; (iv) investimi në burime njerëzore, kryesisht për sa i përket ekspertizës në teknologjinë e cilësisë së lartë (v) hartimi i një strategjie për sigurimin e lëndës së parë (rrushit). Kjo strategji mund të përfshijë prodhimin e rrushit të vet (prodhimi i integruar) dhe blerjen nga fermerët.

4.2. FLUKSET NË ZINXHIRIN E VLERËS DHE KOORDINIMI I ZINXHIRIT

Flukset e produktit, të informacionit dhe ato financiare

Flukset e produktit: Siç paraqitet në Figurën 3 (më lart), produkti qarkullon nga fermeri drejt konsumatorit përmes dy kanaleve kryesore që mund të quhen (i) kanali i përpunimit në fermë dhe (ii) kanali i përpunimit industrial. Kanali i përpunimit në fermë është kanali kryesor i tregtimit. Një sasi e madhe vere prodhohet dhe konsumohet në fermë; njerëzit tashmë konsumojnë më shumë verë se në të kaluarën.

Pjesa tjetër e verës dhe rakisë së prodhuar në shtëpi arrin te konsumatorët (restorante, shitje të drejtpërdrejta në rrugë ose shitja te miqtë dhe të afërmit). Shitësit me shumicë nuk nevojiten gjithmonë nëse produkti qarkullon përmes këtij kanali. Kanali i përpunimit industrial përbëhet nga dy nënkanale, ndonëse ndarja nuk është shumë strikte, përkatësisht prodhimi i integruar dhe prodhimi i koordinuar.

Ndërkohë që për prodhimin e integruar sasi të konsiderueshme rrusht prodhohen nga vetë përpunuesi, në rastin e prodhimit të koordinuar sasi të mëdha rrushi blihen nga fermerët që nuk janë pjesë e biznesit të prodhimit të verës. Prodhimi i integruar është shumë i zakonshëm, veçanërisht në rastin e kompanive që prodhojnë verë të cilësisë së lartë. Shumë shpesh përpunuesit e kanalit industrial kryejnë edhe funksionin e shitësit me shumicë (disa prej tyre kanë edhe dyqane të shitjes me pakicë në qytetet kryesore, kryesisht në Tiranë). Tregu i shitjes me pakicë për prodhimin industrial formal janë restorantet, dyqanet dhe supermarketet.

Pjesë e kanalit të përpunimit industrial është edhe sektori informal i përpunimit i cili është shumë i madh që përbëhet nga kantina informale, restorante që blejnë rrush dhe prodhojnë vetë verën që shërbejnë në restorantet e tyre etj. Formalizimi i këtij sektori pritet që të sjellë përfitime të mëdha për sa i përket konkurrencës më të drejtë ndërmjet prodhuesve të verës, përmirësimit të sigurisë dhe cilësisë së verës, përmirësimit të standardeve mjedisore dhe rritjes së të ardhurave nga tatimet.

Flukset e informacionit. Qarkullimi i informacionit, veçanërisht i informacionit teknologjik dhe këshillat nga përpunuesit për fermerët në zinxhirin e vlerës së verës është i domosdoshëm - përshtatshmëria dhe cilësia e rrusht janë faktorë përcaktues për cilësinë e verës. Ndaj, përpunuesit bëjnë përpjekje të vazhdueshme për të këshilluar fermerët që furnizojnë rrushin, veçanërisht në rastin e kantinave që prodhojnë verë të cilësisë së mesme dhe të lartë (shih Kutia 1). Por sipas intervistave, fermerët shpesh nuk i ndjekin këshillat e përpunuesve dhe kjo i çon këta të fundit që të integrohen vertikalisht - të investojnë në kantinat e tyre.

Flukset financiare. Pagesa afatshkurtër me para në dorë është e zakonshme - fermerët paguajnë me para në dorë për inputet që blejnë dhe ata paguhen po ashtu për prodhimin që shesin te kantinat e verës (megjithëse, me përpjekjet e kohëve të fundit për formalizim, ka një tendencë për të paguar nëpërmjet bankës, në rastin e aktorëve më të mëdhenj). Në disa raste, kantinat e verës financojnë paraprakisht inputet për fermerët dhe për furnitorët e besuar pagesat kryhen me vonesë.

Koordinimi i zinxhirit të vlerës

Kompanitë e integruara (ku rrushi dhe vera prodhohen në të njëjtën kompani) është një model shumë i zakonshëm për kantinat e verës që synojnë të prodhojnë një verë të cilësisë së mirë. Studimet e kohëve të fundit na informojnë që shumica e kantineve të verës kanë vreshtat e tyre. Numri i lartë i transaksioneve me një numër të madh fermerësh të vegjël (në drejtim të garantimit të cilësisë) është një nga arsyt kryesore për të patur vreshtat e veta. Në fakt, ka disa prodhues të verës cilësore që kanë investuar në vreshtat e tyre. Në disa raste, i gjithë rrushi i përpunuar prodhohet në vreshtat e veta.

Tabela 11: Furnizimi i rrushit: prodhimi i vet kundrejt furnizimit nga fermerët

	Rasti 1	Rasti 2	Rasti 3	Rasti 4	Rasti 5	Rasti 6	Rasti 7	Rasti 8
Sipërfaqja e vreshtave të veta (ha)	2	15	0	3,5	20	7	2 ¹⁰	0
Sipërfaqja e vreshtave nga furnitorët (ha)	13	pak	200	25	20	0	0	20
Sipërfaqja, total (ha)	15	15	200	28,5	40	7	2	20

Burimi: FAO (2014)

Kantinat e verës gjithashtu blejnë rrush nga fermerët. Për ato kantina vere që kanë kapacitet të lartë prodhimi, rrushi i vet nuk mjafton për të prodhuar sasi të mjaftueshme vere për të shfrytëzuar kapacitetet përpunuese dhe për të ruajtur marrëdhënie të besueshme me shitësit me pakicë (supermarkete, hotele, restorante dhe dyqane të tjera). Në rastet kur kantinat e verës blejnë rrush nga fermerët, ato zakonisht vendosin marrëdhënie të ngushta me fermerët - kjo ndodh veçanërisht në rastin e kantineve që prodhojnë verë të cilësisë së lartë. Ato këshillojnë fermerët për teknologjinë e rrushit për verë (krasitja, ujitja, mbrojtja e bimëve) duke vendosur ndonjëherë edhe një tavan për rendimentin prodhues të rrushit. Ka gjithashtu raste kur kantinat e verës apo blerësit e rrushit u ofrojnë fermerëve fidanë, mbështesin ndërtimin e vreshtit dhe nënshkruajnë kontrata për t'i blerë rrushin për vitet e para të prodhimit. Shpesh marrëveshjet ndërmjet kantineve të verës dhe fermerëve furnizues janë verbale dhe marrëveshjet me shkrim nuk janë të zakonshme.

10 1,3 ha rrush për verë dhe 0,7 rrush për tavolinë

5. PROCESET E TEKNOLOGJISË SË PRODHIMIT

Në vijim tregohen komponentët kryesorë të kostos operative. Krasitja kryesore e hardhive bëhet në dimër. Në fillim të pranverës pasohet me krasitjen e lastarëve dhe pas kësaj, nëse kërkohet shkurtimi i majave të lastarëve. Tek vreshtat, krasitja e verës - e quajtur gjithashtu "krasitje e gjelbër" - ka një intensitet të lartë pune. Megjithatë, për të pasur hardhi të shëndetshme, si dhe për një cilësi të lartë, kjo mund të jetë e nevojshme.

Një shpenzim tjetër operativ i rëndësishëm janë trajtimet kimike, spërkatja (4-8 spërkatje në varësi të zonës dhe lartësisë gjeografike). Duhet të zbatohet menaxhimi i integruar i sëmundjeve dhe pesticideve për të ulur numrin e spërkatjeve me kimikate.

Mekanizimi i proceseve mund të ulë kostot - por kjo është më e realizueshme për fermat e mëdha.

Në vijim tregohen dinamikat mujore të procesve të prodhimit për rrushin, që reflektohen në shpenzime (që është indikative, sepse mund të ketë ndryshime në varësi të një sërë faktorësh, duke përfshirë vendndodhjen dhe varietetin). Rrushi i tavolinës në Shqipëri është i disponueshëm zakonisht nga gushti deri në fillim të nëntorit (por varet edhe nga varietetet dhe zonat).

Tabela 12: Kalendar i proceseve të prodhimit të rrushit sipas muajve të vitit

Proceset kryesore	Muajt												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Krasitja dimërore dhe verore													
2. Mirëmbajtja e sistemit mbështetës													
3. Trajtimet kimike, spërkatja													
4. Vjelja													

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

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 verës.

Tabela 13: Sektori i verës: Strategjia bazuar në analizën SWOT

	PIKAT E FORTA (S) (+)	PIKAT E DOBËTA (W) (-)
	Kushtet e favorshme klimatike e tokësore dhe tradita në prodhimin e rrushit	Furnizimi i pamjaftueshëm me rrush për përpunim dhe (shpesh) kultivarë të papërshtatshëm për prodhimin e verës
	Kultivarët lokalë/autoktonë të rrushit i përshtaten mirë kushteve lokale dhe të vlerësuar nga konsumatorët	Përdorimi i pamjaftueshëm i varieteteve autoktone të rrushit për zhvillimin e një skeme të cilësisë
	Rritja e bazës së prodhimit; dhe duke përdorur shpesh forma të intergruara (kantinat investojne në vreshta)	Disponim i pakët i makinerive dhe pajisjeve të veçanta të vreshtave
	Investime të rëndësishme në prodhimin e verës, dhe investime domethënëse në prodhimin e verës cilësore	Mungesa e kapaciteteve për prodhimin e verës në disa zona dhe mungesa e rrushit në zona të tjera, duke çuar në një shfrytëzim të pamjaftueshëm të kapaciteteve
	Ekspertiza për prodhimin e verës nga emigrantët e kthyer	Infrastruktura e dobët e laboratorëve të brendshëm/integruar
	Ekspertiza e mirë teknologjike në kantinat që prodhojnë verë të cilësisë së lartë	Marketingu i dobët dhe promovimi i kufizuar i verës vendase të cilësisë së lartë prodhuesit e verës ose shoqatat e tyre.

MUNDËSITË (O) (+)	STRATEGJIA PËR S (+) / O (+)	STRATEGJIA PËR W (-) / O (+)
Rritja e kërkesës për verë për shkak të ndryshimit të stilit të jetesës së konsumatorëve dhe kërkesa akoma e paplotësuar	Mbjellja e vreshtave nga kantinat që janë të gatshme të integrojnë aktivitetin e tyre	Mbjellja/rimbjellja e vreshtave për të rritur ofertën, përmirësuar përshtatshmërinë e kultivarëve dhe rritja e ofertës së rrushit autokton
Rritja e kërkesës për verë të cilësisë së lartë nga restorantet në bregdet	Mbështetja për infrastrukturën e integruar për cilësinë në kantinat e verës - laboratorët	Mbështetja me investime për makineri dhe pajisje të veçanta për vreshtat
Politika e favorshme e qeverisë për sektorin		Mbështetja me investime në kapacitetet përpunuese të verës
Mundësia për të zhvilluar turizmin në fermë		Mbështetja me investime për përpunimin e verës në fermë
Zhvillimi i turizmit bazuar në verën e cilësisë së lartë		Kapacitetet e turizmit në kantinat e verës, duke përfshirë sallat e degustimit, restorantet dhe akomodimin

KËRCËNIMET (T) (-)	STRATEGJIA PËR S (+) / T (-)	STRATEGJIA PËR W (-) / T (-)
Rritja e konkurrencës nga prodhuesit e tjerë rajonalë: importi i lëngut të rrushit për prodhimin e verës dhe importi i verës		
Përqindja e lartë e prodhimit joformal që çon në konkurrencë të padrejtë		Mbështetja e fushatave të marketingut për të promovuar verën vendase të cilësisë së lartë

6.2. NEVOJAT PËR FINANCIM

6.2.1. Tendencat për investime dhe nevojat për financim

Tendencat për investime

Ngritja e vreshtave të reja ka qenë një investim i rëndësishëm gjatë viteve të fundit - sipërfaqja e mbjellë me vreshta është dyfishuar që nga viti 2010 (Tabela 1). Plantacionet e reja janë nxitur edhe nga skemat mbështetëse të qeverisë shqiptare. Investime të konsiderueshme janë bërë edhe në industrinë e përpunimit të verës. Ndërkohë që janë bërë investime në prodhimin e verës së zakonshme të tavolinës dhe shumë shpesh kjo bëhet nga operatorët joformalë, ia vlen të theksohet se ka pasur investime në teknologjinë e prodhimit të verës së cilësisë së lartë nga ish-emigrantë; emigrantët kanë siguruar burimin e financimit dhe - ajo çka është më e rëndësishmja - ekspertizën teknike veçanërisht për sa i përket teknologjisë së verës. Shumë emigrantë që kanë investuar ende ruajnë marrëdhënie profesionale me profesionistë në vende të tjera (BE), kryesisht në Itali. Shumë shpesh vihen re investime në ngritjen e vreshtave dhe në teknologjinë e përpunimit të verës. Ndërkohë që kjo është shumë e zakonshme, për prodhuesit e verës së cilësisë së lartë, ajo është pothuajse një domosdoshmëri duke qenë se fermerët shpesh nuk arrijnë të përmbushin standardet e rrushit për industrinë e verës. Prodhuesit e verës së cilësisë së lartë tentojnë të ndërtojnë salla për të degustuar verën dhe disa prej tyre shkojnë më tej dhe kombinojnë prodhimin e verës me turizmin. Disa prej tyre kanë përgatitur projekte për të investuar në restorante dhe akomodim. Megjithatë, ekziston një disbalancë rajonale - ka kapacitete përpunuese të tepërta në disa zona dhe kapacitete përpunuese të pamjaftueshme në zona të tjera. Nga ana tjetër, ka tepriçë oferte për rrush në disa zona dhe mungesë oferte në të tjera. Ndaj, çdo strategji financimi duhet të marrë në konsideratë një përputhje më të mirë midis vendndodhjes së industrisë së përpunimit dhe furnizimit me rrush.

Nevojat e financimit për investime

Nisur nga strategjia bazuar në analizën SWOT dhe tendencat e investimeve, nevojat e financimit për investime janë përmbledhur në Tabelën 14.

Tabela 14: Nevojat e financimit për investime

Lloji i investimit	Fermerët	Përpunimi në fermë	Përpunuesit tregtarë
1. Investime për mbjelljen ose rimbjelljen e vreshtave, duke përdorur me përparësi kultivarët autoktonë për verë			
2. Sistemet e ujitjes: pajisje dhe makineri për të përmirësuar ujitjen dhe plehërimin nëpërmjet ujitjes, ujitjen me pika dhe ujitjen me pus			
3. Mbështetja për makineri të specializuara për vreshtat			
4. Pajisjet e vjeljes dhe pas vjeljes, pajisjet dhe mjedise, duke përfshirë arkat plastike shumëpërdorimshe, dhomat e freskimit dhe ftohjes dhe ambientet e ruajtjes			
5. Mbështetja për linjat e thjeshta të përpunimit për të mbështetur përpunimin e verës në fermë			
6. Plotësimi i linjave të përpunimit të verës (depozitat, linjat e ambalazhimit në shishe, duke përfshirë linjat e paketimit në kuti me qese)			
7. Mbështetja për ndërtimin/rinovimin e qilarëve			
8. Mbështetje për laboratorë të brendshëm/të integruar			
9. Mbështetje për mjediset e lidhura me turizmin në kantinat e verës, duke përfshirë sallat e degustimit, restorantet dhe akomodimin			

Burimi: Përgatitur nga autorët

Mbjellja ose rimbjellja e vreshtave të reja përbën një mundësi për financim. Analizat e kohëve të fundit tregojnë se fitimi neto për ha vresht shkon në 538,500¹¹. Mbështetja për projektet e mbjelljes ose rimbjelljes duhet të jenë – në rastin më të mirë – të plota; të paktën me sisteme ujitjeje, por mund të merren në konsideratë edhe makineritë bujqësore të specializuara.

Megjithëse ka disa kantina vere me mjedise bashkëkohore dhe teknologjinë e fundit për prodhimin e verës, ekziston një nevojë e madhe për të plotësuar dhe përmirësuar teknologjinë e prodhimit të verës për shumicën e kantinave. Investimet kryesore që mund të merren në konsideratë janë mjediset e magazinimit dhe qilarët, depozitat prej inoksi, linjat e ambalazhimit, duke përfshirë linjat e paketimit në kuti me qese etj.).

Investimi në kapacitetet turistike në kantinat e verës, duke përfshirë sallat e degustimit, restorantet dhe akomodimin mund të përbëjë një mundësi interesante financimi, duke u bazuar si në rastet aktuale të vërejtura (kryesisht në kantinat prodhuese me cilësi të lartë), dhe në planet që kompanitë kanë. Investimi në restorante dhe akomodim mund të jetë një projekt që ka sukses duke qenë se propozon një "produkt të ri" - verë origjinale dhe ushqim vendas.

11 AASF (2018). Agriculture Technological Cards

Shumë fermerë aktualisht prodhojnë verë nga vreshtat e veta në kushte shtëpie. Megjithatë, teknologjia që ata përdorin është shumë e thjeshtë (enë plastike dhe shishe plastike për shitje). Ndërkohë që teknologjia aktuale mund të konsiderohet si një pikë e dobët, institucionet e financimit mund të zbulojnë një mundësi për të mbështetur projektet e vogla të prodhimit të verës duke i kombinuar ato me turizmin në fermë në zona me orientim turistik. Mbështetja mund të kombinohet me skemat publike të mbështetjes.

Edhe laboratorët e integruar në kantinat e verës mund të konsiderohen për mbështetje duke synuar kantinat prodhuese të verës së cilësisë së lartë.

Kutia 2: 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 reja, investime në agro-përpunim dhe marketing), mbështetja e teknologjive të inovacionit dhe certifikimit dhe siguracionit
- Formalizimi vertikal dhe horizontal dhe formalizimi i biznesit
- Diversifikimi i veprimtarive rurale, duke përfshirë mbështetjen e SME-ve dhe në veçanti mbështetjen për turizmin rural në kombinim me programin e qeverisë për 100 fshatrat.

Ndërkohë që SKM-të tradicionalisht kanë ofruar mbështetje për të përmbushur disa objektiva të politikës, duke përfshirë rritjen e konkurrueshmërisë, 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 milion 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 II - 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 operativ

Tendencat e financimeve për kapital qarkullues

Pagesa me para në dorë brenda një periudhe të shkurtër kohore mbizotëron për blerjen e inputeve nga fermerët. Vetëm në raste të kufizuara, veçanërisht për prodhuesit e verës së cilësisë së lartë, ka pak financime paraprake për inputet e fermerëve. Pagesa nga kantinat për rrushin që ata blejnë nga fermerët mund të jetë pagesë me para në dorë në një periudhë të shkurtër kohore, por edhe pagesa të vonuara kur të shitet vera. Kreditë afatshkurtra për të përballuar nevojat për kapital qarkullues janë të pazakonta. Gjatë intervistave në terren ne nuk kemi identifikuar raste të kantinave të verës që financojnë paraprakisht ose bashkërisht investime të kryera nga fermerët furnizues - megjithatë një rast i tillë është vëzhguar për rrushin e tavolinës, ku blerësit e huaj kanë

financuar paraprakisht investimet në vreshta të reja bazuar në kontrata afatgjata me fermerët vendas.

Nevojat për financime për kapital qarkullues

Fermerët kryesisht paguajnë me para në dorë brenda një kohe të shkurtër për inputet që blejnë. Pagesa brenda një kohe të shkurtër është gjithashtu një praktikë e zakonshme në raportet mes kantineve dhe fermerëve përjashtim ndonjëherë bëjnë fermerët që kanë marrëdhënie të ngushta me kantinat e verës (në këto raste mund të kenë pagesa të vonshme por edhe paraprake, sipas rastit). Nisur nga këto forma pagesë, fermerët kanë nevojë për kapital qarkullues në afat të shkurtër për të blerë inputet e tyre. Gjithashtu, në rastet kur fermerët marrin pagesa të vonuara për rrushin që i furnizojnë kantineve të verës, ata kanë gjithashtu nevojë për kapital qarkullues. Në rastet kur kantinat paguajnë me para në dorë brenda një periudhe të shkurtër kohore për rrushin, edhe ato kanë nevojë për financim të kapitalit qarkullues. Nga një kënd-vështrim tjetër, kantinat që kanë vreshtat e tyre – do të kenë gjithashtu nevojë për kapital qarkullues.

6.2.3. Financimi sipas qasjes së zinxhirit të vlerës

Procesi teknologjik për prodhimin e një vere cilësore kërkon marrëdhënie të ngushta ndërmjet prodhuesit të verës dhe fermerëve. Kantinat prodhuese të verës së cilësisë së lartë zakonisht vendosin marrëdhënie më të ngushta me fermerët - ata i këshillojnë fermerët për teknologjinë e prodhimit të rrushit, (ndonjëherë) u ofrojnë inpute, duke përfshirë fidanët, të cilët paguhen nga fermerët në kohën e dorëzimit të produktit ose edhe më vonë. Këto marrëdhënie të ngushta ndërmjet punishteve dhe fermerëve kanë bërë që menaxherët e kantineve të verës të kenë informacione të besueshme për fermerët. Kështu që drejtuesit e kantineve të verës mund të veprojnë si agjentë për institucionet financiare në rast se këto të fundit kanë plane për të bërë biznes me fermerët. Përveç besueshmërisë së fermerëve, kantinës e verës mund të japin informacione në lidhje me investimet ose llojin e kapitalit qarkullues që duhet të mbështeten. Ky lloj informacioni është i rëndësishëm për institucionet financiare duke qenë se kantinat e verës përfaqësojnë tregun e fermerëve.

7. PËRFUNDIME

Që nga viti 2000 prodhimi i rrushit është më shumë se dyfishuar, gjatë periudhës 2000 - 2016; kushtet e ofertës (toka dhe klima e përshtatshme dhe një farë tradite në kultivimin e rrushit), rritja e kërkesës së brendshme për verë për shkak të ndryshimeve në stilin e jetesës dhe mënyrën e të ushqyerit dhe skemat e subvencionimit në fund të viteve 2000 i kanë dhënë një shtysë rritjes së kultivimit dhe prodhimit. Pavarësisht rritjes së kohëve të fundit, prodhimi i verës në Shqipëri është relativisht i ulët krahasuar me vendet e tjera të rajonit.

Industria e verës është mjaft e larmishme. Shumica e kantinave të verës janë shumë të vogla; më të mëdhatë bazohen në ish kantinat shtetërore, tashmë të privatizuara. Në përpjekje për të siguruar furnizimin me lëndë të parë, kompanitë/kantinat e prodhimit të verës kanë pasur shumë vështirësi për t'u rritur. Segmenti i verërave cilësore ende nuk është zhvilluar sa duhet - prodhuesit lokalë të verës së cilësisë së lartë arrijnë ta shesin produktin e tyre, por importet e verës cilësore janë të larta dhe në rritje.

Çështja kyçe për zhvillimin e zinxhirit të vlerës ka qenë mungesa e lidhjeve ndërmjet kultivuesve dhe përpunuesve: kultivuesit shpesh preferojnë ta përpunojnë rrushin e tyre në fermë apo kushtet e shtëpisë dhe t'ia shesin verën dhe rakinë klientëve, e gjitha kjo në një rrugë totalisht joformale. Kjo ka bërë që disa kantina vere profesioniste të investojnë në vreshtat e veta. Megjithatë, rritja e nivelit të prodhimit dhe investimet në vreshta më të mëdha po krijojnë kushtet për organizimin e bazuar në kontratë - janë vëzhguar raste kur prodhuesit e verës cilësore janë angazhuar në marrëdhënie kontraktuale me fermerët.

Ky studim informon institucionet financiare dhe palë të tjera të interesuara në mbështetjen e sektorit të verës për mundësitë kryesore për të financuar këtë sektor. Këto mundësi përfshijnë (i) mbështetjen për investimet në mbjelljen ose rimbjelljen e vreshtave, me përparësi kultivarët autoktonë të rrushit, dhe të pajisura me sisteme ujitjeje dhe makineri të specilizuara për vreshtat; (ii) pajisje për praktikën e vjeljes dhe pas vjeljes, pajisje dhe mjedise, duke përfshirë arkat plastike shumëpërdorimshme, dhomat e freskimit dhe ftohjes dhe ambientet e magazinimit; (iii) linja të thjeshta përpunimi në mbështetje të përpunimit në fermë, mundësisht të kombinuara me turizmin në fermë; (iv) plotësimi i teknologjisë së përpunimit për shumë kantinat ekzistuese të verës (depozita, linja ambalazhimi në shishe, duke përfshirë linjat "Bag-in-Box"), (v) ndërtimi / rinovimi i qilarëve; (vi) laboratorë të brendshëm / të integruar për kantina vere të mëdha që prodhojnë verë me cilësi të lartë; (vii) dhe mjedise për turistët në kantinat e verës, duke përfshirë sallat e degustimit, restorantet dhe akomodimet.

Mbjellja dhe rimbjellja (zëvendësimi) e vreshtave duhet të merret në konsideratë nga institucionet financiare. Megjithatë, në rastin e mbështetjes së vreshtave duhet të merren në konsideratë disa çështje, duke përfshirë përfshirjen e ekspertizës teknike në zgjedhjen e kultivarëve të përshtatshëm për prodhimin e verës me një preferencë për kultivarët autoktonë, priren e kantinave për të investuar në vreshta për të zbutur riskun e furnizimit, mbështetja e fermerëve që kanë marrëdhënie të qëndrueshme me kantina duke konsideruar me kujdes shfrytëzimin e kapacitetit të kantinave. Përdorimi i kultivarëve autoktonë të përshtatshëm për prodhimin e verës mund të çojë në prodhimin e verës me cilësi më të lartë dhe zhvillimin e skemave të cilësisë në sektor, përkatësisht TGJ (Tregues Gjeografik).

Studimi evidenton se plotësimi dhe përmirësimi i teknologjisë së prodhimit të verës për shumicën e kantineve të verës është një dobësi kryesore dhe një mundësi për institucionet financiare. Investimet në mjediset dhe qilarët e punishteve të verës, depozitat/tankerat e inoksit, linjat e ambalazhimit në shishe, duke përfshirë linjat e paketimit në kuti me qese etj.) mund të konsiderohen për mbështetje. Megjithatë, duhet të tregohet vëmendje e veçantë gjatë përzgjedhjes së subjekteve për financim. Një pjesë e madhe e prodhuesve të verës përdorin teknologjinë bazë të prodhimit të verës (kryesisht enë plastike) dhe janë përgjithësisht me vizion të kufizuar - financimi i tyre mund të jetë me rrezik të lartë. Ndaj, këshillohet që të identifikohen sipërmarrësit e rinj riskmarrës dhe vizionarë, të cilët mund të përfaqësojnë brezin e ri të prodhuesve aktualë të verës dhe jo vetëm.

Investimet në sektorin e verës mund të marrin në konsideratë potencialin për zhvillimin e turizmit. Kështu që për mbështetje mund të konsiderohen dy lloje projektesh që konkretisht janë (i) mjediset për turizmin (duke përfshirë sallat e degustimit, restorantet dhe hotelerinë) për kantinat e verës të madhësisë mesatare deri në të mëdha duke pasur si objektiv prodhuesit e verës së cilësisë së lartë, dhe (ii) mbështetja për projektet e vogla për prodhimin e verës, mundësisht të kombinuara me turizmin ose kantinat e vogla të verës në zona me orientim turistik. Mbështetja mund të kombinohet me skemat e mbështetjes së IPARD ose me skemat e subvencionimit nga qeveria (skema e 100 fshatrave turistikë).

Sektorin e verës konsiderohet si sektor me përparësi për qeverinë shqiptare - sektori është përfshirë në skemat e mbështetjes financiare publike. Politika e granteve të pjesshme ka implikime të rëndësishme për institucionet financiare - ata kanë mundësinë për të bashkëfinancuar investimet, për investimin e 100% të shumës, nga e cila të paktën 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

AASF (2018). Agriculture Technological Cards

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

EUROSTAT (2017). Baza e të dhënave gjendet në <http://ec.europa.eu/eurostat>

FAO (2014). Vineyards and Wine Value Chain Study

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

Imami, D. (2011). Analysis of agrifood value chain actors' choices in Albania. [Dissertation thesis]. Alma Mater Studiorum Università di Bologna.

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

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

UNSTAT (2018). Baza e të dhënave gjendet në <https://comtrade.un.org/data/>

Zhllima, E., Chan-Halbrendt, C., Zhang, Q., Imami, D., Long, R., Leonetti, L., & Canavari, M. (2012). Latent class analysis of consumer preferences for wine in Tirana, Albania. *Journal of international food & agribusiness marketing*, 24(4), 321-338.

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

Tabela 15: Fermat me vreshta me orientim tregu, shpërndarja rajonale sipas madhësisë

	1 deri në 5 dn	6 deri në 10 dn	11 deri në 20 dn	21 deri në 50 dn	Totali	% për qark
Berat	136	82	24	3	245	17,8
Dibër	141	22	7	1	171	12,5
Durrës	7	25	32	19	83	6,0
Elbasan	2	13	5	3	23	1,7
Fier	21	50	28	39	138	10,1
Gjirokastër	33	61	30	16	140	10,2
Korçë	13	13	6	6	38	2,8
Kukës	35	4	2	11	52	3,8
Lezhë	14	57	33	6	110	8,0
Shkodër	22	14	14	17	67	4,9
Tiranë	71	71	27	8	177	12,9
Vlorë	33	56	32	8	129	9,4
Totali	528	468	240	137	1373	100,0
% sipas përmasës	38,5	34,1	17,5	10,0	100,0	

