
Clusters in Milk Processing Sector in Albania

Sadete Patushi, PhD Candidate

Agricultural University, Tirana, Albania
e-mail: sadete9@gmail.com

Prof. Dr. Vasilika Kume

Faculty of Economy, Tirana University, Albania
e-mail: vasilika.kume@unitir.edu.al

Klasterat në Sektorin e Përpunimit të Qumështit në Shqipëri

Sadete Patushi, Kandidate per Doktoraturë

Fakultetin e Agrobiznesit, Tirane, Shqipëria

Prof. Dr. Vasilika Kume

Fakulteti i Ekonomisë, Universiteti i Tiranës, Shqipëria
e-mail: vasilika.kume@unitir.edu.al

Abstract: Research in the field of supply chain management has increased significantly. In principle, this concept should be seen in two main directions: either based on a close collaboration between the entities involved in the supply chains, or in a broader context of a network of business relationships. With the increasing competition in the agricultural sector and agro - farming, in recent decades it has become necessary that the subjects engaged in these activities be more market oriented, focusing mainly on consumer preferences and improvements in production, processing and distribution systems. The main aim of the research was identification of the problems faced by managers / owners of the dairy sector in Albania. For this reason was conducted a survey of farmers and agro processors, during the period of January-June 2013, in Tirana region, where most of the producers of the industry operate.

Key words: dairy sector, supply chain management, clusters, agricultural and livestock products, development strategy

Abstrakt: Studimi në fushën e menaxhimit të zinxhirit të shpërndarjes është rritur në mënyrë të ndjeshme. Në parim ky koncept duhet parë në dy drejtime kryesore, ose bazuar në një bashkëpunim të ngushtë midis njësisë të përfshira në zinxhirin e furnizimit, ose në një kontekst më të gjerë të një rrjeti të marrëdhënieve midis bizneseve. Me rritjen e konkurrencës në sektorin bujqësor dhe agropërpunues, në dekadat e fundit është e nevojshme që subjektet e angazhuara në këto aktivitetet të jenë të orientuar nga tregu, të fokusohen në k`preferencat e konsumatorëve dhe përmirësimin e prodhimit, dhe sistemeve të shpërndarjes.

Qëllimi i studimit është identifikimi i problemeve me të cilat ndeshen menaxherët/pronarët në sektorin e qumështit në Shqipëri. Për këtë arsye u realizua një vërtetim nëpërmjet pyetësorëve më fermerët dhe agropërpunuesit në sektorin e qumështit, në periudhën Janar-Qerhor 2013, në rajonin e Tiranës ku operojnë shumica e prodhuesve të industrisë.

Fjalët kyçe: sektori i qumështit, menaxhimi i zinxhirit të furnizimit, klasterat, produktet e qumështit, strategjia e zhvillimit

JEL Classification: M10, M38, N50, O13

I. Introduction

Since 1990, the arrival of a new economic system in production brought the competition between national and foreign producers. The dairy industry was characterized by a large number of very small units with simple technology or traditional seasonal processing unit. This has caused difficulties for farmers of processed products, facing European imported products. As a result, agricultural and livestock products have not got any competitive advantages over analogous imported products yet. This is materialized by the fact that imports of these products are declining though still at high levels, while increasing of exports is not substantial. In this way there is a need to create clusters for efficient management of the dairy sector, to provide comparative advantages of local products and increase exports by encouraging investments that support production, improve infrastructure and facilitate the connection of production to the market.

In order to identify the problems faced by managers/owners of the dairy sector in Albania a survey of farmers and agro-processors in the region of Tirana was conducted.

The study objectives are as follow:

1. Reflection of the current situation and the difficulties faced by farmers and agro processors in Tirana region;
2. Identification of the characteristics of agricultural and livestock supply chain in the region;
3. Analysis of the current and future challenges faced by the partners in the supply chain;
4. Determining the key factors to the success of this chain.

II. Supply chain management in the dairy sector

Research in the field of supply chain management has increased significantly, involving more academics. In principle, this concept should be seen in two main directions: either based on a close collaboration between the entities involved in the supply chains, or in a broader context of a network of business relationships (Boekholt & Thuriaux, 1999). Agricultural and livestock supply chain is a network of interrelated companies working together to man-

I. Hyrje

Që prej vitit 1990, sistemi i ri ekonomik në Shqipëri solli konkurrencën e prodhimit vendas me atë të huaj. Industria e përpunimit të qumështit u karakterizua nga një numër i madh njësisish të vogla me teknologji të thjeshtë tradicionale. Kjo solli vështirësi të produkteve të përpunuara të fermerëve përballë produkteve Euro-piane. Si rezultat, produktet bujqësore dhe blegtorale ende nuk kanë avantazhe konkurruese ndaj produkteve analoge të importit. Kjo materializohet me faktin se importet e këtyre produkteve edhe pse në rënie janë ende në nivele të larta, ndërkohë që eksportet nuk kanë rritje. Kështu lind nevoja e krijimit të klasterave për një menaxhim eficient të sektorit të përpunimit të qumështit, për sigurimin e avantazheve krahasuese të produkteve vendase dhe rritjen e eksporteve përmes nxitjes së investimeve që mbështesin prodhimin, përmirësojnë infrastrukturën dhe lehtë-sojnë lidhjen e prodhimit me tregun.

Me qëllim identifikimin e problemeve me të cilat ndeshen manaxherët/pronarët në sektorin e qumështit në Shqipëri është kryer një sondazh me fermerët dhe agropërpunuesit e rajonit të Tiranës.

Objektivat e studimit janë si më poshtë:

1. Pasqyrimi i situatës aktuale dhe vështirësitë me të cilat ndeshen fermerët dhe agropërpunuesit në rajonin e Tiranës;
2. Evidentimi i karakteristikave të zinxhirit furnizues bujqësor dhe blegtoral në rajon;
3. Analiza e sfidave të sotme dhe të ardhshme me të cilat përballen partnerët në zinxhirin furnizues;
4. Përcaktimi i faktorëve kyç të suksesit të këtij zinxhiri.

II. Menaxhimi i zinxhirit furnizues në sektorin e përpunimit të qumështit

Kërkimi në fushën e menaxhimit të zinxhirit furnizues është rritur në mënyrë të konsiderueshme nga shumë akademikë. Në parim ky koncept duhet parë në dy drejtime kryesore ose i bazuar në një bashkëpunim të ngushtë midis subjekteve të përfshira në zinxhirët furnizues, ose në një kontekst më të gjerë të një rrjeti të marrëdhënieve të biznesit (Boekholt & Thuriaux, 1999). Zinxhiri furnizues bujqësor dhe blegtoral është një network i kompanive

age the flow of goods and services along the value added chain of agricultural and livestock products, in order to realize high value for the customer at the lowest cost possible. Despite the fact that agriculture and livestock supply chain is represented as a linear model, in reality its different components are highly interconnected. Changes in one part will have their influence throughout the chain.

Developing a supply chain starts with the willingness of stakeholders to engage in the cluster. It is important that the subjects involved have proper knowledge about the chain and its activities. Knowledge has to do with dealing with the chain as a whole, and providing a functional long-term business relationship.

For all chains, it is important for partners to be involved actively and be flexible enough to respond as soon as possible to market changes. This rapid response to market changes requires the development of a joint strategy, strong collaboration, communication, and integration flow chain activities and business processes (Schulte, 2010).

A strategic and competitive position in the market requires the cluster partners to base their activities in a strategy for the entire chain, focused on understanding the customer and business environment. Trust and commitment are also important elements for achieving successful development partnership and integration between partners in the cluster (Porter, 1998).

To operate effectively and respond quickly to customer demands and market challenges, subjects should engage in relationships within the cluster (OECD, 2010). Development of an effective agricultural and livestock cluster not only generates benefits for the firms involved, but also brings wider benefits: social and economic aspects of national development and wider. Furthermore, benefits can be in terms of major investment opportunities and a better performance in providing quality and safety standards of agricultural products and livestock (Boekholt & Thuriaux, 1999).

With the increasing competition in the agricultural and agro-farming sector, in recent decades it is necessary that the subjects engaged in these activities be

të ndërvapura që punojnë së bashku për të manaxhuar fluksin e të mirave dhe shërbi-meve përgjatë zinxhirit të vlerës së shtuar të produkteve bujqësore dhe blegtorale, në mënyrë që të realizojnë vlerë të lartë për konsumatorin me koston më të ulët të mundshme. Pavarësisht faktit se zinxhiri furnizues bujqësor dhe blegtoral paraqitet si një model linear, në realitet komponentë të ndryshëm të tij janë shumë të ndërlidhur.

Zhvillimi i një zinxhiri furnizimi fillon me vullnetin e aktorëve për t'u angazhuar në klaster. Është e rëndësishme që faktorët e përfshirë të kenë njohuritë e duhura mbi zinxhirin dhe aktivitetet e tij. Njohuritë mbi të kanë të bëjnë me funksionimin e zinxhirit si një i tërë, partneret në klaster, duke siguruar një marrëdhënie funksionale afatgjatë biznesi.

Për të gjithë zinxhirin është e rëndësishme që partnerët të përfshihen në mënyrë aktive dhe fleksibile për t'u përgjigjur sa më shpejt të jetë e mundur ndryshimeve të tregut. Kjo përgjigje ndaj ndryshimeve të tregut kërkon zhvillimin e një strategjie të përbashkët, bashkëpunim të fuqishëm, komunikim, dhe integrim zinxhir të aktivitetëve dhe procesëve (Schulte, 2010).

Një pozicion strategjik dhe konkurrues në treg kërkon që partnerët në klaster t'i bazojnë aktivitetet e tyre në një strategji të bashkë-vendosur për gjithë zinxhirin, të fokusuar në të kuptuarit e konsumatorëve dhe mjedisin e biznesit (Porter, 1998).

Që të veprojnë në mënyrë efektive dhe t'u përgjigjen shpejt kërkesave të konsumatorit dhe sfidave të tregut, subjektet duhet të angazhohen në marrëdhënie brenda klasterit (OECD, 2010). Zhvillimi i një klasteri bujqësor dhe blegtoral efektiv jo vetëm që gjeneron përfitime për firmat e përfshira, por sjell përfitime edhe më të gjera: sociale dhe ekonomike në aspektin e zhvillimit kombëtar dhe më gjerë. Për më tepër përfitimet mund të jenë në aspektin e mundësive më të mëdha investuese dhe një performancë më të mirë në sigurimin e standardeve të cilësisë dhe sigurisë (Boekholt & Thuriaux, 1999).

Me rritjen e konkurrencës në sektorin agro-bujqësor dhe blegtoral, në dekadat e fundit është e nevojshme që subjektet që përfshihen në këto aktivitete të orientohen më tepër drejt tregut, duke u përqendruar

more market oriented, focusing mainly on consumer preferences, flexible activities, improvements in production, processing and distribution systems. An effective response to this growing competition would be included within the cluster (Cooke, Boekholt & Tödtling, 2000). On the other hand, inclusion in a cluster would require first of all a careful review of the costs of production and service, as well as participation of all stakeholders in the cluster's overall strategy.

III. Methodology of research

Methodology for the implementation of the research has as main dimensions the specification of the research subjects, tools, sample taking, and assessment results.

For the specification of the research subjects information was obtained from:

- Agro processors
- Farmers of livestock farms
- Experts and entrepreneurs in agro-processing enterprises

Research tools: For the provision of data from key stakeholders is used a variety of tools, such as structured questionnaires, field surveys, and unstructured interviews.

Analysis was conducted in a regional context (focused in Tirana region), from January to June 2013.

Questionnaires were constructed depending on the group of actors that will be included in the study. They identify characteristics, opportunities and challenges and possible solutions to the issues faced by the supply chain management of agriculture and livestock in the region of Tirana. The analysis of the information gathered has provided conclusions about the overall situation, recognition and opportunities for farmers to increase production, to tackle the challenges that competition brings, with the aim to conclude how the effectiveness of economic activities, sectors or units depends to a large extent on their ability to exploit market opportunities in domestic, regional and international settings.

The questionnaire is addressed to farmers and agro-processors in the milk processing industry, and as such was designed

kryesisht në preferencat e konsumatorëve, aktivitetet fleksibël, përmirësime në prodhim, përpunim dhe sistemet e shpërndarjes. Një përgjigje efektive e kësaj konkurrence në rritje do të ishte përfshirja brenda klasterit (Cooke, Boekholt & Tödtling, 2000). Nga ana tjetër përfshirja në një klaster do të kërkonte në radhë të parë një shqyrtim të kujdesshëm të kostove të prodhimit dhe shërbimit nga të gjithë aktorët.

III. Metodologjia e kërkimit

Metodologjia për realizimin e kërkimit ka si dimensione kryesore: specifikimi i subjekteve të kërkimit, mjetet, marrja e kampionit, rezultatet e vlerësimit.

Për specifikimin e subjekteve të kërkimit është marre informacioni nga:

- Agro-përpunues
- Fermerë të fermave blegtorale
- Ekspertë dhe sipërmarrës të ndërmarrjeve agro-përpunuese

Mjetet e kërkimit: Për sigurimin e të dhënave, janë përdorur një shumëllojshmëri mjetesh, si: pyetësorë të strukturuar, -vrojtime në terren, dhe intervistat e pa strukturuar.

Analiza u zhvillua në kontekst rajonal, (fokusuar në rajonin e Tiranës), prej Janarit ne Qershor 2013.

Pyetësorët janë ndërtuar në varësi të grupeve të aktorëve që do të përfshiheshin në studim. Ata identifikojnë karakteristikat, mundësitë, si dhe sfidat dhe zgjidhjet e mundshme me të cilat ballafaqohet manaxhimi i zinxhirit furnizues bujqësor dhe blegtoral në rajonin e Tiranës. Nga analiza e informacionit konkludohet për shkallën e përgjithshme të njohjes së situatës si dhe për mundësitë e fermerëve për të rritur prodhimin dhe përballjen me sfidat që sjell konkurrenca, me synimin që të konkludohej se si efektiviteti i aktiviteteve ekonomike, sektorëve apo njësisive varej në aftësinë për të shfrytëzuar mundësitë e tregjeve të brendshme, rajonale, ndërkombëtare.

Pyetësori i adresohet fermerëve dhe agro-përpunuesve në industrinë e përpunimit të qumështit, dhe u hartua duke mbajtur parasysh faktin që pyetjet u drejtohen një kategorie njerëzish me një nivel

keeping in mind the fact that questions were directed to a category of people with a moderate level of knowledge, and therefore must be simple and clear.

Other instruments were also used such as meetings and discussions with experts in agriculture and livestock, economists, round tables in different companies, local authorities, Customs, Department of Agriculture, Ministry of Agriculture, Chamber of Commerce, Banks, universities and the Prefecture.

The sample: To ensure maximum precision of the data, samples were taken from the region studied with agro processors and livestock farms. The sample selection was made based on the number of processed agro industry in the milk and dairy farms in the district of Tirana.

The sample was formed by an intentional choice, namely, 17 (31.5 %) agro processors, 36 dairy farms (66.7%), 1 combined livestock agro-processing unit (1.9%), in total 54 units. 18.5% of them are small, 68.5 % medium and 13% big businesses.

The information collected by questionnaires was processed with the SPSS program, using mainly descriptive statistical analysis.

The analysis of the results served to highlight the challenges and problems faced by producers in the region of Tirana and to derive conclusions/recommendations for facing them by producers (farmers) and agro processors in the region.

IV. Data analysis and presentation of results

The research results are grouped as follows:

1. Results for agriculture and livestock specialists.
2. Results for local institutions (municipalities, communes) in relation to farmers
3. Results for the financial institutions (bank and non-bank) in relation to farmers
4. Results from questionnaires distributed to farms and agro processing

Results for agriculture and livestock specialists

Regarding the infrastructure of services,

mesatar njohurish, prandaj janë të thjeshta e të qarta.

Gjithashtu u përdorën edhe instrumente të tjerë si takime dhe diskutime me specialistë të bujqësisë e blegtorisë, me ekonomistë, në kompani, pushtetin lokal, doganat, Drejtorinë e Bujqësisë, Ministrinë e Bujqësisë, Dhomën e Tregtisë, Banka, Universitete, dhe Prefekturën.

Marrja e kampionit: Për sigurimin e një saktësie maksimale të të dhënave janë marrë në konsideratë kandidate të rajonit të studiuar me agro-përpunues dhe ferma blegtorale. Përzgjedhja e kampionit u bë duke u bazuar në numrin e agro-përpunuesve në industrinë e qumështit në qarkun e Tiranës.

Kampioni u formua prej një zgjedhjeje të qëllimshme dhe konkretisht 17 agro-përpunues (31.5 %), 36 ferma blegtorale (66.7 %), total 54 njësi. Nga 54 njësi, 18% e tyre janë biznes i vogël, 68.5 % biznes i mesëm dhe 13% biznes i madh.

Informacioni i grumbulluar, u përpunua me SPSS, duke u përdorur kryesisht analiza të statistikës deskriptive.

Analiza e rezultateve shërbeu për të evidencuar sfidat dhe problemet me të cilat ndeshen prodhuesit në rajonin e Tiranës dhe për të nxjerrë konkluzione dhe rekomandime për përballimin e tyre nga ana e prodhuesve (fermerë) dhe agro-përpunuesve në këtë rajon.

IV. Analiza e të dhënave dhe prezantimi i rezultateve

Rezultatet e kërkimit i kemi grupuar si më poshtë:

1. Rezultatet për specialistët e bujqësisë e blegtorisë.
2. Rezultatet për institucionet e pushtetit lokal (bashki, komunë) në lidhje me fermerët
3. Rezultatet për institucionet financiare (bankare dhe jobankare) në lidhje me fermerët
4. Rezultatet nga pyetësorët e shpërndarë në fermat blegtorale dhe agropërpunuese

Rezultatet për specialistët e bujqësisë e blegtorisë

Për sa i përket infrastrukturës së shërbimeve, specialistët mendojnë se është e

specialists believe that it is inappropriate, for example, for granting loans to inputs such as milk processing machinery, processing technology, providing food base, and marketing of products.

In terms of small units, there are difficulties and high costs of building a servo system. This causes problems for the farmers in providing quality food base. Consequently, processors find it difficult to get quality products.

Results for local institutions (municipalities, communes) in relation to farmers

From discussions with experts in the field can be concluded that all persons involved in the debate agree on the importance of service marketing, but emphasize that organized structures for marketing of the products are still in their infancy.

Manufacturers are hampered by lack of knowledge and access to information, necessary to make decisions on production and sales as well as decisions on investments, exports, etc. Many processors and manufacturers continue to make unplanned decisions for production based on the assumption that it will be sold easily on the market. Factors such as demand, market prices and especially the quality of the products are often not appreciated enough. So producers and processors often find themselves facing competition with knowledgeable and market-oriented importers.

Regarding the collection structures of products, it is accepted that they affect farmers' growing security that products made from them will be sold (as fresh product or be processed by the industry) (EU Commission, 2002). Increased security will provide opportunities for farmers to increase the production market and, hence, their income.

From the participants in the organized roundtables was found out that there are deficiencies in standardization and packaging of the products.

Agricultural products continue to have poor quality, compared to imported ones in terms of presentation and packaging. There are also gaps in product quality in agricultural and livestock which is an important aspect of consumer welfare (En-

papërshtatshme, p.sh. për dhënien e kredive, të inputeve të tilla si makineritë e përpunimit, teknologjia e përpunimit, sigurimi i bazës ushqimore si dhe tregtimi i produkteve.

Në kushtet e njëjësive të vogla, ka vështirësi dhe kosto të lartë ngritja e një sistemi ndihmës. Kjo bën që fermerët të kenë probleme për sigurimin e bazës ushqimore cilësore. Për rrjedhojë përpunuesit kanë të vështirë të marrin produkte cilësore.

Rezultatet për institucionet e pushtetit lokal (bashki, komunë) në lidhje me fermerët

Nga diskutimet me specialistët e fushës rezultojnë se të gjithë personat e përfshirë në diskutim pranojnë rëndësinë që ka marketingu por theksojnë se strukturat e marketingut janë ende në fillimet e tyre.

Prodhuesit pengohen nga mungesa e njohurive dhe aksesit në informacionin e nevojshëm për të marrë vendime mbi prodhimin dhe shitjet si dhe vendime mbi investimet, eksportet, etj. Shumë përpunues dhe prodhues vazhdojnë të marrin vendime për prodhim pa plan bazuar në supozimin që do t'u shitet lehtësisht në treg. Faktorë si kërkesa, çmimet e tregut dhe cilësia e produkteve shpesh nuk vlerësohen sa duhet. Kështu prodhuesit dhe përpunuesit shpesh e gjejnë veten përballë konkurrencës me importues më të mirë informuar dhe të orientuar drejt tregut.

Lidhur me strukturat grumbulluese të produkteve pranohet që kanë ndikim tek fermerët duke u rritur sigurinë që produktet e prodhuara prej tyre do të shiten (si prodhim i freskët apo do të përpunohen nga industria) (EU Commission, 2002). Rritja e sigurisë do të japë mundësi fermerëve të rrisin prodhimin për treg dhe si rrjedhojë edhe të ardhurat e tyre.

Nga të pranishmit në tryezat e organizuara pranohet se ka mangësi të theksuara në standardizimin dhe paketimin e produkteve. Produktet bujqësore vazhdojnë të kenë cilësi të ulët në krahasim me ato të importuara në drejtim të paraqitjes, kategorizimit dhe paketimit. Po ashtu ka mangësi dhe në cilësinë e produktit, që është një aspekt i rëndësishëm i mirëqenies së konsumatorit (Enright, 2000). Krahasimit dhe zbatimit të rregullave në këtë drejtim, ajo kërkon gjithashtu investime

right, 2000). Besides the adoption and implementation of regulations in this area, it also requires investment by manufacturers and processors, which means higher costs and therefore higher prices for consumers.

Development of the agricultural land is an important element, as it will help to the best use of available land and it is important to facilitate financial intermediation, but still there are problems with the registration of land (Kume, 2011).

Although barriers for sale and renting the land have been removed, the market is still inactive. This is caused to a large extent by family ownership to the land.

All persons involved in the debate agree that remittances from emigration play an important role in the economy of the region of Tirana. This migration is accompanied by the removal of the active labour force from rural areas and limits the capacity of leaders in agriculture because the age of remaining farmers is high. But it also has its other side, the positive one. Money coming from immigration can be used to invest in rural areas of agro-processing and non-farming sectors.

Results from financial institutions

Despite the higher needs in the agribusiness sector for investment and long-term financing, the reality shows that it remains the sector with the lowest proportion of funding from the banking system: only about 1.5% of the loan portfolio goes to agribusiness, versus 34% for production, or 25% for trade. This process becomes even more difficult for these clients when it includes requirements for mortgage guarantee, or loan payment standard forms, which require higher flexibility and technical expertise in service. Therefore, this sector shows a pronounced tendency to self-finance or informal funding.

Presentation of the results of questionnaires distributed in livestock farms and agroprocessors

Out of 54 units, 31.5% are agro processors, 66.7% livestock farms and 1.9% agro-livestock farms. According to the sample size units, from 54 units, 18.5% are small businesses, 68% medium-sized businesses, and 13% big businesses. The number of employees in 17 agro-processing units consists of nine employees mean-

nga prodhuesit që do të thotë kosto më e lartë e rrjedhimisht çmime më të larta për konsumatorët.

Zhvillimi i tregjeve të tokës bujqësore është një element i rëndësishëm, pasi do të ndihmojë në përdorimet më të mira të mundshme dhe është i rëndësishëm për lehtësimin e ndërmjetësimit financiar, por akoma ka probleme me regjistrimin e tokës (Kume, 2011).

Megjithëse janë hequr pengesat për shitblerjen dhe qiramarrjen e tokës, tregu është akoma jo aktiv. Kjo pengohet në një masë të madhe nga pronësia familjare mbi tokën.

Të gjithë personat e përfshirë në diskutim pranojnë që dërgesat nga emigracioni luajnë një rol të rëndësishëm në ekonominë e rajonit të Tiranës. Ky emigrim shoqërohet me largimin e forcës aktive të punës nga zonat rurale dhe kufizon kapacitetet në bujqësi sepse mosha e fermerëve të mbetur është e madhe. Por kjo ka edhe anën pozitive. Paratë që vijnë nga emigracioni mund të përdoren për të investuar në zonat rurale në sektorin e agro-përpunimit.

Rezultatet nga institucionet financiare

Pavarësisht nevojave të larta në sektorin e agrobiznesit për investime dhe financime afatgjata, realiteti tregon se ai mbetet sektori me përqindjen më të ulët të financimit nga sistemi bankar. Vetëm rreth 1.5% të portofolit të huave e zë agrobiznesi, kundrejt 34% që zë prodhimi, ose 25% që zë tregtia. Ky proces bëhet edhe më i vështirë për këta klientë kur përfshihen kërkesat për garanci hipotekore, ose forma standarte pagese të huave, të cilat kërkojnë fleksibilitet më të lartë dhe ekspertizë teknike. Prandaj në këtë sektor shihet një prirje e theksuar për vetëfinansim apo për financime jozyrtare.

Prezantimi i rezultateve nga pyetësorët e shpërndarë në fermat blegtorale dhe agropërpunuesit

Nga 54 njësi, 31.5% e tyre janë agro-përpunues, 66.7% ferma blegtorale dhe 1.9% ferma blegtorale dhe agro-përpunues. Sipas madhësisë së njësive së kampioneve nga 54 njësitë, 18.5% janë biznes i vogël. 68.54 biznes i mesëm, 13% biznes i madh. Numri i të punësuarve në 17 një-

while 36 livestock farms have an average of 6 employees.

When asked "Do you have any difficulty in securing raw materials?", 98.1% of the sample units have responded with "yes" - and only 1.9% have no difficulty in securing raw materials. Respondents, who stated that they have difficulty in securing raw materials, have further specified affecting factors:

1. Price is a very important factor in the occurrence of difficulties for the provision of raw materials (i.e. it is very important for 49.1% of the units and important for 34%). This difficulty is mainly due to competition from imports, lack of collection centers, and lack of road infrastructure causing a distortion of price and quality.

2. Quality is not a very important factor for 34% of the units surveyed. This is mainly because these units provide the raw material by themselves, or reach to realize a quality product.

3. Supplier deficiency is a very important factor for 24.5% of the respondents, and the most important one for 39.6% of them. This reinforces the conclusion regarding the quality, because businesses are unable to reach cooperation to find suppliers for the provision of raw materials.

4. Lack of information and competition does not constitute a significant factor for sampling units. This indicates isolation and no collaboration between units operating in the region of Tirana. Each unit "ignores" its competitor. So there is a low competitive ability of animal products, relatively low quality and poor standards under required levels.

The question: "Where do you sell the production designed for sale": 13% sell it in the gathering centres, 59.3% in the city market and other cities and 7.4% directly to the processors. The largest percentage of sales in the city is due to demographic growth and concentration in the region of Tirana, where units arrive to find their "market" (Figure 1).

Sample units consider the best way for marketing of products, through customer image (72.2%). They use the clients themselves for marketing, because they are not able to use technological tools such as ad-

sitë agro-përpunuese përbëhet mesatarisht prej 9 të punësuar, nga 36 njësitë ferma blegtorale përbëhet prej 6 të punësuar.

Pyetjes "A keni vështirësi në sigurimin e lëndës së parë?" nga kampioni i njësive janë përgjigjur me "po"- 98.1% e tyre dhe vetëm 1.9% nuk kanë vështirësi në sigurimin e lëndës së parë. Të intervistuarit që kanë deklaruar se kanë vështirësi në sigurimin e lëndës së parë, kanë specifikuar faktorët që ndikojnë:

1. Cmimi është një faktor shumë i rëndësishëm në hasjen e vështirësive për sigurimin e lëndës së parë (përkatesisht shume i rëndësishëm për 49.1% të njësive dhe i rëndësishëm për 34%). Kjo vështirësi vjen kryesisht nga konkurrenca nga importet, mungesa e qendrave grumbulluese, mungesa e infrastrukturës rrugore gjë që shkakton një deformim çmimi dhe cilësie.

2. Cilesia nuk është një faktor shumë i rëndësishëm për 34% të njësive të studiuara. Kjo kryesisht sepse këto njësi e sigurojnë vetë lëndën e parë, ose arrijnë që të realizojnë një produkt cilësor.

3. Faktori mungesë furnitori është shumë i rëndësishëm për 24.5% të intervistuarve, i rëndësishëm për 39.6%. Kjo përforcon konkluzionin lidhur me cilësinë, sepse bizneset, nuk arrijnë të gjejnë furnitorët për sigurimin e lëndës së parë.

4. Mungesa e informacionit dhe konkurrenca nuk përbëjnë faktor të rëndësishëm për njësitë kampione. Kjo tregon një izolim dhe mos bashkëpunim midis njësive në rajonin e Tiranës. Secila njësi "injon" konkurrentin e saj. Kështu ka një aftësi të ulët konkurruese të produkteve blegtorale, cilësi relativisht e ulët dhe mosplotësim i standardeve.

Pyetjes, "Prodhimin e destinuar për shitje ku e shisni", 13% e shesin në qendrat e grumbullimit, 59.3% në tregun e qytetit dhe në qytetet e tjera dhe 7.4%, direkt te përpunuesi. Përqindja e madhe e shitjes në qytet është pasojë edhe e rritjes dhe përqendrimit demografik në rajonin e Tiranës, ku njësitë arrijnë të gjejnë "tregun" e tyre (grafiku 1).

Njësitë kampion kanë si mënyrën më të mire për marketingun e produktit imazhin nëpërmjet klientëve (72.2%). Ata përdorin klientët si marketing, pasi kanë pamundësi për të përdorur mjete si reklama

vertising through television, print posters, etc. (Figure 2).

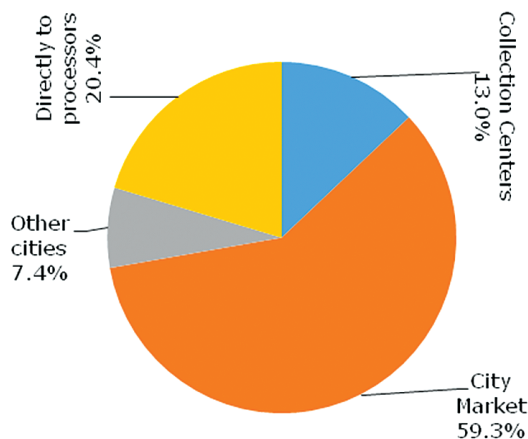


Figure 1. Where do you sell your products?

Grafiku 1. Ku i shisni produktet tuaja

nëpër televizione, postera të printuar etj (grafiku 2).

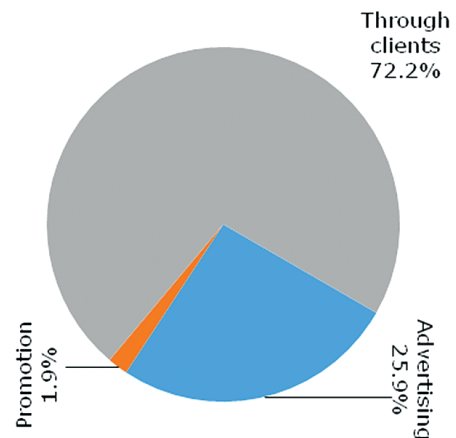


Figure 2. The way you do the marketing of products?

Grafiku 2. Menyra per marketingun e produktit tuaj?

To the question "What are the problems that you notice during the sale of the product", the interviewees responded:

- Lack of buyers, confirmed by 85.2% of the sample units,
- Lack of information, confirmed by 66.7% of the units,
- 37% of the units consider lack of investment,
- Lack of collection centers is indicated by 24.1% of respondents,
- Competition is considered important by 18.5% of sample units.

64.8 % of sample units have information on the counterpart sector in the region. There is an interest of farmers and agro processors, in product processing technology and breeding of livestock.

It is worth to be noted that only 78% of respondents claim consumer study, of which only 5.3% use structured questionnaires.

Albanian businesses do not engage in the study of consumer demand, which exposes them toward change (Figure 3 and 4).

Pyetjes "Cilat janë problemet që vini re gjatë shitjes së produktit", të intervistuarit ju përgjigjën:

- Mungesa e blerësve e konfirmuar nga 85.2 % e njësive kampion,
- Mungesa informacionit e konfirmuar nga 66.7% e njësive,
- 37 % e njësive vlerësojnë mungesën e investimit,
- Mungesa e qendrave të grumbullimit është theksuar nga 24.1 % e të intervistuarve,
- Konkurrenca është konsideruar e rëndësishme nga 18.5 % e sample.

64.8 % e njësive kanë informacion mbi sektorin homolog në rajon. Ka një interesim të fermerëve dhe agro-përpunuesve në teknologjinë e përpunimit të produktit.

Vlen për tu theksuar, se vetëm 78% e të intervistuarve studiojnë kërkesën konsumatore, nga të cilët vetëm 5.3% përdorin pyetësorë të strukturuar.

Mos studimi i kërkesës konsumatore, i rrezikon ata ndaj ndryshimit (Grafiku 3 dhe 4).

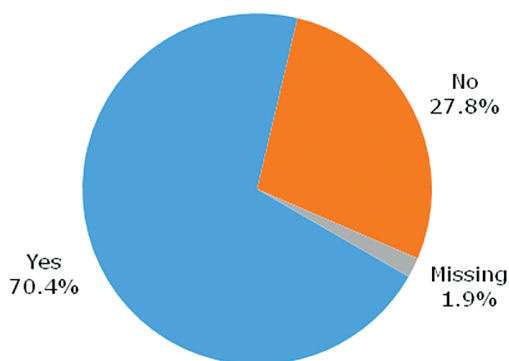


Figure 3. Do you study consumer demand?

Grafiku 3. Keni testuar pelqimin e konsumatorit

To the question "Do you feel threatened by integration in the EU?" 87% of businesses feel threatened and require increased support from the state in the form of investments (89.6%). Another form of support is easing credit conditions, 60.4% and improvement of technology, 50%.

The survey confirms our hypothesis that the creation of clusters is an effective way to increase the competitive ability of agricultural and livestock products, because the competitiveness remains dependent on high cost, relatively low quality and standards under the required level. Clustering will have positive effects on the supply chain industry and the production of milk processing.

Manufacturers and processors find it difficult to be organized in order to benefit either from the market of inputs or from the products. Difficulties encountered by farmers in this regard relate to their large number or inability to reach agreement, lack of knowledge, etc.

Lack of capital to invest in livestock and not only, is one of the main factors that hinder the development. The responses received indicate that farmers use personal savings, loans from friends, remittances and in some cases, bank loans as the main sources of financing. This has made a barrier to invest in modern technology and, therefore, the level of technology used is generally low. Apart from difficulties in securing capital, an obstacle in this regard is the small size of farms, the difficulty to use land as collateral and the lack of

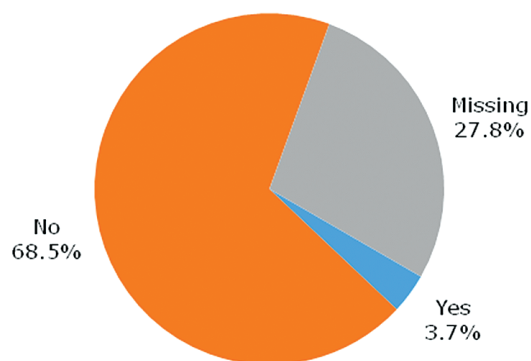


Figure 4. Do you use structured survey

Grafiku 4. Testimi i strukturuar

Pyetjes "A ndjeheni të riskuar nga integrimi në BE", 87% e bizneseve ndjehen të riskuar dhe kërkojnë rritjen e mbështetjes nga shteti në formën e investimeve, (89.6%). Forma të tjera mbështetje janë zbutja e kushteve të kredive 60.4% dhe përmirësimi i teknologjisë 50%.

Ky pyetësor vërteton hipotezat se krijimi i klasterave është një rrugë efektive për rritjen e konkurrueshmërisë pasi aftësia konkurruese e produkteve bujqësore dhe blegtorale mbetet e varur nga kosto e lartë, cilësia relativisht e ulët dhe mosplohtësimi i standardeve. Klasterat do të sjellin efekteve pozitive në zinxhirin e ofertës së industrisë së përpunimit dhe prodhimit të qumështit.

Prodhuesit dhe përpunuesit e kanë të vështirë të organizohen për të përfituar si në tregun e inputeve ashtu edhe në atë të produkteve. Vështirësitë lidhen me numrin e madh të tyre dhe pamundësinë për të arritur në marrëveshje, ndryshimet në kushtet ekonomike, mungesa e njohurive etj.

Mungesa e kapitalit për të investuar në blegtori dhe jo vetëm është një nga faktorët kryesorë që pengon zhvillimin. Përgjigjet e marra tregojnë se fermerët si burime kryesore financimi përdorin kursimet vetjake, hua nga shokë e miq, të ardhurat nga emigracioni dhe pak kredinë bankare. Kjo bëhet pengesë për të investuar në teknologji moderne prandaj shkalla e teknologjisë së përdorur është përgjithësisht e ulët. Krahas vështirësive në sigurimin e kapitalit, pengesë është dhe sipërfaqja e

knowledge that farmers have regarding the resources.

IV. Conclusions/Recommendations

The agribusiness sector in Albania is still facing many difficulties and challenges. Some theoretical and practical recommendations that will help in tackling the challenges facing this sector and increase the competitiveness would be:

- The only way for the development of the agricultural sector is the creation of larger farms (Asheim, 1992). Through the organization of clusters and exchanges between them, the joint utilization of available equipment, land sales and rents, can consolidate the use and development of land market. Farmers should enter into contractual relationships or form groups for the supply of raw materials and marketing of products. The creation of clusters is an effective way to increase the competitive ability of agricultural and livestock products, because the competitiveness remains dependent on high cost, relatively low quality and standards under the required level. Clustering will have positive effects on the supply chain industry and the production of milk processing.
- Local governments need to play an active role and to cooperate extensively with manufacturers, creating transparent and enforceable rules, or investing in order to create appropriate conditions for the warehouses or processing of their products. The aim should be to promote private entrepreneurs' investments in these areas.
- Some of the facilitating conditions that local governments should create for farmers are associated with the management of rural markets, as well as the establishment of new centres in other municipalities of the region.
- A critical element is the implementation of government policies in the agricultural and livestock products, since in many cases the challenge is seen more in terms of policy implementation. Government support for the implementation of information management systems in agriculture and livestock industry seems to be very important. A concrete action could be the creation of certification bodies or centres of information system that can help

vogël e fermave, vështirësia për të përdorur tokën si kolateral.

V. Konkluzione/Rekomandime

The Sektori i agrobiznesit është ende duke u përballur me sfida dhe vështirësi të shumta në rajonin e Tiranës. Disa rekomandime teorike dhe praktike që do të ndihmonin në përballimin e sfidave me të cilat përballet çdo ditë ky sektor dhe rritjen e konkurrueshmërisë do të ishin:

- Rruga e vetme e zhvillimit për sektorin bujqësor është krijimi i fermave të mëdha (Asheim, 1992). Nëpërmjet organizimit të klasterave, shtrytëzimit e përbashkët të pajisjeve në dispozicion, shitblerje dhe qiramarrje e tokës të konsolidohet përdorimi dhe zhvillimi i tregut të tokës. Fermerët duhet të hyjnë në marrëdhënie kontraktore për furnizimin me lëndë të para dhe tregtimin e produkteve. Krijimi i klasterave është një rrugë efektive për rritjen e konkurrueshmërisë pasi aftësia konkurruese e produkteve bujqësore dhe blegtorale mbetet e varur nga kosto e lartë, cilësia relativisht e ulët dhe mosplohtësimi i standardeve. Klasterat do të sjellin efekteve pozitive në zinxhirin e ofertës së industrisë së përpunimit dhe prodhimit të qumështit.
- Qeverisja vendore duhet të luajë një rol aktiv dhe të bashkëpunojë me prodhuesit duke krijuar rregulla transparente dhe të zbatueshme, dhe të investojë për të krijuar kushte më të përshtatshme për magazinimin apo përpunimin e produkteve të tyre. Qëllimi duhet të jetë nxitja e investimeve të sipërmarresve private.
- Disa nga kushtet lehtësuese që pushteti lokal duhet të krijojë për fermerët lidhen me mënyrën e manaxhimit të tregjeve rurale dhe krijimin e qendrave të reja në komunat e tjera të rajonit.
- Një element kritik është zbatimi i politikave të qeverisë në produktet bujqësore dhe blegtorale. Mbështetja e qeverisë për zbatimin e sistemeve të manaxhimit të informacionit në industrinë bujqësore dhe blegtorale duhet të jetë shumë e rëndësishme. Një veprim konkret mund të jetë krijimi i organizmave çertifikues apo qendrave të sistemit të informacionit të cilat mund të ndihmojnë në sigurimin e cilësisë së ushqimit, të operacioneve mbështetëse dhe planifikimit të proceseve.

to ensure food quality, support operations and planning processes.

- Another important partner for manufacturers on their way towards increasing competitiveness is financial institutions (Antonova & Pavlov, 2010). The Albanian economy needs support from banks and they should continue to support this important sector of the economy as their presence and assistance to farmer is very necessary.

- Diversification of production and processing of milk is needed, in order to reduce the high unemployment in this sector. Such type of activity will increase household incomes, especially through increased production for the market.

- Një partner tjetër i rëndësishëm për prodhuesit në rrugën e tyre drejt rritjes së konkurrueshmërisë janë edhe institucionet financiare (Antonova & Pavlov, 2010). Ekonomia shqiptare ka nevojë për mbështetje nga bankat dhe ato duhet të vazhdojnë të mbështesin këtë sektor të rëndësishëm të ekonomisë pasi është shumë e nevojshme prezenca dhe ndihma e tyre ndaj fermerëve.

- Diversifikimi i prodhimit dhe përpunimit të qumështit është i nevojshëm për të ulur papunësinë e lartë në këtë sektor. Një aktivitet i tillë do të rritë të ardhurat e familjes, sidomos nëpërmjet rritjes së prodhimit për treg.

Reference / Referencat

- Asheim, B. T. (1992).** Flexible specialisation, industrial districts and small firms: a critical appraisal. In Ernste, H. and V. Meier (Eds.), *Regional Development and Contemporary Industrial Response: Extending Flexible Specialisation*.
- Antonova, D., Pavlov, D. (2010).** Science, Research, Knowledge, Heart. Which Are the Driving Forces Behind the Regional Development?. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2 : 21-30.
- Boekholt, P. Thuriaux, B. (1999).** *Overview of cluster policies in international perspective*. A report for the Dutch, Ministry of Economic Affairs. Belhaven, London, 45-63.
- Cooke, P., Boekholt, P., Tödtling, F. (2000).** *The Governance of Innovation in Europe. Regional perspectives on Global Competitiveness*. Pinter, London and New York.
- Enright, M.J. (2000).** *The globalization of Competition and the Localization of Competitive Advantage: Policies towards Regional Clustering*. In Hood, N. and S. Young (Eds.), *Globalization of Multinational Enterprise Activity and Economic Development*. Macmillan, London.
- EU Commission (2002).** Regional Clusters in Europe. Observatory of European SMEs. No. 3. Retrieved from [http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/innovation/pdf/library/regional_clusters.pdf] in August, 14, 2014.
- Kume, V. (2011).** *Strategic Management, Theory, Concepts and Cases*, Pegi Publishing House, Tirana (in Albanian).
- OECD (2010).** Business Clusters Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe.
- Porter, M. (1998).** Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, November-December, 76 (6) : 77-90.
- Schulte, P. (2010).** Networking for Innovation: Advantage and Benefit for the Regional Development, *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2 : 1-20.