

ANALIZA E ZINXHIRIT TË FURNIZIMIT NË INDUSTRIJË E QUMËSHTIT NË RAJONIN E PRISHTINËS

Isak Berbatovci

Dorëzuar
Universitetit Europian të Tiranës
Shkollës Doktorale

Në përmbushje të detyrimeve të programit të Doktoratës në
Ekonomik, me profil Menaxhment, për marrjen e gradës shkencore “Doktor”

Udhëheqës shkencor: Prof. Assoc. Ledia Boshnjaku

Numri i fjalëve: 52487

Tiranë, Qershor 2020

DEKLARATA E AUTORËSISË

Ky punim doktoral i dorëzuar në Departamentit e Menaxhimit pranë Fakulteti Ekonomik, Universitetit Evropian të Tiranës është kryer në përputhje me të gjithë normat, rregullat dhe kriteret akademike.

Deklaroj me përgjegjësi se u jam përmbajtur të gjitha rregullave akademike si referencave, citimeve dhe të gjitha materialet e përdorura në punim. Të gjitha palët e përfshira në studim kanë qenë të informuara dhe janë përfshirë në këtë punim me vullnet të plotë.

ABSTRAKTI

Kosova është e dominuar nga numri i madh i bizneseve të vogla, sidomos në bujqësi. Madhësia e bizneseve konsiderohet si një nga faktorët më të rëndësishëm dhe me më ndikim në zhvillimin e bizneseve në përgjithësi e më tej në koston e prodhimit dhe, integrimin e biznesit në zinxhirin e furnizimit. Ky studim synon të analizojë strukturën e zinxhirit të furnizimit, identifikimin e aktorëve kyç, si dhe sfidat me të cilat përballen biznesit në zinxhirin e furnizimit me qumësht në rajonin e Prishtinës. Objektivi tjetër i studimit ishte përcaktimi i faktorëve me ndikim më të madh në përcaktimin e tregut nga fermerët, çmimit, nivelin e integritit në zinxhirin e furnizimit si dhe rolin e marrëveshje kontraktuale midis ofruesve dhe blerësve të qumështit. Në përmbushje të këtyre objektivave dhe bazuar literaturën mbi zinxhirin e furnizimit dhe modelet e përdorura më parë në lidhje me analizën e zinxhirit të furnizimit, së pari janë realizuar intervista të drejtpërdrejta me aktorët kryesor në zinxhirin e furnizimit (prodhuesit, grumbulluesit, përpunuesit e qumështit dhe tregtarët). Më tej është realizuar gjithashtu një vërtetim me prodhuesit e qumështit (fermerët) në rajonin e Prishtinës. Pyetësori i zhvilluar me këta aktorë kishte për qëllim të identifikohen faktorët që ndikojnë në tregtimin e qumështit dhe në integrimin e prodhuesve (fermerëve) në zinxhirin e furnizimit. Rezultatet nga analizat ekonometrike tregojnë se madhësia e fermës dhe çmimet e tregut janë faktorët kyç që përcakton nivelin e integritit të fermerëve në zinxhirin e furnizimit. Mbi këtë bazë, rekomandohet që institucionet të stimulojnë rritjen e madhësisë së fermës dhe fermerët të përdorin madhësinë si një faktor kyç në hartimin e strategjisë së tyre të biznesit. Nga ana tjetër, hulumtime të tjera mund të jenë të nevojshme për të identifikuar faktorë të tjerë që ndikojnë në efikasitetin e zinxhirit të furnizimit.

Fjalët kyçe: Zinxhiri i Furnizimit, Qumështi, Tregu, Madhësia e Fermave, Çmimi, Integrimi.

ABSTRACT

Kosovo is dominated by a large number of small businesses, especially in agriculture.

The size of businesses is considered as one of the most important and influential factors in the development of businesses in general and further in the cost of production and, the integration of business in the supply chain. This study aims to analyze the structure of the supply chain, the identification of key actors, as well as the challenges faced by businesses in the milk supply chain in the Prishtina region. The other objective of the study was to determine the factors with the greatest impact on market determination by farmers, price, level of integration in the supply chain and the role of contractual arrangements between milk suppliers and buyers. In fulfillment of these objectives and based on the supply chain literature and previously used models in relation to supply chain analysis, direct interviews were conducted with key actors in the supply chain (producers, collectors, dairy processors and traders). A survey was also conducted with dairy producers (farmers) in the Prishtina region. The questionnaire developed with these actors aimed to identify the factors that affect the milk trade and the integration of producers (farmers) in the supply chain..

The results from the econometric analysis show that the farm size and market prices are the main factors associated with the level of integration of farmers in the supply chain.. On this basis, it is recommended that institutions stimulate increased farm size and farmers to use size as a main factor in designing their strategy. On the other hand, further research may be needed to identify other factors that can strengthen the supply chain efficiency.

Key Words: Supply Chain, Milk, Market, Farm Size, Price, Integration.

FALENDERIME

Dëshiroj të shpreh mirënjohjen time udhëheqëses shkencore, Prof. Assoc. Ledia Boshnjaku, ndihma, mbështetja, udhëzimet e këshillat e çmueshme e të panumërta të së cilës kanë qenë tepër të vlefshme e të dobishme për të përfunduar me sukses këtë punim.

Do të doja të falënderoja gjithashtu edhe anëtarët e komisionit të ditëve doktrale për komentet, inkurajimin e tyre, edhe pyetjet e tyre që më shtynë të zgjeroja kërkimet e mia nga perspektiva të ndryshme.

I falënderoj gjithashtu thellësisht të gjithë pjesëmarrësit në këtë hulumtim për gatishmërinë dhe informacionin që më ofruan nëpërmjet intervistave e pyetësorëve duke bërë të mundur përmbushjen e objektivave të këtij punimi.

Gjithashtu, jam i bindur se nuk mund ta falënderoj sa duhet familjen time për dashurinë, durimin dhe mbështetjen e tyre gjatë viteve të kërimit akademik

Së fundi, u ofroj mirënjohjet dhe falënderimet e mia të gjithë atyre që më mbështetën në çdo aspekt gjatë përfundimit të disertacionit.

PËRMBAJTJA

LISTA E TABELAVE	X
LISTA E DIAGRAMEVE	XVI
1 KAPITULLI I: HYRJE	1
1.1 Sfondi i hulumtimit	1
1.2 Objektivat	2
1.3 Arsytet e zgjidhjes së këtij punimi	4
1.4 Pyetjet Kërkimore	5
1.5 Hipotezat	5
1.6 Metodologjia	6
1.7 Shtrirja dhe kufizimet e punimit	7
1.8 Struktura e Punimit	9
2 KAPITULLI II: SHQYRTIMI I LITERATURËS	11
2.1 Hyrja	11
2.2 Përkufizimi i zinxhirit të furnizimit	11
2.3 Zinxhiri i Vlerës	14
2.4 Menaxhimi i zinxhirit të furnizimit (SCM)	18
2.5 Zinxhiri Global i Furnizimit	21
2.6 Rrjeti i Prodhimtarisë Globale (GPN)	23

2.7 Logjistika _____	24
2.8 Integrimi i Zinxhirit të furnizimit _____	29
2.9 Bashkëpunimi i pjesëmarrësve të zinxhirit _____	34
2.10 Rëndësia e Analizës së Zinxhirit të Furnizimit _____	34
2.11 Rëndësia e Rritjes së konkurrencës _____	37
2.12 Strategjia e zinxhirit të furnizimit _____	37
2.13 Globalizim përmes hulumtimit të zinxhirit të vlerës _____	40
2.14 Rreziqet në zinxhirin e furnizimit (ofertës) _____	45
2.15 Qëndrueshmëria në Zinxhirin e Furnizimit _____	50
2.16 Politikat Tregtare në Zinxhirin e Furnizimit _____	55
2.17 Kërkesat për një integrim të thellë në Zinxhirin Global të Furnizimit _____	55
3 KAPITULLI III: PËRSHKRIM I SEKTORIT TË QUMËSHTIT NË KOSOVË DHE	
NË RAJONIN E PRISHTINËS _____	63
3.1 Sipërfaqja – Popullsia _____	63
3.2 Rajonet në Kosovë _____	66
3.3 Sektori i Bujqësisë _____	68
3.4 Sektori i industrisë së qumështit në Kosovë _____	74
3.5 Blegtoria _____	75
3.6 Prodhimtaria e Qumështit _____	83

3.7 Pika Grumbulluese	85
3.8 Industria Përpunuese e Qumështit	86
3.9 Konsumi dhe furnizimi me qumësht dhe nënproduktet e tij	89
4 KAPITULLI IV: METODOLOGJIA - MODELI TEORIK	91
4.1 Modeli Teorik	92
4.2 Pyetjet kërkimore	96
4.3 Hipotezat	96
4.4 Të dhënat dytësore dhe burimet e tyre	99
4.5 Të dhënat parësore dhe instrumenti për grumbullimin e tyre	99
4.6 Popullata, zgjedhja dhe përshkrimi i mostrës	100
4.7 Grumbullimi, përpunimi dhe analiza e të dhënave	103
5 KAPITULLI V: ANALIZA CILËSORE E SITUATËS AKTUALE TË ZINXHIRIT TË FURNIZIMIT NË INDUSTRIJËN E QUMËSHTIT	105
5.1 Struktura e zinxhirit të furnizimit së industrisë së qumështit	106
5.2 Prodhimtaria e qumështit dhe përdorimi i tij	114
5.3 Shpërndarja e qumështit	117
5.4 Lidhjet/marrëveshjet kontraktuale	118
5.5 Strategjia e zhvillimit	122
5.6 Analiza SWOT	124
6 KAPITULLI VI: ANALIZA SASORE DHE MODELET EKONOMETRIKE	132

6.1	Varësia e mënyrës të shitjes së qumështit nga madhësia e fermës dhe çmimi i tregut	133
6.2	Faktorët që ndikojnë në shpërndarjen e sasisë të qumështit në tregjet e përcaktuara nga mënyra e shitjes së tij dhe për konsum familjar	143
6.3	Faktorët që ndikojnë në nivelin e kënaqësisë së fermerëve për çmimin në tregjet e shitjes së tij.	163
6.4	Ndikimi i madhësisë së fermës në shpërndarjen e qumështit sipas tregjeve aktuale	178
6.5	Ndikimi i faktorëve të ruajtjes së produktit dhe madhësisë së fermës mbi mundësinë e tregtimit të tij	183
7	KAPITULLI VII: KONKLUSIONE DHE REKOMANDIME	190
7.1	Konkluzione nga analiza cilësore e gjendje aktuale të zinxhirit të furnizimit	191
7.2	Konkluzione të studimit ekonometrik sasior të të dhënave	193
7.3	Rekomandime	201
	SHTOJCA	204
	Ekonometri	204
	Pyetësi I (Analiza Cilësore)	219
	Pyetësi II (Analiza Ekonometrike)	222
	LISTA E REFERENCAVE / BIBLIOGRAFIA	228

LISTA E TABELAVE

Tabela 2. 1 Koncepti i të Menduarit në Zinxhirin e Furnizimit dhe në Zinxhirin e Vlerës.	27
Tabela 2. 2 Argumentet e mbrojtësve dhe kundërshtarëve të Globalizimit	43
Tabela 3. 1 Struktura e Produktit Vendor Bruto sipas aktiviteteve ekonomike në vitin 2017	66
Tabela 3. 2 Karakteristika të përgjithshme të rajoneve të Kosovës.....	67
Tabela 3. 3 Shpërndarja e ekonomive bujqësore (ekonomitë familjare bujqësore dhe subjektet juridike bujqësore) sipas rajoneve	68
Tabela 3. 4 Kontributi i sektorit të bujqësisë në PPB me çmime aktuale 2013- 2017	69
Tabela 3. 5 Tokë e Shfrytëzuar në Vitin 2016.....	69
Tabela 3. 6 Shpërndarja e tokës sipas rajoneve	72
Tabela 3. 7 Ekonomitë Bujqësore sipas Njesisë Blegtorale (NjB)	76
Tabela 3. 8 Fondi blegtoral sipas rajoneve, Kosovë	77
Tabela 3. 9 Fondi blegtoral (numri)	78
Tabela 3. 10 Ekonomitë Bujqësore dhe lopët sipas madhësisë së kopesë, në Kosovë	80
Tabela 3. 11 Ekonomitë Bujqësore (me lopë) sipas madhësisë së kopesë, në komunat e Rajonit të Prishtinës (ASK)	82
Tabela 3. 12 Prodhimi i qumështit të gjedhit në vend sipas racave	85

Tabela 3. 13 Fabrikat përpunuese të qumështit sipas rajoneve	88
Tabela 4. 1 Shpërndarja sipas kategorisë e kampionit të zgjedhur në intervistat e thelluara	101
Tabela 4. 2 Shpërndarja e mostrës sipas kategorisë e popullimit	101
Tabela 5. 1 Disa karakteristika socio demografike të kampionit	110
Tabela 5. 2 Destinacioni i shpenzimeve në fermë	113
Tabela 5. 3 Fabrika e Përpunimit “Eurolona”	114
Tabela 5. 4 Përdorimi i qumështit të prodhuar (frekuenca/ përqindje).....	116
Tabela 5. 5 Format e marrëveshjeve midis prodhuesve dhe blerësve të qumështit.....	118
Tabela 5. 6 SWOT Analiza në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës	124
Tabela 6. 1 Matrica korrelative bivariate e Modelit 1	136
Tabela 6. 2 Koeficientët e regresionit logjistik me metodën “Enter” në Modelin 1	138
Tabela 6. 3 Koeficientet e regresionit logjistik me metodën “Forward Stepwise-Conditional” për Modelin 1	140
Tabela 6. 4 Matrica korrelative bivariate midis variablave të varur dhe faktorëve që përcaktojnë madhësinë e fermës dhe çmimet të tregjeve të shitjes në Modelin 2	146

Tabela 6. 5 Matrica korrelative bivariate midis variablave të varur dhe faktorëve organizativ dhe administrativ në Modelin 2.....	148
Tabela 6. 6 Variablat e përfshirë në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2	150
Tabela 6. 7 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(1).....	151
Tabela 6. 8 Output i regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në	152
Tabela 6. 9 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(2).....	152
Tabela 6. 10 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(2)	154
Tabela 6. 11 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(2).....	154
Tabela 6. 12 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(3).....	155
Tabela 6. 13 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(3).....	157
Tabela 6. 14 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(3).....	157
Tabela 6. 15 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(4).....	157

Tabela 6. 16 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(4).....	161
Tabela 6. 17 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(4).....	161
Tabela 6. 18 Matrica korrelative bivariate midis variablave të varur dhe faktorëve që përcaktojnë madhësinë e fermës dhe mënyrën e shitjes në Modelin 3	166
Tabela 6. 19 Matrica korrelative bivariate midis variablave të varur dhe faktorëve administrativ dhe organizativ në Modelin 3.....	168
Tabela 6. 20 Variablat e përfshirë në Modelin 3 për testimin hipotezave H3.....	169
Tabela 6. 21 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(1)	170
Tabela 6. 22 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(1).	170
Tabela 6. 23 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(1).	171
Tabela 6. 24 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(2)	172
Tabela 6. 25 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin për testimin hipotezave H3(2).....	173

Tabela 6. 26 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin për testimin hipotezave H3(2);	174
Tabela 6. 27 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(3)	175
Tabela 6. 28 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(3).....	175
Tabela 6. 29 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(3)	176
Tabela 6. 30 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(3), pa përfshirë konstanten e modelit	177
Tabela 6. 31 Matrica korrelative bivariate midis variablit të varur dhe faktorëve që përcaktojnë madhësinë e fermës dhe nivelet e çmimit në Modelin 4	186
Tabela 6. 32 Matrica korrelative bivariate midis variablit të varur dhe faktorëve organizativ në Modelin 4.....	187
Tabela 6. 33 Variablat e përfshirë në Modelin 4 për testimin e hipotezës H4	188
Tabela 6. 34 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 4 për testimin e hipotezës H4.....	188
Tabela 6. 35 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 4 për testimin e hipotezës H4.....	188

Tabela 6. 36 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në	
Modelin 4 për testimin e hipotezës H4	190

LISTA E DIAGRAMEVE

Grafiku 2. 1. Zinxhiri i vlerës së Porterit.	16
Grafiku 2. 2. Struktura e Zinxhirit të Furnizimit në Industrinë e Qumështit	31
Grafiku 2. 3. Zinxhiri i thjeshtë i furnizimit	32
Grafiku 2. 4. Zinxhiri i Zgjeruar i Furnizimit.....	33
Grafiku 3. 1. Sipërfaqja e tokës me foragjere dhe drithëra të gjelbër.....	71
Grafiku 3. 2. Shpërndarja e livadheve dhe kullotave sipas rajoneve	73
Grafiku 3. 3 Struktura në përqindje e fondit Blegtoral (Gjedheve, deleve dhe dhive) në Kosovë	77
Grafiku 3. 4. Struktura gjedheve sipas kategorisë në Kosovë 2014	79
Grafiku 3. 5. Ekonomitë bujqësore me gjedhë sipas rajoneve në Kosovë.....	81
Grafiku 3. 6. Ekonomitë bujqësore me lopë sipas komunave në rajonin e Prishtinës	82
Grafiku 3. 7. Kategorizimi i fabrikave të përpunimit të qumështit sipas aktivitetit (Vëllimi i Prodhimit).....	87
Grafiku 4. 1 Skema e modelit teorik te punimit	95
Grafiku 4. 2 Përllogaritja e mostrës sipas Raosoft Calculator.	102

Grafiku 5. 1. Struktura e zinxhirit të furnizimit në sektorin e qumështit në Rajonin e Prishtinës	106
Grafiku 5. 2. Niveli i shkollimit të fermerët (bartësit)	111
Grafiku 6. 1. Shpërndarja në përqindje e mënyrës së shitjes së qumështit nga fermerët. .	134
Grafiku 6. 2. Shpërndarja e sasisë së qumështit të prodhuar sipas mënyrës së shitjes.	144
Grafiku 6. 3. Shpërndarja e vlerave mesatare të nivelit të kënaqësisë së fermerëve ndaj çmimeve të qumështit në tregjet e tij.	164
Grafiku 6. 4. Shpërndarja ndërkuartilore për variablin “Vet. tregëtim”	179
Grafiku 6. 5. Shpërndarja ndërkuartilore për variablin “Pik.Grumbullimi”	180
Grafiku 6. 6. Shpërndarja ndërkuartilore për variablin “Pik. Përpunimi”	182
Grafiku 6. 7 Shpërndarja e numrit të fermave blegtorale sipas mundësisë së tregëtimit të qumështit	184

LISTA E SHKURTIMEVE DHE E FJALORIT

AEB	Anketa e Buxhetit të Familjes
AUV	Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë
ASK	Agjencia e Statistikave të Kosovës
BPV	Buto Produkti Vendor
PBB	Produkti i brendshëm bruto
CEFTA	Marrëveshja e Tregtisë së Lirë vendet e Evropës Qendrore
DAESB	Departamenti i Analizave Ekonomike dhe Statistikave së Bujqësisë
K	Konfidenciale
MTI	Ministria e Tregtisë dhe Industrisë
PGQ	Pika Grumbulluese e Qumështit
SHPQ	Shoqata e Prodhuesve të Qumështit
USAID	United States Agency for International A

1 KAPITULLI I: HYRJE

1.1 Sfondi i hulumtimit

Zinxhirit e furnizimit kan evolucionuar në mënyrë graduale e me ta edhe përshtatja e kompanive në zhvillimin e bizneseve të tyre. Hapja e tregut global dhe kohëve të fundit ndryshimet e sistemeve politike (p.sh. tranzicioni i vendeve socialiste), kanë rritur mundësitë dhe konkurrueshmërinë e produkteve ndërmjet kompanive. Zinxhiri i furnizimit është definuar si: “moria e proceseve dhe burimeve të nevojshme për të prodhuar dhe ofruar një produkt për konsumatorin final” (Rajgobal, 2016). Në të kaluarën kur infrastruktura dhe teknologjia e transportit dhe komunikimit ishin të pa zhvilluara, çdo fermë, fshat ose vend prodhonte pjesën më të madhe të asaj që mund të konsumonte. Sot me zhvillimin e teknologjisë dhe në kushtet e globalizimit vërehen ndryshime si në prodhim ashtu dhe në mënyrën e furnizimit. Një zinxhir global i furnizimit është “ një rrjet dinamik mbarë botëror kur një kompani blen ose përdor mallra ose shërbime nga jashtë (CIPS, n.d.).

Sipas Kotler & Armstrong:

Pak prodhues i shesin mallrat e tyre drejtpërdrejt të përdoruesit përfundimtar. Shumica përdorin ndërmjetës për të sjellë produktet e tyre në treg. Ata përpiqen të krijojnë një kanal marketingu (ose kanale shpërndarje), një grup organizatash të ndërruar, të cilat ndihmojnë që një produkt a shërbim të bëhet i disponueshëm për përdorim nga biznesi ose për konsum nga konsumatori. (Kotler & Armstrong, 2013 :365).

Kjo ka ndikuar që ndërmarrjet ta përshtatin mënyrën e prodhimit, përpunimit, shpërndarjes, dhe tregtimit me rrethanat e reja të krijuara në tregun global. Përveç kësaj kjo ka ndikuar në ndryshimin e mënyrës së menaxhimit të zinxhirit të furnizimit dhe në domosdoshmërinë e rritjes së bashkëpunimit në zinxhirin e furnizimit. Sipas Christopher (2011), bashkëpunimi sjell përfitime të konsiderueshme për kompanitë që janë të integruara në zinxhirin e furnizimit p.sh.: zvogëlimin e kapitalit të investuar duke optimizuar prodhimin, e më tej,

përmirësimet sa i takon saktësisë së parashikimeve, reduktimi i punës jashtë orarit të paplanifikuar, promovimet, ulja e kostove të transportit, rritja e të ardhurave, përmirësimi i disponueshmërisë, përmirësimi i kënaqësisë së konsumatorit dhe zvogëlimi i rezervave.

Bashkëpunimi dhe pjesëmarrja në një zinxhir furnizimi të integruar dhe me një numër në rritje të kompanive, kërkon një menaxhim më efikas të aktiviteteve, zhvillim të strategjive të tilla që mundësojnë përfshirjen në zinxhiri të furnizimit me produkte të cilat i kërkon tregu si dhe qëndrueshmëri dhe maksimizim të vlerës për konsumatorin. Kalimi nga bizneset individuale në një zinxhir të integruar ka përfitime por ka edhe vështirësi. E gjithë kjo e rrit rëndësinë e analizës së furnizimit për të kuptuar më mirë gjendjen në të cilën ndodhet një biznes i çfarëdo natyre.

Analiza e zinxhirit të furnizimit marrë në përgjithësi e trajton e gjithë ciklin e prodhimit nga furnizimi me ushqim i prodhuesve deri të konsumatorit i fundit. Gjatë analizës identifikohen vështirësitë, rreziqet si dhe pengesat me të cilat ballafaqohen pjesëmarrësit në zinxhirin e furnizimit. Më pas, rezultatet e gjeneruara nga analiza ndikojnë në përcaktimin strategjive të firmës për të depërtuar në tregun global dhe për të adresuar efikasitetin në zinxhirin e furnizimit.

1.2 Qëllimi dhe Objektivat

Qëllimi i prodhimit të një produkti është të arrijë konsumatorin. Varësisht nga natyra e produktit ai kalon nëpër disa procese të njohura si faza (hallka) të zinxhirit të furnizimit. Zinxhiri i furnizimit mundet të jetë i thjeshtë apo i zgjeruar në varësi të numrit të aktorëve pjesëmarrës në të. Gjatë rrjedhës së produktit nëpër hallkat e zinxhirit të furnizimit mund të paraqiten vështirësi që ndikojnë në mënyrën e funksionimit të tij. Në rajonin e Prishtinës

vërehet mënyra tradicionale e shitjes së produkteve të qumështit (treg i gjelbër / derë më derë) ndërkohë që në markete dominon shitja e markave të importuara të qumështit. E gjithë kjo mund të jetë rezultat i vështirësive me të cilat përballen aktorët në zinxhirin e furnizimit, integrimi i tyre në zinxhir dhe mënyra e funksionimit të këtij të fundit. Në këtë kontekst, qëllimi i këtij studimi është analiza e zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës përfshirë faktorët që ndikojnë në funksionimin me efikasitet të tij dhe integrimin e operatorëve pjesëmarrës në të.

Objektivat specifike të punimit konsistojnë në gjithë sa më poshtë:

1. Analiza e strukturës, nivelit të integritetit dhe rolit të aktorëve në zinxhirin e furnizimit.
2. Analiza e elementeve të mjedisit të jashtëm e të brendshëm me ndikim në performancën e operatorëve në zinxhirin e furnizimit.
3. Evidentimi i faktorëve me ndikim në shitjen e produktit nga ana e fermerëve.
4. Dhënia e konkluzioneve dhe rekomandime të cilat mund të shërbejnë si bazë e mirë për formulimin e strategjive të zhvillimit për sektorin e qumështit në përgjithësi dhe aktorët pjesëmarrës në zinxhirin e furnizimit në veçanti.

Për realizimin e objektivave të mësipërme jemi mbështetur në aplikimin e metodave sasiore e cilësore të hulumtimit.

1.3 Arsyet e zgjidhjes së këtij punimi

Bilanci negativ i tregtisë së qumështit dhe vështirësitë me të cilat përballen aktorët në industrinë e qumështit është i ndikuar nga shumë faktorë. Për këtë arsye, është e nevojshme të realizohet një analizë të thelluar për t'u njohur me problemet në zinxhirin e furnizimit në sektorin e qumështit në vend me qëllim përcaktimin e masat/veprimeve konkrete që duhet të ndërmerren për zgjidhjen e tyre.

Ky hulumtim synon të paraqesë gjendjen aktuale të zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës. Në mënyrë më specifike ky punim synon të analizojë ndikimin e madhësisë së fermës në përcaktimin e vendit të shitjes së qumështit si dhe në integrimin e prodhueseve në zinxhirin e furnizimit. Besohet se madhësia e fermës ndikon drejtpërdrejt në përcaktimin e vendit të shitjes së qumështit nga ana e fermerëve. Sa më e madhe të jetë ferma aq më të mëdha janë gjasat që ajo të jetë e integruar në zinxhirin e furnizimit dhe si e tillë të rrisë efikasitetin e saj. Funksionimi i duhur i zinxhirit të furnizimit bën që produkti të arrijë te blerësi në një kohë të shkurtër dhe me cilësinë e pritur.

Gjetjet e këtij hulumtimi mund të shërbejnë si bazë për të kuptuar dhe për të rritur më tej njohuritë në fushën e zinxhirit të furnizimit në përgjithësi dhe atë në sektorin e qumështit në veçanti. Këto gjetje mund të jenë të një rëndësie strategjike si për kompanitë e pozicionuara në hallka të ndryshme të zinxhirit të furnizimit por edhe për politikëbërësit e grupe të tjera të interesit. Prodhuesit e qumështit (fermerët) mund të gjejnë informacione jo vetëm përsa i përket përparësive që mund të sjellë pjesëmarrja e tyre në zinxhirët e furnizimit apo mënyrës së funksionimit të tij por dhe përsa i përket faktorëve që kushtëzojnë pjesëmarrjen e tyre në këta zinxhirë dhe adresimin e problematikave që diktojnë këta faktorë. P.sh nëpërmjet këtij

punimi mund të shihet ndikimi i madhësisë së fermës në efikasitetin e pjesëmarrjes në zinxhirin e furnizimit, përcaktimin e vendit të shitjes dhe fuqisë negociuese.

1.4 Pyetjet Kërkimore

Pyetjet për të cilat kërkohet përgjigje nëpërmjet këtij punimi bazohen në qëllimin dhe objektivat specifike të tij. Ato kanë të bëjnë me analizën e zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës dhe përcaktimin e faktorëve me më ndikim në ofertën e qumështit (p.sh çmim, shpërndarje dhe integrim në zinxhirin e furnizimit) për fermerët e angazhuar në këtë sektor.

Pyetjet kërkimore:

- Cila është struktura, roli dhe niveli i integritetit të pjesëmarrësve në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit në Rajonin e Prishtinës?
- Cilat janë elementet e mjedisit të jashtëm e të brendshëm që ndikojnë në performancën e operatorëve në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës?
- Cilët janë faktorët kryesorë që ndikojnë në praktikën e aplikuar të shitjes nga ana e fermerëve?
- Cilat janë disa alternativa strategjike në përmirësimin e funksionimit të zinxhirit të furnizimit në sektorin e qumështit në rajonin e Prishtinës?

1.5 Hipotezat

Për përmbushjen e objektivave të këtij studimi janë ngritur hipotezat. Fokus të veçantë kanë hipotezat e studimit të varësisë së mënyrës të shitjes së qumështit, nga madhësia e fermës dhe çmimit të shitjes, si:

H1(1): Madhësia e fermës ndikon në përcaktimin e tregut /ose mënyrës së shitjes nga ana e fermerit.

H1(2): Çmimi i ofruar nga aktorë të ndryshëm të zinxhirit ndikon në përcaktimin e tregut /ose mënyrës së shitjes nga ana e fermerit..

Pastaj, hipotezat që kanë të bëjnë me ndikimin e këtyre faktorëve (madhësia e fermës dhe çmimit të shitjes) në sasinë e shitur tek secila hallkë e zinxhirit, në nivelin e kënaqësisë me çmimet e marra nga ana e fermerëve dhe pamundësisë e fermerëve për të shitur/tregtuar të gjithë sasinë në dispozicion.

1.6 Metodologjia

Për tu përcaktuar për këtë punim, paraprakisht është bërë një studim për vlerësimin e gjendjes së industrisë së qumështit në rajonin e Prishtinës, për të parë se çfarë është niveli i zhvillimit të kësaj industrie në rajonin e Prishtinës. Nëpërmjet bisedave me shoqatën e prodhuesve, veteriner, ekspert të fushës, mësimdhënës në Fakultetin e Bujqësisë dhe pas shqyrtimit të raporteve dhe punimeve në këtë fushë, është vlerësuar: sa është bërë në industrinë e qumështit e në veçanti në zinxhirin e furnizimit, çfarë është e nevojshme dhe e dobishme në këtë fushë të studiohet që mund të kontribuohet sa do pak në zhvillimi e kësaj industrie dhe zgjerimin e njohurive në këtë fushë, koha dhe mjetet e nevojshme për këtë hulumtim.

Kohë e konsiderueshme dhe intersim e veçante i është përkushtuar shqyrtimit të literaturës, si në identifikimi e burimeve, mbledhjen e materialeve, skicimin dhe përmbledhjen e tij.

Më pas, është vazhduar me fazën e grumbullimit të të dhënave kontaktuese për pjesëmarrësit e mundshëm në hulumtim nga institucionet përkatëse.

Fillimisht është punuar në ndërtimin i pyetësorit për pjesën e parë të hulumtimit, me qëllim që të jetë i kuptueshëm për të gjithë aktorët, ashtu që të mund të nxirren të dhënat e nevojshme për të vlerësuar gjendjen aktuale të kësaj industrie.

Intervistat e drejtpërdrejta përmes pyetësorëve gjysëm të strukturuar me katër aktorët në industrinë e qumështit kanë filluar nga korriku 2017 deri në janar të vitit 2018. Rezultate e dala janë përdorur për përshkrimin e gjendjes ekzistuese të industrisë së qumështit, të mjedisit ku operojnë fermat blegtorale dhe sektorët e lidhur drejtpërdrejtë me to në rajonin e Prishtinës. Kjo është realizuar me anë të një studimit të thjeshtë deskriptiv të të dhënave cilësore, duke i paraqitur rezultatet me anë tabelash dhe grafikësh. Po ashtu, kjo pjesë e hulumtimit na ka ofruar ide për hartimin e hipotezave dhe pyetjeve të pjesës së dytë të hulumtimit për gjetjen e marrëdhënieve shkak-pasojë mes variablave.

Konkluzioneve në trajtë përgjigjesh për pyetjet studimore për këtë punim, janë realizuar me anë të studimeve statistikore të tipit shkak-pasoj, duke përdorur lidhjet statistikore korrelative dhe lidhjet ekonometrike ndërmjet variablave të siguruar përmes instrumenti të intervistave të drejtpërdrejta me anë të një pyetësoi të strukturuar.

1.7 Shtrirja dhe kufizimet e punimit

Për studim është zgjedhur rajoni i Prishtinës i cili mban numrin më të madh të operatorëve në sektorin e prodhimit të qumështit krahasuar me rajonet tjera të Kosovës. Pavarësisht se pjesa e parë e këtij punimi targeton të gjithë pjesëmarrësit në zinxhir, në pjesën e dytë hulumtimi me një inters të veçantë targeton fermerët në rajonin e Prishtinës dhe ka për qëllim të bën identifikimin e faktorëve që ndikojnë në nivelin e integritetit të tyre në zinxhir. Nga analiza e të dhënave në pjesën e parë e cila synon të analizojë situatën në zinxhirin e

furnizimit, është arritur në përfundim se prodhuesit e qumështit si furnizues me lëndë të parë për fabrikat e përpunimit, konsiderohen si hallka kryesore në analizën e zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit. Kështu, këta aktorë (fermerët), padyshim pjesë e rëndësishme e zinxhirit, nuk janë gjithsesi të vetmit që mund të analizohen në detaje për të kuptuar se si funksionon dhe cilat janë problematikat e funksionimit zinxhirit në këtë sektor. Pikërisht ky fakt, përbën dhe një nga kufizimet e këtij punimi.

Gjithashtu, hulumtimet treguan se fermerët me numër të vogël të krerëve (< 3 krerë) nuk janë të integruar në zinxhirin e furnizimit dhe nuk janë përfshirë në fazën e dytë të hulumtimit, Duke vlerësuar rëndësinë e madhësisë së fermës, në pjesën e dytë të hulumtimit (analiza ekonometrike) u analizua kryesisht ndikimi i madhësisë së fermës dhe çmimit në mënyrën e shitjes dhe shpërndarjes së qumështit. Megjithatë, ka edhe faktorë tjerë që mund të jenë objekt studimi dhe që mund të ndikojnë në integrimin e këtyre operatorëve dhe të tjerëve në zinxhir.

Pavarësisht numrit të konsiderueshëm të fermerëve të përfshirë në hulumtim, një tjetër kufizim i hulumtimit është përfshirja vetëm e prodhueseve. Kjo bën që rezultatet pavarësisht se janë përfaqësuese për këtë hallkë të rëndësishme të zinxhirit të furnizimit nuk mund të jenë përfaqësuese për të gjithë aktorët e përfshirë në të. Gjithsesi, gjetjet e analizës shkojnë plotësisht në përputhje me objektivat e këtij punimi.

Nga ana tjetër, në grumbullimin e të dhënave parësorë u hasen disa vështirësi teknike të cilat mund të mbartin kufizime të tjera të punimit. Këto probleme teknike përfshinin p.sh vështirësi në kontaktimin e fermerëve apo hezitim nga ana e tyre për të marrë pjesë në kësi lloj hulumtimesh. Pikërisht për këtë në disa raste ka qenë e nevojshme angazhimi i ndërmjetësve me qëllim përmbushjen e numrit të nevojshëm të pyetësorëve. Praktika të tilla

mund të paragjykojnë, paçka se në nivele të ulëta, cilësinë e informacionit dhe nivelin e gabimit të analizës sasiore. Edhe niveli i përgjegjshmërisë së fermerëve të anketuar për t'ju përgjigjur drejt pyetjeve ndikon si në cilësinë e informacionit ashtu dhe në nivelin e gabimit të kësaj pjesë të analizës.

Në këtë punim është përfshirë vetëm rajoni i Prishtinës si një nga rajonet kryesore në Kosovë. Më tej, të dhënat e marra për studim për bizneset e angazhuara në industrinë e qumështit janë të shpërndara në shtatë komuna të këtij rajoni, me qëllim që shkalla e përfaqësimit e popullatës së synuar të jetë e lartë. Sigurisht që vlera e këtij punimi do të ishte më e madhe nëse ai do të ishte shtrirë në një territor më të gjerë, por koha e limituar dhe probleme të tjera logjistike kufizuan hapësirën e shtrirjes së tij.

Megjithatë, shteti i Kosovës “ka një sipërfaqe të përgjithshme 10.905,25 km²” (ASK, 2018:12) dhe me dallime të vogla në mes rajoneve, prandaj gjetjet e këtij hulumtimit mund të jenë në të vlefshme për të gjithë aktorët e zinxhirit në rajone të tjera të vendit si dhe për të tjerë grupe të interesit si p.sh politikë bërësit.

1.8 Struktura e Punimit

Punimi përbëhet nga gjithësej 7 kapituj:

- Kapitulli parë - Hyrja, këtu paraqitet një përmbledhje e shkurtë e problemit, objektivat , pyetjet kërkimore, hipotezat, justifikimi, metodologjia, si dhe përmbajtja në mënyrë të përmbledhur e gjithë kapitujve të tjerë të punimit.
- Kapitulli i dytë i është kushtuar shqyrtimit të literaturës së autorëve vendas dhe të huaj në lidhje me zinxhirin e furnizimit: Definimi i zinxhirit të furnizimit sipas autorëve të ndryshëm, shpjegime rreth konfuzionit që ekziston në definimin e

zinxhirit të furnizimit dhe zinxhirit të vlerës, logjistikës si dhe prodhimtarinë e rrjetit global. Pastaj, është diskutuar globalizimi dhe efekti i tij në zinxhirin e furnizimit, ndikimi i tregut të hapur dhe marrëveshjeve tregtare në funksionimin e zinxhirit të furnizimit.

- Kapitulli i 3-të përmban një përshkrim të situatës së bujqësisë, blegtorisë dhe sektorit të prodhimit të qumështit në Kosovë në rajonin e Prishtinës. Një rëndësi e veçantë i është kushtuar përshkrimit të industrisë së qumështit përfshirë prodhuesit, grumbulluesit, përpunuesit dhe tregtarët.
- Në kapitullin e 4-rt janë përfshirë aspektet metodologjike të punimit. Në këtë pjesë detajohen modelet teorike ku është bazuar i gjithë punimi dhe nga ku janë gjeneruar hipotezat dhe pyetjet kërkimore. Më tej në këtë kapitull janë përshkruar me hollësi të gjitha procedurat e hulumtimit, modelet ekonometrike, instrumentet e hulumtimit, etj.
- Kapitulli i 5-të përfshin, rezultatet e hulumtimit dhe analizën e të dhënave cilësore të pjesës së parë të hulumtimit të cilat shërbejnë për përshkrimin e gjendjes aktuale të industrisë së qumështit si për shembull analiza SWOT, bashkëpunimi dhe strategjitë e përdorura bazuar në rezultatet e dala nga intervistat e drejtpërdrejta me katër aktorët kryesorë në sektorin e qumështit.
- Kapitulli i 6-të përfshin analizën e rezultateve nga të dhënat empirike (analiza sasiore) të përpunuara me programin SPSS.
- Në kapitullin e 7-të janë paraqitur konkluzionet rreth hipotezave të parashtruara dhe pyetjeve kërkimore të hulumtimit. Më tej në këtë kapitull janë dhënë rekomandimet e nevojshme e të konsideruara si të dobishme për të gjithë aktorët e grupet e tjera të interesit si politikëbërësit dhe pjesëmarrësit në zinxhirin e furnizimit.

2 KAPITULLI II: SHQYRTIMI I LITERATURËS

2.1 Hyrja

Rëndësia e shqyrtimit të literaturës është të krijojë konceptin e studimit përmes identifikimit të teorive, metodave, dizajneve dhe gjetjet e hulumtimeve të mëparshme në këtë fushë. Prandaj në këtë kapitull shqyrtohen konceptet dhe qasjet kryesore të përdorura në këtë studim.

Ky studim analizon zinxhirin e furnizimit në sektorin e industrisë së qumështit në Kosovë, duke përfshirë fermerët, pikat grumbulluese, përpunuesit dhe tregtarët. Gjatë këtij studimi shqyrtohen niveli i integritetit të këtyre pjesëmarrësve në zinxhirin e furnizimit, bashkëpunimi midis tyre, strategjitë dhe problematikat e zinxhirit të furnizimit.

Tema të ndërlidhura në këtë shqyrtim të literaturës janë: zinxhiri i furnizimit, zinxhiri i vlerës, menaxhimi i zinxhirit të furnizimit, zinxhiri global i furnizimit, rrjeti i prodhimtarisë globale. Shqyrtimi fillon me një diskutim mbi zinxhirin e furnizimit, duke përfshirë përkufizimet dhe zhvillimin, evolucionin në menaxhimin e zinxhirit të furnizimit, përdorimi i konceptit dhe konfuzioni i fjalës zinxhir i furnizimit, integrimi në zinxhirin e furnizimit, rëndësia e analizës së tij, bashkëpunimi dhe strategjitë pjesëmarrësve në zinxhirin e furnizimit, globalizimi dhe efekti i tij në zinxhirin e furnizimit, rreziku dhe qëndrueshmëria e zinxhirëve të furnizimit.

2.2 Përkufizimi i zinxhirit të furnizimit

Ndikimi i zinxhirit të furnizimit në suksesin dhe qëndrueshmërinë e biznesit dhe kontributi i tij në përgjithësi në ekonomi, është vlerësuar nga shumë biznesmenë dhe qeveri

të vendeve të ndryshme. Prandaj shumë akademikë nga rajoni dhe bota janë marrë me analizimin e funksionimit dhe zhvillimit të zinxhirit të furnizimit çka ka sjellë dhe shumë përkufizime të cilat përshkruajnë konceptin e zinxhirit të furnizimit.

Zinxhiri i furnizimit është definuar si: “moria e proceseve dhe burimeve të nevojshme për të prodhuar dhe ofruar një produkt për konsumatorin final” (Rajgobal, 2016) .

Po ashtu, Janvier në punimin e tij citon definicionin e marrë nga Bridgefield Group (2006) që përcakton zinxhirin e furnizimit si "një grup i lidhur burimesh dhe procesesh që fillon me materialet e papërpunuara dhe zgjerohet përmes shpërndarjes së mallrave të gatshme tek konsumatori përfundimtar" (Janvier, 2012:195).

Zinxhirin i furnizimit Sipas Edmunds (2019) e përbëjnë ; gjithë njerëzit, kompanitë dhe procese të përfshira në bërjen, marketingun, shitjen, ruajtjen dhe dërgimin e produktit apo shërbimit tuaj. Zinxhiri i furnizimit fillon me materialet që ju nevojitet për të bërë produktin tuaj ose njerëzit me të cilët mbështeteni në krijimin e shërbimit tuaj. Ai përfshin metodat dhe pajisjet për realizimin e produktit, procedurat për promovimin dhe shitjen e tij, aftësitë tuaja të ruajtjes dhe funksionin e shpërndarjes (Edmunds, 2019).

Nga autorët e lartpërmendur zinxhiri i furnizimit konsiderohet si një sistem i përdorur nga pjesëmarrësit për të dërguar (lëvizur) produktin nga prodhuesi deri të konsumatori. Pjesëmarrësit mund të jenë të vegjël p.sh. fermerët familjarë të cilët prodhojnë qumësht kryesisht për nevoja familjare por pjesën e mbetur e dërgojnë në pikat e grumbullimit e deri të ndërmarrjet me operatione në shkallë të gjerë të lidhura me biznese tjera si p.sh. përpunuesit të cilët furnizohen me qumësht nga fermerët dhe pikat grumbulluese, dhe që mund të jenë të lidhur edhe me ndërmarrjet që janë të specializuara për shpërndarjen e produkteve.

Në varësi të këndvështrimit, konceptimi i zinxhirit të furnizimit është i ndryshëm.

Nga pikëpamja e një kompanie të vetme, zinxhiri i furnizimit qëllimisht konsiderohet si një sistem logjistik. Ky sistem përbëhet nga logjistika e:

- Dorëzimit (furnizimi i sistemit - menaxhimi i materialeve dhe blerjet)
- Prodhimi (prodhimi, transformimi)
- Shpërndarja (duke e lënë sistemin - shërbimi ndaj klientit dhe kanalet e shpërndarjes) e logjistikës.

Ndarja e paraqitur quhet gjithashtu një ndarje fazash e logjistikës. Në praktikë, shumë shpesh [...] shpërndarja dhe prodhimi quhen logjistika e materialeve, të cilat merren me furnizimin, magazinimin, planifikimin e prodhimit, transportin e furnizimit, mbledhjen e materialeve, kontrollin e cilësisë së materialeve, menaxhimin dhe mbikëqyrjen e burimeve, grumbullimin dhe hedhjen mbeturinave (Szymonik, 2012:91).

Sikurse analizohet gjerësisht procesi i zinxhirit të furnizimit është më i komplikuar me një numër më të madh të proceseve dhe pjesëmarrësve në varësi të llojit të produktit dhe destinacionit të tij (lokal ose global). Ky proces është shpjeguar në librin 'Parimet e Marketingut' nga autorët Kotler and Armstrong (2013).

Prodhimi i një produkti ose shërbimi dhe vënia e tij në dispozicion të blerësve kërkon ndërtimin e marrëdhënieve jo vetëm me klientin, por edhe me furnitorët kryesorë dhe me rishitësit në zinxhirin e furnizimit të kompanisë. Ky zinxhir furnizimi përbëhet nga partnerë "tek burimi" dhe tek "fundi" i zinxhirit. Pranë burimit, nënkupton grupin e firmave që furnizojnë kompaninë me lëndën e parë, përbërësit, pjesët, informacionin, financat dhe ekspertizat e nevojshme për të krijuar një produkt dhe shërbim. (...) Partnerët e kanalit në fundin të zinxhirit janë shitësit e shumicës dhe pakicës, të cilët formojnë një lidhje vitale ndërmjet firmës dhe klientëve të saj (Kotler & Armstrong, 2013:364).

Realizimi i produktit dhe dërgimi i tij deri tek konsumatori fundit mundësohet nga kompanitë e përfshira në faza të ndryshme të këtij procesi, të lidhura me njëra-tjetrën përmes një zinxhiri furnizimi. Sipas Shoqatës së zinxhirit të furnizimit Kanadez (Canadian Supply Chain Sector, 2018), përkufizimet e një zinxhiri të furnizimit thuhet universalisht përfshijnë tre funksionet:

- furnizimi i inputeve për prodhuesin;
- prodhimin; dhe
- shpërndarjen e mallrave të gatshme nëpërmjet një rrjeti të shpërndarësve dhe shitësve me pakicë tek klienti final

Përdorimi i termit ‘Zinxhir Furnizimi’ sipas Kotler & Armstrong mund të jetë tepër i kufizuar pasi ai merr një pamje ‘prodhim-dhe-shitje’ të biznesit. Ata sugjerojnë se *zinxhiri i kërkesës* do të ishte një term më i mirë sepse: Sipas autorëve “Zinxhiri i kërkesës, sugjeron një tablo të *ndjesisë dhe të reagimit* të tregut. Sipas kësaj tabloje, planifikimi fillon me nevojat e klientëve të synuar, ndaj të cilëve kompania reagon duke organizuar një zinxhir të burimeve dhe të aktiviteteve, me qëllim krijimin e vlerës për klientin” (Kotler & Armstrong, 2013:364).

Mendimin e Kotler & Armstrong e përforcojnë edhe punimet e autorëve tjerë të cilët theksojnë se:

Zinxhiri i Furnizimit njihet gjithashtu si Zinxhiri i Vlerave ose Zinxhiri i Kërkesës. Ky sistem që përbëhet nga organizata, informacione, burime, njerëz, teknologji dhe aktivitete që sjell produkte ose shërbime nga një furnizues tek një konsumator quhet zinxhir furnizimi. Rrjedha e zinxhirit të furnizimit të një kompanie përbëhet nga: furnizuesit nga të cilët kompania merr materialet e papërpunuara, departamenti i prokurimit, departamenti i prodhimit, departamenti i shpërndarjes dhe në fund konsumatorin përfundimtar (Varadan, 2017).

Koncepti “Zinxhiri furnizimi” është përdorur së tepërmi në punime shkencore dhe literaturë e kontekste tjera si p.sh zinxhir i vlerës. Më lart paraqitëm përkufizimet e zinxhirit të nga disa autorë , ndërsa me poshtë do të paraqiten përkufizime të cilat gjithsesi paraqesin një lloj konfuzioni me zinxhirin e furnizimit në kontekstin që ata janë përdorur.si psh: Zinxhir i Vlerës, Zinxhiri Global i Furnizimit, Rrjeti i prodhimtarisë Globale etj.

2.3 Zinxhiri i Vlerës

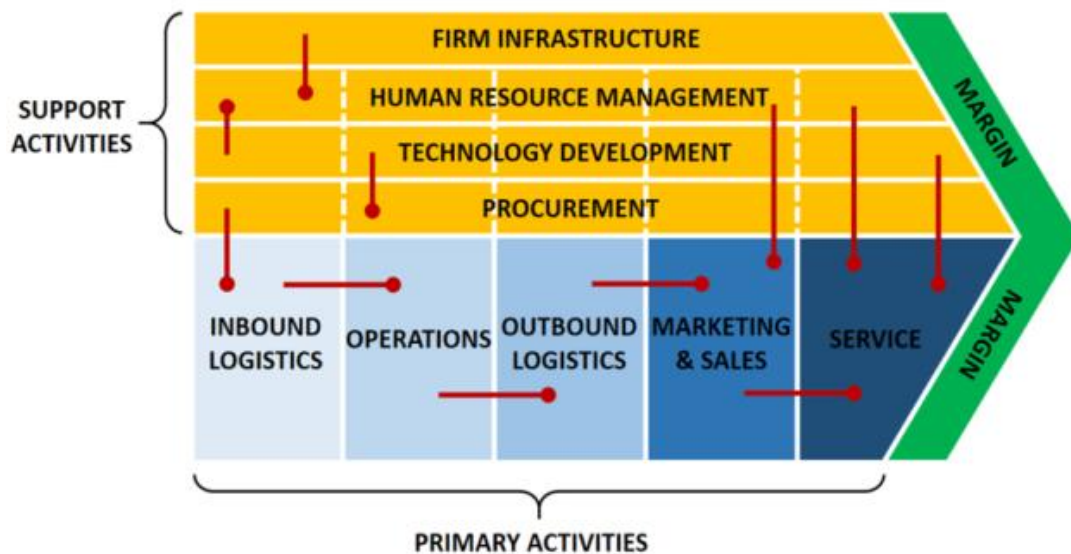
Rritja e vazhdueshme e çmimeve të produkteve, konkurrencës dhe nevoja e rritjes së besueshmërisë tek produkti nga ana e konsumatorëve e bën më se të nevojshme që bizneset të vlerësojnë vlerën që ato krijojnë. Çdo organizatë e ka zinxhirin e vet të vlerës, por në ditët e sotme e sidomos në vendet e zhvilluara shumica e organizatave janë elemente të një sistemi

vlerash ose zinxhiri furnizues dhe shumë rrallë në shumicën e industrive mund të haset një kompani ti kryejë vet të gjitha aktivitetet si: dizajnimin e produktit, prodhimin , grumbullimin, përpunimin dhe shpërndarjen tek përdoruesit final. Prandaj, analiza e zinxhirit të vlerës duhet të mbulojë të gjithë sistemin e vlerës në të cilin organizata vepron.

Në këtë kontekst analiza e zinxhirit të vlerës u mundëson bizneseve që të kenë një pasqyrë për vlerën e produktit të tyre, qëndrueshmërinë e vlerës që krijojnë si dhe anët e forta e të dobëta të tyre në raport me konkurrentët e tyre.

Mbi konceptin dhe përkufizimet e zinxhirit të vlerës është shkruar nga shumë autorë, por i pari që prezantoi konceptin e një zinxhiri vlerash ishte profesor i shkollës së biznesit të Harvardit Michael E. Porter. Përkufizimet e Porterit janë cituar nga shumë autorë dhe biznese. Porteri (cituar nga IfM) në librin e tij ‘Përparësitë Konkurruese’ (1985) thekson;” se një zinxhir i vlerës është një koleksion i aktiviteteve që kryhen nga një kompani. Këto aktivitete ndikojnë në krijimin i vlerës së shtuar që sjell përfitime më të mëdha për një organizatë dhe janë ngushtësisht të lidhura me avantazhin konkurrues”. Transformimi i materialit në produkt final është proces i cili në shumicën e rasteve përfshinë shumë aktivitete. Aktivitete të cilat në një mënyrë duhet të ndërmerren nga çdo biznes mund të klasifikohen përgjithësisht si aktivitete primare ose mbështetëse. Mënyra se si kryhen këto aktivitete përcakton çmimin dhe ndikon dukshëm në profitin e përgjithshëm të biznesit (Im, 2016).

Modeli bazë i Zinxhirit të Vlerave sipas Porterit është si vijon:



Grafiku 2. 1. Zinxhiri i vlerës së Porterit. Burimi: Business to you (2018)

Porter shpjegon ndryshimet ndërmjet aktiviteteve primare dhe aktiviteteve mbështetëse. Aktivitetet primare janë më tepër aktivitete operacionale që kanë të bëjnë me krijimin ose shpërndarjen e një produkti ose shërbimi.

Aktivitetet primare përfshijnë:

- Logjistikë të brendshme: magazinimi dhe shpërndarja brenda organizatës e lëndëve të para apo ingredientëve bazë për një produkt apo shërbim të caktuar.
- Operacione: aktivitetet (linjat e prodhimit) që konvertojnë inputet e produkteve ose shërbimeve në produkte gjysmë të gatshme ose të gatshme.
- Logjistikë të jashtme: të gjitha aktivitetet që kanë të bëjnë me shpërndarjen e produktit apo shërbimit tek konsumatori final
- Marketing dhe shitje, dhe
- Shërbim.

Ndërsa aktivitetet mbështetëse janë më tepër menaxhuese dhe përfshinë:

- Infrastrukturën e fermës (sistemet për planifikim, financa, cilësi, menaxhimi i informacionit etj.).
- Menaxhimin e burimeve njerëzore
- Zhvillimi i teknologjisë dhe
- Prokurimi i cili përfshinë: menaxhimin e marrëdhënieve me furnizuesit, negocimin për të arritur çmimet më të mira, marrëveshje shitje blerjeje me furnizues dhe kontrata për outsourcing.

Burimi: (Business-to-You, 2018), marrë nga Porter. (Competitive Advantage ", 1985)

Me definimin e zinxhirit të vlerës janë marrë shumë organizata dhe institucione që në përkufizimet e tyre në qendër kanë aktivitetet dhe proceset e sjelljes së produktit deri të përdoruesi i fundit. Këshilli i Biznesit Botëror për Zhvillim të Qëndrueshëm konsideron se zinxhirët e vlerës janë "Një pjesë integrale e planifikimit strategjik për shumë biznese sot. Një zinxhir i vlerës i referohet ciklit të plotë të jetës së një produkti ose procesi, duke përfshirë materiale ndihmëse, prodhimin, konsumimin dhe deponimin / riciklimin e proceseve. "(WBCSD, 2011:3).

Po ashtu, sipas Iniciativa për Zinxhirët e Vlerave Globale:

Zinxhiri i vlerës përshkruan gamën e plotë të aktiviteteve që kërkohen të çojnë një shërbim ose produkt nga konceptimi, nëpër faza të ndryshme të prodhimit (duke përfshirë një kombinim të transformimit fizik dhe kontributit të shërbimeve të ndryshme prodhuese), shpërndarjes tek konsumatorët finalë, dhe asgjësimin përfundimtar pas përdorimit " (Kaplinsky dhe Morris, 2000:4).

Në botën e sotme të biznesit kompleksiteti është i pashmangshëm, prandaj nuk është për t'u habitur që shqetësimet për produktin, procesin dhe kompleksitetin e sistemeve në zinxhirët e vlerës së zgjeruar duket të jetë në rritje. Kjo rritje e kompleksitetit tregon rëndësinë e analizës

së zinxhirit të vlerës, “Zinxhiri i vlerës i referohet të gjitha aktiviteteve në rrjedhën e sipërme (inputet, prodhimi, përpunim dhe shpërndarja, marketingu) dhe të poshtme të shoqëruara me veprimtaritë e kompanisë, përfshirë përdorimin e produkteve të shitura nga konsumatorët dhe trajtimin e produkteve të shitura pas përdorimit nga ana e konsumatorit” (Greenhouse Gas Protocol, 2011:141).

Koncepti i zinxhirit të vlerës ka disa dimensione. I pari është rrjedha e tij, e quajtur edhe struktura e tij input-output. Në këtë kuptim, një zinxhir është një grup i produkteve dhe shërbimeve të lidhura së bashku në një sekuencë të aktiviteteve ekonomike me vlerë të shtuar. [...] Një zinxhir i vlerës ka një tjetër strukturë më pak të dukshme. Kjo përbëhet nga rrjedha e njohurive dhe ekspertizës së nevojshme për funksionimin e strukturës input-output fizik. Rrjedha e njohurive në përgjithësi është paralele me rrjedhat materiale, por intensiteti i tij mund të ndryshojë. [...]

Dimensioni i dytë i një zinxhirit të vlerës ka të bëjë me përhapjen e saj gjeografike. Disa zinxhirë janë më të vërtetë globalë, me aktivitete që ndodhin në shumë vende dhe në kontinente të ndryshme. Të tjerët janë më të kufizuar, duke përfshirë vetëm disa vende në pjesë të ndryshme të botës.

Dimensioni i tretë i zinxhirit të vlerës është kontrolli që aktorët e ndryshëm mund të ushtrojnë mbi aktivitetet që përbëjnë zinxhirin. Aktorët në një zinxhir kontrollojnë drejtpërdrejt aktivitetet e tyre dhe kontrollohen drejtpërdrejt ose tërthorazi nga aktorë të tjerë. [...] Meqenëse zinxhirët e vlerës janë në thelb konstelacionet e ndërveprimit njerëzor, llojet e ndryshme të menaxhimit janë të pafundme (McCormick, Schmitz 2001).

2.4 Menaxhimi i zinxhirit të furnizimit (SCM)

Ndryshimet e vazhdueshme në teknologji dhe zhvillimet e konsiderueshme në transport dhe komunikim të shoqëruar me liberalizimin e tregut kanë ndryshuar strategjitë e operimit për shumë kompani nga operimi individual në integrimin e tyre në zinxhir të furnizimit. Prandaj një zinxhir furnizimi i integruar dhe me numër të kompanive në rritje, kërkon një menaxhim më efikas të aktiviteteve në këtë zinxhir për më shumë qëndrueshmëri dhe maksimizim të vlerës për konsumatorin. Vitet e fundit termi menaxhim i zinxhirit të furnizimit është përdorur në shumë revista akademike dhe literaturë dhe kemi koncepte dhe përkufizime nga shumë autorë.

Mirëpo sipas Christopher autorët Oliver dhe Webber (1982) mund të merren si përdoruesit e parë të termit menaxhim i zinxhirit të furnizimit. Këta autorë e përdorin termin menaxhim i zinxhirit të furnizimit për të përshkruar përfitimet e mundshme të integritit të funksioneve të rëndësishme të kompanisë siç janë ato: të blerjes, prodhimit, shitjes dhe shpërndarjes.

Menaxhimi i Furnizimit konsiderohet: “Një qasje strategjike për planifikimin dhe përvetësimin e nevojave aktuale dhe të ardhshme të organizatës përmes menaxhimit efektiv të bazës së furnizimit, duke përdorur një orientim të proceseve në lidhje me termat ndër-funksionale (CFT) për të arritur misionin organizativ” (Monczka, Handfield, Giunipero, Patterson, 2016:11).

Përkufizimi i menaxhimit të zinxhirit të furnizimit të adaptuar në librin Logjistika dhe menaxhimi i zinxhirit të furnizimit nga autori Christopher është: “Menaxhimi i marrëdhënieve në rrjedhën e sipërme dhe në rrjedhën e poshtme me furnizuesit dhe konsumatorët në mënyrë që të ofrojë vlera superiore konsumatorëve me kosto më të ulët për zinxhirin e furnizimit në tërësi” (Christopher, 2011:3).

Nëse një kompani bashkëpunon me kompani tjera për rritjen e efikasitetit të aktiviteteve të saj dhe për të kënaqur konsumatorin atëherë ajo mund të konsiderohet si pjesë përbërëse e zinxhirit të furnizimit. Numri i kompanive më të cilat bashkëpunohet përcakton edhe kompleksitetin e zinxhirit të furnizimit. Me rritjen e numrit të kompanive rritet edhe kompleksiteti dhe lind nevoja për menaxhimin e të gjitha aktiviteteve të zinxhirit të furnizimit duke filluar nga zhvillimi i produktit, e duke vijuar më tej me prodhimin e logjistikën e deri tek sistemet e informacionit të nevojshme për koordinimin e këtyre aktiviteteve. Sipas Lu (2011) në tri dekadat e fundit koncepti dhe teoria e menaxhimit të bizneseve kanë pësuar ndryshime thelbësore. Globalizimi, rritja e konkurrueshmërisë,

pritshmëria në rritje të konsumatorëve, zhvillimet teknologjike dhe ndikimi i tyre, faktorët gjeopolitikë kanë ndryshuar mjedisin për të bërë biznes e si rezultat metodat e vjetra të të bërit biznes janë zëvendësuar me të reja. Konkurrenca “Kompani vs. Kompani” është kthyer në konkurrencë “zinxhirë furnizimi vs. zinxhirë furnizimi”. Kjo do të thotë qëndrueshmëria dhe sukcesi i kompanisë varet nga aftësia për të bashkëpunuar në zinxhirin e furnizimit. Pra, sot bizneset janë në pozita “Noto ose fundos” me zinxhir të furnizimit (Swim or sink with supply chain)”. Kjo ka bërë që të rritet nevoja për menaxhimin e zinxhirit të furnizimit.

Sipas Witkowski (2010) Menaxhimi i zinxhirit modern të furnizimit është përcaktuar si:

Një proces vendimmarrës në lidhje me sinkronizimin e furnizimeve fizike, informative dhe financiare të ofertës dhe kërkesës që rrjedhin midis pjesëmarrësve të saj në mënyrë që ata të fitojnë avantazh konkurrues dhe të krijojnë vlerë të shtuar me përfitim për të gjithë pjesëmarrësit në të, konsumatorët dhe aktorë të tjerë (Szymonik, 2012:19).

Koncepti i menaxhimit të aktiviteteve në zinxhirin e furnizimit të quajtur Menaxhim i Zinxhirit të Furnizimit (SCM) sipas burimeve të shoqatës kooperative të zinxhirit të furnizimit bazohet në atë se praktikisht çdo produkt që arrin një përdorues final është rezultat i përpjekjeve kumulative të organizatave të shumta, të cilave të gjithave së bashku u referohen si zinxhirë furnizimi. Sipas kësaj shoqate:

Organizatave që përbëjnë zinxhirin e furnizimit janë "të lidhura" së bashku përmes flukseve fizike dhe të informacionit.

Flukset fizike

Flukset fizike përfshijnë transformimin, lëvizjen dhe ruajtjen e mallrave dhe materialeve. Ata janë pjesa më e dukshme e zinxhirit të furnizimit. Por po aq e rëndësishme janë dhe flukset e informacionit.

Flukset e informacionit

Flukset e informacionit u mundësojnë partnerëve të ndryshëm të zinxhirit të furnizimit që të koordinojnë planet e tyre afatgjata dhe të kontrollojnë rrjedhën e përditshme të mallrave dhe materialeve lart dhe poshtë zinxhirit të furnizimit (SCRC SME, 2017).

Çështjet më të cilat merret menaxhimi në zinxhirin e furnizimit varen nga kompleksiteti i zinxhirit të furnizimit. Sipas Witkowski (2010) këto çështje përfshijnë:

- Planifikimin e përbashkët, parashikimin dhe plotësimin e rezervave;

- Monitorimin dhe kontrollin e proceseve të ndërlidhura në zinxhirin e furnizimit,
- Konfigurimin e produktit dhe rrjetit;
- Projektimin e produkteve me përdorimin e njohurive të furnitorëve;
- Formimin e rrjetit të prodhimit;
- Optimizimin e proceseve që ndodhin në zinxhirin e furnizimit, që lidhen me flukset fizike të mallrave dhe flukset mbështetëse të informacionit dhe burimeve financiare,
- Qartësinë e identifikimit të produktit, ngarkesës ose vendi të ndodhjes së një partneri në shkallë botërore;
- Analizën e vazhdueshme dhe monitorimin (i njëjtë për të gjithë pjesëmarrësit) e treguesve dhe masat e efikasitetit për parametrat e biznesit (Szymonik, 2012).

2.5 Zinxhiri Global i Furnizimit

Në kohën para globalizimit, për arsye infrastrukturës së dobët të teknologjisë dhe transportit sipas Baldwinit, çdo fshat prodhonte pjesën më të madhe të asaj që konsumonte. Prodhimin në masë më të madhe e mundësoi i ashtuquajti “revolucion i avullit”, sidomos zhvillimi i transportit hekurudhor dhe atij ujor (anijet me avull) diku nga vitet 1830 dhe duke u përshpejtuar në vitet 1870 me linjën e Trans-Amerikës. Zhvillimi i vazhdueshëm i transportit dhe prania e ekonomive të shkallës ndikoi në evolucionin e furnizimit në zinxhirin global të furnizimit dhe bëri të mundur që vendet e pazhvilluara t’i bashkëngjiten zinxhirit global të furnizimit për një zhvillim më të shpejt të tyre në vend se të investojnë dekada në ndërtimin e tyre (Elms, Low, 2013).

Sipas Nicita et al. zinxhirët e furnizimit global ofrojnë disa lehtësira për vendet në zhvillim. Ai mundëson lidhjen e vendeve në zhvillim me tregjet ndërkombëtare e si rrjedhim vihet re

një rritje e dukshme e të proceseve të prodhimit në zinxhirit global të furnizimit në vendet në zhvillim. Gjithashtu, për vendet në zhvillim dhe ndërmarrjet e tyre bashkimi me ZGF-të ofron një sërë mundësish si p.sh zhvillimi i eksporteve, marrja e njohurive bashkëkohore mbi praktikat e menaxhimit dhe informacione praktike mbi standardet e cilësisë dhe teknologjinë. Kësisoj kompanitë në këto vende bëhen me konkurruese. Gjithsesi, përveç lehtësirave, ZGF sjell edhe vështirësi për vendet në zhvillim. ZGF kërkon efikasitet dhe kompetencë më të madhe nga furnizuesit, kërkon të zbatohen politika ekonomike që mundësojnë rritjen e konkurrueshmërisë në ndërmarrjet e tyre pasi në të kaluarën në shumë vende në zhvillim janë përdorur politikat tregtare me qasje preferenciale (Nicita, Ognivtsev, Shirotori, 2013, UNCTAD, 2013).

Një zinxhir global i furnizimit është një rrjet dinamik mbarë botëror kur një kompani blen ose përdor mallra ose shërbime nga jashtë. Ai përfshin njerëz, informacione, procese dhe burime të përfshira në prodhimin, trajtimin dhe shpërndarjen e materialeve dhe produkteve të gatshme ose ofrimin e një shërbimi ndaj klientit (CIPS, n.d.).

Ndikim pozitiv i Zinxhirit Global të Furnizimit nga pikëpamja ekonomike lidhet me konceptin e avantazhit krahasues. Korporatat transnacionale (TNC) duke zhvendosur proceset e prodhimit si: dizajnin, prodhimin, paketimin, marketingun, shpërndarjen me pakicë dhe shumicë në vende të ndryshme mund të përfitojnë nga burimet më të mira njerëzore ose fizike nga këto vende, mund të bëhen më konkurruese duke rritur produktivitetin dhe duke minimizuar kostot. Përveç kësaj, efektiviteti i institucioneve qeveritare dhe kapaciteti i tyre për të zbatuar politikat e nevojshme në zinxhirin global modern të furnizimit është shumë e rëndësishme që tu mundëson korporatave për të lëvizur mallrat vazhdimisht, në mënyrë të sigurt dhe më kosto të ulëta (UNCTAD, 2013).

Sipas Dornier et al (cituar nga Kot 2014) janë identifikuar forcat e rëndësishme që së bashku nxisin orientimin drejt globalizimit:

Forcat globale të tregut -përfshijnë presionet e krijuara nga konkurrentët e huaj te bizneset vendore si dhe mundësitë e krijuara nga klientët përtej kufijve kombëtarë.

Forcat teknologjike- janë të lidhura me vetë produktet. Kompanitë për të fituar qasje në tregje ose teknologji, shpesh bashkëpunojnë me kompanitë në rajone të ndryshme dhe vendosin objekte të përbashkëta afër një partneri.

Forcat globale të kostos – luajnë rol të rëndësishëm në vendimet e vendndodhjes globale, p.sh. fuqia e lirë punëtore është faktor kyç në përcaktimin e vend-ndodhjes së fabrikës.

Forcat politike dhe ekonomike - marrëveshjet tregtare rajonale mund të nxisin kompanitë të zgjerohen në një nga vendet e rajonit (Kot, 2014).

Zinxhirët e furnizimit global kanë mundësuar që një produkt final në ekonomitë e sotme globale të jetë një produkt i vlerës së shtuar vendore dhe të huaj. Përqendrimi në çështjet e njëjta thelbësore të prodhimit dhe tregtisë ndërkufitare ka rezultuar në përdorimin e një sërë temash pak a shumë të ndryshme si p.sh. rrjetet botërore të prodhimit, zinxhirët e vlerave globale dhe zinxhirët e furnizimit global.

2.6 Rrjeti i Prodhimtarisë Globale (GPN)

Për të kuptuar kompleksi tetin e ekonomisë globale dhe kompleksi tetin gjeografik të saj, koncepti ‘rrjet’ nga shumë autorë të ndryshëm është konsideruar si element shumë i rëndësishëm. Përkundër, dallimeve të konsiderueshme në terminologji, rrjetet janë të organizuara dhe paraqesin natyrën strukturore dhe racionale e shërbimeve, prodhimeve, shpërndarjeve dhe konsumimit të mallrave (Coe, Dicken, Martin 2008).

Po ashtu rrjeti global i prodhimit përcaktohet si: “një marrëveshje organizativ, duke përfshirë aktorët e ndërlidhur ekonomikë dhe joekonomikë, të koordinuar nga një firmë udhëheqëse globale dhe duke prodhuar mallra apo shërbime në vende të ndryshme të shpërndara gjeografikisht për tregjet në mbarë botën”(Coe & Yeung, 2015:2).

2.7 Logjistika

Logjistika i ka rrënjët qysh tek shpërndarja fizikisht e produkteve pa pasur koordinim të funksioneve në mes të kompanive. Rritja e prodhimit, shumëllojshmërisë dhe qarkullimit të mallrave sidomos në dekadat e fundit solli nevojën për zhvillimin e logjistikës efektive për të tejkaluar vështirësitë në lidhje me: sistemin e shpërndarjes në kohë, normën e ulët të ngarkesës, specializimin dhe centralizimin e sistemeve të prodhimit si dhe globalizimin e marketingut. Në përgjithësi, zbatimi i shërbimeve logjistike më efektive dhe më efikase në zinxhirët e furnizimit është shumë thelbësor për rritjen e përgjithshme ekonomike të një vendi dhe njëkohësisht sjell dhe përfitime mjedisore (Gebresenbet and Bosona, 2012).

Shumë studiues janë marrë me definimin e konceptit ‘logjistikë’ por si koncept themelor logjistika përcaktohet si më poshtë:

Logjistika është procesi strategjik i lëvizjes dhe magazinimit të materialeve, pjesëve dhe inventarit të përfunduar (dhe flukseve të informacionit që lidhen me to) përmes organizatës dhe kanaleve të saj të marketingut në mënyrë të tillë që profitabiliteti aktual dhe i ardhshëm të maksimizohet përmes përbushjes të porosive me kosto efektive (Christopher, 2011:2).

Sipas Gebresenbet and Bosona, (2012) roli logjistikës është i rëndësishëm në ruajtjen e cilësisë së lëndëve së para për ushqime si dhe produkte ushqimore. Roli i saj është i rëndësishëm dhe për të kryer aktivitete me vlerë shtesë në zinxhirin e furnizimit me ushqime, sidomos në industrinë e qumështit ku bartja e qumështit të freskët nga fermerët e vegjël në

distanca të gjata deri në zonat urbane është e vështirë për dy arsye:. Së pari, prodhimi i përditshëm i qumështit është relativisht i vogël për t'u shpërndarë në zonën urbane dhe transportimi i mallrave të ndjeshme gjatë distancës së gjatë është e vështirë. Së dyti, cilësia e qumështit përkeqësohet nëse transportohet për një kohë të gjatë pa iu nënshtruar ndonjë procesi përpunimi. Prandaj:

Koordinimi dhe integrimi i aktiviteteve logjistike në sistemin e shpërndarjes së ushqimeve lokale zvogëlon numrin e rrugëve, distancën dhe kohën e transportit për sistemin e shpërndarjes së ushqimit lokal. Një integrimi i tillë i rrjetit të logjistikës mund të sjellë përmirësime në drejtim të tregut potencial, efikasitetit të logjistikës, çështjeve mjedisore dhe gjurmueshmërisë së cilësisë dhe origjinës së produktit ushqimor. (Gebresenbet and Bosona, 2012:142).

Ndër qëllimet kryesore të logjistikës të përfshira në formulimin e strategjisë së menaxhimit të zinxhirit të furnizimit nga ana e shumë aktorëve mund të përmendim:

- minimizimi i kostove totale të mallrave dhe rrjedhjes së informacionit, duke ruajtur nivelin e kërkuar të furnizimeve për kujdesin ndaj konsumatorëve (p.sh. logjistikës së kursimeve)
- ekzekutimi më i shpejtë i porosit me besueshmëri të lartë, frekuenca dhe fleksibiliteti i furnizimit në një nivel të caktuar të kostove të rrjedhjes (p.sh. logjistika e performancës)
- optimizimi i niveleve të stokut në të gjithë zinxhirin e furnizimit duke u përshtatur, preferencave sa i përket shërbimit të furnizimit të segmenteve të veçanta të tregut (Szymonik, 2012 :265).

Më sipër, paraqitëm koncepte dhe përkufizime për zinxhirin e furnizimit, zinxhirin e vlerës, menaxhimin e zinxhirit të furnizimit, zinxhirin global të furnizimit, rrjetit global të prodhimit, logjistikës sepse vihet re një lloj konfuzioni në përdorimin e këtyre termave. Para se të gjithash është e nevojshme sqarimi i koncepteve të "zinxhir furnizimi", "zinxhir vlere" dhe "logjistikë".

Sipas Christopher (2011), menaxhimi i zinxhirit të furnizimit është një koncept më i gjerë sesa logjistika. Logjistika është në thelb një orientim dhe kornizë planifikimi që synon të krijojë një plan të vetëm për rrjedhën e produkteve dhe informacionit nëpërmjet një biznesi." Menaxhimi i zinxhirit të furnizimit bazohet në këtë të fundit dhe synon të arrijë lidhjen dhe bashkërendimin midis proceseve të subjekteve të tjera në kanal, p.sh. furnizuesit, dhe konsumatorët dhe vetë organizatën. Kështu, për shembull, një prej qëllimeve të menaxhimit të zinxhirit të furnizimit mund të jetë reduktimi ose eliminimi i pengesave në përdorimin e inventarit që ekzistojnë mes organizatave përmes shkëmbimit të informacionit mbi kërkesën dhe niveleve aktuale të stokut. (Christopher, 2011:2).

Pra, të menaxhuarit e logjistikës është vetëm një pjesë e menaxhimit të zinxhirit të furnizimit që merret me menaxhimin e produkteve në mënyrë eficiente, dhe tashmë është pranuar përgjithësisht se logjistika i referohet aktiviteteve brenda një kompanie / organizate që lidhet me shpërndarjen e një produkti. Ndërsa zinxhiri i furnizimit ka një fokus shumë më të gjerë dhe referohet lidhjeve nga furnizuesi deri te konsumatori i fundit. Kjo do të thotë se ai përfshin gjithashtu edhe prodhim dhe prokurimin. Po ashtu, zinxhirin e furnizimit e përbëjnë ndërmarrjet e shumta, përfshirë furnizuesit, prodhuesit, dhe shitësit që duke punuar së bashku plotësojnë nevojën e konsumatorit për një produkt ose shërbim.

Duke pasur parasysh se një zinxhir vlerash mund të shihet nga shumë perspektiva të ndryshme disiplinore, të shkencave shoqërore, të prodhimit, teknologjisë apo informacionit, qasjet e shpjegimit të zinxhirit të vlerës nuk janë të unifikuara. Studiues të tjerë kanë sugjeruar se koncepti i zinxhirit të vlerave integron karakteristikat e ofertës dhe kërkesës, dhe ofron një pamje të përgjithshme të sistemit të zinxhirit në vend të vetëm të pjesëve të tij. Lambert, Cooper dhe Pagh, përcaktojnë menaxhimin e zinxhirëve të furnizimit si: “integrimin e proceseve kryesore të biznesit deri tek përdoruesit e fundit përmes furnitorëve origjinalë që ofrojnë produkte, shërbime dhe informacione të cilat shtojnë vlerë për klientët dhe palët e tjera të interesuara” (1998:1).

Sipas Collins et.al (2015) koncepti i të menduarit të zinxhirit të furnizimit (Rritje personale e fitimit) ndryshon nga koncepti i të menduarit të zinxhirit të vlerës (Rritja në tërësi e fitimit).

Tabela 2. 1 Koncepti i të Menduarit në Zinxhirin e Furnizimit dhe në Zinxhirin e Vlerës

ZINXHIR FURNIZIMI	ZINXHIR I VLERËS
<i>"Rritja e pjesës tuaj"</i>	<i>"Rritja në tërësi"</i>
- Konkurrojnë me çmim, - Pavarësia dhe interesi vetjak, - Marrëdhënie fleksibile, transaksionale - Marrëdhënie tregtare afatshkurtër, - Furnizues të zgjedhur në cilësi dhe kosto, - Furnizuesit janë marrës të çmimeve, - Oportunizëm - Shpërndarje e kufizuar e informacionit.	- Konkurrojnë me vlerë, - Ndërrarësia dhe interesi reciprok, - Marrëdhënie të qëndrueshme, bashkëpunuese - Tregti më afat të gjatë, - Furnizuesit e përzgjedhur për cilësi, shkathësi, shërbim dhe partneritet - Çmimet negocohen, - Angazhim, komunikim i hapur.

Burimi: Collins R.C., Dent B. and Bonney L.B. 2015

Nga tabelën 2.1 shihet se koncepti i të menduarit tek zinxhiri vlerës ndryshon nga koncepti i menduarit në zinxhirin e furnizimit. Në zinxhirët e furnizimit në shtyrjen e produktit drejt konsumatorëve, fermerët përqendrohen tek prodhimi bazuar në parimin "Do të shes çdo gjë që unë prodhoj" pavarësisht nëse prodhimet e tyre i plotësojnë apo nuk i plotësojnë kërkesat të veçanta të tregut, pavarësisht nëse kërkohet ose nuk kërkohet nga konsumatorët gjithë çka prodhohet dhe pavarësisht nga ajo se çmimet mund të jenë të larta për konsumatorët apo të ulëta që të sjellin përfitim për të gjithë anëtarët në zinxhirin e furnizimit. Si rezultat, anëtarët e zinxhirit bëjnë çdo gjë të mundshme të rrisin përfitimet e tyre madje dhe duke përfituar në dëm të tjetrit. Sjellja në këta zinxhirë furnizimi bëhet oportuniste -pra blerësit nëse gjejnë produktin diku tjetër në një çmim më të lirë atëherë ndërrojnë furnizuesit, ndërkohë që edhe furnizuesit ndërrojnë konsumatorin nëse marrin një

ofertë më të mirë nga dikush tjetër. Në këtë zinxhir marrëdhëniet marrin formën transfer-transfer, prandaj qarkullimi i informacionit mund të pengohet ose shtrembërohet dhe mund të mos ekzistojë besimi dhe përkushtimi i duhur.

Ndërsa, koncepti i të menduarit në zinxhirin të vlerës, është i kundërt, prodhuesi fokusohet në përmbushjen efikase të nevojave të konsumatorëve. Këtu, prodhimet janë tërhequr nga konsumatorët, dhe fermerët kanë qëndrim të orientuar drejt tregut "Unë do të prodhoj atë që mund të shes". Anëtarët e zinxhirit, nuk e bëjnë konkurrencën duke u bazuar vetëm në çmim por të gjithë përfitojnë nga mundësia e tregut duke rritur edhe madhësinë e përfitimeve. Kjo do të thotë se përqindja e të gjithëve rritet pa u prekur fitimi i anëtarëve të tjerë. Në këto zinxhirë, bashkëpunimi dhe shkëmbimi i informacionit është në nivele të kënaqshme, sepse njerëzit përgjatë zinxhirit duan të punojnë së bashku si furnizues dhe klientë të preferuar (Collins, Dent and Bonney, 2015).

Në literaturën e biznesit dhe në mendimin operacional, zinxhirët e furnizimit dhe zinxhirët e vlerës kanë përkufizime të qarta:

Një zinxhir furnizimi zakonisht i referohet sistemit që përdorin furnitorët në dërgimin e një produkt deri te konsumatori i fundit., ndërsa zinxhiri i vlerës përfshin të menduarit rreth vlerës së krijuar nga zinxhiri, veçanërisht për konsumatorët e fundit. Megjithatë, sipas raportit nga SustainAbility, UNEP dhe UNGC që zinxhirit të furnizimit të sotëm të jenë të suksesshëm, menaxherët duhet të fokusohen në kostot dhe përfitimet në të gjithë zinxhirin e furnizimit dhe të mendojnë përtej konsideratave financiare afatshkurtra për të siguruar furnizim të besueshëm - në aspektin e cilësisë, sasisë, besueshmërisë dhe kostos. Ata arrijnë këtë duke menaxhuar kompromiset, stimujt, ndarjen e informacionit dhe koordinimin e marrëdhënieve midis funksioneve për të arritur një kosto totale më të ulët të kapitali (2008 : 2 - 4).

Për qëllim të uljes së kostos, mundësisë që firma të marri porosi prej klientëve ndërkombëtar si dhe evitimin e efekteve nga ndryshimet e normave e shkëmbimit dhe barrierave tregtare gjatë furnizimit, firma mund të marrë vendim të bëjë “outsourcing” kalimin e një pjese te firmat tjera në vend ose jashtë vendit.

Outourcing në kuptimin më të thjeshtë është: “kontraktimi ose delegimi i punës apo i një prej funksioneve të biznesit tek furnizuesi i jashtëm, që mund përfshijë transferimin e njerëzve, proceseve dhe asetëve. Ky kontraktim mund të ndërmerret me partner brenda vendit ose jashtë vendit dhe një ose më shumë partnerë outsourcing-u” (Deloitte, 2013).

Delegimi i punës apo funksioneve të një entiteti i jashtëm, mund të sjellë si përfitime ashtu edhe komplikime.

Sipas autori Christopher përderisa shpesh ekziston një logjikë e fuqishme ekonomike që mbështet vendimin për të transferuar aktivitetet që mund të kryhen më parë në vend, vendime të tilla mund të shtojnë kompleksitetin e zinxhirit të furnizimit [...], si p.sh. nevoja për një nivel shumë më të lartë të menaxhimit të marrëdhënieve rritet. Efekti i outsourcing është të zgjerojë zinxhirin e vlerës përtej kufijve të biznesit. Me fjalë të tjera, zinxhiri i furnizimit bëhet zinxhiri i vlerës. Vlera (dhe kostoja) nuk është krijuar vetëm nga firma lokale në një rrjet, por nga të gjitha entitetet që lidhen me njëri-tjetrin. Kjo 'ndërmarrje e zgjeruar', siç e kanë quajtur disa, bëhet makina përmes së cilës avantazhi konkurrues fiton - ose humbet (Christopher, 2011:3).

Për qëllimin e këtij studimi, është e pranueshme që Zinxhiri i Furnizimit të shtojë vlerën e një produkti duke e transportuar atë nga një vend në tjetrin, ku të mirat mund të ndryshohen nëpërmjet përpunimit.

2.8 Integrimi i Zinxhirit të furnizimit

Qëllimi i çdo prodhuesi është që produkti i tyre të ketë vlerë dhe arrijë deri të përdoruesi i fundit. Në të kaluarën në të shumtën e rasteve procesi i prodhimit të një produkti nga materiali papërpunuar deri në produktin përfundimtar është kryer nga një prodhues i vetëm. Produkti i tillë është përdorur për konsum të brendshëm ose është shitur në treg të afërm. Në këtë rast, zinxhiri i furnizimit është karakterizuar si shumë i thjeshtë, i fragmentuar dhe i drejtuar në mënyrë tradicionale dhe shpesh nuk i ka plotësuar nevojat e konsumatorëve. Me rritjen e pritshmërive të konsumatorëve është rritur edhe numri i bizneseve që të ndihmuara

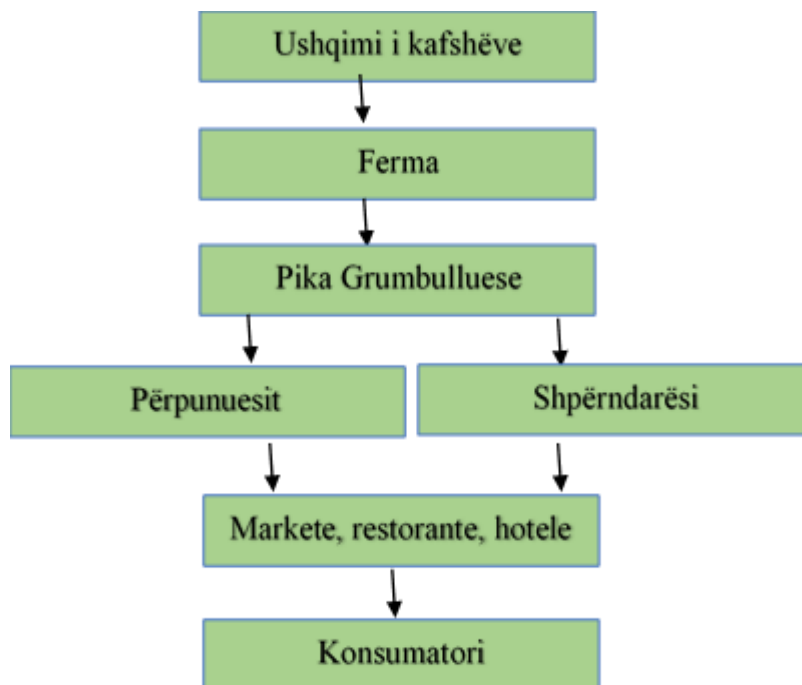
nga zhvillimet teknologjike (transporti, komunikim) janë bërë më konkurruese por kjo ka bërë që integrimi i këtyre bizneseve në zinxhirin e furnizimit të jetë i domosdoshëm. Në këtë rast, integrimi i referohet shkallës në të cilën aktivitetet dhe proceset ë ndryshme në zinxhirin e furnizimit koordinohen së bashku sa më të lehtë që të jetë e mundur për të eliminuar jo efikasitetin që vjen si rezultat i drejtpërdrejt i fragmentimit të zinxhirit të furnizimit (Sweeney, 2012). Integrimi në zinxhirin e furnizimit është proces i i ndërlikuar dhe i gjatë transformimi. Nga një analizë e dokumenteve që studiojnë lidhjen midis integritit në zinxhirin e furnizimit (SCI) dhe performancës të bërë nga Costes dhe Jahre (2008) rezulton se integrimi i lartë në zinxhirin e furnizimit, jo gjithmonë përmirëson performancën. Përkufizimet e integritit zinxhirit të furnizimit (SCI dhe performancës janë aq të ndryshme sa një përfundim i tillë si “sa më i lartë (SCI) aq më e mirë (performanca)” nuk mund të vërtetohet. Prandaj, zhvillimi i një zinxhiri të integruar të furnizimit kërkon që menaxhimi i rrjedhës së materialit të shihet nga tre perspektiva; i) strategjike, ii) taktike dhe iii) operacionale. Ai kërkon gjithashtu, një koordinim të plot në përdorimin e objekteve, njerëzve, financave dhe sistemeve (Stevens 2007).

Pjesëmarrësit kryesorë dhe integrimi i tyre në zinxhirin e furnizimit

Numri i aktorëve në zinxhirin e furnizimit mund të jetë i ndryshëm dhe kjo varet nga madhësia e ndërmarrjes dhe lloji i produktit. Për disa produkte ky proces është më kompleks. Çdo zinxhir furnizimi karakterizohet me rrjedha të ngjashme p.sh. duke filluar nga sigurimi i inputeve të nevojshme për prodhimin e produktit deri te blerja e produktit nga ana konsumatorit. Prandaj,

Në çdo zinxhir të furnizimit të dhënë ekziston një kombinim i kompanive që kryejnë funksione të ndryshme. Ka kompani që janë prodhuese, të tjera që janë distributorë apo tregtarët me shumicë, kompanitë që janë shitës me pakicë dhe kompani apo individë që janë konsumatorët, përfundimtarë të një produkti. Në mbështetje të këtyre katër llojeve të kompanive ka kompani të tjera që janë ofruesit e shërbimeve që ofrojnë një sërë shërbimesh të nevojshme” (SCM Globe, 2014).

Psh. Fazat e furnizimit me qumësht nga prodhuesi deri te konsumatori.



Grafiku 2. 2. Struktura e Zinxhirit të Furnizimit në Industrinë e Qumështit Burimi: Autori

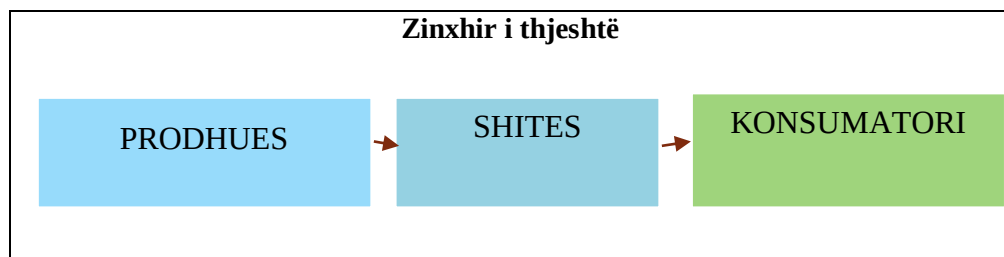
Siç shihet në grafiku 2.2 në industrinë e qumështit zinxhiri i furnizimit përfshin: Sigurimin e inputeve, farës, kimikateve dhe pajisjeve të tjera të nevojshme për prodhimin e ushqimit të kafshëve, pastaj ushqimi i prodhuar përmes shërbimeve të ndryshme kalon në fermë ku realizohet prodhimi qumështit. Prej aty, qumështi i prodhuar kalon të përpunuesit përmes pikave grumbulluese ose direkt te përpunuesit të cilët merren me përpunimin, paketimin dhe dizajnimin e markës nga sektori i shërbimeve. Produktet finale në varësi të tregut, përmes ndërmjetësve (shpërndarësve) apo përpunuesve përcillen të tregtarët, restorantet, hotelet

deri sa të arrijnë te niveli i fundit i zinxhirit (konsumatori). Ky proces është njohur si integrimi vertikal i zinxhirit të furnizimit, i cili nëse është funksional do të ndikojë në uljen e kostos së transportit dhe do të ndihmojë bizneset pjesëmarrëse në zinxhir të bëhen më konkurruese. Sipas Gilles:

Integrimi vertikal është bërë nga firmat për të rritur fitimet dhe / ose për të pasur më shumë kontroll në zinxhirin e furnizimit. Firmat vendosin të integrohen nëse mund të prodhojnë të njëjtat produkte së bashku, por më lirë se sa do t'i prodhonin ato veç e veç. Pra, të krijojnë ekonomi të fushëveprimit. Për firma është e nevojshme të prodhojë qumësht të papërpunuar me çmim që është më i lirë nga ai që firma ekzistuese përpunuese po paguan për të. Përpunuesi do të ketë mundësi për ta paketuar qumështin më lirë se më parë duke siguruar kështu avantazh konkurrues (Gilles, 2012 : 8).

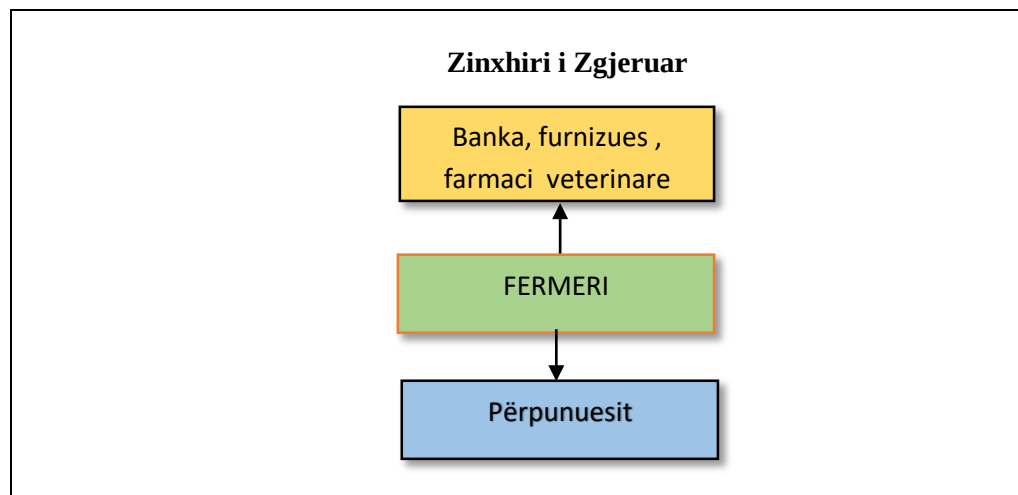
Lidhjet në mes aktoreve në zinxhirin e furnizimit,

Lidhjet e aktorëve të integruar në zinxhirin e furnizimit mund të jenë vertikale. Ky zinxhir është thjesht i përbërë nga një numër i vogël pjesëmarrësish (Grafiku 2.3) siç është rasti p.sh. në sektorin e qumështit (te fermerët kur ushqimi i kafshëve është prodhim i brendshëm ose te përpunuesit kur e gjithë sasia e qumështit sigurohet nga ferma.



Grafiku 2. 3. Zinxhiri i thjeshtë i furnizimit. Burimi: Autori

Në rastin kur një biznes është dhe klient (blerës) dhe furnizues siç shihet në Grafiku.2.4 (fermeri është konsumator i një furnizuesi plehrash, ushqim për kafshët dhe furnizuesi i një përpunuesi apo pike grumbulluese) atëherë kemi të bëjmë me integrim vertikal të shumanshëm në zinxhirin e furnizimit (Collins , Dent , Bonney, 2015).



Grafiku 2. 4. Zinxhiri i Zgjeruar i Furnizimit. Burimi: Collins R.C., Dent B. and Bonney L.B. 2015

Siç shihet nga grafiku më sipër çdo aktor në zinxhirin e furnizimit është vetëm një pjesëmarrës në zinxhirin e furnizimit me një numër të caktuar lidhjesh dhe aktivitete brenda tij. Këto lidhje mund të jenë vertikale dhe me dy kahe. Gjithashtu, një zinxhir furnizimi mund të shihet si i integruar në tre segmente: rrjedhën e sipërme ku ndodh furnizimi, i brendshëm ku kryhet prodhimi dhe rrjedhën e poshtme, ku bëhet shpërndarja dhe shitja tek klienti (Rajgopal, 2016).

Integrimi i furnitorëve ka efekt të dobishëm në marrëdhëniet ndërmjet ofruesit dhe pranuesit (pasi ai jep mundësi për të punuar në partneritet), mbi cilësinë, shpenzimet e proceseve të prokurimit, reduktimin e gabimeve, reduktimin e kohës ndërmjet porosive, ekzekutimin e porosisë dhe faturimin. Hulumtimet e bëra mbi ndikimin e integrimit të zinxhirit të furnizimit tek kënaqësia e konsumatorit kanë treguar se: Integrimi i zinxhirit të furnizimit ndikon pozitivisht dhe në mënyrë të drejtpërdrejtë në rritjen e kënaqësisë së konsumatorit, besnikërisë së tij dhe konkurrueshmërisë së kompanisë (Çerri, 2013). Po ashtu, Stevens (1989) argumenton se nëse kompanitë menaxhojnë zinxhirin e furnizimit me kujdes dhe në

bashkëpunim me pjesëmarrësit e tjerë, si dhe përdorin si duhet mjetet dhe teknikave për të plotësuar nevojat e tregut atëherë do të janë më të suksesshme në luftën për mbijetesë.

2.9 Bashkëpunimi i pjesëmarrësve të zinxhirit

Në tregun e sotëm ku konkurrenca është shumë e madhe është vështirë që një kompani si e vetme të jetë e suksesshme. Kjo bën të domosdoshme bashkëpunimin e kompanive në zinxhirin e furnizimit. Në dekadat e fundit kjo e fundit ka qenë objekt i shumë studimeve nga autorë të ndryshëm. Në mënyrë të thjeshtë bashkëpunimi i referohet rastit kur “dy ose më shumë njerëz punojnë së bashku drejt qëllimeve të përbashkëta” (Open Road Communications, (2019).

“Blerësit dhe Shitësit duke punuar së bashku drejt vizionit të përbashkët arrijnë avantazhe konkurruese dhe kënaqësi më të madhe të klientit krahasuar me zinxhirë të tjerë të furnizimit” (Davis, Speakman 2004). Rezultatet e studimit të autorëve (Cao, Zhang, 2011) mbi natyrën e bashkëpunimit në zinxhirin e furnizimit dhe ndikimin e tij në performancë bazuar në një paradigmë të përparësisë bashkëpunuese kanë treguar se bashkëpunimi në zinxhirin e furnizimit ndërmjet partnerëve përmirëson avantazhin e konkurrencës dhe ndikon në masë të konsiderueshme në rritjen e performancës (Cao, ,Zhang 2011). Në anën tjetër, mungesa e bashkëpunimit ndërmjet bizneseve në zinxhirët e furnizimit ndikon në mungesën njohurive dhe qasjeve në atë që ndodh në zinxhirin përtej furnizuesve dhe klientëve të tyre të rendit të parë. Problemet e pa njohura dhe të pazgjedhura nga ana e pjesëmarrësve të zinxhirit në rrjedhat e sipërme dhe të poshtme paraqesin sfida shtesë për menaxhimin e marrëdhënieve, sigurimin e rrjedhave të informacionit, qeverisjen e zinxhirit në tërësi dhe parandalojnë arritjen e rezultateve të pritura nga bizneset (Collins, Dent, Bonney 2015). Këta

shembuj sugjerojnë se pjesëmarrësit të cilët janë përkrahës të bashkëpunimit janë të kënaqur të marrin pjesë në zinxhirin e furnizimit. Prandaj, ata besojnë në zinxhirin e furnizimit dhe janë të dedikuar që përmes bashkëpunimit ti tejkalojnë problemet e paraqitura gjatë funksionimit të tij.

Rritja e vetëdijes dhe preferenca e konsumatorëve, shumëllojshmëria e produkteve dhe konkurrenca intensive në treg e bën të nevojshme bashkëpunimin e blerësve dhe furnizuesve për të qenë efektivë në përshtatshmërinë e kërkesave me oferta, në shpërndarjen e shpejt dhe me kohë të produktit, si dhe gjetjen e tregut për produktin e kërkuar. Kuptimi i ndikimit të faktorëve të lart përmendur në suksesin e biznesit është faktorë i rëndësishëm në rritjen e interesimit për bashkëpunim tek aktoret e zinxhirit të furnizimit. Sipas Christopher (2011) në bindjen se mund dhe përfitohet nga menaxhimi i përbashkët furnizuesve dhe blerësve ndikim të madhe ka shkëmbimi i informacioneve. Po ashtu, Yu et al.(2001) tregon se “ rritja e shkëmbimit të informacionit midis anëtarëve në një zinxhir furnizues të decentralizuar do të çojë në përmirësimin Pareto në ecurinë e gjithë zinxhirit”. Po ashtu, përveç përfitimeve në zvogëlimin e kostos me uljen e nivelit të inventarit, bashkëpunimi gjithashtu sjell edhe përfitime tjera për kompanitë që janë të integruara në zinxhir të furnizimit p.sh.: zvogëlimi i kapitalit të investuar duke optimizuar prodhimin dhe zvogëlimin e kapacitetit të prodhimit. Pastaj, përmirësim i saktësisë së parashikimit, reduktimeve në punë jashtë orarit të paplanifikuar, promovime, kostoja e transportit, rritja e të ardhurave: disponueshmëria më e mirë, përmirësimi i kënaqësisë së konsumatorit, zvogëlimi i rezervave (Christopher, 2011).

2.10 Rëndësia e Analizës së Zinxhirit të Furnizimit

Për të kuptuar gjendjen në të cilën ndodhet një biznes i çfarëdo natyre është e rëndësishëm që ndërkohë të bëhet analiza e po atij biznesi. Prandaj, analiza e zinxhirit të furnizimit po

ashtu ndihmon në kuptimin e përparësive dhe dobësive dhe në mënyrën në të cilën firmat janë të përfshira në tregun vendor dhe global. Analiza e zinxhirit të furnizimit e trajton e gjithë ciklin e prodhimit nga furnizuesi me ushqim i prodhuesve deri te konsumatori i fundit. Gjate analizës identifikohen çështjet si vështirësitë, rreziku, pengesat që ballafaqohen pjesëmarrësit në zinxhirin e furnizimit. Pastaj, rezultatet e gjeneruara nga analiza ndikojnë në përcaktimin strategjik të firmës për të depërtuar në tregun global dhe trajtimin e efikasitetit në zinxhirin e furnizimit.

Sipas Kaplinsky, Morris (2000) ekzistojnë tri grupe kryesore të arsyeve pse analiza e zinxhirit është e rëndësishme në këtë epokë të globalizimit të shpejtë. Ato janë:

- Me ndarjen në rritje të punës dhe shpërndarjen globale të prodhimit dhe të komponentëve, konkurrenca sistemore është bërë gjithnjë e më e rëndësishme
- Efikasiteti në prodhimin është vetëm një kusht i domosdoshëm për depërtimin me sukses të tregjeve globale
- Hyrja në tregjet globale që lejon rritjen e të ardhurave të qëndrueshme - domethënë duke bërë më të mirën e globalizimit - kërkon një kuptim të faktorëve dinamikë brenda gjithë zinxhirit të vlerës (Kaplinsky, Morris 2000 :9)

Qëllimi i një zinxhiri furnizimi është që të maksimizohet vlera e përgjithshme e krijuar e të ardhurave. Për të arritur këtë, sipas Rajgopal (2016) një zinxhir furnizues mund të përqendrohet në efikasitetin e përgjegjshmërisë ose të përgjegjësisë. Efikasiteti i referohet kostos në të cilën një zinxhir furnizues mund të akomodojë kërkesat e konsumatorëve. Ndërsa, përgjegjshmëria përcaktohet nga shpejtësia me të cilën zinxhiri i furnizimit mund t'i përgjigjet kërkesave dhe pritshmërive të konsumatorit dhe fleksibiliteti më të cilin mund të përballojë ndryshimet në këto kërkesa dhe pritshmëri. Prandaj, është e domosdoshme që secili prodhues dhe ofrues i shërbimeve të marrë në konsideratë analizën e Zinxhirit të Furnizimit për vlerësimin e efikasitetit bazuar në metodat standarde që përdoren për të vlerësuar nivelet e performancës dhe për të identifikuar mangësitë përgjatë zinxhirit të

furnizimit, rezultatet e dala do të mund të përdoren për të përmirësuar funksionimin e Zinxhirit të Furnizimi. E gjithë kjo do të ndihmonte ti shfrytëzojmë përfitimet nga globalizimi, bashkëpunimit dhe integritetit kur kërkohet efikasiteti dhe specializimi i prodhimit si faktor të rëndësishëm për të qenë pjesë e një tregu global dhe për të përballuar me sukses konkurrencën, për funksionim të mirë të zinxhirit të furnizimit dhe bërjen e një biznesi të qëndrueshëm dhe fitimprurës.

2.11 Rëndësia e Rritjes së konkurrencës

Në kohën kur tregjet ishin të vogla, puna deri të arritja të produkti përfundimtar bëhej zakonisht në një vend (fabrikë). Rritja e tregut bëri që kërkesa për mallra të rriten dhe sipas Smithit lindi nevoja për specializimin e punës, pra për caktimin e detyrave për secilin për të arritur deri tek produkti përfundimtar.

Sipas Adam Smith për të rritur eficientësinë, punët duhet ndarë sipas profesioneve, pasi specializimi dhe ndarja e detyrave rrit në masë të konsiderueshme prodhimin. “Smith theksoi tri mënyra se si ndarja e punës rrit prodhimin: Së pari, me ndarjen e punës secili punëtor zhvillon më shumë aftësi dhe kualifikim për detyrën e tij të veçantë. Së dyti, punëtorët humbasin më pak kohë nga një detyrë tek tjetra [...]. Dhe së fundi ka më shumë gjasa që punëtorët e specializuar t'i përmirësojnë makineritë me të cilat punojnë çdo ditë” (Buchholz, 2007:56).

2.12 Strategjia e zinxhirit të furnizimit

Në këtë pjesë të punimit do të përpikmi të shtjellojmë termin ‘Strategji’, përdorimin dhe rëndësinë e strategjisë të fermat familjare, fermat e vogla dhe fermat e mëdha. Në shikim të parë të bizneseve të vogla dhe të mëdha krijohet përshtypja se aplikimi i strategjisë dhe hartimi i saj behët vetëm nga bizneset e mëdha, të zhvilluara, me buxhet të mjaftueshëm dhe ato që posedojnë ekspert apo departament strategjik, ku punohet në përpilimin dhe zhvillimin strategjik të biznesit për afat të gjatë apo një periudhë të caktuar. Përshtypje e ngjashme krijohet nëse intervistohen apo bisedohet me fermer të vegjël në

bujqësi ku prodhojnë produkte për nevojat familjare dhe pjesën e mbetur e shesin te të afërmit apo në tregun e gjelbër (tregun e zi). Gjatë intervistave të bëra me disa nga fermerët në hulumtimin e përdorimit të strategjisë në biznesin e tyre, është vënë re se disa prej tyre nuk ishin familjar me termin strategji, shumë nga këta u deklaruan se nuk kanë përpiluar apo përdorur ndonjë strategji për fermat e tyre. Mirëpo te këta fermer u shihte interesimi për rritjen e produktit të tyre në mënyrë që të mbulojmë me lehtë shpenzimet familjare. Vlen të përmenden planet e përshkruara të një fermeri familjar se si ai ishte në pritje të rritjes së meshtjerrës për të rritur numrin e lopëve të qumështit që do të ndikonte në rritjen e prodhimtarisë së qumështit dhe produkteve të qumështit ku do të rezultonte në më shumë të ardhura për familjen e tij (Berbatovci, 2018). Pra, në këtë kontekst, plani i fermerit të lartë përmendur mund të quhet “Strategji”, strategji do të quhej edhe interesimi fermerëve familjar (të vogël) për rritjen e numrit të lopëve qumështore përmes donatoreve apo granteve, ku do të ndikonte në rritjen e sasisë së prodhimtarisë së qumështit dhe të kalonte nga shitja në treg të gjelbër në dërgimin e qumështit te pikat grumbulluese apo përpunuesit, pra në një zinxhir të furnizimit më funksional dhe më të qëndrueshëm. Termi ‘Strategji’ është gjerësisht i kuptuar dhe i përdorur në industri të ndryshme, biznese private dhe publike, biznese të vogla dhe të mëdha nga menaxher apo ekspert të fushës. Në këtë kontekst më poshtë janë paraqitur përkufizime të strategjisë nga autor të ndryshëm, llojet e strategjisë dhe përdorimi i tyre në zinxhirit e furnizimit të industrisë së qumështit e më gjerë.

Strategji mund të definohet “një proces i përpunimit të qëllimeve afatgjata dhe operacioneve të zinxhirit të furnizimit, miratimit të politikave dhe shpërndarjes së burimeve të nevojshme për arritjen e këtyre qëllimeve” (Szymonik, 2012:265). Autori po ashtu thekson se idetë që çojnë në një avantazh konkurrues afatgjatë dhe në nivelin e duhur të kënaqësisë në mesin e

të gjithë pjesëmarrësve të zinxhirit të furnizimit, mund të përfshij në strategji këto elemente: përgjigje e shpejtë, reagimi efikas ndaj klientit, menaxhimi i përgjithshëm i cilësisë, furnizuesit të integruar, menaxhimi i bazuar në kohë, menaxhimi i përgjithshëm i cilësisë, menaxhimi i marrëdhënieve të furnizuesit, disponueshmëria e menaxhuar e furnizuesit.

Sipas Silbiger (2005) strategjia përshkruan çdo mendim që shikon në “pikturë të madhe” dhe në fakt është mjaft komplekse. Duhet konsideruar tre nivele të strategjisë:

Strategjia funksionale - Aktivitetet e vlerave të angazhuara

Strategjia e Biznesit - Si të luftoni taktikët e konkurrencës

Strategjia e Korporatës - Çfarë biznesi duhet të jetë (Silbiger, 2005. p.334)

Se çfarë strategjie përdoret nga pjesëmarrësit e zinxhirit të furnizimit varet shumë edhe nga ekonomia e shkallës. Sipas Szymonik kompanitë mund të përdorin dy lloj të strategjive:

Strategjia ofensive përfshin rrezik të lartë, por gjithashtu përfitime të larta potenciale. Ajo kërkon që kompania të ketë një departament të kërkimit dhe zhvillimit me nivel të lartë të inovacionit, një sistem të fuqishëm të marketingut dhe një sistem efikas të prodhimit që shpejt mund të shndërrojë idetë e reja në produkte të qëndrueshme. Kompanitë më të mëdha që mund të përfshijnë ekonominë e shkallës zakonisht përdorin këtë lloj strategjie.

Strategjia mbrojtëse është e kundërta e ofensive, që nënkupton rrezik të ulët dhe fitime më të ulëta. Kompanitë që e përdorin atë nuk mbajnë rrezikun e humbjeve ndaj të cilave një biznes ekspozohet gjatë zhvillimit dhe promovimit të një produkti të ri. Këto kompani kërkojnë të ulin kostot e promovimit dhe të futin zëvendësime për produkte të reja të ofruara nga kompanitë që përdorin strategjinë ofensive (Szymonik, 2012:266).

Në përpilimin e strategjisë është e rëndësishme të përcaktohen se cili nga nivelet e mësipërme janë të përcaktuar dhe të punohet në planin strategjik.

Planifikimi Strategjik përfshin krijimin e një strategjie për mbijetesën dhe rritjen afatgjatë të kompanisë. Ai përbehet nga katër hapa: Përkufizimi i misionit të kompanisë, caktimi i objektivave dhe qëllimeve, hartimi i profilit të biznesit dhe hartimi i planeve funksionale (Porter, 2013:63).

“Strategjitë e zinxhirit të furnizimit synojnë konsumatorin final duke sinkronizuar rrjedhat e ofertës dhe kërkesës. Gjatë formulimit dhe kryerjes së operacioneve afatgjata në marrëdhëniet ofruesi-pranues përdoren koncepte të ndryshme që përmirësojnë efektivitetin dhe efikasitetin e zinxhirit dhe eliminojnë humbjet e kohës, hapësirës, sasisë dhe cilësisë “ (Szymonik, 2012:265).

Marrë në konsideratë zhvillimin e teknologjisë dhe konkurrencës në kohëve të fundit bizneset janë të vetëdijshme se zbatimi i strategjisë së integritetit në zinxhirin e furnizimit që synon të integrojë pjesëmarrësit e zinxhirit të furnizimit është e domosdoshme.

2.13 Globalizim përmes hulumtimit të zinxhirit të vlerës

Globalizimi

Përkufizimi i Globalizimit

Përkufizimi i globalizimit është kompleks dhe ka shumë dimensione. Nga përkufizimet e paraqitura më poshtë mund shihet se globalizimi është vërtet i tillë pasi sot ende përballemi më barrierat në shkëmbimet globale përkundër ndryshimeve pozitive në kuadër të integritimeve me dimensione rajonal dhe më gjerë p.sh. integrimi i kufijve brenda Evropës dhe integrimi përmes tregtisë si tregues të rëndësishëm të globalizimit.

Profesor Civici në librin e tij “Globalizimi” thekson se përpjekjet për të konceptuar globalizmin në tërësinë dhe në filozofinë e tij të veprimit shtohen me imponimin e tij si një fenomen Planetar. Në këtë këndvështrim diferencohen dy mënyra të konceptimit.

Njëra cilësohet si “unitare” dhe mbështetet dukshëm nga shumë organizata dhe institucione ndërkombëtare të tilla si FMN, Banka Botërore, Organizata Botërore e Tregtisë. Sipas këtij konceptimi globalizimi “evokon nocionin e një bote unike, e një bote që formon një fshat planetar, e një bote pa kufi”. Këtu mund të flitet për nder penetrim kulturash, ekonomisë e teknologjisë. Ky koncept është në tërësi në favor të hapjes dhe të bashkëpunimit ndërmjet të gjithëve për të arritur një paqe globale, në eliminim tërësor të kufijve. [...]

Ndërsa koncepti konfliktual e pluralist që është në kundërshtim me konceptin unitar e konsideron formën aktuale të globalizimit si shkakun kryesor të të gjitha problemeve tona. Ai pranon teorinë e përplasjeve së civilizimeve dhe të konfrontimeve ideologjike, ekonomike e politike. Përkrahës të këtij konceptim janë lëvizjet e antiglobalistëve të cilët kërkojnë fundin sa më shpejt të jetë e mundur të globalizmit dhe alterglobalistëve të cilët synojnë moton “Për një globalizim i cili do të ishte më human dhe më logjik në të mirën e të gjithëve”, duke privilegjuar “sjelljen kooperuese” kundrejt asaj “konkurruese” që është bazë e formave aktuale të globalizimit (Civici, 2012:12).

Po ashtu, Sweeney (2012), thekson se ndryshimet apo evolucionet e bëra në lëvizjen e njerëzve, kapitalit, shërbimeve dhe informacionit, kanë zhvilluar tregtinë ndërkombëtare, kanë rritur investimet e huaja direkte (IHD) dhe rezultat i gjithë kësaj është një strukturë më ndryshe e mjedisit ekonomik dhe biznesit ndërkombëtar.

Ky ndryshim ka bërë që prodhimet e ndërmjetme dhe produktet e konsumit nga destinacionet anembanë botës të rrisin ndërvlerësinë reciproke midis prodhuesve dhe shitësve me shumicë në rrjetet ndërkombëtare të furnizimit. Në ekonominë moderne globale, mallrat e fundit prodhohen në mënyrë tipike duke kombinuar vlerën e shtuar vendase dhe të huaj nëpërmjet zinxhirëve global të furnizimit. “Këto tendenca kanë rezultuar në rritjen e ndërkombëtarizimit të zinxhirëve të furnizimit, dhe mund të lidhet me modelin 'buy-make-move-sell' të zinxhirëve të furnizimi të produktit” (Sweeney, 2012:3)

Fillimi i këtij shekulli ka hapur një debat dhe ka tërhequr vëmendjen e shumë autorëve, institucioneve dhe politikave qeveritare. Mendimet kanë qenë nga më të ndryshmet. P.sh. ka mendime se vendet e pa zhvilluara kanë përfitime nga globalizimi, dhe të tjera se globalizimi është i dëmshëm për të pazhvilluarit. Për këtë arsye për të kuptuar efektet e globalizimit është e nevojshme të bëhet analiza e zinxhirit të furnizimit për të shpjeguar përfitimet dhe të ardhurat në tregun global. Po ashtu analiza e zinxhirit të furnizimit ndihmon për të kuptuar këto dinamika e më pas kompanitë të përpilojnë strategjitë (politikat) duke u bazuar në rreziqet dhe përfitimet që sjell hyrja në tregun global.

Sipas autorit Szymonik 2012 “ Në të gjithë botën ka një tendencë drejt globalizimit ekonomik. Në aspektin ekonomik, globalizimi më shpesh i referohet aktivitetit ekonomik, ekonomisë, tregjeve vertikale, degëve të industrisë, bizneseve, konkurrencës” (p:51). Arsyet më të rëndësishme që kanë çuar në globalizmin ekonomik janë:

- *Faktorët teknologjikë* – që përfshijnë zgjerimin e shpikjeve të tilla si: kompjuteri, interneti, telefoni celular, lidhja satelitore, zhvillimi i transportit, duke përfshirë forcën ajrore dhe marinën tregtare dhe zgjerimin e kontejnerëve të magazinimit (duke bërë të mundur uljen e

kostove të magazinimit dhe shpenzimeve të transportit si dhe përpunimin dhe transferimin e informacionit

- *Faktorët ekonomikë* - domethënë, zhvillimi i korporatave ndërkombëtare, ndryshimet në sistem dhe hapja e shumë tregjeve ndërkombëtare në rrjedhën e mallrave të importuara dhe kapitalit të huaj, zhvillimi ekonomik i ndërmarrjeve të sapo industrializuara, vendet dhe përfshirja e tyre në ndarjen ndërkombëtare të punës, zhvillimi i bursës, reduktimi i masave mbrojtëse në tregtinë ndërkombëtare, proceset integruese në shumë rajone.

- *Faktorët politikë* - shpërbërja e Bashkimit Sovjetik dhe reformat sistematike në vendet që më parë i nënshtroheshin atij duke forcuar kështu rolin e Bashkimit Evropian dhe NATO-s, ndryshimet progresive në Kinë, zgjerimi i korporatave shumëkombëshe nga vendet e tyre të origjinës, demokratizimi dhe hapja e ekonomisë së tregut të shumë vendeve në zhvillim (Szymonik, 2012:51).

Përfitimet dhe humbjet nga globalizimi

Efekti i fenomenit të globalizimit në ekonominë kombëtare dhe në nivelin e jetës së popullsisë së çdo vendi është debat për të cilën opinionet dhe qëndrimet janë mjaft të ndryshme. Opinionet variojnë nga ato se globalizimi përbën një mundësi historike për zgjerim dhe zhvillim e deri tek opinionet se globalizimi shkakton rritjen e konkurrencës ndërkombëtare çka ndikon negativisht në aktivitetet dhe produktet vendase.

Civici në librin e tij “Dilemat e zhvillimit” paraqet argumentet kryesore të mbrojtësve dhe kundërshtarëve si vijon:

Tabela 2. 2 Argumentet e mbrojtësve dhe kundërshtarëve të Globalizimit

Mbrojtësit e efekteve pozitive të globalizimit:	Kundërshtarët e globalizimit, argumentet bazë:
Stimulon zhvillimin ekonomik e social të çdo vendi;	Thellon ndarjen dhe pabarazinë ndërmjet vendeve dhe popujve;
Promovon efektivitetin e prodhimeve dhe shërbimeve në sfera të ndryshme e në shkallë globale;	Krijon përmasa për dominimin e botës nga vendet e fuqishme dhe korporatat shumëkombëshe;
Ndihmon zhvillimin e tregtisë botërore;	Zhvillimi human po dominohet nga logjika dhe tregjet financiare;
Ndihmon në rritjen e nivelit të jetesës për të gjitha vendet e integruara në procesin e globalizimit;	Eliminon mundësitë e vendeve të vogla e të varfra që të mbrojnë interesat e tyre socio-ekonomike dhe të ushtrojnë sovranitetin e tyre në marrjen e vendimeve;
Është e favorshme për zgjidhjen e problemeve në mënyrë globale;	Shkatërron kulturat e vendeve të vogla në emër të një kulture dominuese globale që është kryesisht kultura amerikane;
Ndihmon në shkëmbimin e ideve dhe kulturave në favor të zhvillimit më cilësor të secilës prej tyre;	Stimulon krijimin e poleve të zhvillimit dhe atyre të varfërisë në botë;
Nxit përhapjen dhe zbatimin e sistemeve demokratike dhe respektimin më të mirë të drejtave të njeriut në botë	Nuk nxit aspak zhvillimin;

Burimi: Civici, 2007:125-126, Dilemat e zhvillimit.

Nga tabela 2.2 shihet se si përfitimet më të mëdha nga globalizimi janë rritja e tregut të produkteve, shërbimeve, shkëmbimeve kulturore, udhëtimeve duke ndikuar në uljen e kostove dhe zgjerimin e alternativave të zgjedhjes për konsumatorët si dhe përmirësimi i konsiderueshëm i standardit të jetës në përgjithësi. Si humbës në periudhën e globalizimit konsiderohen ata që nuk ju është afruar mundësia për të qenë pjesë e procesit të globalizimit apo ata që kanë marrë pjesë por kanë dështuar si rezultat i ndryshimeve komplekse. Këto ndryshime mund të shihen edhe në vendet më ekonomike të avancuar që janë më të përfshira në globalizim, ku të ardhurat mesatare për fryme janë shumë më të larta dhe pabarazia e midis punës së kualifikuar dhe asaj të pa kualifikuar është më e vogël në krahasim me vendet që janë më pak të përfshira në globalizim.

Kështu, kompanitë të cilat vendosin të përfshihen në procesin e globalizimit duhet të jenë të përgatitura financiarisht, të specializohen dhe të krijojnë politika dhe strategji në krijimin dhe rritjen e të ardhurave të qëndrueshme.

Debati në Globalizim përmes hulumtimit të zinxhirit të vlerës

Në disa nga studimet e institucioneve financiare ndërkombëtare afirmohet pozicioni i tyre tradicional sipas të cilit hapja tregjeve është gjithnjë e mirë për rritjen ekonomike të çdo vendi. Njëkohësisht ata kanë filluar të pranojnë hapur se vetëm rritja ekonomike nuk mjafton për të reduktuar apo eliminuar varfërinë.

Sipas Millanovic, ekonomist në Bankën Botërore “liberalizimi i tregtisë rrit pabarazitë në të ardhurat nga sektorë të ndryshëm të ekonomisë sidomos në vendet e varfra dhe ato në zhvillim” (Civici, 2007:124).

Përveç përfitimeve të shumta globalizimi ka ndikim pozitiv në zhvillimin e ekonomive të vendeve në zhvillim. Rol të rëndësishëm në këtë drejtim luajnë zinxhirët e furnizimit global të cilët i japin mundësi vendeve në zhvillim të kryejnë një numër të madh të proceseve të prodhimit të përfshira në zinxhirin global të prodhimit duke i dhënë mundësi produkteve të këtyre vendeve të jenë prezente jo vetëm në tregun vendas por edhe në tregun e vendeve të zhvilluara (Nicita, Ognitsev, Shirotori, 2013). Përfitimet të konsiderueshme nga rritja e globalizimit dhe integritetit ekonomik janë theksuar edhe nga APEC (2013) për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (NVM) të cilat marrin pjesë në kompanitë globale të prodhimit.

Në një nivel mikro, përfitimet e pjesëmarrjes në Ndërmarrjet Globale të prodhimit (NGP) të NVM-të janë katërfish:

Së pari pjesëmarrja në NGP rrit kapacitetin teknik të NVM-ve.

Së dyti, duke qenë një furnizues i NGP do të thotë kërkesë në rritje për produktet dhe shërbimet ekzistuese të NVM-ve, dhe kjo çon në shfrytëzimin më të madh të kapacitetit të operimit dhe rritjen e efikasitetit të prodhimit.

Së treti, bashkëpunimi me firmat në rrjedhën e sipërme dhe në drejtim të rrymës së bashku me NGP do të ndërtojë prestigjin dhe besueshmërinë e NVM-ve, duke e bërë më të lehtë qasjen në financa, duke tërhequr investorët si dhe burimet njerëzore.

Së katërti, NGP u ofrojnë NVM-të një mënyrë graduale dhe të qëndrueshme për t'u ndërkombëtarizuar" (APEC, 2013).

Me gjithë përfitimet që sjell zinxhiri global i furnizimit i cili paraqet “një rrjet dinamik mbarë botëror kur një kompani blen ose përdor mallra apo shërbime nga jashtë. Ai përfshin njerëz, informacione, procese dhe burime të përfshira në prodhimin, trajtimin dhe shpërndarjen e materialeve dhe produkteve të gatshme ose ofrimin e një shërbimi për konsumatorin "(CIPS, 2018). Pjesëmarrja në zinxhirin global të furnizimit për NVM sidomos të vendet në zhvillim është edhe një sfidë, që kërkon zbatim të politikave efikase ekonomike, përmirësim të cilësisë dhe efikasitetit për të qenë kështu më konkurrent (Nicita, Ognivtsev, Shirotori.2013, APEC, 2013).

2.14 Rreziqet në zinxhirin e furnizimit (ofertës)

Një nga aftësitë e politikbërsëve dhe praktikuesve të biznesit është perceptimi dhe parashikimi i rrezikut që mund të shfaqet në forma të ndryshme në zinxhirin e furnizimit, e që sjell pasiguri në çdo hallkë të zinxhirit si p.sh. thatësira verore, sëmundjet e kafshëve, tarifat për eksportim si dhe politikat e gabuara qeveritare..

Globalizimi u ka mundësuar firmave të shesin produktin e tyre **jo vetëm në tregun vendas por edhe në atë** ndërkombëtar. Tregu i hapur dhe pjesëmarrja në të është e përcaktuar më tepër nga konkurrenca në mes grupeve se sa konkurrenca individuale prandaj bizneset duhet të jenë të përgatitura për tregun e sotëm. Tregu i sotëm i mundëson firmës rritjen e të

ardhurave por njëkohësisht e zgjeron edhe zinxhirin e furnizimit që mbart me vete dhe edhe rreziqe (Park. A., Nayyar.G., Low.P ,2013).

Këshilli i Menaxhimit të Rrezikut në Zinxhirin e Furnizimit (SCRLC) përcakton "rrezikun në zinxhirin e furnizimit" si gjasat edhe pasojat e ngjarjeve në çdo pikë të zinxhirit të furnizimit nga fillimi në fund, nga burimet e lëndëve të para deri të përdorimi i produktit nga konsumatori final. Ndërsa "menaxhimi i rrezikut të zinxhirit të furnizimit" e përcakton si koordinimi i veprimtarive për të drejtuar dhe kontrolluar zinxhirin furnizues nga lart poshtë të ndërmarrjes në lidhje me rreziqet e këtij të fundit. (SCRLC, 2011:4).

Sipas Park et al (si thuhet nga Sothi dhe Tang, 2012), rritja e numrit të firmave në zinxhirin e ofertës mund të ndikojë në uljen e transparencës në zinxhirin e furnizimit. E gjithë kjo vështirëson zbulimin dhe luftimin e rrezikut në kohë. Veprimet e vonuara në mënjanimin e rrezikut ndikojnë në rritjen e tij dhe pasojat varen nga niveli i ekspozimit të firmave ndaj rrezikut në zinxhirin global të furnizimit dhe nga përgatitja e tyre. Në këtë kontekst, firmat e pa përgatitura humbin më shumë se firmat e përgatitura kur ekspozohen ndaj rreziqeve në zinxhirin e furnizimit. (Park, Nayyar, Low, 2013). Prandaj, firmat duhet t'i kushtojnë rëndësi të veçantë çështjeve të rrezikut në zinxhirin e furnizimit. Sipas Daud, Putro, Basri (2015) "Fermerët për të mos u ekspozuar ndaj rrezikut duhet të jenë mirë të informuar dhe të pasur mjaftueshëm me informacione të lidhura me produktet e tyre p.sh. informacioni në lidhje me çmimin e tregut në kohën e shitjes është i nevojshëm për të investuar në inpute komerciale për rritjen e prodhimit. Kjo është vënë re sidomos tek fermerët e vegjël. Ata preferojnë të fitojnë më pak duke zvogëluar inputet komerciale për të mos sakrifikuar burimet e tyre ekonomike. Po ashtu, autorët argumentojnë se roli i rreziqeve në përcaktimin e prodhimit të furnizuesve - kryesisht fermerëve - është i rëndësishëm për rezultatin e zinxhirit të furnizimit të qumështit si një i tërë (Daud, Putro, dhe Basri 2015).

Për këtë arsye në këtë pjesë të kapitullit do të paraqesim një analizë në lidhje me identifikimin, vlerësimin, zbutjen apo mënjanimin e rrezikut.

Struktura e Menaxhimit të Rrezikut në Zinxhirit të Furnizimit

Në përcaktimin e objektivave çdo biznes duhet të marrë parasysh rreziqet e paraqitura në të kaluarën si dhe parashikimet e rreziqeve në të ardhmen me qëllim që këto objektiva të jenë të realizueshme. Rreziqet e identifikuar duhet menaxhuar në mënyrë të plotë, edhe pse pasiguria nuk mund të eliminohet plotësisht. Megjithatë, sipas APICS Supply Chain Council (2015), menaxhimi i rrezikut të zinxhirit të furnizimit "kërkon të menaxhohet, kontrollohet, reduktohet ose eliminohet ekspozimi ndaj rrezikut real ose potencial ndaj performancës së zinxhirit të furnizimit" (p6).

Sipas Mishra dhe Raja (2012:89):

Rreziqet dhe paqartësitë pengojnë rrjedhën e zinxhirit të furnizimit dhe mbi të gjitha ulin performancën. Për të zbutur ose minimizuar ndikimin e rreziqeve dhe pasigurive në zinxhirin e furnizimit, është shumë e domosdoshme identifikimi i tyre dhe ndërmarrja e veprimeve në përputhje me rrethanat. Rreziqet e larta janë ato vendimtare të cilat duhet të adresohen në mënyrë prioritare. Në të njëjtën kohë rreziqet mesatare dhe të ulëta nuk duhet kurrësi të neglizhohen. (f..89).

Autorë të ndryshëm kanë treguar se menaxhimi i rrezikut në zinxhirët e furnizimit është i strukturuar dhe kalon në proceset e identifikimit të rrezikut, matjes dhe vlerësimit të tij dhe pastaj në bazë të njohurive bëhet kontrolli dhe monitorimi i rrezikut (Septiani et al (2014), Tummala, Schoenherr (2011).

Identifikimi i Rrezikut

Biznesi në vetvete paraqet një lloj rreziku që në momentin kur qëllimi i hapjes së tij është fitimi. Por, për shkak të ekspozimit të faktorëve të ndryshëm ekziston rreziku që biznesi të rezultojë jo fitimprurës. P.sh. në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit rreziku mund të vijë nga një varg faktorësh si sëmundjet e paraqitura të kafshët, sezonaliteti i prodhimit, infrastruktura e dobët, fluksi i madh i produkteve të importuara. Por, zinxhirët

modernë të furnizimit bujqësor janë rrjete që sipas Jaffee Siegel., & Colin (2008), në mënyrë tipike mbështesin tri rrjedha kryesore:

- Flukset fizike të produktit, të cilat janë lëvizjet e produktit fizik nga furnizuesit e inputeve tek prodhuesit, blerësit deri tek konsumatorët final;
- Flukset financiare, të cilat janë kushtet e kredisë dhe kreditimit, oraret e pagesave dhe ripagesat, kursimet dhe marrëveshjet e sigurimeve, dhe;
- Flukset e informacionit, të cilat koordinojnë produktin fizik dhe flukset financiare (p6).

Probabiliteti i lartë ndodhjes së një rreziku dhe humbjet që mund t'i shkaktohen bizneseve janë të mëdha. Sipas një studimi të bërë nga Sharma dhe Bha (2012) në lidhje me identifikimin dhe vlerësimin e rreziqeve në zinxhirin e furnizimit janë klasifikuar 31 ngjarje rreziku dhe gjashtë faktorë të rrezikut të madh. Autorët kanë konkluduar se kërkesat e paqëndrueshme dhe dështimi financiar i furnizuesve renditen si rreziqet më të rëndësishme.

Sipas Jaffee. R. S, Siegel. P, and Colin Andrews. A (2008):

- Qasjet në menaxhimin e rrezikut mund të artikulohen si strategji ex ante ose ex post. Në strategjitë ex-ante i referohet rastit kur masat janë ndërmarrë para se të ndodhë një ngjarje e rrezikshme. Më pas kryhet edhe menaxhimi ex post pas ndodhjes së ngjarjes .
- Menaxhimi i rrezikut përfshin:
- Parandalimin ose reduktimin e rrezikut - veprimet e ndërmarra për të eliminuar ose reduktuar ngjarjet e rrezikshme,
 - Reduktimin e ekspozimit ndaj rrezikut - duke pasur parasysh ekzistencën e rreziqeve, ka veprime për të reduktuar ekspozimin ndaj rreziqeve të tilla, dhe
 - Zbutjen e rrezikut - veprime që do të shkaktonin kompensim në rastin kur një rrezik të ketë krijuar humbje (p.sh., kontratat shoqërore, mbajtja e kursimeve, blerja e sigurimit) (f.22).

Vlerësimi i Rrezikut

Vlerësimi i rrezikut është identifikimi i kërcënimeve dhe vështirësive që mund të ndikojnë negativisht në performancën e biznesit .

Sipas Zsidisin & Ritchie (2009), një përkufizim fillestar i rrezikut në zinxhirin e furnizimit do të thotë "shfaqja potenciale e një gabimi ose dështimi për të kapur mundësitë brenda furnizimit, si rezultat i të cilës paraqiten humbje financiare ” (Zsidisin & Ritchie 2009).

Megjithatë, në kontekst të zinxhirit të furnizimit vetë rreziku mund të kategorizohet si shumë dimensional: ndalimi në furnizimin e mallrave ose shërbimeve, paqëndrueshmëria në drejtim të çmimit që mund të rezultojë në uljen e fitimit, produktet ose shërbimet me cilësi të dobët si dhe reputacioni i firmës.

Vlerësim i rrezikut konsiderohet po ashtu edhe marrja e një vendimi rreth një veprimi në një kohë dhe vend të caktuar, veprime të cilat bazohen pjesërisht në informacione objektive dhe pjesërisht në bazë të gjykimeve tona subjektive si p.sh. kur vendosim të marrim makinën në vend të trenit për një udhëtim të caktuar ose kur zgjedhim të kalojmë jashtë rrugës në vend të kalimit në vendin e caktuar për këmbësorë. Vlerësimi i plotë i rrezikut është i vështirë të bëhet dhe varet edhe nga shkalla e profesionalizmit bazuar në informacione objektive . Në përgjithësi shkalla e subjektivitetit duhet të jetë sa më e ulët dhe duhet të dimë sa gjasa ka të ndodhë një ngjarje dhe sa të rënda janë pasojat dhe humbjet nga ajo ngjarje (Singha, Jainb, Mishrac 2009).

Zbutja (Mitigimi) i Rrezikut

Pasi është identifikuar dhe vlerësuar rreziku potencial që mund të ballafaqohet një biznes është e domësdoshme të punohet në drejtim të zbutjes së efekteve negative dhe reduktimit të nivelit të humbjeve që mund të sjellë ai në këtë biznes. Kjo fazë brenda strukturës së menaxhimit njihet si faza e zbutjes (mitigimit) të rrezikut. Gjithsesi, për të ardhur deri të faza e mitigimit është e rëndësishme të analizohen përvoja dhe besimi ndaj perceptimit të rrezikut dhe mbi gjasat e individëve për të ndërmarrë veprime të nevojshme. Sipas Wachinger et al (2012) “ekziston një paradoks në lidhje me perceptimin e rrezikut. Perceptimi i një rreziku të lartë çon në përgatitjen biznesit për të ardhmen dhe ndërmarrjen e hapit përkatës që sjell

lehtësimin e rrezikut”. Për Këtë të fundit, duhet të posedohet një plan i fokusuar në probabilitetin e ndodhjes së një rreziku, ndikimin dhe zvogëlimin e tij.

Një komponent kritik i strategjisë së përgjithshme të menaxhimit të rrezikut të një kompanie është zvogëlimi i rrezikut. Bazuar në Teorinë e Kontigjencës në zbutjen e rreziqeve strategjitë janë të ndryshme dhe zgjedhja e strategjisë së duhur varet shumë nga mjedisi i jashtëm dhe i brendshëm i biznesit. Gjetjet kanë treguar se strategjitë më efikase përqendrohen në fleksibilitetin për të mënjeluar dështimet e zinxhirit të furnizimit. (Talluri at. al, 2013).

2.15 Qëndrueshmëria në Zinxhirin e Furnizimit

Për të qenë konkurrues dhe në gjendje që t’u sigurojnë konsumatorëve atë që dëshirojnë dhe të përfitojnë kështu nga produktet e tyre, pjesëmarrësit në një zinxhir furnizues duhet të jenë të qëndrueshëm dhe funksional përgjatë gjithë procesit. Megjithatë, konkurrenca e lartë e shkaktuar nga pabarazitë në importin dhe eksportin e produkteve të qumështit shoqëruar me investimet të pamjaftueshme, periudhat e vështira që ka kaluar kjo industri (veçanërisht në Kosovë), paraqesin paqëndrueshmëri si për fermerët po ashtu edhe për sektorin e qumështit në përgjithësi në gjithë rajonet e Kosovës. Kohët e fundit, vihet re që kjo industri ka pas përmirësime si rezultat i mbështetjes së fermerëve në forma nga më të ndryshmet (grante, niveli i pagesës së qumështit në bazë të cilësisë) megjithatë rezultatet e hulumtimit tregojnë shqetësimin e pjesëmarrësve në zinxhirin e furnizimit në industrisë e qumështit në Kosovë për produkte të njëjta të importit me çmime më të lira. Kjo paraqet një pikë të rëndësishme në përcaktimin e të ardhmes afatgjatë të një zinxhiri furnizimi të qëndrueshëm në sektorin e qumështit dhe produkteve të tije në Kosovë,. Ky shqetësim i fermerëve dhe

pjesëmarrëseve tjerë të zinxhirit është shprehur në forma të ndryshme. Sipas kryetarit të Shoqatës së Fermerëve të Qumështit Kuçi “ Vazhdimisht ka rënie të prodhimit vendas të qumështit dhe mbyllje të fermave, për shkak të konkurrencës së padrejtë u bëhet nga produktet me vaj palme dhe përbërës të tjerë që përveç dëmeve ekonomike sjellin dhe dëme në shëndet”. Sipas tij, ekzistenca e fermerëve në Kosovë është rrezikuar vazhdimisht për shkak të mungesës së vullnetit nga ana e Agjencisë së Ushqimit dhe Veterinarisë për t’i trajtuar shkeljet që bëhen prej vitesh në këtë sektor nga prodhues dhe importues të papërgjegjshëm (Kuci, 2018).

Mos adresimi i shqetësimeve të pjesëmarrëseve në këtë sektor dhe mos gjetja e ndonjë zgjedhjeje përmes mbrojtjes së produkteve vendore nga produkte konkurrenca e produkteve e importuara të lira apo përkrahja në ndonjë forme tjetër e prodhimit vendor, mund të sjellë destabilizim në sektorin e prodhimit dhe përpunimit të qumështit në Kosovë. Ky destabilizim mund të rrisë nivelin e pasigurisë tek pjesëmarrësit çka mund të manifestohet me mungesën e investimeve deri dhe me largim në prodhuesve dhe përpunuesve komercialë. Kjo do të ulte dhe më tej numrin e tyre duke marrë parasysh numrin e vogël të pjesëmarrësve në këtë sektor.

Sipas raportit DairyCo (2009) për të garantuar një zinxhir furnizim të qëndrueshëm në sektorin e qumështit duhet që::

Të gjitha pjesët e zinxhirit furnizues të njohin dobësinë e bazës së furnizimit dhe të punojnë së bashku për të ndërtuar besimin e fermerëve në mënyrë që të rrisin prodhimin vendas. Nëse pjesëmarrësit në zinxhirin e furnizimit punojnë bashkërisht në ruajtjen e besimit dhe të sigurisë që zinxhiri të mbetet i qëndrueshëm, atëherë mund të ketë investime të vazhdueshme që synojnë rritjen e efikasitetit dhe zhvillimin e produkteve të reja në të gjithë zinxhirin, si dhe sigurimin e furnizimeve të ardhshme të cilat mund të ndihmojnë për t’u mbrojtur nga çështjet e sigurisë ushqimore dhe proteksionizmit nga vendet e tjera (DairyCo, 2009).

Po ashtu është e nevojshme që përpunuesit dhe të gjithë pjesëmarrësit të investojnë me qëllim në rritjen e efikasitetit dhe për të shtuar vlerën e produkteve, në mënyrë që këto të fundit të konkurrojnë me importet si dhe të sigurojnë një furnizim të qëndrueshëm në afatin e gjatë.

Qëndrueshmëria dhe funksionimi në zinxhirin e furnizimit janë shumë të lidhura njëra me tjetrën. Për konceptin e zinxhirit të furnizimit në kapitullin e mëparshëm u paraqitën mendime dhe definicione nga shumë autorë të cilët e paraqesin zinxhirin e furnizimit si një proces që fillon me burimin e furnizimit dhe përfundon në pikën e konsumit. Megjithatë sipas Stevens (2007) ai përfshin edhe menaxhimin e furnizuesit, materialeve, prodhimit, blerjen, planifikimin e objekteve, shërbimin ndaj klientit, flukset e informacionit si dhe transportin dhe shpërndarjen fizike.

Po ashtu, një sërë teorish dhe definicionesh janë dhënë nga autorë të ndryshëm mbi qëndrueshmërinë dhe efektin e saj në funksionimin dhe menaxhimin e zinxhirit të furnizimit. Disa nga këto teori dhe përkufizime do të paraqiten në këtë kapitull. Sipas Këshillit të Zinxhirit të Furnizimit APICS (2016) si rezultat i teknologjive dhe proceseve të reja dhe preferencave të palëve të interesuara qëndrueshmëria po integrohet gjithnjë e më shumë me proceset e tjera të zakonshme në funksionimin e zinxhirit të furnizimit. Ky këshill e përcakton qëndrueshmërinë si "aktivitete që ofrojnë përfitime në të tashmen pa kompromentuar nevojat e brezave të ardhshëm". Ndonjëherë ideja e qëndrueshmërisë shprehet si: "Kujdesuni për veten, kujdeseni për të tjerët dhe kujdesuni për planet" (APICS Supply Chain Council, 2016:7).

Lëvizja (fluksi) globale e mallrave nga produkti i pa përpunuar deri të produkti përfundimtar tregon sukses në funksionimin e zinxhirit të furnizimit dhe është një tregues i rëndësishëm për të shpjeguar qëndrueshmërinë. Njohuritë e bizneseve rreth rëndësisë së

qëndrueshmërisë mund të rezultojnë në hartimin e politikave të drejta dhe strategjive të mirëfillta për një qëndrueshmëri të biznesit në zinxhirin e furnizimit.

Sipas WCED dhe Carter and Rogers (e cituar nga Park, Nayyar, Low, 2013:168), “zhvillim i qëndrueshmërisë është zhvillim që plotëson nevojat e tashme pa kompromentuar aftësinë e brezave të ardhshme për të përmbushur nevojat e tyre”.

Me rritjen (zgjerimin) e zinxhirit të furnizimit ndikim të madh në qëndrueshmërinë e tij kanë marrëdhëniet ideale mes bizneseve dhe shoqërisë, prandaj përgjegjësia sociale e korporatave është e rëndësishme në fushën e zinxhirit të ofertës. Është shumë e rëndësishme që bizneset në zinxhirin e furnizimit të kenë njohuri mbi obligimet sociale dhe etike. Në këtë kuadër, duhet t’i kushtohet vëmendje firmave të vogla të cilat në të shumtën e rasteve në vendet në zhvillim (siç është rasti i Kosovës), këto firma kanë një numër të vogël punonjësish disa nga të cilët mund të jenë anëtarë të familjes dhe nuk kanë sektor apo person përgjegjës për çështjet sociale dhe etike. Dallimet midis përgjegjësisë sociale në NVM dhe ndërmarrjet e mëdha shihen edhe në ekzistencën e Kodeve të shkruar të Etikës . Këto kode janë të zakonshme në ndërmarrjet e mëdha dhe pak ose aspak prezentë në NMV ku në vendin e punës ka më pak formalitet dhe ndërveprime më të shpeshta ndërmjet punonjësve dhe menaxhmentit (Withers, 2013).

Përveç kësaj përgjegjësia sociale e korporatave sjell edhe përfitime si për vetë korporatat ashtu dhe për firmat të vogla që iu japin përgjegjësi këtyre korporatave. Sipas një studimi mbi efektin e përgjegjësisë sociale të korporatave në ekonomitë në zhvillim, rasti i disa ekonomive aziatike në zhvillim, është gjetur se ekziston një marrëdhënie pozitive midis praktikave të përgjegjësisë sociale të korporatave dhe performancës financiare. Kjo

marrëdhënie pozitive është më e shprehur në tregun e kapitaleve (Su, Peng, Tan, Cheung 2016).

Menaxhimi i Qëndrueshëm i Zinxhirit të Furnizimit

Që zinxhiri i furnizimit të jetë i qëndrueshëm atëherë është e nevojshme që kompanitë pjesëmarrëse të kenë një kuadër të qëndrueshëm të menaxhimit të zinxhirit të furnizimit për koordinim sistematik të proceseve kyçe midis organizatave të biznesit dhe për strategjitë e integritit në periudha afatgjata në zgjirin e furnizimit. Roli i menaxhmentit është thelbësor në suksesin e ndërmarrjeve dhe varet nga aftësia e tyre që të adaptojnë në mënyrë efektive praktika të qëndrueshme në zinxhirin e furnizimit.

Në praktikë, qëndrueshmëria e zinxhirit të furnizimit ndërvepron me pothuajse çdo komponent të zinxhirit të furnizimit, qoftë në zinxhirët e thjeshtë të furnizimit apo në ata kompleks. Praktika e qëndrueshmërisë së zinxhirit të furnizimit duhet të merret në konsideratë në vendimet që përfshijnë strategjinë, taktikat, qëllimet, proceset, kompromiset dhe rezultatet në të gjitha nivelet e menaxhimit të zinxhirit të furnizimit. Në fakt, menaxhmenti i lartë ka ndikimin më të në praktikën e qëndrueshmërisë së zinxhirit të furnizimit. Konsumatori është i dyti për nga ndikimi dhe punonjësit janë të tretët. Qëndrueshmëria e trefishtë e vijës fundore mund të ndërthuret me praktikatat për mbrojtjen nga rreziqet ose strategjitë në adresimin e pasigurisë afatgjatë në dispozicion të njerëzve, tregjeve dhe burimet të nevojshme për suksesin e qëndrueshëm të biznesit (APICS Supply Chain Council, 2016:7).

Në kornizën e Këshillit për Menaxhimin e Zinxhirit të Furnizimit (SCCM) vlerësimi i qëndrueshmërisë bëhet përmes katër faktorëve: Strategjia, Kultura Organizative, Transparenca dhe Menaxhimi i Rrezikut.

Strategjia: Gjatë përpilimit të strategjisë, qëndrueshmëria zë vend të rëndësishëm sidomos në menaxhim. Sipas Këshillit të Zinxhirit të Furnizimit APICS (2016) “Me rritjen e rrezikut në zinxhirin e furnizimit po rritet edhe rëndësia e strategjisë për shkak të rritjes së pikëpamjeve (opinioneve) se një zinxhir furnizues i përgatitur ndaj rrezikut do të kapë pjesën

e tregut nga konkurrentët më pak të përgatitur kur të përjetojnë të njëjtën ngjarje të rrezikut (p12).

Të gjithë zinxhirët e furnizimit duhet të jenë efikase në mënyrë që të jenë konkurruese dhe të prodhojnë produktet që konsumatorët dëshirojnë.

Qëllimi i çdo pjesëmarrësi në zinxhirin e furnizimit është që të jenë biznese të qëndrueshme, fitimprurëse dhe të suksesshme në zhvillimin e produkteve të reja që do të sjellin përfitime si për kompaninë ashtu dhe për konsumatorin final. Por, për një qëndrueshmëri të gjithë zinxhirit të furnizimit, përveç investimeve të vazhdueshme duhet edhe një kulturë organizative e përshtatshme. Kjo do të thotë që të gjithë pjesëmarrësit të punojnë së bashku për të identifikuar, vlerësuar, zbutur dhe menaxhuar rreziqet që ndikojnë në qëndrueshmërinë e bizneseve.

2.16 Politikat Tregtare në Zinxhirin e Furnizimit

Zinxhirët e Furnizimit janë një pjesë e rëndësishme e tregtisë botërore. Në suksesin e zinxhirit të furnizimit të një produkti në tregjet botërore ndikojnë faktorë të tillë si: efikasiteti, bashkëpunimi ndërmjet pjesëmarrëseve në zinxhir, njohuritë mbi funksionimin e tregjeve, politikat tregtare të një vendi, marrëveshjet ndërkombëtare si dhe identifikimi i vështirësive dhe potencialeve që mund të sjellin tregjet botërore.

Politikat tregtare dhe marrëveshjet për mallrat e importuara dhe të eksportuara ndikojnë dukshëm në qëndrueshmërinë dhe funksionimin e bizneseve në zinxhirin e furnizimit dhe veçanërisht në rrjetin global. Prandaj, për të zvogëluar ndjeshmërinë e aktorëve në zinxhirin e furnizimit ndaj kufizimeve apo vështirësive në furnizim, kërkohet një integrim më i thellë në zinxhirin global. Funksionimi i zinxhirit global është i mundshëm përmes Zonave të

Tregtisë së lirë ku mallrat nuk pengohen të lëvizin lirishët pa barriera dhe tarifa. Zona e Tregtisë së Lirë nga OECD përcaktohet si “një grup vendesh të cilat heqin tarifat dhe barrierat tregtare jo tarifore në mes tyre, por pa ndonjë politikë të përbashkët tregtare ndaj vendeve jo anëtarëve" (WEF, 2016). Sipas Organizatës Botërore të Tregtisë ka rreth 420 marrëveshje tregtare rajonale që tashmë janë në fuqi në mbarë botën të cilat formojnë tregtinë globale, por jo të gjitha janë Marrëveshje të Tregtisë së Lirë (MTL).

Fushat kryesore të tregtisë së lirë në botë janë:

- *Marrëveshja e Tregtisë së Lirë të Amerikës së Veriut (NAFTA)* - Tregtia e lirë midis tre vendeve anëtare, Kanadasë, Shteteve të Bashkuara dhe Meksikës, ka filluar që nga janari i vitit 1994.
- *Asociacioni i Zonës së Tregtisë së Lirë të Afrikës së Jugut (AFTA)*. AFTA u nënshkrua në janar 1992 në Singapor. Anëtarët kryesorë ishin Brunei, Indonezia, Malajzia, Filipinet, Singapori dhe Tajlanda. Më pas u bashkuan dhe katër vende të tjera Vietnami, Laosi, Mianmar dhe Kamboxhia.
- *Tregu i Përbashkët Jugor (MERCOSUR)*. MERCOSUR është ende një nga blloqet më të mëdha ekonomike në botë dhe ka një ndikim të madh në tregtinë e Amerikës Jugore dhe ekonominë globale.
- *Tregu i Përbashkët i Afrikës Lindore dhe Jugore (COMESA)*. Formuar në dhjetor 1994.

Organizata synon të zhvillojë burime natyrore dhe njerëzore për të përfutur popullsinë e rajonit. BE është treg i vetëm, që është i ngjashëm me një zonë të tregtisë së lirë në atë që nuk ka tarifa, kuota apo taksa mbi tregtinë; por një treg i vetëm lejon lëvizjen e lirë të mallrave, shërbimeve, kapitalit dhe njerëzve. Krijimi i tregut të vetëm ishte një proces i ngadaltë. Në vitin 1957, Traktati i Romës krijoi Komunitetin Ekonomik Evropian (EEC) ose Tregun e Përbashkët (WEF, 2016).

Në marrëveshje përfshihen vendet, varësisht prej zonës gjeografike në të cilën ndodhen, interesit të tyre si dhe mundësive për ti përmbushur kriteret për të qenë anëtarë të këtyre marrëveshjeve.

Kosova dhe Marrëveshjet Tregtare

Kosova është pjesë e Marrëveshjes për Tregti të Lirë në Evropën Qendrore - CEFTA-së, që nga viti (2007) si dhe e Marrëveshjes së Stabilizim - Asociimit që nga viti 2015, të dyja këto të bazuara në parimet dhe rregullat e OBT-së (IETL, 2019).

Marrëveshja për Tregti të Lirë në Evropën Qendrore (CEFTA) mundëson krijimin e një zone të tregtisë së lirë, ku tregtia në mallra dhe shërbime mund të zhvillohet përtej kufijve dhe ka mundësuar reduktimin e barrierave të cila ka ndikuar pozitivisht në eksportin e produkteve vendore.

Sipas Raportit të Gjellbër 2017:

Eksporti i produkteve bujqësore në mes të këtyre shteteve ka shënuar rritje të vazhdueshme qysh prej fillimit të zbatimit të saj në vitin 2008 e deri më tani. Vlera e eksportit të produkteve bujqësore me vendet anëtare të CEFTA-s në 2008, ka qenë mbi 16 mil. €, kurse kjo vlerë është rritur vazhdimisht deri në vitin 2015, kur është realizuar eksport në këto vende në vlerë mbi 26.9 mil. €, që ndryshe nga viti 2014 ka pasur rritje për 5.2%. (Raporti i Gjellbër 2017:89).

Marrëveshje MSA - është një hap shumë i rëndësishëm si në aspektin ekonomike ashtu edhe atë tregtare. Sipas autorit Simnica (2016) përfitimet që sjell kjo marrëveshje janë :

- I mundëson edhe prodhuesve të Kosovës që të eksportojnë një treg shumë më të gjerë në Bashkimin Evropian.
- Produktet bujqësore, kanë një shkallë progresive të zbritjes së tatimit doganor.
- Produktet bujqësore që vendi ka kapacitet të mjaftueshëm për ti prodhuar siç janë: qumështi, patatja edhe disa produkte të tjera, me MSA kanë eksport doganor zero për qind në tregun e BE. Ndërsa, njëkohësisht do të vlejë importi tarifar doganor 10 për qind në importin e këtyre produkteve çdo herë.
- Ndikimi i drejtpërdrejt MSA në zbatimin e aktiviteteve të parapara për programin e reformave ekonomike të vitit 2016 në rritjen e prodhimit bujqësor dhe përpunimit, krijimin e vendeve të reja të punës dhe mbështetjen e atyre ekzistuese (Simnica 2016:4-5).

Megjithatë, Kosova ende vazhdon të përballet me një bilanc tregtar negativ, madje shumë të lart respektivisht në tregtinë e mallrave. Në këtë aspekt, njëra nga arsyet që ka penguar rritjen e eksportit në vazhdimësi është edhe numri i shpeshtë i barrierave pajustificuara jo-tarifore të aplikuara ndaj kompanive kosovare. Serbia karakterizohet si vendi që më së shumti aplikon barrierave tregtare në drejtim të kompanive Kosovare pothuajse në të gjithë sektorët dhe në të gjitha kategoritë, e ndjekur më pas nga Shqipëria. Megjithatë, këto dy shtete mbeten edhe partnerët më të rëndësishëm tregtarë të Kosovës (Sutaj, Gashi, Fetahu, Deda, (2018).

Efekti i Politikave Tregtare në Evolucionin e Zinxhirit të Furnizimit

Sipas OCDE (2018) 70% e tregtisë ndërkombëtare është për prodhimin në zinxhirët e vlerave globale (GVC), ku komponentët dhe produktet finale prodhohen, shpërndahen dhe konsumohen në tërë botën. Kjo tregti dhe politikat e lidhura me të krijojnë mundësi për NMV-të të hyjnë në tregjet globale si furnizues të mallrave dhe shërbimeve të ndërmjetme, pa pasur nevojë të ndërtojnë të gjithë zinxhirin e vlerës së një produkti. Përveç përfitimeve, firmat përballen me sfida të reja p.sh. nevojën për bashkërendim dhe lidhje efikase ndërmjet fazave të prodhimit dhe vendeve të ndryshme. Më tej, barrierat kufitare rezultojnë me kosto kumulative për firmat dhe eksportet kërkojnë qasje në importe.

Sipas Park, Nayyar, Low (2013) Zinxhirët global të furnizimit kanë bërë që politikat tregtare të vendeve të ndryshme të jenë më të ndërvarura, duke ulur kështu nxitjen për kontrollin thjesht "në nivel kombëtar" të konkurrencës nëpërmjet zëvendësimit të importit. Efikasiteti i eksportuesve është gjithnjë e më i varur nga marrja e importeve të inputeve të ndërmjetme të kualitetit të lartë nga burimi me kosto më të ulët. Të njëjtët autorë citojnë argumentimin e Amiti dhe Konings (2005) se liberalizimi i tarifave në produktet e ndërmjetme ka treguar të dyfishojë përmirësimin e produktivitetit të fabrikave vendase krahasuar me liberalizimin e tarifave mbi mallrat përfundimtare. Prandaj, rritja e kostove të importit duke aplikuar tarifa apo barriera jo-tarifore për mallrat e ndërmjetme mund të ndikojë negativisht në avantazhin konkurrues të një vendi (Park, Nayyar, Low 2013:183).

Ndikimi negativ i barrierave dhe tarifave në avantazhin konkurrues të vendit ka shtyrë qeveritë e vendeve në zhvillim të reduktojnë ndjeshëm tarifatat e importit gjatë tre dekadave të fundit në mënyrë që të sigurohet një rol më i madh i tyre brenda zinxhirëve global të furnizimit. Gjithashtu, politika e reduktimit të barrierave iu krijon mundësi firmave vendase të integrohen në zinxhirët dhe ndërkombëtar të furnizimit për të përfituar nga qasja në inpute më të lira.

Llojet e Barrierave Tregtare

Barrierat më të shpeshta më të cilat përballohen kompanitë në tregtinë e jashtme janë: procedurat Doganore të lidhura me lëvizjen e mallrave përtej kufijëve (pagesat e ndryshme)

pastaj barrierat teknike të tregtisë që përbëjnë më shumë se gjysmën e pengesave të tregtisë dhe lidhen me rregulloret e ndryshme teknike, standardet dhe certifikimet, të cilat janë diskriminuese ose të panevojshme. Përveç këtyre, në tregtinë me jashtë paraqiten edhe barrierat tjera si mjedisi i biznesit në vendet ku operohet, lëvizja e personave, kufizimet sasiore dhe licencimi, detyrimet anti-dumping, detyrimet kundër balancuese dhe masat mbrojtëse për eksportin dhe importin e mallrave. Niveli i këtyre barrierave ndryshon sipas vendit me të cilin zhvillohet tregtia dhe sektori. Po ashtu, barrierat e ndryshme në Kosovë paraqiten edhe në tregun e brendshëm, si p.sh. ato të lidhura me mjedisin e konkurrencës, interpretimin e taksave dhe legjislacionit fiskal kombëtar (Sutaj, Gashi, Fetahu, Deda, (2018). Në përgjithësi këto barrierat e rrisin kostot kumulative të tarifave, rezultojnë në shitje të vonuar dhe çojnë deri në ndërprerjen e flukseve tregtare.

2.17 Kërkesat për një integrim të thellë në Zinxhirin Global të Furnizimit

Liberalizimi i tregtisë dhe liberalizimi i lëvizjes së lirë të njerëzve janë të lidhura ngushtë njëra me tjetrën dhe kanë efekt pozitiv në pjesëmarrjen e firmave në zinxhirin global të furnizimit.

Thelbi në analizën e tregtisë së lirë sipas Ricardo-s është se “tregtia e lirë bën të mundur që konsumatorët të konsumojnë më shumë pavarësisht se partnerët tregtarë janë pak a shumë ekonomikisht më të zhvilluar”(Buchholz, 2007:118).

“Duke lejuar tregtinë, kombet i nxisin qytetarët të zhvendosin burimet e tyre nga industritë me nivel të ulët produktiviteti drejt industrive me produktivitet më të lartë. Nëse kombet bëjnë këto zhvendosje, konsumatorët gëzojnë më shumë mallra me më pak sakrificë (Buchholz, 2007:123).

Sipas Azevudo "Është një premisë kryesore e Organizatës Botërore të Tregtisë (OBT) se tregtia drejton rritjen dhe zhvillimin. Duke liberalizuar tregtinë, vendet përfitojnë jo vetëm nga rritja e aksesit ndaj teknologjisë dhe mallrave të konsumit, por edhe nga mundësia për të gjetur tregje të reja dhe për t'u lidhur me zinxhirët globalë të vlerës. Kjo ka mundësi të përkthehet shpejt te rritja e PBB-së si dhe standardit të jetesës. "(WTO,2014).

Liberalizimi i Lëvizjes Ndërkufitare

Vendet e ndryshme të botës kufizojnë deri në një farë mase lëvizjen ndërkufitare të të mirave dhe shërbimeve, burimeve si puna dhe kapitali me të cilat prodhohen produktet finale, si dhe lëvizjen e lire të njerëzve. Gjithsesi, kohët e fundit (dekada e fundit) qeveritë e vendeve të ndryshme kanë ulur në masë të konsiderueshme kufizimet në lëvizjet ndërkufitare. Arsyeet për uljen e këtyre kufizimeve nga ana e qeverive sipas Kristo janë:

- Qytetarët e tyre kanë shprehur dëshirën për të pranuar më shumë produkte në sasi dhe lloje, si dhe çmime më të ulëta.
- Ata argumentojnë që prodhuesit e tyre vendas do të bëhen më eficientë për shkak të konkurrencës së huaj.
- Ata shpresojnë të induktojnë vendet e tjera të pakësojnë barrierat e tyre për lëvizjen ndërkombëtare. (Kristo, 2004:8).

Liberalizimi i vizave luan një rol të rëndësishëm në zhvillimin e ZGF në përgjithësi e në mënyrë të veçantë lehtëson firmat e logjistikës të cilat ofrojnë shërbime të koordinuara në zinxhirin e furnizimit, menaxhimin dhe shërbimin e transportit të mallrave, tregtinë më shumicë dhe pakicë dhe si rezultat ul koston e furnizimit.

Distanca shpesh supozohet të jetë ndër përcaktuesit kryesorë të kostove të tregtisë dhe kështu edhe të pjesëmarrjes së shteteve në ZGF. Megjithatë, nuk është vetëm distanca që është një pengesë e drejtpërdrejtë për tregtinë, por kostoja e transportit dhe rrjeti rrugorë, që nga ana tjetër lidhen me objektin më të cilin mund të kryhet tregtia e mallrave.

Infrastruktura dhe shërbimet e transportit, së bashku me lehtësimin e tregtisë dhe procedurat moderne të doganave janë një kusht i domosdoshëm (*sine qua non*) si për konkurrencën e eksportit dhe për pjesëmarrjen e një vendi në zinxhirin global të furnizimit.

Ndërkohë që lehtësimi i tregtisë dhe transportit është zakonisht një investim i mirë afatgjatë, ai ende kërkon burime financiare dhe bashkëpunim rajonal ose dypalësh, duke marrë parasysh - ndër të tjera - tranzitin, harmonizimin e dokumenteve, njohjen e certifikatave, infrastrukturën e transportit dhe koordinimin në vendkalimet kufitare UNCTAD (2011).

Për zvogëlimin e distancës e me këtë edhe kostos së transportit shumë nga bizneset në zinxhirin e furnizimit preferojnë tregtinë e jashtme në baza rajonale.

Rajonizimi i tregtisë filloi në vitin 2011 (UNESCAP 2011), por që nga viti 1990 për të mbrojtur zinxhirin e furnizimit, vendet e rajonit e zgjeruan axhendën e integritetit duke u kushtuar rëndësi dallimeve në institucionet ekonomike dhe rregulloreve për standardet e produkteve dhe shërbimeve infrastrukturore. Me qëllim të ndihmohen vendet në zhvillim dhe ato të pazhvilluara për të arritur një ekonomi të qëndrueshme dhe gjithëpërfshirëse, hartuesit e politikave në nivel kombëtar dhe global janë të vetëdijshëm për nevojën për të siguruar që çdo vend të mund të lidhet me tregjet globale. Veçanërisht, disa nisma janë ndërmarrë në nivel global për të ndihmuar vendet që përballen me vështirësi në arritjen e këtij objekti me sukses. Këto iniciativa, për shembull, kanë çuar në përpjekje më të mëdha dhe më të koordinuara për të drejtuar asistencën teknike për vendet në zhvillim të cilat ballafaqohen me kufizimet e ofertës, veçanërisht në kuadrin e iniciativës ‘Ndihmë për Tregti’ (WTO, 2014).

Nga këto projekte ka përfituar edhe Kosova, me projektin “AID for Trade” është ndihmuar kultivimi i frutave të buta dhe perimeve në komuna të ndryshme të vendit.

Në kuadër të këtij projekti, fermerët janë mbështetur duke u siguruar inputet e nevojshme bujqësore si dhe module trajnim të ofruara nga ekspertë të fushës me fokus tek rritja e produktivitetit, të ardhurave dhe punësimit. Më pas, me qëllim të mbështetjes së bizneseve në përpjekjet e tyre për përmirësimin e produkteve dhe shërbimeve të tyre, projekti “Aid for Trade” për bizneset që veprojnë në bujqësi, prodhim ushqimesh, materiale ndërtimi, përpunim druri, zejtari dhe turizëm ka organizuar trajnim mbi sistemet e menaxhimit të ISO 9001, ISO 14001 dhe HACCP në mënyrë që t’u mundësojë këtyre bizneseve zgjerimin e aktivitetit të tyre duke zëvendësuar importet dhe rritur eksportet duke shfrytëzuar burimet në dispozicion të tyre në mënyrë efikase, përmes përmisimeve në menaxhimin e rrezikut dhe përmes rritjes së kënaqësisë së konsumatorëve. (UNDP, 2015).

3 KAPITULLI III: PËRSHKRIM I SEKTORIT TË QUMËSHTIT NË KOSOVË DHE NË RAJONIN E PRISHTINËS

3.1 Sipërfaqja – Popullsia

Republika e Kosovës ka një sipërfaqe prej 10 908 km² dhe gjendet në pjesën e Evropës jug-lindore e kufizuar me Shqipërinë në jug-perëndim, Malin e Zi veri-perëndim, Serbinë në veri-lindje dhe në jug me Maqedoninë, me një gjatësi totale të kufirit prej 702 km. Klima e Republikës së Kosovës në pjesën më të madhe është kontinentale, duke rezultuar me verë të ngrohtë dhe dimra të ftohtë, me ndikime mesdhetare dhe kontinentale (temperatura mesatare brenda vendit luhet nga + 30 °C në verë, në – 10 °C në dimër). Megjithatë, për shkak të ngritjeve të pabarabarta në disa pjesë të vendit, ka ndryshime në temperatura dhe shpërndarjen e reshjeve gjatë vitit (ASK, 2017). Kombinimi i klimës kontinentale dhe mesdhetare ofron në përgjithësi kushte të shkëlqyera për prodhimin e një game të gjerë të produkteve ushqimore.

Sipas të dhënave të marra nga regjistrimi i popullsisë (2011) Kosova ka një popullsi prej 1 739 825 banorë, ndërsa sipas vlerësimit të ASK në 2017 numri i popullsisë është 1.798.506. 61.7% e totalit të popullsisë jeton në zonat rurale dhe 38,3% në zonat urbane (ASK, 2011). Kosova është një vend i vogël me strukturë shumë të re të popullsisë, (mosha mesatare është 30.2 vjet) dhe me një popullsi mjaft të dendur. Sipas të dhënave të ASK për vitin 2015 dendësia mesatare e popullsisë ishte 162.41 banorë për km², ndërsa sipas të dhënave të Bankës Botërore në 2016 dendësia ishte 167 banor/km² (World Bank 2019).

Statusi

Kosova është një republikë parlamentare e pavarur që nga 17 shkurt 2008 dhe është njohur si një vend i pavarur nga 116 vende anëtare të Kombeve të Bashkuara dhe nga 23 anëtarë të BE. Kosova është në proces të anëtarësimit në BE dhe nënshkruese e disa marrëveshjeve, përfshirë Marrëveshjen e Stabilizim Asocimit në tetor 2015 (World Bank Group, 2019).

Makroekonomia dhe Punësimi

Situata makroekonomike në Kosovë karakterizohet me inflacion të ulët dhe me një rritje të vazhdueshme ekonomike. Sipas Raportit të rregullt ekonomik të Ballkanit Perëndimor (2018), Rritja reale (GDP) në Kosovë ishte në 4% në vitin 2018, me një rritje prej 0.3% nga viti 2017, dhe parashikohet të arrijë në 4.5% në vitin 2019 -2020. Krahësuar me vendet e rajonit , Kosova dhe Shqipëria në vitin 2018 prijnë në nivelin e rritjes së GDP me 4% ndjekur nga Mali i zi me 3.8%. Rritja më e ulët i takon Maqedonisë me vetëm 2.5%. Të dhënat e lartë përmendura për Kosovën në vitet e fundit janë inkurajuese.

Bankës Botërore (2018):

Perspektiva afatmesme e rritjes ekonomike në Kosovë është pozitive dhe në një trend rritës por ka nevojë për një mjedis të qëndrueshëm politik dhe një klimë më të mirë biznesi për të tërhequr investime produktive. Rritja afatshkurtër pritet të vazhdojë të jetë e nxitur nga investimet dhe konsumi, duke përfshirë investimet në sektorin e energjisë për të ndërtuar kapacitete të reja gjeneruese si dhe projekte të reja të financuara nga donatorët [...]. Një kapacitet më i mirë absorbues i projekteve të investimeve publike mund të çojë në një rritje më të lartë, veçanërisht në periudhën 2019-21.

Megjithatë, ekspertët e çështjeve ekonomike thonë se kjo rritje është e paqëndrueshme në aspektin e zhvillimit afatgjatë sepse është e varur nga konsumi, nga investimet publike dhe shpenzimet qeveritare të cilat nuk mund të jenë të qëndrueshme (Gazeta Ekonomia, 2019).

Për të arritur një rritje ekonomike afatgjatë të qëndrueshme është e nevojshme një zhvillim i mirëfilltë i sektorit privat, rritje e investimeve private, eliminimi i informalitetit, përmirësimi cilësisë, rritje e produktivitetit të brendshëm dhe rritje e konkurrueshmërisë të produkteve vendase.

Rëndësi të veçantë duhet t'i kushtohet investimeve të huaja direkte si instrumente të cilat mundësojnë zhvillimin të qëndrueshëm ekonomik. Edhe pse në 2017 rritja ekonomike ishte pozitive (rreth 3.7%) shkalla e papunësisë ishte e lartë. Në vitin 2015 krahasuar me vendet rajonit Kosova kishte shkallën më të lartë të papunësisë 32.9%. Shkalla e papunësisë në vitin 2017 pati një rënie prej 2.4% krahasuar me 2015. Papunësia paraqitej më e lartë te të rinjtë e moshës 15-24 vjeç (52.7%). Sa i përket shkallës së papunësisë sipas nivelit arsimor në vitin 2017, papunësia ishte më e lartë te ata pa shkollë 44.6 % ndërsa më e ulëta te ata me shkollim terciar (Fakultet, Master, Phd), Sipas gjinisë, shkalla më e madhe e papunësisë është te femrat 36.6% (ASK,2019).

Shqetësim tjetër është popullsia jo aktive në moshë pune që në vitin 2017 sillet 57.2%, përqindja më e madhe e jo aktivitetit është te femrat me 80 %, Të qenurit jo aktive një kohë të gjatë ndikon në zvogëlimin e njohurive dhe aftësive të njerëzve, rrit varësinë nga anëtarët e tjerë të familjes dhe në institucionet e shtetit dhe si rezultat ul nivelin e të qenit i pavarur. Në 2017, përqindja më e madhe e të punësuarve ishte te tregtia me shumicë dhe pakicë dhe shërbime të tilla si riparimi i automjeteve, pajisjeve elektrike, etj. me 14.7% e ndjekur nga prodhimi me 13.2% . Në sektorin e bujqësisë, pylltarisë dhe peshkimit punësimi sillet në nivelin e 4.4%.

Rritja ekonomike buron nga sektori i bujqësisë, prodhimi dhe tregtia me shumicë dhe pakicë. Tabela e mëposhtme tregon se tregtia me shumicë dhe pakicë dhe shërbimet për mjetet

motorike kontribuojnë më së shumti në PBB me 12.5% kurse bujqësia, pylltaria dhe peshkimi kontribuojnë në PBB me 9.1% (Tabela 3.1).

Tabela 3. 1 Struktura e PBB sipas aktiviteteve ekonomike në vitin 2017

Bujqësia, gjuetia , pylltaria dhe peshkimi	9.1
Industria nxjerrëse	2.3
Industria përpunuese	10.9
Furnizimi me energji elektrike, me gaz	3.6
Ndërtimi	8.0
Tregtia me shumicë dhe pakicë; garazh servisimi të automjeteve dhe motoçikletave	12.5
Transporti dhe magazinimi	3.7
Hotelet dhe restorantet	1.3
Edukimi	3.8
Shërbime tjera	0.2

Burimi: Agjencia Statistikore e Kosovës (2017)

3.2 Rajonet në Kosovë

Nga pikëpamja gjeografike:

Republika e Kosovë ka një sipërfaqe prej 10 905.25 km².¹ Gjendet në pjesën e Evropës jug-lindore, e kufizuar me Shqipërinë në jug-perëndim, Malin e Zi veri-perëndim, Serbinë në verilindje dhe në jug me Maqedoninë. Klima Republikës së Kosovës në pjesën më të madhe është kontinentale, duke rezultuar me verë të ngrohtë dhe dimra të ftohtë, me ndikime mesdhetare dhe kontinentale (temperatura mesatare brenda vendit luhet nga + 30 °C në verë, në – 10 °C në dimër) (ASK, 2017:18).

Në bazë të të dhënave të marra nga vjetari statistikor i Republikës së Kosovës (2017) në Kosovë janë 38 Komuna dhe 1,469 vendbanime (fshatra dhe qytete) të organizuara sipas ligjeve të vendit (ASK, 2017:21). Kosova ndahet në 7 rajone: Ferizaj, Gjakova, Gjilani, Mitrovica, Peja, Prishtina dhe Prizreni.

Rajoni i Prishtinës është rajoni me i madh që mbulon 23% të territorit të Kosovës në të cilin jetojnë më shumë se 27 % e popullsisë, me dendësi më të madhe se rajonet tjera rreth 240 banor / km² (Tabela 3.2). Kjo është rezultat i migrimit të popullsisë në këtë rajon nga rajonet tjera sidomos gjatë dy dekadave të fundit. Karakteristikë tjetër e rajonit të Prishtinës është se përqindja më e madhe e popullsisë është e përqendruar në zona urbane krahasuar me rajonet tjera ku pjesa më e madhe e popullsisë gjendet në zonat rurale.

Tabela 3. 2 Karakteristika të përgjithshme të rajoneve të Kosovës

Rajoni	Sipërfaqja		Popullsia		Dendësia banor/km ²
	Km ²	%	Numri	%	
Rajoni i Ferizajt	1 030	9%	185806	11%	180
Rajoni i Gjakovës	1 129	10%	194,672	11%	154
Rajoni i Gjilanit	1 331	12%	180,783	10%	150
Rajoni i Mitrovicës	2,077	19%	272247	16%	110
Rajoni i Pejës	1,365	13%	174235	10%	130
Rajoni i Prishtinës	2470	23%	477312	27%	223
Rajoni i Prizrenit	1397	13%	331670	19%	240

Burimi: ASK (2014)

Tabela 3. 3 Shpërndarja e ekonomive bujqësore (ekonomitë familjare bujqësore dhe subjektet juridike bujqësore) sipas rajoneve

Rajonet	Numri i ekonomive bujqësore	Përqindje (%)
Kosovë	129 220.0	100.0
Gjakovë	14 611.0	11.3
Gjilan	14 085.0	10.9
Mitrovicë	14 954.0	11.6
Peje	15 633.0	12.1
Prizren	23 283.0	18.0
Ferizaj	14.688,0	11,4
Prishtinë	31 966.0	24.7

Burimi: ASK- Anketa e ekonomive shtëpiake bujqësore (2017)

Zhvillimi rajonal i pabarabartë konfirmohet nga numri i ekonomive bujqësore (ekonomitë familjare bujqësore dhe subjektet juridike bujqësore) të paraqitura në tabelën në tabelën 3.3. Rajoni i Prishtinës ka 31966 ekonomi bujqësore që përfaqësojnë 24.7% të totalit të ekonomive bujqësore në Kosovë, ndërkohë që rajoni i Mitrovicës që përmbledh 19% të totalit të tokës bujqësore dhe 16 % të totalit të popullsisë përfshin vetëm 11.6% të totalit të ekonomive bujqësore.

3.3 Sektori i Bujqësisë

Bujqësia është një sektor me rëndësi të veçantë si për popullsinë që e ka si veprimtari kryesore e tyre poashtu edhe për ekonominë e Kosovës në përgjithësi. Përveç rëndësisë ekonomike dhe kontributit të saj në mirëqenien sociale funksioni i saj është i shumëfishtë. Bujqësia ka funksion të rëndësishëm social, siguron ushqimin për popullsinë dhe është

burim kryesor i të ardhurave për një pjesë të madhe të popullsisë që jeton në zonat rurale. Po ashtu bujqësia ofron vende pune dhe ka rol të madh në uljen e shkallës së papunësisë në përgjithësi.

Tabela 3.4 tregon kontributin e sektorit të bujqësisë në PBB (Produkti i Brendshëm Bruto).

Tabela 3. 4 Kontributi i sektorit të bujqësisë në PPB me çmime aktuale 2013- 2017

Treguesit	2013	2014	2015	2016	2017
Bujqësia, gjuetia, pylltaria dhe peshkimi (Euro)	638.71	661.82	599.60	635.04	586.13
Pjesëmarrja e bujqësisë, pylltarisë dhe peshkimit në PBB%	12,0	11,9	10,3	10,5	9,1

Burimi:ASK- Llogarit kombëtare vjetore 2008 – 2017

Kosova tradicionalisht merret me bujqësi dhe kjo traditë duhet të ruhet për shkak të rolit dhe kontributit të madh që bujqësia ka në ekonominë e saj dhe PBB (9.1% në 2017) (Tabela 3.4).

Karakteristikat Strukturale të Bujqësisë

Në vitin 2014 sipërfaqja e tokës bujqësore për shfrytëzim në Kosovë ishte 512 000 ha gjithsej (në pronësi dhe e marrë me qira nga të tjerët). Sipërfaqja e shfrytëzuar e tokës bujqësore në vitin 2014, ishte 413 635 hektarë apo shprehur në përqindje 80.79% e sipërfaqes së tokës. Sipas strukturës së sipërfaqes së përgjithshme të paraqitur në tabelën 3.6 shihet se prej sipërfaqes së përgjithshme të tokës, pjesa më e madhe i përket livadheve dhe kullotave (përfshirë tokën e përbashkët) 224 410 ha ose (48,83%). Një karakteristikë e rëndësishme në Kosovë është shfrytëzimi i tokës së përbashkët, që përfshin më shumë se 66% të livadheve dhe kullotave. Mesatarja e sipërfaqes me livadhe dhe kullota që kultivon një Ekonomi Bujqësore është 2.8 ha (MBPZHR, 2015). Ndërkohë, sipas të dhënave të vjetarit statistikor 2018 të paraqitura në tabelën

3.5, gjithsej sipërfaqja e shfrytëzuar e tokës bujqësore ishte 416.700ha. Prej tyre, toka e punueshme – arat 187.223 ha ndërsa livadhet dhe kullotat (përfshire tokën e përbashkët) 218.808 ha (ASK, 2018).

Tabela 3. 5 Tokë e Shfrytëzuar në Vitin 2016

Kategoria	Sipërfaqja (ha)
Toka e punueshme – arat	187.223
Kopshte	994
Livadhet dhe kullotat (përfshire tokën e përbashkët)	218.808
Pemët	5.493
Vreshtat	3.117
Sipërfaqja e shfrytëzuar e tokës bujqësore (gjithsej)	416.700

Burimi: ASK – Vjetari statistikor 2018 (përpunuar nga autori)

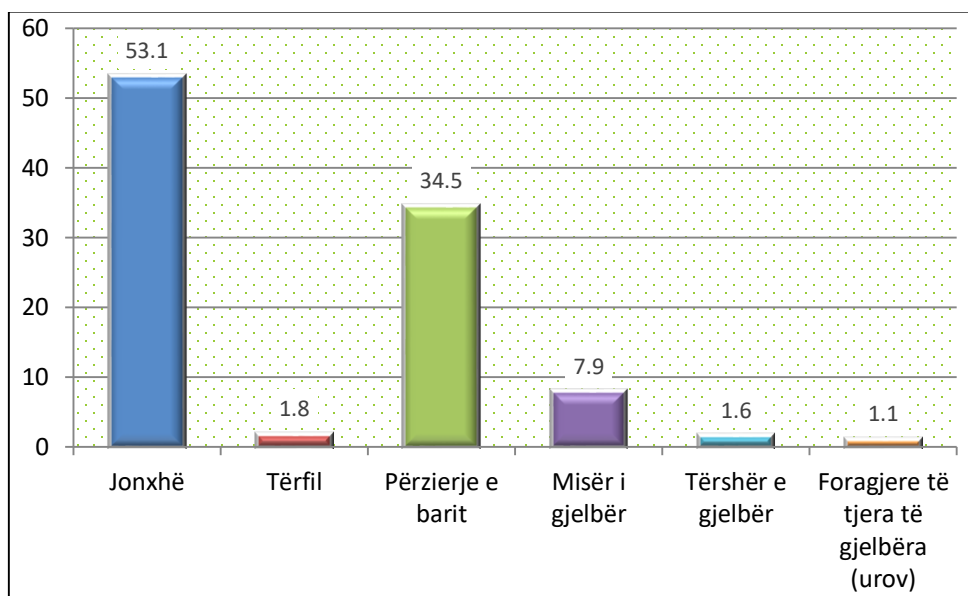
Megjithatë të dhënat për tokën bujqësore ka mundësi të jenë mbivlerësuar për një numër arsyesh:

- Urbanizimi intensiv në vitet e fundit
- Ndërtimi i infrastrukturës (rrugë, ndërtime) dhe atij industrial (depo, fabrika) në mënyrë të veçantë në zonat afër qytetit
- Zvogëlimi i tokës si rezultat i shembjeve të dheut nga ujërat

Sipas të dhënave nga vjetarit statistikor 2018, niveli i ndërrimit të destinacionit të tokave bujqësore në vitin e fundit konsiderohet të jetë i lartë. Sipas Gashit (2018) zyrtar për divizionin e tokave në Ministrinë e Bujqësisë nuk ka të dhëna të sakta për numrin e hektarëve të tokave bujqësore që kanë ndryshuar destinacionin. Bazuar në një analizë të argumentuar në aspektin territorial dhe ligjor që Ministria e Bujqësisë ka realizuar në një projekt të

Komisionit Evropian, del se në Kosovë brenda një viti është ndërruar destinacioni (rrugë, ndërtim) i rreth 500 ha tokë bujqësore (Toka Jonë, 2018).

Nga toka e punueshme – drithërat përbëjnë pjesë më e madhe me rreth 134 886.3 ha (72.8 %), ndërohet që kultura foragjere zë vendin e dytë për nga sipërfaqja e mbjellë me 15,4% të totalit (28.472,44 ha). Kultura më e rëndësishme foragjere është jonxha, që është mbjellë në 15 011 ha (53.1 %) e sipërfaqes gjithsej me kultura foragjere (Grafiku 3.1).



Grafiku 3. 1. Sipërfaqja e tokës me foragjere dhe drithëra të gjelbër (%)
Burimi: Anketa e ekonomive shtëpiake (2015)

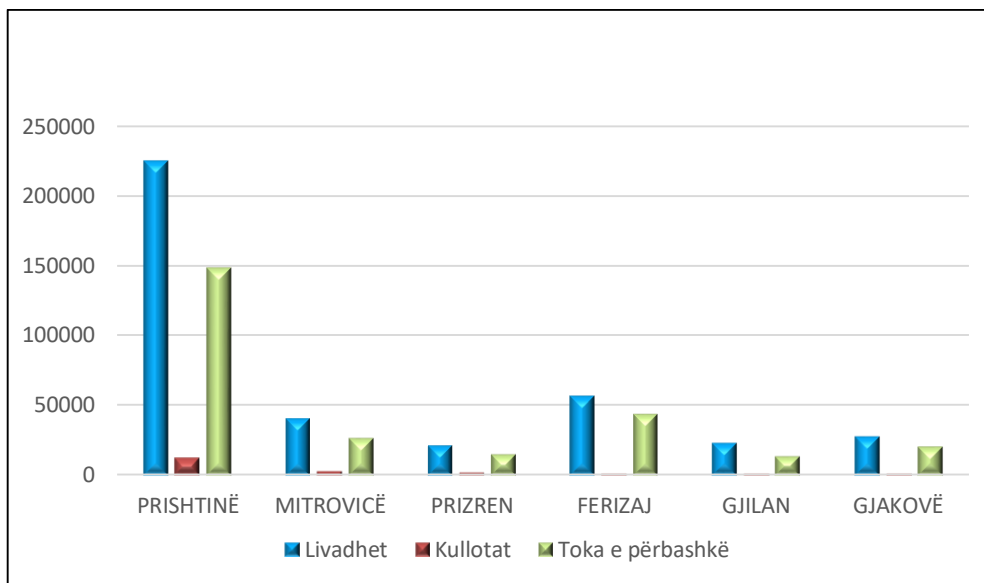
Shpërndarja e sipërfaqes së tokës në baze të rajoneve është paraqitur në tabelën 3.6. Në këtë tabelë shihet se rajoni i Prishtinës përfshin 22.99% të sipërfaqes së përgjithshme të tokës dhe 22.31% të tokës së shfrytëzuar bujqësore që e bën rajonin më të madh në Kosovë.

Tabela 3. 6 Shpërndarja e tokës sipas rajoneve

Rajonet	Sipërfaqe gjithsej		Sipërfaqe e shfrytëzuar	
	(ha)	(%)	(ha)	(%)
Gjithsej Kosova	512 000.29	100.00	413 635.16	100
PRISHTINË	117 698.30	22.99	92 297.66	22.31
MITROVICË	61 666.68	12.04	48 148.73	11.31
PEJË	67 025.48	13.09	56 626.37	13.69
PRIZREN	97 597.08	19.06	80 647.22	19.5
FERIZAJ	48 109.16	9.40	38 772.92	9.37
GJILAN	59 782.40	11.68	49 960.30	12.08
GJAKOVË	60 121.19	11.74	47 181.96	11.41

Burimi: ASK Data-Regjistrimi bujqësisë 2014

Po ashtu Prishtina dominon edhe për nga sipërfaqja me livadhe, kullosa dhe tokë e përbashkët “toka e përbashkët është toka e shfrytëzuar bujqësore në pronësi të një autoriteti publik (shtetëror, komunal) mbi të cilën një person mund t’i ushtrojë të drejtat e përbashkëta. Këto të drejta ushtrohen në përgjithësi në mënyrë të përbashkët me të tjerët” (ASK, AEB , 2018:10).



*Grafiku 3. 2. Shpërndarja e livadheve dhe kullotave sipas rajoneve
Burimi: Agjencia e statistikave të Kosovës 2014 (Përpunuar nga autori)*

Bazuar në të dhënat e Regjistrimit të Bujqësisë 2014 madhësia mesatare e ekonomive bujqësore në Kosovë është 3.2 ha të sipërfaqes së shfrytëzuar të tokës bujqësore. Numri më i madhë i këtyre ekonomive kanë një sipërfaqe me 2-5 ha (23.3%). Krahasuar me vendet e rajonit dhe vendet e BE madhësia mesatare e ekonomisë Bujqësore në Kosovë, sa i përket sipërfaqes të shfrytëzuar të tokës bujqësore është ngjashme me atë të vendeve fqinjë (Shqipëria (1.2 ha), Bosnia e Hercegovina (3.3 ha), Kroacia (2.4 hektar) dhe Serbia (3.7 hektar) por është gjithsesi shumë më e vogël sesa në shumicën e shteteve të BE-së. Kjo madhësi mesatare e ekonomisë bujqësore në Kosovë është 4 herë më e vogël sesa mesatarja në BE (MBPZHR, 2015).

Sipas rezultateve të dalura nga regjistrimi i bujqësisë (ASK -2014), 22.71% e ekonomive bujqësore përdorin më pak se 0.5 ha., ekonomitë që kanë në shfrytëzim 2 - 5 ha përbëjnë numrin më të madh të ekonomive rreth (23.28%), ndërsa numri i ekonomive me mbi 30 ha

është shumë i vogël dhe përfshin vetëm 1.12% e numrit të përgjithshëm të ekonomive. Struktura e fermave është më pak e favorshme në rajonin e Prishtinës. Vetëm 0.88% e fermave kanë një sipërfaqe më të madhe se 30 ha.

Numri i madh i ekonomive bujqësore (29496) me një sipërfaqe më të vogël se 0.5 ha të është indikator për kosto të larta në prodhimin e ushqimit për kafshë.. Madhësia e parcelave është faktor i rëndësishëm në sigurimin e ushqimit dhe grupimi i sipërfaqeve të vogla është i nevojshëm për shfrytëzimin e sipërfaqeve të tokës nga ekonomit bujqësore e gjithësesi do të rezultonte edhe në zvogëlimin e koston e ushqimit të kafshëve.

3.4 Sektori i industrisë së qumështit në Kosovë

Karakteristikat Themelore të Prodhimtarisë Blegtorale

Blegtoria është veprimtari tradicionale në Kosovë, me rendësi të madhe ekonomike dhe një nga veprimtaritë më fitimprurëse në sektorin e bujqësisë. “Blegtoria përfaqëson degën më intensive të prodhimit bujqësor dhe ka rëndësi të shumëfishtë si për prodhuesit ashtu edhe për konsumatorët” (ASK, AEB, 2015:19). Prodhimet blegtorale konsumohen nga kategori dhe grup mosha të ndryshme të shoqërisë dhe janë burim i rëndësishëm i ushqimit për shkak të përmbajtës së vlerave të larta ushqyese. “Prodhimi blegtoral është bazë për rritjen intensive të prodhimit bujqësor. Zhvillimi i prodhimit blegtoral siguron bazën për ndërtimin e një game të gjerë të kapaciteteve të përpunimit. Pjesëmarrja e prodhimit blegtoral, në strukturën e prodhimit bujqësor tregon nivelin e zhvillimit të bujqësisë në përgjithësi (ASK,AEB-2015:20). Në kuadër të prodhimit blegtoral përveç prodhimit të kafshëve në fermë hyjnë edhe prodhimi i qumështit, bletarisë, peshkimit dhe akuakulturës. Në kushtet e Kosovës ku ka një sipërfaqe të madhe me livadhe dhe kullota (43.83%), mbarështimi i

kafshëve si (gjedhet, delet dhe dhitë) është i një rëndësie të veçantë në shfrytëzimin e këtyre burimeve natyrore tokësore.

Sipas të dhënave nga regjistrimi i bujqësisë 2014 numri mesatar i njësive blegtorale (NjB) për hektar të sipërfaqes së shfrytëzuar të tokës bujqësore në Kosovë është 0.77. Ky numër është shumë i ngjashëm me numrin mesatar të NjB për hektar të sipërfaqes së shfrytëzuar të tokës bujqësore në shtetet e BE-së (0.8) (ASK, 2014).

3.5 Blegtoria

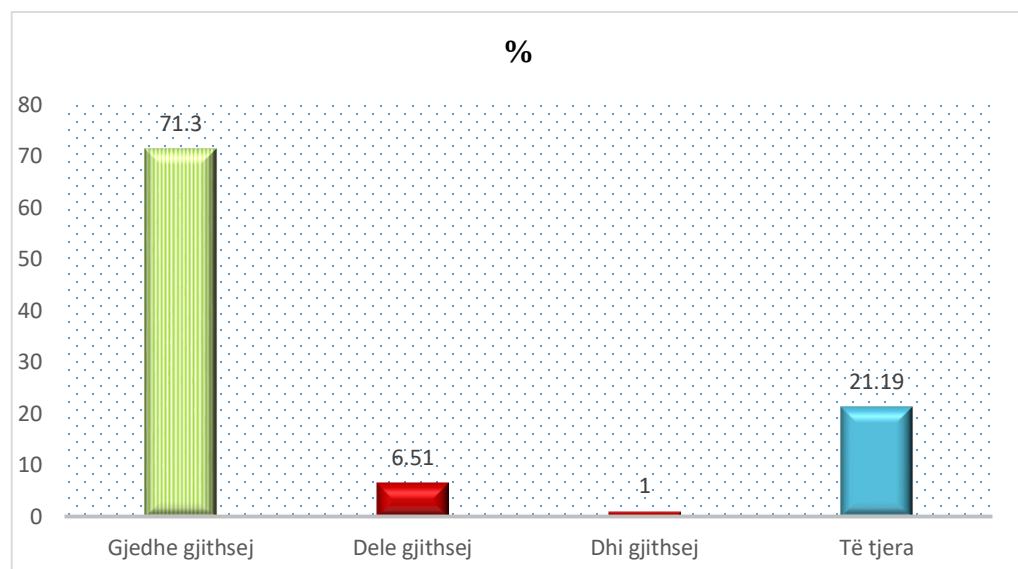
Bazuar në rezultatet përfundimtare të regjistrimit të bujqësisë (2014), numri i përgjithshëm i Ekonomive Bujqësore në Kosovë ku veprimtaria kryesore është blegtoria sillet rreth 91227 (70% e gjithsej të Ekonomive Bujqësore). Në ekonomitë bujqësore përfshihen gjithsej 281747 Njësi Blegtorale (*NjB*) (Tabela 3.7). Një NjB “përfaqëson kafshët me peshë të gjallë prej 500 kg (p.sh. një lopë qumështore = 1.0 NjB, Një dele apo dhi = 0.1 NjB). NjB-ja e përdorur është e harmonizuar me BE-në” (ASK 2014).

Tabela 3. 7 Ekonomitë Bujqësore sipas Njesisë Blegtorale (NjB), Në Kosovë 2014

Kategorizimi i Ekonomive Bujqësore sipas (NjB),	Numri i ekonomive bujqësore	Njësiti blegtorale	
		Numër	(%)
NJB- deri në 0,5	14367	3371	15.75
NJB-0,5 deri në më pak se 1	5684	4137	6.23
NJB-1 deri në më pak se 1,5	20331	24751	22.29
NJB- 1,5 deri në më pak se 2	11581	19821	12.69
NJB-2 deri në më pak se 3	15347	37158	16.82
NJB-3 deri në më pak se 5	12139	45774	13.31
NJB-5 deri në më pak se 10	7487	51056	8.21
NJB-10 deri në më pak se 15	2005	24160	2.20
NJB- 15 deri në më pak se 20	929	15881	1.02
NJB-20 deri në më pak se 30	725	17250	0,79
NJB-30 deri në më pak se 50	415	15341	0.45
NJB- 50 e më shumë	217	23046	0.24
<i>Gjithsej në Kosovë</i>	<i>91227</i>	<i>281747</i>	<i>100</i>

Burimi:ASK (Ekonomitë Bujqësore sipas Njesisë Blegtorale (NjB), sipas rajoneve dhe Komunave 2014)

Shumica e Ekonomive Bujqësore kanë nga 1 deri në 1.5 NjB, ndërsa Ekonomitë Bujqësore që kanë më shumë se 20 NjB merren më së shumti vetëm me blegtori (shprehur në NjB). Të dhënat e paraqitura në grafikun 3.3 tregojnë se nga gjithsej blegtoria, 71.3 % e NjB i përket gjedhëve, 6.5 % deleve, 1.0 % dhive, 2.7 % derrave dhe 17.4 % shpendve (ASK -2014).



Grafiku 3.3 Struktura në përqindje e fondit Blegtoral (Gjedheve, deleve dhe dhive) në Kosovë, 2014
Burimi:ASK (Përpunuar nga autori)

Numri më i madh i kafshëve i takon rajonit të Prishtinës (21%) dhe numri më i vogël rajonit të Ferizajt (9%).

Tabela 3.8 Fondi blegtoral sipas rajoneve, Kosovë

Gjedhë			Dele		Dhi	
Rajonet	Numri i ekonomive bujqësore	Numri i kafshëve	Numri i ekonomive bujqësore	Numri i kafshëve	Numri i ekonomive bujqësore	Numri i kafshëve
PRISHTINË	15147	52475	404	29492	535	7271
MITROVICË	8467	31414	193	13628	127	1923
PEJË	9212	44490	466	20999	375	3179
PRIZREN	12912	46772	563	49039	351	5079
FERIZAJ	6636	22607	253	19870	222	2800
GJILAN	5306	23615	303	31993	462	5522
GJAKOVË	8909	40316	284	18563	149	1756
KOSOVA	66589	261689	2466	183584	2221	28430

Burimi: ASK Rregjistrimi I Bujqësisë 2014 (Rezultatet Përfundimtare 2014)

Sipas Regjistrimit të Bujqësisë 2014 në shpërndarjen e gjedhëve, deleve dhe dhi sipas rajoneve, rajoni i Prishtinës dominon me gjedhe (20.75%) dhe dhi (25.58%). Ndërsa, shpërndarja rajonale e deleve paraqitet më ndryshe. Më shumë se 26% e numrit të përgjithshëm të deleve gjenden në rajonin e Prizrenit (Tabela 3.8).

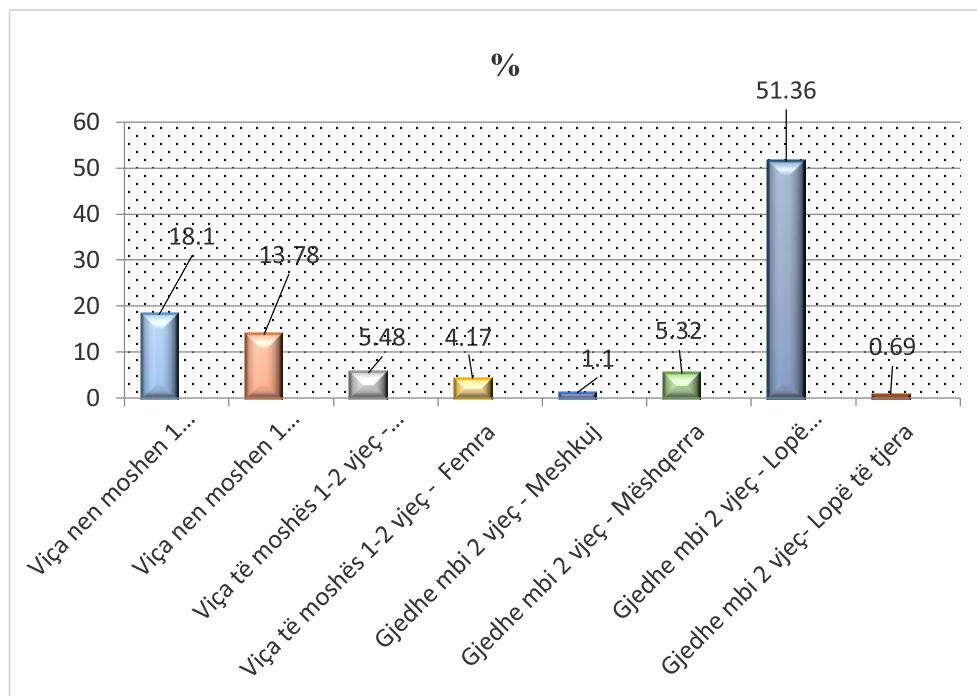
Gjedhet

Sipas regjistrimit të bujqësisë 2014 numri i përgjithshëm i gjedhëve në Kosovë ishte 261689 krerë, kurse sipas “Anketës së Ekonomive Bujqësore 2018, numri i gjedhëve është 258662 krerë, këtu është i përfshirë edhe numri i buallicave” (ASK, 2018:21). (Tabela 3.9).

Tabela 3. 9 Fondi blegtoral (numri)

Gjedhe	Dele	Dhi	Derra	Një-thundrakë	Shpendë	Koshere
258,662	181,105	28,703	40,164	1,944	2,568,032	182,476

Burimi:ASK, Anketa e Ekonomive Bujqësore, 2018



*Grafiku 3. 4. Struktura gjedheve sipas kategorisë në Kosovë 2014.
Burimi: ASK Rregjistrimi i Bujqësisë 2014 (Përpunuar nga autori)*

Në fondin blegtoral, gjedhët zënë vendin kryesor dhe e njëjta gjë mund të thuhet dhe për prodhimin e qumështit dhe mishit në vend. “Në vitin 2014 numri i gjedhëve është 261,689 krerë prej të cilave: 134393 krerë apo 51,36% janë lopë qumështore. Kjo shifër është dhe indikator për arsyen e mbarështimit të gjedhit në vend (prodhimi i qumështit), 32% janë viça nën moshën 1 vjet, 10% viça të moshës nga 1 deri në 2 vjet dhe pjesa tjetër janë mëshqerra, dema dhe lopë të tjera” (MBPZHR, 2015). (Grafiku 3.4).

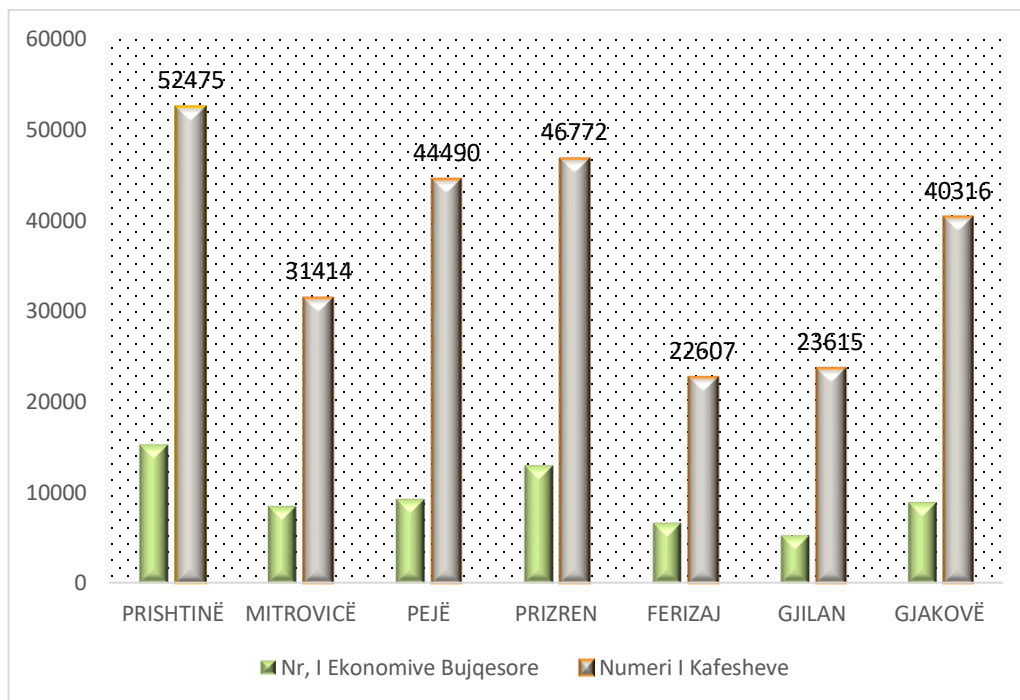
Nga ekonomitë bujqësore, që merren me blegtori, 73% e mbajnë gjedhe. Shumica e gjedhëve mbahen nga ekonomitë familjare dhe së pari plotësojnë kërkesat e tyre e më pas vetëm një sasi e vogël e prodhimit shkon për treg. Subjektet juridike përmbajnë vetëm 0.3% të numrit të gjedhëve gjithsej. Numri mesatar i gjedhëve për ekonomi bujqësore është 3.9 krerë dhe nuk ka dallime domethënëse midis rajoneve të ndryshme në vend.

Tabela 3. 10 Ekonomitë Bujqësore dhe lopët sipas madhësisë së kopesë, në Kosovë, 2014

Madhësia e kopesë	Numri i ekonomive bujqësore	(%)	Numri i gjedhëve	(%)
1 – 2	37054	55.65	58727	22.44
3 – 9	24521	36.82	111003	42.42
10 – 19	3582	5.38	46379	17.72
20 – 29	854	1.28	19919	7.61
30 – 49	446	0.67	16165	6.18
>50	132	0.2	9496	3.63
Gjithsej	66589	100	261689	100

Burimi: Agjencia e statistikave të Kosovës (2014)

Shumica e ekonomive bujqësore mbajnë 1-2 gjedhe (56%), por shumica e gjedhëve rriten nga Ekonomitë Bujqësore që mbajnë 3-9 gjedhe (42%). Vetëm rreth 10% e ekonomive bujqësore kanë 30 e më shumë krerë (Tabela 3.10). Sipas ASK – Regjistrimi i Bujqësisë 2014, fermat me më shumë së 50 krerë janë të përqendruar më së shumti në rajonin e Pejës, i pëcjellur nga rajoni i Prishtinës, Prizrenit dhe Gjakovës, kurse në rajonet e Mitrovicës dhe Ferizajt ka një numër më të vogël të këtyre fermave. Shprehur në përqindje, shumica e gjedhëve (20%) dhe ekonomive bujqësore që mbajnë gjedhe (22.75%) janë në rajonin e Prishtinës ndjekur nga rajoni i Prizrenit me 18 % të totalit të gjedhëve (Grafiku 3.5).



*Grafiku 3. 5. Ekonomitë bujqësore me gjedhë sipas rajoneve në Kosovë.
Burimi: ASK Rëgjistrimi i Bujqësisë 2014 (përpunuar nga autori)*

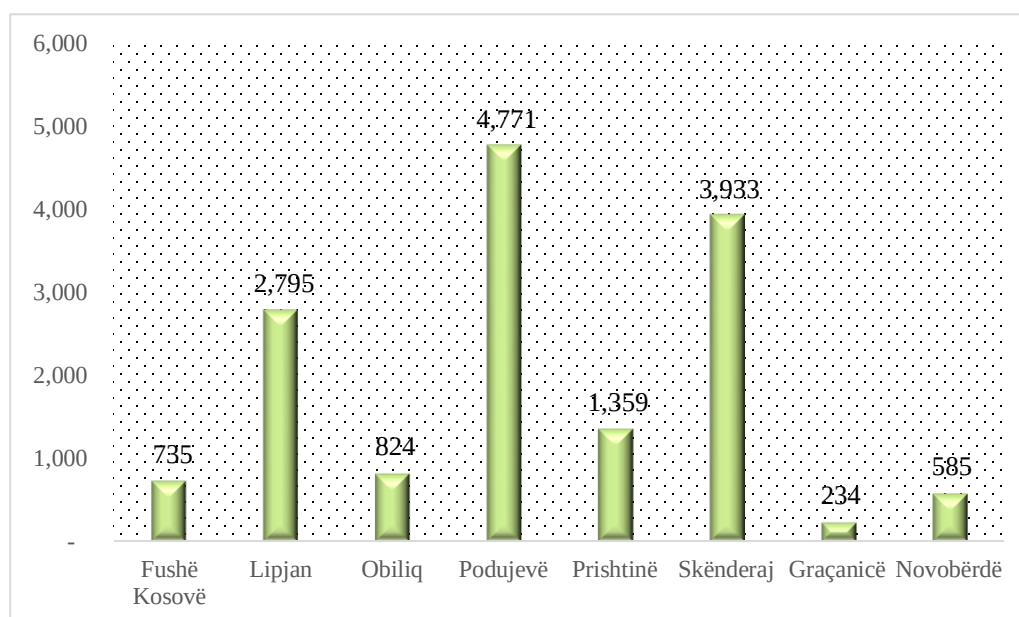
Sipas të dhënave të paraqitura në tabelën 3.11 del se në rajonin e Prishtinës fermat me madhësi 1-2 lopë qumështore përbëjnë numrin më të madh të fermave (9456) e ndjekur nga fermat me madhësi 3-9 lopë me numrin të fermave (4771), ndërsa numri i fermave me më shumë se 50 lopë është shumë i vogël (22).

Tabela 3. 11 Ekonomitë Bujqësore (me lopë) sipas madhësisë së kopesë, në komunat e Rajonit të Prishtinës, 2014 (ASK)

Komunat	Ekonomitë bujqësore (nr)	Fermat sipas madhësisë					
		1 - 2	3 – 9	10 - 19	20 - 29	30 – 49	> 50
Fushë Kosovë	735	496	202	27	8	K	K
Lipjan	2,795	1,728	894	125	24	15	9
Obiliq	824	563	214	31	13	K	K
Podujevë	4,771	3,381	1,113	195	52	23	7
Prishtinë	1,359	732	407	150	45	19	6
Skenderaj	3,933	2,157	1,549	175	30	K	K
Graçanicë	234	131	87	9	4	3	-
Novobërd	585	268	258	39	11	9	-
Gjithsej	15,236	9,456	4,724	528	187	69	22

Burimi: ASK Rigjistrimi i Bujqësisë 2014 (përpunuar nga autori)

Duke krahasuar numrin e fermave me lopë në komunat e rajonit të Prishtinës, shihet se numri më i madh i tyre është në komunën e Podujevës, ndërsa Komuna e Graçanicës ka numrin më të vogël të tyre (Grafik 3.6).



Grafiku 3. 6. Ekonomitë bujqësore me lopë sipas komunave në rajonin e Prishtinës. Burimi: ASK Rigjistrimi i Bujqësisë 2014 (përpunuar nga autori)

Delet dhe Dhitë

Delet dhe dhitë dhe prodhimi i qumështit nga delet kontribuon dukshëm në sasin e shprehur në përqindjen e prodhimtarisë blegtorale. Menjëherë pas gjedhëve, delet janë lloji i dytë më i rëndësishëm i bagëtive në Kosovë.

Sipas të dhënave të MBPZH – Raporti i gjelbër 2017:

Dhentë dhe dhitë për nga numri përbëjnë 40% të numrit total të kafshëve. Numri i dhenve dhe dhive në vitin 2016 është 212,040 krerë apo 5% më i ulët sesa në vitin 2015, ndërsa krahasuar me mesataren e viteve '13-'15, ky numër është për 3% më i vogël. Sipas kategorive numri i dhenve në vitin 2016 është zvogëluar për 5% ndërsa numri i dhive për 9%. Rritje të numrit të dhive për 2% ka pasur kur krahasojmë vitin 2016 me mesataren e tri viteve të fundit, ndërsa numri i dhenve është zvogëluar për 3%. (MBPZH 2018:70).

3.6 Prodhimtaria e Qumështit

Sipas Ministrisë së Buqësisë dhe Pylltaris për Zhvillim Rural:

“Prodhimi i qumështit është nën sektori më i rëndësishëm në prodhimin blegtoral. Në këtë sektor dominojnë fermat e vogla të ashtuquajtura ferma familjare që së pari plotësojnë kërkesat e vetë ekonomisë familjare dhe një sasi shumë të vogël të prodhimit të tyre e nxjerrin në treg. Fermat gjysmë komerciale dhe komerciale janë në një numër më të vogël por me tendencë në rritje. Vitet e fundit janë bërë përpjekje për ta kthyer prodhimin e qumështit nga fermat e konsumit vetjak në ato të orientuara nga tregu” (MBPZHR, 2015:3).

Në Kosovë prodhimi i qumështit është i përqendruar në sektorin privat. Një numër i madh i fermave u shkatërruan gjatë luftës, kurse gjatë kohës së tranzicionit të gjitha kompanitë bujqësore (kombinatet) janë rrënuar apo privatizuar.

Prodhimtaria e qumështit të lopës

Në fondin blegtoral, gjedhet për qumësht janë kategoria më e rëndësishme e me një pjesëmarrje më të madhe.

Sipas Anketës së Ekonomive Shtëpiake Bujqësore “numri i përgjithshëm i fondit të lopëve qumështore për vitin 2013 ishte 178,557 krerë”(ASK,2013), ndjekur nga kafshët e imëta delet

dhe dhitë, kurse prodhimtaria e qumështit nga buallicat është shumë e vogël. “Prodhimi i përgjithshëm i qumështit të lopës për vitin 2013, është vlerësuar të jetë 368,605 ton (MBPZHR, 2015:3). Në vitin 2018, sipas anketës së ekonomive bujqësore “sasia e përgjithshme e prodhuar e qumështit në Kosovë është 324 572 037.50 litra, Prej tyre 304 041 093 litra qumësht të prodhuar nga 132 474 lopë qumështore, 14 250 209 litra qumësht të prodhuar nga 120 599 dele qumështore, 6 280 736.00 litra qumësht të prodhuar nga 18 901 dhi qumështore “(ASK, 2019:27).

Sipas Raportit të Gjellbër fondi i gjedhëve në përgjithësi ka pasur një rënie prej 6% dhe ai i lopëve qumështore 9% nga viti 2013 deri në vitin 2015. Kjo rënie në fondin e gjedhëve është shoqëruar dhe me rënien e prodhimit të qumështit me 8.1% për të njëjtën periudhë. Në vitin 2016 fondi gjedhëve ishte 264,971 krerë shifër kjo që është 3% më e vogël se ajo e një viti më parë. Nga ana tjetër në vitin 2016 numri i lopëve qumështore është 1% më e vogël se ajo e një viti më parë. Lopët qumështore përfaqësojnë 52% të numrit të përgjithshëm të gjedhëve me prodhimtari të qumështit prej 285 mije ton dhe që arrin të mbulojë 80% të kërkesës në vend. Pjesa tjetër mbulohet nga importi (MBPZHR, Raporti i Gjellbër , 2018). Në nivelin e prodhimit të qumështit përveç numrit të krerëve luajnë rol dhe madhësia e fermës, raca, politikat mbështetëse, etj.

Sipas vlerësimeve të MBPZHR- Tregu i gjellbër:

“numri mesatar i lopëve qumështore në ekonomitë familjare bujqësore është 1-5 krerë, që përbëjnë shumicën e lopëve në prodhimtarinë e qumështit (94.2%), ndërsa vetëm 5.8% janë ferma komerciale që kanë mbi 5 krerë lopë qumështore. Fermat me mbi 5 krerë lopë qumështore janë furnizuesit kryesorë të industrisë përpunuese të qumështit. Sipas të dhënave në vend janë 4,238 ferma më mbi 5 krerë lopë qumështore që ofrojnë afërsisht 62 milionë litra qumësht në vit” (MBPZHR,2015:3).

Tabela 3. 12 Prodhimi i qumështit të gjedhit në vend sipas racave

Racat	Pjesëmarrja në %	Numri i krerëve	Prodhimi i qumështit (l)
Busha	5	9,167	5,133,520
Melezet	60	114,388	167,756,100
Racat Fisnike	35	64,169	195,715,450
Gjithsej	100	17,8557	368,605,070

Burimi: DPBT – MBPZHR (2015), Tregu i Qumështit

Nga të dhënat e prezantuara në Tabela 3.12 vërehet se raca e autoktone e lopëve “busha” ka numrin më të vogël të krerëve në fondin e përgjithshëm të lopëve qumështore (5%) dhe karakterizohet nga një prodhimtari shumë e vogël e qumështit. Numri i krerëve të lopëve qumështore meleze dominojnë fondin e lopëve qumështore (60%) apo 114,388 krerë, ndjekur nga lopët e racave fisnike me 35% ose 64,169 krerë. Pavarësisht këtij fakti, racat fisnike janë prodhuesit më të mëdhenj të qumështit. Nga të dhënat e lartpërmendura shihet qartë se ekziston një dallim i madh përse i përket prodhimtarisë së qumështit dhe racës së lopës (MBPZHR, 2015).

3.7 Pika Grumbulluese

Pikat grumbulluese të qumështit e mbledhin qumështin e freskët prej fermerëve, dhe pastaj e dërgojnë si lëndë të parë tek përpunuesit. Këto qendra gjithashtu janë përgjegjëse për realizimin e analizave bazike të qumështit për secilin fermer që i furnizon, dhe në bazë të tyre u japin informacion fermerëve lidhur me cilësinë dhe realizimin e pagesave. Qendrat grumbulluese janë një lloj ndërmjetësi midis fermerit dhe përpunuesve të cilët kanë përfitimet e tyre për ofrimin e shërbimeve dhe transaksioneve të tilla ndërmjetësuese (EYE, 2014).

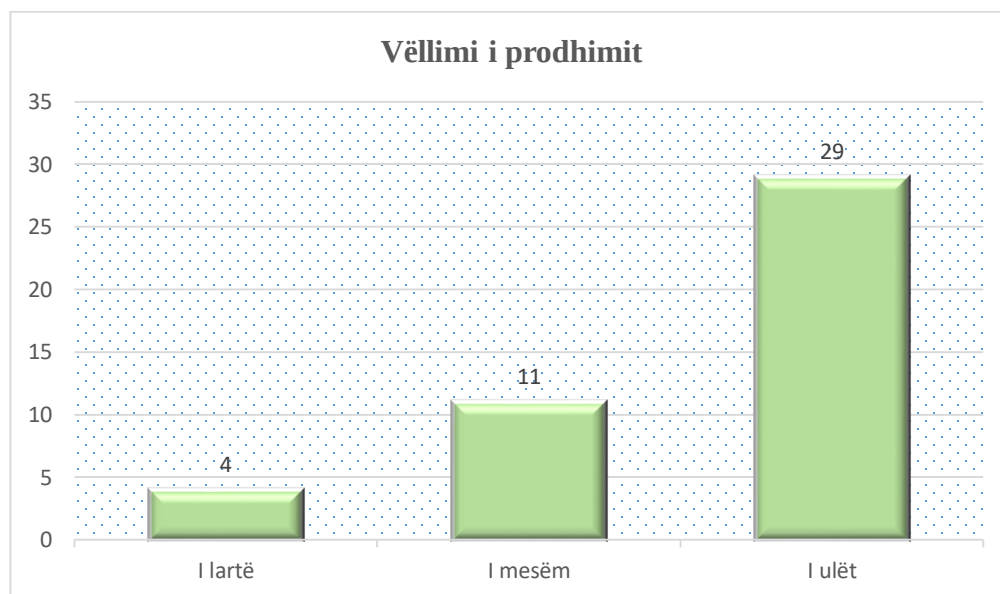
Bazuar në të dhënat e Shoqatës së Prodhuesve të Qumështit në Prishtinë për pikat grumbulluese (PGQ) del se numri i përgjithshëm i PGQ të cilat janë funksionale është 53 përfshirë shumicën e rajoneve të Kosovës. Të regjistruara si biznese në MTI deri më tani janë 30 pika grumbulluese të qumështit ose 58 % e numrit të përgjithshëm të pikave të cilat janë funksionale (SHPQ, 2016). Sasia e grumbulluar e qumështit në PGQ është 82020 litra qumësht /ditë (56.8 % kapacitetit ekzistues të pikave grumbulluese të qumështit). Këto pika grumbulluese e furnizohen nga 2101 fermerë prej të cilëve 52.1% janë të regjistruar (me kontratë) pagesat e të cilëve bëhen përmes bankës dhe 47.6% fermerë pa kontrata e të pa-regjistruar.

3.8 Industria Përpunuese e Qumështit

Karakteristikat e Përgjithshme

Industria e qumështit në Kosovë karakterizohet me një zhvillim të ngadalshëm dhe të vonshëm. Gjatë viteve '90 ekzistonte një numër i vogël i kompanive në këtë sektor. Duke marrë parasysh situatën e kësaj industrie gjatë këtyre viteve mund të thuhet se si prodhuesit ashtu edhe përpunuesit kanë qenë të detyruar t'ia nisnin nga para. Në bazë të raportit të USAID (2007) në vitin 1990 në Kosovë kishte dy kompani për përpunimin e produkteve të qumështit. Pas kësaj periudhe sidomos në dekadën e parë të këtij shekulli numri i tyre është rritur. Sipas Agjencisë së Ushqimit dhe Veterinarisë së Kosovës (AUK, 2018) ishin 44 fabrika për përpunimin e qumështit, 9 prej tyre industriale me kapacitet përpunimi mbi 1mil/l në vit, ndërsa të tjerat komerciale me kapacitet përpunimi më pak së 1 mil/l në vit.

Sipas volumit të prodhimit në ditë fabrikat e përpunimit janë grupuar në fabrika me prodhimtari të lartë, të mesëm dhe të ulët. Me prodhimtari të lartë janë gjithsej 4 fabrika, ato me vëllim të ulët 29 dhe me volum të mesëm 11 (Grafiku 3.7).



Grafiku 3. 7. Kategorizimi i fabrikave të përpunimit të qumështit sipas aktivitetit (Vëllimi i Prodhimit), Burimi: AUK -2016 (përpunuar nga autori)

Shpërndarja sipas madhësisë dhe rajoneve të fabrikave të aprovuara për përpunimin dhe paketimin e qumështit është paraqitur në tabelën e mëposhtme.

Tabela 3. 13 Fabrikat përpunuese të qumështit sipas rajoneve

Rajonet	Industriale	Komerciale	% fabrikave të përpunimit
PRISHTINË	4	4	18.18
MITROVICË	1	2	6.81
PEJË	1	5	13.63
PRIZREN	2	12	31.81
FERIZAJ	1	3	9.09
GJILAN	0	3	6.81
GJAKOVË	1	5	13.63
KOSOVË	10	34	100

Burimi: AUK-2016 (përpunuar autori)

Tabela 3.13 tregon se numri më i madh i fabrikave të përpunimit të qumështit është në rajonin e Prizrenit (14 fabrika të përpunimit) ose 32 % e totali ndjekur nga Prishtina me 18% kurse numri më i vogël është në Mitrovicë dhe Gjilan (6.8% secili).

Siç e përmendëm dhe më sipër, karakteristikë e sektorit të qumështit në Kosovë është se në këtë sektor dominojnë fermat e vogla. Një pjesë e madhe e qumështit të prodhuar ofrohet nga fermat familjare. Sipas të dhënave të Ministrisë së Bujqësisë rezulton se në vitin 2017 përdorimi vendor i qumështit ishte 345,303 8 ton, prodhimit vendor 288 ton, humbje 5, 560 ton, 40,862 ton përdoren për ushqimin e viçave në fermë, për përpunim 27,247 ton dhe 272, 276 ton për konsum njerëzor (qumësht) (ASK - Anketa e ekonomive shtëpiake 2012-2017, LLEB). Ndërkohë sipas Shoqatës së Përpunuesve të Qumështit nga sasia e përgjithshme e qumështit të përpunuar në industrinë përpunuese rreth 25 % përpunohet në qumësht për konsum afatshkurtër (afati për t'u konsumuar deri në 5 ditë), 20% në prodhime të fermentuara të qumështit si jogurt, kos dhe ajran, 20% djathëra të të gjitha llojeve, ajkë 5 % dhe pjesa tjetër në produkte të ndryshme (Ministria e Bujqësisë, 2016).

Përpunuesit janë aktorë kyç në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit pasi përveç përpunimit dhe paketimit të qumështit dhe produkteve të tij kryejnë sipas rastit edhe grumbullimin e këtij produkti direkt nga fermerët, shpërndarjen tek tregtarët dhe analizën e qumështit të grumbulluar nga fermerët dhe pikat e grumbullimit.

Cilësia e qumështit analizohet rregullisht kur ai mbërrin në pikën grumbulluese dhe kur del nga fabrika përpunuese para së të hyjë në kanalet tregtare. Mostrat e qumështit dërgohen në Laboratorin e AVUK, e cila ka përgjegjësi për çdo muaj të japë raporte përkatëse në lidhje me klasifikimin e qumështit sipas kategorive E – Ekstra Klasë, Klasi i I-rë, Klasi i II-të të përcaktuar sipas parametrave të cilësisë së qumështit me qëllim kryerjen e pagesave bazuar në nivelin e cilësisë së qumështit. Laboratori kryen funksionin të rëndësishëm dhe u shërben aktoreve në industrinë e qumështit për kontrollimin e kualitetit, qelizave somatike dhe numrit së kolonisë së baktereve në qumësht, parametrave fiziko-kimik. Rezultatet përdoren si indikator për përcaktimin e kategorive të cilësisë. Çështje tjetër që i kushtohet rendësi gjatë grumbullimit të qumështit është higjiena gjatë mbledhjes dhe ruajtjes, e cilave mund të ndikohet nga stallat me kushte higjienike të papërshtatshme dhe mjelja me dorë që është praktikë e zakonshme për shumicën e fermave të vogla (AUK, 2016).

3.9 Konsumi dhe furnizimi me qumësht dhe nënproduktet e tij

Konsumi përfaqëson shpenzimet e konsumatorëve për shërbime dhe mallra, të tilla si veshmbathje, ushqime etj. Ai paraqet një komponent të rëndësishëm të PBB-së. Niveli i konsumit varet nga niveli i të ardhurave dhe është i ndryshëm në vende të ndryshme. Sipas Anketës së Buxhetit të Ekonomive Familjare (ABEF) për vitin 2016 në Kosovë, konsumi i përgjithshëm ishte 2,321 milionë €, për ekonomi familjare 7,539 €, ndërsa konsumi për

frymë ishte 1,460 €. Shpenzimet më të mëdha në familje ishin për ushqim (42%). Në Kosovë konsumohen rreth 353,545 9 ton/qumësht në vit dhe nënprodukte të tij, prej të cilit 80.6% mbulohen nga prodhimi vendas dhe 69.284 ose rreth 20% importohet (ASK, ABF, 2017). Importi i produkteve bujqësore është i madh. Sipas MBPZHR – Raporti i Gjellbër (2017) në vitin 2016 importi me të gjitha shtetet e CEFTA-s ka shënuar rritje krahasuar me 2015. Konkreisht sipas shteteve importi me Serbinë ka shënuar rritje 6.1%., me Bosnjën 6%., me Maqedoninë 5.8% ndërsa me Shqipërinë 1.7%. Nga ana tjetër, eksporti i produkteve bujqësore nga Kosova në vendet e CEFTA-s është ende e ulët pavarësisht se në vitin 2016 është shënuar një rritje prej 12.4% në krahasim me vitin 2015. Eksportet kosovare të produkteve bujqësore drejtohen kryesisht nga Shqipëria 57%, Maqedonia 18%, Serbia 16%, dhe Mali i zi 5%. Produktet më të eksportuara nga produktet bujqësore janë qumështi dhe nënproduktet e tij që në vitin 2016 ishte 745t ndërsa importi 69.284 t. Këto shifra flasin për një bilanc tregtar negativ në këtë sektor që i shprehur në euro është 26.80 mil/euro (Raporti i Gjellbër 2017).

Importi i lartë i qumështit dhe produkteve të qumështit, çmimi më i ulët i produkteve të importit se ato vendase dhe kostoja e lartë e prodhimit vendas kanë ndikuar dukshëm në konkurrueshmërinë e këtij të fundit. Prandaj për të rritur aftësinë konkurruese të produkteve vendase është e nevojshme përmirësimi i cilësisë, rritja e nivelit të prodhimit, zhvillimi dhe perfeksionimi i praktikave të marketingut në këtë sektor dhe politika bujqësore stimuluese për sektorin bujqësor në përgjithësi dhe atë të prodhimit e përpunimit të qumështit në veçanti.

4 KAPITULLI IV: METODOLOGJIA - MODELI TEORIK

Kapitulli përfshin një përshkrim të detajuar të metodologjisë dhe modelit teorik të punimit. Bazuar në të dhënat dytësore të marra nga regjistrat e institucioneve të Kosovës dhe rajonit të Prishtinës në veçanti, është dhënë një pasqyrë e përgjithshme sektorit të qumështit në Kosovë e në rajonin e Prishtinës. Të dhënat e paraqitura nëpërmjet tabelave dhe /ose grafikëve janë analizuar dhe kanë ndihmuar për të bërë gjithashtu një përshkrim të situatës aktuale dhe mjedisit ku operojnë fermat blegtorale dhe aktorët e tjerë të zinxhirit në këtë sektor. Nga ana tjetër, shqyrtimi i të dhënave dytësore cilësore solli përfundimin e rishikimit të literaturës si dhe ndihmoi në përcaktimin e hipotezave të studimit.

Të dhënat primare janë gjeneruar nëpërmjet aplikimit të metodave sasiore e cilësore. Qasja cilësore është mjaft e përshtatshme për përshkrimin e detajuar të gjendjes aktuale të zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit, për shkak të shkallës përgjithësisht të ulët të njohurive në këtë drejtim. Kështu, intervistat e thelluara e gjysëm të strukturuar me aktorë të ndryshëm të zinxhirit të furnizimit (pjesë e kampionit në këtë rast ishin pronarë ose menaxherë të biznesit) ndihmuan së pari në identifikimin e plotë të aktorëve në këtë zinxhir duke paraqitur në të njëjtën kohë strukturën dhe strategjitë e përdorura nga këta aktorë si dhe në përfundimin e analizës SWOT për të gjithë pjesëmarrësit në këtë zinxhir. Gjetjet e kësaj pjese të kërkimit kontribuan në rishikimin e hipotezave të kërkimit dhe përcaktimin definitiv të tyre.

Metodat sasiore në këtë hulumtim konsistojnë në realizimin e një vrojtimi me fermerë në zonën e studimit. Të dhënat e pyetësorit janë përdorur për të realizuar studime statistikore të tipit shkak-pasojë, duke përdorur lidhjet statistikore korrelative dhe lidhjet ekonometrike

ndërmjet variablave të ndryshme të instrumentit të kërkimit. (Kapitulli VI). Në këtë mënyrë është bërë e mundur testimi i hipotezave të studimit dhe gjetja e përgjigjeve për pyetjet kërkimore të ngritura.

4.1 Modeli Teorik

Mënyra e funksionimit të një zinxhiri furnizimi sot është bërë më kompleks dhe ka ndryshuar shumë krahasuar me të kaluarën. Sipas Kaplinsky et. al (2002) zinxhirët e vlerave ndryshojnë si nga brenda dhe ndërmjet sektorëve, po ashtu edhe në kontekstet globale, kombëtare dhe lokale. Gjatë shqyrtimit të literaturës vendase dhe të huaj në lidhje me këtë fushë, janë marrë modelet teorike të paraqitura me poshtë. Prej sa më poshtë rezulton se autorë të ndryshëm kanë zbatuar modele dhe metodologji të ndryshme për analizën e zinxhirit të furnizimit në varësi të karakteristikave të zinxhirit i cili hulumtohet.

Bazuar në literaturë modelet teorike në të cilat është bazuar ky punim janë:

Autorët Kaplinsky & Morris (2002) në udhëzuesin e tyre për analizën e zinxhirit të vlerës paraqesin çështje të ndryshme që duhet të trajtohen. Sipas tyre, çështjet për analizën e zinxhirit të furnizimit fillojnë me kuptimin e natyrës së tregjeve përfundimtare, të cilat janë gjithnjë e më shumë lider në shumë zinxhirë të tillë. Në secilin rast, hallka fillestare do të përcaktojë se cilat lidhje dhe cilat aktivitete në zinxhir duhet të jenë subjekt i një hetimi të veçantë. Në këtë punim si hallke fillestare për zinxhirin e furnizimit janë marrë fermerët dhe kështu janë analizuar lidhjet e tyre me pikat grumbulluese, përpunuesit dhe tregtarët.

Sipas autorëve Collins, Dent and Bonney (2015), “Analiza e zinxhirit të vlerës (VCA)” përfaqëson në vetvete një metodë kërkimore. Zbatimi i tij në bujqësi ka për qëllim të identifikojë mundësitë për të përmirësuar performancën e aktorëve që prodhojnë ushqim për

t'i ofruar konsumatorëve (f39)". Këta autorë theksojnë se analiza e zinxhirit të vlerës i fokuson pyetjet e kërkimit në katër dimensione kyçe të zinxhirit: a) konsumatorin, b) rrjedhja e produktit, c) informacioni, dhe d) marrëdhëniet. Hapi i parë në analizën e zinxhirit është identifikimi i bizneseve që janë të përfshira në secilën fazë të zinxhirit për t'u analizuar, duke përzgjedhur ato që janë relevante për objektivat, burimet dhe kufizimet e veçanta në analizën e zinxhirit të vlerës (VCA). Bazuar në rëndësinë e këtij hapi janë përcaktuar edhe pyetjet e punimit që kanë të bëjnë me identifikimin e bizneseve të cilat janë pjesëmarrëse në secilën fazë së zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit. Shumica e autorëve të përmendur në shqyrtimin e literaturës, e sidomos ata nga vendi kanë përdorur metodat kualitative për të përshkruar gjendjen e zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit. Gjithsesi, të pakët janë ata që kanë studiuar faktorët që përcaktojnë zgjedhjen e tregut nga ana e fermerëve.

Modeli teorik është zhvilluar më tej edhe me identifikimin e të gjitha variablave (të varura dhe të pavarura) që duhet të bëheshin pjesë e studimit. Të gjitha këto variabla u bënë pjesë e instrumentit të kërkimit dhe më pas është analizuar se si këto variabla janë të lidhura me njëra - tjetrën, si ndikojnë ato në zgjedhjen e tregut nga ana e fermerëve, integrimin e tyre në zinxhirin e furnizimit dhe marrëdhëniet e fermerëve me aktorët tjerë në zinxhir. E gjithë kjo, ka të bëjë njëkohësisht dhe me analizën e flukseve të produktit & informacioni dhe marrëdhënieve midis bizneseve të ndryshme pjesë e zinxhirit të furnizimit.

Pjesa e punimit në të cilën janë trajtuar aspektet e analizës SWOT është gjeneruar nëpërmjet analizës së informacionit përmes intervistave të kryera me pjesëmarrës të ndryshëm në zinxhir. Intervista dhe pyetëtori drejtuar pronarëve apo menaxherëve të bizneseve të interesit është bazuar në Analizën e Zinxhirit të Vlerës në industrinë e qumështit në Kosovë nga USAID (2007) dhe autoret Markovic, Dries (2012).

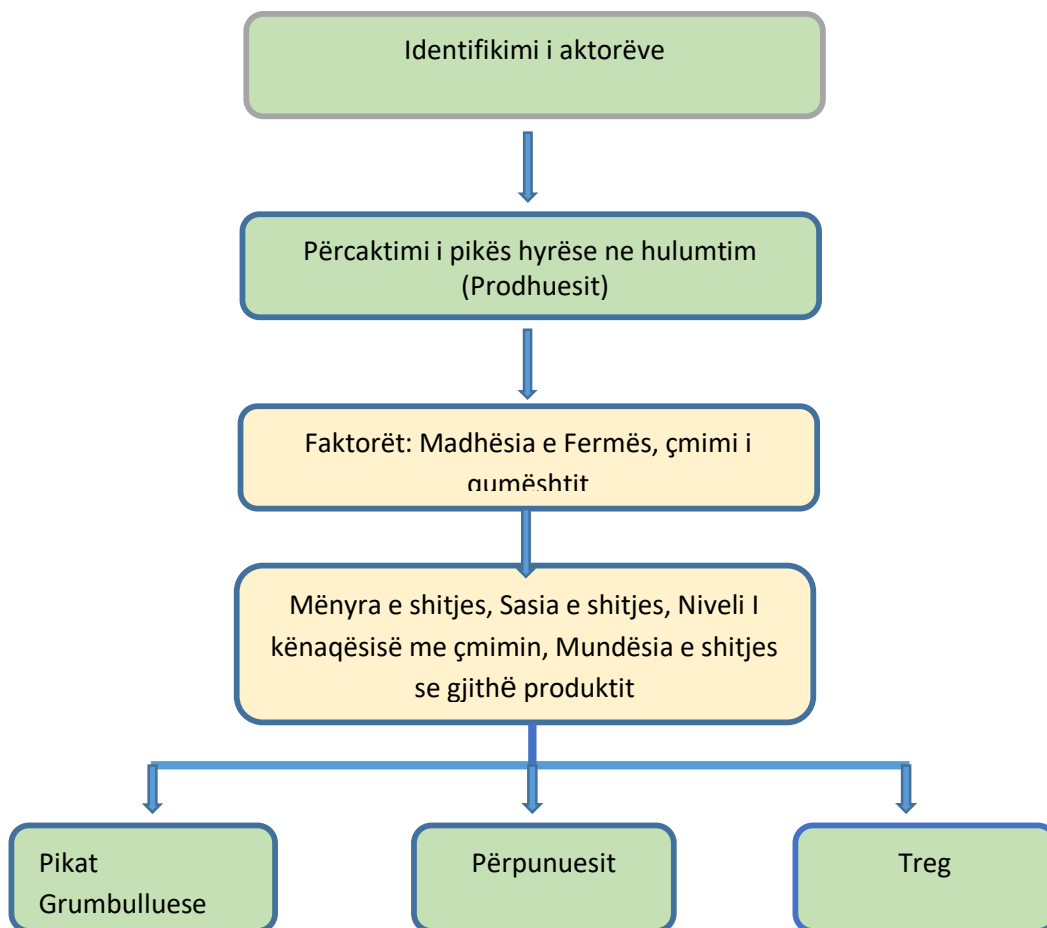
Studimi i USAID (2007) analizon mënyrën e qasjeve dhe ndërhyrjeve që synonin zhvillimin e sektorit të qumështit nga viti 1999 deri në kohën e kryerjes së hulumtimit. Për të analizuar sektorin e qumështit në Kosovën e pas konfliktit, hulumtimi është bazuar në literaturë dhe punën në terren duke analizuar informacionin cilësor dhe sasior rreth zinxhirit të vlerës në sektorin e qumështit dhe programet përkatëse mbështetëse të donatorëve. Po ashtu janë intervistuar edhe pjesëmarrësit në industrinë e qumështit, pjesëmarrësit të tregut, ofruesit e shërbimeve në zinxhirin e vlerës (fq.5)

Nga të dhënat e marra nga intervistat me personelin përgjegjës dhe të agjencive në sektorin e qumështit dhe një numër të vogël të prodhuesve dhe përpunuesve (3 prodhues dhe 5 përpunues) në hulumtimin e USAID (2007)) rezulton se dobësitë në funksionet e furnizimit, prodhimit dhe përpunimit të inputeve kufizojnë aftësinë e zinxhirit të vlerës të qumështit të Kosovës dhe u zvogëlon atyre mundësin e rritjes së pjesës së tregut dhe mundësin për të përmirësuar konkurrueshmërinë.

Markovic dhe Dries (2012) duke konsideruar analizën e zinxhirit të vlerës si të rëndësishme, synojnë të kuptojnë se pse produktet e qumështit me cilësi të mirë nga veriu nuk mund të arrijnë në tregun e brendshëm kombëtar dhe sektorin e turizmit në jug të vendit. Për të kuptuar këtë, është përdorur metodat sasiore dhe cilësore të analizës. Analiza e zinxhirit është bazuar në mbledhjen e të dhënave përmes intervistave me 25 përfaqësues biznesesh në nivele të ndryshme të zinxhirit të vlerës së sektorit të qumështit, duke përfshirë prodhuesit kryesorë (fermerët), përpunuesit e qumështit, tregtarët, shitësit dhe pronarët e hoteleve dhe restoranteve si dhe me disa shoqata dhe ekspertë të fushës.

Nga gjetjet e punimit konkludohet se produktet e qumështit me cilësi të mirë nga veriu nuk mund të arrijnë në tregun e brendshëm kombëtar dhe sektorin e turizmit në jug të vendit , si

rezultat i: zhvillimit të dobët të marken, kostos së lartë të prodhimit, infrastrukturës së dobët rrugore, mungesës së besimit ndërmjet pjesëmarrëseve në industrinë e qumështit (Markovic, Dries, 2012).



Grafiku 4. 1 Skema e modelit teorik të punimit

Modeli teorik (Grafiku 4.1) i bazuar në punimet e autorëve të përmendur më lart është zhvilluar me identifikimin e aktorëve kryesorë në zinxhirin e furnizimit dhe përcaktimin e hallkës hyrëse të hulumtimit (fermerët). Më pas është gjetur dhe përshkruar se si fermerët janë të lidhur me aktorë të tjerë, si ndikojnë faktorët të ndryshëm në përcaktimin e tregut të shitjes nga ana e fermerëve, integrimin e tyre në zinxhirin e furnizimit.

4.2 Pyetjet kërkimore

Pyetjet për të cilat kërkohet përgjigje nëpërmjet këtij punimi bazohen në qëllimin dhe objektivat specifike të tij. Ato kanë të bëjnë me analizën e zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës dhe përcaktimin e faktorëve me më ndikim në ofertën e qumështit (p.sh çmim, shpërndarje dhe integrim në zinxhirit të furnizimit) për fermerët e angazhuar në këtë sektor.

Pyetjet kërkimore:

- Cila është struktura, roli dhe niveli i integritit të pjesëmarrësve në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit në Rajonin e Prishtinës.
- Cilat janë elementet e mjedisit të jashtëm e të brendshëm që ndikojnë në performancën e operatorëve në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës?
- Cilët janë faktorët kryesorë që ndikojnë në praktikën e aplikuar të shitjes nga ana e fermerëve?
- Cilat janë disa alternativa strategjike në përmirësimin e funksionimit të zinxhirit të furnizimit në sektorin e qumështit në rajonin e Prishtinës?

4.3 Hipotezat

Në kuadër të këtij studimi dhe në funksion të përmbushjes së objektivave të tij janë ngritur hipotezat e mëposhtme të cilat janë testuar nëpërmjet analizave përkatëse statistikore. Konkretisht hipotezat janë ngritur për të testuar ndikimin e madhësisë së fermës, çmimit të shitjes dhe faktorëve administrative dhe organizative në përcaktimin e tregut të shitjes, sasisë së shitur tek secila hallkë e zinxhirit, nivelin e kënaqësisë me çmimet e marra nga ana e

fermerëve dhe pamundësisë që kanë këta të fundit për të shitur/tregtuar të gjithë sasinë në dispozicion.

Mënyra e shitjes

H1(1): Madhësia e fermës ndikon në përcaktimin e tregut /ose mënyrës së shitjes nga ana e fermerit.

H1(2): Çmimi i ofruar nga aktorë të ndryshëm të zinxhirit ndikon në përcaktimin e tregut /ose mënyrës së shitjes nga ana e fermeri.

Sasia e qumështit që shkon për konsum familjar dhe tregje të ndryshme

H₂(1): Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregje të ndryshme (tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese) ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për konsum familjar.

H₂(2): Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregje të ndryshme (tregun gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese) ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për vetë-tregtim.

H₂(3): Madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit tregje të ndryshme (tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese) ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon te pikat e grumbullimit të qumështit.

H₂(4): Madhësia e fermës, çmimet e qumështit tregje të ndryshme (tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese) ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për te pikat e përpunimit të qumështit.

Niveli e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në treg

H₃(1): Madhësia e fermës dhe mënyra e shitjes së qumështit ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër.

H₃(2): Madhësia e fermës dhe mënyra e shitjes së qumështit ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e grumbullimit.

H₃(3): Madhësia e fermës dhe mënyra e shitjes së qumështit ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e përpunimit..

Pamundësia e shitjes të qumështit të prodhuar

H₄: Madhësia e fermës dhe niveli i kënaqësisë me çmimin ndikojnë në pamundësinë e shitjes të qumështit të prodhuar.

Variablat e Punimit

Për të realizuar objektivat dhe për të testuar grupet e hipotezave të këtij punimi rreth varësisë së mënyrës së shitjes së qumështit (përcaktimi i tregut nga ana e fermerit), sasisë së qumështit që shkon në tregjet e ndryshme, niveli i kënaqësisë së fermerit me çmimin e afruar nga tregu, janë përdorur disa variabla të varura dhe pavarura :

Si *variabla të varura* janë marrë “Konsumi familjar”, Vetë-tregtim”, Pikë grumbullimi” dhe “Pikë përpunimi” dhe “Pamundësia e tregtimit”,

Ndërsa si *variabla të pavarur* janë marrë “Kategoria (madhësia e fermës sipas numrit të krerëve)”, “Çmimi në treg të gjelbër”, “Çmimi në pikat grumbulluese” dhe “Çmimi në pikat përpunuese”.

Përveç këtyre, janë përfshirë si variabla të pavarur, variablat që përfaqësojnë faktorët administrativ dhe organizativ: “Përmbushje e kërkesave”, “Përmbushje e kritereve”,

“Domosdoshmëria e kontratës”, “Fuqia negociuese”, “Organizimi i transportit” “Ditë grumbullimi”, “Funksionimi i tregut të shitjes”, për të parë një ndikim të mundshëm të tyre.

Ndërsa në analiza të kryqëzuara (programi SPSS), në disa raste disa variabla kanë ndryshuar rolin e tyre, nga variabla të varura në të pavarura dhe anasjelltas.

Matja e variablave është bërë varësisht nga lloji i pyetjes: me anë të vlerës në përqindje të deklaruar nga vetë fermeri, me anë të vlerës së nivelit nga 1 në 5, të perceptimit individual të fermerit.

4.4 Të dhënat dytësore dhe burimet e tyre

Te dhënat dytësore cilësore marrë nga literatura përfshijnë raporte të shkruara, publikime të ndryshme (libra, punime shkencore, etj.), informacione financiarë dhe informacionet e marra nga ekspertë të fushës janë pjesë e rëndësishme e këtij punimi. Sikundër është thënë, këto të dhëna kanë shërbyer më së shumti për pjesën e rishikimit të literaturës. Të dhënat dytësore sasiore janë marrë kryesisht nga institucionet zyrtare si: Agjencia e Statistikave të Kosovës (ASK), Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë, dhe Zhvillimit Rural (MBPZHR), Agjencia e Ushqimit të Kosovës (AUK), Shoqata e Prodhuesve të Qumështit, etj. Këto të dhëna kanë kontribuar në shkrimin e kapitulli të tretë “Analiza e sektorit të bujqësisë.” por dhe në formulimin e zbatimin e metodologjisë së kërkimit.

4.5 Të dhënat parësore dhe instrumenti për grumbullimin e tyre

Të dhënat parësore të cilat u përdorën në këtë punim u mundësuan nga përgjigjet e marra përmes intervistave të thelluara e gjysëm të strukturuar realizuar me katër pjesëmarrësit kryesorë të zinxhirit të furnizimit në sektorin e qumështit (fermerët - prodhuesit e qumështit),

pikat grumbulluese, përpunuesit dhe tregtarët) dhe nëpërmjet pyetësorëve me fermerët e fermave blegtorale të Rajonit të Prishtinës. Ky instrument i fundit përveç pjesës demografike në strukturën e tij përmbante seksione të veçanta me pyetje specifike e të kuptueshme në lidhje me prodhimin, çmimin, shpërndarjen dhe integrimin e fermerëve në zinxhirin e furnizimit. Një herë që u hartua pyetësi dhe para se ai të aplikohet në terren u bë dhe testimi i tij në një grup prej 15 fermerësh të shpërndarë sipas kategorisë të fermave blegtorale me 2 – 3 përfaqësues për çdo kategori. Nga ky testim rezultoi se pyetjet ishin formuluar qartë dhe përgjigjet opcion mbulonin të gjitha alternativat e përgjigjeve të mundshme. Koha mesatare e realizimit të një pyetësi ishte 15 minuta.

4.6 Popullata, zgjedhja dhe përshkrimi i mostrës

Popullata ku u realizua grumbullimi i të dhënave në Pjesën e parë të hulumtimit, përmes intervistave gjysmë të strukturuar përfshiu katër pjesëmarrësit kryesorë (fermerët - prodhuesit, pikat grumbulluese, përpunuesit dhe tregtarët). Gjithsej 39 biznese nga katër aktorët e lartpërmendur ishin pjesë e kampionit. Shpërndarja sipas aktorëve paraqitet në tabelën e mëposhtme.

Tabela 4. 1 Shpërndarja sipas kategorisë e kampionit të zgjedhur në intervistat e thelluara.

Lloji	Numri i të intervistuarve
<i>Fermerë (sipas numrit të lopëve)</i>	<i>30</i>
1-2	5
3-9	5
10-19	5
20-29	5
30-49	5
50+	5
Pika grumbulluese	3
Përpunues	3
Tregtarë	3
Totali	39

Burimi: Autori

Ndërsa pjesa e dytë përfshin fermerët e fermave blegtorale të rajonit të Prishtinës. Në hulumtim janë përfshirë fermat me tre e më tepër lopë qumështore meqë analizat e të dhënave cilësore në pjesën e parë të hulumtimit treguan se fermat me 1-2 lopë të qumështit nuk janë pjesëmarrëse në zinxhirin e furnizimit dhe si të tilla janë konsideruar si të parëndësishme për pjesën e dytë (analiza sasiore) të hulumtimit. Gjithsej në rajonin e Prishtinës gjenden 3579 ferma blegtorale të lopëve për qumësht të cilat kanë mbi 3 lopë për prodhim qumështi. Në tabelën e mëposhtme paraqitet shpërndarja sipas numrit të lopëve për këto ferma si dhe numri i fermave të përzgjedhura për intervistim.

Tabela 4. 2 Shpërndarja e mostrës sipas kategorisë e popullimit

	3-9	10-19	20-29	30-49	mbi 50	Total
Popullimi	2830	528	142	57	22	3579
Kampioni	120	65	40	25	10	260

Burimi: ASK-2014 (Përpunuar nga Autori)

Për përcaktimin e madhësisë së kampionit është përdorur përllogaritësi elektronik Raosoft, për popullimin me 3579 anëtar, një zgjedhje me 260 individ me probabilitet të vlerësimit 90%, siguron një marzh të gabimit 4.92%, ndërsa me probabilitet të vlerësimit 95%, siguron një marzh të gabimit 5.86%.

Formula e përdorur për përllogaritjen e kampionit është

$$x = Z(c/100)^2 r(100 - r)$$

$$n = Nx / ((N - 1)E^2 + x)$$

$$E = Sqrt \left[\frac{(N - n)x}{n(N - 1)} \right]$$

Ku, n është madhësia e mostrës, E marzhi i gabimit, N

madhësia e popullsisë, r fraksioni i përgjigjeve që na

intereson, $Z(c/100)$ është vlera kritike i nivelit të besimit c .

Llogaritja bazohet në shpërndarjen normale.

Parameter	Left Screenshot (95% CL)	Right Screenshot (90% CL)
What margin of error can you accept?	5.86 %	4.92 %
What confidence level do you need?	95 %	90 %
What is the population size?	3579	3579
What is the response distribution?	50 %	50 %
Your recommended sample size is	260	260

Grafiku 4. 2 Përllogaritja e mostrës sipas Raosoft Calculator. Burimi: Llogaritje të Autorit.

Më tej llogaritjet sipas kategorisë së popullimit janë bërë mbi bazë të metodës së kampionimit të shtresëzuar. .

4.7 Grumbullimi, përpunimi dhe analiza e të dhënave

Për grumbullimin e të dhënave kemi ndjekur këto hapa: 1) *editimin* – verifikimi dhe kontrollin e pyetësorëve të mbledhur, 2) *kodimin* – kodimin numerik të të dhënave, dhe 3) *tabelimin* – hedhjen në tabelë Excel të të dhënave. Formatet e pyetjeve të përdorura variojnë nga ato dikotomike e deri te pyetjet me shkallë Likert ndërkohë që shkallët e matjes ndryshojnë në varësi të pyetjes dhe variablit që studiohet (nominale, rendore, intervalore dhe proporcionale).

Në punim janë përdorur në varësi të llojit të të dhënave të variablit të varur, ekuacionet ekonometrike të regresionit linear dhe regresionit logjistik, me qëllim studimin e ndikimit të variablave shpjegues mbi variablin e varur, përmes programit statistikor SPSS.

Për kryerjen e analizave të nevojshme për studimin e marrëdhënieve midis variablave të ndryshme, jemi mbështetur në këta tregues statistikor të:

- *Niveli i signifkancës*, i cili ruan në model vetëm variablat statistikisht të rëndësishëm.
- *Koeficientet e regresionit* me anë të të cilëve provojmë qëndrueshmërinë e hipotezave statistikore.
- *“Odd ratios”* me anë të të cilëve kemi arsyetuar shkallën e ndikimit të secilit *faktor në variablin e varur*.

Zgjedhja e modeleve më të përshtatshëm të cilët plotësojnë nivelet e mjaftueshëm të rëndësisë statistikore është realizuar duke u bazuar në testet kryesore që matin përshtatshmërinë e modeleve si:

për të bërë analizat e nevojshme është bazuar kryesisht në testet kryesore që matin përshtatshmërinë e modeleve si:

- *F-statistikore*, është përdorur për të vlerësuar përshtatshmërinë e modelit,

- *T-test*, shtw pwrdorur pwr tw vlerwsuar rëndësinë e lidhjes midis variablave,
- *R-katror*, është përdorur si matës i përshtatshmërisë së modelit ekonometrik me realitetin.
- Si edhe teste të tjera diagnostikuese që mundësojnë formën më të përshtatshme të ekuacioneve ekonometrike dhe korrelacionet midis tyre..

5 KAPITULLI V: ANALIZA CILËSORE E SITUATËS AKTUALE TË ZINXHIRIT TË FURNIZIMIT NË INDUSTRIJË E QUMËSHTIT

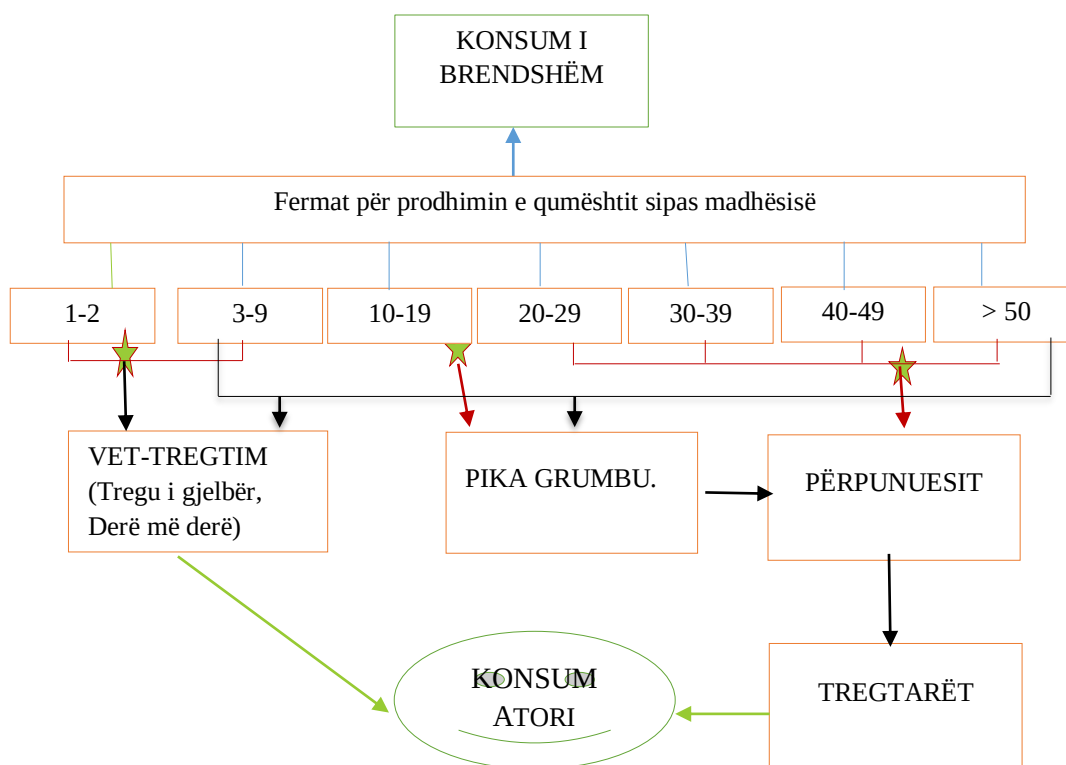
Në këtë kapitull, bazuar në rezultatet e kërkimit cilësor, është paraqitur në mënyrë përshkruuese gjendja aktuale e zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës, duke përfshirë: identifikimin e aktorëve kryesorë dhe struktura e zinxhirit të furnizimit në sektorin e qumështit në Rajonin e Prishtinës, niveli i bashkëpunimit midis aktorëve, strategjitë e përdorura dhe analiza SWOT. Rezultatet e kësaj pjese të hulumtimit janë përdorur në zgjedhjen e variablave për pjesën e dytë të hulumtimit (kërkimi sasior) ku janë përdorur metodat ekonometrike për të testuar hipotezat e studimit dhe për të gjetur përgjigje për pyetjet kërkimore.

Për të arritur objektivat e këtij studimi, mostra e hulumtimit përbëhet nga pjesëmarrësit e zinxhirit të furnizimit në sektorin e qumështit në Rajonin e Prishtinës. Në total kampioni për pjesën e kërkimit cilësor është 39 pjesëmarrës (Tabela 5.1). më konkretisht fermave të zgjedhura është 30, të ndara në 6 kategori sipas madhësisë së tyre referuar regjistrat të Agjencisë së Ushqimit dhe Veterinës së Kosovës. Si kriter për zgjedhjen e fermave është marrë numri i lopëve qumështore në fermë, Pas kategorizimit të fermave sipas madhësisë në hulumtim janë përfshirë 5 ferma për secilën kategori: A (1-2), B (3-9), C(10-19), D (20-29), E (30-49) , F (>50). Ky intervalizim i numrit të lopëve është përdorur si mënyrë e përshtatshme që të dhënat e mbledhura të paraqesin gjendjen ekzistuese të të gjithë llojeve të fermave për prodhimin e qumështit në rajonin objekt studimi (Prishtinë). Vlen të theksohet se numri i bagëtive (lopëve qumështore) të raportuara nga fermerët e intervistuar në shumë raste ishte i ndryshëm nga numri përkatës që rezultonte në regjistrat e AVUK. Njëkohësisht

në studim janë marrë nga 3 përfaqësues për aktorët e tjerë të zinxhirit (pikat grumbulluese, përpunuesit dhe tregtarët. (Shih tabela 4.1 në Kapitullin IV- Metodologjia).

5.1 Struktura e zinxhirit të furnizimit së industrisë së qumështit

Nga analiza e të dhënave rezulton se furnizimi me qumësht në Rajonin e Prishtinës nga prodhuesi (fermeri) deri te konsumatori i fundit kalon në pesë faza: Furnizimi me ushqim të kafshëve dhe ofruesve të shërbimeve, prodhuesit e qumështit (fermerët), grumbulluesit, përpunuesit, tregtarët (minimarketet, supermarketet, hotelet, restaurantet) dhe konsumatori final.



Grafiku 5. 1. Struktura e zinxhirit të furnizimit në sektorin e qumështit në Rajonin e Prishtinës Burimi: Autori

Më poshtë është paraqitur roli dhe funksioni i aktorëve kryesorë në zinxhirin e furnizimit të përfshirë në hulumtim. Fazat në zinxhirin e furnizimit nuk janë aq të dallueshme, një aktor mund të jetë i kyçur në disa faza të integrimet vertikal, p.sh. fermerët deri në 9 krerë kryejnë shumicën e proceseve, duke filluar nga përgatitja e ushqimit për kafshë e deri tek ofrimi i produktit të konsumatori final. Ndërsa bizneset e mëdha përveç se përqendrohen në kryerjen e funksioneve bazë në përputhje me pozicionin e tyre në zinxhir, kryejnë dhe funksione të tjera. Për shembull, disa grumbullues përveç se grumbullojnë qumështin angazhohen dhe në prodhimin e tij. Nga ana tjetër disa përpunues përveç se e përpunojnë qumështin dhe e grumbullojnë apo e prodhojnë atë. Gjithsesi, rolet kryesore të aktorëve jepen më poshtë.

Furnizuesit dhe Ofruesit e Shërbimeve

Furnizuesit e inputeve (prodhuesit e foragjereve, ushqimit të thatë, barnatoret bujqësore dhe ato veterinare) furnizojnë fermerët me ushqimet e kafshëve, plehrat kimike, pesticidet dhe barnat veterinare. Ofruesit e shërbimeve këshillimore (shoqatat), ofruesit e shërbimeve të veterinarisë ofrojnë shërbime të kujdesit shëndetësor të kafshëve në fermat e qumështit, këshilla mbi të ushqyerin e kafshëve dhe praktikat e mira të kujdesit, informacion mbi mënyrat e qasjes në grante dhe subvencione nga institucione shtetërore dhe jo vetëm, dhe mbi qasjen e tyre në tregjet e qumështit (SHPQ 2016, AVUK, 2016).

Prodhues të Qumështit (Fermerët)

Qumështi në Kosovë prodhohet kryesisht nga lopët, pasuar nga dele, dhi dhe shumë pak qumësht prodhohet nga bullica. Në këtë punim nga prodhuesit janë zgjedhur vetëm fermerët që merren me prodhimin e qumështit nga lopët në rajonin e Prishtinës. Rezultatet e

hulumtimit tregojnë se prodhimtaria e qumështit nga lopët në rajonin e Prishtinës realizohet nga dy lloje fermash:

Fermat familjare - fermat e vogla (1-2 lopë). Sipas ASK në vitin 2014 rezultojnë 9,456 ferma të tilla në rajonin e Prishtinës. Këto ferma karakterizohen nga prodhimtari e ulët në nivele të tilla që sasia e prodhuar shkon kryesisht për konsum familjar dhe vetëm një pjesë e vogël shkon direkt të konsumatori final me anë të shitjes derë më derë apo në tregun e gjelbër.

Fermat komerciale - me 3 ose më shumë lopë qumështore. Prodhimi i tyre destinohet kryesisht për treg (komercial) dhe si të tilla janë pjesë e rëndësishme dhe bazë e zinxhirit të furnizimit. Ato janë furnizuesit kryesorë me qumështit për industrinë përpunuese në rajonin e Prishtinës. Konkretisht më se 90% të fermerëve të përfshirë në hulumtim funksioni kryesor ishte prodhimi i qumështit dhe nënprodukteve të tij.

Sa i përket kohës së themelimit të fermave (prodhuesve), rreth 2/3 e prodhuesve me më shumë se 10 krerë dhe më shumë se gjysma e prodhuesve me më pak se dhjetë krerë kanë filluar veprimtarinë në dekadën e parë të këtij shekulli, ndërsa gjysma tjetër janë marrë me këtë veprimtari para vitit 2000, por pas këtij viti e kanë zgjeruar më tej aktivitetin e tyre.

Grumbulluesit e qumështit

Bazuar në statistikat e AUV, numri i grumbulluesve të qumështit në Rajonin e Prishtinës është 8. Bazuar në intervistat me përfaqësues të grumbulluesve në këtë rajon rezulton se roli kryesor i grumbulluesve është pikërisht grumbullimi i qumështit nga prodhuesit individualë ruralë dhe dorëzimi i sasisë së grumbulluar tek përpunuesit. Thënë kjo, grumbulluesit duket

se luajnë rolin e një ndërmjetësi midis fermerëve dhe firmave përpunuese kundrejt një përqindjeje të caktuar për ofrimin këtij shërbimi. Kështu grumbulluesit veprojnë si biznese ndërmjetëse dhe bëjnë mbledhjen e qumështit nga fermerët, organizojnë transportin dhe shitjen e sasisë së grumbulluar tek përpunuesit e qumështit. Disa qendra grumbullimi janë pjesë e fermave të mëdha të cilat çojnë/transportojnë prodhimin e tyre dhe qumështin e grumbulluar nga fermerët tjerë tek përpunuesit.

Fabrikat e përpunimit të qumështit (Përpunuesit e qumështit)-

Sipas AUVK (2016), në rajonin e Prishtinës ka gjithsej 8 përpunues dhe funksioni kryesor i tyre është përpunimi i qumështit të prodhimit të brendshëm (ferma që janë në pronësi të fabrikës përpunuese), të marrë nga pika e grumbullimit, fermat komerciale dhe prodhuesit individualë. Një funksion tjetër i përpunueseve është dhe shpërndarja e produkteve të tyre tek shitësit me pakicë (minimarketet, supermarketet, hotelet, restorantet).

Shitësit me pakicë (minimarket, supermarket) furnizohen me qumësht dhe nënprodukte të tij nga përpunuesit vendas dhe tregtarë të shumicës në rast të produkteve të importuara. Më pas këta produkte ata shesin tek konsumatorët individual dhe komercial.

Të gjithë ndërmarrjet e kësaj kategorie (tregtarë me pakicë) pjesëmarrëse në hulumtim ishin në biznese private dhe shumica e tyre janë themeluar apo kanë zgjeruar veprimtarinë e tyre në dekadën e parë të këtij shekulli. Me konkretisht, të gjitha pakt grumbulluese, përpunuesit dhe 2/3 e tregtarëve e kanë filluar veprimtarinë e tyre nga gjatë viteve 2000-2005 menjëherë pas konfliktit.

Disa karakteristika socio – demografike të kampionit

Në tabelën 5.1 jepen disa të dhëna socio – demografike të kampionit. Sikundër tregohet në tabelë pjesa më e madhe e personave të intervistuar (pronarë / menaxherë biznesi janë meshkujt (37) dhe vetëm 2 femra.

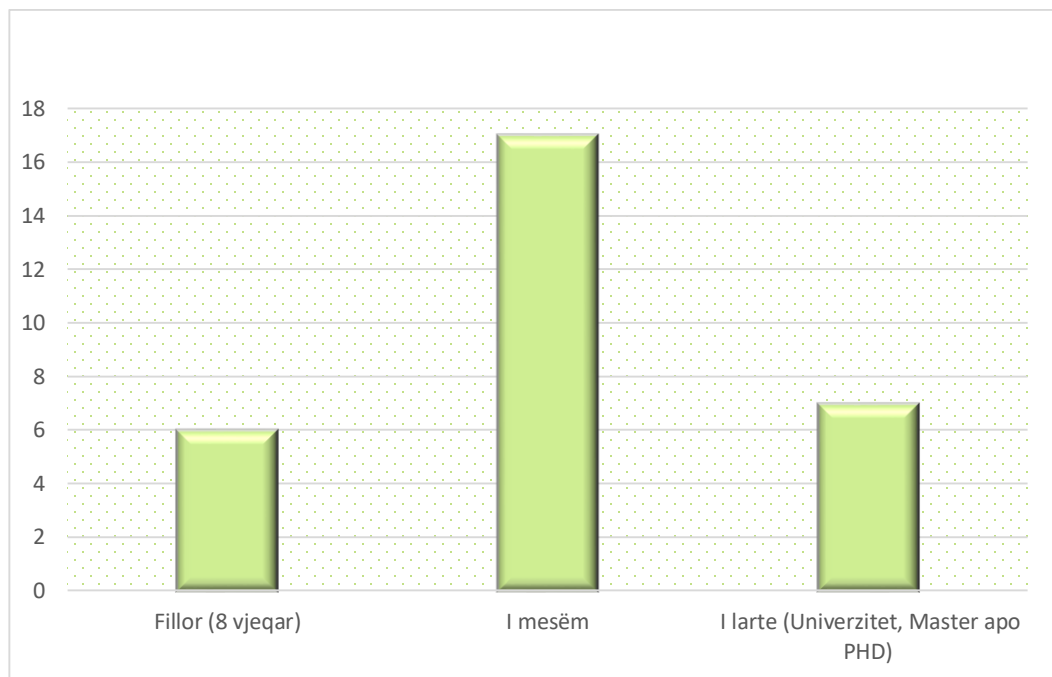
Mosha mesatare e fermerëve ishte pothuajse e njëjtë pavarësisht madhësisë së fermës dhe sillej rreth 43 vjet. Përjashtim këtu bëjnë pronarët e fermave të vogla me 1 – 2 krerë ku mosha mesatare sillej rreth 50 vjeç.

Sa i përket moshës së pronarëve të llojeve të tjera të bizneseve në përgjithësi është rreth 43 vjeç. Mosha 47 vjeçare me tepër është e shprehur te përpunuesit ku kërkohet më tepër buxhet dhe përvojë, kurse mosha më e re (32 vjeç) e pronarëve është e shprehur te tregtarët.

Tabela 5. 1 Disa karakteristika socio demografike të kampionit

Aktorët	Mosha Mesatare	Gjinia	Niveli i edukimit (Frekuuuenca)			Punëtorët		
Fermat			I Ulët (fillor)	Mesëm	I lartë	Antar të familjes	Rregull t-me pages	Sezonal
1-2	50	M	1	3	1	2-3	0	1-5
3-9	42	M	2	3	0	3-5	0	0
10-19	44	M	1	2	2	3-5	1-2	3-5
20-29.	40	M	1	4	0	5-10	1-2	3-5
30-49	37	M	1	2	2	3-5	3.5	3-6
>50	43	M	0	3	2	3-5	3.5	3-5
Prodhuesit Total	43	M	6	17	7	2-10	1-5	3-6
Grumbulluesit	47	M	0	1	2	3-6	1	1-7
Përpunuesit	47	M	0	2	1	3-5	5-15	0
Tregtarët	31	M	0	2	1	3-4	1-2	1-2

Burim: Autori



Grafiku 5. 2. Niveli i shkollimit te fermerët (bartësit). Burimi: Autori

Nga Grafiku 5.2 shihet se nga 30 Fermerët e përfshire në hulumtim, vetëm 7 prej tyre kanë të kryer bachelor, ndërsa te më shumë se gjysma niveli i edukimit është shkolla e mesme ndërkohë që 6 fermerë kishin shkollim bazë (tetë vjeçar). Fermat ishin në menaxhim të pronarëve, ndërsa vetëm 2 ferma janë të menaxhuara nga të tjerë persona jashtë familjes. Një dallim vihet re te përpunuesit të cilët në menaxhim kanë angazhuar edhe ekspertë të fushës.

Numri i punëtorëve të angazhuar në ferma është i ndryshëm sipas kategorive tyre por gjithsesi varion nga 2 deri në 12 punëtorë. E rëndësishme është të theksohet se 6 ferma deri në 10 krerë nuk kishin ndonjë punëtor tjetër me pagesë përveç anëtarëve të familjes. Ndërsa te fermat me mbi 10 krerë numri i punëtorëve të paguar sillej nga 2 deri në 5 punëtorë. Rritje e numrit të punëtorëve sezonal është vërejtur veçanërisht tek fermat e mëdha me më shumë se 20 krerë kanë përgjithësisht 6 -7 punëtorë sezonal (Tabela 5.1).

Teknologjia në zinxhirin e furnizimit

Sa i përket pajisjeve të nevojshme në fermë (frigoriferë, makina për mjelje dhe padisje të tjera për prodhimin dhe përpunimin e qumështit, shumica deklaruan se kishin makina për mjelje dhe pajisje të nevojshme në fermë, ndërsa 7 fermerë nuk kishin fare makina mjelëse. Gjithsesi një pjesë e vogël e fermerëve të intervistuar raportojnë se pajisjet në zotërim janë të reja dhe bashkëkohore. Përsa i përket teknologjisë, fermat e vogla me 1-2 krerë nuk disponojnë pajisje dhe e gjithë puna kryhet në mënyrë mekanike, ndërsa më shumë se te gjysma e fermave me më shumë se 3 krerë, gjysma e teknologjisë së përdorur është modernë.

Pikat grumbulluese dhe ato të përpunimit duket se qëndrojnë më mirë sa i takon teknologjisë në dispozicion (p.sh. pajisje ftohëse e të tjera) për përpunim dhe ruajtje të qumështit dhe nënprodukteve të tij. Megjithatë, rreth 30% e pajisjeve të tyre janë të vjetërsuara dhe kanë nevojë për mirëmbajtje apo zëvendësim, gjë që paraqet shpenzime të konsiderueshme për ta. Destinacioni i mjeteve financiare të shpenzuara për zhvillimin e veprimtarisë nga ana e fermerëve është paraqitur në tabelën e mëposhtme.

Tabela 5. 2 Destinacioni i shpenzimeve në fermë

Destinacioni i shpenzimeve	Fermerë
Objekti i magazinimit	13
Objekti i përpunimit	5
Lope qumështore	30
Kultura foragjere	17
Ushqim me cilësi të lartë/blerje	16
Punëtorë	11
Shërbime veterinare 1 herë në vit	5
Shërbime veterinare disa herë në vit	25

Burimi: Autori

Shuma e mjeteve financiare të shpenzuara në fermë varësisht nga madhësia e fermës varion nga 500 – 25,000 Euro. Mjete financiare për objektet e magazinimit, objektet e përpunimit dhe ushqim të kafshëve kanë shpenzuar rreth gjysma e fermerëve kurse për pajisje të përpunimit janë deklaruar se kanë investuar një numër i vogël i fermerëve. Shumica e fermerëve kanë kërkuar shërbime veterinare disa herë në vit.

Ushqimi i kafshëve siç shihet në tabelën e mësipërme është pjesë e shpenzimeve të fermës. Sikundër raportohet nga fermerët e intervistuar aj përbën një shpenzim të madh pasi kostoja e tij është 1.8 – 2 Euro për lopë në ditë. Shumë prej tyre raportojnë se nuk mund të prodhojnë sasi të mjaftueshme të kulturave foragjere dhe ushqim të cilësisë së lartë brenda në fermë. Me këtë pjesë të ushqimit ata furnizohen nga prodhues të ushqimit jashtë fermës në mënyrë direkte dhe/ose përmes agjentëve tregtarë.

5.2 Prodhimtaria e qumështit dhe përdorimi i tij

Fermt objekt i kësaj pjese të hulumtimit kishin si aktivitet kryesor prodhimin e qumështit të lopës dhe atë të prodhimit të ushqimit për kafshë pavarësisht se angazhoheshin dhe në prodhimin e produkteve bujqësore (kryesisht fermt me deri në 10 lopë qumështore). Po ashtu prodhimin e qumështit e bënin edhe disa nga pikat grumbulluese dhe përpunuesit, që përveç prodhimtarisë së tyre primare, ato zotëronin edhe ferma për prodhimin e qumështit. Sa për ilustrim, kemi rastin e fabrikës së përpunimit (Euroлона), që përveç përpunimit bënin grumbullimin e 80% qumështit nga 52 ferma, ndërsa 20% të qumështit ishte prodhim i brendshëm (tabela.5.3).

Tabela 5.3 Fabrika e Përpunimit “Euroлона”

Qumështi/Produkteve të Qumështit	Sasia litër/ditë	Çmimi mesatar i shitjes për njësi Euro/l(kg)
Furnizimi me qumësht nga fermt/pika grumbulluese	5000	0.28
Prodhimi i brendshëm	1000	0.0
Qumësht i Pasterizuar	2000	0.45
Jogurt	1500	0.55
Djathë – djathë i butë	1000	2.80
Krem- kajmak ose maze	1000	2.20
Ajron	300	0.40
Tjetër	200	

Burimi: Autori

Një trend pozitiv në rritjen e sasisë së qumështit është vërejtur te shumica e prodhueseve të intervistuar. Përfundim ishte rasti me fabrikën përpunuese “Euroлона”, që kishte një rënie të prodhimtarisë së qumështit në krahasim me vitin paraardhës. Gjithsesi kjo kompani kishte rritje të sasisë së qumështit të grumbulluar nga prodhuesit dhe pikat grumbulluese.

Shumica e kompanive grumbulluese dhe përpunuese nuk punojnë me kapacitet të plotë (shfrytëzojnë 60% të kapacitetit) dhe 2 kompani shfrytëzonin kapacitetin e tyre në masën 80 - 100%. Shumica e pikave grumbulluese dhe fabrikave të përpunimit, rreth 25% të qumështit e sigurojnë nga prodhim i brendshëm nga fermat e zotëruara . Numri i furnizuesve me qumësht për këta operatorë (grumbullues / përpunues) është i ndryshëm. Te pikat grumbulluese numri i furnizuesve (fermerë) varion nga 21-30, kurse tek përpunuesit furnizoheshin nga 11-20 pika grumbulluese, respektivisht deri në 52, kur furnizimi behet direkt nga prodhues (fermerë). Kurse sa i përket tregtarëve furnizimi bëhet nga përpunuesit të cilët tashmë zotërojnë dhe markat e tyre për produktin.

Qumështi për vlerat e tij është burim i rëndësishëm ushqimi dhe zë vend të rëndësishëm në tryezën kosovare. Cilësia, freskia, origjinaliteti dhe burimi i prodhuesit dhe përpunuesit të qumështi vlerësohet dhe kërkohet nga konsumatori. Rezultatet e hulumtimit tregojnë se qumështi i prodhuar në fermë përdoret për konsum të brendshëm, për përpunim të brendshëm dhe për shitje. Pothuajse, të gjithë prodhuesit e intervistuar në rajonin e Prishtinës kanë deklaruar se një sasi të qumështit të prodhuar e përdorin për konsum të brendshëm. Sasia e përdorimit ishte e ndryshme varësisht nga madhësia e fermës. Fermat e vogla deri në 2 krerë pothuaj të shumicën e qumësht të prodhuar e përdornin për konsum familjar, ndërsa pjesën tjetër e shesin (derë në derë, treg të gjelbër). Te fermat me më shumë se tre krerë konsumi i brendshëm (familje/fermë) sillet 0-20%, më shumë se gjysma e fermerëve që ka marrë pjesë në këtë hulumtim për tregtimin e prodhimit përdorin pikat grumbulluese/përpunuesit, ndërsa pjesa tjetër e fermerëve për shitjen e produktit të tyre përdorin tregje të ndryshme (tregu i gjelbër , derë në derë, tregtar të pa licencuar, shtëpi). Karakteristik që vlen të theksohet është se 8 nga 30 fermerët e intervistuar deklarojnë se përdorin më shumë se një treg për shitjen e

produktit të tyre. Sa i përket eksportit të qumështit, karakteristikë është se asnjëri prej tyre nuk deklaroi të eksportoje qumësht ose nënprodukte të tij (Tabela 5.4).

Tabela 5. 4 Përdorimi i qumështit të prodhuar (frekuenca/ përqindje)

Konsumi / Vendi i shitjes		. Madhësia e Fermës						Total Nr.
		1-2	3-9	20-29	10-19	30-49	50+	
Përqindja e total prodhimit të konsumuar në familje/fermë?	0-20%	1	5	5	5	5	5	26
	20-60%	1	0	0	0	0	0	1
	60-100%	3	0	0	0	0	0	3
Total		5	5	5	5	5	5	5
Te tregtarët e pa licencuar		0	0	0	1	0	0	1
Dere në dere (Shtëpi)		1	1	1	2	0	0	5
Tregun e Gjellbër		1	2	1	0	0	0	3
Pika Grumbulluese/Përpunuesit		0	4	2	2	3	4	16
Eksportim		0	0	0	0	0	0	0
Tjetër/ndryshme		3	1	1	0	2	1	8
Total		5	5	5	5	5	5	30

Burimi: Autori

Mënyra e shitjes

Shitja e qumështit nga ana e fermerëve të përfshirë në hulumtim bëhet në mënyrë direkte dhe me ndërmjetësues. Më shumë se gjysma e fermerëve të intervistuar deklarohen se përdornin vetëm mënyrën direkte (pa ndërmjetësues-agjent) për të shitur qumështin dhe produktet e tyre të qumështit në tregun e gjellbër, pika grumbulluese ose përpunues ndërsa më pakë se gjysma deklarohen se përdorin edhe mënyrën direkte dhe me ndërmjetësues.

Nga hulumtimi rezulton se fermat me mbi 9 krerë lopë janë të orientuara drejt pikave grumbulluese dhe përpunuesit e jo në format tjera të shitjes si treg i gjelbër apo shitje derë më derë siç është rasti te fermat e vogla.

Në pyetjen se a keni probleme të tjera me shitjen e qumështit, 1/3 e të intervistuarave kanë deklaruar se kanë vështirësi me shitjen e të gjithë sasisë së qumështit të prodhuar dhe kjo sipas tyre vinte kryesisht për shkak të çmimeve të ulëta, vonesave në pagesa pa ndonjë arsye objektive si dhe mungesa e pikave të grumbullimit në zonat e ku janë të lokalizuara këto ferma.

Për pikat grumbulluese dhe përpunuesit cilësia e qumështit dhe transporti ishin problemet kryesore. Problem tjetër ishte edhe mënyra e lidhjes (kontrata) ndërmjet blerëseve dhe shitësve të qumështit dhe nënprodukteve të tij. Mungesa e kontratave bën që të mos garantohet shitja e gjithë sasisë në dispozicion.

5.3 Shpërndarja e qumështit

Shpërndarja / dorëzimi i qumështit, grumullim dhe testimi i tij

Organizimi i transportit (shpërndarjes) së qumështit bëhet nga blerësi ose prodhuesi, varësisht nga madhësia e fermës dhe vendi i shitjes së qumështit. Fermat me madhësi të vogël dhe ato ferma që e shesin qumështin në mënyrë direkte në tregun e gjelbër dhe/ose derë më derë (në shtëpi), transporti është i organizuar nga vetë prodhuesi (Fermeri). Fermat me kapacitet më të madh prodhimi, ua shesin produktin e tyre pikave grumbulluese apo përpunuesve dhe transporti organizohet nga këta të fundit (blerësi). Transporti i qumështit nga pika grumbulluese te përpunuesi është përgjegjësi e grumbulluesve. Ndërsa transporti i qumështit nga përpunuesi tek tregtarët e çdo lloji është përgjegjësi e përpunuesit.

Grumbullimi i qumështit bëhet kryesisht mbi bazë ditore përveç rasteve kur ekzistojnë distanca të konsiderueshme midis prodhuesit dhe grumbulluesit dhe/ose kur madhësia fermës e bën të pamundur zbatimin e këtij rregulli. Nëse ky është rasti atëherë grumbullimi bëhet një herë në 2 ditë. Ndërkohë, shpërndarja e qumështit te tregtarët varet nga kërkesat e këtyre të fundit. Testimi për cilësinë bëhet në kohën e grumbullimit nga ferma dhe dorëzimit nga grumbulluesi te përpunuesi. Problemet e deklaruar nga të intervistuarit në lidhje me grumbullimin janë:

- ✓ Numër i madh i fermave me prodhimtari të ulët
- ✓ Vendndodhja e fermave në distanca të largëta nga grumbulluesi (70% Rajonale);
- ✓ Kostoja e lartë e grumbullimit të qumështit;
- ✓ Mungesa e pajisjeve ftohëse për ruajtjen e qumështit;
- ✓ Mungesa e kontratave formale.

5.4 Lidhjet/marrëveshjet kontraktuale

Marrëveshjet formale janë të rëndësishme në zhvillimin e bizneseve dhe shërbejnë si garanci për një furnizim të qëndrueshëm. Në këtë aspekt, lidhjet midis prodhuesve me blerësve paraqiten në forma të ndryshme (kontratë e shkruar, gojore dhe shitje pa kontratë) siç shihet dhe në tabelën 5.5.

Tabela 5. 5 Format e marrëveshjeve midis prodhuesve dhe blerësve të qumështit

Lloje e marrëveshjeve	Frequency
Kontrata	12
Marrëveshje gojore	16
Pa kontratë apo marrëveshje	2
Total	30

Burimi: Autori

Rezultatet hulumtimit tregojnë se më pak se gjysma e fermave të intervistuar (40%) kanë kontrata formale. 16 fermerë deklarojnë se shesin produktet e tyre bazuar në një marrëveshje gojore e cila tek e fundit nuk ka peshë ligjore. Kjo konfirmohet dhe nga grumbulluesit dhe përpunueseve cilët nga ana e tyre deklarojnë se nuk kanë marrëveshje formale as me blerësin dhe as me shitësit e qumështit. Të intervistuarit deklarojnë se është më e lehtë të punohet pa kontratë apo se ka vështirësi në hartimin e kontratës për shkak të pamundësisë së negocimit të kontratës. Kjo e fundit është mëse e vërtetë për fermerët pasi vetë ata deklarojnë se nuk u jepet asnjë mundësi për të negociuar kontratën. Për më tepër që në shumicën e rasteve ajo (kontrata) është afatshkurtër e shumta deri në 4 sezone (4 -12 muaj).

Pika më problematike që fermerët të nënshkruajnë një kontratë formale me grumbulluesit është çmimi që këta të fundit u ofrojnë atyre. Ndërsa përsa i përket nënshkrimit të kontratave midis grumbulluesve dhe përpunuesve përveç çmimit një çështje tjetër me rëndësi dhe problematike është cilësia e produktit.

Partneriteti i ngushtë furnizues - klient, lidhja e marrëveshjeve/kontratave formale, dhe integrimin vertikal janë faktor të rëndësishëm në menaxhimin e zinxhirit të furnizimit. Bazuar në rezultatet e punimit del se në përgjithësi fermerët e përfshirë në hulumtim nuk janë të kënaqur për çështjet që kanë të bëjnë me marrëveshjet/kontratat formale dhe integrimin vertikal. Vetëm 5 nga fermerët e intervistuar e konsiderojnë veten të suksesshëm për sa i përket pozitive të tyre në zinxhirin e furnizimit.

Bashkëpunimi në industrinë e qumështit

Një bashkëpunim më i mirë ndërmjet përpunuesve mund të ndihmojë në tejkalimin e disa prej problemeve me të cilat ata ndeshen gjatë zhvillimit e veprimtarisë së tyre.

Rezultatet e hulumtimit kanë treguar se në zinxhirin e furnizimit bashkëpunohet horizontalisht p.sh. investime të përbashkëta për blerjen e pajisjeve, këshillim profesionale trajnime të punëtorëve e të tjera. Gjithsesi më i theksuar ky bashkëpunim është në këshillimin profesional dhe trajnimin e punëtorëve. Shkëmbimi i këshillave profesionale realizohet përmes takimeve direkt të organizuara nga shoqata e prodhuesve ku janë të anëtarësuar më shumë se 30% e përpunueseve dhe prodhuesve apo online dhe nëpërmjet telefonit. Sipas tyre, këto forma bashkëpunimi ndihmojnë aktorët e pozicionuar në të njëjtin nivel në zinxhirin e furnizimit të rrisin fuqinë e tyre negociuese, nxisin integrimin vertikal në zinxhir, përmirësojnë cilësinë e produkteve dhe ndikojnë në përmirësimin e marrëdhënieve në përgjithësi. Nga ana tjetër, përpunuesit e mëdhenj të intervistuar raportojnë se tashmë kanë forcuar më shumë bashkëpunimin me fermerët dhe kanë zhvilluar marrëdhënie më të mira me tregtarët. Ndërmarrjet e vogla bashkëpunojnë pak ose aspak për shkak se nuk besojnë se mund të kenë ndonjë përfitim. Këto ndërmarrje raportojnë se shkak për këtë nivel të ulët bashkëpunimi është mos realizimi në kohë i pagesave për produktet.

Me gjithë kontributin e madh të shoqatave në informimin e pjesëmarrëseve në zinxhir rreth subvencioneve, përfaqësuesit e fermave të vogla të intervistuar janë të mendimit se nga këto shoqata pritet të bëjnë shumë më shumë në drejtim të përmirësimit të bashkëpunimit duke u dhënë më shumë mundësi fermerëve të transferojnë prodhimin në zinxhir e të arrijnë kontrata të volitshme çka do t'u garantonte atyre shitjen e prodhimit, çmimin dhe nxiste marketingun e produkteve të tyre.

Subvencionet, pagesat direkte, grantet për zhvillimin e industrisë së qumështit në Rajonin e Prishtinës

Bujqësia është sektor i rëndësishëm dhe zhvillimi i saj është në të mirë të të gjithë popullsisë dhe ekonomisë së një vendi. Në mënyrë që vendi mos të mbështetet në burimet e ushqimit nga jashtë, shumë shtete si Evropa dhe USA shpenzojnë biliona në zhvillimin e bujqësisë. Një pjesë e madhe e këtyre fondeve jepen në formë subvencionesh direkte për fermerët në mënyrë që ata të disponojnë mjetet e nevojshme për zhvillimin e aktivitetit dhe të mbulojnë shpenzimet e nevojshme në fermë duke patur parasysh natyrën biologjike të prodhimit bujqësor e blegtoral. Më poshtë po paraqesim disa rezultate sa i takon subvencionimit të fermerëve pjesë e zinxhirit të furnizimit në industrinë e qumështit p.sh. niveli i subvencioneve, kriteret për aplikim, përfitimet si dhe efekti i tyre në zhvillimin e biznesit të tyre.

Fermerët e intervistuar raportojnë se janë të mirë informuar mbi subvencione / pagesat direkt kryesisht përmes shërbimeve këshillimore komunale por edhe nëpërmjet broshurave të publikuara nga MBPZHR apo media e shkruar dhe ajo elektronike. Ata deklarojnë se kanë aplikuar për subvencione kryesisht për pagesa direkte për lopë dhe bullica qumështore dhe disa prej tyre dhe për grante të MBPZHR. Ata e cilësojnë aplikimin si jo të lehtë pasi kriteret e vendosura nuk janë të drejta. Si vështirësi gjatë aplikimit për subvencione / pagesa direkt dhe grante përmenden: burokracia, matrikulimi dhe transparenca. Aplikuesit të cilët i kanë plotësuar kriteret kanë deklaruar se kanë përfituar nga pagesat direkt për lopë ndërkohë që 4 prej tyre ishin përfitues të pagesave direktet për qumësht sipas cilësisë. Gjithsesi, shuma e përfituar nga subvencionet dhe grantet konsiderohet jo e mjaftueshme pasi nuk ka pasur efekt në rritjen e produktivitetit, cilësisë dhe punësimit. Prandaj, përveç subvencionimit si

mbështetje e nevojshme për të gjithë pjesëmarrësit në intervista konsiderohet qasja në kredi afatgjatë. Nga ana tjetër më shumë mbështetje fermerë kërkojnë përsa i përket shërbimeve veterinare, sigurisë ushqimore dhe standardeve të higjienës. Përpunuesit nga ana e tyre kërkojnë mbështetje në drejtim të marketingut, mbrojtje nga produktet e importit dhe tregu i gjelbër i pa kontrolluar.

5.5 Strategjia e zhvillimit

Për të qenë i suksesshëm dhe për të garantuar zhvillim të qëndrueshëm, një biznes përveç se duhet të zotërojë fondet dhe aftësitë menaxheriale të nevojshme duhet të zotërojë dhe aftësi strategjike për të përmbushur objektivat e përcaktuara. Bazuar në rezultatet e marra nga hulumtimi “Strategjitë në zhvillimin e industrisë së qumështit (Berbatovci, 2018)” mbi llojet e strategjive të përdorura dhe nivelin e zbatimit të tyre nga kompanitë që operojnë në industrinë e qumështit. del se shumica e pjesëmarrësve i kushtojnë më shumë vëmendje strategjisë së operimit në zinxhirin e furnizimit. Megjithatë, shumica e kompanive varësisht nga madhësia nuk kishin plan të përgatitur me shkrim në lidhje me të. Mungesa e planit strategjik për operim si pjesë e zinxhirit të furnizimit është rezultat i faktorëve të tillë si madhësia e kompanisë, niveli i ulët i arsimit të pronarëve dhe buxheti i vogël në dispozicion për këtë qëllim. Jo vetëm fermerët por as grumbulluesit e tregtarët nuk e kanë personin apo strukturën e duhur për këtë qëllim brenda kompanisë së tyre. Te shumica e kompanive që operojnë në këtë sektor strategjitë hartohen nga menaxherët dhe/ose pronarët që në njëjtën kohë janë edhe menaxherë të kompanisë në fjalë. Në këtë drejtim, situata paraqitet më e mirë tek përpunuesit. Duket se disa prej tyre angazhojnë ekspertë për të hartuar strategji operimi në zinxhirin e furnizimit. Për të fituar avantazh konkurrues në treg kompanitë e angazhuara

në sektor (fermerët, pikat e grumbullimit, dhe përpunuesit) duhet të bazohen më së shumti tek çmimet e më pas te cilësia e produktit.

Sa i përket planit strategjik për 3 vitet e ardhshme, shumë prej bizneseve të intervistuar raportojnë se planifikojnë të zgjerojnë gamën e produkteve, të rrisin shkallën e prodhimit, të përmirësojnë reputacionin në tregun vendas e pse jo dhe të huaj dhe teknologjinë. Ata raportojnë se për të realizuar planin e tyre strategjik është e nevojshme të ndërmerren një sërë masash në drejtim të aksesit në trajnime, edukim profesional dhe fondeve. Masa janë të nevojshme të ndërmerren dhe në drejtim të infrastrukturës dhe zgjerimit të bashkëpunimit midis aktorëve në zinxhirin e furnizimit (Berbatovci, 2018).

5.6 Analiza SWOT

Tabela 5. 6 SWOT Analiza në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit në rajonin e Prishtinës

AKTORËT	FUQITË
Fermer (Prodhues)	- Tradita familjare dhe përvoja në blegtori. - Përmirësimet e vazhdueshme të racës - Ndryshim pozitiv në strukturën e fermave, rritje e prodhimtarisë dhe madhësisë së fermave - Përmirësim i cilësisë
Përpunuesit/ Grumbulluesit	- Tradita familjare dhe përvoja në grumbullim/përpunim. - Mosha e re punëtorëve të angazhuar në sektor - Sistem funksional i kontrollimit të cilësisë së qumështit - Diversiteti i produktit - Imazh i mirë i këtij sektori - Kapacitete të larta të grumbullimit/përpunimit
Tregtar	- Përvoja në biznes tregtar (standard i mirë) të shërbimit - Imazh i mirë i këtij sektori - Gamë të mirë të produkteve - Mosha e re e punëtore

Analiza SWOT

DOBËSITË	
Fermer (prodhues)	- Madhësia relativisht e vogël e fermës në pjesën më të madhe të rasteve - Vështirësi në rekrutimin e të rinjve për të punuar në ferma (imazh jo i mirë) - Bashkëpunimi horizontal i dobët ndërmjet fermave - Buxheti i kufizuar i fermës - Mungesa e objekteve ftohëse në ferma - Kapacitete të ulëta të prodhimit - Mungesa e marrëveshjeve/kontratave formale - Mungesa e teknologjisë - Mungesa e njohurive mbi strategjitë e biznesit - Plotësimi kërkesave të BE për sigurinë ushqimore (cilësi, higjienë)
Përpunuesit/ Grumbulluesit	- Bashkëpunimi horizontal i dobët ndërmjet përpunuesve/grumbulluesve - Mungesa e marrëveshjeve/kontratave formale - Mungesa e njohurive mbi teknologjitë e reja - Mungesa e njohurive mbi strategjitë e biznesit - Mos angazhimi i ekspertëve të marketingut
Tregtar	- Bashkëpunimi horizontal i dobët - Mungesa e marrëveshjeve/kontratave formale - Preferenca në sektorin e tregtisë për furnizim me produkteve të lira të importuara. - Mungesa e njohurive mbi strategjitë e biznesit - Mos angazhimi i ekspertëve të marketingut

MUNDËSITË	
Fermer (prodhues)	- Marrëveshjet e Tregtisë së Lirë - Kërkesa e lartë për produktet e qumështit - Përmirësimi i infrastrukturës rrugore - Rritja e promovimit të kuzhinës lokale me produkte qumështore të vendit - Rritja e ndihmës qeveritare për sektorin e qumështit - Rritje në të ardhurat e konsumatorëve - Livadhe natyrore dhe kullota falas - Rritja e tregut lokal (brendshëm) - Mundësi për punësim - Pagesat sipas cilësisë së qumështit - Fuqia punëtore e re dhe me kosto të ulët
Përpunuesit/ Grumbulluesit	- Marrëveshjet e Tregtisë së Lirë - Kërkesa e lartë për produktet e qumështit - Përmirësimi i infrastrukturës rrugore. - Rritje e vizitorëve nga diaspora gjatë sezonit të verës - Rritja e promovimit të kuzhinës lokale me produkte qumështore të vendit - Rritja e ndihmës qeveritare për sektorin e qumështit - Rritja e të ardhurave të konsumatorit - Rritja e tregut lokal (brendshëm) - Mundësi për punësimi - Mundësi për zgjerimin e tregut - Mundësi për zgjerim me produkte vendore
Tregtarët	- Marrëveshjet e tregtisë së lirë - Kërkesa e lartë për produktet e qumështit - Të ardhurat në rritje të konsumatorëve - Rritje e vizitorëve nga diaspora gjatë sezonit të verës - Rritja e tregut lokal (brendshëm) - Mundësi për punësim - Mundësi për zgjerimin e tregut

Analiza SWOT

Kërcënimet	
Fermer (Prodhues)	- Produkte të importuara të lira - Kuadri ligjor i pamjaftueshëm/i pazbatueshëm - Paqëndrueshmëria politike - Infrastruktura (Energjia Elektrike) - Interesimi i vogël të rinjtë për të punuar në sektorin e prodhimit - Vështirësi në qasjen e kredive bankare - Interesi i lartë i kredive - Çmimi i lartë i lëndëve djegëse - Largimi i popullsisë nga zonat rurale - Fuqia dominante e përpunueseve dhe tregtarëve në negociim - Mungesa e investimeve të huaja - Mënyra e pagesës
Përpunuesit /Grumbullues	- Tregu i gjelbër (i pa kontrolluar) - Produkte të importuara të lira - Kuadri ligjor i pamjaftueshëm/pazbatueshëm - Paqëndrueshmëria politike - Furnizuesit e qumështit me kapacitete të ulët - Infrastruktura (Energjia Elektrike) - Vështirësi në qasjen e kredive bankare - Interesi i lartë i kredive - Çmimi i lartë i lëndëve djegëse - Mungesa e investimeve të huaja - Të ardhura të ulëta në vend - Preferenca në sektorin e tregtisë për furnizim me produkte të lira të importuara - Besueshmëria e konsumatorëve ndaj produkteve vendase - Mënyra e pagesës
Tregtar	- Tregu i gjelbër i (pa kontrolluar) - Kuadri ligjor i pamjaftueshëm/pazbatueshëm - Paqëndrueshmëria politike - Infrastruktura (Energjia Elektrike) - Interesi i lartë i kredive - Vështirësi në qasjen e kredive bankare - Konsumatorë me të ardhura të ulëta - Mungesa e investimeve të huaja - Besueshmëria e konsumatorëve ndaj produkteve vendase

Burimi: Autori

Numri i madh i vizitorëve nga diaspora rrit konsumin e produkteve vendore dhe është një mundësi që kanë operatorët për t'u fokusuar pse jo dhe tek produkti organik..

Mosha e re e popullsisë është një element i fuqishëm për zhvillimin e këtij sektori. Popullsia prej 1 milion e 800 mijë banorë me moshë mesatare 30 vjeç, ku mbi 60% e saj jeton në zonat rurale paraqet një burim të rëndësishëm të fuqisë punëtore e mundësi për t'u angazhuar në sektorin bujqësor dhe blegtoral.

Zbatimi i një skeme të re të pagesave të bazuar në katër tregues të cilësisë, pagesat direkte për lopë qumështore si dhe format tjera të përkrahjes kanë ndikuar në zhvillimin e fermave komerciale dhe rritjen e prodhimtarisë së qumështit.

Shfrytëzimi i sipërfaqeve të konsiderueshme të kullotave të përbashkëta nga më tepër se gjysma e fermerëve krijon potencial për rritjen e ndjeshme të produktivitetit në blegtori në përgjithësi dhe në sektorin e qumështit në veçanti.

Tradita familjare në blegtori paraqitet si një pikë e fortë për të gjithë operatorët në zinxhir pasi krijohet njëkohësisht mundësia që njohuritë e fituara nga përvoja të përcillen nga njëra gjeneratë te tjetra. Pjesa dërrmuese e të intervistuarve tregojnë se tashmë kanë një trashëgimtar të cilin e trajnojnë dhe/ose e angazhojnë çka garanton në një farë mënyre dhe vazhdimësinë e biznesit të tyre.

Madhësia përgjithësisht e vogël e fermës sjell nivele të ulëta të prodhimtarisë dhe pamundësi integrimi në zinxhirin e furnizimit të qumështit duke ngadalësuar kështu zhvillimin e sektorit të qumështit në Kosovë. Nga ana tjetër, fragmentizimi i tokës (ndarja e saj në parcela të vogla) rrit koston e prodhimit të ushqimit për kafshë dhe kufizon prodhimtarinë e qumështit. Nivele të ulëta të furnizimeve dhe kosto të lartë, sidomos të ushqimit të koncentruar si misri, himet e grurit, mineralet, vitaminat, raportohen nga shumica e prodhuesve.

Përmirësimi i cilësisë së ushqimit ndikon pozitivisht në shëndetin e kafshëve, prodhimtari dhe kualitetin e qumështit. Privatizimi i tokave, qartësimi i pronësisë mbi tokën bujqësore dhe mbrojtja e tyre nga fenomeni i ndërrimit të destinacionit në përdorimin e tyre dhe përmirësimi i tregut të tokës janë disa nga parakushtet për zhvillimin e industrisë së qumështit.

Mungesa e njohurive mbi teknologjitë e përdorura në sektorin e përpunimit vjen pjesërisht si rezultat i mungesës së teknologëve të ushqimit të mirëarsimuar si dhe pjesërisht si pasojë e mungesës së përvojës së teknologëve ekzistues. Po ashtu vërehet edhe mungesa e ekspertëve të marketingut për hartimin e strategjive. Kjo është sidomos e evidente te bizneset e vogla meqë buxhetet e tyre janë të kufizuara. Formulimi i strategjive të marketingut të produkteve nga ekspertë të fushës do të ndikonte në krijimin e avantazhit konkurrues kundrejt produkteve të shitura në tregun e gjelbër dhe atyre të importit. Këto të fundit paraqesin një kërcënim serioz për të gjithë operatorët në zinxhirin e furnizimit.

Mundësi tjetër për sektorin e qumështi është *përmirësimi i racave*. Kjo do të ndikonte pozitivisht në prodhimtari por njëkohësisht do të krijonte më shumë mundësi për shfrytëzimin më të mirë të kapaciteteve nga ana e grumbulluesve dhe përpunuesve. Deri më tani ata raportojnë se shfrytëzojnë vetëm 50% të kapacitetit të tyre.

Ndihma e shtetit në *mbështetje të bujqësisë e blegtorisë përmes subvencioneve*, pagesave direkte dhe granteve është rritur krahasuar me dekadën e parë. Këto ndihma a subvencione kanë synuar lehtësimin e tregtisë së qumështit, rritjen e sasisë së qarkulluar (komercializuar) dhe përmirësimin cilësisë. Por, pavarësisht kësaj, shumë prej të intervistuarve deklarojnë se këto subvencione janë në shuma të vogla dhe si të tilla nuk janë të mjaftueshme për

përmirësimin e infrastrukturës, racave, strukturën e fermës, cilësinë e produktit. Për më tepër mungon transparenca dhe ka shumë burokraci në procesin e aplikimit për këto fonde.

Infrastruktura rrugore sipas intervistave të realizuara me prodhuesit ka një përmirësim. Një pjesë e mirë e të intervistuarve e konsiderojnë si të mirë dhe shumë të mirë infrastrukturën rrugore rreth fermës së tyre. Ky përmirësim ndikon pozitivisht në funksionimin e zinxhirit të furnizimit. Megjithatë, bërja funksionale e transportit hekurudhor do të jetë një hap i madh pozitiv për mirëfunksionimin e zinxhirit të furnizimit.

Deponimi i mbeturinave në fermë, ndërprerjet e shpeshta të energjisë elektrike (deri 5 herë në javë) janë pengesë për zhvillimin normal të bizneseve.

Sëmundjet e kafshëve – shfaqja e epidemive dhe ulja e potencialit gjenetik mund të jetë një kërcënim i rëndësishëm për prodhimin e qumështit sot dhe në të ardhmen. Sipas deklarimeve të fermerëve gjatë një viti mund të kërkohen deri në katër shërbime veterinarë për çdo krerë çka rrit në mënyrë të konsiderueshme koston e prodhimit të qumështit.

Në industrinë e qumështit mungojnë Investimet e Huaja Direkte (IHD). Mungesa e fermave të mëdha, niveli i ulët i disponueshmërisë dhe fragmentizimit të tokës bujqësore janë padyshim (ndër të tjera) faktorë frenues për investitorët e huaj. Bazuar në analizën e të dhënave nga intervistat me aktorë të ndryshëm në zinxhirin e furnizimit, pothuajse i gjithë prodhimi shkon për tregun e brendshëm dhe nuk eksportohet. Nxitja e eksporteve në sektor drejt vendeve të rajonit e BE-së është e lidhur me një sërë faktorësh që nga niveli i prodhimit e cilësia e deri tek bashkëpunimi më efektiv ndërmjet operatorëve dhe përkrahja me mekanizmat e duhur nga ana e shtetit. Ndërhyrja në drejtim të gjithë këtyre aspekteve rrit konkurrueshmërinë e krijon më shumë mundësi për tregtimin e qumështit dhe nënprodukteve

të tij përtej kufijve kombëtarë. Kështu përmirësimi i bilancit tregtar do të sillte dhe uljen e importeve si kërcënim për industrinë e qumështit në vend.

Kërcënim tjetër për bizneset pjesëmarrëse në zinxhirin e furnizimit paraqet edhe tregu i gjelbër ku shumica e prodhuesve të vegjël që shesin aty nuk janë të licencuar. Këta prodhues shesin qumësht të papërpunuar jashtë normave të përcaktuara dhe produkte qumështore si djath i bardhë, të paketuara dhe të transportuara në mënyrë jo të përshtatshme. Këta elementë bëjnë që produktet në fjalë të paraqesin rrezik për konsumatorët dhe krijojnë kushtet për zhvillimin e konkurrencës së pandershme.

6 KAPITULLI VI: ANALIZA SASIORE DHE MODELET EKONOMETRIKE

Në këtë kapitull janë përdorur metodat statistikore ekonometrike për realizimin e objektivave studimore që ngre ky punim duke përdorur modelet regressive lineare dhe logjistike për testimin e hipotezave statistikore. Përpunimi i të dhënave të siguruara me anë të instrumentit të shqyrtuar në kapitullin e katërt, është realizuar me metodat e statistikës deskriptive dhe inferenciale, duke plotësuar në tërësi metodat e mirënjohura të tipit shkak-pasojë. Konkretisht, lidhjet shkak-pasojë midis variablave të studimit janë konkluduar me anë të interpretimit të rezultateve të lidhjeve statistikore (korrelacioneve bivariate) dhe ekuacioneve ekonometrike të tipit regresion linear dhe regresion logjistik duke ndërtuar me anë të tyre modele statistikore. Analiza e regresionit “teston fortësinë statistikore të modelit tonë” (Parramore & Watsham, 1997, p. 188). Për vlerësimin e koeficienteve të modeleve lineare dhe regressive, është përdorur metoda "Ordinary Least Squares" (OLS). Sipas Studenmud “Një koeficient multivariant regresioni tregon ndryshimin që pritet të pësoj vlera e variablit të varur kur rritet me një njësi vlera e një variabli të pavarur, duke mbajtur variablat e tjerë të pavarur konstant” (Studenmud 2011, p.40). Koeficientet e Korrelacioneve bivariate (PCC=Pearson Correlation Coefficient) midis variablave që janë përdorur në testimin e hipotezës H1 janë vlerësuar me anë të software-it SPSS v.21.

Lidhjet statistikore janë konkluduar me anë të koeficienteve PCC (Pearson correlation coefficient) të cilët shprehin nivelin e marrëdhënies jofunksionale me dy drejtime ndërmjet dy variablave. Lidhjet midis variablave janë më të forta nëse $|PCC|$ është më afër vlerës 1. “Vlerat negative të koeficienteve PCC tregojnë se vlerat e variablave zhvillohen (ndryshojnë)

në kahe të kundërta, ndërsa vlerat pozitive tregojnë se ato zhvillohen në kahe të njëjta” (Nian Shong Chok, 2010, f 4).

6.1 Varësia e mënyrës të shitjes së qumështit nga madhësia e fermës dhe çmimi i tregut

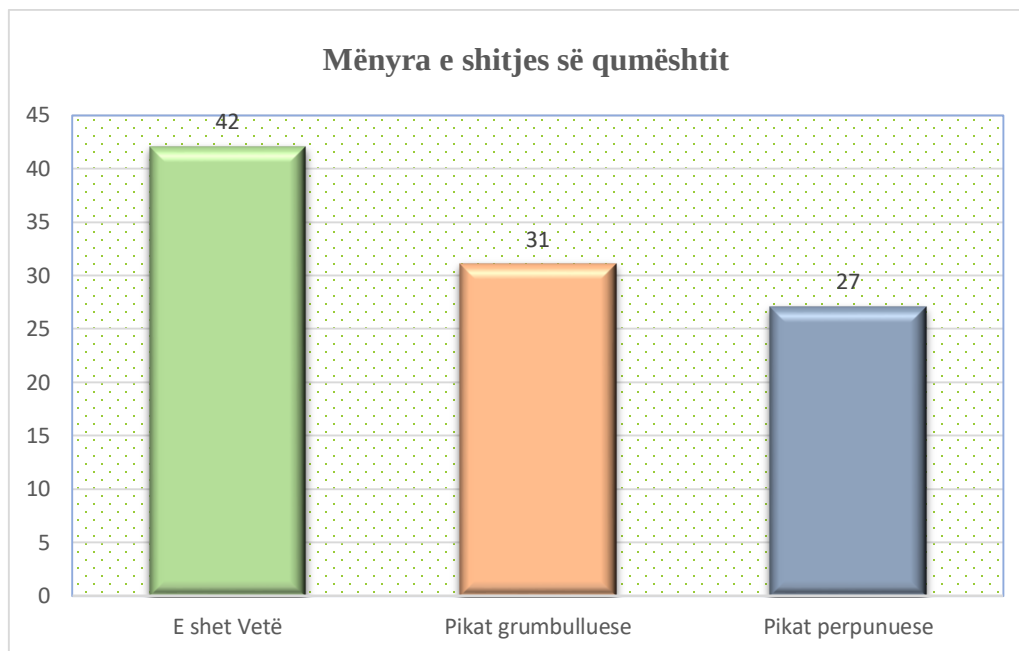
Mënyrat tradicionale të shitjes së qumështit nga fermerët në rajonin e Prishtinës dhe në gjithë Kosovën janë: shitja e qumështit nga vetë fermerët ose të punësuarit prej tyre në tregun e gjelbër ose “derë më derë”, shitja e qumështit tek pikat grumbulluese (Gjithsej pika grumbullimi janë 8 në rajonin e Prishtinës), shitja e qumështit te fabrikat përpunuese gjithsej 8 ne rajonin Prishtinës, me një shpërndarje ashtu si edhe pikat e grumbullimit (mbi 90% në Lipjan dhe Fushe Kosovë) që mbulojnë teknikisht vetëm një pjesa të rajonin. Eksportimi i qumështit, nuk haset në rajonin e Prishtinës ose haset shumë rrallë.

Informacioni për studimin e mënyrës së shitjes është siguruar nga deklarimi i vet fermerëve gjatë intervistave me anë të instrumentit të pyetësorit, në përgjigje të pyetjes:

Pyetja 3. Nisur nga eksperiencia juaj dhe / ose nga ajo që dini apo keni dëgjuar, ila nga alternativat e mëposhtme është më e mira për të shitur qumështin përveç rastit kur sasia që prodhoni mjafton vetëm për konsum familjar?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| 1. Ta shes vetë në treg | ☐ |
| 2. Tua shes grumbulluesve | ☐ |
| 3. Tua shes direkt përpunuesve | ☐ |
| 4. Ta eksporto | ☐ |

Rezultatet e dalura nga përpunimi statistikor i të dhënave janë paraqitur ne diagramin e grafikut të mëposhtëm.



*Grafiku 6. 1. Shpërndarja në përqindje e mënyrës së shitjes së qumështit nga fermerët.
Burimi: Autori*

Rezultatet tregojnë se gjendja aktuale e mënyrës së shitjes së qumështit është e shpërndarë në vetëm tre mënyrat e para të saj. Ajo çka vihet re me lehtësi është se prodhuesit e qumështit, në një masë të madhe preferojnë ta shesin vetë produktin e tyre në treg. 42% e tyre nuk preferojnë tua shesin qumështin grumbulluesve dhe përpunuesve të tij. Mënyra e shitjes së qumështit për eksport nuk aplikohet (preferohet) fare në rajonin e Prishtinës. Shitja në treg nga prodhuesit është çmimi më i volitshëm (treg 0.5 euro, ndërsa te pika grumbulluese dhe përpunuesit 0.28-.0.30 euro) si dhe pagesa në kesh dhe e menjëhershme.

Shitja e qumështit prej vetë fermerëve në tregun e gjelbër ose “derë më derë” është një fenomen i cili ka pasoja negative edhe për fermerët edhe për konsumatorin. Për fermerët, shitja e qumështit në tregun e gjelbër është një shpenzim energjie dhe potencialesh të cilat ndikojnë negativisht në sasinë dhe cilësinë e produktit të tyre. Për konsumatorin, sipas SHPQK dhe SHQK(2015) blerja e qumështit direkt nga fermerët shoqërohet me riskun që

mbart një produkt i cili është jo lehtësisht i kontrollueshëm nga institucionet e kontrollit të cilësisë së produkteve ushqimore.

Nga hulumtimet dhe bisedat e drejtpërdrejta me fermerët, janë identifikuar disa faktorë të cilët çojnë në përcaktimin e mënyrës së shitjes së qumështit prej tyre. Ata janë të bindur që realizimi i tregtimit të qumështit prej tyre është energji dhe kohë e shpenzuar përtej qëllimit të tyre të prodhimit të qumështit dhe do ta quanin sukses të biznesit të tyre shitjen e qumështit të grumbulluesit apo përpunuesit e tij. Ndër faktorët e listuar prej tyre për përcaktimin e mënyrës së shitjes, dy janë më të theksuarit, madhësia e fermës dhe çmimi i qumështit. Për të përligjur këtë përcaktim të fermerëve, objektivi i këtij studimi është të hulumtohet:

Varësia e mënyrës së shitjes së qumështit nga madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit në treg (tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese) dhe sa e rëndësishme është kjo varësi.

Hipotezat statistikore, testimi i të cilave do të çojnë në përmbushjen e objektivave të mësipërme, janë :

H1(1): Madhësia e fermës ndikon në përcaktimin e tregut / mënyrën e shitjes së qumështit nga fermeri.

H1(2): Çmimi i ofruar nga aktorë të ndryshëm të zinxhirit ndikon në përcaktimin e tregut / mënyrën e shitjes së qumështit nga fermeri.

Testimi i hipotezave nul për dy hipotezat H1 është bërë me anë të modelit të regresionit logjistik me variabël të varur “Mënyra e shitjes” dhe variabla të pavarur “Kategoria”, “Çmimi në treg të gjelbër”, “Çmimi në pikat grumbulluese” dhe “Çmimi në pikat përpunuese”. Në vazhdim, këtij modeli statistikor i jemi referuar si “Modeli 1”.

Variabli i varur është matur me anë të dy vlerave: merr vlerën 0 kur fermeri e tregon qumështin vetë dhe vlerën 1 kur ai e shet atë te grumbulluesit ose përpunuesit e qumështit.

Variabli i pavarur “Kategoria” përfaqëson madhësinë e fermës sipas numrit të lopëve: 3-9 lopë, 10-19 lopë, 20-29 lopë, 30-39 lopë, 40-50 lopë dhe mbi 50 lopë. Variablat e pavarur që përfaqësojnë çmimin për secilën nga mënyrat e shitjes së qumështit janë matur me anë të çmimit mesatar në euro/litrë.

Lidhjet statistikore korrelative bivariate midis variablit të varur dhe të pavarur si dhe midis vet variablave të pavarur kanë përcaktuar natyrën e marrëdhënieve individuale midis tyre.

Tabela 6. 1 Matrica korrelative bivariate e Modelit 1

		Correlations				
		Kategoria	Cmim_treg_gjelbert	Cmimi_Pik_Grumb	Cmimi_Perpunues	Menyre_s hitje
Kategoria	Pearson Correlation	1	-.165**	-.146*	.315**	.349**
	Sig. (2-tailed)		.008	.018	.000	.000
Cmim_treg_gjelbert	Pearson Correlation	-.165**	1	.193**	.039	.011
	Sig. (2-tailed)	.008		.002	.527	.855
Cmimi_Pik_Grumb	Pearson Correlation	-.146*	.193**	1	-.209**	-.033
	Sig. (2-tailed)	.018	.002		.001	.592
Cmimi_Perpunues	Pearson Correlation	.315**	.039	-.209**	1	.343**
	Sig. (2-tailed)	.000	.527	.001		.000
Menyre_shitje	Pearson Correlation	.349**	.011	-.033	.343**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.855	.592	.000	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e dalura të paraqitura në matricën korrelative (Tabela 6.1) tregojnë se variabli i varur “Mënyra e shitjes” realizon vetëm dy marrëdhënie statistikore sinjifikative ($p_{sig.} < 0.05$) të drejtpërdrejta në nivele të moderuara të fortësisë së tyre. Lidhja korrelative bivariate pozitive me variablin “Kategoria”, e shprehur me anë të koeficientit të Pearson PCC = 0.349

tregon se rritja e madhësisë së fermës (rritja e nivelit të kategorisë) shoqërohet me rritjen e tendencës nga fermeri për të mos e tregtuar qumështin në tregun e gjelbër por për ta shitur atë te grumbulluesit dhe te përpunuesit e tij. Gjithashtu, vlerat pozitive dhe domethënëse të lidhjes statistikore me variablin “Çmimi në pikat përpunuese” ($PCC = 0.343$) tregojnë se rritja e çmimit të shitjes së qumështit në pikat përpunuese, çon në rritjen e tendencës nga fermeri për të mos e tregtuar qumështin në tregun e gjelbër por për ta shitur atë te grumbulluesit dhe te përpunuesit e tij.

Lidhjet statistikore të variablit të pavarur “Kategoria” me variablat e tjerë të pavarur janë të gjitha sinjifikante por jo me drejtim të njëjtë, duke ofruar konkluzione interesante. Korrelacionet negative me variablat “Çmimi në treg të gjelbër” ($PCC = -0.165$) dhe “Çmimi në pikat grumbulluese” ($PCC = -0.146$) si dhe korrelacioni pozitiv me variablin e pavarur “Çmimi në pikat përpunuese” ($PCC = 0.315$), tregojnë se me rritjen e madhësisë së fermës, rritet tendenca për një çmim më të leverdishëm në pikat e përpunimit të qumështit. E thënë ndryshe, fermerët e fermave të mëdha e shikojnë me një interes më të madh çmimin e shitjes së qumështit direkt te përpunuesit e tij.

Një rezultat interesant ofron edhe marrëdhënia korrelative signifikante ($p_{sig.} = 0.001$) midis variablave të pavarur “Çmimi në pikat grumbulluese” dhe “Çmimi në pikat përpunuese” ($PCC = -0.209$). Ky rezultat tregon se çmimet në këto dy pika të shitjes së qumështit shkojnë në drejtime të ndryshme, pra, në qoftë se pikat grumbulluese e rrisin çmimin, pikat përpunuese e ulin atë dhe anasjelltas. Në trajtë konkluzioni mund të themi se një nga mënyrat kryesore të konkurrencës të këtyre dy pikave të tregtimit të qumështit, është mekanizmi i konkurrencës me anë të çmimit të blerjes së qumështit nga fermerët. Kjo konkurrence bëhet më bindëse nga lidhja signifikative ($p_{sig.} = 0.002$) statistikore pozitive midis “Çmimit në treg

të gjelbër” dhe “Çmimi i shitjes në pikat grumbulluese” ($PCC = 0.193$). Pra, çmimet në këto dy mënyra shitjeje shkojnë në drejtime të njëjta, duke konkluduar në një “aleancë” midis tyre në tregun e qumështit.

Për të testuar hipotezat statistikore $H1$, kemi përdorur metodën e kontrollit të nivelit të rëndësisë statistikore (signifikancës) në procesin e vlerësimit të koeficienteve të regresionit logjistik me anë të testit Wald. Koeficientet e korrelacionit bivariant për të gjitha çiftet e variablave që lidhen në mënyrë signifikative, janë nën nivelin 0.7. Rrjedhimisht, vlerësimi i koeficienteve të regresionit logjistik nuk cënohet nga efektet e ekzistencës së fenomenit të multikolinearitetit.

Regresi logjistik përdoret për të analizuar probleme në të cilat ndërhyjnë një ose më shumë variabla të pavarur që ndikojnë mbi variablin e varur të tipit dikotomik. Në këtë rast ky i fundit konsiderohet si ndryshore rasti e varur prej tyre. Me anë të regresit logjistik përfitojmë një ekuacion logjistik në të cilin logaritmi i vlerës së **shansit** (odd ratios) jepet me anë të një varësie lineare të variablave të pavarur që marrin pjesë në proces. Ekuacioni i regresionit logjistik të shumëfishtë është i formës;

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n + \varepsilon \quad (6.1)$$

Ky ekuacion paraqet një model predikues të llogaritur me anë të vlerave logaritmike natyrore të raportit të probabilitetit të “suksesit” (variabli i varur merr vlerën 1) me probabilitetin e “dështimit” (variabli i varur merr vlerën 0) nën ndikimin e të gjithë variablave të pavarur. Shkalla dhe natyra e ndikimit mbi shansin interpretohet me anë të eksponencialit të koeficientit përkatës të regresionit logjistik. Nga pikëpamja matematikore regresi logjistik ndryshon nga regresi linear. Në regresin linear vlera e variablit të varur parashikohet nga një

apo disa variabla parashikues, ndërsa me anë të regresit logjistik përfitojmë një ekuacion logjistik në të cilin logaritmi i vlerës së **shansit** (odd ratios) jepet me anë të një varësie lineare të variablave të pavarur që marrin pjesë në proces. Modelet lineare, përveç mundësisë së testimit të hipotezave statistikore, ofrojnë një mundësi parashikuese edhe për të vlerësuar natyrën dhe shkallën e ndikimit të secilit variabël të pavarur mbi variablin e varur.

Me qëllim testimin e varësisë dhe shkallës së ndikimit të mënyrës së shitjes nga çmimet në treg të gjelbër, te grumbulluesit apo te përpunuesit e qumështit si dhe nga kategoria e fermës blegtorale, kemi bërë ndëtimin e modelit të regresionit logjistik me variabëlën e varur “Mënyra e shitjes”.

Në Tabelën 6.2 paraqiten rezultatet e vlerësimit të koeficienteve të modelit të regresionit logjistik, vlerat e testit Wald, niveli i signifkancës për secilin prej koeficienteve të modelit 1 si, vlerat eksponenciale të këtyre koeficienteve si dhe vlerësimet intervalore të vlerave eksponenciale të koeficienteve.

Tabela 6. 2 Koeficientët e regresionit logjistik me metodën “Enter” në Modelin 1

Var. in the Equation								
		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)
								Lower Upper
Step 1 ^a	Kategoria	.644	.155	17.195	1	.000	1.905	1.405 2.583
	Cmim_treg_gjelbert	.374	.549	.465	1	.495	1.454	.496 4.262
	Çmimi_Pik_Grumb	.773	1.127	.470	1	.493	2.165	.238 19.714
	Çmimi_Perpunues	4.519	1.146	15.544	1	.000	91.729	9.703 867.194
	Constant	-1.551	.436	12.672	1	.000	.212	
a. Variable(s) entered on step 1: Kategoria, Cmim_treg_gjelbert, Çmimi_Pik_Grumb, Çmimi_Perpunues.								

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e përpunimit statistikor me qellim vlerësimin e koeficienteve të regresionit, tregojnë se çmimi në treg të gjelbër dhe çmimi në Pikat e grumbullimit nuk e plotësojnë kriterin e signifkancës statistikore (Sig.<0.05) që të janë ndikues statistikisht të rëndësishëm në modelin e regresionit logjistik. Sipas rezultateve të paraqitura në Tabelën 6.1, kategoria e fermës dhe çmimi i shitjes të përpunuesit e qumështit janë faktorë signifikant në parashikimin e mënyrës së shitjes me anë të raportit që përcakton shansin e ndikimit (odd ratio=p/(1-p)). Për të përjashtuar ndikimin e faktorëve jo-signifikant në vlerësimin e koeficienteve të modelit, është përdorur metoda e vlerësimit të tyre Forward Stepwise-Conditional”, rezultatet e të cilës paraqiten në tabelën e mëposhtme.

Tabela 6. 3 Koeficientet e regresionit logjistik me metodën “Forward Stepwise-Conditional” për Modelin 1

Var. in the Equation									
		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Kategoria	.744	.142	27.633	1	.000	2.105	1.595	2.778
	Constant	-1.090	.281	15.033	1	.000	.336		
Step 2 ^b	Kategoria	.625	.151	17.055	1	.000	1.867	1.388	2.512
	Çmimi_Perpunues	4.460	1.116	15.980	1	.000	86.455	9.709	769.814
	Constant	-1.212	.296	16.736	1	.000	.297		
a. Variable(s) entered on step 1: Kategoria.									
b. Variable(s) entered on step 2: Çmimi_Perpunues.									

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e hapit të dytë të seleksionimit të variablave signifikant me metodën Forward Stepwise-Conditional përcaktojnë vlerat e koeficienteve të regresionit logjistik me

signifikancë maksimale (Sig. = 0.000 < 0.05) për të gjithë koeficientet. Ekuacioni i regresionit logjistik me anë të këtyre koeficienteve, ka trajtën:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -1.212 + 0.625(Kategoria) + 4.460(Cmimi_Perpunues) + \varepsilon \quad (6.2)$$

Nga barazimi 6.2 vihet re se faktori *Kategoria* i cili është përdorur në studim për të matur madhësinë e fermës blegtorale dhe faktori *Çmimi_Perpunues* i cili përcakton çmimin në vlerë të shitjes së qumështit të përpunuesit e tij, ushtrojnë ndikim pozitiv mbi faktorin *Mënyra e shitjes* me anë të të cilit përcaktohet nëse fermeri e shet vet qumështin (në këtë rast variablit i është dhënë vlera 0 duke nënkuptuar “Dështim”) ose fermeri e shet qumështin në pikat grumbulluese ose përpunuese të qumështit (në këtë rast variablit i është dhënë vlera 1 duke nënkuptuar “Sukses”). Rezultatet e regresionit logjistik të shprehura me anë të barazimit 6.2 na çojnë në një rezultat interesant: Shkalla e ndikimit të faktorit “Çmimi i shitjes të përpunuesit” është më madhe në raport me “madhësinë e fermës (kategorinë)” mbi shansin që fermeri të ketë sukses apo të dështojë në mënyrën e shitjes së qumështit të prodhuar në fermën e tij

Shkalla e ndikimit të faktorëve *Kategoria* dhe *Çmimi i shitjes të përpunuesit* mbi shansin që fermeri të ketë sukses apo të dështojë në mënyrën e shitjes së qumështit të prodhuar në fermën e tij, përcaktohet nga eksponenciali i koeficienteve përkatës të regresionit logjistik, vlera këto të cilat paraqiten në kolonën “Exp(B)” të Tabelës 6.3. Kështu, rritja me një njësi e kategorisë së fermës blegtorale (p.sh. nga një fermë me 3-9 lopë kalimi në një fermë me 10-19 lopë), rrit me 1.867 herë (afërsisht 2 here) shansin që fermeri të mos e shesë vetë qumështin e prodhuar në fermën e tij, në kushtet kur nuk ndryshon çmimi i shitjes të përpunuesit e qumështit. Gjithashtu, kur madhësia e fermës (*Kategoria*) nuk ndryshon por çmimi i shitjes

së qumështit te përpunuesit e tij rritet me një njësi (1 euro), shansi që fermeri ta shesë qumështin te pikat përpunuese rritet me 86.455 herë. Për ta bërë më reale, në qoftë se çmimi rritet me 0.1 njësi (100 cent), shansi që fermeri të mos e shesë qumështin vetë, rritet me 8.6455 herë (afërsisht 9 herë).

Vlerësimi intervalor me siguri 95% i shanseve (kolona “95% CI for Exp(B), Tabela 6.3)

tregon se faktorët *Kategoria* dhe *Çmimi_Përpunues* minimalisht e rrisin shansin përkatësisht me 1.388 herë dhe 9.709 herë dhe maksimalisht me 2.512 herë dhe 769.814 herë.

Duke përfunduar mund të konkludojmë se hipotezat H1(1) dhe H1(2) nuk mund të refuzohen, rrjedhimisht: Madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit në tregun e përgjithshëm (në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese) ndikojnë në mënyrën e shitjes së qumështit. Për varësinë e mënyrës së shitjes së qumështit nga madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese dhe sa e rëndësishme është kjo varësi?”, mund të thuhet se:

- (i) madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese ndikojnë në mënyrë të rëndësishme mbi mënyrën e shitjes së qumështit nga fermerët.
- (ii) Madhësia e fermës dhe çmimi i qumështit në pikat e përpunimit të tij, janë dy faktorë të rëndësishëm për të përcaktuar mënyrën e shitjes së qumështit nga fermerët. Ndikimi i këtyre dy faktorëve është pozitiv.

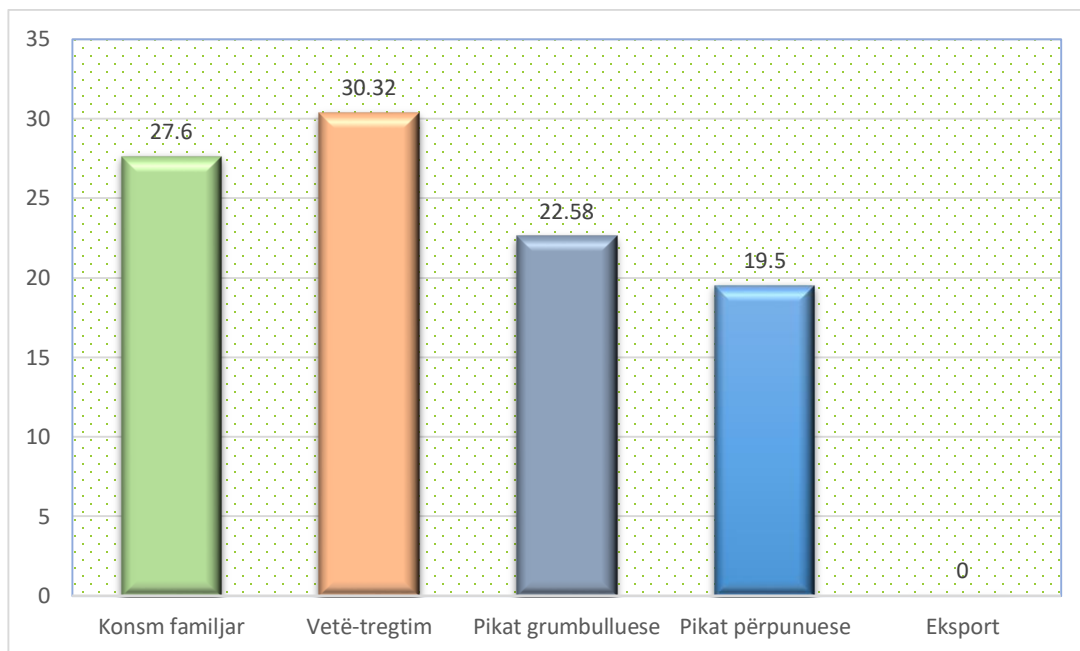
6.2 Faktorët të cilët mund të ndikojnë në shpërndarjen e sasisë të qumështit në tregjet e përcaktuara nga mënyra e shitjes së tij dhe për konsum familjar

Me interes është parë shpërndarja faktike e sasisë së qumështit të prodhuar në përqindje në tregjet që kushtëzohen nga mënyra e shitjes së tij, pra, në tregun e gjelbër, në pikat e grumbullimit, në pikat e përpunimit të qumështit, për eksport apo për përdorim familjar. Informacioni për studimin e këtij fenomeni është siguruar nga vetë fermerët nëpërmjet deklarimit të tyre, në trajtën e përgjigjes për pyetjen e mëposhtme:

Pyetja 4 Sa % e qumështit që merrni (prodhoet)shkon për?

- a) Konsum familjar _____ %
- b) Në treg duke e shitur vetë _____ %
- c) Në pika grumbulluese _____ %
- d) Tek përpunuesit e qumështit _____ %
- e) Eksport _____ %

Rezultatet e analizës deskriptive të të dhënave për shpërndarjen në përqindje të sasisë së qumështit të prodhuar nga fermerët janë paraqitur grafikisht në figurën e mëposhtme.



Grafiku 6. 2. Shpërndarja e sasisë së qumështit të prodhuar sipas mënyrës së shitjes.

Burimi: Autori

Nga grafiku vihet re se në rajonin e Prishtinës vetë-tregtimi i qumështit mbetet mënyra mbizotëruese edhe në përqindjen e sasisë së prodhuar të qumështit (30.32%). Një sasi e konsiderueshme në krahasim me mënyrat e tregtimit të qumështit shkon për konsum familjar (27.60%). Përqindjen më të ulët të sasisë së qumështit të prodhuar e tërheqin pikat përpunuese (19.50%). Analiza e dendurive të grumbulluara tregon se më shumë se 50% e qumështit të prodhuar ($27.60\% + 30.32\% = 57.92\%$) shkon ose për konsum familjar ose për vetë-tregtim. Pra, në rajonin e Prishtinës, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese të qumështit nuk arrijnë të fitojnë përparësi në grumbullimin e sasisë së qumështit nga fermerët. Për të analizuar shkaqet dhe faktorët që shkaktojnë këto rezultate, si dhe për të përcaktuar faktorët e rëndësishëm statistikisht të cilët mund të modelojnë një lidhje funksionale parashikuese, një objektiv tjetër i këtij punimi është të studiohet:

Varësia e shpërndarjes së sasisë së qumështit në përqindje e cila shkon për konsum familjar, vetë-tregtim, në pikat grumbulluese apo në pikat e përpunimit të qumështit nga faktorët që përcaktojnë madhësinë e fermës, çmimi i shitjes, apo faktorët administrativ dhe organizativ (si faktor ndihmës).

Për të përmbushur objektivin e studimit, për secilën nga katër rastet e shpërndarjes në përqindje të sasisë së qumështit të prodhuar, kemi hipotezat statistikore:

H2(1): Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për konsum familjar;

H2(2): Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për vetë-tregtim;

H2(3): Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon në pikat e grumbullimit;

H2(4): Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon në pikat e përpunimit të tij.

Për testimin e grupit të hipotezave H2, si variabla të varur janë marrë përkatësisht “Konsumi familjar”, “Vetë-tregtim”, “Pikë grumbullimi” dhe “Pikë përpunimi”, të cilët janë matur me anë të vlerës në përqindje të deklaruar nga vetë fermeri në Pyetjen 4 të instrumentit. Variablat e pavarur janë “Kategoria”, “Çmimi në treg të gjelbër”, “Çmimi në pikat grumbulluese” dhe “Çmimi në pikat përpunuese”, të cilët janë po ata që janë përdorur në testimin e hipotezës

H₁. Përveç këtyre, në modelet testuese të H₂, janë përfshirë si variabla të pavarur, variablat që përfaqësojnë faktorët administrativ dhe organizativ: “Përmbushje e kërkesave”, “Përmbushje e kritereve”, “Domosdoshmëria e kontratës”, “Fuqia negociuese” dhe “Organizimi i transportit” për të parë një ndikim të mundshëm të tyre. Tre variablat e parë janë matur me anë të vlerës së nivelit nga 1 në 5, të perceptimit individual të fermerit në përgjigjet e pyetjeve 17-a, 17-b dhe 17-c të instrumentit. Variabli “Organizimi i transportit” është një variabël dikotomik i cili merr vlerën 0 kur fermeri e kryen vetë transportin e qumështit për te blerësi dhe vlerën 1 kur transportin e qumështit e bën blerësi ose një palë e tretë për llogarinë e blerësit.

Marrëdhëniet individuale bivariate midis variablave në këtë model, të cilit këndej e tutje do t’i referohemi si “Modeli 2”, paraqiten në tabelat e mëposhtme.

Tabela 6. 4 Matrica korrelative bivariate midis variablave të varur dhe faktorëve që përcaktojnë madhësinë e fermës dhe çmimet të tregjeve të shitjes në Modelin 2

Correlations						
		Kategoria	Cmim_treg_gjelbert	Cmimi_Pik_Grumb	Cmimi_Perpunues	Kons_familjar
Kons_familjar	Pearson Correlation	-.099	.055	-.093	-.182**	1
	Sig. (2-tailed)	.110	.380	.134	.003	
Vet_treg	Pearson Correlation	-.289**	-.039	.067	-.292**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.531	.281	.000	
Pik.Grumb	Pearson Correlation	-.069	.052	.342**	-.255**	1
	Sig. (2-tailed)	.268	.408	.000	.000	
Pik.Perpunim	Pearson Correlation	.482**	-.061	-.351**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.325	.000	.000	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Nga rezultatet e Tabelës 6.4 vihet re se variabli i varur “Konsum familjar” korrelohet në mënyrë signifikative ($p_{sig.} = 0.003$) vetëm me variablin e pavarur “Çmimi në pikat përpunuese”. Koeficienti i korrelacionit për këto dy variabla është negativ ($PCC = -0.182$),

gjë e cila do të thotë se këto dy variabla i zhvillojnë vlerat e tyre në drejtime të kundërta. Pra, rritja e vlerës së çmimit të blerjes së qumështit nga pikat përpunuese shoqërohet me tendencën e uljes së sasisë në përqindje të qumështit që fermerët përdorin për konsum familjar dhe anasjelltas.

I njëjti konkluzion statistikor nxirret edhe nga studimi i rezultateve të marrëdhënieve korrelative midis variablit të varur “Vetë-tregtim” dhe variablit të pavarur “Çmimi në pikat përpunuese” ($p_{sig.} = 0.000$ dhe $PCC = - 0.292$). Pra, rritja e vlerës së çmimit të blerjes së qumështit nga pikat përpunuese shoqërohet me tendencën e uljes së sasisë në përqindje të qumështit që fermerët e shesin vetë në tregun e gjelbër dhe anasjelltas. Përmes një konkluzioni logjik statistikor, mund të thuhet se sasia e qumështit me të cilën fermeri preferon të angazhohet vetë, në trajtën e konsumit familjar apo vetë-tregtimit, varet vetëm nga çmimi i shitjes së tij në pikat e përpunimit të qumështit. Çmimi në pikat grumbulluese duket i parëndësishëm në përcaktimin e sasisë së qumështit që vetë-përdoret apo vetë-tregtohet nga fermeri.

Variabli i varur “Pikat e grumbullimit” siguron nivel të rëndësishëm statistikisht të signifkancës me dy nga variablat e pavarur: “Çmimi në pikat e grumbullimit” ($p_{sig.} = 0.000$) dhe “Çmimi në pikat e përpunimit” ($p_{sig.} = 0.000$). Ky variabël korrelon pozitivisht me “Çmimi në pikat e grumbullimit” ($PCC = 0.342$) dhe negativisht me “Çmimi në pikat e përpunimit” ($PCC = - 0.255$). Si përfundim mund të themi se rritja e çmimit në pikat grumbulluese shoqërohet me rritjen e sasisë së qumështit i cili shkon në këto pika dhe rritja e çmimit në pikat e përpunimit shoqërohet me tendencën e uljes së sasisë së qumështit i cili shkon në pikat grumbulluese. Rezultat ky i cili është në logjikën e konkurrencës së tregut në përgjithësi.

Në të njëjtin konkluzion statistikor arrihet edhe për variablin “Pikat e përpunimit”. Variabli i varur “Pikat e përpunimit” siguron nivel të rëndësishëm statistikisht të signifkancës me dy nga variablat e pavarur: “Çmimi në pikat e grumbullimit” ($p_{sig.} = 0.000$) dhe “Çmimi në pikat e përpunimit” ($p_{sig.} = 0.000$). Variabli i varur korrelon pozitivisht me “Çmimi në pikat e përpunimi” ($PCC = 0.758$) dhe negativisht me “Çmimi në pikat e grumbullimit t” ($PCC = -0.351$). Si konkluzion mund të themi se rritja e çmimit në pikat përpunuese shoqërohet me rritjen e sasisë së qumështit i cili shkon në këto pika dhe rritja e çmimit në pikat e grumbullimit shoqërohet me tendencën e uljes së sasisë së qumështit i cili shkon në pikat përpunuese. Rezultat ky i cili është gjithashtu në logjikën e konkurrencës së tregut në përgjithësi.

Tabela 6. 5 Matrica korrelative bivariate midis variablave të varur dhe faktorëve organizativ dhe administrativ në Modelin 2

		Correlations					
		Org.Transp	Fuqia.Negociuse	Permbushje.Kriteresh	Permbushje.Kerkesash	Domosdoshmeri.Kontrate	Kons_familjar
Kons_familjar	Pearson Correlation	.145*	.011	-.073	-.067	-.022	1
	Sig. (2-tailed)	.020	.862	.416	.460	.804	
Vet_treg	Pearson Correlation	.202**	.061	-.242**	.074	.032	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.326	.007	.414	.722	
Pik.Grumb	Pearson Correlation	-.238**	.037	.041	-.022	-.027	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.550	.652	.810	.766	
Pik.Perpunim	Pearson Correlation	-.102	-.117	.023	.019	.025	1
	Sig. (2-tailed)	.100	.060	.803	.836	.786	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Variabli i varur “Konsum familjar” korrelon në mënyrë signifkative ($p_{sig.} = 0.020$) vetëm me variablin e pavarur “Organizimi i transportit”. Koeficienti i korrelacionit për këto dy variabla është pozitiv ($PCC = 0.145$), gjë e cila do të thotë se këto dy variabla i zhvillojnë vlerat e tyre në drejtime të njëjta. Pra, rritja e vlerës së sasisë së qumështit që fermerët

përdorin për konsum familjar shoqërohet me tendencën për organizimin e transportit me anë të vetë blerësve ose me ndërmjetësinë e të tretëve.

Variabli i varur “Vetë-tregtim” ndërton marrëdhënie korrelative signifikante pozitive me variablin e pavarur “Organizimi i transportit” dhe negative me variablin e pavarur “Përmbushja e kriterëve”. Lidhja korrelative pozitive me variablin “Organizimi i transportit” ($PCC = 0.202$, $p_{sig.} = 0.001$) tregon se rritja e sasisë së qumështit e cila shkon për vetë-tregtim shoqërohet me pamundësinë e organizimit të transportit me mjetet personale dhe anasjelltas. Korrelacioni negativ me variablin “Përmbushja e kërkesave” ($PCC = - 0.242$, $p_{sig.} = 0.007$) tregon se rritja e sasisë së qumështit që shkon për vetë-tregtim shoqërohet me rritjen e pamundësisë për të përmbushur kërkesat e blerësve në pikat e grumbullimit dhe pikat e përpunimit të qumështit dhe anasjelltas.

Variabli i varur “Pikat grumbulluese” korrelohet negativisht dhe në mënyrë signifikante me variablin e pavarur “Organizimi i transportit” ($PCC = - 0.238$, $p_{sig.} = 0.000$). Kjo tregon se rritja e sasisë së qumështit e cila shkon në pikat e grumbullimit shoqërohet me tendencën e fermerëve për ta organizuar me mjetet e veta transportin e qumështit, dhe anasjelltas.

Variabli i varur “Pikat e përpunimit” nuk e siguron me asnjë nga variablat e pavarur nivelin e mjaftueshëm të signifkancës statistikore, rrjedhimisht, nuk mund të konkludojmë për marrëdhënie të qëndrueshme statistikore të këtij variabli me faktorët organizativ dhe administrativ.

Për të testuar hipotezat statistikore H2, kemi përdorur metodën e kontrollit të nivelit të rëndësisë statistikore (signifikancës) në procesin e vlerësimit të koeficienteve të regresionit linear me anë të *t*-test. Për një variabël të varur Y dhe variabla të parashikues (të pavarur)

$X_1, X \dots X_n$, marrëdhënet midis tyre mund të përshkruhen në një model regresioni të shumëfishtë linear të tipit:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n + \varepsilon \quad (6.3)$$

Për të ndërtuar këtë model na duhet të vlerësojmë $\beta_0, \beta_1, \beta_2 \dots \beta_n$ të cilët janë parametrat e këtij modeli. Modelet e regresionit të shumëfishtë linear, përveçse mundësojnë testimin e hipotezave statistikore për të cilat ata ndërtohen, mundësojnë gjithëashtu edhe parashikimin e shkallës që ndikon secila variabël e pavarur mbi variablin e varur si dhe natyrën e këtij ndikimi. Në përgjithësi, modelet lineare të tipit 6.3 mundësojnë parashikimin e vlerave të mundshme të variablit të varur për vlera të parashikuara të variablave të pavarur në trajtën e vlerësimeve pikësore dhe intervale me një probabilitet të paracaktuar të ndodhjes së tyre. Me qëllim gjetjes së ndikimit të Madhësisë së fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për konsum familjar, kemi bërë modelin e regresionit të shumëfishtë linear me variabël të varur “Konsumi familjar” me variabla të pavarur, variablat e paraqitura në tabelën e mëposhtme.

Tabela 6. 6 Variablat e përfshirë në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Domosdoshmeri.Kontrate, Org.Transp, Përbushje. Kërkesash, Çmimi Përpunues, Çmim_treg_gjelbert, Përbushje. Kriteresh, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb ^b		Ent.
a. Depend. Var.: Kons_familjar			
b. All requested var. entered.			

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e paraqitura në Tabelën 6.7 për vlerësimin me anë të *t*-test të koeficienteve të regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter”, tregojnë se vetëm variabli i pavarur “Kategoria” (*t*-test = 2.660, $p_{sig.} = 0.009$) siguron rëndësinë e mjaftueshme statistikore për të qenë një variabël i rëndësishëm në Modelin 2 , ndërsa të gjithë variablat e tjerë të pavarur nuk e sigurojnë rëndësinë e mjaftueshme statistikore ($p_{sig.} < 0.05$) për të qenë variabla të rëndësishëm në model.

Tabela 6. 7 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(1)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	22.511	16.168		1.392	.167	-9.515	54.536
	Kategoria	1.799	.676	.276	2.660	.009	.459	3.138
	Cmim_treg_gjelbert	.279	3.166	.008	.088	.930	-5.991	6.550
	Cmimi_Pik_Grumb	9.584	6.295	.168	1.522	.131	-2.885	22.054
	Cmimi_Perpunues	2.121	5.018	.046	.423	.673	-7.818	12.061
	Fuqia.Negociuse	.946	4.326	.021	.219	.827	-7.624	9.516
	Org.Transp	-2.924	1.915	-.148	-1.527	.130	-6.718	.870
	Permbushje.Kriteresh	-2.231	2.206	-.097	-1.011	.314	-6.600	2.138
	Permbushje.Kerkesash	-.579	.493	-.108	-1.175	.242	-1.555	.397
	Domosdoshmeri.Kontrate	-.690	2.214	-.028	-.311	.756	-5.076	3.696
a. Dependent Variable: Kons_familjar								

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Për të konfirmuar përfshirjen e variablit të pavarur “Kategoria” në model si dhe shkallën e ndikimit mbi variablin e varur, është bërë ekzekutimi i të dhënave për këta variabla, me metodën “Stepwise”, e cila bën përjashtimin e të gjithë variablave të parëndësishëm statistikisht nga modeli.

Tabela 6. 8 Output i regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(1)

Earnings
No variables Were entered into the equation.

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Në Tabelën 6.8 është paraqitur rezultati në trajtën e output-it i metodës “Stepwise”, i cili tregon se asnjë nga variablat e pavarur nuk mund të shërbejnë si “predictor” në një model regresioni të shumëfishtë linear me variabël të varur “Konsumi familjar”. Rrjedhimisht, konkludojmë se: madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ nuk ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për konsum familjar. E thënë ndryshe, faktorët administrativ dhe organizativ, madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit në treg, nuk mund të parashikojnë në mënyrë statistikore sasinë e qumështit të cilën fermeri e përdor për konsum familjar.

Me qëllim të gjetjes së ndikimit të Madhësisë së fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorëve administrativ dhe organizativ në sasinë e qumështit që shkon për vetë-tregtim, kemi bërë ndërtimi i modelit e regresionit të shumëfishtë linear me variabëlën e varur “Vetë-tregtim” me variabla të pavarur, variablat e paraqitura në Tabelën 6.6.

Tabela 6. 9 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(2)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	9.318	16.580		.562	.575	-23.523	42.159
	Kategoria	-.069	.693	-.009	-.099	.921	-1.442	1.305
	Cmim_treg_gjelbert	.036	3.246	.001	.011	.991	-6.394	6.466
	Cmimi_Pik_Grumb	29.161	6.456	.447	4.517	.000	16.374	41.949
	Cmimi_Perpunues	17.206	5.146	.322	3.344	.001	7.013	27.399
	Fuqia.Negociuse	-7.312	4.437	-.140	-1.648	.102	-16.100	1.476
	Org.Transp	-2.892	1.964	-.127	-1.472	.144	-6.783	.999
	Permbushje.Kriteresh	-5.227	2.262	-.198	-2.311	.023	-9.708	-.746
	Permbushje.Kerkesash	.249	.505	.040	.492	.624	-.752	1.250
	Domosdoshmeri.Kontrate	2.110	2.271	.075	.929	.355	-2.388	6.608
a. Dependent Variable: Vet_treg								

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e përpunimit të të dhënave të paraqitura në Tabelën 6.9 tregojnë se kemi disa variabla të pavarur të cilët plotësojnë parametrat statistikisht të rëndësishme në modelin e ndërtuar për të hulumtuar faktorët që ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për vetë-tregtim. Konkretisht, variablat e pavarur “Çmimi në pikat e grumbullimit” ($t\text{-test} = 4.517$, $p_{\text{sig.}} = 0.000$), “Çmimi në pikat përpunuese” ($t\text{-test} = 3.344$, $p_{\text{sig.}} = 0.001$) dhe “Përmbushja e kriterëve” ($t\text{-test} = -2.311$, $p_{\text{sig.}} = 0.023$). Variablat e tjerë të pavarur si dhe konstantja e modelit, nuk e plotësojnë nivelin e mjaftueshëm të signifkancës statistikore. Me qëllim ndërtimin e modelit me pjesëmarrjen vetëm të variablave të rëndësishëm statistikisht, kemi përdorur metodën “Stepwise” për vlerësimin e koeficienteve të modelit të shumëfishtë të regresionit linear.

Tabela 6. 10 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(2)

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Çmimi_Pik_Grumb		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Çmimi Përpunues		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
3	Përmbushje. Kriteresh		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
a. Dependent Variable: Vet_treg			

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Kriteret e përjashtimit të variablave të parëndësishëm në model, kanë përcaktuar si variabla të rëndësishëm, variablat e pavarur “Çmimi në pikat grumbulluese”, “Çmimi në pikat përpunuese” dhe “përmbushja e kriterëve”.

Tabela 6. 11 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(2)

Coefficients ^{a,b}							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound Upper Bound
5	Cmimi_Pik_Grumb	32.469	5.726	.892	5.671	.000	21.134 43.804
	Cmimi_Perpunues	20.912	4.672	.543	4.476	.000	11.664 30.161
	Permbushje.Kriteresh	-1.860	.382	-.975	-4.868	.000	-2.616 -1.104
a. Dependent Variable: Vet_treg							
b. Linear Regression through the Origin							

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e vlerësimit të koeficienteve të regresionit të shumëfishtë linear dhe parametrat statistikor të tyre, të cilët janë paraqitur në Tabelën 6.11, ku shihet se nivelet respektive të vlerave të *t*-test dhe probabilitetet përkatëse të tyre plotësojnë parametrat statistikor, na

lejojnë të ndërtojmë ekuacionin ekonometrik të regresionit linear me koeficiente të rrumbullakosur deri në dy shifra mbas presjes dhjetore:

$$Vet.treg = 32.5(\text{Ç.P.Gr.}) + 20.9(\text{Ç.Perp.}) - 1.86(\text{Përmb.Kr.}) + \varepsilon \quad (6.4)$$

Në ekuacionin e barazimit 6.4 vërehet se variablat e pavarur "Çmimi në pikat grumbulluese" dhe "Çmimi në pikat përpunuese" ndikojnë pozitivisht mbi vlerën e sasisë së qumështit në përqindje që fermeri preferon ta shes vet në tregun e gjelbër, ndërsa variabli i pavarur "Përmbushje e kriterëve" ndikon negativisht mbi variablin e varur "Vetë-tregëtim". Vlera e ndikimit të variablit "Çmimi në pikat e grumbullimit", me një siguri 95%, luhet në intervalin (21.13 ; 43.80), ndërsa për variablin e pavarur "Çmimi në pikat përpunuese", vlerësimi intervalor me siguri 95% është intervali (11.87 ; 30.16). Ndikimi i variablit të pavarur "Përmbushje kriteresh", me siguri 95%, shtrihet i tëri në vlerat negative reale: (-2.62 ; -1.10).

Përfundimisht, mund të konkludojmë: Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për vetë-tregtim, nuk mund të refuzohet dhe modeli parashikues për vlerat e sasisë së qumështit që vetë-tregtohet nga fermeri është ai i përfaqësuar nga ekuacioni ekonometrik i barazimit 6.4.

Për të hulumtuar ndikimin e Madhësisë së fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për te pikat e grumbullimit të qumështit, kemi bërë ndërtimin e modelit të regresionit të shumëfishtë linear me variabëlën e varur "Pik.Grumbullimi" me variabla të pavarur, variablat e paraqitura në Tabelën 6.6.

Tabela 6. 12 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(3)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	60.623	40.308		1.504	.135	-19.220	140.465
	Kategoria	-6.313	1.686	-.174	-3.745	.000	-9.653	-2.974
	Cmim_treg_gjelbert	2.159	7.892	.011	.274	.785	-13.474	17.793
	Cmimi_Pik_Grumb	35.396	15.695	.112	2.255	.026	4.308	66.485
	Cmimi_Perpunues	-197.591	12.510	-.762	-15.794	.000	-222.372	-172.811
	Fuqia.Negociuse	23.664	10.786	.093	2.194	.030	2.299	45.030
	Org.Transp	-8.575	4.775	-.078	-1.796	.075	-18.034	.884
	Permbushje.Kriteresh	3.442	5.499	.027	.626	.533	-7.451	14.336
	Permbushje.Kerkesash	-.427	1.229	-.014	-.348	.729	-2.861	2.007
	Domosdoshmeri.Kontrate	3.551	5.521	.026	.643	.521	-7.384	14.487
a. Dependent Variable: Pik.Grumb								

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e dalura nga vlerësimi i koeficienteve të modelit me pjesëmarrjen e të gjithë variablave të pavarur të listuara në Tabelën 6.6 tregojnë se kemi disa variabla të pavarur vlera e *t*-test për të cilat plotëson kushtin e signifkancës ose janë në kufirin e rëndësisë statistikore për tu përfshirë në modelin ekonometrik (Tabela 6.12). Me qëllim ndërtimin e modelit me pjesëmarrjen vetëm të variablave të rëndësishëm statistikisht, kemi përdorur metodën “Stepwise” për vlerësimin e koeficientëve të modelit të shumëfishtë të regresionit linear.

Tabela 6. 13 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(3)

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Çmimi_Perpunues		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Kategoria		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
3	Fuqia.Negociuse		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
4	Çmimi_Pik_Grumb		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
a. Depen. Var. Pik.Grumb			

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Kriteret e përjashtimit të variablave të parëndësishëm në model, kanë përcaktuar si variabla të rëndësishëm, variablat e pavarur “Kategoria”, Fuqia negociuse”, “Çmimi në pikat grumbulluese” dhe “Çmimi në pikat përpunuese”.

Tabela 6. 14 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(3)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
4	(Constant)	86.679	6.461		13.415	.000	73.886	99.472
	Cmimi_Perpunues	-193.466	11.759	-.746	-16.452	.000	-216.749	-170.184
	Kategoria	-6.602	1.588	-.182	-4.156	.000	-9.747	-3.457
	Fuqia.Negociuse	27.088	10.226	.107	2.649	.009	6.840	47.335
	Cmimi_Pik_Grumb	38.959	14.815	.123	2.630	.010	9.625	68.292
a. Dependent Variable: Pik.Grumb								

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Tabela e mësipërme (6.14) paraqet rezultatet e vlerësimit të koeficienteve të regresionit të shumëfishtë linear dhe parametrat statistikorë të tyre, ku shihet se nivelet respektive të vlerave të *t*-test dhe probabilitetet përkatëse të tyre plotësojnë parametrat statistikor. Vlerat e këtyre koeficienteve kanë mundësuar ndërtimin e ekuacionit ekonometri të regresionit linear me koeficiente të rrumbullakosur deri në dy shifra mbas presjes dhjetore:

$$P.Gr. = 86.68 - 193.47(\text{Ç.Përp.}) - 6.6(\text{Kateg.}) + 27.09(\text{F.Neg.}) + 38.96(\text{Ç.P.Gr.}) + \varepsilon \quad (6.5)$$

Në ekuacionin ekonometrik të shprehur me anë të barazimit 6.5 vërehet se variablat e pavarur "Çmimi në pikat grumbulluese" dhe "Fuqia negocuese" ndikojnë pozitivisht mbi vlerën në përqindje të sasisë së qumështit të cilën fermerët e shesin në pikat e grumbullimit të qumështit, ndërsa variablat e pavarur "Çmimi në pikat përpunuese" dhe "Kategoria" ndikojnë negativisht mbi të. Interpretimi i këtyre rezultateve na çon në konkluzionin që tregon se sa më e madhe të jetë ferma ("Kategoria") dhe sa më i lartë të jetë çmimi në pikat e përpunimit të qumështit, aq më pak është i prirur fermeri për ta shitur produktin e vet në pikat e grumbullimit të qumështit. Gjithashtu, kur pesha specifike e fuqisë negocuese për shitjen e produktit shkon nga fermeri te blerësit e mëdhenj (Pikat grumbulluese ose Pikat e përpunimit), fermeri rrit prioritetin për ta shitur qumështin te pikat e grumbullimit të tij. Së fundmi, është rezultat i pritshëm ai çka ekuacioni ekonometrik shpreh në lidhje me çmimin në pikat e grumbullimit: rritja e këtij çmimi, rrit prioritetin që fermeri ta shes qumështin e vet në pikat e grumbullimit.

Vlera e ndikimit të variablit "Çmimi në pikat e grumbullimit", me një siguri 95%, luhet në intervalin (9.63 ; 68.29), ndërsa për variablin e pavarur "Çmimi në pikat përpunuese",

vlerësimi intervalor me siguri 95% është intervali (- 216.75 ; - 170.18). Ndikimi i variablit të pavarur “Kategoria”, me siguri 95%, shtrihet i tëri në vlerat negative reale: (- 9.75 ; -3.46), ndërsa ndikimi 95% i variablit të pavarur “Fuqia negocuese” shtrihet në intervalin pozitiv (6.84; 47.33). Vlerësimi intervalor me siguri 95% i konstantes së modelit është intervali (73.85; 99.47).

Ekuacioni ekonometrik i Modelit 2 i paraqitur me anë të barazimit 6.5 dhe parametrat statistikorë të koeficienteve të tij tregojnë se: Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për te pikat e grumbullimit të qumështit, nuk mund të refuzohet.

Rezultatet e fituar me anë të Modelit 2 për sasinë e qumështit që shkon në pikat e grumbullimit tregojnë se: Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për te pikat e përpunimit të qumështit. Për të ardhur deri te këto rezultate, për variabla të pavarur janë përdorur variablat e paraqitura në Tabelën 6.6 ndërsa si variabël i varur është përdorur variabli “Pik.Përpunuese”.

Tabela 6. 15 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(4)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	7.548	40.560		.186	.853	-72.793	87.890
	Kategoria	4.583	1.696	.128	2.702	.008	1.223	7.944
	Cmim_treg_gjelbert	-2.475	7.942	-.013	-.312	.756	-18.206	13.256
	Cmimi_Pik_Grumb	-74.142	15.793	-.237	-4.695	.000	-105.425	-42.859
	Cmimi_Perpunues	178.264	12.589	.696	14.161	.000	153.328	203.200
	Fuqia.Negociuse	-17.298	10.854	-.069	-1.594	.114	-38.797	4.201
	Org.Transp	14.391	4.805	.132	2.995	.003	4.873	23.909
	Permbushje.Kriteresh	4.016	5.534	.032	.726	.470	-6.946	14.977
	Permbushje.Kerkesash	.758	1.236	.026	.613	.541	-1.691	3.207
	Domosdoshmeri.Kontrate	-4.972	5.555	-.037	-.895	.373	-15.975	6.032

a. Dependent Variable: Pik.Perpunim

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e dalura nga vlerësimi i koeficienteve të modelit me pjesëmarrjen e të gjithë variablave të pavarur tregojnë se kemi disa variabla të pavarur vlere e *t*-test për të cilat signifikanat përkatëse janë brenda kufijve të rëndësisë statistikore për t’u përfshirë në modelin ekonometrik (Tabela 6.15). Konstantja e modelit ka vlerë të ulët të *t*-test dhe rrjedhimisht nuk e siguron signifikançën e mjaftueshme për t’u përfshirë në model, për këtë arsye në ekzekutimin e të dhënave me metodën “Stepwise”, për vlerësimin e koeficienteve të modelit të shumëfishtë të regresionit linear, konstantja është përjashtuar nga modeli ekonometri, gjë e cila do të pasqyrohet në ekuacionin matematik të mëposhtëm.

Tabela 6. 16 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(4)

Variables Entered/Removed ^{a,b}			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Çmimi Përpunues		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Kategoria		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
3	Çmimi_Pik_Grumb		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
4	Org.Transp		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
a. Dependent Variable: Pik.Perpunim			
b. Linear Regression through the Origin			

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Kriteret e përjashtimit të variablave të parëndësishëm në model (Tabela 6.16), kanë përcaktuar si variabla të rëndësishëm, variablat e pavarur “Kategoria”, “Organizimi i transportit”, “Çmimi në pikat grumbulluese” dhe “Çmimi në pikat përpunuese”.

Tabela 6. 17 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 2 për testimin e hipotezave H2(4)

Coefficients ^{a,b}								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
Model								
4	Cmimi_Perpunues	177.469	10.730	.717	16.540	.000	156.227	198.712
	Kategoria	5.315	1.436	.240	3.701	.000	2.472	8.157
	Cmimi_Pik_Grumb	-72.037	10.013	-.308	-7.194	.000	-91.861	-52.212
	Org.Transp	16.289	3.972	.242	4.101	.000	8.425	24.154
a. Dependent Variable: Pik.Perpunim								
b. Linear Regression through the Origin								

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Tabela e mësipërme (6.17) paraqet rezultatet e vlerësimit të koeficienteve të regresionit të shumëfishtë linear dhe parametrat statistikor të tyre, ku shihet se nivelet respektive të vlerave të *t*-test dhe probabilitetet përkatëse të tyre plotësojnë parametrat statistikor. Vlerat e këtyre koeficienteve kanë mundësuar ndërtimin e ekuacionit ekonometrik të regresionit linear me koeficiente të rrumbullakosur deri në dy shifra mbas presjes dhjetore:

$$P.Gr. = 177.47(\text{Ç.Përp.}) + 5.32(\text{KATEG.}) + 16.29(\text{ORG. TR.}) - 72.04(\text{Ç.P.Gr.}) + \varepsilon \quad (6.6)$$

Në ekuacionin ekonometrik të shprehur me anë të barazimit 6.6 vërehet se variablat e pavarur "Çmimi në pikat përpunuese", "Organizimi i transportit" dhe "Kategoria" ndikojnë pozitivisht mbi vlerën në përqindje të sasisë së qumështit të cilën fermerët e shesin në pikat e përpunimit të qumështit, ndërsa variabli i pavarur "Çmimi në pikat grumbulluese" ndikon negativisht mbi të. Interpretimi i këtyre rezultateve na çon në konkluzionin se sa më e madhe të jetë ferma ("Kategoria") dhe sa më i lartë të jetë çmimi në pikat e përpunimit të qumështit, të kombinuara këto me transportin e qumështit nga ana e pikave përpunuese ose me ndihmën e të tretëve, aq më e lartë është prirja që fermeri ta shes produktin e vet në pikat e përpunimit të qumështit. Ndikimi negativ i çmimit në pikat e grumbullimit, është e natyrshme që do rris tendencën që fermeri të ulë sasisë e shitur në pikat e përpunimit të qumështit.

Vlera e ndikimit të variablit "Çmimi në pikat e grumbullimit", me një siguri 95%, luhet në intervalin negativ (- 91.86; - 52.21), ndërsa për variablin e pavarur "Çmimi në pikat përpunuese", vlerësimi intervalor me siguri 95% është intervali (156.23; 198.71). Ndikimi i variablit të pavarur "Kategoria", me siguri 95%, shtrihet në intervalin (2.47; 8.16), ndërsa vlerësimi intervalor me siguri 95% i variablit "Organizim transporti" është intervali (8.43; 24.15).

Ekuacioni ekonometrik i Modelit 2 i paraqitur me anë të barazimit 4.6 dhe parametrat statistikorë të koeficienteve të tij tregojnë se: Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për te pikat e përpunimit të qumështit.

6.3 Faktorët që ndikojnë në nivelin e kënaqësisë së fermerëve për çmimin në tregjet e shitjes së tij.

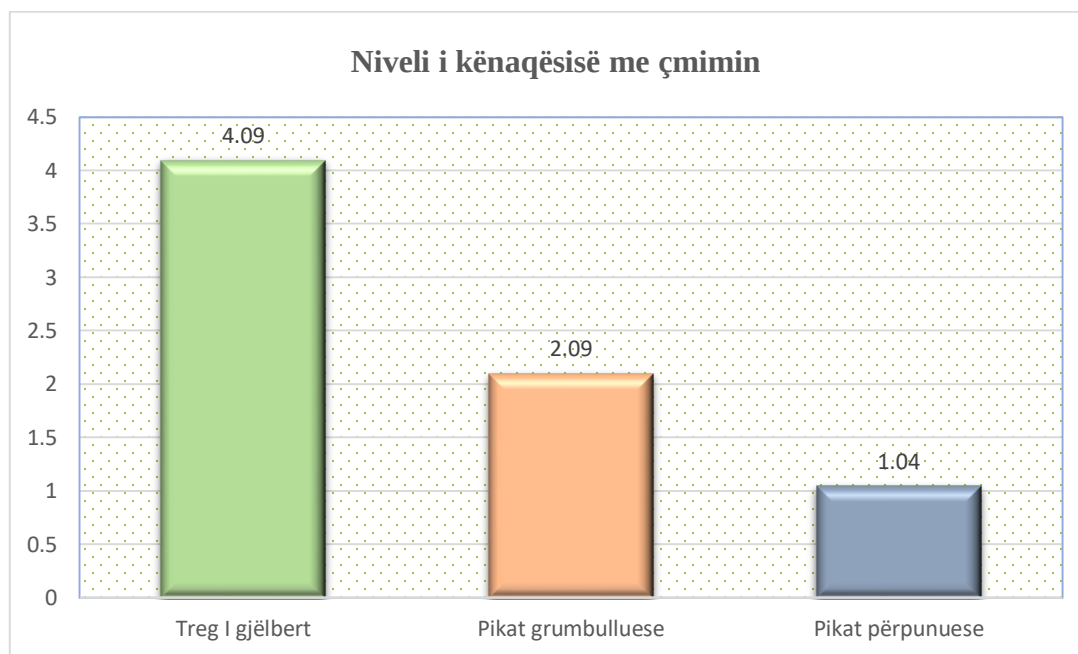
Në procesin e tregtimit të një produkti përveçse vlerat reale të çmimeve të tregut, perceptimi i nivelit të tij në lidhje me pritshmëritë, kthehet në një faktor përcaktues të zgjedhjes së tregut. Për këtë arsye, u pa me interes studimi i fenomenit të nivelit të perceptimit të çmimeve në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat e përpunimit të qumështit. Informacioni për studimin e këtij fenomeni është siguruar nga vetë fermerët nëpërmjet deklaramit të tyre, në trajtën e përgjigjes për pyetjet e mëposhtme:

Pyetja 8: Ne përgjithësi, bazuar ne eksperiencën tuaj dhe/ose nga ajo qe dini apo keni dëgjuar jepni një vlerësim ne lidhje me çmimin e qumështit, ku: 1 = tepër i ulët; 2 = i ulët; 3= neutral; 4=i lartë dhe 5= mjaftueshëm i lartë.

- a) Çmimi i marre nga shitja individuale: 1____2____3____4____5 0=Nuk e di
- b) Çmimi i shitjes tek grumbulluesit: 1____2____3____4____5 0=Nuk e di
- c) Çmimi i shitjes tek përpunuesit: 1____2____3____4____5 0=Nuk e di
- d) Çmimi i shitjes për eksport: 1____2____3____4____5 0=Nuk e di

Nga vrojtimi i përgjigjeve u konstatua se fermerët ishin përgjigjur në tërësi me opsionin “Nuk e di” në lidhje me çmimin e shitjes për eksport, për këtë arsye, përgjigjet e pikës d të pyetjes 8, nuk u përfshinë në studim.

Rezultatet e analizës deskriptive të të dhënave për vlerën mesatare të nivelit të perceptimit për çmimet në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat e përpunimit të qumështit, janë paraqitur grafikisht në figurën e mëposhtme.



Grafiku 6. 3. Shpërndarja e vlerave mesatare të nivelit të kënaqësisë së fermerëve ndaj çmimeve të qumështit në tregjet e tij. Burimi: Autori

Nga grafiku vihet re se fermerët e rajonit e Prishtinës janë më të kënaqur me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër, krahasuar me çmimin e shitjes në pikat e grumbullimit dhe ato të përpunimit të qumështit. Duke e interpretuar me anë të vlerës së nivelit të kënaqësisë, vihet re se fermerët mendojnë se çmimi në tregun e gjelbër është i lartë, për çmimin në pikat e grumbullimit është i ulët dhe për çmimin në pikat e përpunimit të qumështit, çmimi është shumë i ulët.

Për të analizuar shkaqet dhe faktorët që shkaktojnë perceptimin për nivelin e kënaqësisë me çmimin e qumështit në tregjet e shitjes së tij, si dhe për të përcaktuar faktorët e rëndësishëm statistikisht të cilët mund të modelojnë një lidhje funksionale parashikuese, është hulumtuar:

Varësia e nivelit të kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat e përpunimit të qumështit nga faktorët që përcaktojnë madhësinë e fermës, mënyrën e shitjes së qumështit, apo faktorët administrativ dhe organizativ.

Për secilën nga tre rastet e tregjeve të shitjes së qumështit të prodhuar, kemi ndërtuar hipotezat statistikore:

H3(1): Madhësia e fermës, mënyra e shitjes së qumështit si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër;

H3(2): Madhësia e fermës, mënyra e shitjes së qumështit si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e grumbullimit;

H3(3): Madhësia e fermës, mënyra e shitjes së qumështit si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e përpunimit të qumështit;

Për testimin e grupit të hipotezave H3 si variabla të varur janë marrë përkatësisht “Niveli i çmimit në tregun e gjelbër”, “Niveli i çmimit në pikat e grumbullimit”, dhe “Niveli i çmimit në pikat e përpunimit të qumështit”, të cilët janë matur me anë të nivelit të perceptimit sipas shkallëve “Likert”, nga 1 në 5, të deklaruar nga vetë fermeri në Pyetjen 8 të instrumentit. Variablat e pavarur janë “Kategoria”, “Mënyra e shitjes si dhe variablat që përfaqësojnë faktorët administrativ dhe organizativ: “Përmbushje e kërkesave”, “Përmbushje e kriterëve”, “Fuqia negociuese” dhe “Organizimi i transportit”. Të gjitha variablat e pavarur që marrin pjesë në testimin e grupit të tretë të hipotezave, janë trajtuar për nga natyra e mënyra e matjes dhe vlerave të tyre, në çështjet paraardhëse .

Marrëdhëniet individuale bivariate midis variablave në këtë model, të cilit këndeje e tutje do t'i referohemi si “Modeli 3”, paraqiten në tabelat e mëposhtme.

Tabela 6. 18 Matrica korrelative bivariate midis variablave të varur dhe faktorëve që përcaktojnë madhësinë e fermës dhe mënyrën e shitjes në Modelin 3

		Correlations				
		Kategoria	Menyre_shitje	Niv.Cmim.Tr.Gjelb	Niv.Cmim.Pik.Grumb	Niv.Cmim.Perpunues
Kategoria	Pearson Correlation	1	.349**	-.083	-.184**	.371**
	Sig. (2-tailed)		.000	.181	.003	.000
Menyre_shitje	Pearson Correlation	.349**	1	-.077	.040	.344**
	Sig. (2-tailed)	.000		.215	.517	.000
Niv.Cmim.Tr.Gjelb	Pearson Correlation	-.083	-.077	1	-.069	-.044
	Sig. (2-tailed)	.181	.215		.267	.484
Niv.Cmim.Pik.Grumb	Pearson Correlation	-.184**	.040	-.069	1	-.285**
	Sig. (2-tailed)	.003	.517	.267		.000
Niv.Cmim.Perpunues	Pearson Correlation	.371**	.344**	-.044	-.285**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.484	.000	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Në tabelën 6.18 janë paraqitur parametrat e marrëdhënieve statistikore ndërmjet variablave të varur dhe variablave të pavarur “Kategoria” dhe “Mënyra e shitjes”. Variabli i pavarur “Kategoria” korrelohet në mënyrë të rëndësishme me dy nga variablat e varur: “Niveli i çmimit në pikat grumbulluese” (PCC = - 0.184; $p_{sig.} = 0.003$) dhe “Niveli i çmimit në pikat përpunuese” (PCC = 0.371; $p_{sig.} = 0.000$). Vlera e koeficientit të korrelacionit që shpreh lidhjen statistikore të variablit “Kategoria” dhe variablit “Niveli i çmimit në pikat grumbulluese” është negative dhe si rrjedhojë, këta dy variabla kanë tendencë të “shtyjnë” njëri-tjetrin. Pra, rritja e madhësisë së fermës shoqërohet me uljen e nivelit të kënaqësisë ndaj çmimit në pikat e grumbullimit. Ndërsa vlera e koeficientit të korrelacionit që shpreh lidhjen statistikore të variablit “Kategoria” dhe variablit “Niveli i çmimit në pikat përpunuese” është

pozitive dhe si rrjedhojë, këta dy variabla kanë tendenca të “tërheqin” njëri-tjetrin. Pra, rritja e madhësisë së fermës shoqërohet me rritjen e nivelit të kënaqësisë ndaj çmimit në pikat e përpunimit. Këto dy rezultate, përmes një konkluzioni, mund të themi se fermerët e fermave të mëdha janë më të kënaqur me nivelin e çmimit në pikat përpunuese sesa me nivelin e çmimit në pikat e grumbullimit, gjë e cila i çon ata natyrshëm drejt statusit të furnizuesit të pikave të përpunimit të qumështit.

Këtë konkluzion e përforcon marrëdhënia statistikore midis variablit “Mënyra e shitjes” dhe “Niveli i çmimit në pikat përpunuese” ($PCC = 0.344$; $p_{sig.} = 0.000$). Vlerat pozitive të koeficientit të korrelacionit tregojnë se këta dy variabla “tërheqin” njëri-tjetrin, në kuptimin që, rritja e nivelit të çmimit në pikat e përpunimit të qumështit, çon në tendencën e fermerit për të mos e shitur vetë qumështin në tregun e gjelbër, por ta tregtojë atë në pikat e grumbullimit dhe në pikat e përpunimit të tij. Por, meqenëse variablat “Mënyra e shitjes” dhe “Niveli i çmimit në pikat grumbulluese” ($PCC = 0.040$; $p_{sig.} = 0.517$) nuk krijojnë një marrëdhënie signifikante statistikore, mbetet që me siguri të mjaftueshme statistikore të konkludojmë në tendencën e shitjes së qumështit në pikat e përpunimit të tij.

Në rezultatet e mësipërme vihet re se variablat e pavarur “Niveli i çmimit në pikat grumbulluese” dhe “Niveli i çmimit në pikat përpunuese” ($PCC = -0.285$; $p_{sig.} = 0.000$) korrelojnë negativisht dhe me signifikancë të mjaftueshme statistikore. Rrjedhimisht, ata kanë tendenca të “shtyjnë” njëri-tjetrin. E shprehur kjo në termat e nivelit të kënaqësisë ndaj çmimit në këto dy tregje të shitjes së qumështit nga fermerët, mund të konkludojmë se fermerët të cilët ndjehen të kënaqur me nivelin e çmimit në pikat e grumbullimit, kanë prirjen të jenë të pakënaqur ndaj nivelit të tij në pikat e përpunimit të qumështit dhe anasjelltas. Kjo shpjegohet se pikat përpunuese nuk e kanë afruar çmimin e pritur nga prodhuesit.

Tabela 6. 19 Matrica korrelative bivariate midis variablave të varur dhe faktorëve administrativ dhe organizativ në Modelin 3

Correlations		Niv.Cmim.Tr.Gjelb	Niv.Cmim.Pik.Grumb	Niv.Cmim.Perpunues
Niv.Cmim.Tr.Gjelb	Pearson Correlation	1	-.069	-.044
	Sig. (2-tailed)		.267	.484
Niv.Cmim.Pik.Grumb	Pearson Correlation	-.069	1	-.285**
	Sig. (2-tailed)	.267		.000
Niv.Cmim.Perpunues	Pearson Correlation	-.044	-.285**	1
	Sig. (2-tailed)	.484	.000	
Fuqia.Negociuse	Pearson Correlation	.073	.036	-.097
	Sig. (2-tailed)	.242	.559	.120
Org.Transp	Pearson Correlation	-.002	-.050	-.148*
	Sig. (2-tailed)	.979	.425	.017
Permbushje.Kriteresh	Pearson Correlation	-.021	-.029	-.054
	Sig. (2-tailed)	.820	.750	.552
Permbushje.Kerkesash	Pearson Correlation	.196*	-.021	.023
	Sig. (2-tailed)	.029	.817	.803
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e marrëdhënieve statistikore midis variablave të varur dhe variablave të pavarur të cilët përfaqësojnë faktorët administrativ dhe organizativ të fermave të prodhimit të qumështit, që paraqiten në Tabelën 6.19, tregojnë për lidhje statistikore signifikante vetëm midis çifteve të variablave “Çmimi në tregun e gjelbër” - “Përmbushja e kërkesës” ($PCC = 0.196$; $p_{sig.} = 0.029$) dhe “Niveli i çmimit të përpunuesit” - “Organizimi i transportit” ($PCC = -0.148$; $p_{sig.} = 0.017$). Në çiftin e parë vërehet se lidhja statistikore është pozitive duke krijuar konkluzionin se përmbushja e kërkesës për qumësht ndaj tregut të gjelbër e bën fermerin të ndjehet komod me nivelin e çmimit të shitjes së qumështit në këtë treg. Ndërsa lidhja statistikore negative e çiftit të dytë, na lejon të konkludojmë se rritja e nivelit të kënaqësisë

ndaj çmimit të përpunuesit shoqërohet me tendencën që fermeri ta kryej vetë transportin e produktit të tij drejt pikave të përpunimit të qumështit.

Dy marrëdhëniet e tjera signifkante janë po ato të cilat janë interpretuar në rezultatet e Tabelës 6.18.

Për vlerësimin e ndikimit të madhësisë fermës, mënyrës e shitjes së qumështit si dhe faktorëve administrativ dhe organizativ në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër, kemi bërë ndërtimin e modelit të regresionit të shumëfishtë linear me variabëlën e varur “Niveli i çmimit në tregun e gjelbër” dhe me variabla të pavarur, variablat e paraqitura në tabelën e mëposhtme.

Tabela 6. 20 Variablat e përfshirë në Modelin 3 për testimin hipotezave H3

Var. Ent./Removed ^a			
Model	Var. Entered	Var. Remov.	Method
1	Përmbushje.Kërkesash, Mënyrë shitje, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Org.Transp, Përmbushje.Kriteresh ^b		Enter
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Tr.Gjelb			
b. All requested var. entered.			

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e dalura nga vlerësimi i koeficienteve të modelit përmes të *t*-test dhe i parametrave statistikor të tyre tregojnë (Tabela 6.21) se nga të gjithë variablat e pavarur vetëm variabli “Përmbushje kërkesash” plotëson kushtin e signifkancës statistikore ($p_{sig.} = 0.023$) si dhe konstantja e modelit ($p_{sig.} = 0.050$).

Tabela 6. 21 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(1)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	4.607	2.322	1.984	.050	.009	9.206
	Kategoria	-.154	.120	-.121	.202	-.391	.083
	Menyre_shitje	-.533	1.644	-.030	.747	-3.788	2.723
	Fuqia.Negociuse	-.601	.843	-.068	.477	-2.271	1.068
	Org.Transp	.076	.368	.020	.837	-.652	.804
	Permbushje.Kriteresh	-.084	.433	-.019	.847	-.942	.775
	Permbushje.Kerkesash	.220	.095	2.310	.023	.031	.409

a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Tr.Gjellb

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Analiza e të dhënave me metodën “Stepwise” e cila lejon përfshirjen në model vetëm të variablave të pavarur të cilët plotësojnë kushtet statistikore të *F*-test, rikonfirmon rezultatet e mësipërme.

Tabela 6. 22 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(1).

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Përmbushje.Kërkesash		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Tr.Gjellb

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Metoda “Stepwise” ka përcaktuar si vlerësim pikësor për koeficientin e variablit “Përbushje kërkesash”, vlerën 0.205 me probabilitet të t-test $p_{sig.} = 0.029$, dhe një vlerësim intervalor me siguri 95% për koeficientin, intervalin (0.022; 0.389), ndërsa vlerësimi pikësor i konstantes së modelit, është vlera 3.388 ($p_{sig.} = 0.000$) dhe vlerësimi intervalor i saj është intervali (2.743; 4.033).

Ekuacioni ekonometrik i modelit 3 për përcaktimin e nivelit të kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër me vlera të koeficienteve të rrumbullakosura deri në dy shifra mbas presjes dhjetore, është:

$$\text{Niv.Ç.Tr.Gjelbërt} = 3.388 + 0.21(\text{Përmb Kërkes.}) + \varepsilon \quad (6.7)$$

Tabela 6. 23 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(1).

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3.388	.326		10.396	.000	2.743	4.033
	Permbushje.Kerkesash	.205	.093	.196	2.211	.029	.022	.389
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Tr.Gjelb								

a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Tr.Gjelb

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Barazimi 6.7 i cili paraqet modelin e regresionit univariant linear tregon se është e pamundur ndërtimi i një modeli multivariant ekonometrik i cili të shpreh lidhjen midis variablit të pavarur “Niveli i çmimit në tregun e gjelbër” dhe variablave të pavarur të cilët përfaqësojnë madhësinë e fermës, mënyrën e shitjes dhe faktorët organizativ dhe administrativ të fermës. Rrjedhimisht mund të konkludojmë se: Madhësia e fermës, mënyra e shitjes së qumështit si dhe faktorët administrativ dhe organizativ nuk ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin

e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër.. Konkluzioni që mund të nxirret prej rezultatit të shprehur me anë të modelit ekonometrik është se: Niveli i kënaqësisë së fermerit ndaj çmimit në tregun e gjelbër varet statistikisht vetëm shkalla e përmbushjes së kërkesës për qumësht të këtij tregu nga fermeri.

Për vlerësimin e ndikimit të madhësisë së fermës, mënyrës e shitjes së qumështit si dhe faktorëve administrativ dhe organizativ në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e grumbullimit, kemi bërë ndërtimin e modelit të regresionit të shumëfishtë linear me variabëlën e varur “Niveli i çmimit në pikat e grumbullimit” dhe me variabla të pavarur, variablat e paraqitura në tabelën 5.20.

Tabela 6. 24 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(2)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.969	2.688		.361	.719	-4.354	6.293
	Kategoria	-.748	.139	-.467	-5.394	.000	-1.023	-.473
	Menyre_shitje	.749	1.904	.034	.393	.695	-3.021	4.518
	Fuqia.Negociuse	.190	.976	.017	.194	.846	-1.743	2.123
	Org.Transp	.124	.426	.025	.290	.772	-.719	.966
	Permbushje.Kriteresh	.438	.502	.077	.873	.384	-.555	1.432
	Permbushje.Kerkesash	.006	.110	.005	.058	.954	-.212	.225

a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Pik.Grumb

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e dalura nga vlerësimi i koeficienteve të modelit përmes të *t*-test dhe i parametrave statistikor të tyre tregojnë (Tabela 6.24) se nga të gjithë variablat e pavarur vetëm variabli “Kategoria” plotëson kushtin e signifkancës statistikore ($p_{sig.} = 0.000$).

Analiza e të dhënave me metodën “Stepwise” e cila lejon përfshirjen në model vetëm të variablave të pavarur të cilët plotësojnë kondicionet statistikore të F -test, rikonfirmon rezultatet e mësipërme, duke përfshirë edhe konstanten e modelit e cila në metodën “Enter” nuk shfaqej si një koeficient signifikant ($p_{sig.} = 0.719$).

Tabela 6. 25 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin për testimin hipotezave $H3(2)$

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kategoria		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter $\leq .050$, Probability-of-F-to-remove $\geq .100$).
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Pik.Grumb			

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Metoda “Stepwise” ka përcaktuar si vlerësim pikësor për koeficientin e variablit “Kategoria”, vlerën - 0.708 me probabilitet të t-test $p_{sig.} = 0.000$, dhe një vlerësim intervalor me siguri 95% për koeficientin, intervalin (- 0.964; - 0.452), ndërsa vlerësimi pikësor i konstantes së modelit, është vlera 3.378 ($p_{sig.} = 0.000$) dhe vlerësimi intervalor i saj është intervali (3.183; 4.573).

Ekuacioni ekonometrik i modelit 3, në vlerësimin e nivelit të kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e grumbullimit; me vlera të koeficientëve të rumbullakosura deri në dy shifra mbas presjes dhjetore, është:

$$\text{Niv.}\dot{\text{C}}.\text{Pik.Gr.} = 3.378 - 0.708(\text{Kategoria}) + \varepsilon \quad (6.8)$$

Tabela 6. 26 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin për testimin hipotezave H3(2);

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3.878	.351	11.046	.000	3.183	4.573
	Kategoria	-.708	.129	-.442	.000	-.964	-.452

a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Pik.Grumb

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Barazimi 6.8 i cili paraqet modelin e regresionit univariant linear tregon se është e pamundur ndërtimi i një modeli multivariant ekonometrik i cili të shpreh lidhjen midis variablit të pavarur “Niveli i çmimit në pikat e grumbullimit” dhe variabla të pavarur të cilët përfaqësojnë madhësinë e fermës, mënyrën e shitjes dhe faktorët organizativ dhe administrativ të fermës. Rrjedhimisht mund të konkludojmë se: Madhësia e fermës, mënyra e shitjes së qumështit si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e grumbullimit. Konkluzioni që mund të nxirret prej rezultatit të shprehur me anë të modelit ekonometrik është se: Niveli i kënaqësisë së fermerit ndaj çmimit në pikat e grumbullimit varet statistikisht vetëm nga madhësia e fermës e shprehur me anë të kategorisë së saj. Me rritjen e madhësisë së fermës rritet edhe pakënaqësia e fermerëve me çmimin në pikat e grumbullimit

Për hulumtimin e ndikimit të: Madhësisë së fermës, mënyrës së shitjes së qumështit si dhe faktorëve administrativ dhe organizativ në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së

qumështit në pikat e përpunimit të qumështit, kemi bërë ndërtimin e modelit të regresionit të shumëfishtë linear me variabëlën e varur “Niveli i çmimit në pikat e përpunimit” dhe me variabla të pavarur, variablat e paraqitura në tabelën 6.20.

Tabela 6. 27 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(3)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	5.804	2.947		1.970	.051	-.031	11.639
	Kategoria	.670	.152	.393	4.406	.000	.369	.971
	Menyre_shitje	-1.027	2.086	-.044	-.492	.624	-5.158	3.105
	Fuqia.Negociuse	-.870	1.070	-.073	-.813	.418	-2.989	1.248
	Org.Transp	-.310	.467	-.060	-.665	.508	-1.234	.614
	Permbushje.Kriteresh	-.880	.550	-.146	-1.601	.112	-1.969	.209
	Permbushje.Kerkesash	.012	.121	.008	.098	.922	-.228	.251

a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Perpunues

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e dalura nga vlerësimi i koeficienteve të modelit përmes *t*-test dhe i parametrave statistikor të tyre tregojnë (Tabela 4.27) se nga të gjithë variablat e pavarur vetëm variabli “Kategoria” plotëson kushtin e signifkancës statistikore ($p_{sig.} = 0.000$). Konstantja e modelit është vetëm 0.001 njësi nga kufiri maksimal i signifkancës statistikore ($p_{sig.} = 0.051 > 0.05$).

Tabela 6. 28 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(3)

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kategoria		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter $\leq .050$, Probability-of-F-to-remove $\geq .100$).

a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Perpunues

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Analiza e të dhënave me metodën “Stepwise” e cila lejon përfshirjen në model vetëm të variablave të pavarur të cilët plotësojnë kondicionet statistikore të F -test, rikonfirmon rezultatet e mësipërme për variablin “Kategoria”, ndërsa konstantja e modelit kapërcen ndjeshëm kufijtë e signifikanës statistikore për tu përfshirë në modelin ekonometrik ($p_{sig.} = 0.287 > 0.05$, Tabela 6.29), për këtë arsye, në metodën “Stepwise”, kemi përdorur opsionin e përjashtimit të konstantes së modelit.

Tabela 6. 29 Koeficientët e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(3)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.417	.390	1.070	.287	-.354	1.188
	Kategoria	.602	.144	4.194	.000	.318	.887

a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Perpunues

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Metoda “Stepwise” ka përcaktuar si vlerësim pikësor për koeficientin e variablit “Kategoria”, vlerën 0.739 me probabilitet të t-test $p_{sig.} = 0.000$, dhe një vlerësim intervalor me siguri 95% për koeficientin, intervalin (0.610; 0.869).

Ekuacioni ekonometrik i modelit 3, në vlersimin e nivelit të kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e përpunimit, me vlera të koeficientit të rrumbullakosura deri në dy shifra mbas presjes dhjetore, është:

$$Niv.Ç.Pik.Përpunim. = 0.739(Kategoria) + \varepsilon \quad (6.9)$$

Tabela 6. 30 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 3 për testimin hipotezave H3(3), pa përfshirë konstanten e modelit

Coefficients ^{a,b}								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
1	Kategoria	.739	.065	.713	11.308	.000	.610	.869
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Perpunues								
b. Linear Regression through the Origin								

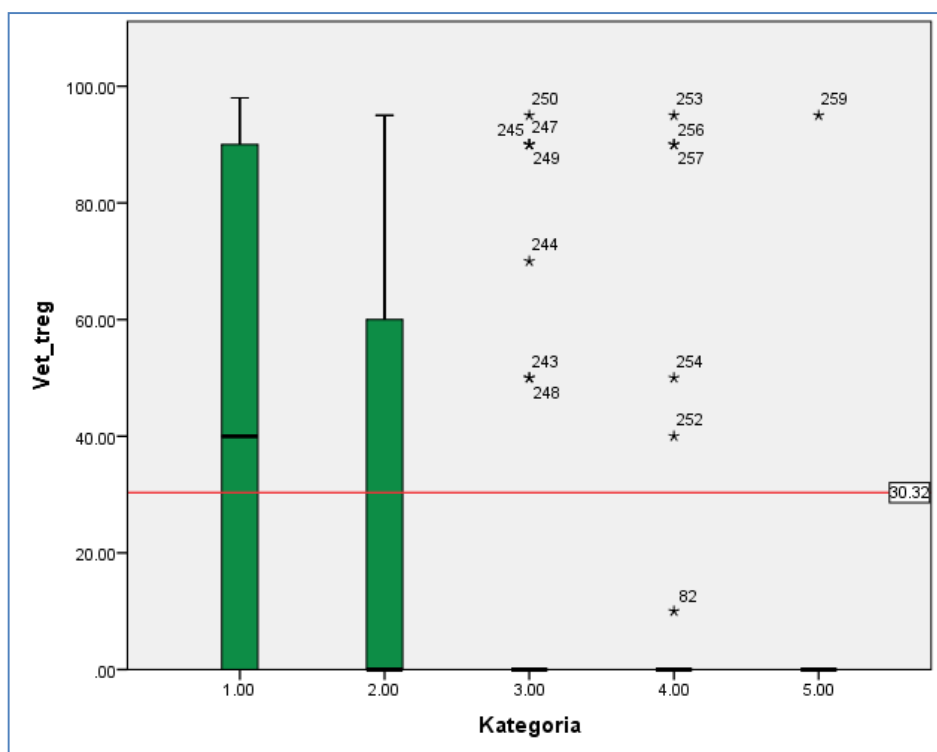
Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Barazimi 6.9 i cili paraqet modelin e regresionit univariant linear tregon se është e pamundur ndërtimi i një modeli multivariant ekonometrik i cili të shpreh lidhjen midis variablilit të pavarur “Niveli i çmimit në pikat e përpunimit” dhe variablave të pavarur të cilët përfaqësojnë madhësinë e fermës, mënyrën e shitjes dhe faktorët organizativ dhe administrativ të fermës. Rrjedhimisht mund të konkludojmë se: Madhësia e fermës, mënyra e shitjes së qumështit si dhe faktorët administrativ dhe organizativ ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e grumbullimit. Konkluzioni që mund të nxirret prej rezultatit të shprehur me anë të modelit ekonometrik është se: Niveli i kënaqësisë së fermerit ndaj çmimit në pikat e përpunimit të qumështit varet statistikisht vetëm nga madhësia e fermës e shprehur me anë të kategorisë së saj. Me rritjen e madhësisë së fermës rritet edhe pakënaqësia e fermerëve me çmimin në pikat e përpunimit të qumështit.

6.4 Ndikimi i madhësisë së fermës në shpërndarjen e qumështit sipas tregjeve aktuale të tij

Është me interes studimi i ndikimit të madhësisë së fermave në shpërndarjes e prodhimit të qumështit sipas tregut të shitjes së tij. Për të realizuar këtë kemi studiuar shpërndarjen ndërkuartilore të sasisë në përqindje të qumështit të shitur në tre llojet e tregjeve që dominojnë në rajonin e Prishtinës duke e trajtuar variablin “Kategoria” si një variabël nominal (cilësor).

Në Grafikun 6.4, në të cilin paraqitet me anë të boxplot-eve shpërndarja ndërkuartilore e variablit “Vet.tregëtim” sipas madhësisë së fermës të shprehur me anë të kategorisë së saj, vihet re se Tregu i gjelbër i shitjes së qumështit është një “ekskluzivitet” i fermave blegtorale të prodhimit të qumështit të cilat kanë jo më shumë se 20 lopë. Nga fermat të cilat kanë më shumë se 20 lopë, vetëm 5.4% e tyre preferojnë të përdorin tregun e gjelbër për të shitur një sasi sado të vogël në përqindje të qumështit që ato prodhojnë. Në përgjithësi, në tregun e gjelbër shkon rreth 30.32 % e qumështit të prodhuar nga të gjitha fermat blegtorale, pavarësisht madhësisë së tyre. Krahasuar me këtë, për fermat e kategorisë së parë, të cilat kanë 1-9 lopë dhe ato të kategorisë së dytë, të cilat kanë 10-19 lopë, vihet re se të gjitha këto ferma kontribuojnë pozitivisht në mesataren e përgjithshme të mësipërme.

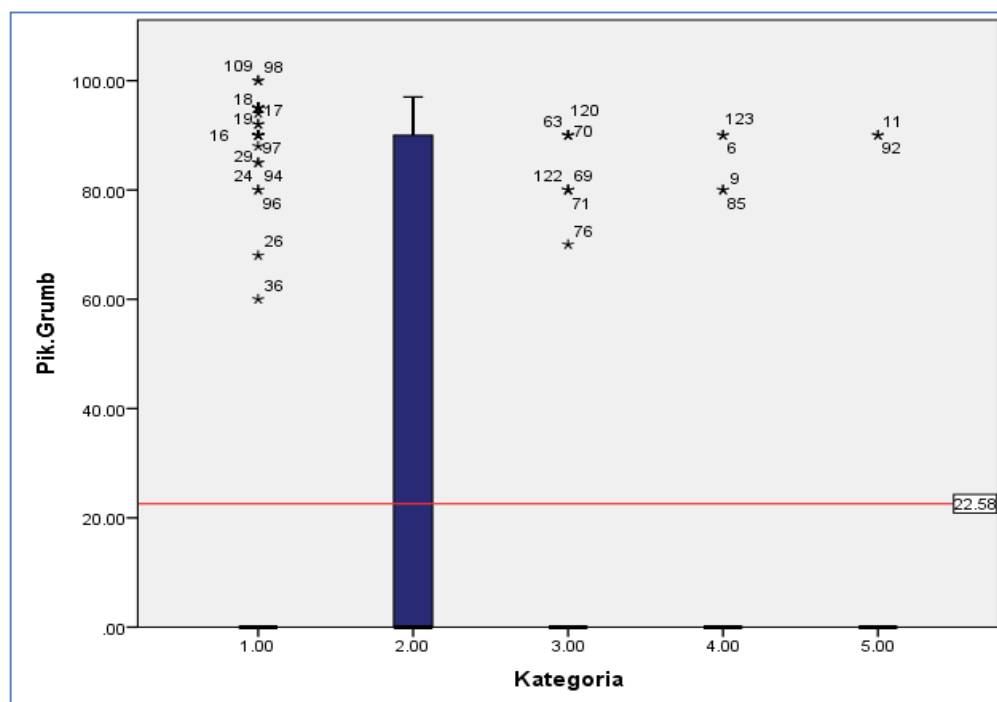


*Grafiku 6. 4. Shpërndarja ndërkuartilore për variablin “Vet. tretim”.
Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS*

Nga grafiku konfirmohet se të gjitha fermat blegtorale të dy kategorive të para, pavarësisht sasisë në përqindje të qumështit që shesin në tregun e gjelbër, ato e përdorin këtë lloj tregu për të realizuar shitjen e produktit të tyre. Për fermat e kategorisë së parë vihet re se 25% e këtyre fermave e shesin pothuajse gjithë qumështin (95%-100%) në tregun e gjelbër, ndërsa për fermat e kategorisë së dytë, 25% e tyre shesin nga 60% të sasisë së qumështit deri në 100% të tij në tregun e gjelbër.

Në Grafikon 6.5, në të cilin paraqitet me anë të boxplot-eve shpërndarja ndërkuartilore e variablit “Pik.Grumbullimi” sipas madhësisë së fermës të shprehur me anë të kategorisë së saj, vihet re se pikat e grumbullimit të qumështit janë “ekskluzivitet” i fermave blegtorale të

prodhimit të qumështit të cilat kanë nga 10 deri në 19 lopë. Nga fermat të cilat kanë më shumë se 20 lopë, vetëm 5% e tyre preferojnë të shesin një sasi në përqindje të qumështit që ato prodhojnë, në pikat e grumbullimit. I njëjti fenomen vërehet edhe për fermat me më pak se 10 lopë, të cilat, gjithashtu preferojnë që 5% e tyre ta shesin një sasi në përqindje të qumështit që ato prodhojnë, në pikat e grumbullimit.



Grafiku 6.5. Shpërndarja ndërkuartilore për variablin “Pik.Grumbullimi”
Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Në përgjithësi, në pikat e grumbullimit shkon rreth 22.58 % e qumështit të prodhuar nga të gjitha fermat blegtorale, pavarësisht madhësisë së tyre. Krahësuar me këtë, për fermat e kategorisë së dytë, të cilat kanë 10-19 lopë, vihet re se të gjitha këto ferma kontribuojnë në mesataren e përgjithshme të mësipërme. Ndërsa të gjitha fermat e kategorive të tjera të cilat preferojnë këtë treg të shitjes së qumështit për një pjesë të sasisë së prodhuar prej tyre,

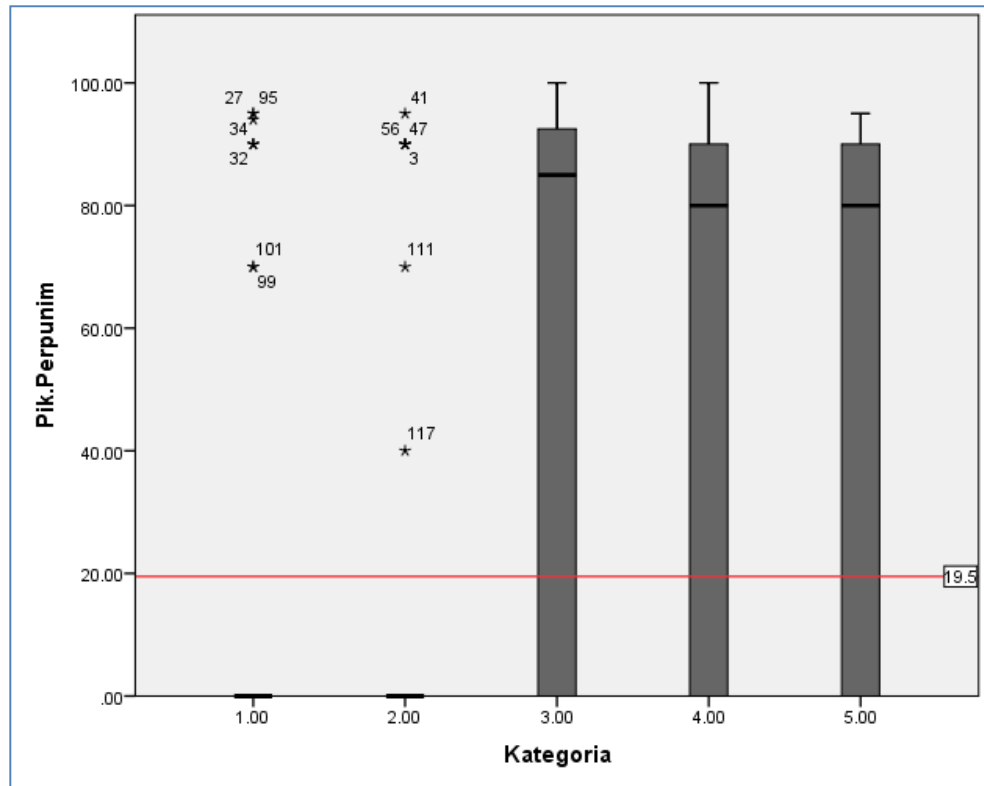
kontributi mbi mesataren i tyre është pozitiv pasi ato të gjitha janë të përqendruara në nivelet mbi 60% të sasisë së qumështit. Bile vihet re se ka edhe ferma të kategorisë së parë që pothuajse e shesin gjithë qumështin në pikat e grumbullimit.

Nga grafiku konfirmohet se të gjitha fermat blegtorale të kategorisë së dytë (10-19 lopë) , pavarësisht sasisë në përqindje të qumështit që çojnë në pikat e grumbullimit, ato e përdorin këtë lloj tregu për të realizuar shitjen e produktit të tyre. Për fermat e kategorisë së dytë, vihet re se 25% e këtyre fermave e shesin pothuajse gjithë qumështin (95%-100%) në pikat e grumbullimit.

Në Grafikun 6.6, në të cilin paraqitet me anë të boxplot-eve shpërndarja ndërkuartilore e variablit “Pik.Përpunimi” sipas madhësisë së fermës të shprehur me anë të kategorisë së saj, vihet re se pikat e përpunimit të qumështit janë “ekskluzivitet” i fermave blegtorale të prodhimit të qumështit të cilat kanë më shumë se 20 lopë. Nga fermat të cilat kanë më pak se 20 lopë, vetëm 4.6 % e tyre preferojnë të shesin një sasi në përqindje të qumështit që ato prodhojnë, në pikat e përpunimit të tij.

Në përgjithësi, në pikat e përpunimit të qumështit, shkon rreth 19.58 % e qumështit të prodhuar nga të gjitha fermat blegtorale, pavarësisht madhësisë së tyre. Krahasuar me këtë, për fermat e kategorisë së tretë, të katërt dhe të pestë, të cilat kanë më shumë se 20 lopë, vihet re se të gjitha këto ferma kontribuojnë në mesataren e përgjithshme të mësipërme. Ndërsa fermat e kategorisë së parë dhe të dytë të cilat preferojnë këtë treg të shitjes së qumështit për një pjesë të sasisë së prodhuar prej tyre, kontributi mbi mesataren i tyre është pozitiv pasi ato të gjitha janë të përqendruara pothuajse të gjitha në nivelet mbi 60% të sasisë së qumështit (vetëm një fermë tregon në pikat e përpunimit një sasi prej 40% të qumështit të prodhuar

prej saj)). Bile vihet re se ka edhe ferma të kategorisë së parë dhe të dytë që pothuajse e shesin gjithë qumështin në pikat e grumbullimit.



Grafiku 6. 6. Shpërndarja ndërkuartilore për variablin "Pik. Përpunim"
Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Nga grafiku konfirmohet se të gjitha fermat blegtorale të kategorive me mbi 20 lopë , pavarësisht sasisë në përqindje të qumështit që çojnë në pikat e grumbullimit, ato e përdorin këtë lloj tregu për të realizuar shitjen e produktit të tyre. Për fermat e kategorisë së tretë dhe të katërt, vihet re se 25% e këtyre fermave e shesin pothuajse gjithë qumështin (95%-100%) në pikat e përpunimit të qumështit. Ndërsa për fermat e kategorisë së pestë (mbi 50 lopë) vihet re se asnjë prej tyre nuk arrin ta shes 95%-100% të qumështit në pikat e përpunimit të tij.

6.5 Ndikimi i faktorëve të ruajtjes së produktit dhe madhësisë së fermës mbi mundësinë e tregtimit të tij

Në procesin e tregtimit të një produkti një faktor përcaktues i suksesit të biznesit është shitja e të gjithë produktit të prodhuar. Në rastin e prodhimit të produkteve ushqimore dhe në veçanti të qumështit kjo është e rëndësishme sepse në këtë rast, nuk ka mundësi për të krijuar stokun afatgjatë. Për këtë shkak, u pa me interes studimi i fenomenit të pamundësisë së shitjes së qumështit. Informacioni për studimin e këtij fenomeni është siguruar nga vetë fermerët nëpërmjet deklaramit të tyre, në trajtën e përgjigjes për pyetjet e mëposhtme:

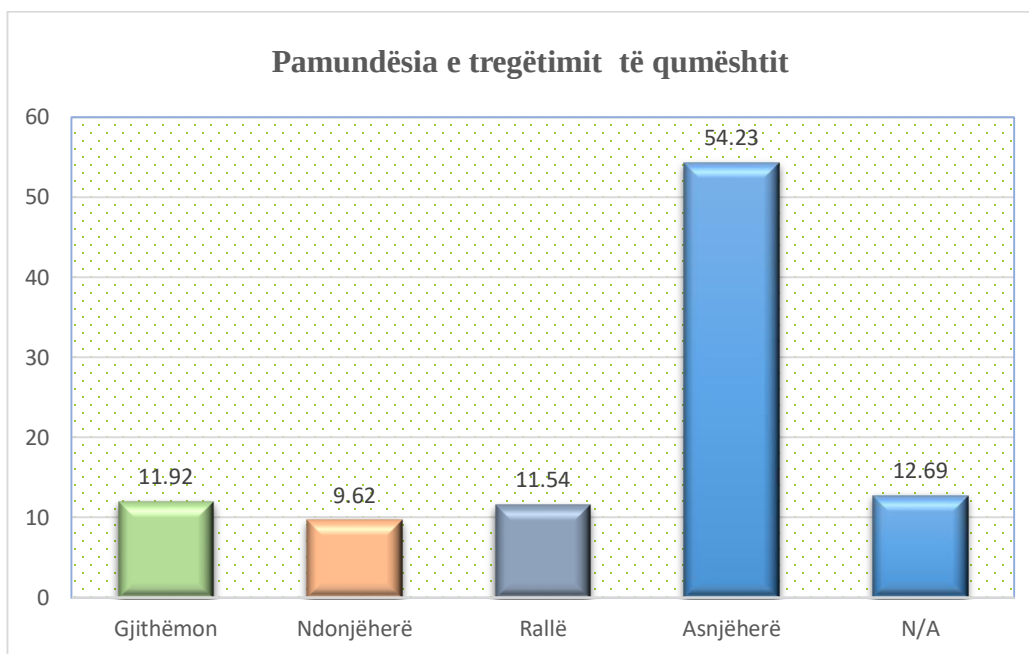
Pyetja 5: Duke konsideruar një muaj të plotë, sa shpesh ju ndodh të mos e shisni të gjithë sasinë e qumështit të destinuar për shitje pavarësisht se në cilin nga tregjet e keni shitur atë?

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. Gjithmonë me mbetet sasi e pashitur | ☐ |
| 2. Ndonjëherë | ☐ |
| 3. Rralle | ☐ |
| 4. Asnjëherë | ☐ |

Rezultatet e dalura nga analiza deskriptive të të dhënave për fenomenin e pamundësisë së tregtimit të qumështit nga fermat blegtorale të rajonit të Prishtinës, janë paraqitur grafikisht në figurën e mëposhtme (Grafiku 6.7).

Nga grafiku vihet re se më shumë se gjysma e fermave (54.23%) të rajonit të Prishtinës arrijnë ta shesin gjithë sasinë e qumështit të prodhuar gjatë një muaji. 11.54 % e tyre u ndodh rrallë që të mos e shesin gjithë sasinë e qumështit të prodhuar, 9.62% u ndodh ndonjëherë që të mos e shesin ndërsa 11.92% e fermerëve të këtij rajoni nuk arrijnë ta shesin gjithë qumështin e prodhuar në fermat e tyre. Ajo çka bie në sy nga analiza e të dhënave është se 12.69% e

fermerëve nuk e mendojnë relevante pamundësinë e shitjes së qumështit në një nga tregjet që janë në dispozicion në rajonin e Prishtinës.



Grafiku 6. 7. Shpërndarja e numrit të fermave blegtorale sipas mundësisë së tregëtimit të qumështit . Burimi: Autori

Për të analizuar shkaqet dhe faktorët që shkaktojnë pamundësinë e shitjes së gjithë prodhimit mujor të qumështit, si dhe për të përcaktuar faktorët e rëndësishëm statistikisht të cilët mund të modelojnë një lidhje funksionale parashikuese, kemi hulumtuar: Varësin e mos realizimi i shitjes së gjithë qumështit nga madhësia e fermës, niveli i kënaqësisë me çmimin, koha e ruajtjes së qumështit, mënyra e funksionimit të tregut të shitjes së qumështit dhe kontrata me blerësit.

Për realizimin e këtij objekti, për secilën nga tre rastet e tregjeve të shitjes së qumështit të prodhuar, kemi ndërtuar hipotezat statistikore: :

H4: Madhësia e fermës, niveli i kënaqësisë me çmimin, koha e ruajtjes së qumështit, mënyra e funksionimit të tregut të shitjes dhe kontrata me blerësit ndikojnë në pamundësinë e shitjes mujore të qumështit të prodhuar.

Për testimin e hipotezës H₄, si variabël i varur është marrë “Pamundësia e tregtimit”, i cili është matur me anë të nivelit të perceptimit sipas shkallëve “Likert”, nga 1 në 4 dhe me vlerën 0 për rastet e deklaramit “jo relevant”, të deklaruar nga vetë fermeri në Pyetjen 5 të instrumentit. Variablat e pavarur janë “Kategoria”, “Niv.Çmim.Treg.Gjelbërt”, “Niv.Çmim.Pik.Grumb.”, “Niv.Çmim.Përpunues” si dhe variablat që përfaqësojnë disa nga faktorët organizativ: “Ditë grumbullimi”, “Funksionimi i tregut të shitjes”, “Domosdoshmëri kontrate”. Mënyra e matjes së katër variablave të parë të pavarur është trajtuar në çështjet paraardhëse. Variabli “Ditë grumbullimi” është matur me vlerat reale të plotë që përcaktojnë numrin e ditëve që fermeri grumbullon qumështin para se ta shes. Dy variablat e fundit janë matur me vlerat nga 1 në 5 të cilat përfaqësojnë nivelin në rritje të perceptimit të fermerëve përkatësisht për mënyrën e funksionimit të tregut dhe domosdoshmërinë e kontratës me blerësit.

Marrëdhëniet individuale bivariate midis variablave në këtë model, të cilit këndeje e tutje do t’i referohemi si “Modeli 4”, paraqiten në tabelat e mëposhtme.

Tabela 6. 31 Matrica korrelative bivariate midis variablit të varur dhe faktorëve që përcaktojnë madhësinë e fermës dhe nivelet e çmimit në Modelin 4

		Correlations				
		Pamundes_i_tregetimi	Kategoria	Niv.Cmim.Tr.Gjelb	Niv.Cmim.Pik.Grumb	Niv.Cmim.Perpunues
Pamundes_i_tregetimi	Pearson Correlation	1	.289**	.054	.004	.298**
	Sig. (2-tailed)		.000	.383	.946	.000
Kategoria	Pearson Correlation	.289**	1	-.083	-.184**	.371**
	Sig. (2-tailed)	.000		.181	.003	.000
Niv.Cmim.Tr.Gjelb	Pearson Correlation	.054	-.083	1	-.069	-.044
	Sig. (2-tailed)	.383	.181		.267	.484
Niv.Cmim.Pik.Grumb	Pearson Correlation	.004	-.184**	-.069	1	-.285**
	Sig. (2-tailed)	.946	.003	.267		.000
Niv.Cmim.Perpunues	Pearson Correlation	.298**	.371**	-.044	-.285**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.484	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Në tabelën 6.31 janë paraqitur parametrat e marrëdhënieve statistikore midis variablit të varur dhe variablave të pavarur që përfaqësojnë madhësinë e fermës dhe kënaqësinë me çmimet në tregjet e shitjes së qumështit. Nga rezultatet e përpunimit statistikor vërehet se variabli i varur siguron signifikançën e mjaftueshme për një marrëdhënie të qëndrueshme statistikore me dy nga variablat e pavarur: “Kategoria” ($p_{sig.} = 0.000$) dhe “Niv.Çmim.Përpunues” ($p_{sig.} = 0.000$). Me variablin “Kategoria”, koeficienti i korrelacionit është pozitiv (PCC = 0.289), gjë e cila tregon se këto dy variabla “tërheqin” njëri-tjetrin statistikisht, pra rritja e kategorisë së fermës shoqërohet me rritjen e mundësisë për ta shitur gjithë prodhimin mujor të qumështit të saj. I njëjti fenomen vërehet edhe me variablin e pavarur “Niv.Çmim.Përpunues”, koeficienti i korrelacionit është pozitiv (PCC = 0.298) dhe rrjedhimisht variablat “tërheqin” njëri-tjetrin, pra rritja e nivelit të kënaqësisë së fermerit me çmimin në pikat e përpunimit të qumështit, shoqërohet me rritjen e mundësisë së tij për ta shitur gjithë sasinë mujore të qumështit të prodhuar. Marrëdhëniet e tjera signifikative të cilat vërehen në Tabelën 6.31 janë trajtuar në çështjet paraardhëse.

Tabela 6. 32 Matrica korrelative bivariate midis variablit të varur dhe faktorëve organizativ në Modelin 4

		Correlations			
		Pamundes_i_tregetimi	Dite_grumbullimi	Domosdoshmeri.Kontrate	Funks.Trg.Shitje
Pamundes_i_tregetimi	Pearson Correlation	1	.162	.121	.226 [*]
	Sig. (2-tailed)		.071	.179	.011
Dite_grumbullimi	Pearson Correlation	.162	1	.006	-.139
	Sig. (2-tailed)	.071		.946	.122
Domosdoshmeri.Kontrate	Pearson Correlation	.121	.006	1	.085
	Sig. (2-tailed)	.179	.946		.344
Funks.Trg.Shitje	Pearson Correlation	.226 [*]	-.139	.085	1
	Sig. (2-tailed)	.011	.122	.344	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e marrdhënieve statistikore ndërmjet variablit të varur dhe atyre të pavarur të cilët përfaqësojnë faktorët organizativ të fermave të prodhimit të qumështit, që paraqiten në Tabelën 6.32, tregojnë për lidhje statistikore signifikante vetëm midis variablit të varur dhe variablit të pavarur “Funks.Treg.Shitje” ($PCC = 0.226$; $p_{sig.} = 0.011$). Pozitiviteti i koeficientit të korrelacionit tregon se rritja e kënaqësisë me mënyrën si funksionon tregu i shitjes së qumështit shoqërohet me rritjen e mundësisë për të shitur gjithë sasinë mujore të qumështit të prodhuar nga fermerët.

Për vlersimin e ndikimit të madhësisë së fermës, nivelit të kënaqësisë me çmimin, kohës së ruajtjes së qumështit, mënyrës së funksionimit të tregut të shitjes dhe kontrata me blerësit ndikojnë në pamundësinë e shitjes mujore të qumështit të prodhuar, kemi bërë ndërtimin e modelit të regresionit të shumëfishtë linear me variabëlën e varur “Pamundësi.Tregëtimi” dhe me variabla të pavarur, variablat e paraqitura në tabelën e mëposhtme.

Tabela 6. 33 Variablat e përfshirë në Modelin 4 për testimin e hipotezës H4

Var. Entered/Remov. ^a			
Model	Var. Ent.	Var. Remov.	Method
1	Funks.Trig.Shitje, Niv.Cmim.Pik.Grumb, Domosdoshmeri.Kontrate, Dite.grumbullimi, Niv.Cmim.Tr.Gjelb, Kategoria, Niv.Cmim.Perpunues ^b		Ent.
a. Depend. Var.: Pamundesi_tregetimi			
b. All requested var. Ent.			

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rezultatet e vlerësimit të koeficienteve të modelit me anë të *t*-test dhe i parametrave statistikor të tyre tregojnë (Tabela 6.34) se nga të gjithë variablat e pavarur vetëm variablat “Kategoria” ($p_{sig.} = 0.000$) dhe “Funks.Treg.Shitje” ($p_{sig.} = 0.016$) plotësojnë kushtin e signifkancës statistikore.

Tabela 6. 34 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Enter” në Modelin 4 për testimin e hipotezës H4

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.385	.981		1.412	.161	-.558	3.328
	Kategoria	.206	.057	.344	3.594	.000	.092	.320
	Niv.Cmim.Tr.Gjelb	.030	.040	.064	.751	.454	-.049	.110
	Niv.Cmim.Pik.Grumb	.039	.041	.105	.952	.343	-.042	.121
	Niv.Cmim.Perpunues	.044	.037	.126	1.206	.230	-.029	.117
	Dite.grumbullimi	.185	.141	.112	1.314	.191	-.094	.463
	Domosdoshmeri.Kontrate	.163	.187	.072	.870	.386	-.208	.534
	Funks.Trig.Shitje	.095	.040	.208	2.368	.020	.016	.174
a. Dependent Variable: Pamundesi_tregetimi								

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Analiza e të dhënave me metodën “Stepwise” e cila lejon përfshirjen në model vetëm të variablave të pavarur të cilët plotësojnë kondicionet statistikore të F -test, rikonfirmon rezultatet e mësipërme si dhe përfshin në mënyrë signifikante ($p_{sig.} = 0.000$) konstanten në model.

Tabela 6. 35 Përcaktimi i variablave të rëndësishëm në Modelin 4 për testimin e hipotezës H4

Vari. Entered/Remov. ^a			
Model	Var.Ent.	Var. Remov.	Method
1	Kategoria		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter $\leq .050$, Probability-of-F-to-remove $\geq .100$).
2	Funks.Trg.Shitje		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter $\leq .050$, Probability-of-F-to-remove $\geq .100$).
a. Depend.Var.: Pamundesi_tregetimi			

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Metoda “Stepwise” ka përcaktuar si vlerësim pikësor për koeficientin e variablit “Kategoria”, vlerën 0.217 me probabilitet të t-test $p_{sig.} = 0.000$, dhe një vlerësim intervalor me siguri 95% për koeficientin, intervalin (0.120; 0.315), për variablin “Funks.Treg.Shitje”, vlerën 0.095 me probabilitet të t-test $p_{sig.} = 0.013$, dhe një vlerësim intervalor me siguri 95% për koeficientin, intervalin (0.021; 0.169), ndërsa vlerësimi pikësor i konstantes së modelit, është vlera 2.779 dhe vlerësimi intervalor i saj është intervali (2.444; 3.114).

Ekuacioni ekonometrik i modelit 4, për vlerësimin e ndikimit të faktorëve si: Madhësia e fermës, niveli i kënaqësisë me çmimin, koha e ruajtjes së qumështit, mënyra e funksionimit të tregut të shitjes dhe kontrata me blerësit ndikojnë në pamundësinë e shitjes mujore të

qumështit të prodhuar) me vlera të koeficienteve të rrumbullakosura deri në dy shifra mbas presjes dhjetore, është:

$$Pamundësi.Tregëtimi = 2.78 + 0.22(Kategoria) + 0.1(Funks.Trq.Shitje) + \varepsilon \quad (6.10)$$

Barazimi 6.10 i cili paraqet modelin e regresionit multivariant linear tregon se shitja e gjithë sasisë mujore të qumështit të prodhuar ndikohet në mënyrë signifikative nga dy faktorë, madhësia e fermës e shprehur me anë të kategorisë së saj si dhe dakordësia me mënyrën e funksionimit të tregut të shitjes së qumështit. Ndikimi i këtyre dy faktorëve është pozitiv dhe në mënyrë funksionale tregon se rritja e madhësisë së fermës dhe rritja e nivelit të dakordësisë më mënyrën e funksionimit të tregut të shitjes së qumështit sjellin statistikisht rritjen e mundësisë së shitjes së gjithë sasisë së qumështit të prodhuar gjatë një muaji.

Tabela 6. 36 Koeficientet e regresionit të shumëfishtë linear me metodën “Stepwise” në Modelin 4 për testimin e hipotezës H4

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3.043	.136		22.379	.000	2.774	3.312
	Kategoria	.224	.050	.374	4.468	.000	.125	.323
2	(Constant)	2.779	.169		16.426	.000	2.444	3.114
	Kategoria	.217	.049	.363	4.427	.000	.120	.315
	Funks.Trq.Shitje	.095	.037	.207	2.529	.013	.021	.169

a. Dependent Variable: Pamundesit_tregetimi

Burimi: Rezultat i përpunimit statistikor të të dhënave me anë të programit SPSS

Rrjedhimisht mund të konkludojmë: Madhësia e fermës, niveli i kënaqësisë me çmimin, koha e ruajtjes së qumështit, mënyra e funksionimit të tregut të shitjes dhe kontrata me blerësit ndikojnë në pamundësinë e shitjes mujore të qumështit të prodhuar.

7 KAPITULLI VII: KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME

Në këtë pjesë prezantohen konkluzionet e punimit që vijnë si rezultat i përpunimit të dhënave të marra nëpërmjet instrumenteve të kërkimit të përdorura në këtë hulumtim (intervistat e thelluara me aktorë të ndryshëm të zinxhirit të furnizimit dhe pyetësi i realizuar me kategori të ndryshme të fermave blegtorale në rajonin e Prishtinës). Fokus të veçantë në këtë kapitull kanë rezultatet e nxjerra në funksion të testimit të hipotezave të studimit e më konkretisht: studimi i varësisë së mënyrës të shitjes së qumështit, nga madhësia e fermës, çmimit të shitjes dhe faktorëve administrative dhe organizacionalë. Pastaj, ndikimi i këtyre faktorëve në sasinë e shitur tek secila hallkë e zinxhirit, në nivelin e kënaqësisë me çmimet e marra nga ana e fermerëve dhe pamundësisë që kanë këta të fundit për të shitur/tregtuar të gjithë sasinë në dispozicion.

7.1 Konkluzione nga analiza cilësore e gjendje aktuale së zinxhirit të furnizimit

Në këtë pjesë janë prezantuar konkluzionet që dalin nga përpunimi i të dhënave cilësore të grumbulluara nga intervistat e drejtpërdrejta me aktorë kryesorë në zinxhirin e furnizimit rreth strukturës, vështirësive, nivelit të bashkëpunimit e strategjive të përdorura nga këta aktorë.

- Aktorët kryesorë (pjesëmarrësit) në zinxhirin e furnizimit së industrisë së qumështit në rajonin e Prishtinës janë: prodhuesit, pikat grumbulluese, përpunuesit dhe tregtarët. Pjesa më e madhe e fermerëve e sigurojnë vetë ushqimin për kafshë, ndërkohë që përpunuesit angazhohen me shpërndarjen e produktit te tregtarët.

- Gjetjet e punimit kanë treguar se fazat në zinxhirin e furnizimit nuk janë aq të dallueshme, një aktor mund të jetë i kyçur në disa faza. psh. bizneset deri në 9 krerë kryejnë shumicën e proceseve, duke filluar nga përgatitja e ushqimit për kafshë e deri në konsum. Ndërsa bizneset më të mëdha përveç specializimit në procesin primar të produktit kryejnë dhe procese sekondare psh. pikat grumbulluese e mbledhin qumështin por ka raste kur merren edhe me prodhimin e qumështit. Përpunuesit përveç se e përpunojnë qumështin, e grumbullojnë dhe e shpërndajnë atë e në disa raste edhe e prodhojnë.
- Konkurrueshmëria e produkteve të qumështit në rajonin e Prishtinës është e ndikuar nga përmasat e vogla të shumicës së bizneseve, kostoja e lartë e prodhimit, produktet e lira të importuara dhe tregu i zi.
- Ndër vështirësitë më të theksuara të deklaruara nga të intervistuarit ishin: mungesa e pajisjeve të fermat e vogla (< 3 krerë), pajisjet e vjetëruara, mungesa e mjeteve financiare për investime, niveli i ulët i njohurive lidhur me teknologjitë bashkëkohore të prodhimit dhe menaxhimit dhe mos përmbushja e standardeve të BE-së tek shumica prej tyre.
- Bashkëpunimi në zinxhirin e furnizimit nuk është i kënaqshëm. Horizontalisht, bashkëpunohet kryesisht përmes këshillave profesionale dhe pak prej tyre bashkëpunojnë për shfrytëzimin e përbashkët të pajisjeve dhe trajnimin e punëtorëve. Përsa i përket integritimit vertikal, mënyra e hyrjes në marrëveshje nuk është gjithashtu e kënaqshme. Më pak se gjysma kanë kontrata të shkruara, kurse të tjerët veprojnë në kuadër të një marrëveshjeje gojore ose fare pa marrëveshje. Kjo e bën të pasigurt qëndrueshmërinë e furnizimit me qumësht.

- Strategjitë e zhvillimit të biznesit hartohen nga pronarët ose menaxherët e biznesit e jo nga ekspertë të fushës. Një numër i vogël i grumbulluesve dhe përpunuesve kanë angazhuar ekspertë për hartimin e strategjive të biznesit. Gjithashtu, strategjitë e biznesit janë kryesisht të fokusuara te çmimi (si të marrin një çmim sa më të leverdishëm nga tregu) se sa te sigurimi i një cilësie më të lartë për produktin e tyre
- Përqindja e lartë e popullsisë me moshë mesatare të re, paraqet potencial të rëndësishëm në zhvillimin e industrisë. Megjithatë, angazhimi dhe interesimi i të rinjve sidomos në ferma nuk është i kënaqshëm.
- Fuqia punëtore në të gjithë aktorët e zinxhirit të furnizimit bazohet kryesisht te familja. Kështu te fermat me më pak se 10 krerë, anëtarët e familjes përbëjnë gjithë fuqinë punëtore. Edhe te bizneset më të mëdha, përfshirë aktorët tjerë (grumbullues e përpunues), anëtarët e familjes përbëjnë më shumë se 2/3 e fuqisë punëtore.

7.2 Konkluzione të studimit ekonometrik sasior të të dhënave

Në këtë pjesë janë prezantuar konkluzionet që dalin nga përpunimi ekonometrik sasior i të dhënave të grumbulluara nga instrumenti i pyetësorit. Më poshtë, këto përfundime në trajtë konkluzionesh i kemi prezantuar duke ndjekur rendin e strukturës së përpunimit të të dhënave sipas objektivave studimore dhe testimit të hipotezave të lindura prej tyre.

Studimi ekonometrik i të dhënave për realizimin e objektivit për hulumtimin e varësisë të mënyrës së shitjes të qumështit nga madhësia e fermës dhe sa e rëndësishme është kjo varësi në shpërndarjen e qumështit në tregje të ndryshme (treg i gjelbër, grumbullues dhe pikë përpunues të qumështit), konkludoi se:

➤ Prodhuesit e qumështit, në një masë të madhe preferojnë ta shesin vetë produktin e tyre në treg. (42%) e tyre nuk preferojnë tua shesin qumështin grumbulluesve dhe përpunuesve të tij.

➤ Madhësia e fermës ndikon në mënyrë të rëndësishme mbi mënyrën e shitjes së qumështit nga fermerët. Lidhja midis madhësisë së fermës dhe tregut të shitjes së produktit nga ana e fermerit është pozitive. Kjo është sidomos e vërtetë për rastin e shitjes së produktit të fermës direkt tek përpunuesit.

Studimi i ndikimi të madhësisë së fermës në shpërndarjen e qumështit sipas tregjeve aktuale të tij konkludoi se:

➤ Tregu i gjelbër i shitjes së qumështit është një prioritet i fermave blegtorale të prodhimit të qumështit të cilat kanë më pak se 9 lopë.

➤ Pikat e grumbullimit të qumështit janë prioritet i fermave blegtorale të prodhimit të qumështit të cilat kanë nga 10 deri në 19 lopë.

➤ Pikat e përpunimit të qumështit janë prioritet i fermave blegtorale të prodhimit të qumështit të cilat kanë më shumë se 20 lopë.

➤ Rritja e madhësisë së fermës (rritja e nivelit të kategorisë) shoqërohet me rritjen e tendencës nga fermeri për të mos e tregtuar qumështin në tregun e gjelbër por për ta shitur atë te grumbulluesit dhe te përpunuesit e tij.

Në lidhje me hipotezën H1(1) është kolauduar se: Madhësia e fermës ndikon në përcaktimin e tregut /ose mënyrës së shitjes nga ana e fermerit, pranohet.

Studimi i varësisë së mënyrës të shitjes së qumështit nga çmimet e qumështit në tregje të ndryshme (tregun i gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese) ka kolauduar në këto përfundime:

- Çmimi i ofruar nga pikat e përpunimit, është faktorë i rëndësishëm për të përcaktuar mënyrën e shitjes së qumështit nga fermerët. Lidhja midis dy variabileve në këtë rast është pozitive.
- Rritja e çmimit të shitjes së qumështit në pikat përpunuese, çon në rritjen e tendencës nga fermeri për të mos e tregtuar qumështin në tregun e gjelbër por për ta shitur atë te grumbulluesit dhe te përpunuesit e tij.
- Çmimet e afruar nga tregu ndikohen edhe nga madhësia e fermës. Me rritjen e madhësisë së fermës, rritet gjithashtu mundësia që fermerët të marrin një çmim më të leverdishëm nga përpunuesit. E thënë ndryshe, fermerët e fermave të mëdha (>20 lopë) e shikojnë me më shumë interes shitjen qumështit direkt te përpunuesit e tij.
- Një nga mënyrat kryesore të konkurrencës për të siguruar sa më shumë lëndë të parë të biznesit të tyre midis pikave të grumbullimit dhe pikave të përpunimit të qumështit, është mekanizmi i konkurrencës me anë të çmimit të blerjes së qumështit nga fermerët. Pra, çmimet në këto dy mënyra shitjeje shkojnë në drejtime të njëjta, duke konkluduar në një “aleancë” midis tyre në tregun e qumështit.
- Hipotezat statistikore $H1(2)$: Çmimi i ofruar nga aktorë të ndryshëm të zinxhirit ndikon në përcaktimin e tregut /ose mënyrës së shitjes nga ana e fermerit, pranohet pjesërisht. Rrjedhimisht, mund të thuhet se:
- Madhësia e fermës dhe çmimi i qumështit, janë dy faktorë të rëndësishëm për të përcaktuar mënyrën e shitjes së qumështit nga fermerët.

➤ Rezultat i modelit të regresit logjistik i shprehur me anë të barazimit 6.2 na jep një rezultat krahasues mbi shkallën e ndikimit të çmimit dhe madhësisë së fermës: Çmimi i shtijës tek pikat përpunuese ka një ndikim më të madh në përcaktimin e mënyrës së shitjes se sa madhësia e fermës. Kështu, në kushtet kur çmimi i shitje te grumbulluesi nuk ndryshon, rritja me një njësi e kategorisë së fermës blegtorale (p.sh. kalimi nga një fermë me 3-9 lopë në një fermë me 10-19 lopë), rrit afërsisht 2 herë shansin që fermeri të mos e shesë vetë qumështin e prodhuar në fermën e tij (vete tregtim). (çmimi i shitjes te grumbulluesit e qumështit nuk ndryshon). Ndërsa, rritja e çmimit të shitjes së qumështit tek pikat përpunuese e tij me 0.1 njësi (100 cent), rrit shansin që fermeri të mos e shesë qumështin vetë me afërsisht 9 herë.

Studimi i faktorëve që ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për konsum familjar, ka konkluduar se:

- Madhësia e fermës nuk ndikon në sasinë e qumështit që shkon për konsum familjar.
- Çmimi në pikat grumbulluese duket i parëndësishëm në përcaktimin e sasisë së qumështit që vetë-përdoret / vetë-tregtohet nga fermeri.
- Në lidhje me hipotezën $H_2(1)$ është konkluduar se: Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për konsum familjar, nuk pranohet. E thënë ndryshe, madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit në treg, nuk mund të parashikojnë në mënyrë statistikore sasinë e qumështit të cilën fermeri e përdor për konsum familjar.

Nga studimi i ndikimit të madhësisë së fermës dhe çmimit i shitjes në sasinë e qumështit (e shprehur në përqindje ndaj totalit të sasisë së prodhuar nga ana e fermerit) e cila shkon për vetë-tregtim, është konkluduar se:

- Madhësia e fermës nuk ndikon në sasinë e qumështit (% e totalit të qumështit të prodhuar) e cila shkon për vetë-tregtim.
- Sasia e qumështit për vetë-tregtim varet vetëm nga çmimi i shitjes së tij në pikat e përpunimit të qumështit.
- Në lidhje me hipotezën $H_2(2)$ mund të konkludojmë se: Madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit në tregje të ndryshme (tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për vetë-tregtim, pranohet pjesërisht . Studimi i faktorëve që ndikojnë në shpërndarjen e sasisë së qumështit në përqindje e cila shkon në pikat e grumbullimit ka treguar se:
 - Madhësia e fermës ndikon negativisht mbi vlerën në përqindje të sasisë së qumështit të cilën fermerët e shesin në pikat e grumbullimit të qumështit. Domethënë sa më e madhe ferma aq më e vogël sasia e qumështit e shprehur në përqindje ndaj totalit që fermerët shesin të pikat grumbulluese.
 - Rritja e çmimit në pikat grumbulluese shoqërohet me rritjen e sasisë së qumështit i cili shkon në këto pika dhe rritja e çmimit në pikat e përpunimit shoqërohet me tendencën e uljes së sasisë së qumështit i cili shkon në pikat grumbulluese. Rezultat ky i cili është në logjikën e konkurrencës së tregut në përgjithësi.
 - Rritja e sasisë së qumështit e cila shkon në pikat e grumbullimit shoqërohet me tendencën e fermerëve për ta organizuar me mjetet e veta transportin e qumështit, dhe anasjelltas.
 - Nga rezultatet e modelit të ekonometrik është konkluduar se hipoteza $H_2(3)$: Madhësia e fermës dhe çmimet e qumështit tregje të ndryshme (tregun e gjelbër, pikat grumbulluese

dhe pikat përpunuese) ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon te pikat e grumbullimit të qumështit, pranohet.

Studimi i faktorëve që ndikojnë në sasinë e qumështit në përqindje e cila shkon në pikat e përpunimit të qumështit ka treguar se:

- Madhësia e fermës ndikon pozitivisht mbi vlerën në përqindje të sasisë së qumështit të cilën fermerët e shesin në pikat e përpunimit të qumështit.
- Rritja e çmimit në pikat përpunuese shoqërohet me rritjen e sasisë së qumështit i cili shkon në këto pika dhe rritja e çmimit në pikat e grumbullimit shoqërohet me tendencën e uljes së sasisë së qumështit i cili shkon në pikat përpunuese. Rezultat ky i cili është gjithashtu në logjikën e konkurrencës së tregut në përgjithësi.

- Në lidhje me hipotezën $H_2(4)$ mund të konkludojmë se: Madhësia e fermës, çmimet e qumështit në treg (tregun e gjelbër, pikat grumbulluese dhe pikat përpunuese) ndikojnë në sasinë e qumështit që shkon për te pikat e përpunimit të qumështit, pranohet.

Studimi i faktorëve që mund të ndikojnë në nivelin e kënaqësisë së fermerëve me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër ka treguar se:

- Nisur nga analiza deskriptive të të dhënave, fermerët e rajonit të Prishtinës janë më të kënaqur me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër, krahasuar me çmimin e shitjes në pikat e grumbullimit dhe ato të përpunimit të qumështit.
- Niveli i kënaqësisë së fermerit ndaj çmimit në tregun e gjelbër nuk varet statistikisht nga madhësia e fermës.

➤ Përsa i përket hipotezës $H_3(1)$, gjatë vlerësimit të koeficienteve të modelit ekonometrik u pa se koeficientet për variablat madhësia e fermës dhe mënyra e shitjes nuk sigurojnë signifikançën e mjaftueshme statistikore, gjë që na lejon të konkludojmë se: madhësia e fermës dhe mënyra e shitjes së qumështit ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në tregun e gjelbër, nuk qëndron

Studimi i faktorëve që ndikojnë në nivelin e kënaqësisë së fermerëve me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e grumbullimit ka konkluduar se:

➤ Rritja e madhësisë së fermës shoqërohet me uljen e nivelit të kënaqësisë së fermerit ndaj çmimit në pikat e grumbullimit (lidhje negative midis variablave)

➤ Në lidhje me hipotezën $H_3(2)$ është konkluduar se: Madhësia e fermës dhe mënyra e shitjes së qumështit ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e grumbullimit, nuk mund të refuzohet. Konkluzioni që mund të nxirret prej rezultatit të shprehur me anë të modelit ekonometrik është se: Niveli i kënaqësisë së fermerit ndaj çmimit në pikat e grumbullimit varet statistikisht vetëm nga madhësia e fermës e shprehur me anë të kategorisë së saj. Me rritjen e madhësisë së fermës rritet edhe pakënaqësia e fermerëve me çmimin në pikat e grumbullimit.

Studimi i faktorëve që mund të ndikojnë në nivelin e kënaqësisë së fermerëve me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e përpunimit të tij ka konkluduar se:

➤ Rritja e madhësisë së fermës shoqërohet me rritjen e nivelit të kënaqësisë ndaj çmimit në pikat e përpunimit. Pra, fermerët e fermave të mëdha janë më të kënaqur me nivelin e çmimit në pikat përpunuese sesa me nivelin e çmimit në pikat e grumbullimit, gjë e cila i çon ata natyrshëm drejt statusit të furnizuesit të pikave të përpunimit të qumështit.

- Rritja e nivelit të çmimit në pikat e përpunimit të qumështit, çon në tendencën e fermerit për të mos e shitur vetë qumështin në tregun e gjelbër, por ta tregtoj atë në pikat e grumbullimit dhe në pikat e përpunimit të tij.
- Rritja e nivelit të kënaqësisë ndaj çmimit të përpunuesit shoqërohet me tendencën që fermeri ta kryej vetë transportin e produktit të tij drejt pikave të përpunimit të qumështit.
- Në lidhje me hipotezën $H_3(3)$ kemi konkluduar se: Madhësia e fermës dhe mënyra e shitjes së qumështit ndikojnë në nivelin e kënaqësisë me çmimin e shitjes së qumështit në pikat e përpunimit, qëndron. Konkluzioni që mund të nxirret prej rezultatit të shprehur me anë të modelit ekonometrik është se: Niveli i kënaqësisë së fermerit ndaj çmimit në pikat e përpunimit të qumështit varet statistikisht vetëm nga madhësia e fermës e shprehur me anë të kategorisë së saj. Me rritjen e madhësisë së fermës rritet edhe pakënaqësia e fermerëve me çmimin në pikat e përpunimit të qumështit.

Studimi i ndikimi i faktorëve mbi mundësinë e shitjes së gjithë sasisë së qumështit në dispozicion ka konkluduar në këto rezultate:

- Vetëm pak më shumë se gjysma e fermave në rajonit të Prishtinës arrijnë ta shesin gjithë sasinë e qumështit të prodhuar në fermat e tyre
- Rritja e kategorisë së fermës shoqërohet me rritjen e mundësisë për ta shitur gjithë prodhimin e qumështit të saj.
- Rritja e nivelit të kënaqësisë së fermerit me çmimin në pikat e përpunimit të qumështit, shoqërohet me rritjen e mundësisë së tij për ta shitur gjithë sasinë e qumështit të prodhuar.
- Rritja e kënaqësisë me mënyrën si funksionon tregu i shitjes së qumështit shoqërohet me rritjen e mundësisë për të shitur gjithë sasinë e qumështit të prodhuar nga fermerët.

- Në lidhje me hipotezën H4 kemi konkluduar se: Madhësia e fermës dhe niveli i kënaqësisë me çmimin ndikojnë në mundësinë e shitjes së qumështit të prodhuar, pranohet.
- Përveç madhësisë së fermës dhe çmimit në tregje të ndryshme, ndikim të rëndësishëm në zinxhirin e furnizimit luajnë edhe faktorë të tjerë si: transporti, plotësimi i kërkesave dhe kritereve tjera. Rezultatet e këtij punimi tregojnë se rritja e sasisë së qumështit e cila shkon për konsum familjar/vetë-tregtim shoqërohet me pamundësinë e organizimit të transportit dhe pamundësinë për të përmbushur kërkesat e grumbulluesve dhe përpunuesve të qumështit dhe anasjelltas.

.

7.3 Rekomandime

1. Integrimi i dobët e pjesëmarrësve në zinxhirin e furnizimit dhe vështirësitë që ata hasin në këtë drejtim lidhet me ekzistencën e një numri të madh fermash të vogla. Prandaj, rekomandohet që në të ardhmen të zhvillohen ferma (biznese) të mëdha, të kalohet nga ferma për konsum vetjak në ato komerciale, të përmirësohet produktiviteti dhe cilësia. Kjo do të ndikonte pozitivisht në përmbushjen e kërkesave të tregut dhe mundësinë për të fituar përparësinë e konkurruese ndaj produkteve të lira të importit.
2. Rekomandohet të rritet bashkëpunimi si në nivelin horizontal dhe në atë vertikal për të ndihmuar rritjen e biznesit dhe konkurrueshmërisë, rritjen e fuqinë negociuese në zinxhirin e furnizimit, zgjerimin e njohurive si dhe rritjen e investimeve në pajisje moderne në këtë sektor.

3. Hartimi dhe zbatimi i strategjive të biznesit dhe strategjive të furnizimit është më se i nevojshëm për pjesëmarrje të qëndrueshme të bizneseve në treg. Meqenëse shumica e strategjive hartohen nga pronarët e bizneseve e jo nga ekspertë të fushës, rekomandohet që bizneset në zinxhirin e furnizimit të angazhojnë këta të fundit për hartimin e tyre. Në rastet e fermave me buxhete të limituara, rekomandohet që pronarët apo menaxherët e tyre të paktën të konsultohen me ekspertë gjatë përpilimit të strategjive apo marrjes së vendimeve strategjike.
4. Meqenëse rezultatet kanë treguar se menaxhimi i 90% të bizneseve në këtë hulumtim bëhet nga pronarët, të cilët kanë njohuri dhe kapacitete të pamjaftueshme menaxheriale (niveli i mesëm i shkollimit 54%) rekomandohet që në menaxhimin e tyre të angazhohen burimet njerëzore të përgatitura mirë profesionalisht me qëllim granatimin e qëndrueshmërisë së biznesit dhe avantazhit konkurrues.
5. Meqenëse shumica e subvencioneve dhe pagesave direkte perceptohet si e ulët sidomos krahasuar me vendet e rajonit dhe me Evropën Perëndimore (Raporti i gjelbër, 2018) rekomandohet rritja e saj. Në këto skema do të ishte mirë të përfshiheshin dhe fermat e vogla me më pak se 5 krerë. Kjo do të shërbente si nxitës për zgjerimin e aktivitetit të tyre dhe rritjen e madhësisë së fermës.
6. Gjetjet e hulumtimit kanë treguar se integrimi në zinxhirin e furnizimit dhe niveli i kënaqësisë me çmimin e qumështit të afruar është ngushtësisht e lidhur me madhësinë e fermës dhe çmimin e qumështit. Prandaj, rekomandohet që fermerët përveç stimulimit të pagesës sipas cilësisë së qumështit të stimulohen edhe me pagesë sipas sasisë së qumështit të dorëzuar te grumbulluesit.

7. Marrëveshja ligjore është garanci për një furnizim të qëndrueshëm si për prodhuesin ashtu edhe për blerësin. Megjithatë, nga të intervistuarit del se shumica e tyre mbështeten në marrëveshje gojore dhe çmimi konsiderohet faktor kryesor në marrëveshje. Është esenciale që të nxitet përdorimi i marrëveshjeve formale e ligjore. Në termat e këtyre marrëveshjeve (kontratave) të përfshihet si çmimi por edhe specifikime përsa i përket cilësisë së qumështit prodhuar (ofruar).
8. Për shkak se gjatë studimit të faktorëve që favorizojnë rritjen e sasisë së qumështit e cila nuk shkon në pikat e grumbullimit dhe pikat e përpunimit por përdoret për konsum familjar/vetë-tregtim, kufizimet që kanë fermerët sa i takon transportit të prodhimit drejt këtyre pikave (përpunues, grumbullues) janë një faktor i rëndësishëm, rekomandojmë stimulimin e politikave dhe iniciativave nga pikat e grumbullit dhe përpunimit të qumështit për të ndërtuar një rrjet më të organizuar të transportit të qumështit. Kjo mund të realizohet prej vetë atyre ose duke krijuar kompani të transportit të qumështit, si një hallkë ndërmjetëse midis prodhuesve të qumështit dhe pikave të grumbullimit dhe përpunimit të qumështit.
9. Shitja e qumështit të prodhuar nga fermerët, në pikat grumbulluese dhe përpunuese garanton një kont`roll më të mirë të cilësisë së produkteve të qumështit në tregun Kosovar dhe më gjerë. Nga studimi u konkludua se dy janë faktorët më të rëndësishëm që favorizojnë shitjen e qumështit në pikat grumbulluese dhe përpunuese të tij: madhësia e fermës dhe çmimi i shitjes. Kjo na përlligj dy rekomandime për drejtuesit qeveritar dhe grupet e interesit: (i) hartimi i politikave subvencionale që stimulojnë rritjen e çmimit të qumështit në treg dhe (ii) injektimi kapitali në formë kredish apo subvencionesh të cilat stimulojnë rritjen e madhësisë së fermës, në kuptimin e shtimit të numrit të lopëve.

SHTOJCA

Ekonometri

1. Rezultatet e lidhjeve statistikore për Modelin 2

Correlations						
		Kategoria	Cmim_treg_gjelbert	Cmimi_Pik_Grumb	Cmimi_Perpunues	Kons_familjar
Kategoria	Pearson Correlation	1	-.165**	-.146*	.315**	-.099
	Sig. (2-tailed)		.008	.018	.000	.110
	N	260	260	260	260	260
Cmim_treg_gjelbert	Pearson Correlation	-.165**	1	.193**	.039	.055
	Sig. (2-tailed)	.008		.002	.527	.380
	N	260	260	260	260	260
Cmimi_Pik_Grumb	Pearson Correlation	-.146*	.193**	1	-.209**	-.093
	Sig. (2-tailed)	.018	.002		.001	.134
	N	260	260	260	260	260
Cmimi_Perpunues	Pearson Correlation	.315**	.039	-.209**	1	-.182**
	Sig. (2-tailed)	.000	.527	.001		.003
	N	260	260	260	260	260
Kons_familjar	Pearson Correlation	-.099	.055	-.093	-.182**	1
	Sig. (2-tailed)	.110	.380	.134	.003	
	N	260	260	260	260	260
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Correlations						
		Kategoria	Cmim_treg_gjelbert	Cmimi_Pik_Grumb	Cmimi_Perpunues	Vet_treg
Kategoria	Pearson Correlation	1	-.165**	-.146*	.315**	-.289**
	Sig. (2-tailed)		.008	.018	.000	.000
	N	260	260	260	260	260
Cmim_treg_gjelbert	Pearson Correlation	-.165**	1	.193**	.039	-.039
	Sig. (2-tailed)	.008		.002	.527	.531
	N	260	260	260	260	260
Cmimi_Pik_Grumb	Pearson Correlation	-.146*	.193**	1	-.209**	.067
	Sig. (2-tailed)	.018	.002		.001	.281
	N	260	260	260	260	260
Cmimi_Perpunues	Pearson Correlation	.315**	.039	-.209**	1	-.292**
	Sig. (2-tailed)	.000	.527	.001		.000
	N	260	260	260	260	260
Vet_treg	Pearson Correlation	-.289**	-.039	.067	-.292**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.531	.281	.000	
	N	260	260	260	260	260
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Correlations						
		Kategori	Cmim_treg_gjelbert	Cmimi_Pik_Grumb	Cmimi_Perpunues	Pik.Grumb
Kategori	Pearson Correlation	1	-.165**	-.146*	.315**	-.069
	Sig. (2-tailed)		.008	.018	.000	.268
	N	260	260	260	260	260
Cmim_treg_gjelbert	Pearson Correlation	-.165**	1	.193**	.039	.052
	Sig. (2-tailed)	.008		.002	.527	.408
	N	260	260	260	260	260
Cmimi_Pik_Grumb	Pearson Correlation	-.146*	.193**	1	-.209**	.342**
	Sig. (2-tailed)	.018	.002		.001	.000
	N	260	260	260	260	260
Cmimi_Perpunues	Pearson Correlation	.315**	.039	-.209**	1	-.255**
	Sig. (2-tailed)	.000	.527	.001		.000
	N	260	260	260	260	260
Pik.Grumb	Pearson Correlation	-.069	.052	.342**	-.255**	1
	Sig. (2-tailed)	.268	.408	.000	.000	
	N	260	260	260	260	260
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Correlations						
		Kategori	Cmim_treg_gjelbert	Cmimi_Pik_Grumb	Cmimi_Perpunues	Pik.Perpunim
Kategori	Pearson Correlation	1	-.165**	-.146*	.315**	.482**
	Sig. (2-tailed)		.008	.018	.000	.000
	N	260	260	260	260	260
Cmim_treg_gjelbert	Pearson Correlation	-.165**	1	.193**	.039	-.061
	Sig. (2-tailed)	.008		.002	.527	.325
	N	260	260	260	260	260
Cmimi_Pik_Grumb	Pearson Correlation	-.146*	.193**	1	-.209**	-.351**
	Sig. (2-tailed)	.018	.002		.001	.000
	N	260	260	260	260	260
Cmimi_Perpunues	Pearson Correlation	.315**	.039	-.209**	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.527	.001		.000
	N	260	260	260	260	260
Pik.Perpunim	Pearson Correlation	.482**	-.061	-.351**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.325	.000	.000	
	N	260	260	260	260	260
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Correlations							
		Org.Transp	Fuqia.Negociuse	Permbushje.Kritresh	Permbushje.Kerkesash	Domosdoshmeri.Kontrate	Kons_familjar
Org.Transp	Pearson Correlation	1	-.110	.163	-.072	.020	.145
	Sig. (2-tailed)		.077	.070	.427	.823	.020
	N	260	260	125	125	125	260
Fuqia.Negociuse	Pearson Correlation	-.110	1	-.198	.070	.035	.011
	Sig. (2-tailed)	.077		.027	.438	.695	.862
	N	260	260	125	125	125	260
Permbushje.Kritresh	Pearson Correlation	.163	-.198	1	.087	-.067	-.073
	Sig. (2-tailed)	.070	.027		.336	.458	.416
	N	125	125	125	125	125	125
Permbushje.Kerkesash	Pearson Correlation	-.072	.070	.087	1	-.042	-.067
	Sig. (2-tailed)	.427	.438	.336		.639	.460
	N	125	125	125	125	125	125
Domosdoshmeri.Kontrate	Pearson Correlation	.020	.035	-.067	-.042	1	-.022
	Sig. (2-tailed)	.823	.695	.458	.639		.804
	N	125	125	125	125	125	125
Kons_familjar	Pearson Correlation	.145	.011	-.073	-.067	-.022	1
	Sig. (2-tailed)	.020	.862	.416	.460	.804	
	N	260	260	125	125	125	260
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Correlations							
		Org.Transp	Fuqia.Negociuse	Permbushje.Kritresh	Permbushje.Kerkesash	Domosdoshmeri.Kontrate	Vet_treg
Org.Transp	Pearson Correlation	1	-.110	.163	-.072	.020	.202
	Sig. (2-tailed)		.077	.070	.427	.823	.001
	N	260	260	125	125	125	260
Fuqia.Negociuse	Pearson Correlation	-.110	1	-.198	.070	.035	.061
	Sig. (2-tailed)	.077		.027	.438	.695	.326
	N	260	260	125	125	125	260
Permbushje.Kritresh	Pearson Correlation	.163	-.198	1	.087	-.067	-.242
	Sig. (2-tailed)	.070	.027		.336	.458	.007
	N	125	125	125	125	125	125
Permbushje.Kerkesash	Pearson Correlation	-.072	.070	.087	1	-.042	.074
	Sig. (2-tailed)	.427	.438	.336		.639	.414
	N	125	125	125	125	125	125
Domosdoshmeri.Kontrate	Pearson Correlation	.020	.035	-.067	-.042	1	.032
	Sig. (2-tailed)	.823	.695	.458	.639		.722
	N	125	125	125	125	125	125
Vet_treg	Pearson Correlation	.202	.061	-.242	.074	.032	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.326	.007	.414	.722	
	N	260	260	125	125	125	260
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Correlations							
		Org.Transp	Fuqia.Negociuse	Permbushje.Kriteresh	Permbushje.Kerkesash	Domosdoshmeri.Kontrate	Pik.Grumb
Org.Transp	Pearson Correlation	1	-.110	.163	-.072	.020	-.238
	Sig. (2-tailed)		.077	.070	.427	.823	.000
	N	260	260	125	125	125	260
Fuqia.Negociuse	Pearson Correlation	-.110	1	-.198	.070	.035	.037
	Sig. (2-tailed)	.077		.027	.438	.695	.550
	N	260	260	125	125	125	260
Permbushje.Kriteresh	Pearson Correlation	.163	-.198	1	.087	-.067	.041
	Sig. (2-tailed)	.070	.027		.336	.458	.652
	N	125	125	125	125	125	125
Permbushje.Kerkesash	Pearson Correlation	-.072	.070	.087	1	-.042	-.022
	Sig. (2-tailed)	.427	.438	.336		.639	.810
	N	125	125	125	125	125	125
Domosdoshmeri.Kontrate	Pearson Correlation	.020	.035	-.067	-.042	1	-.027
	Sig. (2-tailed)	.823	.695	.458	.639		.766
	N	125	125	125	125	125	125
Pik.Grumb	Pearson Correlation	-.238	.037	.041	-.022	-.027	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.550	.652	.810	.766	
	N	260	260	125	125	125	260
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Correlations							
		Org.Transp	Fuqia.Negociuse	Permbushje.Kriteresh	Permbushje.Kerkesash	Domosdoshmeri.Kontrate	Pik.Perpunim
Org.Transp	Pearson Correlation	1	-.110	.163	-.072	.020	-.102
	Sig. (2-tailed)		.077	.070	.427	.823	.100
	N	260	260	125	125	125	260
Fuqia.Negociuse	Pearson Correlation	-.110	1	-.198	.070	.035	-.117
	Sig. (2-tailed)	.077		.027	.438	.695	.060
	N	260	260	125	125	125	260
Permbushje.Kriteresh	Pearson Correlation	.163	-.198	1	.087	-.067	.023
	Sig. (2-tailed)	.070	.027		.336	.458	.803
	N	125	125	125	125	125	125
Permbushje.Kerkesash	Pearson Correlation	-.072	.070	.087	1	-.042	.019
	Sig. (2-tailed)	.427	.438	.336		.639	.836
	N	125	125	125	125	125	125
Domosdoshmeri.Kontrate	Pearson Correlation	.020	.035	-.067	-.042	1	.025
	Sig. (2-tailed)	.823	.695	.458	.639		.786
	N	125	125	125	125	125	125
Pik.Perpunim	Pearson Correlation	-.102	-.117	.023	.019	.025	1
	Sig. (2-tailed)	.100	.060	.803	.836	.786	
	N	260	260	125	125	125	260
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

2. Rezultatet e lidhjeve ekonometrike për Modelin 2 - H₂(1)

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.306 ^a	.094	.023	7.97303	.094	1.320	9	115	.234
a. Predictors: (Constant), Domosdoshmeri.Kontrate, Org.Transp, Permbushje.Kerkesash, Çmimi_Perpunues, Cmim_treg_gjelbert, Permbushje.Kriteresh, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb									
b. Dependent Variable: Kons_familjar									

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	755.247	9	83.916	1.320	.234 ^b
	Residual	7310.465	115	63.569		
	Total	8065.712	124			
a. Dependent Variable: Kons_familjar						
b. Predictors: (Constant), Domosdoshmeri.Kontrate, Org.Transp, Permbushje.Kerkesash, Çmimi_Perpunues, Cmim_treg_gjelbert, Permbushje.Kriteresh, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb						

3. Rezultatet e lidhjeve ekonometrike për Modelin 2 - H₂(2)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2923.620	9	324.847	4.859	.000 ^b
	Residual	7687.580	115	66.849		
	Total	10611.200	124			

a. Dependent Variable: Vet_treg

b. Predictors: (Constant), Domosdoshmeri.Kontrate, Org.Transp, Permbushje.Kerkesash, Çmimi_Perpunues, Cmim_treg_gjelbert, Permbushje.Kriteresh, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb

Model Summary ^{g,h}									
Model	R	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.300 ^a	.090	.083	8.94239	.090	12.307	1	124	.001
2	.389 ^c	.151	.138	8.67235	.061	8.842	1	123	.004
3	.465 ^d	.216	.197	8.36817	.065	10.104	1	122	.002
4	.507 ^e	.257	.232	8.18171	.041	6.624	1	121	.011
5	.499 ^f	.249	.231	8.18998	-.008	1.247	1	121	.266

a. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb

b. For regression through the origin (the no-intercept model), R Square measures the proportion of the variability in the dependent variable about the origin explained by regression. This CANNOT be compared to R Square for models which include an intercept.

c. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb, Org.Transp

d. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb, Org.Transp, Çmimi_Perpunues

e. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb, Org.Transp, Çmimi_Perpunues, Permbushje.Kriteresh

f. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb, Çmimi_Perpunues, Permbushje.Kriteresh

g. Dependent Variable: Vet_treg

h. Linear Regression through the Origin

ANOVA ^{a,b}					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	984.180	1	984.180	12.307	.001 ^c
Residual	9915.820	124	79.966		
Total	10900.000 ^d	125			
2 Regression	1649.214	2	824.607	10.964	.000 ^e
Residual	9250.786	123	75.210		
Total	10900.000 ^d	125			
3 Regression	2356.791	3	785.597	11.219	.000 ^f
Residual	8543.209	122	70.026		
Total	10900.000 ^d	125			
4 Regression	2800.216	4	700.054	10.458	.000 ^g
Residual	8099.784	121	66.940		
Total	10900.000 ^d	125			
5 Regression	2716.753	3	905.584	13.501	.000 ^h
Residual	8183.247	122	67.076		
Total	10900.000 ^d	125			
a. Dependent Variable: Vet_treg b. Linear Regression through the Origin c. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb d. This total sum of squares is not corrected for the constant because the constant is zero for regression through the origin. e. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb, Org.Transp f. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb, Org.Transp, Çmimi_Perpunues g. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb, Org.Transp, Çmimi_Perpunues, Permbushje.Kriteresh h. Predictors: Çmimi_Pik_Grumb, Çmimi_Perpunues, Permbushje.Kriteresh					

4. Rezultatet e lidhjeve ekonometrike për Modelin 2 - H2(3)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	205013.279	9	22779.253	57.653	.000 ^b
Residual	45437.521	115	395.109		
Total	250450.800	124			
a. Dependent Variable: Pik.Grumb b. Predictors: (Constant), Domosdoshmeri.Kontrate, Org.Transp, Permbushje.Kerkesash, Çmimi_Perpunues, Cmim_treg_gjelbert, Permbushje.Kriteresh, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb					

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	185272.296	1	185272.296	349.632	.000 ^b
	Residual	65178.504	123	529.907		
	Total	250450.800	124			
2	Regression	197728.704	2	98864.352	228.774	.000 ^c
	Residual	52722.096	122	432.148		
	Total	250450.800	124			
3	Regression	200711.668	3	66903.889	162.757	.000 ^d
	Residual	49739.132	121	411.067		
	Total	250450.800	124			
4	Regression	203421.678	4	50855.419	129.763	.000 ^e
	Residual	47029.122	120	391.909		
	Total	250450.800	124			
a. Dependent Variable: Pik.Grumb b. Predictors: (Constant), Çmimi_Perpunues c. Predictors: (Constant), Çmimi_Perpunues, Kategoria d. Predictors: (Constant), Çmimi_Perpunues, Kategoria, Fuqia.Negociuse e. Predictors: (Constant), Çmimi_Perpunues, Kategoria, Fuqia.Negociuse, Çmimi_Pik_Grumb						

5. Rezultatet e lidhjeve ekonometrike për Modelin 2- H2(4)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.901 ^a	.812	.797	20.00171	.812	55.064	9	115	.000
a. Predictors: (Constant), Domosdoshmeri.Kontrate, Org.Transp, Permbushje.Kerkesash, Çmimi_Perpunues, Cmim_treg_gjelbert, Permbushje.Kriteresh, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb									

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	198264.820	9	22029.424	55.064	.000 ^b
Residual	46007.852	115	400.068		
Total	244272.672	124			
a. Dependent Variable: Pik.Perpunim b. Predictors: (Constant), Domosdoshmeri.Kontrate, Org.Transp, Permbushje.Kerkesash, Çmimi_Perpunues, Cmim_treg_gjelbert, Permbushje.Kriteresh, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb					

Model Summary									
Model	R	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.907 ^a	.822	.821	25.38669	.822	574.222	1	124	.000
2	.920 ^c	.846	.843	23.76232	.023	18.532	1	123	.000
3	.937 ^d	.878	.875	21.19543	.033	32.596	1	122	.000
4	.945 ^e	.893	.890	19.94224	.015	16.815	1	121	.000
a. Predictors: Çmimi_Perpunues b. For regression through the origin (the no-intercept model), R Square measures the proportion of the variability in the dependent variable about the origin explained by regression. This CANNOT be compared to R Square for models which include an intercept. c. Predictors: Çmimi_Perpunues, Kategoria d. Predictors: Çmimi_Perpunues, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb e. Predictors: Çmimi_Perpunues, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb, Org.Transp									

ANOVA ^{a,b}						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	370076.995	1	370076.995	574.222	.000 ^c
	Residual	79916.005	124	644.484		
	Total	449993.000 ^d	125			
2	Regression	380541.291	2	190270.646	336.972	.000 ^e
	Residual	69451.709	123	564.648		
	Total	449993.000 ^d	125			
3	Regression	395184.967	3	131728.322	293.221	.000 ^f
	Residual	54808.033	122	449.246		
	Total	449993.000 ^d	125			
4	Regression	401872.148	4	100468.037	252.627	.000 ^g
	Residual	48120.852	121	397.693		
	Total	449993.000 ^d	125			
a. Dependent Variable: Pik.Perpunim b. Linear Regression through the Origin c. Predictors: Çmimi_Perpunues d. This total sum of squares is not corrected for the constant because the constant is zero for regression through the origin. e. Predictors: Çmimi_Perpunues, Kategoria f. Predictors: Çmimi_Perpunues, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb g. Predictors: Çmimi_Perpunues, Kategoria, Çmimi_Pik_Grumb, Org.Transp						

6. Rezultatet e lidhjeve statistikore për Modelin 3

Correlations								
		Niv.Cmim.Tr.Gjelb	Niv.Cmim.Pik.Grumb	Niv.Cmim.Perpunues	Fuqia.Negociuse	Org.Transp	Permbushje.Kriteresh	Permbushje.Kerkesash
Niv.Cmim.Tr.Gjelb	Pearson Correlation	1	-.069	-.044	.073	-.002	-.021	.196
	Sig. (2-tailed)		.267	.484	.242	.979	.820	.029
Niv.Cmim.Pik.Grumb	Pearson Correlation	-.069	1	-.285	.036	-.050	-.029	-.021
	Sig. (2-tailed)	.267		.000	.559	.425	.750	.817
Niv.Cmim.Perpunues	Pearson Correlation	-.044	-.285	1	-.097	-.148	-.054	.023
	Sig. (2-tailed)	.484	.000		.120	.017	.552	.803
Fuqia.Negociuse	Pearson Correlation	.073	.036	-.097	1	-.110	-.198	.070
	Sig. (2-tailed)	.242	.559	.120		.077	.027	.438
Org.Transp	Pearson Correlation	-.002	-.050	-.148	-.110	1	.163	-.072
	Sig. (2-tailed)	.979	.425	.017	.077		.070	.427
Permbushje.Kriteresh	Pearson Correlation	-.021	-.029	-.054	-.198	.163	1	.087
	Sig. (2-tailed)	.820	.750	.552	.027	.070		.336
Permbushje.Kerkesash	Pearson Correlation	.196	-.021	.023	.070	-.072	.087	1
	Sig. (2-tailed)	.029	.817	.803	.438	.427	.336	
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

7. Rezultatet e lidhjeve ekonometrike për Modelin 3 (H1)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.239 ^a	.057	.009	1.56571	.057	1.192	6	118	.315
a. Predictors: (Constant), Permbushje.Kerkesash, Menyre_shitje, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Org.Transp, Permbushje.Kriteresh									

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.529	6	2.921	1.192	.315 ^b
Residual	289.271	118	2.451		
Total	306.800	124			
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Tr.Gjelb					
b. Predictors: (Constant), Permbushje.Kerkesash, Menyre_shitje, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Org.Transp, Permbushje.Kriteresh					

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.196 ^a	.038	.030	1.54885	.038	4.890	1	123	.029
a. Predictors: (Constant), Permbushje.Kerkesash									

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11.731	1	11.731	4.890	.029 ^b
Residual	295.069	123	2.399		
Total	306.800	124			
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Tr.Gjelb					
b. Predictors: (Constant), Permbushje.Kerkesash					

8. Rezultatet e lidhjeve ekonometrike për Modelin 3 (H2)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.452 ^a	.205	.164	1.81278	.205	5.057	6	118	.000
a. Predictors: (Constant), Permbushje.Kerkesash, Menyre_shitje, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Org.Transp, Permbushje.Kriteresh									

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.706	6	16.618	5.057	.000 ^b
	Residual	387.766	118	3.286		
	Total	487.472	124			
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Pik.Grumb						
b. Predictors: (Constant), Permbushje.Kerkesash, Menyre_shitje, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Org.Transp, Permbushje.Kriteresh						

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.442 ^a	.196	.189	1.78547	.196	29.914	1	123	.000
a. Predictors: (Constant), Kategoria									

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95.362	1	95.362	29.914	.000 ^b
	Residual	392.110	123	3.188		
	Total	487.472	124			
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Pik.Grumb						
b. Predictors: (Constant), Kategoria						

9. Rezultatet e lidhjeve ekonometrike për Modelin 3 (H3)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.395 ^a	.156	.113	1.98696	.156	3.634	6	118	.002
a. Predictors: (Constant), Permbushje.Kerkesash, Menyre_shitje, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Org.Transp, Permbushje.Kriteresh									

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	86.085	6	14.348	3.634	.002 ^b
Residual	465.867	118	3.948		
Total	551.952	124			
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Perpunues					
b. Predictors: (Constant), Permbushje.Kerkesash, Menyre_shitje, Fuqia.Negociuse, Kategoria, Org.Transp, Permbushje.Kriteresh					

Model Summary									
Model	R	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.713 ^a	.508	.504	1.98257	.508	127.872	1	124	.000
a. Predictors: Kategoria									
b. For regression through the origin (the no-intercept model), R Square measures the proportion of the variability in the dependent variable about the origin explained by regression. This CANNOT be compared to R Square for models which include an intercept.									

ANOVA ^{a,b}					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	502.609	1	502.609	127.872	.000 ^c
Residual	487.391	124	3.931		
Total	990.000 ^d	125			
a. Dependent Variable: Niv.Cmim.Perpunues					
b. Linear Regression through the Origin					
c. Predictors: Kategoria					
d. This total sum of squares is not corrected for the constant because the constant is zero for regression through the origin.					

10. Rezultatet e lidhjeve ekonometrike për Modelin 4

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.467 ^a	.218	.171	.67594	.218	4.662	7	117	.000
a. Predictors: (Constant), Funks.Trig.Shitje, Niv.Cmim.Pik.Grumb, Domosdoshmeri.Kontrate, Dite.grumbullimi, Niv.Cmim.Tr.Gjelb, Kategoria, Niv.Cmim.Perpunues									

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14.911	7	2.130	4.662	.000 ^b
Residual	53.457	117	.457		
Total	68.368	124			
a. Dependent Variable: Pamundesit_tregetimi					
b. Predictors: (Constant), Funks.Trig.Shitje, Niv.Cmim.Pik.Grumb, Domosdoshmeri.Kontrate, Dite.grumbullimi, Niv.Cmim.Tr.Gjelb, Kategoria, Niv.Cmim.Perpunues					

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.374 ^a	.140	.133	.69153	.140	19.964	1	123	.000
2	.427 ^b	.182	.169	.67685	.043	6.393	1	122	.013
a. Predictors: (Constant), Kategoria									
b. Predictors: (Constant), Kategoria, Funks.Trig.Shitje									

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9.547	1	9.547	19.964	.000 ^b
Residual	58.821	123	.478		
Total	68.368	124			
2 Regression	12.476	2	6.238	13.617	.000 ^c
Residual	55.892	122	.458		
Total	68.368	124			

a. Dependent Variable: Pamundes_i_tregetimi

b. Predictors: (Constant), Kategoria

c. Predictors: (Constant), Kategoria, Funks.Trig.Shitje

Pyetësori I (Analiza Cilësore)

PYETËSORI / INTERVISTA PËR _____(aktori)

Informatat e përgjithshme

Emri i Kompanisë : _____

Adresa: _____

Viti i themelimit: _____

Qarkullimi vjetor/kapaciteti/ kg: _____

Emri i pronarit (udhëheqësit): _____

Mosha _____

Gjinia _____

Niveli i edukimit _____

Punëtor aktual në kompani:

- Numri i punëtorëve në total _____
- Antarë të familjes _____
- Punëtor me pages _____
- Punëtorë sezonal _____

Paisje/Teknologjia

Paisje të nevojshme (ftohës, frigorifer dhe paisje tjera) për prodhimin / ruajtjen e qumështit dhe produkteve të qumështit.

- Dispuenshmëria me paisje _____
- Gjendja e paisjeve _____
- Tjetër _____

Furnizimi me lëndë të parë:

- Sigurimi i lëndës së parë _____
- Numri i furnizueseve me lëndë të parë _____
- Problemet kryesore të lidhura me furnizimin e lëndës së parë _____

Prodhimtaria/Shitja e qumështit/ produkteve të qumështit

- Cilat janë produktet e qumështit që ju prodhoni? _____
- Për çka e përdorni qumështin e prodhuar tuaj dhe në çfarë %?
 - Për ushqimin e viçave _____ %
 - Për konsum vetanak _____ %
 - Për përpunim _____ %
 - Për shitje _____ %
- Si e bëni shitjen e qumështit/ produkteve të qumështit?
 - Mënyra e shitjes (direkte/ndërmjetësues) _____ %
 - Koha e shpërndarjes/grumbullimit (sa shpesh) _____ %
 - Transporti (si organizohet) _____
- Cilat janë shpenzimet kryesore në kompani? _____
- Çfarë është bashkëpunimin? A ndërmerreni ndonjë aktivitet me fermerët e tjerë? Në cilat fusha ? Nëse jo, pse jo ? Për shembull , çfarë do të mendoni për blerjen e pajisjeve së bashku ose huazimin e pajisje apo ndonjë mënyrë tjetër të bashkëpunimit? _____

- Marrëveshja (kontrata) me furnizuesit/blerësit,
 - Lloji i marrëveshjeve
 - Kohëzgjatja
 - Zbatimi i tyre?
- Cilat janë vështirësitë, mundësitë, dobësitë dhe kërcënimet e firmës suaj në zinxhirin e furnizimit? _____
- Sa jeni të mbështetur dhe si mundën institucionet shtetërore dhe organet kompetente të ju ndihmojnë për të kapërcyer problemet në sektorin _____
- e qumështit ? _____
- Çfarë është mbështetja më e rëndësishme që ju duhet nga shteti (p.sh. qasja në kredi të lirë , shërbimet veterinarë, standardet e sigurisë ushqimore , rregulloret të tregtisë, arsimit dhe mundësitë e trajnimit? _____
- Cila është strategjia e zhvillimit në biznesin tuaj dhe sa i kushtohet rëndësi përpilimit dhe zbatimit të tyre ? _____

Ndonjë tjetër koment, sugjerime, rekomandime ? _____

Data e intervistës : _____

Pozita në kompani : _____

Pyetësi II (Analiza Ekonometrike)

ANALIZA: Pyetësor për Fermer (Prodhuar të Qumështit)

OFERTA

1. Sa lopë qumështorë keni? _____ *Numri I lopëve*
2. Sa litra qumësht merrni mesatarisht në një ditë? _____ Litra
3. Nisur nga eksperiencia juaj dhe / ose nga ajo që dini apo keni dëgjuar cila nga alternativat e mëposhtme është më e mira për të shitur qumështin përveç rastit kur sasia që prodhoni mjafton vetëm për konsum familjar.
 - a) Ta shes vetë në treg ☐
 - b) Tua shes grumbulluesve ☐
 - c) Tua shes direkt përpunuesve ☐
 - d) Ta eksportoje ☐
4. Sa % e qumështit që merrni (prodhohet) shkon për?
 - a) Konsum familjar _____ %
 - b) Në treg duke e shitur vetë _____ %
 - c) Në pika grumbulluese _____ %
 - d) Tek përpunuesit e qumështit _____ %
 - e) Export _____ %

5. Duke konsideruar një muaj të plotë, sa shpesh ju ndodh të mos e shisni të gjithë sasinë e qumështit të destinuar për shitje pavarësisht se kujt nga ata të përmendur në Q4?

1. Gjithmonë me mbetet sasi e pashitur ☐
2. Ndonjëherë ☐
3. Rrallë ☐
4. Asnjëherë ☐

6. Qumështin që nuk arrini ta shitni, çfarë bëni me të? **NËSE Q5=1,2,3**

- a) E hedh
- b) E përdor për të prodhuar nënprodukte
- c) E përdorim për konsum familjar
- d) Tjetër _____ (Shëno)

ÇMIMI (Nëse ka shitur qumësht apo produkte të qumështit)
--

7. Bazuar në eksperiencën dhe / ose nga ajo që dini apo keni dëgjuar cili është çmimi mesatar i shitjes së qumështit të gjithë si më poshtë:

- a) Çmim mesatar i shitjes në treg te gjelbërt _____ EUR/ Litër
- b) Çmim mesatar i shitjes te grumbulluesit _____ EUR/ Litër
- c) Çmim mesatar i shitjes te përpunuesit _____ EUR/ Litër
- d) Çmim mesatar i shitjes te tregtaret/arketet _____ EUR/ Litër
- e) Çmim mesatar i shitjes te konsumatori i fundit _____ EUR/ Litër
- f) Çmim mesatar i eksportit _____ EUR/ Litër

8. Ne përgjithësi, bazuar në eksperiencën tuaj dhe/ose nga ajo që dini apo keni dëgjuar jepni një vlerësim në lidhje me çmimin e qumështit ku 1 tepër i ulët, 2 I ulët, 3 neutral, 4 i lartë dhe 5 mjaftueshëm i lartë.

a) Çmimi i marrë nga shitja personale

1____2____3____4____5 0=Nuk e di

b) Çmimi i shtijes tek grumbulluesit

1____2____3____4____5 0=Nuk e di

c) Çmimi i shitjes tek përpunuesit

1____2____3____4____5 0=Nuk e di

d) Çmimi i shitjes për eksport

1____2____3____4____5 0=Nuk e di

9. Në zinxhirin e furnizimit në industrinë e qumështit, cilët aktorë (Prodhuesit/Fermerët, Pikat Grumbulluese, Përpunuesit, Tregtarët/Marketet) e kanë nivelin më të lartë të fuqisë negociuese në aspektin e vendosjes së standardeve (nivelit të çmimeve, rolit udhëheqës në negociata)?

a) Prodhuesit/Fermerët

b) Pikat Grumbulluese

c) Përpunuesit

d) Tregtarët/Marketet

10. Cili është faktori kryesor në përcaktimin e çmimit?

- a) Cilësia
- b) Sasia
- c) Furnizimi i rregullt
- d) Asnjëra
- e) Tjetër _____

DISTRIBUIMI – Ky Seksion vlen të plotësohet vetëm nga ata që Q4c dhe/ose Q4d≠0

11. Sa ditë e bëni grumbullimin e qumështit (sa ditë e mbledhni deri ne momentin e dorëzimit/shitjes) te grumbulluesit / përpunuesit? **NËSE Q4c dhe /ose Q4d≠0**

12. Ku e ruani sasinë që e grumbulloni?

- 1. Dhoma special me frigorifer
- 2. Dhoma pa frigorifer
- 3. Nuk e ruajmë (Transportohet menjëherë të Përpunuesit)
- 4. Tjetër (specifiko) _____

13. Si e organizoni transportin e qumështit?

- 1. Blerësit (pika grumbulluese/përpunuesit) vijnë e marrin tek unë
- 2. Unë e /dërgoj tek blerësit
- 3. Pala e Tret (Kompania transportuese) e bën transportin
- 4. Tjetër _____ Specifiko

14. Me çka transportohet qumështi tek/nga grumbulluesi/përpunuesi?

1. Me veturë personale
2. Me veturë special (frigorifer)
3. Transport publik

Tjetër (specifiko) _____

INTEGRIMI (FUNKSIONIMI) I ZINXHIRIT TË FURNIZIMIT (Ky seksion vlen vetëm NËSE Q4c dhe /ose Q4d≠0

15. Cilat do të ishin kërkesat kryesore për ju që të hyni në kontrata me furnizues/blerës të qumështit/ produkteve të qumështit?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| a) Cilësia | ☐ |
| b) Çmimi | ☐ |
| c) Sasia | ☐ |
| d) Transporti nga grumbulluesi | ☐ |
| e) Tjetër_____ | ☐ |

16. A keni marrëveshje me furnizuesit/blerësit?

- a) Po kam vetëm me grumbulluesit
- b) Po kam vetëm me përpunuesit
- c) Kam me të dy
- d) Kam po jo me të gjithë
- e) Skam asnjë kontratë të nënshkruar me asnjë prej tyre

17. Sa dakord jeni me secilin nga këto shprehje.. **ku 1 aspak dakord, 2 pak dakord, 3 neutral, 4 deri diku dakord, 5 plotësisht dakord**

1. Të gjithë fermerët me mbi 3 lopë duhet (është fitimprurëse) të shesin tek grumbulluesi/përpunuesi 1____2____3____4____5
2. Fermerët kanë mundësi të përmbushin kriteret e kërkuara nga përpunuesi/grumbulluesi për cilësinë e qumështi 1____2____3____4____5
3. Fermerët kanë mundësi të përmbushin kërkesat e përpunuesve/grumbulluesve për sasinë e qumështit 1____2____3____4____5
4. Nënshkrimi i kontratave është i domosdoshëm për të bërë biznes me sukses 1____2____3____4____5
5. Përpunuesi / grumbulluesi nuk u krijojnë asnjë mundësi fermerëve për negociim. Ata kanë pushtetin/janë dominant.. 1____2____3____4____5
6. Mënyra se si funksion shitja (tregu) e/i qumështit është mjaftë e mirë 1____2____3____4____5

LISTA E REFERENCAVE / BIBLIOGRAFIA

1. APICS Supply Chain Council (2015) “Supply Chain Risk: Protect Your Business With Risk Management”(f.6). Marrë nga: http://www.apics.org/docs/default-source/industry-content/supply-chain-risk_short.pdf?sfvrsn=0 (parë më 16 Mars 2019);
2. APICS Supply Chain Council (2016) ” Uncovering Supply Chain Sustainability The Triple Bottom Line”. Marrë nga: http://www.apics.org/docs/default-source/industry-content/sustainability-report_short.pdf?sfvrsn=0 (parë më 16 Mars 2019);
- APEC (2013) “SMEs’ Participation in Global Production Chains”, Issues Paper No.3. Marrë nga: <https://www.apec.org/-/media/APEC/Publications/2013/3/SMEs-Participation-in-Global-Production-Chain> (parë më 04 tetor.2018);
4. ASK (2011), Popullsia sipas gjinisë, llojit të zonës (urbanë / rurale) dhe moshës 2011. Marrë nga: http://askdata.rksgov.net/PXWeb/pxweb/sq/askdata/askdata__14%20Census%20population__Census%202011__2%20Republic%20of%20Kosova/census01.px/?rxid=0b4e087e-8b00-47ba-b7cf-1ea158040712/ (parë më 04 tetor.2018);
5. ASK (2013), Anketa e ekonomive shtepiake Bujësore 2013. Marrë nga: <https://ask.rks-gov.net/media/1683/anketa-e-ekonomive-shtepiake-bujqesore-2013.pdf> (parë më 6 Prill 2017);
6. ASK (2015), Anketa e Ekonomive Bujësore 2015. Marrë nga: <https://ask.rks-gov.net/media/3543/anketa-e-ekonomive-bujqesore-2015.pdf> (parë më 8 Mars 2019);
7. ASK (2015), Tregu i qumështit. Marrë nga: https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Tregu_i_qumeshtit_Final_15_10_2015.pdf (parë më 22 Maj 2018);

8. ASK (2016), Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës për vitin 2016”. Marrë nga:
<http://ask.rks-gov.net/sq/agjencia-e-statistikave-te-kosoves/add-news/vjetari-statistikor-i-republikes-se-kosoves-per-vitin-2016> (parë më 04 prill.2018);
9. Agjencia Statistikore e Kosovës (2017), Struktura e Bruto produkti vendor sipas aktiviteteve ekonomike në vitin 2017. Marre nga: http://askdata.rks-gov.net/PXWeb/pxweb/sq/askdata/askdata_07%20National%20and%20government%20accounts_National%20accounts_Annual%20national%20accounts/gdp09.px/?rxid=3f96bdbf-6cae-43f5-90d0-fa4090a61520 (parë më 09 dhjetor.2018);
10. ASK (2017), Anketa e Ekonomive Bujqësore 2017. Marrë nga: <https://ask.rks-gov.net/sq/agjencia-e-statistikave-te-kosoves/add-news/anketa-e-ekonomive-bujqesore-aeb-2017> (parë më 10 Tetor 2019);
11. ASK (2017), Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës 2017, Prishtinë. Marrë nga: https://ask.rks-gov.net/media/4032/vjetari_statistikor_i_republik%C3%ABs_-s%C3%AB_-kosov%C3%ABs_-2017_-final.pdf (parë më 13 Maj.2019);
12. ASK (2018), Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës 2017, Prishtinë. Marrë nga: <https://ask.rks-gov.net/sq/agjencia-e-statistikave-te-kosoves/add-news/vjetari-statistikor-i-republikes-se-kosoves-2018> (parë më 17 Mars.2019);
13. ASK (2018), Anketa e ekonomive Bujqësore 2018, <https://ask.rks-gov.net/media/4897/anketa-e-ekonomive-bujqesore-2018.pdf> (parë më 8 Dhetor 2019);
14. ASK (2018), Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës 2017, Prishtinë. Marre nga: http://ask.rks-gov.net/media/4032/vjetari_statistikor_i_republik%C3%ABs_-s%C3%AB_-kosov%C3%ABs_-2017_-final.pdf (parë më 22 Shkurt.2019);
15. ASK(2018), Anketa e buxhetit të familjes, Marre nga: <http://askdata.rks-gov.net>

16. Agjencia e Statistikave të Kosovës (2019), Vjetari Statistikor i Republikës së Kosovës 2018, Prishtinë. Marrë nga: <http://ask.rks-gov.net/media/4963/anketa-e-ekonomive-bujqesore-2018.pdf> (parë më 10 Shtator 2019).
17. ASK (2018), Llogaritë kombëtare dhe qeveritare, Bruto produkti vendor sipas aktiviteteve ekonomike me çmime aktuale, 2008-2017. Marre nga: http://askdata.rks-gov.net/PXWeb/pxweb/sq/askdata/askdata_07%20National%20and%20government%20accounts_National%20accounts_Annual%20national%20accounts/gdp09.px/?rxid=ee733790-5f0f-4b65-b758-abdd1bfc87b9 (parë më 09 Janar 2019);
18. ASK (2020), Anketa e ekonomive Bujqësore 2019, <https://ask.rks-gov.net/media/5488/anketa-e-ekonomive-bujqesore-2019-2.pdf> (parë më 20 Korrik 2019);
19. ASK (2019), Tregu i Punës.<http://askdata.rks-gov.net> (parë më 28 Shkurt.2019);
20. AUV (2016), Regjistri i Objekteve Të Aprovuara Për Përpunim Dhe Paketim Të Qumështit. Marre nga: <http://www.auv-ks.net/sq/bizneset-e-aprovuara> (parë më 26 Shkurt 2019);
21. Berbatovci, I. (2018) “Strategy Development of Dairy Industry in Kosovo”, Balkan Journal of Interdisciplinary Research, Volume 4;
22. Bijma, F., Jonker, M., Vaart, A. (2017) An Introduction to Mathematical Statistics. Amsterdam University Press, 2017;
23. Blumberg, B., Cooper, R. D and Schindler, S. P. (2005) Business Research Methods. New York: McGraw-Hill Education, 2005;

24. Business-to-You(2018) “Value Chain Analysis: An Internal Assessment of Competitive Advantage“, March 15. Marrë nga: <https://www.business-to-you.com/value-chain/> (parë më 15 Mars 2019);
25. Buchholz, G, T. (2007) “Ide të Gjalla nga Ekonomiste të Vdekur” Second Revised Edition, ISP, Tirane;
26. Canadian Supply chain sector Counsil (2018) “Supply Chain Definitions”. Marrë nga: www.supplychaincanada.org/en/supply-chain (parë më:21shtator 2018);
27. CIPS (n.d.)”Global Supply Chains”. Marrë nga: <https://www.cips.org/en/knowledge/procurement-topics-and-skills/srm-and-sc-management/global-supply-chains/> (parë më :04.10.2018);
28. Civici, A. (2007) “DILEMAT E ZHVILLIMIT – Modelet e zhvillimit ekonomik e social përball globalizimit”, Geer, Tirane;
29. Civici, A. (2012) “Globalizimi, ...ante portas”, Botimi I dyte, UET-Press, Tirane, 2012;
30. Cerri, Sh. (2013) “ Integrimi i Zinxhirit të Furnizimit dhe ndikimi i tij mbi Kënaqësinë e konsumatorit, Besnikërinë e Konsumatorit dhe Konkurshmerin e Kompanis”. (PHD Punim), Durres 2013;
31. Christopher, M. (2011) “Logistics & Supply Chain Management”, Fouth Edition.FT Pearson Education Limited 2011, London, England;
32. Coe, M, N., Dicken, P., Martin Hess, H. (2008) “ Global production networks: realizing the potential”, Journal of Economic Geography, Volume 8, Issue 3. Marrë nga: <https://academic.oup.com/joeg/article/8/3/271/938286> (parë më 17.10.2018);
33. Cao, M., Zhang, Q. (2011) “Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance”, Journal of Operations Management

- Volume 29, Issue 3, March 2011, Pages 163-180). Marrë nga: [https://www.Supply_chain_collaborationImpact_on_col%20\(2\).pdf](https://www.Supply_chain_collaborationImpact_on_col%20(2).pdf) (parë më 25 janar 2019);
34. Coe, M. N., Yeung, W, H. (2015) “Global Production Networks: Theorizing Economic Development in an Interconnected world”. Oxford University Press,UK;
35. Collins, R. C., Dent, B. and Bonney, L .B. (2015) ” A guide to value-chain analysis and development for Overseas Development Assistance projects”. Australian Centre for International Agricultural Research: Canberra, ACT. Marrë nga: <https://www.aciar.gov.au/node/12606> (parë më 21.shtator 2018);
36. Costes, F. N., Jahre, M. (2008) "Supply chain integration and performance: a review of the evidence", The International Journal of Logistics Management, Vol. 19 Issue: 2. marrë nga: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09574090810895933> (parë më 20 Mars 2019);
37. DairyCo (2009) ” Ensuring A Sustainable Dairy Supply Chain”. Marrë nga: <https://dairy.ahdb.org.uk/.../market.../dairy-supply-chain.../ensuring-a-sustainable-dairy> (parë me 13 Maj 2017);
38. Daud, A. R, Putro, U. S., and Basri, M. H. (2015) “Risks in milk supply chain; a preliminary analysis on smallholder dairy production”, Livestock Research for Rural Development, Volume 27,Article #137. Marrë nga: <http://www.lrrd.org/lrrd27/7/daud27137.htm> (parë më 01 tetor.2018);
39. Davis, W. E., Speakman, E. R. (2004) “ The Extended Enterprise:Gaininig Competitive Advantages Through Collaborative Supply Chains”. Marrë nga: books.google.com;
40. Deep, R.(2006) Probability and Statistics : With Integrated Software Routines. Amsterdam : Academic Press. 2006.

41. Deloitte (2013) “The Outsourcing Handbook, A guide to outsourcing”.Marrë nga:<https://www.deloitte.co.uk/makeconnections/assets/pdf/the-outsourcing-handbook-a-guide-to-outsourcing.pdf>;
42. Edmunds, A. S. (2019) “Strengths & Weaknesses of the Supply Chain”. Marrë nga: <https://smallbusiness.chron.com/strengths-weaknesses-supply-chain-75987.html>. (parë më 17 shkurt 2019);
43. Elms, K. D., Low, P. (2013) “Global value chains in a changing world”, Fung Global Institute (FGI), Nanyang Technological University (NTU), and World Trade Organization (WTO),Switzerland. Marrë më: https://www.wto.org/english/res_e/bookspe/aid4tradeglobalvalue13e.pdf (parë më. 16 Mars 2019);
44. EYE (2014), Study Report For The Main Agribusiness Sub-Sectors In Kosovo. Marre nga: http://helvetas-ks.org/eye/file/repository/Recura_EYE_Agribusiness_Sub_Sectors_Study_Report_ENG.pdf (parë më 26 February 2019);
45. Vincent, E. F. (2008) Compassionate Statistics : Applied Quantitative Analysis for Social Services (With Exercises and Instructions in SPSS). SAGE Publications, Inc, 2008.
46. Gebresenbet, G., Bosona. T. (2012) “Logistics and Supply Chains in Agriculture and Food Department of Energy and Technology”, Swedish University of Agricultural Sciences, Uppsala, Sweden. Marrë nga: https://www.researchgate.net/publication/221928911_Logistics_and_Supply_Chains_in_Agriculture_and_Food (parë më 17 tetor.2018);
47. Glen, G., Hall, S. (2014) Straightforward Statistics : Understanding the Tools of Research. Oxford University Press, 2014.

48. Gazeta Ekonomia (2019 Shkurt 25) “Kosova me rritje ekonomike të paqëndrueshme”.
Marrë nga: <http://gazetaekonomia.com/kosova-rritje-ekonomike-te-paqendrueshme/>;
49. GHG Protocol (2011) “Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard - Supplement to the GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard”. Marrë nga: https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/Corporate-Value-Chain-Accounting-Reporting-Standard_041613_2.pdf (parë më 15 Mars 2019);
50. Gilles, L. B. (2012) "Vertical Integration for Long-Term Sustainability in the Dairy Industry" (2012).Research Papers.Paper 212. Marrë nga: http://opensiuc.lib.siu.edu/_gs_rp/212 (parë më 09 korrik 2018);
51. IfM (2016) “ Porter's Value Chain”,. University of Cambridge 2016. Marrë nga: <https://www.ifm.eng.cam.ac.uk/research/dstools/value-chain-/> (parë me 14 mars 2019);
52. Jaffee. R. S., Siegel, P. and Colin , A. (2008) “RAPID AGRICULTURAL SUPPLY CHAIN RISK ASSESSMENT: Conceptual Framework and Guidelines for Application”. Marrë nga: <http://siteresources.worldbank.org/INTCOMRISMAN/Resources/RapidAgriculturalSupplyChainRiskAssessmentConceptualFramework.pdf> (parë më 05 shkurt 2019);
53. Janvier, M. A. (2012) “ A New Introduction to Supply Chains and Supply Chain Management: Definitions and Theories Perspective. International Business Research”, Vol. 5, No. 1; January 2012. Marrë nga: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/13861> (parë më 15 Mars 2019);

54. Kaplinsky. R, dhe Morris. M (2000). “A Handbook For Value Chain Research”. Marrë nga:
https://www.researchgate.net/profile/Mike_Morris4/publication/42791981_A_Handbook_for_Value_Chain_Research/links/00b7d5173be8d93cc7000000/A-Handbook-for-Value-Chain-Research.pdf?origin=publication_detail (parë me 9 Mars 2019);
55. Kot, S. (2014) ”Principles Of Global Supply Chain Management”, Students textbook, Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, [online]. Marrë nga:
https://www.researchgate.net/publication/265507957_Principles_of_Global_Supply_Chain_Management (parë më 17 janar 2019);
56. Kotler, PH. & Armstrong, G. (2013) “Parimet e Marketingut”, Botimi I 13-te, UET Press, Tirane, f 364.
57. Kristo, I. (2004) “ Biznesi nderkombtar”, Botimi I dyte, Pegi, Tirane, f8;
58. Kuci, R. (2018) Koha ditore. Marrë nga: <https://www.koha.net/arberi/86704/cilesia-e-qumështit-te-importuar-perplas-serish-auv-ne-me-qumështaret> (parë më 25 shtator 2018);
59. Lu..D. (2011) “ Fundamental of Supply chain Managment”. Marrë nga: Bookboon.com
<https://library.ku.ac.ke/wp-content/downloads/2011/08/Bookboon/Magement%20andOrganisation/fundamentals-of-supply-chain-management.pdf> (parë më 17 Janar 2019);

60. Lambert, M. D., Cooper, M. C & Pagh, D. J. (1998) "Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities. International Journal of Logistics Management", The. 9. 1-20.10.1108/09574099810805807. Marrë nga: <https://www.researchgate.net/publication/242131027/download> (parë më 20 shtator 2018);
61. Mathews, B., dhe Ross, L. (2010). Metodatat e hulumtimit. Udhëzues praktik për shkencat sociale dhe humane. Qendra për Arsim Demokratik (CDE), Tiranë
62. Mishra, P.K. and Raja, Shekhar, R. B. (2012) "Evaluating supply chain risk in Indian dairy industry: a case study", Int. J. Decision Sciences, Risk and Management, Vol. 4,Nos.1/2,pp.77–91.Marrë nga: <https://www.researchgate.net/publication/264819278> Evaluating supply chain risk in Indian dairy industry A case study (parë më 17 Mars 2019);
63. MBPZHR (2015), Regjistrimi i Bujqësisë në Republikën e Kosovës 2014 :Rezultatët Përfundimtare. Marre nga: https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/REGJISTRIMI_I_BUJQËSISË_NË_REPUBLIKEN_E_KOSOVËS_2014__Rezultatët_Përfundimtare.pdf (parë më 26 February 2018);
64. MBPZHR(2015), Tregu i Qumështit. Marrë nga: [https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Tregu i qumeshtit Final 15 10 2015.pdf](https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Tregu_i_qumeshtit_Final_15_10_2015.pdf) (parë më 20 shtator 2018);
65. MBPZHR (2017), "Raporti i Gjellbër i Kosovës 2017". Marrë nga: [https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Raporti i Gjellber 2017 Alb Final.pdf](https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Raporti_i_Gjelber_2017_Alb_Final.pdf) (parë më 15 janar 2019);

66. MBPZHR(2018), Raporti i Gjelbër i Kosovës 2017. Marrë nga https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Raporti_i_Gjelber_2017_Alb_Final.pdf (parë më 26 February 2018);
67. MBPZHR(2018), Raporti i Gjelber 2017, Prishtinë 2018;
68. McCormick, D. and Schmitz, H. (2001) “Manual for Value Chain Research on Homeworkers in the Garment Industry, Institute for Development Studies”, p.17-19. Marrë nga: www.cisl.cam.ac.uk/graduate-study/pgcerts/pdfs/Value%20Chain%20Definitions%20Rev%201%20-Updated%20links.pdf (parë më 15 Mars 2019);
69. Markovic, M., Dries, L. I. (2012) “Value Chain Analysis In The Montenegrin Dairy Sector”, European Training Foundation, 2013. Marrë nga: <https://www.etf.europa.eu/en/publications-and-resources/publications/value-chain-analysis-montenegrin-dairy-sector> (parë më 27 Mars 2019);
70. Monczka, M. R., Handfield, B. R., Giunipero, C. L., Patterson, L. J. (2016) “Purchasing and Supply Chain Management”, 6th Edition. Marrë nga: <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=cAJ0BwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=Objective+of+Supply+Chain+Management.&ots=RamNbamwHe&sig=SXFFQbnfYEendalT2F8u0o0Ijd4#v=onepage&q=Objective%20of%20Supply%20Chain%20Management.> (parë më 20 Mars 2019);
71. Nicita, A., Ognivtsev, V., Shirotori, M. (2013) “Global Supply Chains: Trade And Economic Policies For Developing Countries”, UNCTAD, Geneva. Marrë nga: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/itcdtab56_en.pdf (parë më 16 Mars 2019);

72. OECD (2018) “Trade Policy Implications of Global Value Chains”. Marr nga: <http://www.oecd.org/tad/trade-policy-implications-global-value-chains.pdf> (parë më 21 shkurt.2019);
73. Open Road Communications, (2019) “Thought Farmer, a product of OpenRoad”. Marrë nga: <https://www.thoughtfarmer.com/blog/what-collaboration-really-means/> (parë më 25 janar 2019);
74. Park. A., Nayyar.G., Low.P (2013) “ Supply Chain Perspectives and Issue: A Literature Review”, Fungi Global Institute and WTO Publication (2013). Marrë nga: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/aid4tradesupplychain13_e.pdf (parë më 16 Mars 2019);
75. Parramore, K., & Watsham, T. (1997). Quantitative Methods in Finance. 1st edition. Oxford: Thomson.
76. Rajgopal. J. (2016) “ Supply Chains: Definitions & Basic Concepts”. Department of Industrial Engineering University of Pittsburgh, PA 15261. Marrë nga: <http://www.pitt.edu/~jrclass/sca/notes/1-Overview.pdf> (parë më: 18 korrik 2018);
77. SCM Globe (2014) “Four Participants in Every Supply Chain”. Marrë nga: <https://www.scmglobe.com/four-participants-in-every-supply-chain/> (parë më 03 tetor 2018);
78. Rosenthal, J. A.(2012) “Statistics and Data Interpretation for Social Work”. Springer Publishing Company, 2012.
79. SCRLC. (2011) “Supply Chain Risk Managemen: A Compilation of Best Practices”. Marrë nga: [http://www.scrcl.com/articles/Supply_Chain_Risk_Management_A_Compilation_of_Best_Practices_final\[1\].pdf](http://www.scrcl.com/articles/Supply_Chain_Risk_Management_A_Compilation_of_Best_Practices_final[1].pdf) (parë:4 shkurt 2019);

80. SCRC SME (2017) “What is Supply Chain Management (SCM)”, NC State University (2018). Marrë nga: <https://scm.ncsu.edu/scm-articles/article/what-is-supply-chain-management-scm> (parë më 11 tetor 2018);
81. Septiani. W., Marimin., Herdiyeni. Y., Haditjaroko. L. (2014) “Framework model of sustainable supply chain risk for dairy agroindustry based on knowledge base”, 2014 International Conference on Advanced Computer Science and Information System, Publisher: IEEEConference Location: Jakarta, Indonesia. Marrë nga: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7065841> (parë më 3 Shkurt 2019);
82. Silbiger, S. (2005) “10-Day MBA: Step-by-Step Guide to Mastering the Skills Taught in Top Business Schools”, London, Great Britain, Piatkus Books Ltd;
83. Simnica, M. (2016) “Beneficionet e MSA-së në sektorin e Bujqësisë”. Marr nga: <https://mti.rks-gov.net/desk/inc/media/46F03CB2-265A-42EF-811A-58DAB6B90E93.pdf> (parë më 6 Mars 2019);
84. Singha, R. A., Jainb. R and Mishrac. K. P. (2009) “ Risk in Supply Chain Management, Proceedings of National Conference on Advances in Mechanical Engineering (NCAME 2009)”, February 28th and March 1st 2009 Department of Mechanical Engineering Moradabad Institute of Technology, Moradabad. Marrë nga: https://www.researchgate.net/publication/259264353_Risk_in_Supply_Chain_Management (parë më 5 February 2019);
85. Stevens, C.G. (1989) "Integrating the Supply Chain", International Journal of Physical Distribution & Materials Management, Vol. 19 Issue: 8, pp.3-8. Marrë nga: (<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EUM00000000000329> (parë më 01 shkurt 2019);

86. Stevens, C. G. (2007) “Integrating Supply chain”, Emerald Backflies 2007. Marrë nga:
<https://pdfs.semanticscholar.org/792f/f5a74aac0672b52805198942a6051fd0caf1.pdf>
 (parë më 26 janar 2019);
87. Studenmund, A. H. (2011). Using econometrics: a practical guide. 6. ed. Boston, Mass,
 Pearson
88. Sutaj.A, Gashi.B, Fetahu.M, Deda.Z (2018) ”Barrierat tregtare: Lehtësimi i tregtisë si
 mjet për eliminimin e tyre Marrë nga:
<https://mti.rksgov.net/desk/inc/media/615D6B63-A1F5-4927-8D7E-A51D124D6BAA.pdf> (parë më 16 Mars 2019);
89. SustainAbility, UNEP & UNGC (2008) “ Unchaining Value: Innovative approaches to
 sustainable supply”. Marrë nga:
<https://ysrinfo.files.wordpress.com/2012/06/unchaining-value-final-report.pdf>.2
 (emphasis added) (parë më 19/01/15);
90. Sweeney, E. (2012) “ Supply Chain Integration: Challenges and Solutions, Chapter 1,
 IGI Global, Dublin Institute of Technology, Ireland (p2). Marrë nga:
http://publications.aston.ac.uk/22731/1/Supply_chain_integration_challenges_and_solutions.pdf (parë më 30 shtator 2018);
91. Su, W., Peng, M.W., Tan, W., Cheung,L. Y. (2016) “The Signaling Effect of Corporate
 Social Responsibility in Emerging Economies”, J Bus Ethics (2016) 134: 479. Marrë
 nga: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-014-2404-4> (parë më 21 shkurt
 2019);

92. Szymonik,A. (2012) “Logistics and Supply Chain Management,” Lodz University of Technology. Marrë nga: https://www.researchgate.net/publication/297369572_Logistics_and_Supply_Chain_Management (parë më 16 Mars 2019);
93. Sharma, K. S., Bha.A. (2012) “Identification and assessment of supply chain risk: development of AHP model for supply chain risk prioritisation”, Int. J. Agile Systems and Management, Vol. 5, No. 4, 2012 p.351. Marrë nga: https://www.researchgate.net/publication/264835598_Identification_and_assessment_of_supply_chain_risk_Development_of_AHP_model_for_supply_chain_risk_prioritisation (parë më 05 February 2019);
94. SHPQK dhe SHQK(2015), Marketingu i drejtëpërdrejtë i produkteve të qumështit në tregjet e gjelbërta të Kosovës - një rrezik i lartë për shëndetin e njerëzve, Prishtine.
95. SHPQ (2016), Zyra e shoqatës për prodhimin e qumështit, Prishtinë 2016;
96. Talluri. S., Kull, J. TH., Yildiz. H., Yoon. J. (2013) “Assessing the Efficiency of Risk Mitigation Strategies in Supply Chains”, Jurnal of Business Logistics, Volume 34, Issue 4, December 2013, Pages 253-269, Marrë nga: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jbl.12025> ;
97. Toka Jonë (2018 Shtator, 23). Tkurrja e tokave bujqësore në Kosovë. Marre nga: <https://tokajonë.com/vazhdon-tkurrja-e-tokave-bujqësore-në-Kosovë> (parë më 25 Shkurt 2019);
98. TheWorldBank Group (2019), Marre nga: <https://data.worldbank.org/indicator/EN.POP.DNST?locations=XK> (parë më 28.09.2017);

99. The World Bank Group (2019) , South East Europe regular report 2018. Marrë nga:
<http://www.worldbank.org/en/region/eca/publication/south-east-europe-regular-economic-report> (parë më 23 Shkurt 2019);
- 100.The World Bank Group (2019), Western Balkans Regular Economic Report: Fall 2018, Marre nga: <http://www.worldbank.org/en/region/eca/publication/western-balkans-regular-economic-report> (parë më 23 Shkurt 2019);
- 101.Tummala,.R., Schoenherr.T (2011) "Assessing and managing risks using the Supply Chain Risk Management Process (SCRMP)", Supply Chain Management: An International Journal, Vol. 16 Issue: 6, pp.474-483. Marrë nga:
<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/13598541111171165>
- 102.USAID (2007) ”Kosovo Dairy Value Chain Case Study:Guided Case Studies In Value Chain Development For Conflict-Affected Environments”. Marrë nga:
https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnadm387.pdf ((parë me 19 Mars 2018);
- 103.UNDP (2015) “Aid for Trade - UNDP in Kosovo”, Marrë nga:
http://www.ks.undp.org/content/kosovo/en/home/operations/projects/poverty_reduction/AFT.html (parë më 12 janar 2019);
- 104.UNCTAD (2011) “Integration of developing countries in global supply chains, including through adding value to their exports”, Trade and Development Board Trade and Development Commission Third session Geneva, 6–10 June 2011. Marrë nga:
https://unctad.org/en/Docs/cid16_en.pdf (parë më 16 Mars 2019);
- 105.UNCTAD (2013) “Global Supply Chains: Trade And Economic Policies For Developing Countries”. Marrë nga: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/itcdtab56_en.pdf (parë më 20 Mars 2019);

- 106.Varadan, S. (2017) "What is a Supply Chain?", Bizfluent. Marrë nga:
<https://bizfluent.com/facts-4927387-what-supply-chain.html> (parë më 19.09.2018);
- 107.WBCSD (2011) "Collaboration, innovation, transformation: Ideas and inspiration to accelerate sustainable growth - A value chain approach" p.3. Marrë nga:
<https://www.wbcds.org/Programs/People/Sustainable-Lifestyles/Resources/Collaboration-Innovation-Transformation-Ideas-and-Inspiration-to-Accelerate-Sustainable-Growth-A-value-chain-approach> (parë më 14 Mars 2019);
- 108.Withers. B. (2013) "The Effects of Codes of Ethics on the Supply Chain: A Comparison of LEs and SMEs", Journal of Business & Economic Studies, Vol. 19, No. 1, Spring 2013. Marrë nga: <https://www.coursehero.com/file/25090283/Unit-7-Article-Witherspdx/> (parë më 10 dhjetor 2017);
- 109.WEF (2016). The world's free trade areas – and all you need to know about them. Marrë nga: <https://www.weforum.org/agenda/2016/05/world-free-trade-areas-everything-you-need-to-know> / (Joe Myers) (parë më 02 tetor 2018);
- 110.WTO (2014) "Connecting to global markets Challenges and opportunities: case studies presented by WTO chair-holders",WTO Publications, Geneva,Switzerland. Marrë nga:
https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/cmark_full_e.pdf (parë më 19 tetor 2018);
- 111.Wachinger. G., Renn. O., Begg. CH., Kuhlicke. Ch. (2012) " The Risk Perception Paradox—Implications for Governance and Communication of Natural Hazards" Marrë nga: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1539-6924.2012.01942.x> (parë më 18 shkurt 2019);

112. Yu, Z., Yan, H. and Edwin Cheng, T. (2001) "Benefits of information sharing with supply chain partnerships", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 101 Issue: 3. Marrë nga: (<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02635570110386625> (parë më 01 February 2019));
113. Zsidisin, A. G., Ritchie, B. (2009) "Supply Chain Risk: A Handbook of Assessment, Management, and Performance" Chain. Marrë nga: [https:// books.google.com /books?hl=en&lr=&id=nrThOSr_XWoC&oi=fnd&pg=PR16&dq=risk+assessment+in+supply+chain&ots=fyZhq_7DCE&sig=kcF80rp6Kn0wpJMlhxpN685G8XE#v=onepage&q=risk%20assessment%20in%20supply%20chain&f](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=nrThOSr_XWoC&oi=fnd&pg=PR16&dq=risk+assessment+in+supply+chain&ots=fyZhq_7DCE&sig=kcF80rp6Kn0wpJMlhxpN685G8XE#v=onepage&q=risk%20assessment%20in%20supply%20chain&f) (parë më 20 Mars 2019);