



REPUBLIKA E KOSOVËS

MINISTRIA E INDUSTRIË,
NDËRMARRËSISË DHE TREGTISË



STUDIM I ZINXHIRIT TË VLERËS SË PËRPUNIMIT TË USHQIMIT DHE PIJEVE TË KOSOVËS

Tetor 2023



STUDIM I ZINXHIRIT TË VLERËS SË PËRPUNIMIT TË USHQIMIT DHE PIJEVE TË KOSOVËS

Tetor 2023



Implemented by
giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



REPUBLIKA E KOSOVËS
MINISTRIA E INDUSTRIË,
NDËRMARRËSISË DHE TREGTISË

Publikuar nga:

Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë

Rr. "Arbënor e Astrit Dehari", nr. 21.
Sheshi i Spitalit 10000 Prishtinë, Kosovë
T + 383 (0) 200 36 512
+383 (0) 200 36 543

E zkp.mti@rks-gov.net
I www.mint.rks-gov.net

dhe

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Zyrat e regjistruara
Bonn dhe Eschborn, Gjermani

Zyra GIZ në Kosovë
Rr. Arkitekt Karl Gega Nr 38
10000 Prishtinë, Kosovë
T +383 38 233 002 100

E giz-kosovo-buero@giz.de
I www.giz.de/kosovo

Autor:

Anteja ECG
- Gerd Meier zu Köcker
- Mateja Dermastia

Dizajni/paraqitja:

Envinion

Kredite/burimet e fotografive:

Yakov Oskanov

Në emër të
Ministria Federale Gjermane për Bashkëpunim Ekonomik dhe Zhvillim (BMZ)

Prishtina, 2023

MOHIMI I PËRGJEGJËSISË

Ky studim është financuar nga GIZ. Ky mohim informon lexuesit se pikëpamjet, mendimet dhe opinionet e shprehura në këtë studim i përkasin vetëm autorëve dhe nuk përfaqësojnë domosdoshmërisht këndvështrimin e GIZ-it.

Raporti përfaqëson një studim të zinxhirit të vlerës, ai është hartuar përmes intervistave të thelluara me NVM-të e sektorit përgjatë funksioneve të zinxhirit të vlerës. Pikëpamja e autorëve është bazuar në të dhënat e mbledhura. Mostra mund të jetë përfaqësuese për kapjen e dinamikës së tendencave të tregut dhe zinxhirit të vlerës; megjithatë, mund të mos përfaqësojë një pasqyrë të saktë sasiore të industrisë së sektorit. Autorët e studimit nuk mund të jenë përgjegjës për asnjë pasojë që mund të lindë nga përdorimi i informacionit në këtë raport nga një palë e tretë. Nuk ka asnjë pretendim se informacioni i paraqitur në raport është plotësisht i saktë.

Tabela e Përmbajtjes

MOHIM I PËRGJEGJËSISË	6
Lista e shkurtesave	7
Përmbledhja ekzekutive	9
Hyrje	11
1 Metodologjia	13
2 Trendët global në industrinë e ushqimit dhe pijeve	14
2.1 Megatrendët e orientuara kah konsumatori	14
2.2 Megatrendët e orientuara kah prodhimi	16
2.3 Megatrendet e orientuara nga shoqëria	17
2.4 Megatrendet e orientuara nga siguria	18
3 Pasqyra e industrisë së Kosovës	20
3.1 Trendet e tregtisë në sektorin e ushqimit dhe pijeve në Kosovë	22
3.2 Analiza e produktivitetit dhe konkurrueshmërisë me homologët e përzgjedhur	26
4 Harta e Palëve të Interesit	29
5 Analiza Zinxhirit të Vlerës	33
5.1 Harta e Zinxhirit të Vlerës	33
5.2 Analiza e Zinxhirit të Vlerës: Ana e furnizimit	36
5.3 Analiza Zinxhirit të Vlerës: Ana e Prodhuesit	38
5.3.1 Veprimtaria dhe Operacionet e Biznesit	38
5.3.2 Tregjet Lokale dhe Eksporti	44
5.4 Burimet Njerëzore	48
5.5 Inovacioni dhe dixhitalizimi	49
5.6 Peizazhi i rrjetëzimit	49
6 Politikat mbështetëse dhe rregullimi nstitucional	52
6.1 Promovimi dhe Mbështetja e Investimeve	53
6.2 Mbështetja e Konkurrueshmërisë dhe Inovacionit	55
6.3 Vlerësimi i Konformitetit dhe Kërkesat e Sigurisë së Eksportit	57
7 Mundësitë dhe Barrierat	59
7.1 Mundësitë	59
7.2 Barrierat	60
8 Rekomandimet /Ndërhyrjet kryesore	62
9 Rruga Përpara	76

Mohim i përgjegjësisë

Ky publikim është prodhuar nga Anteja ECG, nën mbështetjen e Qeverisë Gjermane përmes Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Opinionet e shprehura në këtë raport janë të autorit(-ëve) dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht pikëpamjet e GIZ-it ose të Qeverisë Gjermane. Raporti përfaqëson një studim të zinxhirit të vlerës, i cili është hartuar përmes intervistave të thelluara me sektorin e NVM-ve përgjatë funksioneve të zinxhirit të vlerës. Pikëpamja e autorëve është bazuar në të dhënat e mbledhura. Mostra mund të jetë përfaqësuese për kapjen e dinamikës së tendencave të tregut dhe zinxhirit të vlerës; megjithatë, mund të mos përfaqësojë vështrimin e saktë sasior të industrisë së sektorit. Autorët e studimit nuk mund të jenë përgjegjës për asnjë pasojë që mund të lindë duke përdorur informacionet në këtë raport nga një palë e tretë. Nuk ka asnjë pretendim se informacionet e prezantuara në këtë raport janë plotësisht të sakta.

Lista e shkurtesave

BiH	Bosnjë dhe Hercegovinë
OAB	Organizatat Anëtare të Biznesit
KIE	Këshilli i Investitorëve Evropianë
CEFTA	Marrëveshja e Tregtisë së Lirë të Evropës Qendrore
CNC	Kontrolli numerik kompjuterik
ECIKS	Iniciativa Ekonomike për Kosovën
AE	Akreditimi Evropian
PBS	Planifikimi i burimeve sipërmarrëse
BE	Bashkimi Evropian
IHD	Investimet e Huaja Direkte (IHD)
AUV	Agjencia e Ushqimit dhe Veterinës
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
HS	Sistemet e harmonizuara të përshkrimit dhe kodimit të mallit
OEK	Oda Ekonomike e Kosovës
AGJBP	Agjenda e Gjellbër për Ballkanin Perëndimor
IADK	Iniciativa për Zhvillimin e Bujqësisë në Kosovë
KPMM	Komisioni i Pavarur për Miniera dhe Minerale
API	Agjencia e Pronësisë Industriale
ASK	Agjencia e Statistikave të Kosovës
ARBK	Agjencia e Regjistrimit të Bizneseve të Kosovës
OEK	Oda Ekonomike e Kosovës
KIESA	Agjencia Kosovare për Investime dhe Përkrahje të Ndërmarrjeve
AMK	Agjencia e Metrologjisë së Kosovës
KKP	Klubi Kosovar i Prodhuesve
AKS	Agjencia Kosovare e Standardizimit
MMPHI	Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës

MFPT	Ministria e Financave, Punës dhe Transferit
MPJD	Ministria e Punëve të Jashtme dhe Diasporës
MIGA	Agjencia Shumëpalëshe për Garantimin e Investimeve
MINT	Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë
MSME	Ndërmarrjet mikro, të vogla dhe të mesme
NACE	Nomenclature Statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne
KKEI	Këshilli Kombëtar për Ekonominë dhe Investimet
OECD	Organizata për Bashkëpunim dhe Zhvillim Ekonomik
OEM	Prodhuesi i Pajisjeve Origjinale
K&ZH	Kërkim dhe Zhvillim
MSA	Marrëveshjet e Stabilizim Asociimit
SDC	Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim
NVM	Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme
ATK	Administrata Tatimore e Kosovës
QAP	Qendrat e aftësimit profesional
USAID	Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar

Përmbledhja ekzekutive

Ky raport është një nga disa grupime raportesh të hartëzimit që hedh një vështrim më të afërt në sektorët kyç të përzgjedhur në Republikën e Kosovës. Sektori i ushqimit dhe pijeve po pëson ndryshime të konsiderueshme për shkak të sfidave aktuale të ofertës si pasojë e Covid-19 ose krizës në Ukrainë. Shkaktarë të tjerë për këtë lloj ndryshimesh në sektor janë trendët aktuale të tregut dhe konsumatorit të lidhura me ushqimin dhe pijet, si dhe transformimi i vazhdueshëm industrial.

Pamja aktuale industriale dhe ekonomike zbulon se sektori kosovar i ushqimit dhe pijeve është zhvilluar mjaft mirë në të kaluarën e afërt. Shtytësi kryesor ishte eksporti. Ndërmjet viteve 2017 – 2021 u arritën ritme të larta rritjeje të eksportit mbi 100% për pijet dhe ushqimet e përpunuara. Kërkesa për produkte kosovare nga blerësit rajonal dhe evropian mbetet e lartë. Si rezultat, numri i kompanive aktive është rritur viteve të fundit (pothuajse 1.500 kompani) si dhe numri i të punësuarve (pothuajse 10.000). Bazuar në intervistat me 53 kompani të përzgjedhura, shfrytëzimi aktual i prodhimit varion ndjeshëm ndërmjet bizneseve me një mesatare prej 66%. Duke pasur parasysh faktin se vlera të tilla janë të krahasueshme të ulëta krahasuar me sektorët e tjerë kyç vendas (p.sh. sektori i prodhimit të metaleve zbuloi vlera mbi 80% në 2021), bëhet e qartë se ende ekziston një potencial rritej i pashfrytëzuar.

Mungesa e lëndëve të para dhe fuqisë punëtore të kualifikuar, si dhe rritja e kostos së lëndëve të para janë trendëve afatshkurtër që po ngrenë shqetësime të mëdha në lidhje me industrinë e ardhshme të ushqimit dhe pijeve në Kosovë. Studimi identifikoi pengesa të mëtejshme që mund të pengojnë sektorin vendas të prodhimit të ushqimit dhe pijeve nga zhvillimi po aq premtues sa në të kaluarën:

- Sektori i prodhimit të ushqimeve dhe pijeve dominohet nga ndërmarrjet mikro dhe të vogla
- Ekziston një mungesë e konsiderueshme e njohurive rreth teknologjive të prodhimit dhe temave të ngjashme
- Pavarësisht nga rëndësia e eksporteve, shumica e bizneseve kanë njohuri shumë të kufizuara për tregjet e huaja dhe trendët e lidhura me konsumatorët
- Sektori i ushqimeve dhe pijeve sfidohet nga konkurrenca e pandershme kryesisht nga sektori joformal
- Ka një mungesë të konsiderueshme të punëtorëve të kualifikuar në dispozicion
- Peizazhi i mbështetjes institucionale në sektorin e ushqimit dhe pijeve është embrional
- Politikat lidhur me sigurinë ushqimore dhe mbikëqyrja e tregut nuk janë zhvilluar plotësisht, gjë që i bën aktivitetet e eksportit më sfiduese dhe inkurajon konkurrencën e pandershme

Rrjedhimisht, raporti i hartëzimit të zinxhirit të vlerës nxori rekomandimet e mëposhtme, të cilat specifikohen më tej në kapitullin 8.

Rekomandimi 1: Prezantimi i skemave të mbështetjes për zhvillimin e shkathtësive

Rekomandimi 2: Zhvillimi i një grupimi ushqimesh dhe pijesh

Rekomandimi 3: Krijimi i një sistemi vaqueros për të stimuluar inovacionin dhe dixhitalizimin në nivel firme

Rekomandimi 4: Modernizimi i peizazhit të mbështetjes për promovimin e eksporteve

Rekomandimi 5: Krijimi dhe zbatimi i një fondi inovacioni

Rekomandimi 6: Stimulimi i inovacionit dhe ndërmarrësisë përmes mbështetjes së bizneseve të reja

Rekomandimi 7: Krijimi i një fondi investimi për rinovimin e prodhimit dhe rritjen e prodhimit

Rekomandimi 8: Zvogëlimi i varësisë në lëndët e para nga jashtë

Rekomandimi 9: Përmirësimi i politikave tregtare dhe të sigurisë ushqimore

Në rast se rekomandimet kthehen në praktikë, sektori vendas i ushqimit dhe pijeve do të rrisë ndjeshëm konkurrencën e tij afatgjate dhe do të jetë i përgatitur mirë për sfidat e ardhshme që lidhen me proceset e transformimit industrial si dhe me shqetësimet e zinxhirit të furnizimit, të cilat me gjasë do të zgjasin. për vitet e ardhshme.

Hyrje

Industria e ushqimit dhe e pijeve është një sektor jashtëzakonisht i rëndësishëm për Kosovën. Studimi i hartëzimit të vlerës numëroi rreth 1.500 kompani me pothuajse 10.000 punonjës. Shumica e pjesëve relevante të zinxhirit të vlerës së industrisë ushqimore dhe të pijeve mbulohen nga blerja e përfaqësuesve të sektorit privat nga Kosova. Nuk është befasi që oferta e lëndëve të para vendase luan një rol të rëndësishëm pasi një pjesë e konsiderueshme e prodhuesve vendas të ushqimit dhe të pijeve blejnë në vend.

Megjithatë, sektori global i ushqimit dhe pijeve është dukshëm nën transformim për shkak të

- Sfidave aktuale me ofertë si rezultat i Covid-19 ose krizës në Ukrainë
- ndaj trendët e rëndësishëm aktual të tregut dhe të konsumatorëve të lidhura me ushqimin dhe pijet, dhe
- për shkak të transformimit të vazhdueshëm industrial.

Industria kosovare e ushqimit dhe pijeve është tejte e ekspozuar ndaj sfidave të përmendura më lart. Por ka gjithashtu një potencial të lartë për t'i kthyer këto sfida në një avantazh konkurrues. Kriza aktuale në Ukrainë si dhe prirja e qartë drejt shkurtimit të zinxhirëve ekzistues të vlerës ofrojnë një perspektivë të mirë rritjeje për këtë sektor. Blerësit evropianë po bëhen më të interesuar të marrin burime nga Ballkani Perëndimor sesa përtej oqeanëve, aty ku është e mundur. Cilësia e lartë dhe prodhuesit më të vegjël kanë rëndësi edhe kur bëhet fjalë për prodhimin organik, i cili po ashtu kërkohet gjithnjë e më shumë nga blerësit ndërkombëtarë.

Raporti aktual i hartëzimit të zinxhirit të vlerës është pjesë e rëndësishme e ndërhyrjeve nga Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë së Republikës së Kosovës (MINT) dhe Deutsche Gesellschaft für International Zusammenarbeit (GIZ) GmbH me qëllim të mbështetjes së konkurrencës së sektorëve të përzgjedhur industrialë. Sektori i ushqimit dhe pijeve përbën një shqetësim të madh, dhe jo vetëm për shkak të rëndësisë së sektorit. Integrimi i prodhuesve të ushqimit dhe pijeve të Kosovës në Bashkimin Evropian (BE) ose në zinxhirin e furnizimit global do të ofrojë një mundësi të madhe për rritje, inovacion dhe rritje të konkurrencës. Industria kosovare e ushqimit dhe pijeve duhet të jetë e vetëdijshme për këtë nëse synon të qëndrojë konkurruese dhe të mbetet një partner i rëndësishëm në zinxhirët global të vlerës.

Në kuadër të studimit janë përzgjedhur 53 biznese për intervistat e anketës. Mostra është përzgjedhur në bazë të strukturës së industrisë lokale të ushqimit dhe pijeve.

Gjetjet dhe konkluzionet e këtij raporti identifikojnë hallkat që mungojnë, boshllëqet kryesore dhe kufizimet përgjatë zinxhirit të përzgjedhur të vlerës. Raporti gjithashtu ofron vëzhgime dhe konsiderata që duhet të merren parasysh në ndërhyrjet e ardhshme të politikave.

1. Metodologjia

Raporti i hartëzimit të zinxhirit të vlerës eksploron faktorët vendimtarë të suksesit të zinxhirëve përkatës të vlerës për të fituar njohuri mbi boshllëqet e lidhura dhe për të kuptuar nxitësit kryesorë të zhvillimit të zinxhirit të vlerës. Për të ofruar një analizë të thellë të zinxhirit të vlerës së industrisë së përpunimit të ushqimit dhe pijeve, ekipi hulumtues ka aplikuar një metodologji të strukturuar. Analiza kryhet në fazat e shtjelluara më poshtë.

Së pari, ekipi hulumtues ka analizuar të dhënat dytësore, duke ekzaminuar raportet/studimet e publikuara relevante për sektorët dhe kontekstin, si dhe studime dhe raporte që mbulojnë ekonomitë globale. Ky hap ka lejuar ekipin të portretizojë një hartë përkatëse të secilit sektor. Harta e zinxhirit të vlerës ofron një strukturë grafike që përshkruan se si një produkt në një industri lëviz nga lënda e parë përmes grumbullimit, përpunimit dhe hapave të tjerë derisa produkti/shërbimi të arrijë përfundimisht te konsumatori përfundimtar. Harta thekson gamën e aktiviteteve që ndodhin brenda zinxhirit të vlerës.

Së dyti, ekipi hulumtues ka analizuar të dhënat e tregtisë së sektorëve përkatës, për të kuptuar më mirë dinamikën e tregut, kërkesën e brendshme dhe tendencat e rritjes dhe konkurrueshmërinë e ndërmarrjeve vendase mikro, të vogla dhe të mesme (NMVM) në tregjet e eksportit. Të dhënat nga Agjencia e Statistikave të Kosovës (ASK) dhe të dhënat e Doganës së Kosovës përbëjnë burimet kryesore.

Së treti, ekipi hulumtues ka zhvilluar një mostër të firmave të përpunimit të ushqimit dhe pijeve për intervistat e anketës dhe 53 kompani janë mostëruar në këtë mënyrë. Mostra është përzgjedhur në bazë të strukturës së sektorit të NMVM-ve. Mostra e ndërmarrjeve të sektorit të ushqimit dhe pijeve nuk është gjithëpërfshirëse për të gjithë sektorët e ndërlidhur. Ekipi hulumtues, në koordinim të ngushtë me përfaqësuesit e MINT-it dhe GIZ-it, kanë ngushtuar listën e sektorëve të lidhur me ushqimin dhe pijet, ku industritë e mëdha si ato të bulmetit, mishit dhe të bukës janë lënë jashtë qëllimisht. Kjo është bërë kryesisht për shkak të kufizimeve të paraqitura nga madhësia e mostrës për të kuptuar këta sektorë të mëdhenj. Prandaj, gjetjet e hulumtimit parësor ofrojnë një pasqyrë të dinamikës dhe trendëve për një listë shteruese të sektorëve të ndërlidhur si më poshtë:

Tabela 1: Lista e sektorëve të synuar të ushqimit përmes kërkimit parësor

Prodhimi i pijeve joalkoolike dhe ujit në shishe
Prodhimi i verës së rrushit
Distilimi, rafinimi dhe kombinimi i pijeve
Përpunimi i erëzave dhe salcave
Prodhimi i makaronave, shpagetave dhe produkteve të ngjashme të miellit
Prodhimi i biskotave dhe biskotave, prodhimi i ëmbëlsirave dhe tortave të konservuara

Përpunimi dhe konservimi tjetër i frutave dhe perimeve
Përpunimi i lëngjeve të frutave dhe perimeve
Përpunimi dhe konservimi i patates
Përpunimi i produkteve të tjera ushqimore

Mostra siguroi pragun e kërkuar për kryerjen e analizës së kërkuar empirike, pasi siguroi një numër minimal vëzhgimesh ashtu që shpërndarja e mostrës të ketë tendencë të përafrojtë shpërndarjen normale.

Së katërti, ekipi hulumtues ka realizuar intervista me 53 firma që përfaqësojnë mirë të gjithë sektorin. Më pas është kryer përpilimi i një grupi të dhënash të strukturuar, si pastrimi i të dhënave, kontrolli i dyfishtë në rast gabimesh dhe analiza e zinxhirit të vlerës bazuar në analizën e të dhënave.

Së fundi, për të trianguluar informacionin, ekipi hulumtues ka kryer një punëtori validimi me palët e interesit në gusht të vitit 2022 që përfaqësojnë institucionet përkatëse, duke përfshirë shoqatat e sektorit, institucionet përkatëse kombëtare dhe aktorë të tjerë përkatës. Duke qenë se studimet e zinxhirit të vlerës bazohen në analizën cilësore dhe sasiore të të dhënave, metodologjia është e fuqishme për ofrimin e trendëve të vlefshëm të tregut dhe analizës së zinxhirit të vlerës.

2. Trendët global në industrinë e ushqimit dhe pijeve

Ky kapitull paraqet trendët global të ushqimit dhe pijeve. Disa prej tyre janë më afatshkurtra, të tjerat kanë të ngjarë të bëhen të rëndësishme në të ardhmen. Përkundër faktit që jo të gjitha bëhen të rëndësishme për shoqërinë kosovare, ato me gjasë do të bëhen të rëndësishme në Evropë. Për shkak të faktit se sektori i ushqimit dhe pijeve është shumë i orientuar drejt eksportit, njohja e këtyre trendëve është e rëndësishme për kompanitë kosovare që eksportojnë.

Në përgjithësi, ekzistojnë dymbëdhjetë megatrendë, të njohura si “nxitësit e mëdhenj të ndryshimit¹”, të cilat kanë një lidhje pak a shumë të theksuar me industrinë e ushqimit dhe pijeve. Ato mund të ndahen në katër grupe bazuar në nën-trendët e mëposhtëm:

- Megatrendët e orientuar kah konsumatori: individualizimi, shëndeti dhe kultura e njohurive
- Megatrendët e orientuar kah prodhimi: globalizimi, neoekologjia, urbanizimi dhe mobiliteti
- Megatrendët e orientuar kah siguria: siguria dhe lidhshmëria
- Megatrendët kryesor: Puna e Re, Zhvendosja Gjinore dhe Shoqëria e Argjendët

Në vijim, përshkruhen nën-trendët më të rëndësishme dhe ndikimi i tyre i pritshëm në industrinë e ushqimit dhe pijeve. Disa nga nën-trendët ndikojnë tashmë në industri, të tjera pritet të jenë të rëndësishme gjatë viteve të ardhshme. Këto nën-trendë gjithashtu do të kenë një ndikim të ndryshëm në kërkesën e brendshme dhe konsumatorët e ndërlidhur në Kosovë, por meqenëse industria kosovare e ushqimit dhe e pijeve është në kërkim të tregjeve të reja të eksportit, të gjitha këta nën-trendë janë të rëndësishme.

2.1 Megatrendët e orientuara kah konsumatori

Individualizimi

Mënyrat e jetesës individuale kanë efekte të shumta në industrinë e ushqimit dhe pijeve në përgjithësi. Një mënyrë jetese më e ndërgjegjshme rrit kërkesën për ushqime dhe pije të personalizuar, të tilla si ushqime të pasura me proteina për atletët dhe produkte të përshtatshme për moshën për fëmijët, të moshuarit ose gratë shtatzëna. Refuzimi i produkteve masive, si picat e ngrira apo ushqimet e gatshme të konservuara, prek segmentet tradicionale të ushqimit dhe çon në transformimin e tyre. Disa vite më parë, ushqimi i përpunuar ishte ende i lidhur me ushqimet e gatshme dhe një dietë jo të shëndetshme. Një ndryshim imazhi tani mund të shihet këtu. Produktet e reja të përpunuara konsiderohen pjesërisht si të freskëta dhe të shëndetshme, dhe gama e produkteve tashmë është zgjeruar dhe diversifikuar në mënyrë të konsiderueshme në këtë fushë². Mbi të gjitha, fabrikat e vogla me produkte të montuara në aspektin rajonal dhe atë sezonal

1 <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

2 B. Nitsche, A. Fiegel, 2018, Trendët e ardhshëm në logistikën e ushqimit – sfidat dhe strategjitë, Universiteti Teknik i Berlinit, <https://depositonce.tu-berlin.de/handle/11303/5451>

janë më të kërkuara.

Individualizimi po ndryshon gjithashtu prodhimin dhe tregtimin e ushqimit. Vendet e punës dhe orët e punës kërkojnë zgjidhje fleksibël. Në të njëjtën kohë, produktet individuale kërkojnë më shumë procese prodhimi në shkallë të vogël dhe prodhim fleksibël në shkallë të vogël, të cilat mjeshtrit dhe kompanitë e vogla e të specializuara mund t'i shërbejnë më mirë se fabrikat e ushqimit të orientuara drejt prodhimit masiv. Kjo hap tregje të reja për produkte të veçanta nga bizneset e reja.

Prodhuesit e ushqimeve dhe pijeve në Evropë përballen aktualisht me sfidën e plotësimit të kërkesës së konsumatorëve për produkte të individualizuara dhe me cilësi të lartë³. Në vend që të konkurrojnë në segmentin me çmime të ulëta, shumë prodhues po i kushtojnë vëmendje plotësimit të kërkesave të konsumatorëve për cilësi më të mirë të produktit dhe produkte ushqimore të individualizuara, duke zhvilluar kështu pikat unike të shitjes. Megjithatë, presioni i çmimeve mbetet i lartë. Në të njëjtën kohë, shumë konsumatorë po përballen me konfliktin midis gatishmërisë për të paguar çmimet nga njëra anë dhe kërkesave për produkte të qëndrueshme në anën tjetër.

Shëndeti

Shëndeti është një temë e rëndësishme në shoqëri dhe reflektohet në të ushqyerit. Proceset e ndryshimit të nisura nga megatrendi i shëndetit - në veçanti, largimi nga produktet klasike të mishit drejt alternativave vegane dhe vegjetariane - po ndryshojnë tregun dhe po perceptohen si ndërprerje në industrinë e ushqimit dhe pijeve. Lojtarët e rinj që zhvillojnë ushqime dhe pije të reja përfaqësojnë konkurrencën për kompanitë e themeluara, e cila do të intensifikohet me zhvillimin e metodave të reja të prodhimit. Pas zëvendësuesve të mishit dhe qumështit, ndërprerje të ngjashme do të ndikojnë në tregjet e djathit, vezëve të plota, peshkut dhe ushqimit të kafshëve në të ardhmen. Këto janë të nxitura nga njëra anë nga kërkesa e konsumatorëve dhe shpesh justifikohen nga aspektet e qëndrueshmërisë. Në të njëjtën kohë, ekziston presioni korrespondues për t'u përshtatur nga ana e prodhuesit, e cila nxitet nga kërkesa dhe tregu shoqëruar i shitjeve në reduktimin e kostove - prodhimi i zëvendësuesve të mishit vegjetarian është shumë më ekonomik se ai i produkteve klasike. - dhe, së bashku me mbrojtjen aktive të klimës në prodhim, ofron gjithashtu mundësi.

Përbërja e ushqimeve dhe pijeve të reja dhe novatore është problematike. Aktualisht, ato shpesh përmbajnë një numër të madh përbërësish për të qenë në gjendje të konkurrojnë me produktet e njohura për nga shija. Prandaj trendi është drejt ushqimeve dhe pijeve të pastra dhe funksionale, d.m.th. përdorimi i vetëm disa përbërësve me shtimin e njëkohshëm të vitaminave dhe mineraleve për të kompensuar mungesën e përbërësve natyralë⁴.

Kultura e dijes

Ky trend nuk është ende shumë i theksuar në të ushqyer dhe është pjesërisht i kundërt. Me industrializimin në rritje të prodhimit të ushqimeve dhe pijeve dhe gamës së gjerë të produkteve të gatshme në supermarketet dhe dyqane online, njohuritë për ushqimin dhe pijet dhe përgatitjen e tyre po humbasin; veçanërisht në zonat urbane, shumë konsumatorë kanë humbur lidhjen me prodhimin e ushqimit. Edhe pse kohët e fundit ka pasur një trend drejt gatimit në shtëpi, kjo nuk vlen për shtresat më të varfra dhe më pak të arsimuara të popullsisë. Shumëllojshmëria e specialiteteve të përgatitura vetë po zvogëlohet dhe njohuritë për to nuk

3 G. Meier zu Köcker et al, 2022, Studimi i grupit ushqimor Hamburg, <https://www.hamburg.de/contentblob/16204992/9ecaeac-45dcda45121d98a6f5ff8b895/data/studie-food-cluster-hamburg.pdf>

4 Austria Juice, 2022, <https://www.austriajuce.com/news-blog/the-top-trends-on-the-beverage-market>

po u transmetohen më brezave të ardhshëm⁵.

2.2 Megatrendët e orientuara kah prodhimi

Megatrendët e orientuara kah prodhimi të globalizimit, urbanizimit, neo-ekologjisë dhe mobilitetit kanë një ndikim të fortë në zhvillimin e korporatave dhe në strategjitë e nivelit të firmës. Ato trajtojnë ndryshimet në burimet e lëndëve të para nga njëra anë dhe rëndësinë e markave vendase nga ana tjetër.

Globalizimi

Rritja e ndërvlerësive globale në fushat e ekonomisë, politikës, kulturës, mjedisit dhe komunikimit, ndërmjet individëve, shoqërive, institucioneve dhe shteteve, ka ndikuar gjithnjë e më shumë në tregjet bujqësore në dekadat e fundit. Kompanitë shumëkombëshe, por edhe ndërmarrjet e mesme të agrobiznesit, investojnë drejtpërdrejt në vende të tjera ose hyjnë në forma të ndryshme pjesëmarrjeje. Prandaj, globalizimi dhe ronalizimi nuk janë kontradiktore⁶.

Globalizimi dhe lokalizimi ndikojnë dhe promovojnë njëri-tjetrin, dhe në të njëjtën kohë, rritja e popullsisë çon në riorganizimin e proceseve, hapësirave dhe ofertave. Si rezultat, kultura rajonale e ushqimit dhe pijeve ndikohet gjithnjë e më shumë nga zhvillimet globale dhe traditat e kulturave të tjera ushqimore. Snacking (vakt i lehtë), për shembull, është një shprehje e kulturës moderne ushqimore dhe i ka rrënjët në kulturën spanjolle tapas dhe mezze levantine - me fjalë të tjera, në kulturat ushqimore ku pjatat dhe ushqimet e vogla, të larmishme kanë një traditë të gjatë.

Zinxhirët e furnizimit të shkurtër, të drejtpërdrejtë dhe transparent shkojnë përtej "tregtisë së drejtë" tashmë të krijuar. Lokacionet e kompanive afër tregut dhe vendeve të prodhimit po e zënë venin e "Made in China". Koncepti i "ushqimit dhe pijeve lokale" lidh prodhuesit e ushqimeve dhe pijeve me konsumatorët në të njëjtin rajon gjeografik, duke mundësuar zinxhirët e furnizimit të pavarur nga sistemi i supermarketeve dhe rrjetet elastike. Lojtarët novatorë shkojnë edhe më tej dhe fokusohen në afërsinë e re me natyrën duke përdorur produkte burimore të disponueshme sezonale, si dhe receta lokale dhe duke guxuar të eksperimentojnë me produkte jobujqësore (ushqime të egra).

Urbanizimi

Sipas parashikimeve të Kombeve të Bashkuara, popullsia e botës pritet të arrijë në 8.5 miliardë në vitin 2030 dhe pothuajse në 10 miliardë në vitin 2050⁸. Deri atëherë, 70% e njerëzve do të jetojnë gjithashtu në qytete dhe numri i megaqyteteve me më shumë se 10 milionë banorë gjithashtu do të rritet. Dëshira për ta sjellë natyrën në qytet mund të vërehet edhe në sferën private dhe tashmë është shprehur në iniciativat komunitare të kopshtarisë urbane, ndër të tjera⁹. Këtu përfshihen të gjitha aktivitetet e kopshtarisë që zhvillohen në ballkone ose në hapësira të lira urbane. Koncepte të tjera të bujqësisë së brendshme zvogëlojnë madhësinë aq shumë sa mund të punojnë direkt në supermarket (p.sh. Infarm start-up në Berlin ose supermarketi që

5 Instituti Robert Koch: Monitorimi Shëndetësor, [https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Themen/Uebergewicht_Adipositas/Uebergewicht_Adipositas_node.html#:~:text=Zwei%20Drittel%20der%20An%20\(67,ist%20stark%20%C3%BCbergewichtig%20\(adip%C3%B6s\)\)](https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Themen/Uebergewicht_Adipositas/Uebergewicht_Adipositas_node.html#:~:text=Zwei%20Drittel%20der%20An%20(67,ist%20stark%20%C3%BCbergewichtig%20(adip%C3%B6s)))

6 G. Meier zu Köcker et al, 2022, Food Cluster Study Hamburg, <https://www.hamburg.de/contentblob/16204992/9ecaeac45dc-da45121d98a6f5ff8b895/data/studie-food-cluster-hamburg.pdf>

7 S. Kapadia, 2021, After years of 'Made in China,' supply chains consider alternatives | Supply Chain Dive,

8 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1717/umfrage/prognose-zur-entwicklung-der-weltbevoelkerung/>

9 <https://www.pflanzenforschung.de/de/pflanzenwissen/lexikon-a-z/urban-gardening-10111>

ka një serrë për rritjen e bimëve në çati)¹⁰.

Tregu global për bujqësinë vertikale aktualisht vlerësohet në mbi 2.7 miliardë €¹¹. Ai ka një normë të parashikuar të rritjes vjetore prej 25% dhe pritet të arrijë rreth 10 miliardë € që në vitin 2026. Nga lojtarët kryesorë globalë për bujqësinë vertikale, një ndodhet në Holandë (Signify), dy në SHBA (Freight Farms dhe AeroFarms) dhe një në Singapor (Sky Greens). Së bashku me densifikimin vertikal, qytetet po zhvillohen në qendra politike, kulturore dhe ekonomike në të cilat prodhimi urban po bëhet (edhe një herë) tërheqës si një model biznesi, i cili në afat të gjatë kundërshton shkretimin e qendrave të qyteteve. Kërkesa për prodhime artizanale cilësore për nevoja ditore është në rritje dhe në të njëjtën kohë, krahas tendencës drejt shitjes me pakicë online, po zhvillohet edhe një tendencë e theksuar drejt shitoreve të vogla për nevoja ditore në afërsi të drejtpërdrejtë të klientëve¹².

Neoekologjia

Neoekologjia e megatrendit përshkruan procesin e ndryshimit të madh shoqëror drejt një ekonomie të qëndrueshme me burime efikase dhe në këtë mënyrë kombinon ekologjinë me ekonominë. Me “Të premtet për të ardhmen”, një lëvizje globale mjedisore i ka vënë çështjet e mbrojtjes dhe qëndrueshmërisë së klimës në krye të agjendës politike, ekonomike dhe gjithashtu të përgjithshme sociale vitet e fundit. Në vitet e ardhshme këto kërkesa duhet të vihen në praktikë.

Në këto procese ndryshimi, industria e ushqimit dhe pijeve është një lloj industrie treguese për proceset dhe tendencat e ndryshimeve shoqërore, sepse është kryesisht këtu që mënyrat e reja të jetesës dhe produktet, shërbimet dhe modelet e reja të biznesit të tyre mund të vëzhgohen nëpërmjet konsumatorëve dhe të matet suksesi i tyre. Mungesa e burimeve ndikon në shumë faktorë. Për shembull, disponueshmëria e kufizuar e tokës dhe rritja e kostove për njësi toke ndikojnë si në prodhimin e lëndëve të para ashtu edhe në përpunimin e tyre në ushqim dhe pije. Prodhimi i qëndrueshëm kërkon siguri në lidhje me vendndodhjen e prodhimit dhe është parakusht për investime të larta në prodhim të qëndrueshëm. Faktorë të tjerë të rëndësishëm janë rritja e kostos së energjisë dhe mungesa në rritje e ujit në mbarë botën¹³.

Kur blejnë ushqime dhe pije, konsumatorët po i kushtojnë gjithnjë e më shumë vëmendje origjinës së tyre. Aspektet e qëndrueshmërisë po luajnë gjithashtu një rol në rritje në transportin e ushqimit dhe lëndëve të para me anije dhe mund të ndikohen pozitivisht nga risitë teknike. Jo vetëm për shkak të kërkesës, por në fokus është edhe mënyra e prodhimit. Lëndët e para, prodhimi i të cilave kërkon pastrimin e pyjeve jetike për tokën, shmangen, si dhe burimet e energjisë që nuk janë të qëndrueshme. Inovacionet teknologjike japin një kontribut të rëndësishëm në rritjen e efikasitetit dhe minimizimin e konsumit të burimeve. Për aq sa është e mundur, “materialet e mbetura” riintegrohen në ciklet e prodhimit brenda kuadrit të ekonomisë qarkore¹⁴.

10 shiko www.infarm.com

11 për informacion të mëtejshëm rreth bujqësisë vertikale, shih <https://netled.fi/>

12 B. Nitsche, A. Fiegel, 2018, Future trends in food logistics – challenges and strategies, Technical University Berlin, <https://de-positionce.tu-berlin.de/handle/11303/5451>

13 Markets and Markets, Vertical Market Farming, 2021, <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/vertical-farming-market-221795343.html?gclid=CObdTYPc1tYCFYE4GwodmZkDUw>

14 T. Cigut, M. McManus, M. Dermastia, 2022, Impacts and Potentials of the Ukraine Crisis on Supply Chains Development for the Danube Region, Danube Alliance, DOI: 10.13140/RG.2.2.17378.20161

2.3 Megatrendet e orientuara nga shoqëria

Megatrendet e orientuara nga shoqëria Ndryshimi gjinor dhe Shoqëria e argjendte mund të konsiderohen si mbizotëruese në kontekstin e konsideruar këtu, sepse ato nuk prekin sektorin e ushqimit, në mënyrë eksplicite të ndryshme nga të gjithë sektorët e tjerë ekonomikë. Karakteristikat specifike mund të identifikohen vetëm në një masë të kufizuar.

Ndryshimi gjinor

Ndryshimi gjinor megatrend përshkruan një ndryshim në rolet tradicionale gjinore dhe strukturat e familjes drejt më shumë diversitetit. Format e reja të pushimeve me kohë të pjesshme, prindërore dhe të përkujdesjes që shkojnë paralelisht me këtë po ndikojnë në tregun e punës¹⁵. Për kompanitë, marketingu i pandjeshëm ndaj gjinisë po bëhet një sfidë dhe strehon mundësi dhe rreze në masë të barabartë. Në të njëjtën kohë, të gjitha mënyrat e jetesës po ndryshojnë për shkak të ndryshimit të roleve në familje dhe në mjedisin profesional. Përveç ndryshimit të zakoneve të gatimit, të ushqyerit dhe blerjes, vetë përgatitja dhe të ngrënit po marrin një rëndësi të re dhe perceptohen si një ngjarje familjare, kulturore dhe shoqërore.

Shoqëria e argjendte

Megatrendi Shoqëria e argjendte zgjedh ndryshimin demografik. Njerëzit jo vetëm që po plaken dhe po bëhen produktivë për më gjatë, por gjithashtu nuk duan të heqin dorë para kohe nga jeta e punës. Kështu, situata e të moshuarve në tregun e punës ka ndryshuar ndjeshëm vitet e fundit. Pjesëmarrja e fuqisë punëtore të 60-64-vjeçarëve është rritur më shumë se në çdo grupmoshë tjetër: është rritur nga 41% (2010) në 61% (2020) në dhjetë vitet e fundit. Por edhe përtej moshës së pensionit, përqindja e njerëzve të punësuar pothuajse është dyfishuar në një kohë të shkurtër. Në vitin 2010, vetëm 9% e moshave 65-69 vjeç punonin ende. Në vitin 2020, ajo ishte 17%.¹⁶

Kompanitë, duke përfshirë ato në industrinë e ushqimit dhe pijeve, përballen me sfidën e kualifikimit të punonjësve afatgjatë në mënyrë të tillë që ata ta respektojnë rolin e tyre dhe të mos jenë inferiorë ndaj të rinjve të diplomuar. Në të njëjtën kohë, industria ushqimore po lufton gjithashtu me mungesën e punëtorëve të kualifikuar si dhe me mungesën e talenteve të rinj, veçanërisht në tregti. Për industrinë ushqimore, kjo nënkupton afrimin e punonjësve të mundshëm në përputhje me rrethanat dhe rritjen e përpjekjeve për ta bërë atë më tërheqës.

2.4 Megatrendet e orientuara nga siguria

Megatrendet e orientuara nga siguria e lidhjes dhe sigurisë përshkruajnë ndërprerjen dixhitale që përshkon të gjitha fushat e jetës dhe industritë në mënyrë të barabartë¹⁷. Për prodhimin, tregtinë dhe logjistikën, këto janë aktualisht siguria dhe transparenca e zinxhirëve të furnizimit. Të dy nëntrendet janë të ndërthurura fort, ku lidhja përmes teknologjisë së zinxhirit bllok si një opsion i decentralizuar i ruajtjes për transaksionet brenda një rrjeti përfaqëson një zgjidhje për sfidat e përmendura në megatrendin e sigurisë, pasi mundëson transparencën e dëshiruar me anonimitet të njëkohshëm.

15 <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

16 Federal Statistical Office (Destatis 2022)

17 <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

Lidhshmëria

Ndërprerja dixhitale po ndodh aktualisht në sektorin e ushqimit, i cili u përshpejtua më tej nga bllokimi gjatë pandemisë Covid-19¹⁸. Ekonomia e bazuar në platformë për shkëmbimin dhe ofrimin e mallrave dhe shërbimeve si dhe ekonomia e ndarjes përfaqëson një lajtmotiv të konsumatorëve dhe nuk prek vetëm shërbimet e shitjes me pakicë dhe ofrimin online, por edhe shitja me shumicë po përjeton ndryshime në lidhje me shitjet online dhe direkte. Ky proces ka filluar edhe para pandemisë Covid-19 dhe u përshpejtua prej saj. Dixhitalizimi ka krijuar modele të reja biznesi që intensifikojnë më tej konkurrencën tashmë të ashpër në industrinë ushqimore. Në shitjen me pakicë në internet, prodhuesit e ushqimeve dhe pijeve janë tashmë të rrënjësura mirë: Pothuajse dy të tretat (63%) kanë shitje në internet dhe 66% synojnë t'i zgjerojnë ato në tre vitet e ardhshme. Edhe pse vetëm 32% e të gjithë prodhuesve kanë shitoren e tyre online, 59% po planifikojnë ta zgjerojnë ose ta ngrenë atë¹⁹.

Për marrëdhëniet midis kompanive dhe konsumatorëve fundorë, si dhe për klientët me shumicë dhe prodhim ushqimor, ekzistojnë shumë zgjidhje dixhitale për rrjetëzimin me një sërë aplikacionesh porositëse që (mund) ta bëjnë çdo ditë punën më efikase dhe me kosto efektive. Një studim i fundit vuri në dukje se industria ushqimore në Gjermani e vlerëson dixhitalizimin si një mundësi për ta krijuar një linjë të drejtpërdrejtë me konsumatorët.²⁰ Me ndihmën e tij, porositë direkte bëhen në mënyrë efikase të mundshme, duke i afëruar prodhuesit dhe konsumatorët. Prodhimi në rrjet krijon bazën teknologjike për prodhimin e ushqimeve dhe pijeve gjithnjë e më të individualizuara me kosto të arsyeshme.

Siguria

Shija është kriteri më i rëndësishëm për blerjet e ushqimit për 45% të konsumatorëve të BE-së, e ndjekur nga afër nga siguria ushqimore me 42%. Origjina e ushqimit është e rëndësishme për 34% të konsumatorëve dhe etika dhe besimet personale udhëzojnë 16% në zgjedhjen e produkteve ushqimore.

Dëshira e konsumatorit për më shumë transparencë në të gjithë zinxhirin e furnizimit dhe rritja shoqëruese e kërkesës për ushqime rajonale dhe sezonale përfaqësojnë tendenca të rëndësishme në këndvështrimin e shumë kompanive²¹. Përgjegjësia dhe etika njihen si argumente të rëndësishme blerjeje. Transparenca e përbërjes së produktit dhe zinxhirët themelorë të furnizimit e ndërtojnë besimin me konsumatorin. Marketingu i përshtatshëm me argumente të besueshme u jep kompanive mundësinë të diferencohen nga të tjerët. Në të njëjtën kohë, transparenca e zinxhirit të furnizimit sjell me vete kërkesa të gjëra për zinxhirët e vlerës së prodhimit të ushqimit dhe rrjetet e logjistikës dhe i paraqet prodhuesit me sfida të mëdha. Këto mund të shërbejnë ose zgjidhen gjithnjë e më mirë përmes dixhitalizimit, veçanërisht përmes përdorimit të teknologjive të identifikimit dhe informacionit (ndjekjen dhe gjurmimi, PBN dhe sistemet e monitorimit)²². Sipas DLG Trendmonitor Europe 2021, pikat kryesore "gjurmueshmëria dhe transparenca" janë zbatuar më fort nga kompanitë në kontekstin e dixhitalizimit (60%) ose zbatimi është planifikuar në tre vitet e ardhshme (39%)²³.

Aspekte të tjera të megatrendit të sigurisë trajtojnë sigurinë ushqimore, e cila shërbehet nga një gamë e gjerë kërkesash dhe rregulloresh në Bashkimin Evropian²⁴. Nevojat e sigurisë nga ana e kompanive në lidhje me vendndodhjen dhe punëtorët në lidhje me të ardhurat kanë një lidhje të fortë me megatrendet e neoekologjisë dhe punën e re.

18 Megatrend Connectivity, <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-konnektivitaet/>

19 DLG Competence Center Food 2021; <https://www.dlg.org/en/food/topics/dlg-expert-reports/food-technology/extrusion>

20 SB-System AG, 2018, Digitalization: Opportunity or Challenge for the international food and beverage industry, CSB-System AG. Geilenkirchen.

21 B. Nitsche, A. Fiegel, 2018, Future trends in food logistics – challenges and strategies, Technical University Berlin, <https://depositon.tu-berlin.de/handle/11303/5451>

22 ibid

23 DLG Competence Center Food 2021; <https://www.dlg.org/en/food/topics/dlg-expert-reports/food-technology/extrusion>

24 <https://www.bmel.de/DE/themen/verbraucherschutz/ansprechpartner-unternehmerfragen.html>

3. Pasqyra e industrisë së Kosovës

Mbledhja e të dhënave të sakta dhe vlerësimi i performancës në sektorët e prodhimit të Kosovës është sfiduese, veçanërisht për shkak të mungesës së disponueshmërisë së statistikave zyrtare, të ndara sipas industrive specifike. Kjo vlen si për të dhënat e prodhimit ashtu edhe për punësimin. Ky studim është bazuar në hulumtimin parësor dhe dytësor, ku përveç anketës me kompanitë sektoriale, janë shqyrtuar studimet ekzistuese dhe janë mbledhur të dhëna zyrtare për t'i vlerësuar trendet e vlerësimit të madhësisë dhe performancës së sektorit të ushqimit dhe pijeve në Kosovë. Ndër burimet kryesore të përdorura nga ky studim janë MINT dhe ASK.

Të dhënat e siguruara nga ASK-ja dhe MIET-a tregojnë se sektori i ushqimeve dhe pijeve ka shënuar rritje të vazhdueshme gjatë viteve të fundit. Numri i përgjithshëm i bizneseve aktive ishte 1,443 në vitin 2020 ndërsa qarkullimi i sektorit në tregun formal në atë vit arriti pothuajse 440 milionë € që është një rritje prej 97% krahasuar me vitin 2018 (Tabela 2). Përveç kësaj, numri i firmave aktive është rritur gjithashtu me kalimin e kohës; numri i firmave është rritur për 8% gjatë kësaj periudhe (2018 – 2020). Për më tepër, të dhënat tregojnë gjithashtu se niveli i punësimit ka ndjekur gjërësisht trendin e prodhimit. Kjo sugjeron një përmirësim të sektorit me një diferencë intensive dhe jo të gjërë; punësimi në 2020 u rrit për 59% krahasuar me vitin 2018.

Tabela 2. Madhësia e sektorit të ushqimit dhe pijeve në Kosovë (2018-2020)

Viti Treguesi	2020	2019	2018
Numri i firmave aktive	1.443	1.234	1.333
Numri i punonjësve	9.905	8.548	6.234
Qarkullimi total (€)	438.190.004	380.436.837	223.632.981

Burimi: ASK, MINT (2021)

Profili i kompanive sektorale

Të dhënat e përgjithshme të publikuara nga autoritetet përkatëse të paraqitura në tabelën 3 tregojnë tendencën rritëse të firmave aktive në sektorin e ushqimeve dhe pijeve. Sipas të dhënave të publikuara nga MINT-i dhe ASK-ja, numri i firmave aktive është më i vogël se ato të regjistruara dhe kanë statusin “aktive” në regjistrin e bizneseve.²⁵ Bazuar në dëshmitë e Agjencisë së regjistrimit të bizneseve të Kosovës (ARBK), rreth 180 firma janë mbyllur ose kanë dalë përkohësisht nga tregu.

25 Të dhënat e marra nga regjistri i bizneseve të publikuara nga Agjencia e regjistrimit të bizneseve të Kosovës <https://arbk.rks-gov.net/page.aspx?id=1,42>

Tabela 3. Struktura industriale e firmave në sektorin e ushqimit dhe pijeve

Divizioni (Sektori)	Grupi (Industria)	Klasa (Nësektori industrial)
Prodhimi i produkteve ushqimore	Përpunimi dhe ruajtja e mishit dhe prodhimi i produkteve të mishit	Përpunimi dhe ruajtja e mishit
		Përpunimi dhe ruajtja e mishit të shpezëve
		Prodhimi i mishit dhe produkteve të mishit të shpezëve
	Përpunimi dhe ruajtja e frutave dhe perimeve	Përpunimi dhe ruajtja e patateve
		Prodhimi i lëngjeve të frutave dhe perimeve
		Përpunimi dhe ruajtja tjetër e frutave dhe perimeve
	Prodhimi i vajrave dhe yndyrave bimore dhe shtazore	Prodhimi i vajrave dhe yndyrave
	Prodhimi i produkteve të qumështit	Puna e qumështoreve dhe prodhimi i djathit
		Prodhimi i akullores
	Prodhimi i produkteve të mullirit të grurit, niseshtesë dhe produkteve të niseshtesë	Prodhimi i produkteve të mullirit të grurit
		Prodhimi i niseshtesë dhe produkteve të niseshtesë
	Prodhimi i produkteve të furrës dhe miellit	Prodhimi i bukës; prodhimi i pjekurinave dhe ëmbëlsirave të freskëta
		Prodhimi i rriskave të pjekura të bukës dhe biskotave; prodhimi i pjekurinave të konservuara dhe ëmbëlsirave
Prodhimi i pijeve	Prodhimi i produkteve të tjera ushqimore	Prodhimi i kakaos, çokollatës dhe ëmbëlsirave me sheqer
		Përpunimi i çajit dhe kafesë
		Prodhimi i erëzave
	Prodhimi i pijeve	Distilimi, korrigjimi dhe përzierja e alkoolit
		Prodhimi i verës nga rrushi
		Prodhimi i mushtit dhe verërave nga fruta të tjera
		Prodhimi i pijeve të tjera të fermentuara të padistiluara
		Prodhimi i birrës
		Prodhimi i pijeve joalkoolike; prodhimi i ujërave minerale dhe ujërave të tjerë të ambalazhuar

Burimi: Agjencia për regjistrimin e bizneseve të Kosovës (ARBK, 2022)

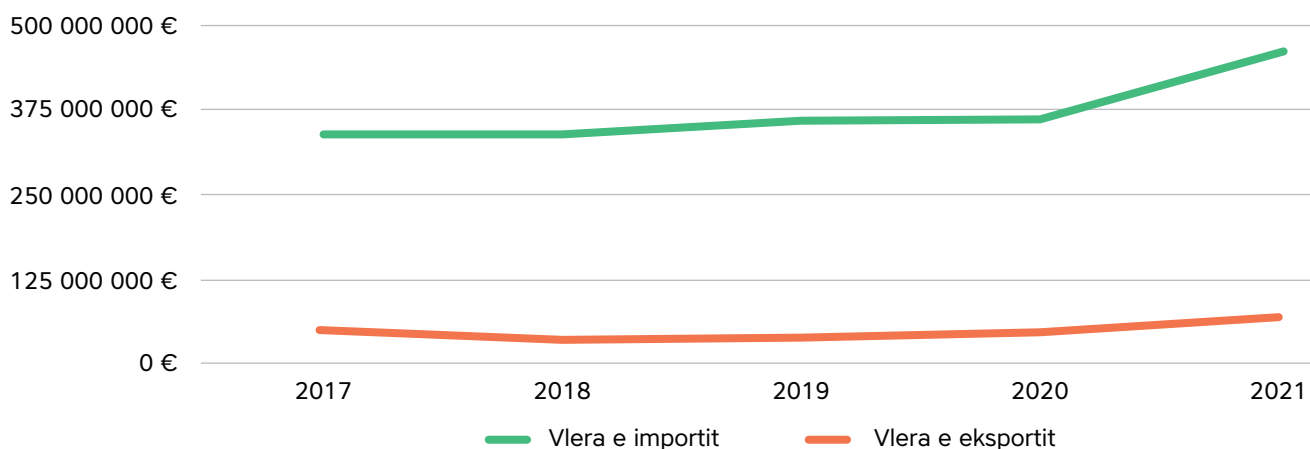
Sektori i ushqimit dhe pijeve në Kosovë është i organizuar në tetë nënsektorë (industri) kryesore që burojnë nga dy ndarje kryesore në nomenklaturën NACE ('Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne'), përkatësisht prodhimi i produkteve ushqimore dhe prodhimi i pijeve (Tabela 2). Kategoria e parë, përpunimi dhe ruajtja e mishit dhe prodhimi i produkteve të mishit, përfshin kryesisht firmat (94 firma aktive deri në vitin 2020) në prodhimin e produkteve të mishit kryesisht për tregun vendor pasi eksportet në BE dhe në shumicën e vendeve të Ballkanit Perëndimor nuk lejohen për shkak të kërkesave komplekse fitosanitare. Në kategorinë e dytë, përpunimi dhe ruajtja e frutave dhe perimeve, janë 51 firma aktive që merren kryesisht me prodhimin dhe përpunimin e reçelrave dhe lëngjeve të ndryshme. Janë vetëm 5 kompani që merren me prodhimin e vajrave dhe yndyrave. Industria (nënsektori) më i madh në këtë klasifikim është prodhimi i mullirit të grurit dhe produkteve të niseshtesë, me rreth 900 firma aktive.

Divizioni i dytë i firmave në sektorin e ushqimeve dhe pijeve, përfshin vetëm firmat prodhuese të pijeve dhe është më i ekspozuar ndaj tregjeve të eksportit. Janë rreth 74 firma aktive (që nga viti 2020) edhe pse 385 firma janë regjistruar në këtë divizion. Duke supozuar se të dhënat nga MINT-i dhe ASK-ja pasqyrojnë me saktësi sektorin, mund të supozohet se shumica e këtyre firmave ose janë të mbyllura, joaktive ose aktualisht operojnë në tregje joformale. Prodhimi i pijeve joalkoolike, prodhimi i ujërave minerale dhe ujërave të tjera në shishe, është nën-sektori më i madh me 36 firma aktive nga 195 firma të regjistruara të ndjekura nga distilimi, korrigjimi dhe përzierja e pijeve alkoolike dhe prodhimi i verës nga rrushi, me 17 përkatësisht 13 firma aktive.

3.1 Trendet e tregtisë në sektorin e ushqimit dhe pijeve në Kosovë

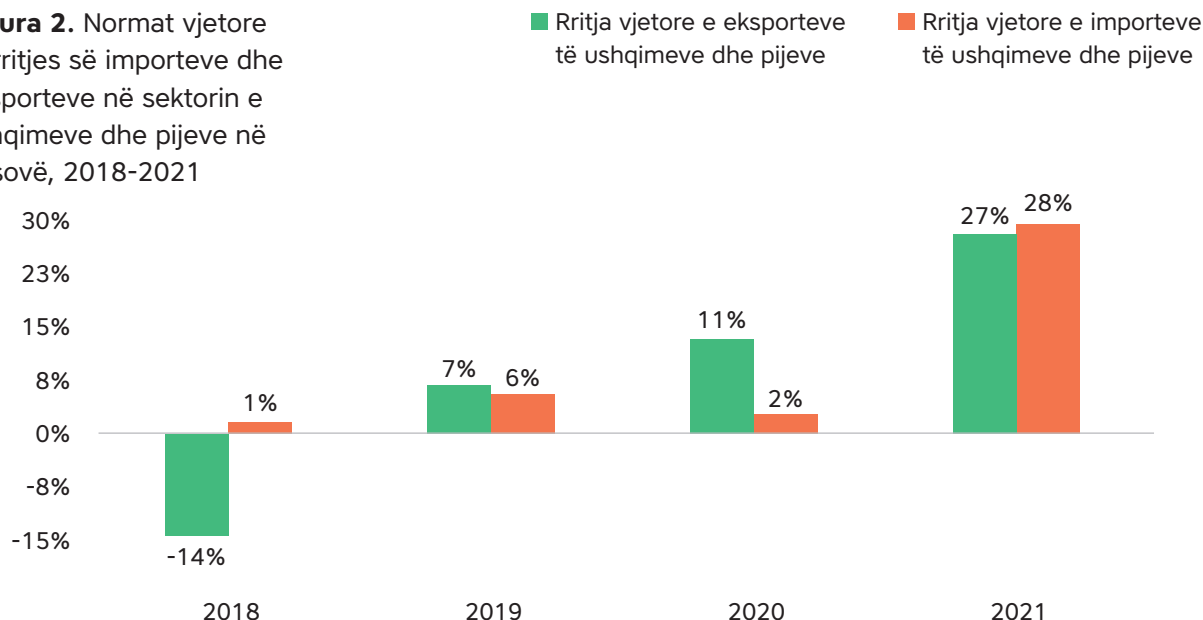
Ky seksion analizon trendet e tregtisë në sektorin e ushqimit dhe pijeve në Kosovë. Duhet të theksohet se të dhënat statistikore të disponueshme në Kosovë janë pjesërisht jokonsistente. Të dhënat e përdorura në këtë studim vijnë nga dy burime të ndryshme. Përderisa të dhënat e paraqitura në Figurën 1 - 4 në këtë seksion bazohen në të dhënat e Doganës së Kosovës, analiza e zinxhirit të vlerës bazohet në të dhënat e anketës.

Nivelet e eksportit në sektorin e ushqimeve dhe pijeve janë rritur vazhdimisht gjatë pesë viteve të fundit. Ky trend u shënuar me një rritje veçanërisht më të lartë gjatë vitit të kaluar, me mbi 26% rritje të vlerës reale të eksporteve (pesha neto). Siç paraqitet në Figurën 1, nga rreth 43 milionë € në vitin 2017, eksportet e përgjithshme të lidhura me ushqimet dhe pijet kanë arritur rreth 56 milionë € në vitin 2021 (një rritje prej rreth 23%). Importet e ushqimeve dhe pijeve gjithashtu kanë shfaqur një trend të ngjashëm të rritjes, nga rreth 335 milionë € në vitin 2017 në rreth 465 milionë € në vitin 2021, ose rreth 28%). Siç vërehet nga tendencat e eksporteve dhe importeve të paraqitura në Figurën 1, si në vlerë ashtu edhe në peshën neto, është e qartë se çmimet e importit kanë një tendencë në rritje krahasuar me çmimet e eksportit. Kjo tregon për rritjen e konkurrencës së çmimeve të ushqimeve dhe pijeve kosovare në tregun e eksportit.

Figura 1. Vlera vjetore e sektorit të ushqimeve dhe pijeve të Kosovës dhe pesha neto e importeve dhe eksporteve, 2017-2021

Burimi: Llogaritja e autorit, Të dhënat e Doganës së Kosovës

Tendenca e rritjes (Figura 2), eksportet e ushqimeve dhe pijeve shfaqin një perspektivë premtuese, me një rritje të vazhdueshme të normës së rritjes së eksporteve, me një mesatare prej 15% gjatë tre viteve të fundit. Një trend i ngjashëm vërehet edhe në rritjen e importeve, por me një rritje relativisht më të ulët prej rreth 12%. Një rritje më e mprehtë shënohet në vitin 2021 si për eksportet ashtu edhe për importet, por me një rritje reale dukshëm më të lartë të eksporteve (Figura 1). Këto ndryshime ndikohen kryesisht nga ndryshimet në zinxhirin global të furnizimit për shkak të efekteve të pandemisë Covid-19 dhe luftës në Ukrainë²⁶.

Figura 2. Normat vjetore të rritjes së importeve dhe eksporteve në sektorin e ushqimeve dhe pijeve në Kosovë, 2018-2021

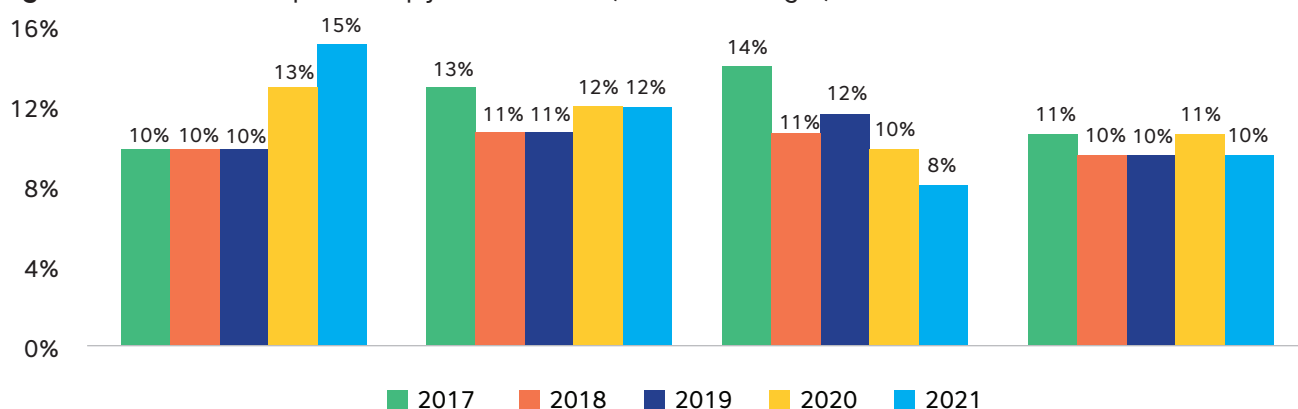
Burimi: Llogaritja e autorit, të dhënat e Doganës së Kosovës

26 OECD, 2021, Multi-dimensional Review of the Western Balkans Assessing Opportunities and Constraints, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

Raporti i eksporteve të ushqimeve dhe pijeve ndaj importeve ka lëvizur ndërmjet 12% dhe 14% në pesë vitet e fundit, por me një tendencë rritjeje ndërmjet vitit 2018 dhe 2021 (Figura 3). Eksportet e sektorit të ushqimit dhe pijeve arrijnë importet, por me një ritëm më të ngadaltë, duke treguar një përmirësim dukshëm më të ngadaltë të bilancit tregtar krahasuar me trendin e përgjithshëm tregtar të vendit, pasi eksportet totale të Kosovës në importe u rritën nga rreth 10% në 2017 në vetëm rreth 15% në vitin 2021.

Pavarësisht rritjes së eksporteve të ushqimeve dhe pijeve në pesë vitet e fundit, të dhënat e tregtisë tregojnë një rënie në eksportet e përgjithshme, duke rënë nga rreth 14% në 2017 në 8% në vitin 2021. Kjo tregon për një tendencë më të lartë rritjeje relative në eksportet e sektorëve të tjerë. Nga ana tjetër, pjesa e importeve të ushqimeve dhe pijeve në importet totale është stabile ndër vite, duke zënë rreth 10% - 11% të importeve të përgjithshme kosovare.

Figura 3. Sektori i ushqimit dhe pijeve në Kosovë, trendet e tregut, 2017-2021



Burimi: Llogaritja e autorit, të dhënat e Doganës së Kosovës

Për një analizë më të detajuar të dinamikës së tregtisë së ushqimeve dhe pijeve, janë shqyrtuar nënsektorët kryesorë. Nënsektorët janë përcaktuar dhe analizuar duke ndjekur kodet e produkteve të përdorura nga Doganat e Kosovës, të cilat janë të harmonizuara me Statistikat e Tregtisë ndërkombëtare të Kombeve të Bashkuara, Sistemet e harmonizuara të përshkrimit dhe kodimit të mallrave (SH). Sipas sistemit të kodimit SH të Doganave të Kosovës, janë analizuar këto grupe;

1. Produktet gjysmë të përpunuara të:

Industrië së miellit; maltit; niseshtes; inulinit; glutenit të grurit

Farat vajore dhe frutat me vaj; drithërat, farërat dhe frutat e ndryshme; bimët industriale ose mjekësore; kashta dhe foragjeret

Llaku; gomat, rrëshirat dhe lëngjet dhe ekstraktet e tjera bimore

Materialet bimore për thurje; produkte perimesh të paspecifikuara apo të përfshira diku tjetër

Yndyrnat dhe vajrat bimore dhe produktet e ndarjes së tyre; yndyrna të përgatitura ushqimore;

2. Prodhimet e furrës dhe konditerike:

Sheqernat dhe ëmbëlsirat me sheqer

Kakao dhe përgatitjet nga kakao

Produkte të përpunuara të frutave dhe perimeve:

Përgatitjet e perimeve, frutave, arnoreve ose pjesëve të tjera të bimëve

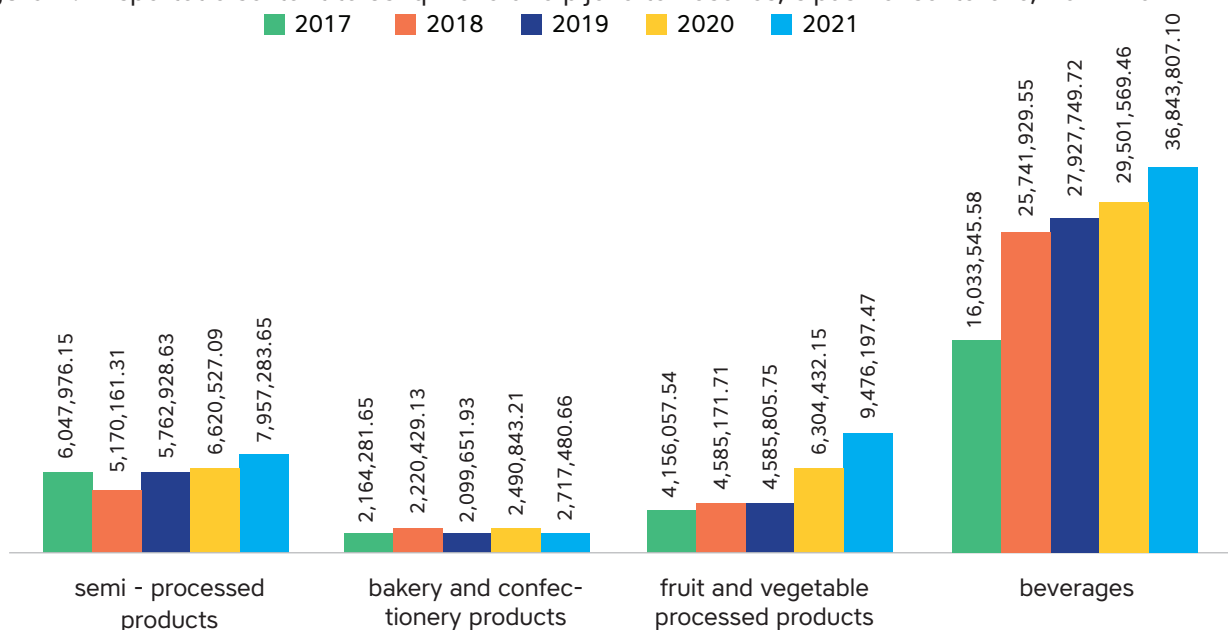
Përgatitje të ndryshme ushqimore

3. Pijet:

Pijet, pijet alkoolike dhe uthulla

Figura 4 në vazhdim tregon tendencat e eksporteve sipas nënsektorëve, ndërmjet viteve 2017-2021. Rritja e vazhdueshme tregohet qartë nga dy kategori produktesh, përkatësisht pijet dhe produktet e përpunuara të frutave dhe perimeve.

Figura 4. Eksportet e sektorit të ushqimeve dhe pijeve të Kosovës, sipas nënsektorëve, 2017-2021



Burimi: Llogaritja e autorit, të dhënat e Doganës së Kosovës

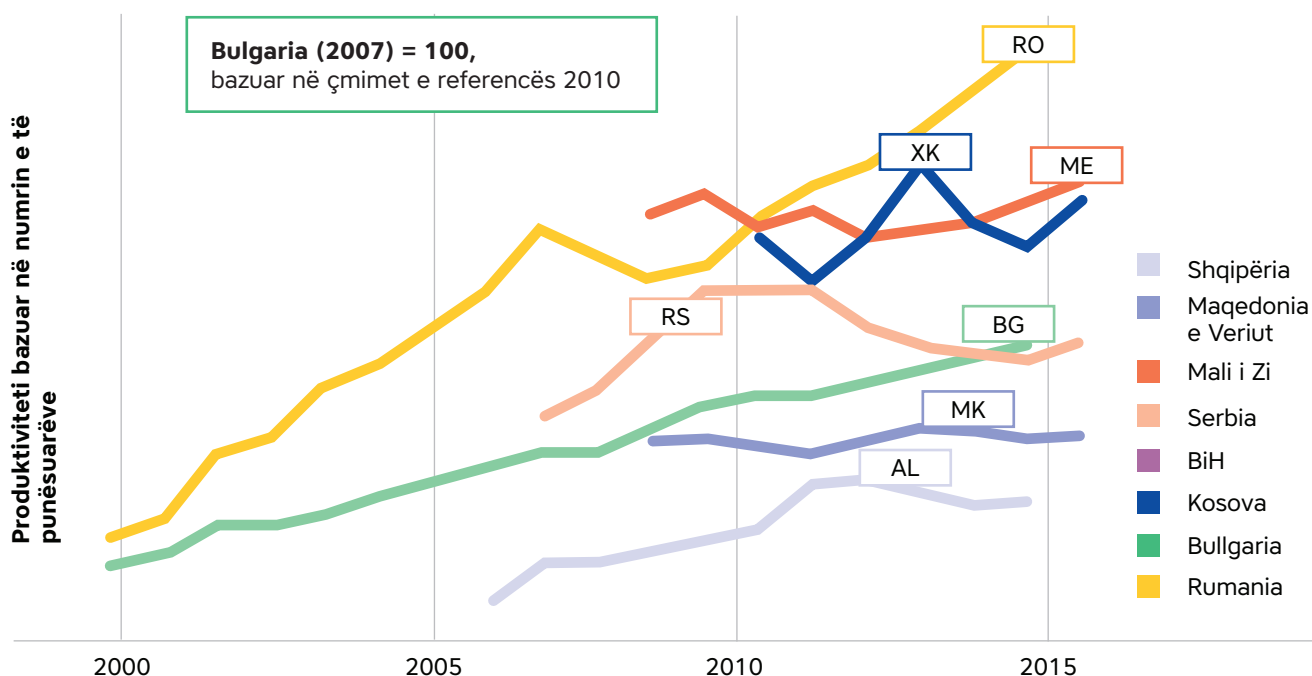
Pijet kanë shënuar trend pozitiv të rritjes së eksporteve neto, nga rreth 16 milionë € në vitin 2017, duke arritur në rreth 37 milionë € në vitin 2021 (+125%). Një trend i ngjashëm i rritjes vërehet te frutat dhe perimet e përpunuara, duke u rritur nga rreth 4 milionë € në vitin 2017 në rreth 9 milionë € në vitin 2021 (+131%). Produktet gjysmë të përpunuara përfaqësojnë një nënsektor me një normë pak më të ulët të rritjes së eksporteve, duke arritur rreth 8 milionë € në vitin 2021 nga një bazë më e ulët prej rreth 6 milionë € në vitin 2017. Në mënyrë të ngjashme, produktet e ndërlidhura me furra buke dhe ëmbëlsira kanë arritur rreth 2.7 milionë € eksporte në vitin 2021 nga rreth 2.1 milionë € në vitin 2017. Këto vëzhgime tregojnë se produktet ushqimore dhe të pijeve me vlerë të shtuar të prodhuara në Kosovë e plotësojnë kërkesën ndërkombëtare dhe kërkohen nga klientë të ndryshëm.

Një trend i rritjes vërehet edhe në importet në të gjithë nënsektorët, por me një normë relativisht më të ulët të rritjes, ku produktet dhe pijet e furrës dhe ëmbëlsirave përbëjnë rreth 60% të të gjitha ushqimeve dhe pijeve të importuara në Kosovë.

3.2 Analiza e produktivitetit dhe konkurrueshmërisë me homologët e përzgjedhur

Konkurrueshmëria e prodhuesve kosovarë varet nga produktiviteti i cilësisë së ofruar nga konkurrentët e tyre në rajon dhe më gjerë. Duke shikuar rajonin në veçanti, gjetjet tona sugjerojnë se prodhuesit e ushqimeve dhe pijeve konkurrojnë kryesisht me prodhuesit nga Shqipëria, Maqedonia e Veriut dhe Serbia.

Figura 5. Nivelet e produktivitetit, ekonomia totale



Burimi: Baza e të dhënave të produktivitetit të Ballkanit Perëndimor, Publikimi i BE KLEMS 2019

Duke shikuar treguesit e produktivitetit, duket se shkalla e rritjes së vlerës së shtuar për kokë banori në Kosovë ndërmjet viteve 2009-2017 është e ngjashme me shumicën e vendeve të Ballkanit Perëndimor (rreth 3%), dhe qëndron më mirë se disa vende që treguan shkallë më të ulëta (Serbia dhe Maqedonia e Veriut)²⁷. Kur shikohen normat e produktivitetit, siç tregohet në Figurën 5, Kosova qëndron më mirë për sa i përket produktivitetit kombëtar se shumica e vendeve në rajon, duke përfshirë Shqipërinë, Maqedoninë e Veriut, Serbinë, Bullgarinë, me një trend të ngjashëm me Malin e Zi fqinj, ndërsa produktivitet shumë më të ulët se Rumania²⁸. Megjithatë, përkundër trendit pozitiv të produktivitetit, shkalla e papunësisë në Kosovë është më e lartë në vendet e Ballkanit Perëndimor, ose rreth 25.7%²⁹.

27 The Vienna Institute for International Economic Studies (wiiw)

28 O. Reiter, M. Schwarzhappel, R. Stehrer, 2020, Productivity and competitiveness of the Western Balkan countries: An analysis based on the wiiw Western Balkan Productivity Database, Policy Notes and Reports, No. 37, The Vienna Institute for International Economic Studies (wiiw), Vienna

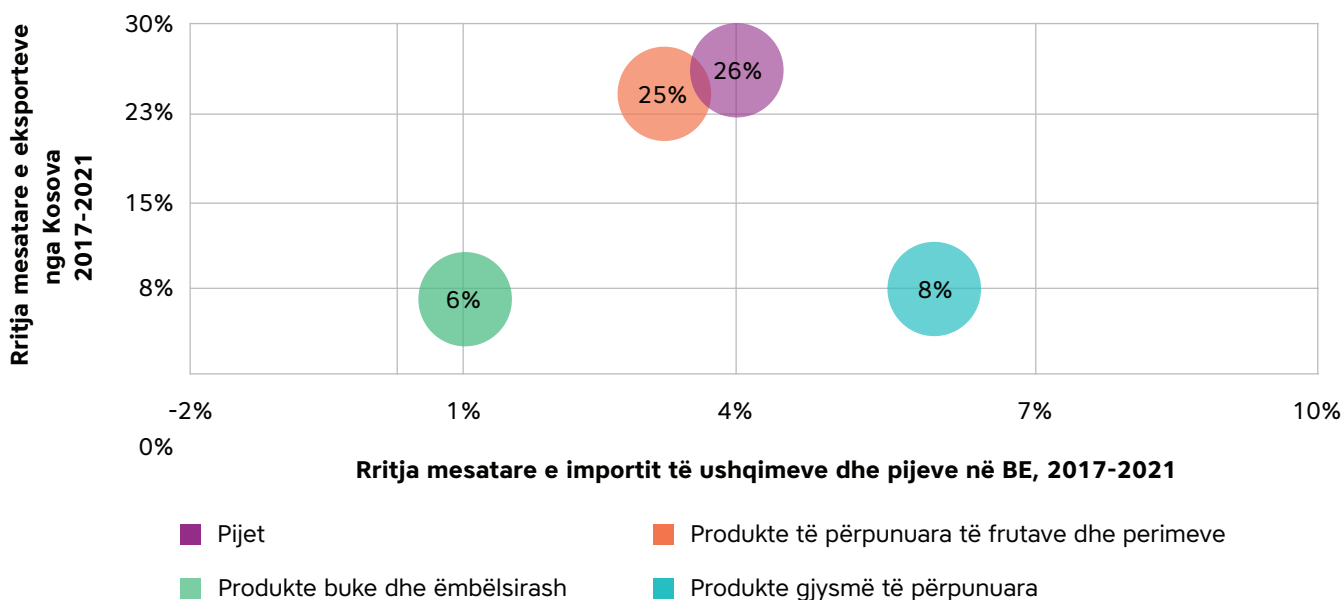
29 OECD, 2021, Competitiveness in South East Europe, 2021, A Policy Outlook, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/66c185f2-en/index.html?itemId=/content/component/66c185f2-en>

Konkurrueshmëria e ushqimeve dhe pijeve kosovare në tregun evropian dhe rajonal bazohet në cilësinë e produkteve që reflektohet përmes aplikimit të standardeve të cilësisë për t'i përmbushur kërkesat në tregjet përkatëse³⁰. Përveç kësaj, studimi i fundit i Organizatës për bashkëpunim dhe zhvillim ekonomik (OECD) "Konkurrueshmëria në Evropën Juglindore 2021", konfirmoi konkurrencën e lartë të sektorëve kosovarë të bujqësisë dhe përpunimit të ushqimit³¹. Këto gjetje u mbështetën nga një Raport i fundit i vlerësimit të sektorit nga viti 2021³².

Konkurrueshmëria e sektorit të ushqimit dhe pijeve vlerësohet edhe kundrejt tendencave të tregut të BE-së. Diagrami në Figurën 6 tregon se si ritmi mesatar i rritjes së eksporteve të ushqimeve dhe pijeve të Kosovës në periudhën 2017-2021 (boshti vertikal) krahasuar me normën mesatare të rritjes së importeve të ushqimeve dhe pijeve në tregun e BE-së ndërmjet viteve 2017 dhe 2021 (boshti horizontal) për nënsektorët kryesorë, të paraqitur nga një fluskë. Siç ilustron në Figurën 6, importet e produkteve gjysmë të përpunuara nga BE-ja tregojnë se kanë normën më të lartë. Një normë relativisht më e ulët vërehet për pijet si dhe produktet e përpunuara të frutave dhe perimeve. Norma më e ulët e rritjes është në importet e BE-së për produktet e furrës dhe ëmbëlsirave.

Siç ilustron diagrami, në të gjithë nënsektorët, eksportet kosovare të ushqimeve dhe pijeve kanë një normë mesatare të rritjes relativisht të lartë, me ritme më të larta të eksporteve të pijeve dhe produkteve të përpunuara të frutave dhe perimeve (të dyja me rritje mesatare prej rreth 25%), të ndjekura nga produktet gjysmë të përpunuara dhe produktet e furrës së bukës dhe ëmbëlsirave. Një normë e lartë e rritjes së eksporteve të pijeve dhe produkteve të përpunuara të frutave dhe perimeve mund të sugjerojë një tendencë të shtuar të kompanive kosovare të ushqimit dhe pijeve për të eksportuar produkte me vlerë të shtuar më të lartë. Normat e rritjes së pijeve dhe produkteve të frutave dhe perimeve të përpunuara janë më të larta se norma e rritjes së importeve të BE-së, duke treguar një avantazh konkurrues të produkteve përkatëse të Kosovës, si dhe një potencial për t'u rritur më tej në tregun e BE-së. Gjithashtu, produktet gjysmë të përpunuara si nënsektori i tretë në rritje i ushqimeve dhe pijeve në eksport të Kosovës, kanë shënuar rritjen më të lartë të importit në tregun e BE-së.

Figura 6: Rritja e ofertës kombëtare dhe kërkesa ndërkombëtare për ushqime dhe pije të eksportuara nga Kosova në vitin 2021



Burimi: Llogaritja e autorit, Qendra tregtare ndërkombëtare, të dhënat e Doganave të Kosovës, periudha: 2017 - 2021

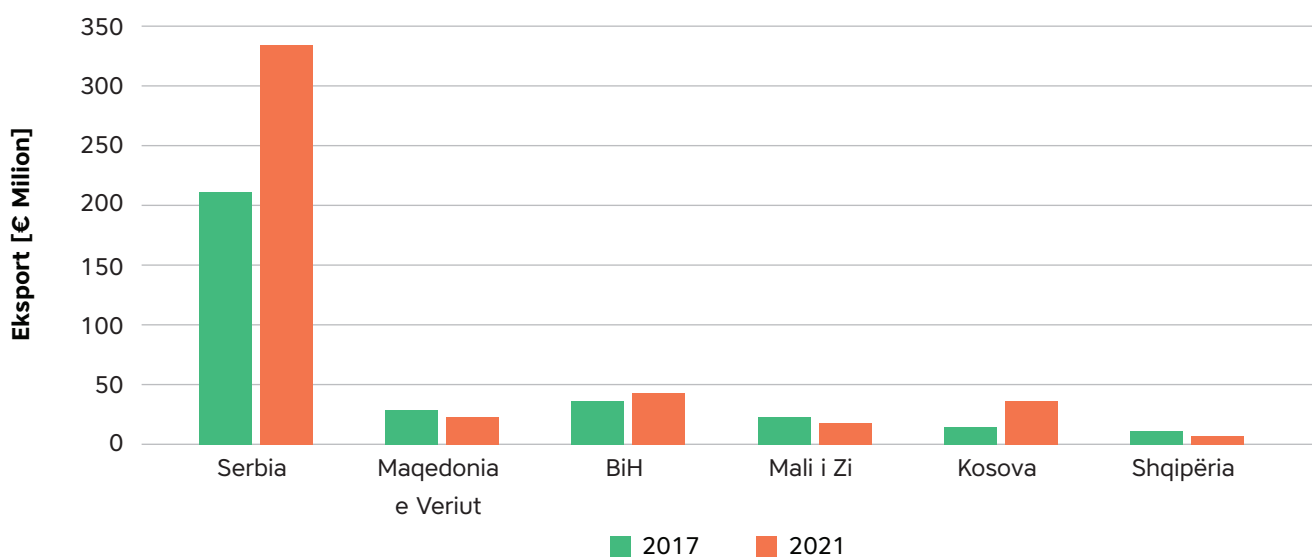
30 H. Halimi and L. Kaplan, 2020, Export Competitiveness of the Food Industry in Kosovo, Economic Alternatives, 2020, Issue 4, pp. 648-665, DOI: 10.37075/EA.2020.4.09

31 OECD Report, 2021, Competitiveness in south East Europe 2021 – A Policy Outlook ISSN: 20765762

32 USAID, Sector Assessments, 2021, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00XCNN.pdf

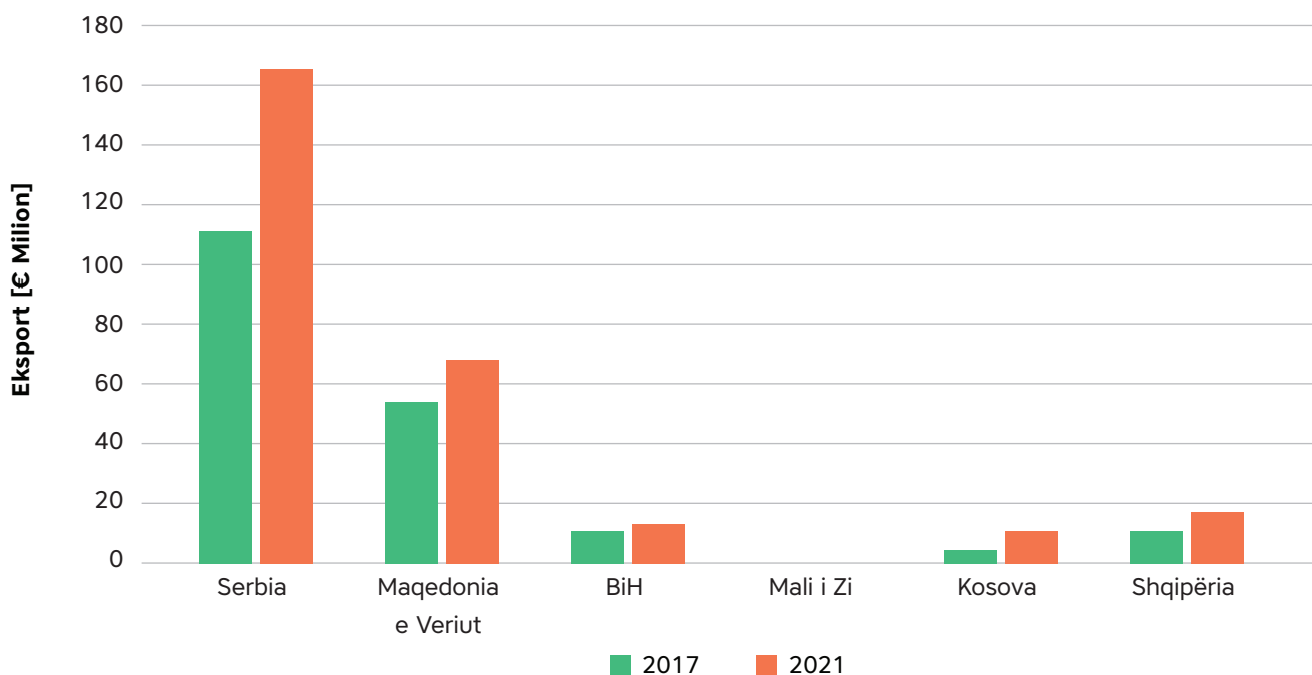
Eksporti i pijeve nuk është rritur vetëm për Kosovën gjatë viteve të fundit, por edhe për vendet e tjera fqinje (Figura 7). Sidomos Serbia ka treguar vlera të larta si në vlera absolute ashtu edhe në rritje relative. Është interesante se krahasuar me vendet e tjera fqinje, industria kosovare e ushqimit dhe pijeve performoi shumë mirë dhe ia ka kaluar BeH-së, Maqedonisë së Veriut dhe Malit të Zi. Kur bëhet fjalë për ushqimin e përpunuar, vendet fqinje duket se kanë një pozicion më të fortë konkurrues. Krahas Serbisë, Maqedonia e Veriut dhe Shqipëria e kalojnë Kosovën në vëllime të eksporteve. Megjithatë, Kosova mbetet të shfaqë normat më të larta të rritjes, por në një nivel absolut të ulët të krahasueshëm (Figura 8).

Figura 7: Zhvillimi i eksportit të pijeve 2017 dhe 2021,



Burimi: Llogaritja e autorit, Qendra ndërkombëtare e tregtisë

Figura 8: Zhvillimi i eksportit të ushqimit të përpunuar 2017 dhe 2021



Burimi: Llogaritja e autorit, Qendra tregtare ndërkombëtare

4. Harta e Palëve të Interesit

Roli i palëve të interesit në sektorin e ushqimit dhe pijeve dallon përgjatë zinxhirit të vlerës. Tabela e mëposhtme paraqet një vlerësim mbi rëndësinë dhe ndikimin e secilit grup të palëve të interesit. Për më tepër, palët e interesit ndahen në tre grupe kryesore të palëve të interesit.

Palët e interesit që janë të përfshirë drejtpërdrejt dhe kanë një rol të lartë aktiv në zinxhirin e vlerës së ushqimit dhe pijeve, kategorizohen si pale kryesore të interesit. Palët e interesit që janë kryesisht përgjegjës për mundësimin e mjedisit biznesor grupohen në palë dytësore të interesit pasi roli i tyre është më shumë një marrëdhënie indirekte. Së fundi, palët e interesit që janë më të largët nga operacionet e zinxhirit të vlerës, si në vendimmarrje ashtu edhe në përfitim, paraqiten si palë terciare të interesit.

Tabela e mëposhtme paraqet palët e ndryshme të interesit, të tre grupeve, të cilët janë të rëndësishëm për rolin e tyre në ekosistemin e sektorit të ushqimit dhe pijeve. Tabela shpjegon interesin, marrëdhëniet dhe dinamikën ndërmjet këtyre palëve të interesit, si dhe rëndësinë dhe ndikimin e tyre në zinxhirin e përgjithshëm të vlerës.

Tabela 4: Palët kryesore të interesit në zinxhirin e vlerës së prodhimit të ushqimit

Nr.	Pala e interesit (grupet)	Interesi	Rëndësia	Ndikimi	Shembujt
Palët kryesore të interesit					
1	Fermerët	Fermerët janë anëtarët kryesorë të zinxhirit të vlerave ushqimore. Në shumë raste, rritja e industrisë përpunuese mbështetet në rritjen në nivel ferme – veçanërisht në rastet si Kosova ku furnizimi me lëndë të parë është kryesisht me burim lokal. Përmirësimi i konkurrencës në nivel ferme (p.sh. cilësia e prodhimit primar) mund të japë efekte pozitive në të gjithë zinxhirin e vlerës. Megjithatë aktualisht bashkëpunimi ndërmjet fermerëve dhe pjesës tjetër të akterëve të zinxhirit të vlerës mbetet i pakënaqshëm.	3	1	

Nr.	Pala e intere-sit (grupet)	Interesi	Rëndësia	Ndikimi	Shembuj
2	NMVM-të	NMVM-të janë shtytësit e ndryshimit. Kjo është veçanërisht e vlefshme për NMVM-të kryesore, të cilat tregojnë motivim të lartë për ndryshim, të cilët gjithashtu mund të veprojnë si katalizatorë për ndryshim duke frymëzuar NMVM-të e tjera për të ndjekur ato, si dhe akterë të tjerë të zinxhirit të vlerës, si fermerët, për të përmirësuar konkurrencën. NMVM-të përballen me kufizime në lidhje me burimet dhe njohuritë, të cilat nga ana e tyre pengojnë interesin dhe shkathtësinë e tyre për të investuar.	4	3	
3	Jo-NMVM-të	Firmat e mëdha nga sektori i ushqimeve dhe pijeve kanë qenë të rëndësishme në nxitjen e tendencave të zëvendësimit të importeve dhe rritjen e eksportit. Firma të tilla shfaqen me pozitë dominuese në treg dhe shpesh kufizojnë ndërveprimin ose maksimizojnë kontrollin me aktorët e tjerë të zinxhirit të vlerës - duke maksimizuar kontrollin e tyre drejt rritjes. Potenciali i këtyre aktorëve të tregut për të nxitur ndryshimet në industri është shumë i lartë.	4	4	
4	Universitetet dhe Institucionet e Kërkimit dhe Zhvillimit	Universitetet dhe institucionet e K&Zh-së supozohet të ofrojnë të diplomuar të trajnuar mirë si dhe të ofrojnë bazën e njohurive për nxitjen e inovacionit. Megjithatë, niveli aktual i njohurive dhe ekspertizës në fusha të tilla si teknologjia ushqimore është kryesisht i pakënaqshëm dhe një kufizim drejt rritjes. Përmirësimi i përgjithshëm i ofrimit të shërbimeve dhe ofrimit të shkathtësive është thelbësor në përmirësimin e inovacionit dhe diversitetit të ofertës së industrisë së ushqimit dhe pijeve.	3	2	Public and Private Universities Instituti Bujqësor i Kosovës

Nr.	Pala e intere- sit (grupet)	Interesi	Rëndësia	Ndikimi	Shembuj
Palët e interesit dytësorë					
5	Ministria e In- dustrisë, Ndër- marrësis dhe Tregtisë (MNT) Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural (MBPZHR)	MINT është përgjegjës për të mbështetur sektorin privat duke ofruar kushte të përshtatshme kornizë për rritje dhe konkurrencë. Rritja e strategjive dhe ndërhyrjeve përkatëse të ofruara nga MINT mund të ndihmojë sektorin e ushqimeve dhe pijeve për të konkurruar më mirë në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar dhe për të nxitur investimet në këtë sektor. MBPZHR është institucioni publik përgjegjës për mbikëqyrjen dhe mbështetjen e prodhimit primar si dhe përpunimit në industrinë ushqimore. Kjo Ministri ka luajtur një rol të jashtëzakonshëm në nxitjen e rritjes së prodhimit primar përmes granteve dhe subvencioneve si dhe përpunimit (përmes granteve). Mbështetja e mëtejshme e të dyja ministrive drejt shërbimeve mbështetëse si shkathtësitë, transferimi i njohurive, promovimi dhe ekspozimi mund t'i mundësojë industrisë të arrijë nivele më të larta rritjeje.	4	4	
6	Ministritë e tjera	Ministritë e tjera mund të mbështesin indirekt zhvillimin e zinxhirit të vlerës së sektorit të ushqimit dhe pijeve në Kosovë. Për shembull, nëpërmjet përmirësimit të programeve të arsimit dhe trajnimit dhe mbështetjes së infrastrukturës K&Zh.	2-3	3	Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë,
7	Iniciativat në Grupe ose Organizatat e tjera të Anëtarësimit të Biznesit (OAB)	Shoqata të mëdha të nivelit kombëtar, si Klubi i Prodhuesve të Kosovës (KPK) ose Oda Ekonomike e Kosovës (OEK), të cilat përbëhen nga ndërmarrjet kryesore. KPK paraqet një shembull mjaft pozitiv të rezultateve të suksesshme të avokimit në dobi të kompanive të sektorit, ndërsa OEK në përgjithësi tregon motivim më të ulët në adresimin e atyre që janë të rëndësishme për sektorin.	3	3	KPK, OEK

Nr.	Pala e intere-sit (grupet)	Interesi	Rëndësia	Ndikimi	Shembuj
9	Agjencitë për mbështetjen e investimeve	Agjencia Kosovare e Investimeve dhe Përkrahjes së Ndërmarrjeve (KIESA) - e mandatuar për të promovuar dhe mbështetur investimet dhe investitorët që janë të intere-suar për t'u angazhuar në Repub-likën e Kosovës. Roli i KIESA-s në promovim, veçanërisht përmes organizimit të panaireve është i lartë. KIESA ofron një grup të gjerë shërbimesh për investitorët, duke filluar nga mbështetja në para-in-vestime deri tek shërbimet e kuj-desit pasues.	2	2	KIESA
10	Shoqatat e sek-torëve	Niveli i dytë i shoqatave të anëtarësimit të biznesit janë sek-torialë (ose nënsektorialë), duke paraqitur aktorë aktivë dhe me ndikim në zbatimin e aktiviteteve për avokim, shkëmbim, transferim njohurish, etj. për interesin e për-bashkët të anëtarëve.	4	2	Shoqata e Prodhuesve të Qumështit Organika (Shoqata e prodhuesve dhe për-punuesve të produk-teve pyjore jodrunore dhe bimëve mjekësore dhe aroma-tike), PePeKo (Sho-qata e Për-punuesve të Pemëve dhe Perimeve të Kosovës) ADK (Ini-ciativa për Zhvillimin e Bujqësisë së Kosovës)
Palët e Interesit terciar					
11	Partnerët ndër-kombëtarë dhe institucionet e BE-së	Ka shumë donatorë ndërkom-bëtarë, respektivisht organizata zbatuese, aktive në Kosovë që ofrojnë mbështetje për entitete të ndryshme të sektorit privat dhe publik në sektorin e ushqimit dhe pijeve. Ata të gjithë synojnë të përmirësojnë kushtet kornizë për rritje, qëndrueshmëri dhe krijimin e vendeve të punës.	3	3	GIZ Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkom-bëtar (USAID)

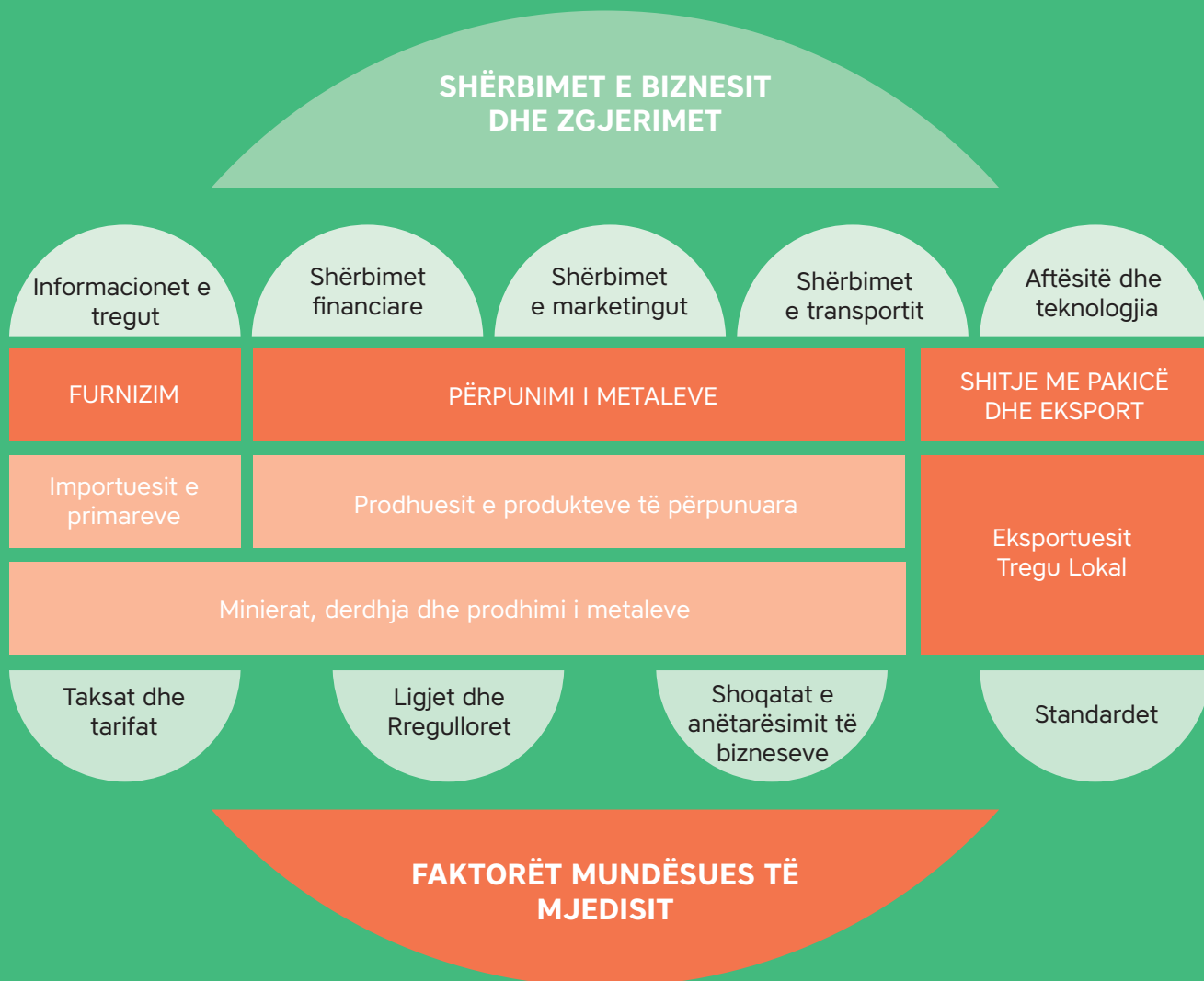
5. Analiza Zinxhirit të Vlerës

5.1 Harta e Zinxhirit të Vlerës

Gjetjet në këtë seksion bazohen në hulumtimin parësor të kryer me 53 NMVM të sektorit të ushqimit dhe pijeve. Harta e zinxhirit të vlerës së ushqimit dhe pijeve është paraqitur në figurën 9. Ky sektor përfaqëson një zinxhir vlerash relativisht të sofistikuar, ku në shumë raste janë të pranishëm disa funksione thelbësore të zinxhirit të vlerës. Për shembull, ka raste kur kryhen shumë procese të shtimit të vlerës, duke përfshirë: prodhimin e fidanëve, prodhimin primar, përpunimin, grumbullimin e produktit, shpërndarjen dhe shitjet. Megjithatë, ky shtim i gjerë i vlerës së produktit nuk ndodh gjithmonë dhe ky sektor paraqet shembuj të ndryshëm të funksioneve të zinxhirit bazë të vlerës.

Shërbimet mbështetëse të biznesit rreth sektorit të ushqimit dhe pijeve janë të përqendruara në shërbimet financiare, shkathtësitë dhe teknologjinë, shërbimet e mbështetjes teknike, konsulencën e biznesit dhe transportin. Rëndësia e këtyre shërbimeve është e lartë dhe vendimtare për zhvillimin e sektorit. Disa shërbime mbështetëse të biznesit janë përmirësuar ndjeshëm në dekadën e fundit apo më shumë, ndërsa të tjera ende nuk i kanë trajtuar kufizimet e sektorit (s. Kapitulli 6.1 dhe 6.2). Si qasja dhe kostoja e financimit janë përmirësuar, ku sektori bankar ofron produkte shumë më të mira për financimin e investimeve si për NMVM-të përpunuese, ashtu edhe për fermerët. Për më tepër, shumë iniciativa si ato të Fondit Kosovë për Garanci Kreditorë dhe subvencionet dhe grantet e ofruara nga MBPZHR, kanë mundësuar një mjedis shumë më të mirë të biznesit për industrinë e ushqimit dhe pijeve. Në anën tjetër, përmirësimet sa i përket mbështetjes teknike si dhe shkathtësive kanë ngecur në masë të madhe, ku kompanitë përpunuese në Kosovë vazhdojnë të kenë vështirësi në përvetësimin e shkathtësive.

Figura 9. Harta e zinxhirit të vlerës së ushqimit dhe pijeve



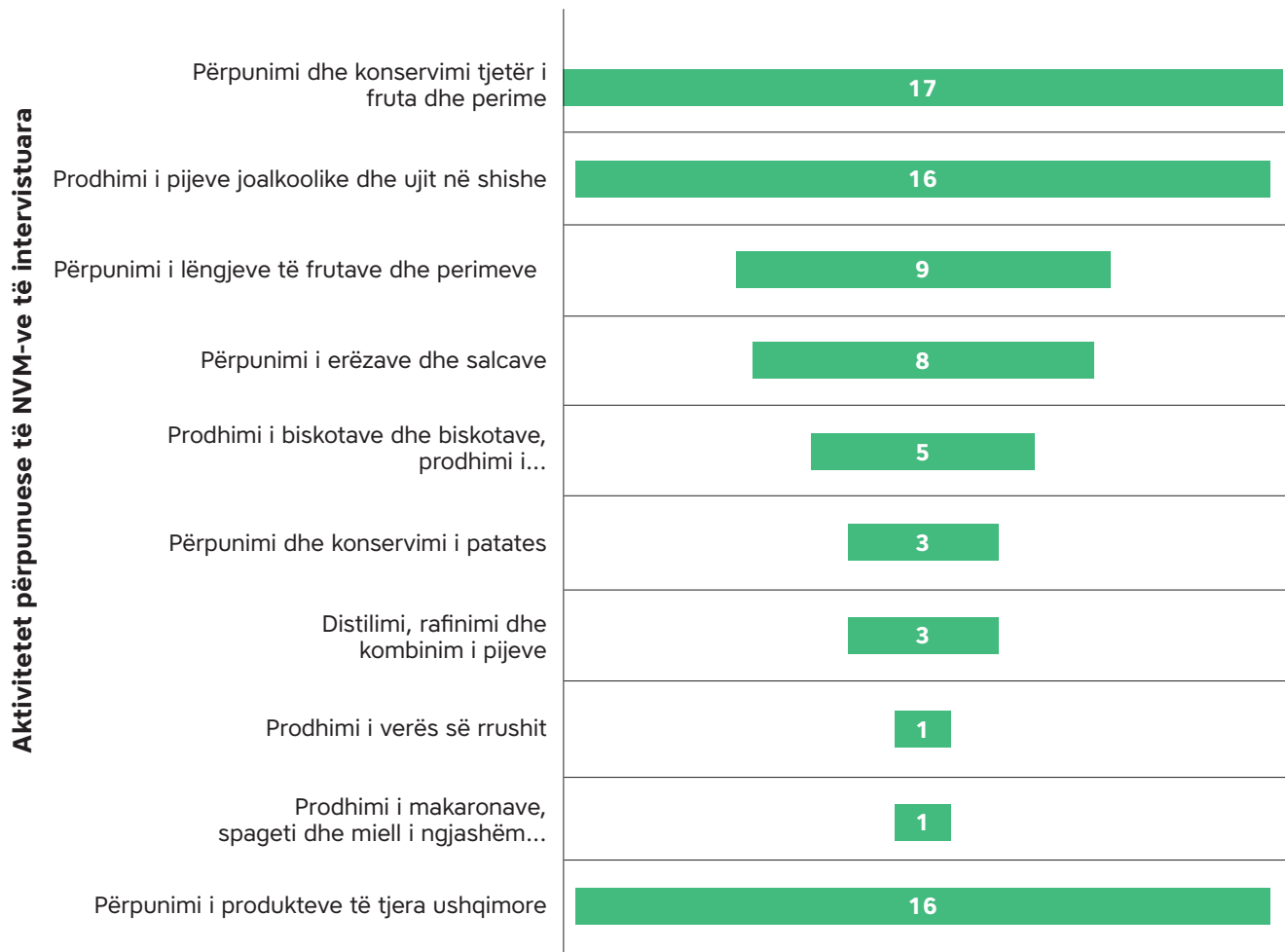
Burimi: Figura është projektuar sipas Reçica dhe Meier zu Köcker³³

Në nivelin e mjedisit të favorshëm, sektori i ushqimeve dhe pijeve karakterizohet nga një përfaqësim relativisht joaktiv për sa i përket organizimit të anëtarësimit të biznesit (Kapitulli 5.6). Përmbushja e standardeve evropiane të cilësisë dhe procedurave të vlerësimit të konformitetit mbetet një sfidë (Kapitulli 6.3). Ekzistojnë ligje, rregullore specifike (veçanërisht në lidhje me sigurinë ushqimore), taksa dhe tarifa. Ky sektor është i përfaqësuar në disa organizata kombëtare të anëtarësimit të biznesit, si dhe në disa organizata specifike nën-sektorale. Në nivel kombëtar, ndërmarrjet sektoriale përbëjnë një pjesë të rëndësishme të anëtarëve të organizatave si Oda Ekonomike e Kosovës, ndërsa organizohen edhe në organizata si Pepeko, Organika

33 F. Recica, G. Meier zu Köcker, 2019, Kosovo Plastics Industry Value Chain, DOI: 10.13140/RG.2.2.15970.07368

dhe shoqata të tjera, si Shoqata e Prodhuesve të Mjadrës. Shumë nga kompanitë e sektorit, veçanërisht ato që janë aktive në eksport, aplikojnë disa standarde të cilësisë dhe sigurisë ushqimore si ISO 22000, Analiza e Rrezikut dhe Pikat Kritike të Kontrollit apo certifikimi organik, të cilat shpesh janë parakusht për të hyrë në tregjet evropiane. Sektori mbikëqyret dhe mbështetet nga MINT si dhe MBPZHR. Për zbatimin e të gjitha çështjeve që kanë të bëjnë me sigurinë ushqimore është përgjegjëse Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë (AUV) (s. Kapitulli 5.3)

Figura 10. Aktivitetet përpunuese të NVM-ve të intervistuar

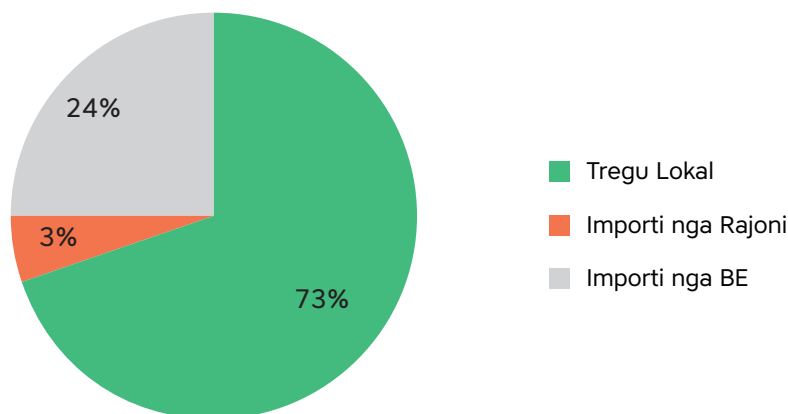


Burimi: Të dhënat e autorëve

Industritë si përpunimi i mishit dhe qumështi nuk janë përfshirë në pjesën e hulumtimit parësor. Kjo është bërë kryesisht për shkak të madhësisë së këtyre industrive dhe kufizimeve të madhësisë së mostrës për këtë sektor. Grafiku i mëposhtëm paraqet aktivitetet e përpunimit të NMVM-ve të intervistuar. Mund të argumentohet se NMVM-të e sektorit janë mjaft të specializuara në aktivitetet e tyre të përpunimit, pasi shumica e ndërmarrjeve janë të përfshira në një nënsektor të përpunimit të ushqimeve dhe pijeve. Siç paraqitet në grafikun më poshtë, përpunimi dhe konservimi i frutave dhe perimeve dhe prodhimi i pijeve joalkoolike dhe ujit në shishe janë aktivitetet më të zakonshme të përpunimit.

5.2 Analiza e Zinxhirit të Vlerës: Ana e furnizimit

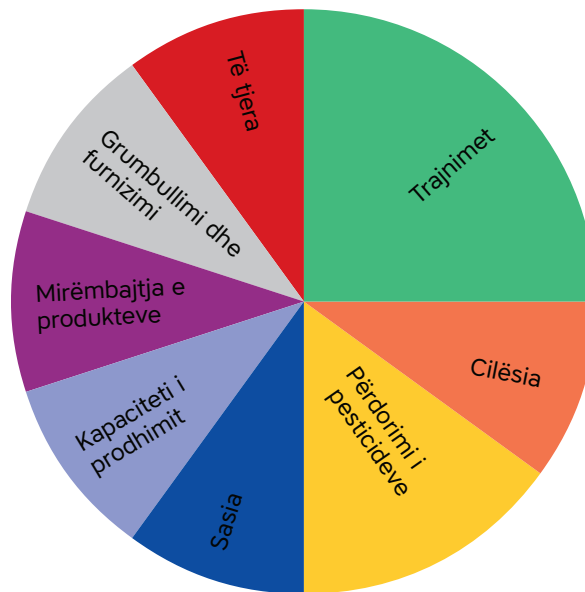
Figura 11. Pjesa e furnizimit me lëndë të parë sipas origjinës



Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e vetë autorëve

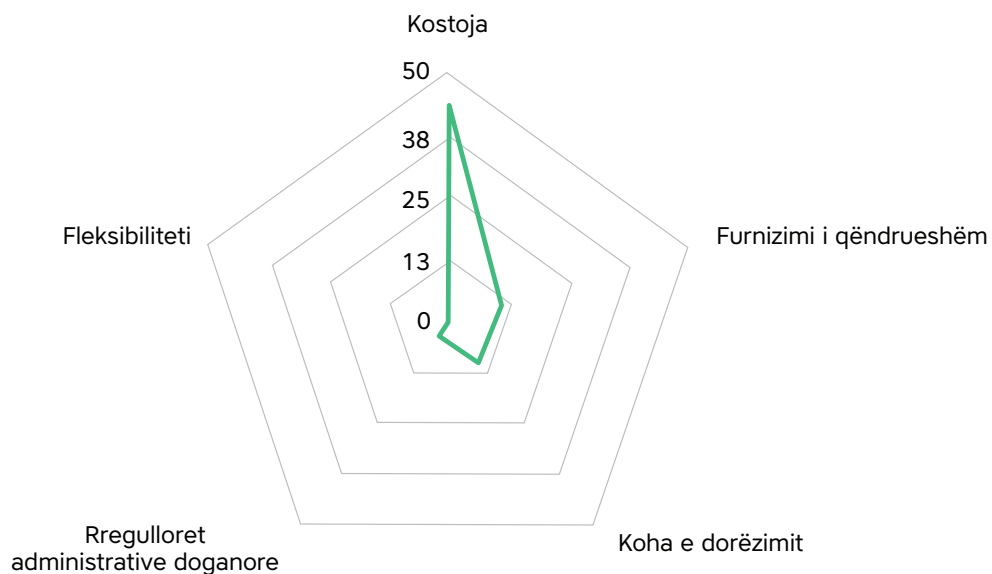
Sektori i përpunimit të ushqimit dhe pijeve karakterizohet nga një pjesë e madhe e burimeve lokale të lëndës së parë. Në mënyrë të veçantë, mbi 73% e ndërmarrjeve përpunuese pretendojnë se e marrin prodhimin e tyre primar në vend (Figura 11). Kjo pasohet vetëm nga një pjesë mbi tre herë më pak (24%) e importeve të prodhimit primar nga BE-ja në krahasim me atë vendor. Ndërsa importi i lëndës së parë nga rajoni përbën vetëm 3% për nevojat e ndërmarrjeve të përpunimit të ushqimit dhe pijeve. Kjo gjetje nënvizon rëndësinë e këtij sektori për ekonominë dhe shtimin e vlerës së gjeneruar në nivele të shumëfishta të zinxhirit të vlerës.

Rreth 55% e NMVM-ve të intervistuar pretendojnë se furnizojnë lëndën e parë direkt nga fermerët vendas, gjë që ndihmon për të siguruar transparencën e duhur të zinxhirit të prodhimit. Burimi i drejtpërdrejtë pranohet gjithashtu gjithnjë e më shumë nga konsumatorët evropianë. Kjo përbën gjithashtu një peshë të konsiderueshme, duke pasur parasysh se studimi mbulon edhe aktivitetet e përpunimit si prodhimi i ujit në shishe ku bujqësia nuk është aktivitet i prodhimit primar. Bashkëpunimi me fermerët në sektorët përkatës vlerësohet shumë pozitivisht nga ndërmarrjet, ku mbi 82% e vlerësojnë bashkëpunimin me fermerët vendas si shumë të suksesshëm (39%) ose të suksesshëm (43%). Pjesa e mbetur prej 18% e vlerësojnë këtë bashkëpunim si neutral, ndërsa asnjë nga NMVM-të nuk ka paraqitur vlerësim negativ në këtë drejtim. Ndërmarrjet pohojnë se fermerëve u ofrojnë produkte cilësore, bashkëpunim të mirë, në përgjithësi janë korrekt dhe serioz dhe cilësia e produkteve të tyre është përmirësuar. Ndër ndërmarrjet që kanë një vlerësim më të rezervuar për bashkëpunimin me fermerët, pohojnë se ndërgjegjësimi, vonesat dhe koha e dorëzimit janë çështjet kryesore.

Figura 12. Rekomandimet e NMVM-ve për përmirësime në nivelin e fermës

Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e vetë autorëve

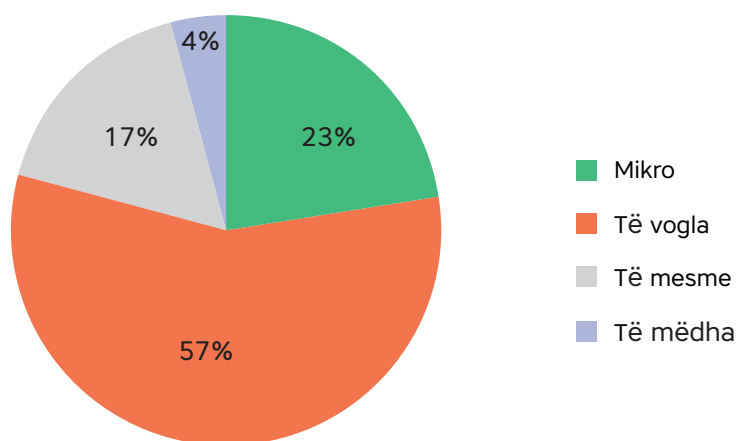
NMVM-ve të intervistuar iu kërkua të ofrojnë sugjerime për çështje kritike që fermerët e Kosovës duhet t'i përmirësojnë. Nevoja për përcjelljen e përmirësimit të njohurive dhe shkathtësive përmes trajnimeve është specifikuar më shpesh. Kjo mund të jetë e rëndësishme për të gjithë aktorët e zinxhirit të vlerës, duke përfshirë ofruesit e shërbimeve, institucionet dhe vetë ndërmarrjet, pasi të gjithë këta aktorë mund të jenë relevant për organizimin e trajnimeve për fermerët. Në të njëjtën kohë, kjo tregon nevojën që fermerët të kërkojnë vazhdimisht ngritjen e kapaciteteve. Kërkesa për trajnime pasohet nga nevoja për të përmirësuar cilësinë e prodhimit primar si dhe nevoja për të ulur/kontrolluar përdorimin e pesticideve dhe kimikateve të tjera. Rritja e sasisë së produktit të furnizuar, kapacitetet prodhuese, mirëmbajtja më e mirë (përfshirë vjeljen, magazinimin, dorëzimin) dhe furnizimi janë gjithashtu kërkesa të rëndësishme për përmirësimin e performancës së fermerëve në Kosovë.

Figura 13. Intensiteti i sfidave të lidhura me furnizimin (në frekuencë)

Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e vetë autorëve

Ndërmarrjet në sektorin e ushqimit dhe pijeve kanë përshkruar tre sfida kryesore në lidhje me furnizimin. Siç përshkruhet në Figurën 13, sfida më dominuese, dhe me një intensitet shumë më të lartë, është në lidhje me koston e furnizimit. Ky konstatim lidhet veçanërisht me rritjen e fundit të inflacionit, e cila u shkaktua kryesisht nga pandemia Covid-19 dhe në radhë të dytë si pasojë e luftës në Ukrainë. Furnizimi i qëndrueshëm dhe koha e dorëzimit janë dy sfidat e tjera të përshkruara të furnizimit për ndërmarrjet lokale, të cilat gjithashtu mund të lidhen me pandeminë e fundit globale dhe zhvillimet e luftës në Ukrainë.

Figura 14. Shpërndarja e madhësisë së kompanisë së prodhuesve të anketuar të ushqimit dhe pijeve



Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e vetë autorëve

5.3 Analiza Zinxhirit të Vlerës: Ana e Prodhuesit

Shumica e kompanive të intervistuar bëjnë pjesë në kategorinë e ndërmarrjeve të vogla. Koncretisht, mbi 56% e ndërmarrjeve janë të vogla (11-50 punonjës), me një numër mesatar prej 26 punonjësish. Më pas vijnë mikrondërmarrjet (më pak se 10 punonjës), të cilat përbëjnë 23% të ndërmarrjeve të intervistuar. Rreth 17% janë ndërmarrje të mesme (51-250 punonjës), ndërsa ndërmarrjet e mëdha përfaqësohen nga 4% e kompanive të mostrës (mbi 250 punonjës). Numri mesatar i të punësuarve në të gjitha ndërmarrjet e intervistuar është 46. Kjo e gjetur paraqet një mesatare relativisht të lartë në krahasim me të dhënat e përgjithshme të industrisë ushqimore të ofruara nga statika zyrtare si dhe në krahasim me sektorët e tjerë në Kosovë. Një gjetje e rëndësishme e anketës është edhe rritja e numrit të të punësuarve në vitin 2021 krahasuar me vitin 2020. Gjetjet tregojnë se numri i të punësuarve është rritur me 10% në vitin 2021, që përfaqëson tendencat kombëtare dhe globale të rimëkëmbjes së rritjes ekonomike pas shpërthimit të Covid-19.

5.3.1 Veprimtaria dhe Operacionet e Biznesit

Të dhënat zyrtare tregojnë se sektori i përgjithshëm i ushqimit dhe pijeve në Kosovë vlerësohet në mbi 438 milionë euro në vitin 2020 (MINT, 2021). Kjo shifër përfshin të gjithë sektorët e lidhur me ushqimin dhe pijet, përfshirë ata që nuk ishin fokusi i këtij studimi (p.sh. mishi, produktet e qumështit, etj.)³⁴. Figura 15 paraqet madhësinë e sektorit për sa i përket të gjithë sektorëve dhe produkteve të lidhura, si dhe vetëm të lidhura me sektorët dhe produktet që ishin fokusi i këtij studimi. Numri i përgjithshëm i ndërmarrjeve në industri ishte 1,443 në vitin 2020, ndërsa mbi 9,900 persona ishin të punësuar. Seksioni b i figurës 15

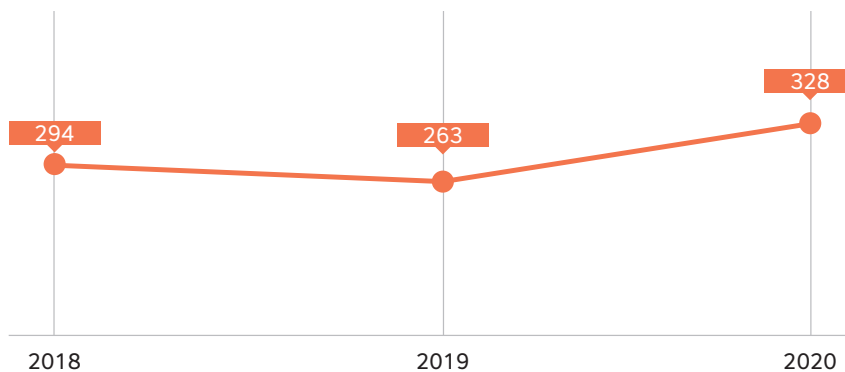
34 Lista e sektorëve të ushqimit dhe pijeve për këtë studim është përzgjedhur në bashkëpunim të ngushtë me GIZ dhe MINT.

paraqet statistikat zyrtare të sektorëve të lidhur me ushqimin që ishin fokusi i këtij studimi, ku në vitin 2020, 328 operonin në këta sektorë, duke punësuar mbi 4,175 punëtorë dhe duke krijuar një shumë të qarkullimit mbi 241 milionë euro.

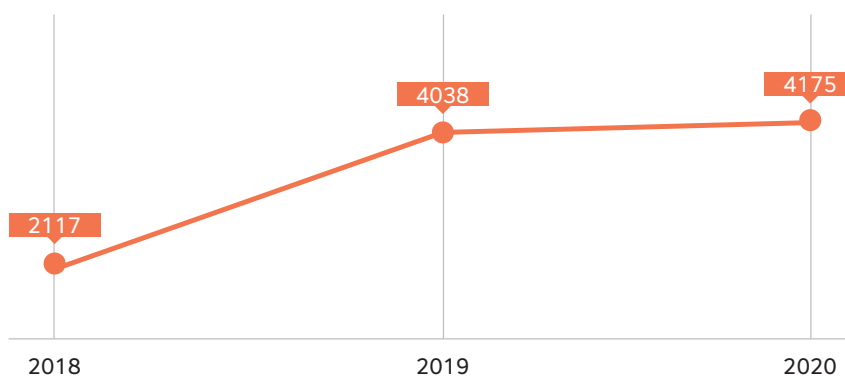
Në të dyja rastet, të gjithë sektorët dhe produktet e lidhura me ushqimet dhe pijet si dhe sektorët dhe produktet përkatëse që ishin në fokus të këtij studimi, gjatë dy viteve të fundit është shënuar rritje e dukshme. Rritja më e lartë është shënuar në aspektin e qarkullimit të sektorit, ku industria e përgjithshme është pothuajse dyfishuar që nga viti 2018, ndërsa sektorët e përzgjedhur nga studimi janë më shumë se dyfishuar - nga 102 milionë euro në mbi 241 milionë euro. Një tendencë rritjeje, ndonëse me intensitet më të ulët mund të vërehet edhe për sa i përket rritjes së të punësuarve në sektor dhe numrit të ndërmarrjeve. Numri i të punësuarve në industrinë e përgjithshme ka rritje prej gati 59%, ndërsa numri i ndërmarrjeve ka rritje me 8%. Në sektorët e përzgjedhur të këtij studimi, numri i të punësuarve është pothuajse dyfishuar, ndërsa numri i ndërmarrjeve është rritur me mbi 11%.

b) duke përfshirë sektorët e synuar dhe të intervistuar të ushqimit dhe pijeve

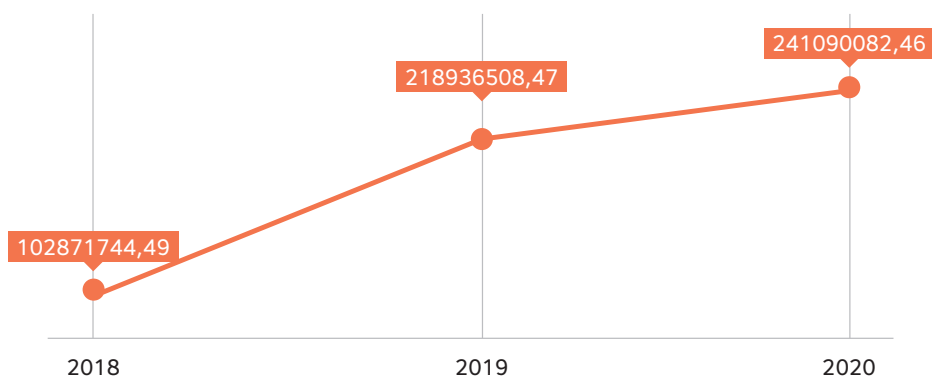
Numri i ndërmarrjeve



Numri i punëtorëve



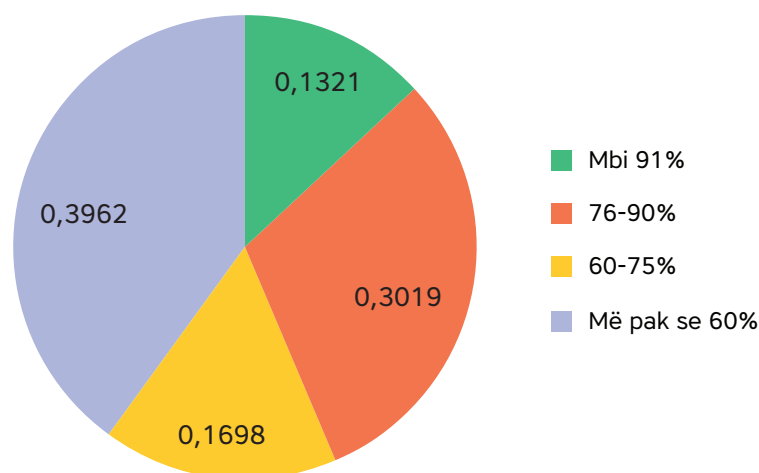
Qarkullimi



Burimi: MINT (2021) 'Sektori C - Industria përpunuese'.

Në përgjithësi, NVMV-të e intervistuar raportojnë një nivel të moderuar të shfrytëzimit të kapaciteteve. Shkalla e shfrytëzimit të kapaciteteve është raportuar mesatarisht në 66%, ndërsa 13% e ndërmarrjeve pretendon se kanë një shfrytëzim të kapaciteteve prodhuese mbi 90% (Figura 16), ndërsa 40% përdorin kapacitetin e tyre prodhues në 80% ose më të lartë. Arsyeja më dominuese për shkallën e ulët të përdorimit të produktit është mungesa e mundësive të tregut. Këtë e kanë deklaruar pothuajse gjysma e ndërmarrjeve të intervistuar me norma më të ulëta se 80% të shfrytëzimit të kapaciteteve prodhuese. Kjo pasohet nga mungesa e njohurive të tregut (me një frekuencë dukshëm më të ulët të raportuar) dhe konkurrueshmëria e çmimeve, konkurrenca e fortë rajonale. Ndërsa mungesa e lëndës së parë dhe e certifikimit janë theksuar edhe si arsye në disa raste.

Figura 16: Shpërndarja e kapaciteteve të shfrytëzimit të prodhimit



Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e autorëve

Kur krahasohen nivelet e shfrytëzimit me madhësinë e ndërmarrjes, mund të argumentohet se nuk ka dallim në mes të shkallës së shfrytëzimit ndërmjet ndërmarrjeve mikro, të vogla dhe të mesme. Nga ana tjetër, disa ndërmarrje të mëdha të pranishme në mostër kanë raportuar norma shumë të larta të shfrytëzimit, përkatësisht mbi 90%.

Figura 17: Shpërndarja e produkteve kosovare të përpunimit të ushqimit

Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e autorëve

Grafiku i mëposhtëm paraqet një grumbullim të produkteve që përpunohen nga NMVM-të e intervistuar. Grafiku përshkruan grupet e produkteve bazuar në frekuencën e raportuar. Produktet që prodhohen më shpesh janë perimet turshi dhe frutat dhe perimet e freskëta. Këto të fundit raportohen nga kategoritë e NMVM-ve si qendrat e grumbullimit pasi fermerët nuk kanë qenë fokusi i këtij studimi. Siç përshkruhet në Figurën 17, këto dy kategori përbëjnë rreth një të katërtën e portofolit të produkteve të NMVM-ve. Më pas vjen prodhimi i salcave, ujit, patate të skuqura, arra dhe ushqime, pije joalkoolike, ajvar (salcë tradicionale me specia) etj. Në përgjithësi, këto produkte mund të konsiderohen jo shumë komplekse dhe të vështira për t'u përpunuar. Kështu, vlera e shtuar e produkteve të tilla si dhe diversiteti i tyre është i kufizuar. Vetëm shumë pak ndërmarrje të mostrës kanë raportuar produkte jo tradicionale (dhe potencialisht më të larmishme) si çokollata, gjalpë arrash, vajra arrash, erëza specifike, etj.

Goditja e fundit ekonomike globale e ardhur si nga Covid-19 ashtu edhe nga lufta në Ukrainë ka prekur edhe sektorin e ushqimit³⁵. Rritja e çmimit të gazit dhe mungesat globale të lëndës së parë (si drithërat apo luledielli) paraqesin rrezik serioz të shqetësimit të sektorit ushqimor në Kosovë. Kjo tashmë është përshkruar si një nga kufizimet kryesore të furnizimit nga NMVM-të e intervistuar, të cilat kanë theksuar çështjen e kostos së furnizimit, si dhe furnizimin e qëndrueshëm dhe kohën e dorëzimit - edhe pse në një masë më të vogël. Kjo paraqet një pengesë konkurruese për kompanitë kosovare të përpunimit të ushqimit, të cilat duhet të forcojnë zinxhirin e tyre të furnizimit - veçanërisht në vend, për t'i mbijetuar krizës së vazhdueshme globale.

Bashkëpunimi me aktorët e zinxhirit të vlerës për porositë e prodhimit duket të jetë një praktikë e zakonshme në sektorin e ushqimeve dhe pijeve, pasi 55% e aktorëve të intervistuar kanë deklaruar se nënkontraktajnë aktorë të tjerë për të përfunduar detyrat. Një numër relativisht më i vogël i kompanive veprojnë si nënkontraktorë për prodhues të tjerë në treg (rreth 25%).

35 OECD, 2021, Multi-dimensional Review of the Western Balkans Assessing Opportunities and Constraints, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

Pavarësisht nga një përqindje relativisht e lartë e kompanive të angazhuara në nënkontraktimin e njëra-tjetrës, NVM-të e intervistuar nxjerrin gjithashtu disa pengesa për një bashkëpunim të zgjeruar. Ndër faktorët kryesorë, madhësia e vogël e tregut, niveli i besimit ndërmjet aktorëve, shkalla e konkurrencës së pandershme si dhe pajtueshmëria e aktorëve të tregut me kontratat, raportohen si pengesat më të rëndësishme.

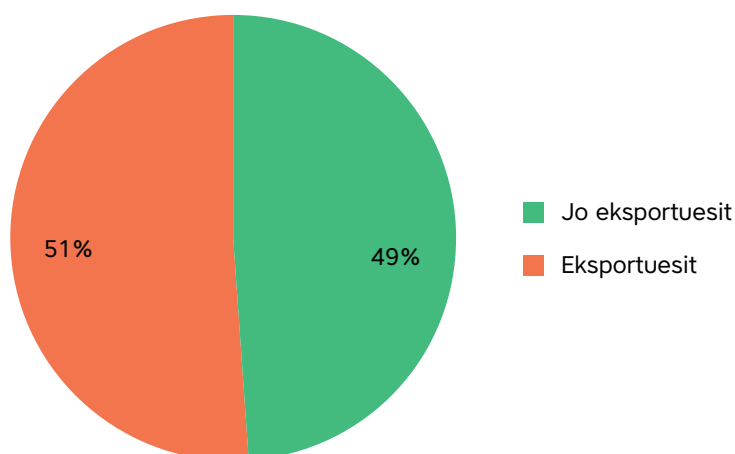
Kompanitë e intervistuar treguan se do të kishin nevojë për trajnime shtesë për vlerën për të përmirësuar më tej kapacitetet njerëzore dhe operacionale që do të kontribuonin në rritjen e kompanisë si në tregun vendas ashtu edhe në atë të eksportit. Lidhur me shkathtësitë dhe trajnimet për të cilat kompanitë kanë nevojë, rezultatet e intervistave tregojnë se NVM-të kryesisht kërkojnë ngritjen e kapaciteteve të stafit për zhvillimin e produkteve të reja, por edhe për logjistikën, menaxhimin e stokut, çmimet etj. nevojiten mekanizma për mbështetjen e investimeve të tyre, ku mekanizmi më i preferuar është grantet financiare. Kjo kërkesë është e arsyeshme kur merret parasysh madhësia e kompanive dhe qarkullimi relativisht i ulët dhe likuiditeti i kufizuar. Shumica e kompanive mund të kenë gjithashtu probleme për të hyrë në financa.

NVM-të e intervistuar konsiderojnë se kostot e brendshme të punës janë relativisht të ulëta, duke paraqitur një avantazh kryesor në kosto. Një konsideratë e ngjashme i kushtohet edhe nivelit të tatimit në Kosovë, i cili gjithashtu paraqet një avantazh në kosto. Liberalizimi i pritshëm i vizave shihet si një mundësi për NVM-të kosovare pasi mundëson një udhëtim më të lehtë në vendet e BE-së, duke kontribuar në një qasje më të mirë në tregjet ku kompanitë synojnë të eksportojnë.

5.3.2 Tregjet Lokale dhe Eksporti

Gjetjet e anketës tregojnë se rreth gjysma e kompanive të intervistuar janë eksportues. Kjo është paraqitur në figurën e mëposhtme dhe si e tillë tregon se sektori është shumë i orientuar drejt eksportit. Grupi i mbetur i ndërmarrjeve, 51% që nuk eksportojnë, renditi mungesën e kapaciteteve, lidhjet dhe kanalet e eksportit si arsye kryesore pse nuk eksportojnë.

Figura 18: Pjesa e eksportuesve dhe joeksportuesve



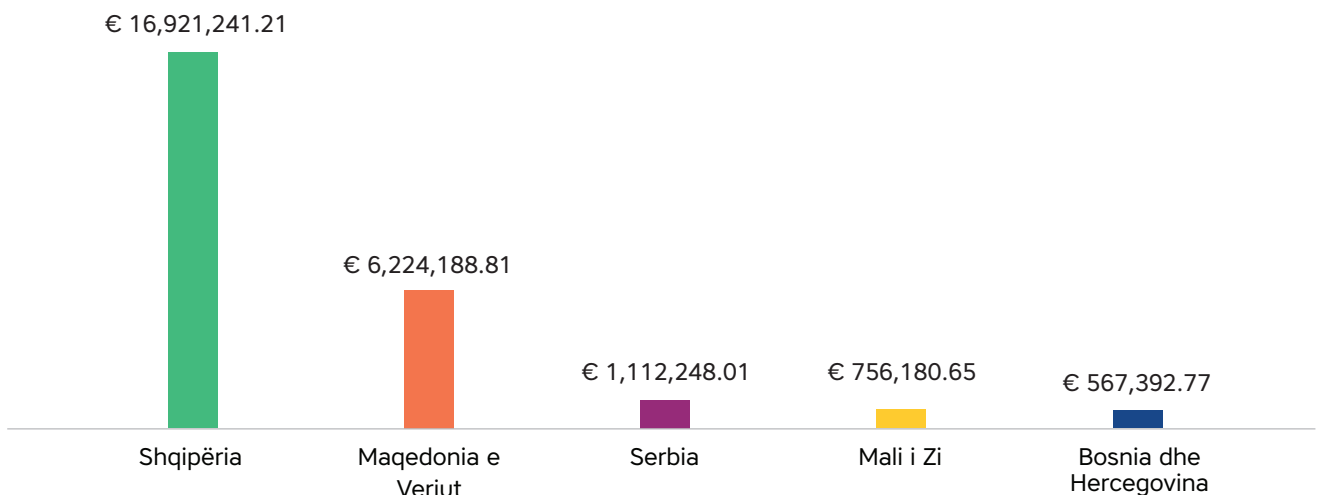
Source: Survey data, authors' calculation

Kur analizohen vendet ku ndërmarrjet kosovare eksportojnë më shumë, siç është paraqitur në Figurën 20, destinacioni kryesor për eksportuesit kosovarë janë vendet e rajonit, duke shtuar më shumë se 35 milionë euro ose 62% të të gjitha eksporteve. Kjo pasohet nga vendet e BE-së, me një shifër eksporti prej 16.5 milionë euro ose 29% të pjesëmarrjes në totalin e eksporteve. Ndërsa vendet e tjera nga pjesa tjetër e botës përbëjnë pak më shumë se 5 milionë euro ose rreth 9% të peshës totale të eksporteve.

Figura 19: Eksportet e sektorit të ushqimit dhe pijeve kosovare, sipas rajoneve, 2021

Burimi: Llogaritja e autorit, Të dhënat e Doganës së Kosovës

Figura 20 paraqet një ekzaminim të mëtejshëm të eksporteve në rajon, i cili tregon se Shqipëria është destinacioni kryesor i eksportit për kompanitë e sektorit të ushqimit dhe pijeve, duke marrë rreth 66% të të gjitha eksporteve në rajon. Shqipëria, si vendi kryesor rajonal i destinacionit për eksport, pasohet nga Maqedonia e Veriut, e cila zë rreth 24% të peshës së eksporteve rajonale. Serbia, Mali i Zi dhe BeH, në përputhje me rrethanat, së bashku shtojnë 10% të pjesës së mbetur të eksportit rajonal për produktet ushqimore dhe pijet e Kosovës.

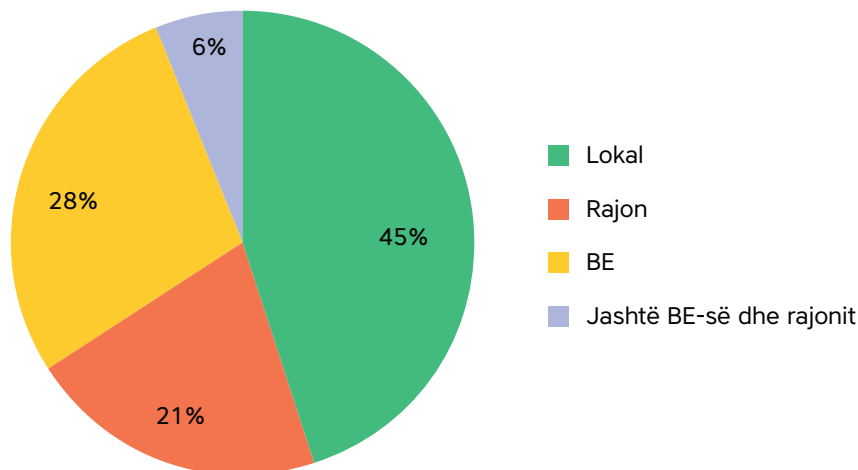
Figura 20: Eksportet e sektorit të ushqimit dhe pijeve kosovare, sipas vendeve, 2021

Burimi: Llogaritja e autorit, Të dhënat e Doganës së Kosovës

Gjermania duket të jetë partneri kryesor eksportues i BE-së, duke marrë rreth 30% të të gjitha produkteve ushqimore kosovare të eksportuara në BE në vitin 2021. Sa i përket vendeve më të largëta, eksportet e ushqimeve dhe pijeve në SHBA kanë arritur në mbi 500.000 € në vitin 2021.

Për më tepër, është interesante të vërehet se rreth 81% e ndërmarrjeve që eksportojnë kanë 20 ose më shumë punëtorë, ndërsa shumica (mbi 70%) e ndërmarrjeve me më pak se 20 punëtorë nuk eksportojnë fare. Duket se ekziston një ndërvarësi e qartë midis një madhësie kritike të ndërmarrjeve për sa i përket numrit të punëdhënësve dhe aftësisë për të eksportuar.

Figura 21: Pjesëmarrja e eksportuesve në treg.



Burimi: Llogaritja e autorit, Të dhënat e Doganës së Kosovës

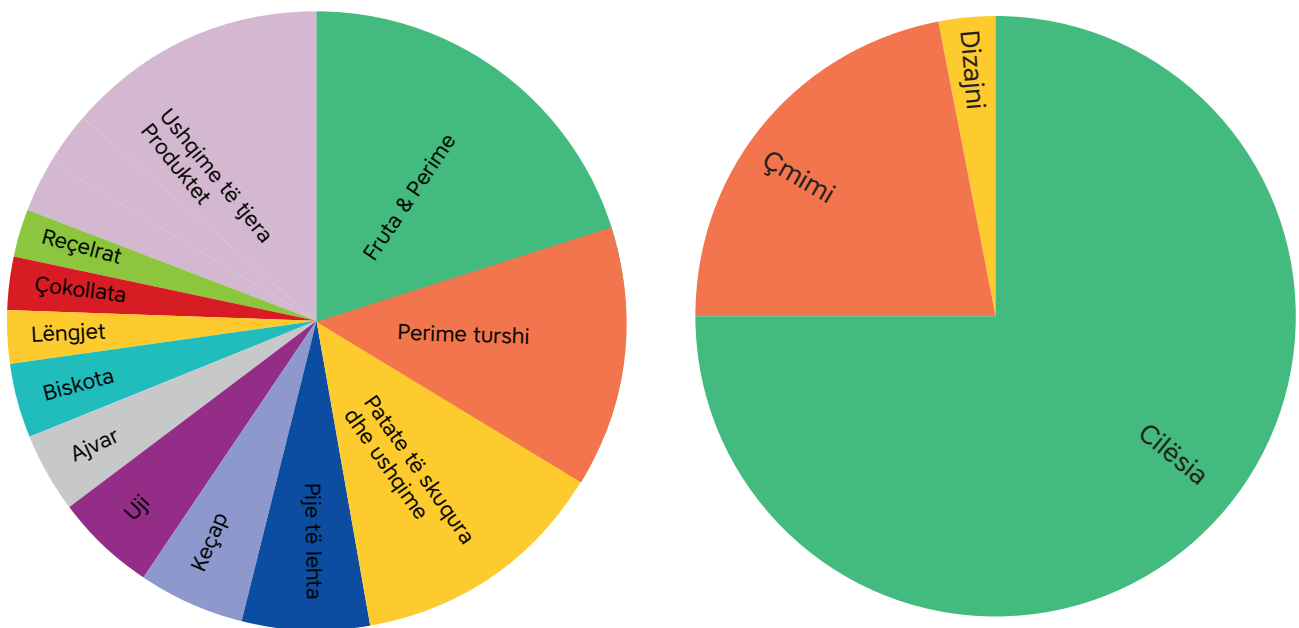
Gjetjet nga anketa me ndërmarrjet e intervistuar tregojnë se në mesin e eksportuesve, pjesa më e madhe e tregut të tyre është eksporti - rreth 55%. Më konkretisht, kompanitë eksportuese të ushqimit shesin rreth 45% të produkteve të tyre në tregun vendas, 28% në tregun e BE-së, 21% në tregun rajonal dhe 6% jashtë në eksporte jashtë BE-së dhe rajonit. Fakti që kompanitë ushqimore kosovare eksportojnë një pjesë të konsiderueshme të produkteve të tyre në tregun e BE-së paraqet një gjetje të rëndësishme. Eksportet e tilla supozohen të jenë produkte me cilësi dhe vlerë të lartë. Dallimi midis pjesës së eksportit të drejtuar në BE midis ndërmarrjeve të mostrës dhe industrisë së përgjithshme mund të shpjegohet me përzgjedhjen e sektorëve ushqimorë dhe vitin e analizës. Të dhënat zyrtare përfshijnë më shumë sektorë të ushqimeve dhe pijeve krahasuar me përzgjedhjen e mostrës si dhe të dhënat zyrtare janë paraqitur për vitin 2021 ndërsa të dhënat e mostrës janë për vitin 2022.

Kur pyetëm për vende specifike të eksportit, është veçanërisht interesante se si Gjermania dominon (me një diferencë të madhe) si destinacion eksporti. Gjermania pasohet nga Shqipëria (me pothuajse gjysmën e frekuencës), Maqedonia e Veriut, Zvicra, Suedia, Mali i Zi, etj. Këto gjetje sugjerojnë se Gjermania është tregu kryesor eksportues i BE-së, ndërsa Shqipëria dhe Maqedonia janë destinacionet dominuese rajonale të eksportit.

Megjithatë, ngjashëm me portofolin e përgjithshëm të produkteve të kompanive kosovare të përpunimit të ushqimit, diversiteti i produkteve të eksportuara duket mjaft i ulët. Siç përshkruhet në Figurën 22a, një pjesë e konsiderueshme e të gjitha produkteve të eksportuara përbëhet nga fruta dhe perime ose perime turshi. Këto dy kategori produktesh ndiqen nga patatinat dhe ushqimet, pijet joalkoolike, ketchup-i, uji, ajvari, etj. Figura 22b tregon se faktorët kryesorë të suksesit pas eksportit të këtyre produkteve janë cilësia (mbizotëruese), e ndjekur nga çmimi dhe dizajni, në një masë shumë më të vogël.

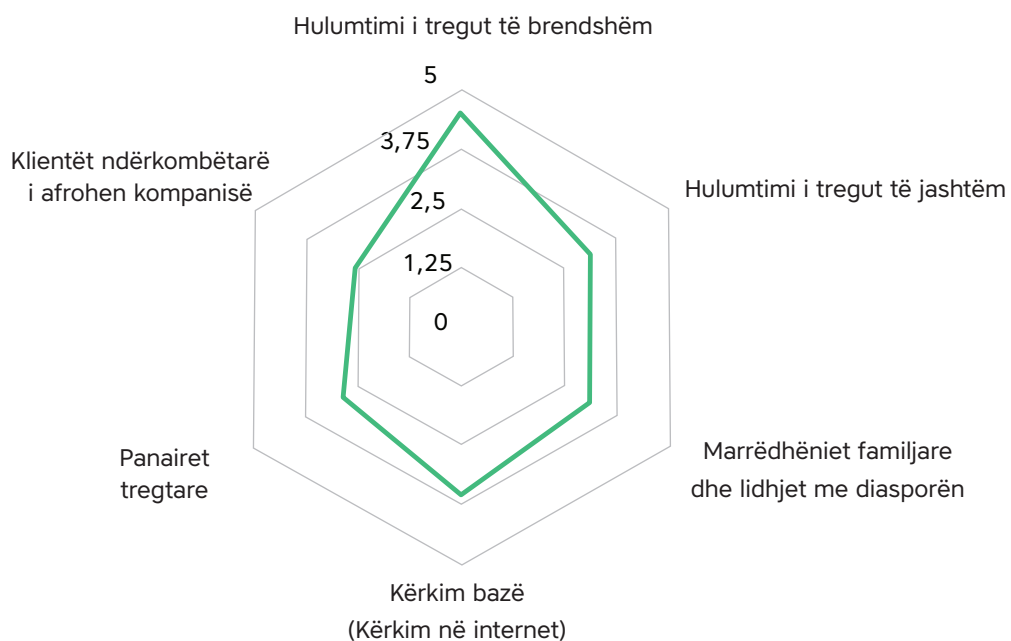
Figura 22: (a) Eksporti i produkteve ushqimore dhe

(b) Faktorët e suksesit të eksportit



Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e vetë autorëve

Figura 23 paraqet metodat që aplikojnë kompanitë e prodhimit të ushqimit dhe pijeve në Kosovë për të hyrë në tregje të reja dhe për të identifikuar klientët. Metoda më e përdorur është hulumtimi i tregut, i kryer kryesisht brenda vendit. Përdorimi i kërkimit bazë përmes internetit për tregun dhe klientët potencial është vlerësuar si metoda e dytë më e përdorur. Dy metoda të tjera, hulumtimi i tregut të jashtëm dhe përdorimi i lidhjeve me diasporën janë të një rëndësie mesatare.

Figura 23: Qasja në treg dhe mjetet e identifikimit të klientit

Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e autorëve

Konkurrueshmëria e biznesit ishte një aspekt tjetër që u vlerësua gjatë intervistave me ndërmarrjet e ushqimit dhe pijeve. Kjo u bë duke aplikuar një vlerësim të ngjashëm me shkallën Likert (nja 1 deri në 5) për një vetëvlerësim të përparësive konkurruese. Aspekti më i vlerësuar për sa i përket përparësive konkurruese është cilësia, me një vlerësim prej 4.88 nga 5 (Figura 24a). Pothuajse të gjitha ndërmarrjet e intervistuaranë dakord se cilësia e produktit të tyre është përparësia e tyre më e fortë. E njëjta gjë vlen edhe për përparësitë konkurruese për tregun e eksportit, por në një masë pak më të vogël, ku cilësia është vlerësuar me 4.67 nga 5. Në përgjithësi, ndërmarrjet kanë vetëvlerësim të lartë për sa i përket konkurrencës për tregun vendor. Vlen të theksohet se ndërmarrjet kanë treguar se pronat inovative dhe unike janë mangësitë e tyre konkurruese në lidhje me tregun vendor. Nga ana tjetër, vetë-vlerësimi për tregun e eksportit është në përgjithësi më i ulët (Figura 24b). Disa nga elementët, si aftësia për të furnizuar pjesë të vogla me dorëzim të shpejtë, janë përshkruar si mangësi nga shumë ndërmarrje.

Figura 24: Konkurrueshmëria e biznesit (a) Përparësitë konkurruese për tregun vendas dhe (b) Përparësitë konkurruese për tregun e eksportit



Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e autorëv

Ekziston një perspektivë jashtëzakonisht pozitive për rritjen e eksporteve. Mbi 92% e ndërmarrjeve të intervistuar mendojnë se do të rrisin shitjet e tyre eksportuese në tre vitet e ardhshme, ndërsa 8% e mbetur mendojnë se niveli i eksporteve do të mbetet i njëjtë. Asnjë nga kompanitë nuk pret që eksportet e tyre të produkteve ushqimore të bien në tre vitet e ardhshme. Nga ata që kanë një perspektivë pozitive, jepet një parashikim për një rritje mesatare të ekspertëve për 30%.

5.4 Burimet Njerëzore

Sektori duket se ka një trend pozitiv të rritjes së punësimit. Rezultatet e hulumtimit tregojnë se kompanitë e sektorit, mesatarisht, kanë rritur punësimin me rreth 17% në vitin 2021 krahasuar me një vit më parë. Rritja përkatëse reflekton edhe rimëkëmbjen e pritur dhe rritjen e shitjeve në periudhën pas pandemisë, pas rritjes së përgjithshme të kërkesës. Për sa i përket strukturës së punësimit, në përgjithësi dominojnë meshkujt. Gratë përbëjnë vetëm rreth 29% të të gjithë të punësuarve.

Shumica e të punësuarve në këtë sektor kanë arsim të mesëm ose më të lartë. Rreth 32% kanë një diplomë terciare dhe rreth 63% një diplomë të arsimit të mesëm. Megjithatë sektori përfshin një pjesë të madhe të

funksioneve të punës me kualifikim të ulët, vetëm rreth 5% kanë një diplomë të arsimit fillor.

Sa i përket pagave, rreth 85% e kompanive të intervistuar kanë treguar se paguajnë një pagë mesatare të industrisë, ndërsa vetëm rreth 15% kanë treguar se paguajnë paga më të larta se mesatarja e industrisë. Në përgjithësi, pagat e paguara nga kompanitë kosovare të ushqimit dhe pijeve janë relativisht të ulëta, por me një presion në rritje për të rritur pagat për shkak të mungesës së fuqisë punëtore në treg. Rritja e kostove të punës do të ndikojë negativisht në përparësinë e kostos globale të prodhuesve kosovarë. Megjithatë, sistemi i tatimeve kosovare ende paraqet një përparësi lidhur me koston në krahasim me BE-në dhe vendet e tjera.

Rreth 30% e të intervistuarve kanë konfirmuar se kanë probleme serioze për të gjetur punëtorë. Emigrimi është faktori kryesor që po shkakton mungesën e punonjësve në treg. Problemet kryesore me të cilat përballen kompanitë janë gjetja e punëve sezonale, të cilat duket se tërhiqen edhe nga tregjet rajonale sezonale të punës, si Mali i Zi dhe Kroacia. Në përgjithësi, kompanitë kërkojnë punonjës të kualifikuar dhe të pakualifikuar. Profesione kryesore që tregohen se mungojnë në treg përfshijnë ndër të tjera: menaxher prodhimi, teknolog ushqimor, operator makinerish dhe agjentë shitjesh.

Situata e shkaktuar nga pandemia Covid-19 ndikoi në ndryshimet në praktikat e menaxhimit të punës, duke frymëzuar shumicën e kompanive që të fillojnë të aplikojnë shitjet online. Duke parë tendencat e tregut, rritja e mëtejshme e dixhitalizimit të kompanive në sektorin e ushqimeve dhe pijeve do të kërkojë edhe më shumë shkathtësi dhe kompetenca të TI-së. Ka të ngjarë që ky trend të ushtrojë edhe më shumë presion mbi kompanitë për të gjetur punëtorë të kualifikuar. Rritja e automatizimit të prodhimit rrit kërkesën për operatorët e makinerive me njohuri në shkathtësitë mekatronike. Përveç shkathtësive të tilla më të lidhura me TI-në, kompetenca/profesionet e tjera, më shumë ndërsektoriale, kërkojnë nga sektori i ushqimit dhe pijeve, si studiuesit e tregut, menaxhmenti i mesëm, teknologjia e prodhimit të ushqimeve dhe pijeve, biokimistë ose vlerësimi i konformitetit³⁶. Duke qenë se profesione të lidhura me TI-në janë shumë të kërkuara në treg, kjo mund të bëhet një nga kufizimet për rritjen e mëtejshme të kompanive më të vogla, pasi punëtorët me shkathtësi të përshtatshme kërkojnë paga më të larta, një kusht që mund të jetë i vështirë për t'u përbushur nga prodhuesit e vegjël.

5.5 Inovacioni dhe dixhitalizimi

Në tre vitet e fundit, rreth 34% e kompanive kanë ndërmarrë investime për të nxitur inovacionin dhe dixhitalizimin (Figura 25). Megjithatë, investimi në zhvillimin e produktit duket shumë më i lartë, me rreth 51% të kompanive që kanë prezantuar produkte të reja. Siç tregohet në figurën 25, 67% e kompanive që kanë prezantuar produkte të reja konsiderojnë se produktet përkatëse paraqesin një risi për tregun, një intensitet relativisht të lartë të produkteve me një shkallë më të lartë risie, ndërsa pjesa tjetër kanë prezantuar produkte që tashmë kanë qenë prezentë në treg. Një intensitet i shtuar i inovacionit reflekton se kompanitë po përpiqen gjithnjë e më shumë të konkurrojnë me konkurrentët ndërkombëtarë.

36 shih gjithashtu: KIESA / Republika e Kosovës, 2017, Vlerësimi i nevojave për trajnim të NMVM-ve të Kosovës, <https://kiesa.rks-gov.net/desk/inc/media/88FFC055-F8CE-417C-A1D9-C57AEE8C8563.pdf>

Figura 25: Pjesa e ndërmarrjeve që kanë investuar ndjeshëm në inovacion gjatë tri viteve të fundit

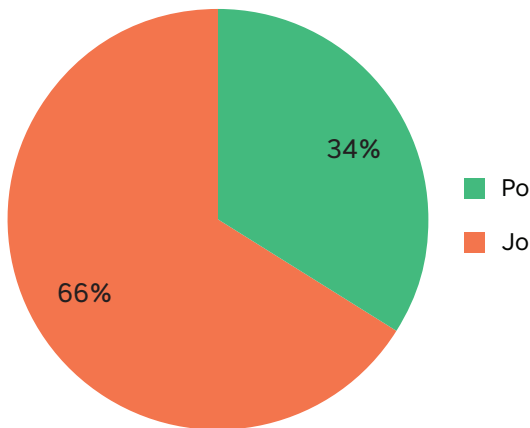
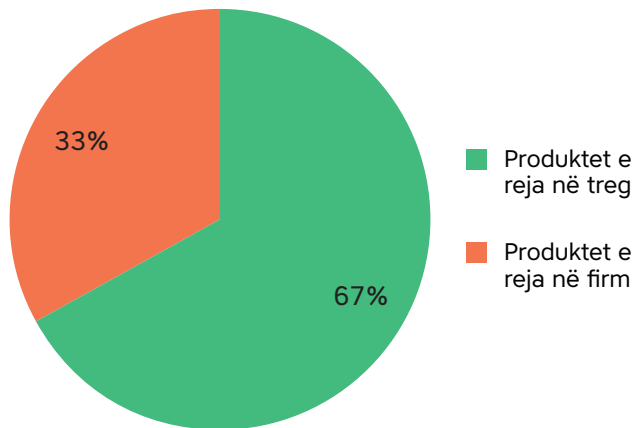


Figura 26: Shkalla e rrisë së inovacionit të produkteve të reja



Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e autorëve

Prodhuesit kosovarë të ushqimit ndoqën trendin e kërkesës globale për produkte ushqimore të shëndetshme, duke investuar në futjen e çajrave të rinj organikë, frutave të thata, bareve të frutave etj. Investime të tilla kërkojnë ekspertizë të teknologjisë ushqimore si një përbërës kyç i inovacionit. Megjithatë, kompanitë deklaruan se kanë investuar kryesisht në linja të reja të procesimit ose kanë makineri të përmirësuar. Këto investime çuan në automatizimin dhe rritjen e kapacitetit të tyre prodhues dhe përmirësimin e cilësisë së produkteve. Në përpjekjet e tyre për inovacion, kompanitë gjithashtu dixhitalizuan ose përmirësonin platformat e tyre të shitjes (për shembull, duke i bërë faqet e tyre të internetit dhe kanalet e mediave sociale më efektive dhe tërheqëse.

Ndër barrierat kryesore për të mos investuar në inovacion, kompanitë kanë treguar burimet e tyre të kufizuara financiare, mungesën e mbështetjes nga qeveria dhe rritjen e pasigurisë në treg për shkak të kufizimeve të vazhdueshme të shkaktuara nga masat kundër pandemisë Covid-19, si dhe pasigurinë e fundit të tregut global të shkaktuar nga lufta në Ukrainë³⁷.

Është e rëndësishme të theksohet se rreth 70% e kompanive që kanë investuar në zhvillimin e produkteve të reja e kanë bazuar procesin e tyre të kërkimit dhe zhvillimit ekskluzivisht në burimet e tyre të brendshme. Vetëm rreth 30% kanë aplikuar një qasje të hapur inovacioni, duke shfrytëzuar njohuritë e akterëve të tjerë, kryesisht duke bashkëpunuar me furnitorët dhe shpërndarësit, por në rreth 10% të rasteve edhe me universitetet.

Këto gjetje më tej tregojnë se bashkëpunimi për inovacion është relativisht i ulët. Duke marrë parasysh njohuritë e kufizuara në treg, bashkëpunimi me aktorë të tjerë në industri është vendimtar për inovacionin, veçanërisht me universitetet dhe institucionet kërkimore. Kompanitë kryesisht mbështeten në ekspertizën ndërkombëtare kur angazhohen në zhvillimin e një recete të re ose një produkti të ri me një shkallë më të lartë risie.

Për sa i përket nivelit të dixhitalizimit në kompani, shumica e të anketuarve konsiderojnë se niveli i tyre i dixhitalizimit është në përputhje me nevojat dhe trendet e tregut. Megjithatë, seminari i vlefshmërisë zbuloi se ky vetë-perceptim nuk është domosdoshmërisht në përputhje me realitetin, pasi shumë të intervistuar ka të ngjarë të mos ishin të vetëdijshëm për kompleksitetin e proceseve të prodhimit të dixhitalizuar mirë

37 OECD, 2021, Multi-dimensional Review of the Western Balkans Assessing Opportunities and Constraints, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

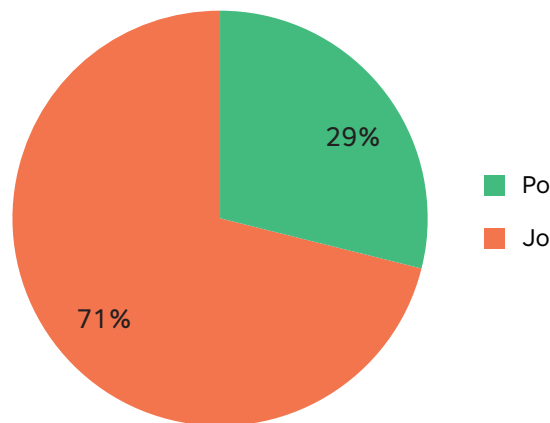
në sektorin e ushqimit dhe pijeve.

5.6 Peizazhi i rrjetëzimit

Shumica e kompanive në sektorin e ushqimit dhe pijeve operojnë individualisht dhe pa asnjë bashkëpunim formal. Vetëm rreth 29% e kompanive të sektorit të intervistuar kanë deklaruar se kanë një marrëdhënie formale me një nga shoqatat ekzistuese të biznesit në Kosovë. Shumica e atyre që kanë një marrëdhënie formale janë anëtarë të PePeKo dhe Organika. Më pak se 10 kompani gjithashtu raportuan se ishin anëtarë të Shoqatës Esnaf dhe Klubit të Prodhuesve të Kosovës.

Është e rëndësishme të theksohet se në mesin e 71% të kompanive që nuk janë anëtare të asnjë shoqate biznesi, shumica dërrmuese nuk kanë asnjë informacion për ekzistencën e shoqatave të lidhura me sektorin dhe se financimi dhe tarifat e anëtarësimit janë gjithashtu një pengesë. Gjithashtu, disa firma të intervistuar tregojnë se largimi nga kryeqyteti i Kosovës është një pengesë tjetër pasi nuk kanë bashkëpunim të shpeshtë dhe nuk kanë qasje në informacion.

Figura 27. Përqindja e NVM-ve që janë anëtare të organizatave të biznesit



Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e autorëve

Kompanitë që janë anëtare të njërës prej shoqatave të biznesit konsiderojnë se kjo u sjell atyre përparësi në drejtim të qasjes më të mirë në informacionin e tregut, rrjetëzimit dhe promovimit të përbashkët në panairë ndërkombëtare. Ndërsa kuotat e anëtarësimit konsiderohen si disavantazhi më i madh për të qenë anëtar i një shoqate të caktuar.

Megjithatë, përkundër faktit se shumica e të anketuarve nuk ishin aktivë në shoqatat e sektorit apo rrjetet rajonale, rreth 86% e të intervistuarve e konsideruan afërsinë me furnitorët, kompanitë e transportit dhe aktorë të tjerë si shumë të rëndësishme për zhvillimin e biznesit të tyre. Qëndrimi pranë aktorëve të tjerë konsiderohet se ofron një avantazh të caktuar konkurrues për kompanitë e sektorit. Kompanitë kanë raportuar intensitet më të lartë të bashkëpunimit me qendrat grumbulluese dhe shpërndarësit, e ndjekur nga bashkëpunimi i tyre me furnitorët dhe intensitet më i ulët i bashkëpunimit me zinxhirët e shitjes me pakicë. Kompanitë që nuk janë anëtare të ndonjë prej shoqatave tregojnë të përdorin burimet e tyre dhe gjithashtu të bashkëpunojnë me partnerë dhe kompani të tjera për të adresuar çështje specifike legislative ose çështje të tjera me interes të përbashkët.

Në përgjithësi, gjetjet tregojnë se bashkëpunimi dhe shoqërimi informal është shumë më intensiv se ai formal. Kjo sugjeron që shoqatat aktuale të biznesit të eksplorojnë më tej modelet e tyre të anëtarësimit dhe operacioneve, pasi grupet dhe shoqatat rajonale mund të krijojnë një potencial për të shtrirë një numër shumë më të madh të kompanive të ushqimit dhe pijeve në Kosovë.

6. Politikat mbështetëse dhe rregullimi institucional

Korniza ligjore dhe e politikave që prek sektorin e ushqimit dhe pijeve në Kosovë rregullohet nga ministritë e linjës si MBPZHR, MINT, Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës (MMPHI), Ministria e Financave, Punës dhe Transferit (MFPT), dhe agjencitë e pavarura rregullatore, si AUV.

MBPZHR është përgjegjëse për zhvillimin e politikave të sektorit të bujqësisë, duke mbështetur prodhimin primar si dhe përpunimin në industrinë ushqimore. Kjo ministri ka luajtur një rol shumë të rëndësishëm në mbështetjen e rritjes së sektorit përmes subvencioneve dhe granteve për prodhimin primar, si dhe procesim. Ministria ka rritur fondet për subvencionet dhe grantet e sektorit të bujqësisë dhe ushqimit në baza vjetore, duke kontribuar në rritjen e prodhimit të ushqimit në përgjithësi, qoftë në kultivim apo përpunim. Ministria gjithashtu ka krijuar politika për zbutjen e rrezikut në sektorin agro-ushqimor, siç është lansimi i skemës së sigurimit të të korrave për pak kultura në prodhimin bujqësor në Kosovë.

MINT është institucioni kryesor për mbështetjen dhe promovimin e tregtisë, ndërmarrjeve dhe industrisë. Ai është përgjegjës për zhvillimin e strategjive sektoriale, politikave të sektorit tregtar dhe industrial, si dhe politikave të zhvillimit të MSME-ve dhe sipërmarrjes, ndër të tjera. Nën ombrellën e MINT, disa programe synojnë të mbështesin zhvillimin e sektorit duke ofruar një akses më të madh në njohuri, krijimin e rrjeteve të biznesit, si grupet e industrisë, mbështetjen për dixhitalizimin e MSME-ve, etj. Ndër objektivat kryesore, MINT synon të përmirësojë mjedisin e biznesit nëpërmjet një legjislacioni miqësor ndaj investimeve që krijon një kornizë ligjore për një treg konkurrues dhe një tregti të lirë me vendet e tjera. Disa agjenci të rëndësishme që funksionojnë nën ombrellën e MINT janë renditur më poshtë.

- KIESA promovon potencialin investues të Kosovës dhe mbështet zhvillimin dhe promovimin e ndërmarrjeve në tregjet ndërkombëtare. KIESA gjegjësisht mbështet SME-të e sektorëve të ndryshëm për të marrë pjesë në panaire ndërkombëtare, lehtëson lidhjet me bizneset ndërkombëtare dhe shërben si pikë qendrore për investorët në fazën para dhe pas investimit. KIESA gjithashtu zbaton masa shtesë mbështetëse për SME-të, duke ofruar grante investimi, duke mbështetur kompanitë me ekspertizë njo-hurish dhe shërbime mbështetëse të biznesit, duke lehtësuar certifikimet me standarde të cilësisë, etj.
- Agjencia e Pronësisë Industriale (API), është përgjegjëse për mbrojtjen ligjore të inovacionit, markës tregtare, projektimit industrial dhe përcaktimit të origjinës, treguesve gjeografikë dhe topografive të qarqeve të integruara, ndër të tjera. Ndër përgjegjësitë e tjera, IPA zhvillon procedurat për lëshimin e patentave dhe për forma të tjera të mbrojtjes ligjore të pronësisë industriale.
- Agjencia Kosovare e Standardizimit (AKS) është organi kombëtar që është përgjegjës për vendosjen e standardeve dhe harmonizimin e tyre, duke përafruar praktikën e infrastrukturës së cilësisë me ato të BE-së, duke reduktuar barrierat teknike në tregti. Si rezultat, stimulon zhvillimin ekonomik, duke krijuar bazën për konkurrencë të ndershme. Objektivi kryesor i ASK-së është mbrojtja e qytetarëve nga çdo rrezik i konsumit të përditshëm të produkteve të pa standardizuara dhe të pakontrolluara.
- Agjencia Kosovare e Metrologjisë (AKM) është përgjegjëse për ruajtjen, zhvillimin dhe përdorimin e njësive

matëse standarde. Agjencia siguron ekuivalencën e njësive matëse standarde dhe pranimin ndërkom-bëtar, ofron shërbime kalibrimi dhe mbron konsumatorët duke organizuar inspektime matëse në terren.

- ARBK operon në kuadër të MINT si institucioni i vetëm përgjegjës për regjistrimin e bizneseve kosovare. Agjencia mbështet regjistrimin e biznesit përmes një sistemi elektronik të të dhënave, duke e bërë regjistrimin e biznesit më të shpejtë dhe pa kosto përmes lidhjeve të zgjidhjeve komunale të regjistrimit “one-stop-shop”.

MMPHI është institucioni përgjegjës qeveritar për infrastrukturën, planifikimin hapësinor dhe çështjet mjedisore. Ministria po ndjek nismën e udhëhequr nga BE për promovimin e ekonomive të gjelbra dhe është palë nënshkruese e Agjendës së Gjelbër për Ballkanin Perëndimor (AGjBP)³⁸. Si të gjitha vendet e tjera të Ballkanit, ajo është zotuar të punojë për përmirësimin e legjislacionit me synimin për ta përafuar atë me Ligjin e BE-së për Klimën, i cili ndër të tjera nënkupton edhe synimin e vizionit të BE-së për dekarbonizimin e sektorit të energjisë deri në vitin 2050³⁹. Politikat që mbështesin prodhimin miqësor ndaj mjedisit dhe rritjen e përdorimit të energjisë së ripërtëritshme do të kenë ndikim edhe te prodhuesit e ushqimit në Kosovë. Politika të tilla në afat të gjatë do të krijojnë stimuj për investime në teknologjitë e prodhimit të qëndrueshëm dhe mund të rrisin modelet e ekonomisë rrethore në nivel kompanie. Pritet një rritje e kërkesës për produkte që do të prodhohen në mënyrë të qëndrueshme që plotësojnë standardet mjedisore. Tendenca të tilla të kërkesës do të ushtrojnë gjithashtu presion mbi prodhuesit për të investuar në prodhime miqësore me mjedisin. MMPHI mund të miratojë politika që nxisin kompanitë lokale të ushqimit të investojnë në përmbushjen e kërkesave mjedisore.

MFPT është përgjegjëse për institucionet ligjore për tatimin dhe politikën fiskale në Kosovë. Vlen të theksohet se politika fiskale bazohet në praktikën e mira të BE-së dhe perceptohet si miqësore për biznesin nga sektori privat në Kosovë. Dogana e Kosovës është përgjegjëse për zbatimin e rregulloreve mbi doganat, veçanërisht për mbledhjen e detyrimeve doganore si dhe pasqyrën e tregtisë dhe mbrojtjes së markave tregtare dhe të tjera. Pasi që Kosova operon sipas marrëveshjeve të Marrëveshjes së Tregtisë së Lirë të Evropës Qendrore (CEFTA) dhe aspiron integrimin në BE, Dogana e Kosovës funksionon në përputhje me standardet e BE-së. Marrëveshja CEFTA promovon dhe lehtëson eksportin e produkteve ushqimore dhe pijeve. Nënshkruesit e CEFTA-s mund të konsiderohen si partnerë preferencialë të BE-së. Megjithatë, vendet që veprojnë sipas marrëveshjes CEFTA duhet të sigurojnë që standardet sanitare dhe fitosanitare janë përmbushur dhe monitoruar siç duhet⁴⁰.

AUV zbaton politikat e Qeverisë së Republikës së Kosovës lidhur me mbrojtjen e shëndetit të kafshëve dhe bimëve. Nëpërmjet tyre dhe kontrolli kufitar synon ruajtjen e shëndetit publik duke garantuar ushqim të sigurt. AUV ka mandat të garantojë sigurinë e duhur ushqimore në të gjitha fazat për të mbrojtur interesat e konsumatorëve. Siguron që ushqimi që hidhet në treg si dhe ushqimi i dedikuar për eksport është në përputhje me kërkesat e sigurisë, etiketimit dhe kërkesat tjera të detyrueshme, të përcaktuara me legjislacionin e Republikës së Kosovës. Informacione të mëtejshme janë dhënë në Kapitullin 6.3.

6.1 Promovimi dhe Mbështetja e Investimeve

Promovimi i investimeve është një nga objektivat kryesore në përpjekjet kombëtare për të mbështetur zhvillimin e sektorit privat. Sipas vlerësimeve të fundit, investimet e huaja direkte (IHD) në Kosovë në vitin 2021 ishin 415 milionë euro krahasuar me shifrën e vitit 2020 prej pak më shumë se 340 milionë euro⁴¹.

38 Deklarata e Sofjes për Agjendën e Gjelbër për Ballkanin Perëndimor <https://www.rcc.int/docs/546/sofia-declaration-on-the-green-agenda-for-the-western-balkans-rn>

39 Ligji Evropian i Klimës <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1119&from=EN>

40 Komisioni Evropian, 2020, 2020 Report on Implementation of EU Trade Agreements, https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2020/november/tradoc_159039.pdf

41 Investimet e Huaja Direkte në Kosovë, 2021, Banka Qendrore e Republikës së Kosovës, <https://bqk-kos.org/statistikat/se-rite-kohore/>

Kjo shkon në përputhje me intervistat e shumë palëve të interesit që konfirmuan se Kosova është bërë një vend më tërheqës për investitorët evropianë gjatë viteve të fundit. Rritja e afërsisë dhe fakti që Kosova konsiderohet të jetë një pikënisje premtuese për të hyrë në tregun e Ballkanit Perëndimor duket se është arsyeja mbizotëruese e kësaj tendence. Veçanërisht në sektorët e ushqimit dhe pijeve, TIK-ut, infrastrukturës, energjisë dhe përpunimit të drurit, IHD-të janë rritur në të kaluarën e afërt. Bazuar në avantazhin e burimeve natyrore, traditës së fortë bujqësore dhe subvencioneve/granteve që qeveria ofron për sektorin e bujqësisë, KIESA e rendit Përpunimin dhe Paketimin e Ushqimit si një nga sektorët kryesorë me potencial investimi.

Programi i Qeverisë 2021-2022 synon të rishikojë disa fusha si dhe politika. Këto përfshijnë kuadrin ligjor për investimet strategjike, promovimin e zonave ekonomike, ndërtimin e reformave institucionale dhe hartimin e politikave për të nxitur investimet sipas Agjendës së Reformës Evropiane.

Ligjet dhe rregulloret përkatëse janë miratuar sipas standardeve ndërkombëtare siç janë politikat dhe kornizat ligjore në lidhje me IHD-të, si Ligji për Investimet e Huaja Direkte i miratuar në 2014 ose Ligji i 2017 për Investimet Strategjike. Është e rëndësishme të theksohet se Ligji për Investimet Strategjike liston disa industri që kanë potencial strategjik. Këto industri, ndër të tjera, përfshijnë sektorin e bujqësisë dhe ushqimit dhe pijeve, si dhe energjinë, infrastrukturën, industrinë e pro/dhimit, shëndetin, minierat, transportin dhe telekomunikacionin, turizmin dhe menaxhimin e mbetjeve. Ligjet dhe rregulloret e tjera që në mënyrë direkte dhe indirekte sigurojnë korniza ligjore më gjithëpërfshirëse janë e. g. Ligji për pagesat e vonuara në transaksionet tregtare, Ligji për falimentimin, Ligji për parandalimin e pastrimit të parave dhe luftimin e financimit të terrorizmit dhe Ligjin për fondin e garancisë së kredisë.

Megjithëse janë bërë përpjekje të konsiderueshme për të përmirësuar kushtet kornizë për IHD (s. Kapitulli 6.1), ka disa faktorë që pengojnë progresin e mëtejshëm. Këta faktorë përfshijnë vonesat në integrimin rajonal dhe global, paqëndrueshmërinë politike, korrupsionin, mospërputhjen e furnizimit me energji, sektorin informal, sfidat në sigurimin e mbrojtjes së të drejtave pronësore dhe faktin që shumë ligje nuk zbatohen siç duhet. Intervistat e palëve të interesit zbuluan se investitorët e huaj kanë perceptime pozitive në raport me blerësit, furnitorët dhe klientët, ndërsa nga ana tjetër, investitorët e huaj kanë perceptime negative në lidhje me jostabilitetin politik, gjë që ndikon në vendimin e tyre për të investuar në Kosovë.

Kosova vazhdon të ketë shkallë të ulët të investimeve. KIESA si agjenci kombëtare mbështet investitorët dhe promovon potencialin investues të Kosovës. Me qëllim të përmirësimit të kushteve të biznesit dhe promovimit për tërheqjen e investitorëve të huaj, u krijua një Platformë për Dialog ndërmjet Qeverisë së Kosovës dhe Investitorëve, si dhe disa organe shtesë, si Këshilli Kombëtar për Ekonomi dhe Investime (KKIE) ose Agjencia për Garanci të Investimeve Shumëpalëshe (MIGA)⁴². Janë arritur edhe disa marrëveshje ndërkombëtare që synojnë përmirësimin e kushteve tregtare dhe rrjedhimisht krijimin e një klime më të favorshme për investime, si Marrëveshja e Stabilizim Asociimit (MSA), marrëveshja CEFTA ndërmjet vendeve të rajonit dhe marrëveshjet bilaterale ndërmjet Kosovës dhe disa shteteve për tatimin e dyfishtë (duke ofruar përjashtime për disa lloje të dividendëve dhe interesave, ndër të tjera).

Koordinimi joefikas institucional i organeve të ndryshme qeveritare mbetet një nga burimet e investimeve të ulëta në Kosovë⁴³. Gjithashtu, institucionet që janë të ngarkuara me tërheqjen e IHD-ve, si KIESA, u mungojnë kapacitetet dhe burimet njerëzore/financiare për të menaxhuar për shkak të roleve që duhet të luajnë. Ky vëzhgim u konfirmua nga intervista të ndryshme të palëve të interesit.

42 Ekonomia e Tregut të Lirë (IFME) (2019). Investimet e Huaja Direkte në Kosovë. Raporti i Kërkimit të Klimës së Investimeve, Potencialleve dhe Barrierave nga Instituti për Ekonominë e Tregut të Lirë (IFME)

43 OECD (2021), "Profili i Kosovës", në Konkurrueshmërinë në Evropën Juglindore 2021: Një Perspektivë Politike, Botim i OECD, Paris. DOI: <https://doi.org/10.1787/573f3543-en>

Kosova renditet e 12-ta nga 190 vende për sa i përket lehtësisë së fillimit të një biznesi, për shkak të përmirësimeve në lehtësinë e të bërit biznes dhe lehtësimin e shërbimeve dhe aktiviteteve vijuese⁴⁴. Zhvillimet e fundit të lidhura me pandeminë Covid-19 dhe luftën në Ukrainë mund ta bëjnë Kosovën më interesante për IHD, veçanërisht pas rritjes së kërkesës globale për ushqim. Kryesisht, sepse blerësit që më parë kanë marrë burime nga Ukraina dhe Rusia janë në kërkim të furnitorëve të rinj dhe ata nga rajoni i Ballkanit Perëndimor, si Kosova, janë në krye të agjendës së blerësve. Për më tepër, trendi i rritjes së afërsisë hapë perspektiva të shkëlqyera për prodhuesit kosovarë të ushqimit dhe pijeve për shkak të afërsisë me tregjet evropiane. Përveç kësaj, prodhuesit kosovarë të ushqimit dhe pijeve janë të lidhur mirë me rrjetet e biznesit të krijuara nga diaspora e Kosovës, veçanërisht në BE dhe Zvicër, duke ofruar një potencial të madh për tërheqjen e IHD-ve.

6.2 Mbështetja e Konkurrueshmërisë dhe Inovacionit

Stimulimi i konkurrueshmërisë dhe inovacionit mund të arrihet në mënyra të ndryshme. Nga njëra anë, përmes kushteve kornizë që e bëjnë më të lehtë për kompanitë të mbijetojnë në konkurrencën kombëtare dhe ndërkombëtare. Nga ana tjetër, përmes të ashtuquajturës mbështetje institucionale (pra institucione që këshillojnë dhe mbështesin kompanitë në fusha të ndryshme). Një qasje e tretë janë programet e financimit publik që promovojnë konkurrencën e akterëve në sektorin e ushqimit dhe pijeve.

Sipas Treguesve të Bankës Botërore të Bërit Biznes, Kosova renditet në vendin e 57 nga 190 shtete. Sipas këtyre treguesve, kushtet kornizë për fillimin e një biznesi të ri janë shumë të mira (që renditet në vendin e 12-të), ndërsa në fusha të tjera, si marrja e energjisë elektrike (renditet në numrin 90) apo trajtimi i lejeve të ndërtimit (që renditet në numrin 160) mbetet një sfidë⁴⁵.

Përveç mjedisit institucional të favorshëm për mbështetjen e konkurrencës së ndërmarrjeve të dhëna në Kapitullin 6.1, ekzistojnë disa mekanizma të tjerë për të mbështetur ndërmarrjet përmes shërbimeve institucionale për NMVM-të inovative janë Qendra e Inovacionit në Kosovë (ICK), Gjirafa Lab, ndër të tjera. Për shembull, ICK ofron shërbime të veçanta trajnimi dhe ofron kurse të cilësisë së lartë të orientuara nga tregu, duke përmirësuar aftësitë e fuqisë punëtore të përgjithshme. Këto skema trajnimi variojnë nga marketingu deri në skemat e trajnimit të sigurisë kibernetike. Këto institucione janë të bazuara në donatorë, për shembull ICK përmes programeve donatore norvegjeze, suedeze dhe gjermane dhe granteve të BE-së. Gjirafa Lab mbështetet nga USAID-i, ndërsa Qendra Inovative Jakova është themeluar nga Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë (MINT) me mbështetjen e Ambasadës Amerikane në Kosovë..⁴⁶ ADK ofron shërbime të teknologjisë ushqimore për NMVM-të e sektorit, qofshin ato me shërbime të brendshme apo laboratorike për ndërmarrjet në sektorin e ushqimit dhe pijeve.

Për sa i përket mbështetjes programore për konkurrencën dhe inovacionin, ekzistojnë vetëm mekanizma të kufizuar qeveritar. Një pengesë kyçe është ligji i munguar për Inovacionin si dhe Ligji për Fondet e Investimeve, të cilat janë parakushte për një angazhim më të fortë publik në mbështetjen e inovacionit. Siç është dhënë në kapitullin 6.1, shumica e skemave të mbështetjes publike përqendrohen në promovimin e eksporteve dhe jo në mbështetjen e inovacionit. Në 2018/2019 u zhvillua një Strategji Kombëtare për Inovacionin dhe Sipërmarrjen, por asnjëherë e mbështetur me skema apo ndërhyrje të dedikuara mbështetëse.

Deri më tani, prodhuesit e ushqimeve dhe pijeve janë mbështetur kryesisht përmes granteve të ofruara

44 ibid

45 Indeksi i Bankës Botërore për lehtësinë e të bërit biznes, 2019, <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/k/kosovo/KSV.pdf>

46 OECD/ETF/BE/BERZH (2019), Indeksi i Politikave të NVM-ve: Ballkani Perëndimor dhe Turqia 2019: Vlerësimi i Zbatimit të Aktit të Biznesit të Vogël për Evropën, Indeksi i Politikës së NVM -ve, Botimi i OECD, Paris . <https://doi.org/10.1787/g2g9fa9a-en>

nga MBPZHR, të cilat kanë kontribuar në një shkallë të inovacionit në proceset e prodhimit, modernizimin e objekteve përpunuese dhe futjen e produkteve të reja. MBPZHR ka dy programe të dedikuara për mbështetjen e sektorit bujqësor dhe ushqimor: Programin e Pagesave Direkte dhe Programin për Zhvillim Rural⁴⁷. Pagesat direkte janë rritur nga rreth 26 milionë euro në vitin 2016 në rreth 67 milionë euro në vitin 2020. Buxheti i programit u dyfishua më shumë në vitin 2020, si një nga masat për të trajtuar situatën ekonomike të krijuar nga pandemia Covid-19.

Për të mbështetur rritjen e përgjithshme të sektorit ushqimor, ofrohen subvencione të drejtpërdrejta për kultivimin e produkteve të lidhura me bujqësinë, për sipërfaqe të kulturave të kultivuara, për kokë bagëti, për inputet, kantinat e verës si dhe sigurimin e të korrave. Subvencionet për sipërfaqe prodhimi kryesisht mbështesin rritjen e sipërfaqes së kultivuar por jo domosdoshmërisht rritjen e produktivitetit në sektor. Janë pilotuar subvencionet lidhur me rendimentin që nxisin cilësinë dhe produktivitetin, si në rastin e mjedrës apo prodhimit të qumështit, por masat mbështetëse që ndikojnë në rritjen e produktivitetit në sektorin e bujqësisë janë të kufizuara.

Skemat e granteve të MBPZHR-së, në kuadër të programit të zhvillimit rural, kanë mbështetur rritjen e konkurrencës duke bashkëfinancuar investimet në sektorin primar, por edhe në industrinë përpunuese përmes masave të ndryshme programore. Këto masa përfshijnë investime në asete fizike, në bujqësi, përpunim dhe tregtim të produkteve, diversifikimin e bizneseve, si dhe ngritjen e kapaciteteve. Një buxhet prej rreth 21 milionë euro ishte dedikuar për zbatimin e programit të zhvillimit rural 2020/21⁴⁸.

Promovimi i investimeve, nxitja e eksportit dhe skemat mbështetëse për përmirësimin e shërbimeve ofrohen nga KIESA. Agjencia ofron shërbime mbështetëse në ngritjen e bizneseve të reja, si dhe shërbime pas kujdesit. Gjithashtu, KIESA organizon dhe mbulon kostot e ekspozimit në disa panaire ndërkombëtare, duke mundësuar promovimin e produkteve ushqimore vendase në tregjet ndërkombëtare në baza vjetore. E fundit, por jo më pak e rëndësishmja, KIESA mbështet sipërmarrjet përmes skemës së konsulencës së kuponëve, duke u mundësuar kompanive akses më të mirë në njohuri, certifikim të standardeve të cilësisë, përmirësim të marketingut dhe dixhitalizimit, etj.

Përmirësimi i aksesit në financa mbështetet përmes Skemës së Garancisë së Kredive, e cila shërben si një mekanizëm për blerjen e rrezikut, duke i lejuar bankat të japin hua për projekte me rrezik relativisht më të lartë në industrinë e ushqimit dhe pijeve, duke kontribuar në mënyrë indirekte në prezantimin e produkteve dhe teknologjive të reja. Në vitin 2020, si pjesë e planit të rimëkëmbjes Covid-19, Kosova krijoi një Plan gjithëpërfshirës të Rimëkëmbjes Ekonomike në një shumë prej 1.1 miliardë eurosh për të shpërndarë fondet në formën e kredive, granteve dhe subvencioneve. Ndër të tjera, MBPZHR rriti buxhetin për grante dhe subvencione për 5 milionë euro për të stimuluar prodhimin bujqësor gjatë periudhës së Covid-19⁴⁹. Deri në dhjetor 2021, 2105 ndërmarrje kanë përfituar rreth 106 milionë euro kredi dhe 77 milionë euro garanci. Vetëm në sektorin e bujqësisë dhe prodhimit të metaleve, 546 ndërmarrje kanë përfituar kredi të garantuara, me shumën e garancisë rreth 35 milionë euro⁵⁰.

Përveç kësaj, sektori mbështetet shumë nga agjenci të ndryshme donatore, duke përfshirë BE-në, US-AID-in, GIZ-in, Agjencinë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC) dhe donatorë të tjerë. Mbështetja e donatorëve ishte thelbësore për të ndikuar në inovacione dhe për të kontribuar më tej në rritjen e mod-

47 Ministria për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillim Rural, 2020, Raporti i Gjellbër i Kosovës 2020, https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_2020r.pdf

48 po aty.

49 OECD, 2021, Rishikimi shumëdimensional i Ballkanit Perëndimor duke vlerësuar mundësitë dhe kufizimet, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

50 OEC D (2022), Indeksi i Politikës së NVM-ve: Ballkani Perëndimor dhe Turqia 2022; Vlerësimi i Zbatimit të Aktit të Biznesit të Vogël për Evropën, Indeksi i Politikave të NVM-ve, Botime OECD, Paris. [b47d15f0-en.pdf](https://doi.org/10.1787/b47d15f0-en) (oecd-ilibrary.org)

ernizimit, produktivitetit dhe konkurrencës. Nëpërmjet projekteve të ndryshme zhvillimore, kompanitë e sektorit të ushqimit dhe pijeve përfituan nga ekspertiza ndërkombëtare, investimet në teknologji të reja, duke prezantuar linja të reja dhe moderne gjysmëpërpunimi dhe përpunimi, duke çuar në produkte të reja dhe më cilësore. Qasja në tregje të reja, me fokus të fortë në tregjet ndërkombëtare u mbështet gjithashtu nga projekte të lidhura me donatorët.

Programi i fundit i Qeverisë së Kosovës 2021 – 2025, synon marrjen e disa masave që do të çojnë në një transparencë dhe cilësi më të mirë të shërbimeve dhe do të rrisin efektivitetin e administratës për ndërmarrjet dhe qytetarët. Karakteristikat e këtyre ndërhyrjeve janë arritja e dy objektivave kryesore, së pari nëpërmjet përmirësimit të koordinimit ndërinstitucional në lidhje me inspektimet e aktiviteteve të biznesit dhe dixhitalizimit të procesit të inspektimit⁵¹.

Në përgjithësi, këto programe dhe ndërhyrje kanë një fushë të gjerë mbështetjeje, por ende një ndikim të kufizuar për nxitjen e inovacionit. Kosova vazhdon të ketë një nga rezultatet më të ulëta në rajon sa i përket politikës së inovacionit për NMVM-të, megjithëse ka një nivel të lartë të kornizës strategjike për inovacion, por i mungojnë veprimet dhe objektivat konkrete⁵². Skemat e përkushtuara të mbështetjes për të hequr rrezikun e investimeve në inovacion, lehtësimin e transferimit të njohurive ose mbështetjen e bashkëpunimit midis sektorit privat dhe akademik për R&D të përbashkët ose zhvillimin e teknologjisë/produktit për sektorin e ushqimit dhe pijeve nuk janë të vendosura. Rrjedhimisht, ndërmarrjet mbështeten kryesisht në njohuritë e tyre të brendshme, të cilat janë kryesisht të kufizuara. Siç tregohet nga Raporti i fundit i Indeksit të Politikës së SME-ve të OECD-së, investimet publike në kërkime mbeten marginale në 0.1% të PBB-së dhe nuk ka veprime konkrete për të vendosur masa mbështetëse përmes një Fondi Inovacioni dhe Sipërmarrjes⁵³.

6.3 Vlerësimi i Konformitetit dhe Kërkesat e Sigurisë së Eksportit

Testimi dhe certifikimi janë shërbime thelbësore për prodhuesit kosovarë për të siguruar përputhjen me standardet kombëtare ose ndërkombëtare ose për të përmbushur kërkesat e sigurisë. Standardet e sigurisë ushqimore janë veçanërisht të rëndësishme për eksportin e produkteve ushqimore. Kjo vlen edhe më shumë pasi që për sektorin e ushqimit dhe pijeve ekzistojnë shumë standarde të detyrueshme në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar që duhet të përmbushen nga prodhuesit kosovarë.

Prodhuesit kosovarë që eksportojnë në BE sfidohen nga një sistem shumë i komplikuar i vlerësimit të konformitetit në BE. Vendet e BE-së kanë zbatuar standarde të harmonizuara, të cilat janë të përfshira në ligjet kombëtare. Standardet dhe rregulloret e mëposhtme të BE-së duhet të përmbushen çdo eksportues që synon të dorëzojë në BE.

Këto standarde të BE-së lidhur me ushqimin dhe pijet janë të përqendruara në katër fusha kryesore:

- Higjiena e ushqimit: bizneset ushqimore, nga fermat tek restorantet, duhet të respektojnë ligjin e ushqimit të BE-së, duke përfshirë ato që importojnë ushqime në BE.
- Shëndeti i kafshëve: kontrollet dhe masat sanitare për kafshët shtëpiake, kafshët e fermës dhe kafshët e egra, monitorimi dhe menaxhimi i sëmundjeve duke ndjekur lëvizjen e të gjitha kafshëve të fermës.

51 Programi i Reformës Ekonomike 2022-2024 Kosovë, <https://mf.rks-gov.net/desk/inc/media/23D2D3B1-81C1-41FE-B6C0-2D5C739A6F69.pdf>

52 OECD, 2022, Indeksi i Politikës së NVM-ve: Ballkani Perëndimor dhe Turqia 2022; Vlerësimi i Zbatimit të Aktit të Biznesit të Vogël për Evropën, Indeksi i Politikave të NVM-ve, Botime OECD, Paris. b47d15f0-en.pdf (oecd-ilibrary.org)

53 po aty.

- Shëndeti i bimëve: zbulimi dhe çrrënjësja e dëmtuesve në një fazë të hershme parandalon përhapjen dhe siguron fara të shëndetshme.
- Ndotësit dhe mbetjet: monitorimi i mban ndotësit larg ushqimit për njerëz dhe ushqimit të kafshëve. Kufijtë maksimalë të pranueshëm zbatohen për produktet ushqimore për njerëzit dhe produktet ushqimore për kafshët si vendase po ashtu edhe të importuara.

Sistemi kombëtar sfidohet me shumë politika që mungojnë për të siguruar një sistem të duhur të sigurisë ushqimore, si niveli i pamjaftueshëm i kufizimeve të pesticideve ose mungesa e monitorimit të vlerave ushqyese në nivelin e prodhimit⁵⁴. Për më tepër, bujqësia intensive ndot edhe burimet ujore në Kosovë duke qenë sektori i dytë më i madh që konsumon ujin për qëllime të ujitjes¹³. Kapacitetet e ulëta të inspektoratit brenda institucioneve të nivelit qendror dhe lokal dhe një sistem i dobët i mbikëqyrjes së tregut pengojnë mbrojtjen e mjaftueshme të konsumatorëve qytetarë kosovarë. Ndarja e fuqishme në mes të situatës në Kosovë dhe kërkesave për produkte ushqimore dhe pije për t'u eksportuar në BE, është shumë sfiduese për prodhuesit vendorë.

Përderisa ASK-ja është përgjegjëse për standardizimin, sipas Ligjit për Ushqimin, i cili ka hyrë në fuqi në vitin 2009, përgjegjësia kryesore për të ofruar siguri ushqimore në Kosovë i takon AUV-së përmes inspektorëve veterinar (për produktet shtazore), sanitarë (për kontrollin e higjienës) dhe fitosanitarë (për produktet me origjinë bimorë).

Mundësitë dhe Barrierat

Intervistat e nivelit të firmës si dhe të palëve të interesuara kanë identifikuar një gamë të gjerë mundësish dhe kufizimesh që lidhen me zhvillimin e ardhshëm të industrisë së ushqimit dhe pijeve në Kosovë. Paragrafët e mëposhtëm shtjellojnë disa nga mundësitë dhe kufizimet kryesore. Shumica e tyre janë ndërsektoriale dhe të vlefshme për të gjithë nën-sektorët e sektorit të ushqimit dhe pijeve.

54 Konrad -Adenauer- Stiftung , 2021, Sistemi Ushqimor i Kosovës: Qëndrueshmëria e tij dhe Politikat e Munguara

7. Mundësitë dhe Barrierat

7.1. Mundësitë

1. Sektori i ushqimit dhe pijeve është një sektor në rritje me potencial të lartë të eksportit.

Fakti që kompanitë kosovare të ushqimit dhe pijeve eksportojnë një pjesë të konsiderueshme të produkteve të tyre në tregjet rajonale dhe në tregun e BE-së, dëshmon rritjen e konkurrencës së këtij sektori. Eksportet e tilla tregojnë se kompanitë vendase janë në gjendje të depërtojnë edhe në tregjet më tërheqëse me produkte konkurruese. Pijet dhe produktet e përpunuara kanë shënuar ritmet më të larta të rritjes në eksport. Në veçanti, ushqimet dhe pijet me vlerë të lartë të shtuar duket se kanë mundësitë më të larta të rritjes.

2. Blerësit evropianë po tregojnë interes të shtuar për shkurtimin dhe forcimin e zinxhirit të tyre të furnizimit.

Si pandemia e Covid-19, ashtu edhe Ukraina shpeshherë çojnë në prishje të shpeshta ose, të paktën, ndërprerje të zinxhirëve të furnizimit⁵⁵. Rrjedhimisht, shumë blerës evropianë nga sektori i ushqimeve dhe pijeve po mendojnë të rrisin burimet nga Evropa, veçanërisht nga rajoni i Ballkanit Perëndimor, pasi furnizimi supozohet të jetë më i qëndrueshëm dhe më elastik⁵⁶. Kjo është një mundësi e shkëlqyer për prodhuesit kosovarë të ushqimit dhe pijeve që të ndërhyjnë. Për shembull, partnerët tregtarë të Ukrainës në BE ishin kryesisht vendet me të cilat ajo ndan një kufi tokësor. Për sa i përket vlerës monetare, Polonia ishte importuesi kryesor i mallrave ukrainase, me 4.19 miliardë euro importe në vitin 2021. Për sa i përket përqindjes së totalit të BE-së, Hungaria ishte klienti më i madh, me 5.7% të të gjitha importeve të BE-së nga Ukraina që shkonin në Hungari⁵⁷. Këto janë vendet që kanë mundësi të dedikuara rritjeje për furnizues të rinj, si ata nga Kosova.

3. Tendencat aktuale dhe të ardhshme të tregut mund të bëhen shtytës për start-up-et inovative.

Sektori i ushqimit dhe pijeve është në transformim, jo vetëm për shkak të dixhitalizimit të industrive të lidhura me to. Ndër të tjera, pandemia Covid-19, shërbeu si shtytës për start-up-et inovative për të ofruar produkte të reja ushqimore ose shërbime të lidhura me ushqimin. E-Commerce në sektorët e ushqimit dhe pijeve po fiton rëndësi. Tregjet janë gjithnjë e më të hapura për produkte dhe shërbime të reja ose inovative të lidhura me ushqimin dhe pijet. Fillesat inovative dhe firmat e reja nuk kanë nevojë për investime të mëdha për të hyrë në tregjet vendase apo rajonale. Situata aktuale është, pa dyshim, e përshtatshme për të prodhuar një numër të konsiderueshëm të bizneseve të tilla fillestare nëse kushtet e kornizës politike janë të favorshme.

55 OECD, 2021, Rishikimi shumëdimensional i Ballkanit Perëndimor duke vlerësuar mundësitë dhe barrierat, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

56 T. Cigut, M. McManus, M. Dermastia, 2022, Ndikimet dhe potencialet e krizës së Ukrainës në zhvillimin e zinxhirëve të furnizimit për rajonin e Danubit, Aleanca e Danubit, DOI: 10.13140/RG.2.2.17378.20161

57 po aty.

4. Sektori i ushqimit dhe pijeve është në krye të agjendës politike

Masat dhe ndërhyrjet specifike të mbështetjes publike për ndërmarrjet nga sektori i ushqimit dhe pijeve nuk ishin mjaftueshëm të disponueshme në të kaluarën. Ndërhyrjet kishin për qëllim kryesisht promovimin e eksportit, ndërsa fusha të tjera ku sektori ka nevojë për mbështetje, si inovacioni, dixhitalizimi, zhvillimi i aftësive apo rrjetëzimi dhe bashkëpunimi, u neglizhuan. Në ditët e sotme, duket se ekziston një ndërgjegjësim më i lartë i politikave se sektori vendas i ushqimeve dhe pijeve ka nevojë për skema mbështetëse të përshtatura, duke adresuar barrierat dhe dobësitë specifike të sektorit.

7.2 Barrierat

1. Sektori i ushqimit dhe pijeve dominohet nga ndërmarrjet mikro dhe të vogla

Shumica dërmuese e bizneseve kosovare që operojnë në këtë sektor prodhues janë firma mikro dhe të vogla me kapacitete shumë të kufizuara prodhuese dhe financiare. Kjo e bën të vështirë rritjen, p.sh. duke investuar në kapacitete më të larta ose makineri, pajisje ose teknologji të reja të nevojshme për t'iu përgjigjur siç duhet tendencave të reja të tregut dhe nevojave të klientëve. Firmat e tilla të vogla gjithmonë kanë problem për të fituar qasje në mjetet e nevojshme financiare, veçanërisht pasi në Kosovë mungojnë instrumentet e duhura financiare, që synojnë mbështetjen e rritjes së firmave të vogla. Për më tepër, dalja ndërkombëtare bëhet sfiduese për ndërmarrje të tilla të vogla, pasi mungojnë përvojat, kompetencat dhe kapacitetet përkatëse.

2. Mungesa e njohurive për tregjet e huaja

Gjetjet kanë treguar se eksporti luan një rol të rëndësishëm për shumë biznese. Rritja e mëtejshme mund të sigurohet vetëm nëse bizneset arrijnë të eksportojnë në tregje tërheqëse. Megjithatë, shumë biznese vuajnë për të identifikuar mundësitë e tregut, pasi mjetet e duhura mungojnë dhe njohuritë e tregut janë të kufizuara. Ka mungesë të mbështetjes programore dhe institucionale, e cila e bën shumë sfidues për bizneset vendase operimin ndërkombëtar.

3. Njohuri të kufizuara në teknologjitë e prodhimit dhe trendët e tregut

Niveli aktual i njohurive dhe ekspertizës në fusha kyçe si teknologjia e procesit të ushqimit, kërkesat për sigurinë ushqimore ose tendenca e ardhshme e tregut është kryesisht e pakënaqshme dhe një pengesë drejt rritjes së mëtejshme. Intervistat zbuluan se për më tepër, bizneset kanë aftësi të krahueshme të ulëta për të zhvilluar produkte të reja (novative), për të përfituar nga mundësitë e marketingut dixhital ose mungesë aftësish për të rritur efikasitetin e prodhimit për shkak të mungesës së njohurive. Të gjitha këto njohuri nevojiten për të përgatitur prodhuesit vendas të ushqimit dhe pijeve për tu përballuar me sfidat e ardhshme.

4. Konkurrenca e pandershme në sektorin e ushqimit dhe pijeve

Konkurrenca e pandershme, veçanërisht nga sektori joformal, paraqet një kufizim të rëndësishëm për bizneset e prodhimit të ushqimit dhe pijeve në Kosovë. Shumë nga bizneset e intervistuar deklaruan se konkurrenca nga ndërmarrjet informale është një pengesë e dukshme për biznesin e tyre. Nivelet e larta dhe të vazhdueshme të informalitetit janë kryesisht për shkak të zbatimit të dobët dhe jo kostove ndaluese të të bërit biznes në sektorin formal. Prodhuesit më të vegjël të ushqimeve dhe pijeve me një pozicion të dobët të krahueshëm në treg janë të prekur fuqishëm nga ky kufizim.

5. Disponueshmëria e ulët e punëtorëve të kualifikuar

Përkundër faktit se vetëm rreth 30% e kompanive të intervistuar raportuan se kishin sfida për të gjetur punëtorë mjaftueshëm të kualifikuar, intervistat me palët e interesuara dhe seminari i vlefshmërisë

treguan se disponueshmëria e fuqisë punëtore mbetet një sfidë. Stafi i trajnuar siç duhet, veçanërisht për bizneset që shohin potencial të mirë rritjeje dhe kanë nevojë për punëtorë të trajnuar siç duhet, është i kufizuar. Gjithashtu, për shkak se prodhuesit e ushqimeve dhe pijeve kanë nevojë për një spektër të gjerë punëtorësh të kualifikuar, duke filluar nga ekspertët e teknologjisë ushqimore dhe specialistët e sigurisë ushqimore e deri tek stafi i lidhur me IT. Ajo që e bën edhe më sfidues gjetjen e punëtorëve me aftësi të duhura është fakti se të rinjtë nuk e vlerësojnë sektorin e ushqimit dhe pijeve si të tjerët, duke rezultuar në një interes të ulët të përgjithshëm për të punuar në këtë sektor. Kapacitetet e ulëta të trajnimit dhe arsimit të ofruara nga OAB -të apo universitetet janë gjithashtu një problem në këtë drejtim.

6. Sektori i ushqimit dhe pijeve është kryesisht i paorganizuar

Edhe pse ekzistojnë disa shoqata sektoriale që ofrojnë mbështetje për ndërmarrjet vendase nga sektori i ushqimit dhe pijeve, shumica e firmave nuk janë anëtare të shoqatave të tilla. Ka arsye të ndryshme, duke filluar nga mungesa e njohurive për këto shoqata apo OAB dhe shërbimet që ato ofrojnë e deri te fakti që OAB-të shpesh kanë mungesë të personelit. Deri më tani, nuk ka asnjë shoqatë të fortë ose OAB që përfaqëson ushqimin dhe sektorin siç duhet.

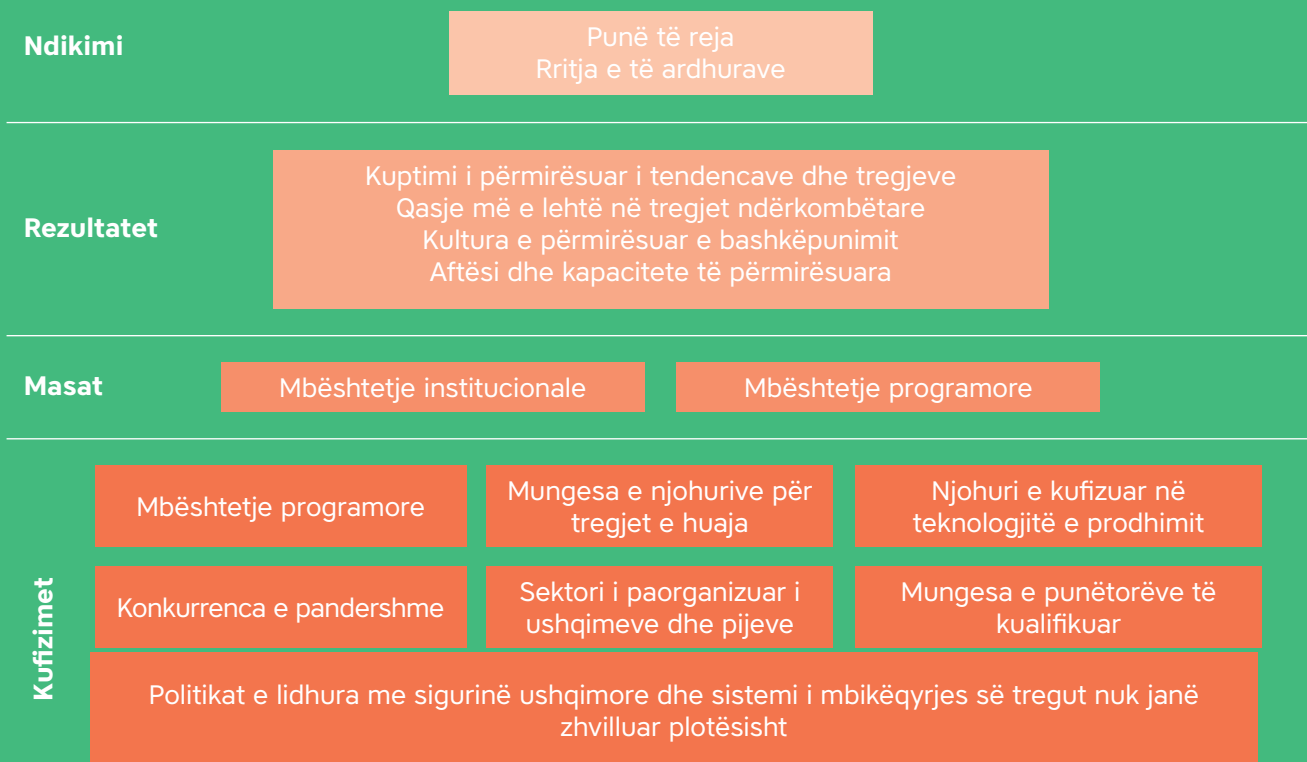
7. Politikat e lidhura me sigurinë ushqimore si dhe sistemi i mbikëqyrjes së tregut nuk janë zhvilluar plotësisht

Siç është dhënë në kapitullin 5.3, sistemi kombëtar sfidohet me shumë masa që mungojnë për të ofruar një sistem të duhur të sigurisë ushqimore. Infrastruktura e AUV-së, të tilla si laboratorët dhe zyrat rajonale, kanë nevojë për investime të mëtejshme për të përmbushur të gjitha detyrat e nevojshme. Në situatën aktuale, Kosovës nuk i lejohej të eksportojë në BE kafshë të gjalla dhe ushqime me origjinë shtazore. Rritja e importeve dhe mungesa e mundësive për eksport janë rezultat i situatës aktuale dhe do të bëjnë presion shtesë në konkurrencën e sektorit të ushqimit dhe pijeve në Kosovë.

8. Rekomandimet / Ndërhyrjet kryesore

Sipas gjetjeve të këtij studimi hartografik, sektori i ushqimit dhe pijeve është zhvilluar mirë gjatë viteve të fundit. Megjithatë, ndërprerjet e zinxhirit të furnizimit, mega trendët global dhe transformimi industrial në rritje ofrojnë sfida dhe mundësi të rëndësishme për sektorin e ushqimit dhe pijeve. Kështu, i gjithë sektori, edhe në Evropë, është në transformim. Rritja e kostove për lëndën e parë dhe transportin, por edhe rritja e rëndësisë së Ballkanit Perëndimor, përfshirë Kosovën, për t'u bërë pjesë e integruar e rolit të zinxhirit të furnizimit global, duket se ka një ndikim të rëndësishëm në të gjithë sektorin. Këto zhvillime përmbajnë shumë mundësi, por edhe kërcënime. Kërcënimet vijnë edhe nga vendet fqinje, sektorët ushqimorë dhe të pijeve të këtyre vendeve fqinje janë pjesërisht shumë më të mëdha dhe kanë produktivitet industrial pjesërisht shumë më të lartë se në Kosovë. Për më tepër, rritja e kostove për lëndën e parë dhe transportin ka të ngjarë të rrisë kostot e prodhimit të shumicës së produkteve dhe elementeve të prodhuara në Kosovë.

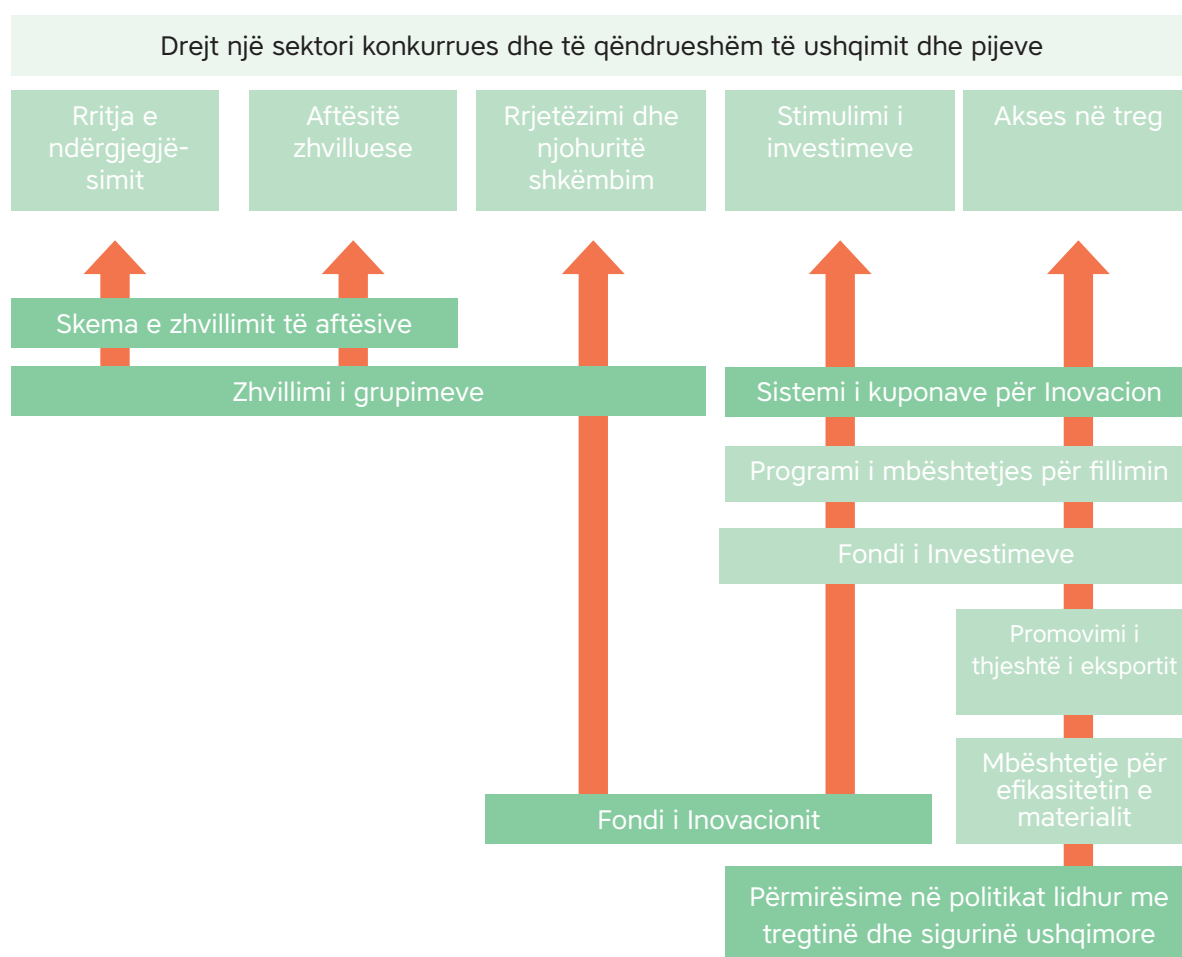
Figura 28: Teoria e ndryshimit të ndërhyrjeve të propozuara



Ndërhyrjet e propozuara synojnë të përmirësojnë konkurrueshmërinë e të gjithë sektorit të ushqimit dhe pijeve duke adresuar në mënyrë specifike barrierat dhe kufizimet e identifikuara (Figura 28). Këto ndërhyrje do të bëhen pjesë e zbatimit të Strategjisë për Inovacion dhe Ndërmarrësi (Kapitulli 6.2) për të përmirësuar kushtet kornizë të sektorit të prodhimit të ushqimeve dhe pijeve në Kosovë. Ndërhyrjet do të realizohen nëpërmjet masave mbështetëse institucionale dhe programore. Fokusi është vënë në ndërhyrje/rekomandime të tilla, të cilat janë brenda fushëveprimit të MINT.

Në vijim, janë propozuar nëntë ndërhyrje që trajtojnë një nga disa fushat e përmirësimeve siç janë dhënë në Figurën 29. Vëmendje e përkushtuar i kushtohet faktit që këto ndërhyrje janë plotësuese, por edhe të ndërlidhura mirë.

Figura 29: Nëntë ndërhyrjet e propozuara dhe fushat e adresuara të përmirësimeve



Burimi: Anteja ECG

Rekomandimi 1: Zbatimi i një skeme mbështetëse për zhvillimin e aftësive

Arsyetim: Pa dyshim, ka një mungesë të dedikuar të fuqisë punëtore të kualifikuar në dispozicion për sektorin e ushqimit dhe pijeve. Sistemi arsimor kombëtar është i gatshëm të sigurojë punëtorë të mjaftueshëm të kualifikuar. Edhe në rast se do të bëhen më shumë përpjekje për të përmirësuar kurrikulat dhe infrastrukturën e qendrave kombëtare të arsimit profesional apo universiteteve, kjo do të marrë kohë dhe është e paqartë se deri në çfarë mase do të jetë e mundur që këto institucione të ofrojnë mbështetjen, e cila është realisht e nevojshme.

Si një qasje plotësuese dhe mënyrë premtuese do të jetë stimulimi i ofruesve të trajnimeve që të bëhen më aktivë në ofrimin e fuqisë punëtore të trajnimeve sipas nevojave të sektorit të ushqimit dhe pijeve. Duke qenë se trajnimi dhe kualifikimi i punonjësve kërkon kohë dhe i kushtueshëm, do t'u jepet mbështetje ndërmarrjeve të tilla të interesuara për të ofruar trajnim dhe kualifikim për stafin e tyre.

Një ndërhyrje premtuese mund të jetë një skemë granti për zhvillimin e aftësive⁵⁸. Përfituesit kryesorë të skemës së grantit janë ndërmarrjet e prodhimit të ushqimit dhe pijeve që mund të marrin këshilla në formulimin e planeve të zhvillimit të aftësive të brendshme dhe mbështetje financiare për zhvillimin e aftësive përmes kuponëve të trajnimit.

- Përfituesit, kryesisht NMVM-të, mund të marrin mbështetje në vlerësimin e nevojave për trajnim të punëtorëve të tyre, p.sh. pjesë e një strategjie të aftësive, e cila mund të kuptohet si një parakusht për aktivitetet e ardhshme të trajnimit,
- Ndërmarrjet mund të marrin kupona për programet e trajnimit të cilat janë të rëndësishme për zhvillimin e aftësive të detyrueshme, ose
- Ofruesit e arsimit dhe trajnimit, organizatat shkencore, shoqatat ose organizatat anëtare të biznesit mund të marrin mbështetje për të zhvilluar dhe zbatuar programe të reja trajnimi dhe mbështetje shtesë për formimin e partneriteteve ndërkombëtare me ofrues trajnimesh nga jashtë.

Qëllimi i kësaj skemse të kuponëve do të jetë ofrimi i trajnimeve për të gjitha temat që lidhen me prodhimin modern të ushqimit dhe pijeve, duke përfshirë menaxhimin, sigurinë ushqimore, dixhitalizimin ose marketingun. Nëse zbatohet me sukses, skema e kuponëve mund të rrisë gjithashtu ndërgjegjësimin për nevojën e shtuar për të investuar në punonjësit e vet. Ajo lehtëson hartimin dhe zbatimin e programeve të trajnimit të personalizuar, por gjithashtu lejon ofruesit e trajnimit të zgjerojnë njohuritë e tyre.

Shembull i praktikës së mirë

Skemat e kuponave për zhvillimin e aftësive u bënë të njohura rreth 10 vjet më parë. Ka disa vende evropiane që kanë zbatuar me sukses skema të ngjashme të kuponave të trajnimit, si Belgjika, Bullgaria apo Sllovenia. Ndërsa shumë janë fokusuar te punëtorët e papunë, shumë vende gjithashtu lejojnë punëtorët të përfitojnë në përputhje me rrethanat. Qasja flamande është shumë e suksesshme, ku kupona të tillë për zhvillimin e aftësive shërbyen si stimuj për NMVM-të për të mbështetur punonjësit e tyre me mundësi trajnimi në vendin e punës. Ajo mundësoi si punonjësit me aftësi të ulëta edhe ata me aftësi të larta të përfitonin. Këta të fundit mund të përdorin kupona të tillë për trajnime të orientuara drejt karrierës.

Skema e kuponëve të Qeverisë së Flanders nuk u fokusua në sektorë të dedikuar, por u kërkua kryesisht për qëllime shumë specifike, trajnimi teknik, përfshirë teknologjitë e përpunimit të ushqimit ose TIK. Norma e financimit ishte 50%, që do të thotë se gjysma e kostove të trajnimit rimburshej nga skema e kuponëve. Skema u zbatua drejtpërdrejt me shumë shoqata sektoriale ose iniciativa të grupeve, të cilat e reklamuan fuqishëm këtë qasje për anëtarët e tyre⁵⁹.

58 Kjo skemë granti do të jetë e hapur për të gjithë sektorët e prodhimit, jo vetëm ushqimin dhe pijet, si prodhimi i metaleve apo drurit, industria e tekstilit apo kimike.

59 Vlaanderen, 2021, <https://www.vlaanderen.be/en/training-vouchers-for-employees>

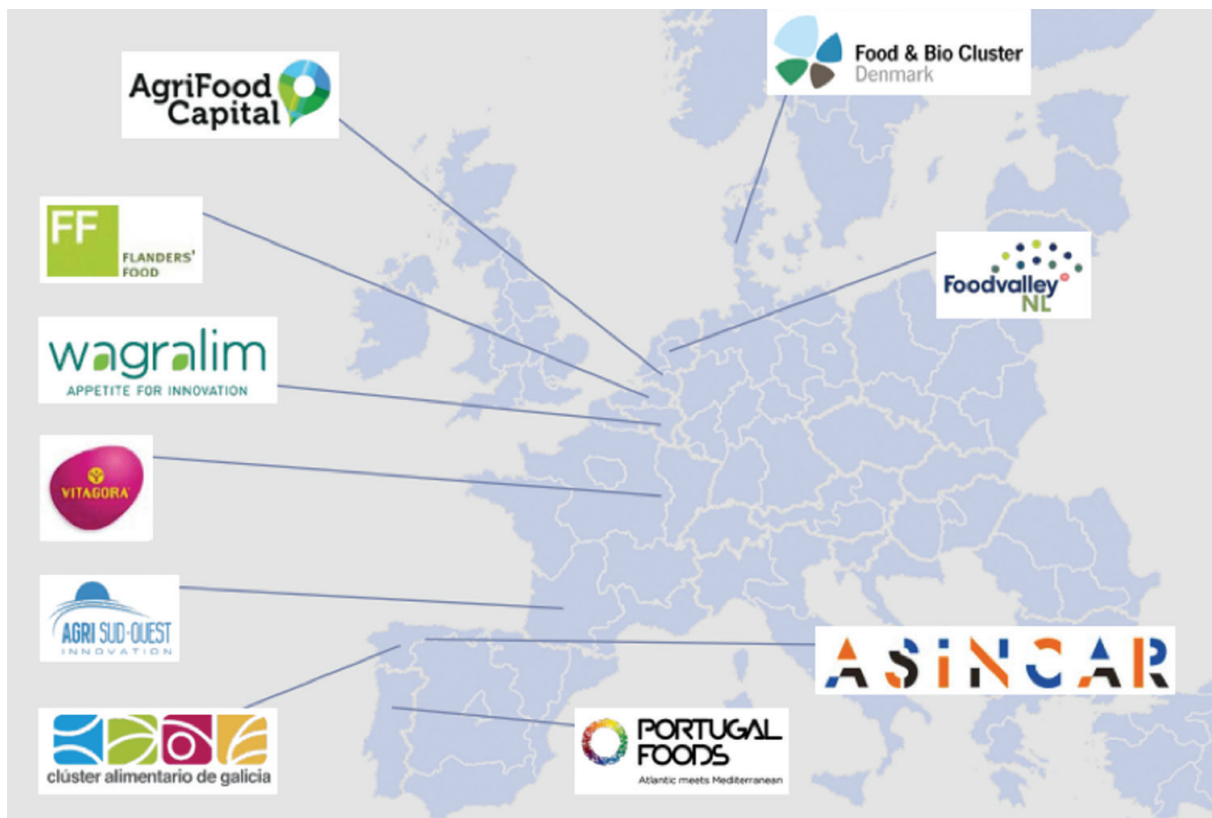
Rekomandimi 2: Zhvillimi i grupit të ushqimeve dhe pijeve

Arsyetimi: Peizazhi kombëtar i organizatave anëtare të biznesit, shoqatave sektoriale dhe iniciativave të grupimeve është ende embrional ose as që ekziston. Shoqata PePeKo është themeluar në vitin 2014 dhe përfaqëson prodhuesit e ushqimit dhe perimeve. Megjithatë, shërbimet e ofruara për anëtarët e saj dhe ndikimi i përgjithshëm është i kufizuar. Mungon çdo iniciativë e lidhur me grupin ushqimor. Përkundrazi, iniciativat e grupeve ushqimore po luajnë një rol gjithnjë e më të rëndësishëm. Kur shikohet peizazhi i grupimeve evropiane, ekzistojnë rreth 100 iniciativa të tilla të grupimeve, duke nënvizuar rëndësinë e njësive të tilla. Figura 30 tregon disa nga iniciativat më të forta të grupeve ushqimore në Evropë.

Objektivi kryesor i ndërhyrjes së propozuar për të mbështetur zhvillimin e grupit të ushqimeve dhe pijeve në Kosovë është mbështetja e zhvillimit të iniciativës së grupit të ushqimeve dhe pijeve për të përmirësuar konkurrueshmërinë e sektorit. Ndërhyrja do të mbështesë një organizatë të ardhshme grupore për të ofruar shërbime për një sërë aktivitete, duke përfshirë rrjetëzimin, mblesërinë, përpunimin e aftësive, ofrimin e trajnimit në teknologjitë e prodhimit të ushqimit, ndërkombëtarizimin, bashkimin e kapaciteteve të prodhimit ose aktivitetet e përbashkëta të inovacionit. Mbështetja e ofruar nga një organizatë e tillë klaster do të forcojë kapacitetin e anëtarëve nga sektori i ushqimit dhe pijeve për të bashkëpunuar, rrjetëzuar dhe inovuar, gjë që do t'u mundësojë atyre të bëhen më konkurrues në sektorin e tyre kyç.

Anëtarët e grupit do të përfaqësojnë të gjithë zinxhirin e vlerës së ushqimit dhe pijeve, përfshirë. NMVM-të, organizatat e kërkimit dhe përhapjes së njohurive, ofruesit e shërbimeve të biznesit dhe njohurive, organizatat qeveritare ose persona të tjerë juridikë.

Figura 30: Iniciativat e përzgjedhura të grupeve ushqimore në Evropë⁶⁰



⁶⁰ G. Meier zu Köcker, 2022, Food Cluster Hamburg (në gjuhën gjermane), <https://www.hamburg.de/contentblob/16204992/9e-caeac45dcda45121d98a6f5ff8b895/data/studie-food-cluster-hamburg.pdf>

Shembull i praktikës së mirë**FoodRegio – Nisma e grupit për industrinë ushqimore në Gjermaninë Veriore e.V .**

Iniciativa e grupit foodRegio e.V . aktualisht ka 81 anëtarë, të cilët vijnë nga të pesë shtetet veriore të Gjermanisë, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Western Pomerania, Saksonia e Ulët, Hamburgu dhe Bremini. Rajoni i ushqimit e.V . u themelua në vitin 2007, pas dy vitesh rrjete aktive, dhe që atëherë është lidhur me Agjencinë e Zhvillimit Rajonal të Qytetit LÜBECK. Menaxhimi i klasterit i ka vendosur vetes katër qëllime bazë për punën e tij në klaster. Nga njëra anë, forcimi i konkurrencës së kompanive anëtare është elementi qendror i masave, mbi të cilat bazohet mbështetja e rritjes fitimprurëse dhe të qëndrueshme të kompanisë.

Për më tepër, foodRegio e.V. duhet të perceptohet si një vend kombëtar dhe ndërkombëtar për industrinë ushqimore. FoodRegio e.V. organizon edhe fusha të rëndësishme pune nëpërmjet grupeve të punës, të cilat nga ana e tyre japin shtysë për masa konkrete. Temat e mbuluara nga foodRegio e.V. variojnë nga prokurimi, logjistika, tregu dhe komunikimi, personeli, trajnimi dhe cilësia/certifikimi. Shërbimet e grupimit që rezultojnë nga këto objektiva dhe parime janë, nga njëra anë, kurse trajnimi për një gamë të gjerë temash në industrinë ushqimore, të cilat ofrohen gjithashtu pasi ofrohen formate të mësimi elektronik dhe nga ana tjetër, grupet e punës inicojnë ngjarje mbi trendët apo zhvillimet përkatëse. Në fushën e inovacionit, është zhvilluar një program për promovimin e bizneseve të reja, Laboratori Start-up. Këtu, foodRegio e.V. rrjetëzon në mënyrë aktive kompanitë e themeluara me startup-e nga industria ushqimore. Gjithashtu, ka një bashkëpunim me programin GATEWAY49-Akselerator i Qendrës Teknike Lübeck , së bashku me Dhomën e Tregtisë Lübeck . FoodRegio e.V. organizon në këtë drejtim seri ngjarjesh si dhe programe mentorimi me sipërmarrës me përvojë nga industria ushqimore.

Nisma e grupit financohet pjesërisht nga programi shtetëror Schleswig-Holstein “ Wirtschaft Schleswig-Holsteins dhe mbështetet nga Fondi Evropian i Zhvillimit Rajonal (ERDF). Të ardhura të mëtejshme krijohen nga tarifat e anëtarësimit, të klasifikuara sipas madhësisë së kompanisë si dhe organit të korporatës (duke filluar nga 400 € për kompanitë me deri në 20 punonjës deri në 3000 € për ndërmarrjet e mëdha me më shumë se 1000 punonjës, si dhe organizatat jofitimprurëse dhe kompanitë joprodhuese.

Rekomandimi 3: Krijimi i një sistemi kupon për të stimuluar inovacionin në nivel firme

Arsyetimi: Gjetjet zbuluan se investimet në inovacion dhe prodhim apo teknologji inovative janë ende një përjashtim. Përkundër faktit se ekzistojnë disa programe dhe skema mbështetëse për kompanitë nga sektori i ushqimit dhe pijeve, të ofruara nga MBPZHR, asnjëra nga këto stimuj nuk është menduar për aktivitete në fazat e hershme në fushën e inovacionit dhe dixhitalizimit. Dizajnimi dhe zbatimi i një programi të ashtuquajtur Kupon mund të jetë i ngjashëm me atë të dhënë në Rekomandimin 1, por me një fushëveprim të ndryshëm. Një program kupon zakonisht përbëhet nga stimuj ekonomikë të dhënë nga qeveritë lokale, rajonale dhe kombëtare për ndërmarrjet me synimin për të adresuar qëllimet e paracaktuara. Në këtë kontekst, programet e kuponave kanë për qëllim të adresojnë kryesisht NMVM-të.

Skemat e kuponave njihen mirë në Evropë dhe më gjerë dhe janë provuar të jenë një mjet efektiv për të mbështetur NMVM-të në fusha të ndryshme. Rekomandohet zbatimi i një programi kupon që stimulon inovacionin në sektorin e ushqimit dhe pijeve. Kuponët mund të përdoren nga ndërmarrjet për të marrë

mbështetje nga konsulentët, ofruesit e trajnimit ose institucionet e K&ZH. Mbështetja e kërkuar mund të mbulojë

- Analizat e potencialit të inovacionit
- Menaxhimin e inovacionit
- Aktivitetet e lidhura me inovacionin (kërkimi i kontratës, vërtetimi i zhvillimit të konceptit, prototipizim, testim dhe vlefshmëri)
- Zhvillimin e prototipit
- Studimet e fizibilitetit
- Hartimin dhe mbrojtjen e patentës, ose
- Shërbimet e këshillimit të biznesit, duke përfshirë kërkimin e tregut, dizajnin dhe markën; strategjitë e biznesit dhe
- planifikimin; projektet për përmirësimin e funksionimit dhe menaxhimit

Shuma e kuponëve do të jetë e kufizuar, p.sh. 5,000 € për kupon dhe aplikantin (brenda 24 muajve).

Shembull i praktikës së mirë

Kuponat e inovacionit të ofruara në Mbretërinë e Bashkuar janë deri në 2,500 £ (3,000 €), pjesë-financimi që ofrohet për kompanitë e pranueshme për të shpenzuar në aktivitetet e inovacionit të biznesit. Skema e Kuponave të Inovacionit synonte NMVM-të nga sektorët kryesorë industrialë dhe synonte të zhvillonte procese dhe sisteme të reja për të përmirësuar inovacionin dhe efikasitetin e prodhimit të NMVM-ve. Me këtë mbështetje, përfituesit duhej të sillnin në treg produkte dhe shërbime të reja, inovative. Vlera e Kuponit të Inovacionit duhej të përputhej me një kontribut prej 1 £ për çdo 1 £ të marrë. Vlera tipike e një Kuponi të Inovacionit ishte 2,500 £ (3,000 €) që do të thotë se do të kontribuonte gjithashtu 2,500 £ për të krijuar një fond total të inovacionit të biznesit prej £ 5,000 (6,000 €). Për të stimuluar aplikantët e mundshëm, u dha mbështetje falas në formën e seminareve të inovacionit të biznesit ⁶¹.

Rekomandimi 4: Trajektorja e peizazhit në mbështetje të promovimit të eksporteve

Asyetim: Përkundër faktit se QeK ka disa programe të vendosura dhe entitete të emëruara, si KIESA, për të promovuar përpjekjet e ndërkombëtarizimit të sektorit privat veprimet duken të fragmentuara, jo gjithmonë të njëanshme, shpesh tradicionale dhe, deri tani, jo të mjaftueshme për të krijuar kushte kornizë të favorshme për nxitjen e eksportit. Mungon çdo strategji sistematike. Për më tepër, instrumentet financiare në fuqi që mbështesin sipërmarrjet e interesuara që duan të bëhen ndërkombëtare, deri tani nuk kënaqin kërkesën e sektorit privat. Shumica e sipërmarrjeve nga sektori 2 i ushqimeve dhe pijeve janë shumë të vogla dhe të sfiduara nga kapacitetet e ulëta financiare, pa të cilat nuk mund të bëhen ndërkombëtare. Huatë afatshkurtra me subvencione të reduktuara të normave të interesit për eksportuesit mund të jenë një instrument premtues. Subvencionimi i normave të interesit për prodhuesit e ushqimeve dhe pijeve me porosi për eksportin në dorë mund të lehtësojë barrën e likuiditetit me të cilën ata përballen kur shpërndajnë porosi të mëdha në tregjet e huaja. Porositë e tilla zakonisht janë parafinancuar nga furnizuesi.

61 Për më shumë informacion: <https://www.innovation-vouchers.com/about/>

Institucionet, si KIESA, do të luajnë një rol më të rëndësishëm dhe më aktiv për të mbështetur përpjekjet e ndërkombëtarizimit të NMVM-ve. Mbështetja në pjesëmarrjen dhe ekspozitën në panairët ndërkombëtare të ushqimit dhe pijeve, trajnimi i firmave se si të ndërkombëtarizohen si dhe fuqizimi i rrjeteve të diasporës janë aktivitete që të gjitha do të ndihmonin sektorin të bëhet ndërkombëtar. KIESA mund të veprojë si shtytës kryesor në këtë drejtim. Rritja e dukshmërisë së Kosovës si qendër për industrinë e prodhimit të ushqimit dhe pijeve do të bëhet pjesë e një strategjie të dedikuar të markës.

Racionalizimi i skemave në mbështetje të nxitjes së eksporteve do të përmbajë gjithashtu elementë të rinj dhe novatorë. P.sh. përfshirjen nëpërmjet bashkëpunimit me zyrat diplomatike jashtë vendit. Kosova ka vendosur lidhjet e saj diplomatike me shumicën dërrmuese të vendeve evropiane, të cilat mund të shërbejnë gjithashtu si lehtësues tregtarë dhe promovues të markave vendore jashtë vendit. Emërimi i atasheve tregtarë në misionet diplomatike në tregjet ekzistuese dhe të reja potenciale të eksportit mund të inicohet bashkërisht nga MINT dhe Ministria e Punëve të Jashtme dhe Diasporës (MFAD).

Shembull i praktikës së mirë

Ndërkombëtarizimi është pjesë e integruar e Strategjisë Kombëtare për Specializim të Zgjuar. Me një pjesë të eksportit prej 80% në vitin 2020, ndërkombëtarizimi është opsioni mbizotërues i rritjes për kompanitë vendase. Rrjedhimisht, qeveria ofron një mjedis mbështetës për bizneset në zhvillim që kërkojnë të lulëzojnë ndërkombëtarisht.

Si pjesë e përpjekjeve të saj për ndërkombëtarizim, Sllovenia krijoi një strategji konsekuente të markës për të komunikuar më mirë pikën e saj unike të shitjes ("Ekonomia sllovene është e gjelbër, krijuese dhe e zgjuar, gjë që dëshmohej nga fokusi i saj në ekonominë e gjelbër dhe zhvillimin e qëndrueshëm për t'u bërë një shoqëri e avancuar, me karbon të ulët, që i përgjigjet në mënyrë aktive sfidave globale dhe bashkë-krijon trendë të reja"). Qeveria sllovene dhe organet institucionale publike ofrojnë shumë shërbime pa pagesë për partnerët, investitorët, furnizuesit dhe eksportuesit ekzistues dhe potencial sllovenë, duke i ndihmuar ata të përmirësojnë operacionet e tyre ndërkufitare, duke rritur diversifikimin gjeografik të eksporteve sllovene dhe duke krijuar kushte më të mira për kompanitë sllovene në tregjet e huaja. SPOT Global e udhëhequr nga SPIRIT Sllovenia funksionon si një qendër e vetme për të gjithë informacionin e nevojshëm. Subjektet e përfshira në masat mbështetëse të ndërkombëtarizimit janë të pajisura në mënyrë adekuate dhe funksionojnë në mënyrë profesionale. SPIRIT është gjithashtu i ngarkuar me zbatimin e skemave ekzistuese të mbështetjes financiare për promovimin dhe ndërkombëtarizimin e eksporteve.

Skemat mbështetëse kanë të bëjnë me:

- promoting the competitiveness and resilience of Slovenian exports,
- attracting, supporting and retaining foreign investors in Slovenia,
- supporting Slovenian companies investing abroad,
- improving the international visibility of the Slovenian economy,
- improving the functioning of the internationalisation support ecosystem itself.

Përveç masave tradicionale të tilla si bashkëfinancimi i kërkimeve të tregut dhe aktiviteteve që lidhen me panairët tregtarë dhe ngjarjet e biznesit për të inkurajuar kompanitë për të hyrë në tregjet e huaja, mbështetja synohet gjithashtu në format e reja të inkurajimit të ndërkombëtarizimit të kompanive, p.sh., dixhitalizimi i kompanive, e-përmbajtja si pjesë e operacioneve të biznesit, modeleve të reja të biznesit, partneriteteve me synimin për të hyrë së bashku në një treg të huaj të zgjedhur dhe iniciativa të ngjashme.

Përveç kësaj, mbështetja është gjithashtu e fokusuar tek furnizuesit, të cilët përfshin informacione të personalizuar për furnizuesit slovenë, bazat e të dhënave të eksportuesve slovenë Sloexport, shpërndarja e kërkesave midis eksportuesve slovenë, organizimi i misionëve të gjetjes së fakteve, lidhjet me industrinë dhe autoritetet lokale dhe këshilla për çështje praktike. Informacion më të detajuara për furnizuesit potencialë slovenë, mjedisin e biznesit, industrinë dhe informacione të tjera specifike për biznesin mund të gjenden në portalin Sloveni Partner.

Rekomandimi 5: Ri-aktivizimi i ish Fondit të Inovacionit

Arsyetim: Shumica e bizneseve të ushqimit dhe pijeve nuk kanë mjetet për të investuar siç duhet as në inovacion, as në nivel produkti, as teknologjie apo procesi. Aftësia e ulët për të inovuar, diversifikuar ose për t'u përshtatur me nevojat e klientëve të ardhshëm është pasojë logjike. Shumica e të intervistuarve konfirmuan se nevojitet të jenë më aktivë në inovacion, por ata nuk kanë njohuri dhe qasje të duhur në financa.

Gjatë viteve të fundit, GIZ CETEP në bashkëpunim me ICK, i mbështetur nga MINT ka ofruar mbështetje financiare për NVM-të përmes një skeme granti "Fondi i Inovacionit". Në vitin 2019 janë shpërblyer tetë projekte. Rekomandohet fuqimisht rritja dhe fuqizimi i Fondit të Inovacionit. Objektivi i "Fondit të Inovacionit" është t'i përgjigjet situatës aktuale, duke përmirësuar konkurrencën e firmave brenda sektorit të prodhimit, duke promovuar diversifikimin dhe duke u mundësuar firmave përfituese të angazhohen në inovacion (dhe R&D). Skema do të mbështesë projekte inovative bashkëpunuese që bashkojnë kompani ose kompani të ndryshme dhe organizata kërkimore për zhvillimin e teknologjive të reja dhe produkteve dhe shërbimeve të reja ose të përmirësuara.

Ndërsa kuponët e inovacionit (Rekomandimi 3) synojnë të sensibilizojnë dhe rrisin ndërgjegjësimin e NMVM-ve në lidhje me inovacionin, Fondi i Inovacionit mbështet kërkimin, zhvillimin dhe inovacionet brenda ndërmarrjeve.

Aktivitetet e pranueshme sipas skemës janë:

- Kërkimi industrial
- Zhvillimi eksperimental
- Mbrojtja dhe licencimi i IP-së
- Shërbimet e jashtme të nevojshme për përgatitjen dhe zbatimin e projektit
- Blerjet e pajisjeve të nevojshme për zbatimin e projektit

Shembull i praktikës së mirë

EIT Food është komuniteti më i madh dhe më dinamik në botë i inovacionit të ushqimit. Ai përshpejton inovacionin për të ndërtuar një sistem ushqimor të përshtatshëm për të ardhmen që prodhon ushqim të shëndetshëm dhe të qëndrueshëm për të gjithë. Së fundmi, EIT Food lançoj një Skemë të Fondit të Inovacionit që synon të mbështesë ndërmarrjet dhe institucionet e K&ZH për t'u bërë më inovative. Fondi i Inovacionit do të mbështesë projektet e inovacionit të ushqimit të zbatuara nga sipërmarrjet që sjellin zgjidhje teknologjike inovative në treg. Ka disa thirrje tematike në kuadër të këtij Fondi të Inovacionit. Thirrja e parë në vitin 2022 mbështet SME-të në prodhimin e ushqimit më të shëndetshëm, prodhimin të ushqimit neto zero dhe në ngritjen e sistemeve ushqimore plotësisht transparente, të drejta dhe elastike.

Fondi i Inovacionit mbështet përpjekjet për kërkimin, zhvillimin dhe inovacionin nga kompanitë dhe siguron fonde deri në 70% të kostove të pranueshme të projektit për të rrezikuar sërish investimet e nevojshme. Fondi mbështet komercializimin e prototipeve ekzistuese ose vërtetimin e koncepteve, zhvillimin e aplikacioneve të reja për teknologjitë ekzistuese të përpunimit të ushqimit ose për të drejtuar aktivitete demonstruese në treg për teknologji ose shërbime me ndikim të lartë.

Fondi siguron deri në 600,000 € në vit. Financimi 70% nga IET duhet të përputhet me 30% bashkë-financim nga përfituesit. Duhet të synohen aktivitetet në Nivelin 5 të Gatishmërisë për Teknologjinë ose më lart. Vëllimi i përgjithshëm i Fondit është rreth 20 milionë euro. Gjithashtu, Fondi i Inovacionit ofron trajnime dhe seminare informuese për aplikantët e interesuar⁶².

Rekomandimi 6: Stimulimi i inovacionit dhe sipërmarrjes përmes mbështetjes së startup-eve

Arsyetim: Ekosistemi kosovar ushqimor ende nuk është i shtyrë nga inovacioni. Kryesisht sepse mungojnë NMVM-të inovative dhe për shkak të mungesës së skemave mbështetëse për NMVM-të për të investuar në inovacion. Megjithatë, ka prova të mira që start-up-et inovative mund të luajnë një rol vendimtar si nxitës të inovacionit. Për më tepër, start-up-et në sektorin e ushqimit dhe pijeve zakonisht nuk kanë nevojë për investime të mëdha dhe mund të hyjnë shpejt në treg. Megjithatë, fillimi i një biznesi mbetet një gjë e rrezikshme, gjë që pengon shumë shpikës të ushqimeve dhe pijeve të fillojnë biznesin e tyre.

Me anë të krijimit të një skeme të mbështetjes së start-up-eve për sektorin e ushqimit dhe pijeve, QeK mund të stimulojë krijimin e bizneseve të reja dhe inovative. Ndërsa iniciativa të ngjashme për start-up ekzistojnë për firmat e TIK-ut, një mbështetje e tillë nuk është ende në vend për start-up-et të ushqimit dhe pijeve. Një ndërhyrje e tillë duhet të fokusohet në fazën e para mbjelljes për të nisur bizneset inovative agroushqimore. Mund të jetë një skemë kredie e varur me norma të ulëta interesi ose një skemë granti, në varësi të objektivave përfundimtarë të politikës. E para ka të ngjarë të jetë më praktike.

Një skemë e tillë e mbështetjes së startup-eve do të zbatohet në bashkëpunim të ngushtë me inkubatorët ekzistues për të ofruar mbështetje jomonetare për start-up-et e ushqimit dhe pijeve.

62 Për më shumë informacion në lidhje me Thirrjes së Inovacionit EIT Food: <https://www.eitfood.eu/news/eit-food-launches-open-funding-call-for-food-innovation>

Shembull i praktikës së mirë

Fondi Pre-seed (para-farë) për start-up-ët të Agrifoodtech (Startlife), i zbatuar nga rajoni Hollandez i Gelderland, është një shembull praktik i mirë se si fonde të tilla mund të stimulojnë krijimin e shumë bizneseve të reja. Agjencia e Zhvillimit OostNL ofron hua të varur nga themeluesit në fazën e hershme të ushqimit dhe pijeve fillestare. Startlife ofron kredi nga 25,000 € deri në 250,000 €. Kreditë jepen vetëm në kombinim me trajnime dhe udhëzime minimale tre mujore nga StartLife. Kështu, themeluesit mund të përfitojnë edhe nga njohuritë dhe përvoja e korporatave të njohura botërore dhe investorëve nga industria e bujqësisë dhe ushqimit.

Përcaktuesit kryesorë të kësaj skeme mbështetëse janë

- Norma e interesit: 3%
- Kohëzgjatja e kredisë: 6 vjet
- Kredi dhe interes për grejs periudhën: 24 muaj
- Skema e shlyerjes: 48 muaj
- Nuk kërkohet bashkëfinancim/koincidim
- Nuk kërkohet garanci personale

Skema është e hapur për fillestarët më të rinj se pesë vjet dhe që kanë një ide inovative biznesi ⁶³.

63 Për më shumë informacion: <https://start-life.nl/startups/funding-opportunities-for-startups/>

Rekomandimi 7: Krijimi i një fondi për investim për rinovimin e prodhimit dhe rritjen e prodhimit

Arsyetim: Studimi ka theksuar qartë se sektori kosovar i ushqimit dhe pijeve dominohet nga ndërmarrjet mikro dhe të vogla. Në të njëjtën kohë masa kritike për sa i përket madhësisë së kompanisë ka rëndësi, veçanërisht pasi që tregjet e ardhshme të rritjes janë jashtë Kosovës. Duhet të plotësohen kërkesat e larta në lidhje me sigurinë ushqimore dhe standardet dhe rregulloret e BE-së. Nga pikëpamja ekonomike, ka kuptim nëse kompanitë mund të eksportojnë në një shkallë më të madhe në të njëjtën kohë, në mënyrë që të jenë në gjendje të zgjerojnë përpjekjet dhe kostot e eksportit mbi një vëllim më të madh prodhimi. Prandaj, tema e zgjerimit dhe rritjes së prodhimit do të bëhet më e rëndësishme në të ardhmen nëse kompanitë kosovare nga sektori i ushqimit dhe pijeve dëshirojnë të mbijetojnë në konkurrencën ndërkombëtare.

Megjithatë, zgjerimi i prodhimit përfshin investime të konsiderueshme, që është një pengesë e madhe për NVM-të në veçanti. Pikërisht këtu hyn rekomandimi. Programi i propozuar për mbështetjen e investimeve synon të ofrojë mbështetje financiare për ndërmarrjet që janë të gatshme dhe të afta të zgjerojnë kapacitetet e tyre prodhuese. Një zgjerim i tillë i prodhimit mund të përfaqësojë një element të rëndësishëm të një strategjie të rritjes së sipërmarrjes. Skemat mbështetëse preferohet të ofrojnë grante ose hua të mbështetura nga qeveria me norma interesi më të ulëta që ofrojnë mjete financiare për kompanitë për të bërë investimet e duhura. Nëse zgjidhet një skemë granti, mund të mbulohet një sasi e caktuar e një investimi të përgjithshëm (p.sh. 15% - 25%). Nëse preferohet një skemë kredie, ajo është e nevojshme një skemë qeveritare e kthimit të huasë për të mbuluar pjesë të rreziqeve që bankat kanë kur japin kredi për prodhuesit më të vegjël të ushqimeve dhe pijeve.

Shembull i praktikës së mirë

Si rezultat i krizave të fundit, shumë kompani në Baden-Württemberg nuk kishin në dispozicion mjete financiare për të bërë investimet e nevojshme në lidhje me zgjerimin e prodhimit ose të ofronin prodhim miqësor ndaj mjedisit për të menaxhuar më mirë në të ardhmen. Për të mbështetur konkurrencën e SME-ve lokale dhe për të mbrojtur klimën dhe ruajtjen e mjedisit, nevojiten investime në zgjerimin e prodhimit.

Skema e grantit "Investimet e Ardhsme" synonte të mundësonte zgjerimin e objekteve ekzistuese të prodhimit si dhe zbatimin e produkteve dhe proceseve efikase në treg, me qëllim ruajtjen e konkurrencës së NVM-ve lokale dhe në këtë mënyrë për të krijuar ose ruajtur vlerën e shtuar dhe vendet e punës, dhe në të njëjtën kohë për të kontribuar në mbrojtjen e klimës. Skema e granteve u zbatua në fillim të vitit 2021.

Brenda kësaj skeme një rrjedhë financimi është e kufizuar në një maksimum prej 200,000 € për ndërmarrjet aplikante. Akumulimi është i mundur, duke marrë parasysh se rregullat e akumulimit janë në përputhje me nenin 5 të rregullores de minimis ose § 3 të Rregullores së Granteve të Vogla. Megjithatë, akumulimi është i mundur vetëm nëse projektet janë të mundshme vetëm nëse shpenzimet e pranueshme janë të ndryshme dhe të identifikueshme.

Investimet e mëposhtme janë të pranueshme për financim në kuadër të skemës së granteve

- a) Kostot e blerjes dhe prodhimit për asetet e luajtshme të prekshme (asetet fikse të paprekshme, përfshirë impiantet, makineritë dhe pajisjet e tjera) të përdorura në kuadër të subvencioneve në Baden-Württemberg, me kusht që ato të jenë të kapitalizuara dhe të amortizueshme, dhe të kapitalizuara dhe të amortizueshme, si dhe shpenzimet shoqëruese ndihmëse.
- b) Shpenzimet materiale dhe shërbimet e jashtme për masat kualifikuese që i shërbejnë personelit në përdorimin e makinerive, sistemet dhe proceset e promovuara sipas kësaj rregulloreje administrative.

Shkalla e financimit varion midis 10% dhe 25% në varësi të madhësisë së kompanisë dhe në varësi të masës që plotësohen kriteret lidhura me mjedisin⁶⁴.

Rekomandim 8: Zvogëlimi i varësisë së lëndës së parë nga jashtë

Arsyetim: Përkundër faktit se pjesa më e madhe e lëndës së parë merret në nivel lokal ose rajonal, një e katërta e lëndës së parë, veçanërisht për produktet me vlerë të shtuar, është burime nga BE-ja (Figura 11). Në kohën e rritjes së kostove për lëndën e parë ose mungesës për shkak të zinxhirëve të ndërprerë të furnizimit, duket se është e këshillueshme që të shpenzohen më shumë përpjekje për të mbështetur industrinë e ushqimit dhe pijeve që të bëhet më pak e varur nga lënda e parë e BE-së. Ka shumë mundësi për zëvendësime, të tilla si përbërësit e ushqimit. Rritja e përdorimit të lëndëve të para primare vendase mund të ketë efekte pozitive në sigurinë e furnizimit për sektorin e ushqimeve dhe pijeve dhe të stimulojë sipërmarrjen e mëtejshme. Shpesh ka vetëm mungesë të vetëdijes se lënda e parë alternative mund të jetë burim në nivel lokal ose rajonal. Stimulimi i inovacionit në nivel firme (Rekomandimi 5) ose krijimi i bizne-

64 Invest BW, <https://invest-bw.de/wp-content/uploads/2021/03/2021-03-22-VwV-Invest-BW-Zukunftsinvestitionen.pdf>

seve fillestare (Rekomandimi 6) mund të motivojë bizneset e reja që të futen në biznes lokal për prodhimin e lëndës së parë.

Një tjetër mundësi për të reduktuar varësinë e lëndës së parë nga jashtë është të konsumoni më pak. Kuptimi, përmirësimi i efikasitetit të materialeve dhe burimeve brenda kompanive të ushqimit dhe pijeve mund të ndihmojë në mënyrë të konsiderueshme në reduktimin e përdorimit të lëndëve të para. Kjo mund të arrihet duke ushtruar / këshilla për efikasitetin e lëndës së parë. Aplikimi i teknologjive të reja të riciklimit ose lëvizja drejt bujqësisë me efikasitet të burimeve mund të ndihmojë gjithashtu biznesin të përdorë më pak lëndë (të papërpunuara). Aplikimi i teknologjive të reja me fokus në automatizimin dhe dixhitalizimin luan gjithashtu një rol thelbësor.

Shembull i praktikës së mirë

Innovate UK, Defra dhe Këshilli i Kërkimeve të Bioteknologjisë dhe Shkencave Biologjike (BBSRC) zbatuan një skemë mbështetëse, me vlerë 13 milionë euro, për të përmirësuar efikasitetin e burimeve dhe elasticitetin e kompanive prodhuese të ushqimit dhe pijeve në Mbretërinë e Bashkuar. Skema "Përmirësimi i Eficiencës së Zinxhirit të Furnizimit Ushqimor" u iniciua në vitin 2014 dhe zgjati për disa vite. Ishte e hapur për çdo lloj biznesi privat. Ndikimi ishte mjaft mbresëlënës. Ndërmarrjet nga pothuajse të gjithë nën-sektorët e ushqimit dhe pijeve shfrytëzuan mundësinë për të aplikuar për grante që synojnë të zhvillojnë ide inovative se si të rritet efikasiteti i prodhimit dhe të reduktohet inputi i lëndës së parë. Më shumë se 25 ndërmarrje janë mbështetur në këtë fushë. Shumë risi dhe zgjidhje teknike të zhvilluara sipas kësaj skeme janë sot moderne⁶⁵.

Rekomandimi 9: Përmirësimi i tregtisë dhe politikat e lidhura me sigurinë ushqimore

Arsyetim: Kosova nënshkroi MSA-në më 27 tetor 2015 e cila hyri në fuqi në prill 2016. MSA-ja parasheh reduktimin progresiv të detyrimeve doganore për importet e produkteve bujqësore dhe ushqimore me origjinë nga shtetet anëtare të BE-së me synim heqjen e plotë të detyrimeve doganore ose taksave të tjera. Në të njëjtën kohë, marrëveshja e MSA-së ofron një mundësi masive për eksportin e produkteve ushqimore dhe pijeve nga Kosova në tregun e BE-së pa asnjë kufizim sasior, detyrime doganore apo masa të tjera që kanë një efekt ekuivalent. Megjithatë, Bashkimi Evropian njihet që ka kërkesat dhe standardet më të larta të sigurisë dhe cilësisë në prodhimin dhe përpunimin e produkteve agro-ushqimore. Zhvillimi dhe zbatimi i masave të cilësisë dhe sigurisë në fushën e sigurisë ushqimore kërkon përafrimin e politikës dhe legjislacionit të Kosovës me kërkesat e acquis të BE-së dhe një nivel të lartë të kompetencës së administratës përgjegjëse për zbatimin e legjislacionit që mbulon fushat e mësipërme.

Aktualisht, Kosova nuk lejohet të eksportojë kafshë të gjalla dhe ushqime me origjinë shtazore në BE dhe eksporti i produkteve të tjera bujqësore i nënshtrohet kërkesave të sigurisë dhe cilësisë. Produkte të tjera ushqimore dhe pijeve duhet të plotësojnë kërkesa të krahasueshme të larta për t'u importuar në BE. Situata aktuale i pengon shumë prodhues kosovarë të ushqimeve dhe pijeve që të përfitojnë plotësisht nga mundësia për të eksportuar në BE dhe vendet e rajonit të cilat janë duke e përafruar politikën e tyre kombëtare me kërkesat e acquis të BE-së sipas Kapitullit 12 Siguria ushqimore, politika fitosanitare dhe veterinarë. Rritja e importeve dhe mungesa e mundësive të eksportit tashmë ushtron presion në konkurrencën e sektorit të ushqimit dhe pijeve në Kosovë. Për më tepër, integrimi i vonuar apo funksionimi i plotë i organeve të

65 Lista e projekteve dhe bizneseve të financuara nga kjo skemë mund të gjendet këtu: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/548957/Improving_food_supply_chain_efficiency_-_competition_results.pdf

kontrollit të ushqimit vazhdon të ndikojë në besimin e konsumatorëve kosovarë në cilësinë dhe sigurinë e produkteve vendore.

Rekomandohet që të mbështetet edhe më tej AUV në përmbushjen e të gjitha kërkesave të detyrueshme, të mbështetura nga zbatimi efikas i politikave përkatëse të ushqimit dhe sigurisë për të ulur barrën për eksportuesit kosovarë të ushqimit dhe pijeve. Duhet gjithashtu të shpenzohen më shumë përpjekje nga ana e DAK për të përmbushur kërkesat ndërkombëtare për testimin dhe certifikimin, madje edhe jashtë rregullorëve kryesore të sigurisë ushqimore.

Gjithashtu, do të bëhen ndryshime në Ligjin e Tregtisë së Brendshme për produktet e importuara. Prodhuarit vendas të produkteve ushqimore dhe pijeve janë duke u ekspozuar sistematikisht ndaj konkurrencës së ashpër nga importet dhe ndonjëherë edhe diskriminohen në tregun vendas për shkak të fuqisë së tyre të dobët negociuese. Në shumë raste, prodhuarit vendor nuk kanë të njëjtin trajtim në krahasim me shitësit me shumicë të produkteve të importuara kur bëhet fjalë për vendosjen dhe promovimin e produkteve në zinxhirët e shitjes me pakicë në mbarë Kosovën. Duke pasur parasysh se Ligji i Tregtisë së Brendshme është duke u rishikuar, ndryshimet që adresojnë çështjen e vendosjes së produkteve dhe trajtimit të barabartë të produkteve pavarësisht nga origjina e tyre, duhet të shqyrtohen nga Qeveria.

9. Rruga Përpara

Pandemia e COVID-19 dhe lufta Ukrainë-Rusi ka bërë që çmimet e lëndëve të para të rriten ndjeshëm dhe ka ndikuar në furnizimet e shumë produkteve, përfshirë ushqimet dhe pijet. Ekzistojnë sfida të konsiderueshme të pranishme pasi shumë zinxhirë të furnizimit tani janë këputur për shkak të këtyre sfidave. Kjo, kur kombinohet edhe me embargon tregtare të vendosur ndaj Rusisë, do të thotë se blerësit evropianë tani po përpiqen të gjejnë zëvendësues për produktet e importit që mungojnë. Për më tepër, ata gjithnjë e më shumë përkushtohen në shkurtimin e zinxhirëve të tyre të furnizimit duke integruar furnizuesit evropianë në vend të furnizuesve aziatikë ose të tjerë nga jashtë.

Kosova dhe vendet e tjera të Ballkanit Perëndimor kanë mundësinë të zëvendësojnë humbjen e këtyre rrymave të furnizimit dhe të krijojnë modele dhe partneritete të reja të zinxhirit të vlerës brenda rajonit dhe me kompani në mbarë Evropën. Potenciale të tilla për prodhuesit e ushqimeve dhe pijeve kosovare nuk lidhen vetëm me luftën në Ukrainë. Ka nxitës të tjerë për të hyrë në zinxhirë të rinj të furnizimit. Kjo situatë mund të nxisë edhe më tej zhvillimin e sektorit të ushqimit dhe pijeve në Kosovë, i cili u zhvillua mirë përkundër të gjitha sfidave.

Pavarësisht zhvillimeve tërësisht premtuese për sektorin kombëtar të ushqimit dhe pijeve, ka edhe një sërë sfidash që duhen përballuar në mënyrë që sektori të përfitojë realisht nga potenciali i ardhshëm. Vendet fqinje janë zhvilluar gjithashtu relativisht mirë vitet e fundit duke përmirësuar më tej prodhimin e tyre industrial, përfshirë ushqimin dhe pijet. Ky konkurs duhet të zotërohet me sukses për të mbetur konkurrues. Është gjithashtu e rëndësishme që të formohet me sukses transformimi dixhital, por kjo nënkupton se nevojiten edhe investime të mëdha në makineri, teknologji dhe burime njerëzore. Në të njëjtën kohë, kompanitë kosovare duhet të jenë më aktive në identifikimin e trendeve të ardhshme të tregut dhe teknologjisë në mënyrë që të sigurojnë përparësi konkurruese ndaj konkurrentëve të tyre rajonal.

Rekomandimet e propozuara tregojnë zgjidhje konkrete që mund të ndihmojnë sektorin të ruajë dhe zgjerojë më tej konkurrencën e tij. Megjithatë, për të qenë i suksesshëm, nevojiten investime të konsiderueshme publike dhe private. Masat e propozuara synojnë pikërisht t'i japin sektorit privat udhëzime konkrete në mënyrë që ai të investojë më lehtë në teknologjitë dhe njohuritë e ardhshme. Në këtë mënyrë, mund të jetë e mundur të mbështetet sektori i ushqimit dhe pijeve në mënyrë të qëndrueshme.

Masat e rekomanduara varen jo vetëm nga një dizajn i përshtatshëm, por edhe nga zbatimi profesional. Megjithatë, ekziston një përvojë e mangët në zbatimin e masave dhe programeve të tilla mbështetëse në këtë vend. Është e rëndësishme të shmangen gabimet e bëra në të kaluarën në shumë vende të Ballkanit Perëndimor. Ndërhyrjet duhet të zbatohen në duke u orientuar nga nevojat, në mënyrë të shpejtë dhe relativisht joburokratike. Kompanitë kanë nevojë për vendime të shpejta dhe jo pritje me muaj.

Studimi vendos themelet për një dialog publik-privat mbi rezultatet dhe masat e propozuara, të cilat përfundimisht duhet të çojnë në një përdorim të synuar të fondeve publike të kufizuara ku ato mund të kenë ndikimin më të madh në sektorin e ushqimit dhe pijeve.

