

WITH FUNDING FROM
**AUSTRIAN
DEVELOPMENT
COOPERATION**



*Empowered lives.
Resilient nations.*



ANALIZA E ZINXHIRIT TË VLERËS NË TURIZËM (MIKPRITJE, GASTRONOMI) DHE BUJQËSI (PEMË DHE PERIME, KULTURA DRITHI)

KOMUNA E VITISË, 2017

**ANALIZA E
ZINXHIRIT TË VLERËS
NË TURIZËM (MIKPRITJE,
GASTRONOMI) DHE BUJQËSI (PEMË
DHE PERIME, KULTURA DRITHI)**

KOMUNA E VITISË, 2017

Sigurimi i cilësisë i kryer nga UNDP-ja

Mirënjohjet dhe përgjegjësia

Ky dokument është hartuar në kuadër të projektit “Zhvillimi i Integruar Territorial 2 - InTerDev 2” i financuar nga Bashkëpunimi Austriak për Zhvillim dhe i zbatuar nga UNDP-ja në partneritet me Komunitetet e Dragashit, Shtërpcës dhe Vitisë. Nuk ka të drejta autoriale për këtë dokument; prandaj, përmbajtja e tij mund të përdoret pjesërisht ose plotësisht pa ndonjë leje paraprake nga Programi për Zhvillim të Kombeve të Bashkuara (UNDP). Megjithatë, duhet të citohet si burim. Përmbajtja dhe rekomandimet e shprehura në këtë dokument janë të autorit të kontraktuar dhe nuk e përfaqësojnë pozicionin zyrtar të Programit për Zhvillim të Kombeve të Bashkuara dhe as të Agjencisë Austriake për Zhvillim.

PËRMBAJTJA

Lista e shkurtesave	5
1. HYRJE	6
1.1. Vështrim i përgjithshëm mbi Komunën e Vitisë	9
2. METODOLOGJIA	10
3. TURIZMI	14
3.1. Hartëzimi i sektorit të turizmit	16
3.1.1. Pjesëmarrësit e drejtpërdrejtë (bazë) në zinxhirin e vlerës	16
<i>Akomodimi</i>	16
<i>Restorantet</i>	16
<i>Objektet kulturore</i>	18
<i>Kremtimet dhe ngjarjet kulturore</i>	19
<i>Operatorët turistik dhe agjencitë e udhëtimit</i>	19
<i>Transporti</i>	19
<i>Vizitorët</i>	19
3.1.2. Pjesëmarrësit e tërthortë në zinxhirin e vlerës	20
<i>Shërbimet/funksionet mbështetëse</i>	20
<i>Komuna</i>	20
<i>Organizatat e marketingut</i>	21
<i>Qendra e Informacionit Turistik</i>	21
<i>Infrastruktura</i>	22
<i>Ofruesit e informacioneve hyrëse (inputeve)</i>	22
<i>Mjedisi mundësues (rregullat dhe rregulloret) Ligjet dhe rregulloret</i>	23
<i>Strategjitë</i>	23
<i>Rregulloret tatimore</i>	23
<i>Regjistrimi i bizneseve turistike</i>	24
<i>Shoqatat</i>	24
3.2. Lidhjet horizontale dhe vertikale në kuadër të sektorit të turizmit	24
3.3. Struktura e kostove të sektorit të turizmit	27
3.4. Çështjet kyçe të identifikuara në sektorin e turizmit - Analiza SWOT	28
3.5. Tendencat e tregut në industrinë e turizmit	29
3.6. Përfundimet dhe rekomandimet	31

4. PEMËT, PERIMET DHE KULTURAT E DRITHIT	34
<i>Nënspektori i kulturave të drithit</i>	37
<i>Nënspektori i perimeve</i>	38
<i>Nënspektori i pemëve</i>	39
4.1. Hartëzimi i pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit	40
4.1.1. Pjesëmarrësit e drejtpërdrejtë (bazë) në zinxhirin e vlerës	40
<i>Ofruesit e informacioneve hyrëse (inputeve)</i>	40
<i>Prodhuesit/Grumbulluesit</i>	40
4.1.2. Pjesëmarrësit e tërthortë në zinxhirin e vlerës	42
<i>Shërbimet/funksionet mbështetëse</i>	42
<i>Komuna</i>	42
<i>Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural</i>	43
<i>Organizatave të marketingut</i>	44
<i>Infrastruktura dhe transporti</i>	44
<i>Shërbimet financiare</i>	44
<i>Organizatave për zhvillim</i>	44
<i>Laboratorët</i>	45
<i>Mjedisit mundësues</i>	45
<i>Ligjet dhe rregulloret</i>	45
<i>Strategjitë</i>	46
<i>Regjistrimi i kooperativës bujqësore</i>	47
4.1.3. Lidhjet horizontale dhe vertikale në sektorin e pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit	48
4.1.4. Struktura e kostove dhe investimeve	49
Struktura e kostove në nënspektorin e kulturave të drithit	49
Struktura e kostove në nënspektorin e perimeve	49
Struktura e kostove në nënspektorin e pemëve	50
4.2. Çështjet kyçe të identifikuara në sektorin e bujqësisë - Analiza SWOT	52
4.3. Tendencat e tregut në industrinë bujqësore	53
4.4. Përfundimet dhe Rekomandimet	54
5. NDËRHYRJE	56
6. BIBLIOGRAFIA	69
SHTOJCA	70
SHTOJCA 1: Lista e palëve të intervistuarave të interesit	71
SHTOJCA 2: Lista e pjesëmarrësve në grupin e fokusit	73
SHTOJCA 3: Pyetësorët e intervistave	74

LISTA E SHKURTESAVE

ADA	Agjencia Austriake për Zhvillim
ADC	Bashkëpunimi Austriak për Zhvillim
CHwB	Trashëgimia Kulturore pa Kufij
PK	Personi kontaktues
BE	Bashkimi Evropian
€	Euro
FKL	Fondacioni Kosovë-Luksemburg
BPV	Bruto Prodhimi Vendor
IADK	Iniciativa për Zhvillimin e Bujqësisë së Kosovës
ISO	Organizata e Standardizimit Ndërkombëtar
ASK	Agjencia e Statistikave të Kosovës
FKL	Fondacioni Kosovë-Luksemburg
IBK	Instituti Bujqësor i Kosovës
KIESA	Agjencia për Investime dhe Përkrahje të Ndërmarrjeve në Kosovë
GLV	Grupi Lokal i Veprimit
MBPZHR	Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural
BMA	Bimë Mjekësore dhe Aromatike
MPJ	Ministria e Punëve të Jashtme
MD	Ministria e Diasporës
PPJD	Produkte Pyjore Jodrusore
SKHB	Sistemi Kombëtar i Hulumtimit Bujqësor
OJQ	Organizatë Joqeveritare
PPSE	Promovimi i Punësimit në Sektorin Privat
USAID	Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar
UNDP	Programi për Zhvillim i Kombeve të Bashkuara
UNWTO	Organizata e Kombeve të Bashkuara për Turizmin Botëror
ZV	Zinxhiri i Vlerës



1. HYRJE

Ky raport është autorizuar si pjesë e projektit të UNDP-së “Zhvillimi i Integruar Territorial 2” InTerDev 2, për të trajtuar sfidat e vazhdueshme që mbizotërojnë në komunat e Dragashit, Shtërpçës dhe Vitisë, sidomos për shkallën e lartë të papunësisë, gjenerimin e pamjaftueshëm të të hyrave, shërbimet e dobëta dhe të papërshtatshme publike, si dhe marginalizimin socio-ekonomik të grave, të rinjve dhe grupeve të tjera të cenueshme.

Sektori privat në këto komuna, ngjashëm me komunat e tjera në Kosovë, vuan nga kufizimet e ofertës dhe kërkesës. Zinxhirët e shpërbërë dhe të nënzhvilluar të vlerës, asimetria e informacionit të tregut, infrastruktura e dobët, qasja e kufizuar në shërbimet financiare dhe klima përgjithësisht e papërshtatshme e biznesit, kanë penguar në rritjen e kompanive dhe krijimin e vendeve të reja të punës.

Në zhvillimi i zinxhirëve të vlerës përbën një nga çështjet më sfiduese që i karakterizojnë sektorët dominues të këtyre komunave. Analiza e zinxhirit të vlerës, së bashku me planin e zbatimit dhe vlerësimin e kostove të veprimeve të rekomanduara në Komunën e Vitisë, duke u përqendruar në sektorin e turizmit (mikpritje dhe gastronomi) dhe nënsektorët bujqësorë të pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit, u zhvillua pas dy raporteve mbi analizën e zinxhirit të vlerës të kryera më parë për komunën e Dragashit dhe atë të Shtërpçës.

Raporti synon si në vazhdim: (i) të kuptohen më mirë kapacitetet aktuale të akterëve të zinxhirit të vlerës të sektorëve të synuar në Komunën e Vitisë (ofruesit e informacioneve hyrëse (inputeve), fermerët, përpunuesit dhe shpërndarësit); (ii) të identifikohen sfidat dhe nevojat e tyre; dhe (iii) të vlerësohet si të përmirësohet pozicionimi i tyre në kuadër të të gjithë zinxhirit të tregut të brendshëm dhe si të eksportojnë konkurrencë përtej grupit të tyre në nivel kombëtar, rajonal dhe ndërkombëtar. Këto analiza të zinxhirit të vlerës në veçanti synojnë që ta shqyrtojnë gjendjen mbizotëruese (natyrën dhe fushëveprimin e operacioneve) të të dy sektorëve të synuar, duke siguruar ndërhyrje afatshkurtra dhe afatmesme specifike dhe realiste për t’i trajtuar pengesat kryesore të hasura nga palët e interesit.

Struktura organizative e këtij raporti është si në vijim: *Pjesa I* ofron një vështrim të shpejtë mbi Komunën e Vitisë. *Pjesa II* e shpjegon metodologjinë e përgjithshme, duke i theksuar instrumentet kyçe për grumbullimin e të dhënave, të tilla si hulumtimet në zyrë, intervistat e detajizuara dhe diskutimet në grupin e fokusit. *Pjesa III* shkurtimisht e trajton sektorin e turizmit, duke bërë një vlerësim të akterëve të drejtpërdrejtë dhe të tërthortë në zinxhirin e vlerës, lidhjet vertikale dhe horizontale në mes tyre, strukturat e kostove, çështjet kyçe dhe tendencat e tregut. *Pjesa IV* hedh dritë mbi gjendjen aktuale të kultivimit të pemëve, perimeve dhe drithit, duke ndjekur të njëjtën strukturë si me sektorin e turizmit. *Pjesa V* propozon katër ndërhyrje kyçe, duke siguruar informacion të detajuar mbi caqet, rezultatet e pritshme, aktivitetet, përfituesit, akterët relevant, afatet kohore dhe vlerësimet e kostove.

1.1 VËSHTRIM I PËRGJITHSHËM MBI KOMUNËN E VITISË

Komuna e Vitisë ndodhet në Kosovën juglindore¹. Ka një vendndodhje strategjike, pasi gjendet në afërsi të Gjilanit, Ferizajit dhe kufirit Kosovë – Ish-Republika Jugosllave e Maqedonisë. E gjithë komuna, duke i përfshirë 38 fshatrat e saj, mbulon një sipërfaqe prej rreth 276 km². Sipas regjistrimit të popullsisë (2011), numri i përgjithshëm i banorëve është përafërsisht 46.987, duke përfshirë komunitetet pakicë, konkretisht serbët, kroatët dhe romët.² Duke qenë se komuna ka një komunitet të madh të diasporës në BE dhe më gjerë, kjo shifër konsiderohet si nënvlerësim i madhësisë reale të popullsisë, pasi sipas disa vlerësimeve është një përqindje shtesë prej 35% banorëve të paregjistruar që jetojnë në diasporë.³

Ekonomia e Vitisë bazohet kryesisht në bizneset e vogla bujqësore. Statistikat strukturore të biznesit sugjerojnë se në komunë funksionojnë mbi 1.000 ndërmarrje ekonomikisht aktive të cilat janë të angazhuara kryesisht në aktivitetet tregtare në kuadër të tregut lokal⁴.

Falë peisazhit të përshtatshëm (sipërfaqe relativisht e sheshtë, zona pyjore dhe rrjedhat e dy lumenjve), Vitia konsiderohet kryesisht si komunë tipike bujqësore me rreth 60% të popullsisë së saj lokale aktivisht të angazhuar në aktivitetet bujqësore. Toka e kultivuar shtrihet në një sipërfaqe prej 7.812 hektarësh, dhe është e përshtatshme për kultivimin e të gjitha llojeve të kulturave bujqësore.⁵ Vitia gjithashtu ka potencial të madh për zhvillimin e sektorit të turizmit. Ajo ka disa rezervate të natyrës së virgjër, kryesisht në fshatrat Debelldeh, Letnicë, Stubëll dhe shumë të tjerë. Për më tepër, është vendbanim i komuniteteve myslimane dhe të krishtera që jetojnë në harmoni të plotë dhe përkrah njëri tjetrit me ngjarjet e tyre të ndryshme kulturore. Komuna ka 30 xhami, 6 kisha ortodokse serbe dhe 6 kisha katolike shqiptare, shumica e të cilave janë rinovuar pas konfliktit të vitit 1999.⁶

Sa i përket infrastrukturës, statusi i përgjithshëm konsiderohet relativisht i mirë. Rrugët kryesore që i lidhin fshatrat e mëdha me qendrën janë në gjendje të mirë. Qyteti i Vitisë është i lidhur mirë me sistemin e ujësjellësit dhe të kanalizimeve të ujërave të zeza.⁷

1 Referencat për Kosovën do të kuptohen në kontekstin e Rezolutës 1244 të Këshillit të Sigurimit (1999).

2 ASK 2011. *Regjistrimi i popullsisë 2011 [dosja e të dhënave]*.

3 Revista ALBINFO 2015. Nr. 15, 6/2015, *Komuna e Vitisë, me Qendër Informative të Turizmit*, f. 20

4 Agjencia e Statistikave të Kosovës 2017, *Anketa Strukturore e Ndërmarrjeve, 2016 (dosja e të dhënave)*.

5 Agjencia e Statistikave të Kosovës 2014, *Regjistrimi i Bujqësisë i Republikës së Kosovës, 2014*.

6 OSBE 2015, *Profili i Komunës*.

7 Idem.



2. METODOLOGJIA

Kjo pjesë ofron një përshkrim të qasjes metodologjike të zbatuar gjatë kryerjes së analizës së zinxhirit të vlerës. Për ta marrë informacionin përkatës nga sektorët e përzgjedhur të turizmit dhe pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit në Viti, u përdorën këto tre instrumente për mbledhjen e të dhënave: *hulumtimet në zyrë*, *intervistat e detajizuara* dhe *grupet e fokusit*. Për t'i plotësuar caqet e kësaj detyre u mbledhën të dhëna sasiore dhe cilësore duke i kombinuar këto instrumente

a) Hulumtimi në zyrë

Fillimisht, u krye një shqyrtim tërësor i literaturës ekzistuese, duke u fokusuar në: (i) shembuj të ndryshëm të zinxhirëve të vlerës në sektorët e bujqësisë dhe turizmit; (ii) tendencat dhe zhvillimet e agrobiznesit dhe turizmit; (iii) dokumentet strategjike për fushat përkatëse; (iv) elementet mjedisore të prodhimit bujqësor; dhe (v) identifikimin e të gjitha palëve të interesit (përfaqësuesit e qeverisjes lokale, fermerët, përpunuesit, akterët e turizmit, përfaqësuesit e shoqatave të ndryshme etj.) Informacioni i mbledhur nëpërmjet kësaj metode u analizua, u ruajt dhe u klasifikua sipas burimit, relevancës dhe besueshmërisë. Këto të dhëna të mbledhura jo vetëm që ofruan informata të vlefshme, por shërbyen edhe si bazë për kryerjen e intervistave, si dhe për detyra të tjera të mëvonshme.

b) Intervista të detajizuara

Për të marrë të dhëna të sakta dhe të vlefshme për analizë, u kryen intervista të detajizuara me palët kyçe të interesit të zinxhirëve të vlerës në bujqësi dhe turizëm. Qëllimi kryesor i këtyre intervistave ishte identifikimi dhe vlerësimi i kapaciteteve aktuale të akterëve të zinxhirit të vlerës të përfshirë në sektorët e synuar të Komunës së Vitisë; identifikimi i sfidave dhe nevojave të tyre; dhe vlerësimi i pozicionimit të tyre brenda gjithë zinxhirit të prodhimit vendas dhe konkurrencës së eksportit, përtej grupit të tyre në nivel qendror, rajonal dhe ndërkombëtar.

▪ Pyetësorët

U hartuan tre pyetësorë për t'i udhëzuar intervistuesit në procesin e mbledhjes së të dhënave. Njëri prej tyre ishte i strukturuar për ta trajtuar sektorin e turizmit (mikprijtjen dhe gastronominë), ndërsa dy të tjerët e trajtuan sektorin e bujqësisë (pemët, perimet dhe kulturat e drithit). Vlen të theksohet se hartimit të këtyre pyetësorëve iu kushtua vëmendje e veçantë dhe kohë e mjaftueshme, duke marrë parasysh faktin që shërbyen si mekanizmi kryesor për grumbullimin e të dhënave primare. Pyetësorët përmbanin pyetje të hapura dhe të mbyllura - të gjitha synonin që t'i merrnin parasysh tërë perspektivat, perceptimet dhe opinionet e palëve relevante për studim.

▪ Puna në terren

U realizua një numër i përgjithshëm prej 50 (pesëdhjetë) intervistash të detajizuara dhe disa takime konsultimi me palët komunale të interesit, Zyrtarin e Mbështetjes Komunale të UNDP-së/InTerDev 2, shoqatat lokale dhe palët e tjera relevante të interesit nga të dy sektorët. Informacioni i mbledhur nga këto intervista ishte i kënaqshëm dhe ndihmoi në të kuptuarit më të mirë të zinxhirëve të vlerës dhe nevojave të sektorëve të përfshirë.

Palët e interesit u identifikuan në bashkëpunim të ngushtë me ekipin komunal të Vitisë, d.m.th. Drejtorinë për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillim Rural, Drejtorinë për Rini, Kulturë dhe Sport, dhe Drejtorinë për Financa, Ekonomi dhe Zhvillim. Nga një listë e gjerë palësh të interesit, për intervistë u përzgjedhën 50 (pesëdhjetë) prej tyre, duke u mbështetur në një qasje sistematike që siguroi përfshirjen e përfaqësuesve të të gjitha palëve relevante të interesit në zinxhirët

e synuar të vlerës. Kini parasysh se disa palë të interesit që fillimisht ishin përzgjedhur për intervistë u desh të zëvendësohen me palë të ngjashme, pasi nuk mund të kontaktoheshin.

Përbërja e palëve të intervistuar të interesit jepet më poshtë. Për më shumë informacion rreth të intervistuarve, ju lutemi referojuni listës së të intervistuarve që jepet në Shtojcën 1.

- 4 përfaqësues komunalë
- 22 prodhues dhe grumbullues
- 4 ofrues të informacioneve hyrëse (inputeve) bujqësore
- 5 shoqata të grave
- 3 qendra grumbullimi
- 1 përpunues pemësh
- 7 restorante/hoteleri
- 7 objekte kulturore

Vizitat në terren u realizuan në fshatrat e mëposhtme të Komunës së Vitisë: *Smirë; Lubishtë; Tërstenik; Pozharan; Kabash; Letnicë; Stubëll; Debeldeh; Shushtë; Binçë; Gushicë; Gjylekar; Sllatinë e Poshtme; Sllatinë e Epërme; Gërmovë dhe Beguncë.*

Vlen të përmendet se në fillim të kësaj detyre kishim planifikuar edhe intervistimin e ofruesve të akomodimit, por pas konsultimeve fillestare me palët e interesit kuptuam se përveç disa bujtinave në fshatin Debeldeh, të cilat u vizituan dhe pronarët e të cilave u intervistuan, në Viti nuk ka objekte të akomodimit turistik.

Arsyeja kryesore për intervistimin e një grupi të tillë të larmishëm të palëve të interesit ishte që të përfitohet një pasqyrë gjithëpërfshirëse e të gjithë akterëve kyç të zinxhirëve të vlerës. Koncepti i intervistave dhe përmbajtja e pyetjeve ishin në përputhje me caqet e lartpërmendura të vlerësimit.

c) Diskutim me grupin e fokusit

Përveç intervistave të detajizuara, u organizua një diskutim tërësor me grupin e fokusit të përbërë nga 16 pjesëmarrës nga të dy sektorët e synuar, duke përfshirë përfaqësuesit e Komunës së Vitisë, shoqatat e grave, ofruesit e informacioneve hyrëse (inputeve), fermerët dhe përpunuesit; pronarët e restoranteve, operatorët turistikë, përfaqësuesit e OJQ-ve të turizmit; UNDP-në dhe palët tjera të rëndësishme të interesit. Qëllimi i diskutimit të grupit të fokusit ishte të verifikoheshin gjetjet e gjeneruara nga intervistat, të identifikoheshin pengesat e mëtejme që i rrethojnë sektorët e synuar dhe të kuptoheshin më mirë mundësitë për zgjerimin e zinxhirëve të vlerës në sektorët e synuar, si dhe lidhjet midis tyre.

Para nisjes së diskutimit të grupit të fokusit, u përgatit një udhëzues i grupit të fokusit, i përqendruar në katër temat si në vijim: (i) gjendja aktuale e kultivimit të pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit; (ii) gjendja aktuale e industrisë së turizmit lokal; (iii) lidhjet ekzistuese dhe potenciale ndërmjet sektorëve të synuar; dhe (iv) ndërhyrjet e propozuara. Sesioni tërësisht u inçizua në audio, u transkriptua dhe u analizua. Sesioni i grupit të fokusit zgjati rreth dy orë.

Në fund të takimit të grupit të fokusit, përveç diskutimeve të dobishme mbi mundësitë në të ardhmen, pjesëmarrësve iu kërkua që ta vlerësonin një listë prej 10 ndërhyrjesh indikative të gjeneruara nga gjetjet e intervistave të detajizuara, çka shërbeu si mekanizëm për t'i identifikuar katër ndërhyrjet kryesore të përpunuara gjatë një faze të mëvonshme të vlerësimit.



3. TURIZMI

Turizmi është nxitës i rëndësishëm i zhvillimit ekonomik dhe social. Ai stimulon rritjen ekonomike duke gjeneruar të ardhura, punësim, investime dhe eksporte. Ai gjithashtu gjeneron përfitime të vlefshme të vazhdueshme, duke përfshirë ruajtjen e trashëgimisë kulturore dhe përmirësimin e infrastrukturës dhe objekteve të komunitetit lokal.

Potenciali i turizmit në Komunën e Vitisë është i lidhur fort me peisazhet e saj të bukura dhe me trashëgiminë e saj kulturore. Një pjesë e madhe e komunës është e rrethuar nga vargmale dhe maja të larta, saktësisht Karadaku i Shkupit dhe maja e Kopllaçës në lartësi mbidetare prej 1.490 m. Ky rajon malor ofron mundësi të mëdha për zhvillimin e turizmit dimëror dhe veror për shkak të motit të shkëlqyer dhe mundësive për shëtitje në natyrë dhe për skijim.

Përveç kësaj, komuna ka një potencial të fuqishëm edhe për zhvillimin e turizmit kulturor. Në këtë zonë ka shumë monumente kulturore me vlerë të jashtëzakonshme kulturore dhe historike. Për sa i përket trashëgimisë kulturore, komuna e Vitisë ofron monumente unike fetare. Kishat e saja mesjetare janë të famshme për strukturën dhe arkitekturën e tyre të jashtëzakonshme. Deri më sot, 22 objekte kulturore janë vënë nën mbrojtje të përkohshme.

Në përgjithësi, komuna është e pasur me disa tipare të dallueshme që mund t'i tërheqin vizitorët lokal, rajonal dhe ndërkombëtarë. Meqenëse Agjencia e Statistikave të Kosovës (ASK) nuk ofron të dhëna të veçanta turistike për secilën komunë, por vetëm për rajonet, numri i vizitorëve ndërkombëtarë në rajonin e Gjilanit është 2.410,⁸ nga të cilët një pjesë mund t'i atribuohen Vitisë.

3.1 HARTËZIMI I SEKTORIT TË TURIZMIT

Kjo pjesë ofron një analizë të akterëve të zinxhirit të vlerës në kuadër të sektorit të turizmit në Viti. Zinxhiri i vlerës turistike përbëhet nga marrëdhënie të ndërlikuara ndërmjet palëve të ndryshme të interesit, aktiviteteve dhe masave të politikave në nivel lokal, qendror dhe ndërkombëtar

3.1.1 Pjesëmarrësit e drejtpërdrejtë (bazë) në zinxhirin e vlerës

Akomodimi

Edhe pse në Viti ka shtatë objekte të regjistruara akomodimi, ato nuk shërbejnë për qëllime të turizmit të mirëfilltë. Gjatë vizitave tona në terren dhe intervistave me grupe të ndryshme të interesit, arritëm të identifikojmë vetëm një ofrues akomodimi, i cili zotëron pesë bujtina dhe një restorant në fshatin Debelldeh. Çdo bujtinë ka kapacitet për të akomoduar deri në 11 vizitorë. Ato funksionojnë me kapacitet të plotë gjatë sezonit të verës dhe dimrit, por çmimet mbeten të njëjta edhe jashtë sezonit.

Restorantet

Sektori i mikpritjes në Komunën e Vitisë është i pazhvilluar për qëllime turistike, edhe pse ka potencial shumë të lartë. U identifikuan shtatë restorante që tërheqin një numër më të lartë të mysafirëve dhe u intervistuan pronarët/menaxherët e tyre. Përmes intervistave, zbuluam se shumica e këtyre restoranteve janë biznese familjare, të regjistruara si shoqëri me përgjegjësi

⁸ Agjencia e Statistikave të Kosovës 2016, Të Dhënat e Turizmit.

të kufizuar. Asnjë nga të intervistuarit nuk kishte përgatitje profesionale në turizëm. Objektet menaxhohen kryesisht nga vetë pronarët ose nga anëtarë të afërt të familjes. Sa i përket punësimit, personeli punësohet kryesisht nëpërmjet rekomandimeve.

Sipas të dhënave të grumbulluara nga intervistat dhe grupi i fokusit, në Komunën e Vitisë nuk ka ndonjë grup punonjësish të kualifikuar në dispozicion për sektorin e mikpritjes. Shumica e punonjësve i ngrisin shkathtësitë e tyre drejtpërdrejt përmes punës duke mësuar nga puna me punonjës me më shumë përvojë, pasi në Viti nuk ka ofrues të trajnimeve për industrinë e turizmit. Shumica e të intervistuarve vunë në pah se punonjësit më të rëndësishëm janë pjesëtarët e stafit të kuzhinës. Ka mungesë të punëtorëve të kualifikuar në sektorin e mikpritjes dhe shërbimit të klientit, gastronomisë, sigurisë ushqimore, marketingut, kontabilitetit dhe ndërmarrësisë në përgjithësi.

Shumica dërmuese e punonjësve të intervistuar nëpër restorante ishin burra. Një përqindje relativisht më e vogël e grave të punësuar në to janë kryesisht të angazhuara në vende pune ku nuk duken fare, siç janë ndihmës-kuzhinieret dhe pastrueset. Personeli shtesë punësohet gjatë pikut të stinës së verës, kur shënohet një numër në rritje i vizitorëve që vijnë nga diaspora. Restorantet veprojnë me kapacitet të plotë vetëm gjatë stinëve të pikut, d.m.th. nga qershori deri në gusht dhe nga dhjetori deri në shkurt.

Sa i përket origjinës së vizitorëve, të anketuarit pohuan se raporti mesatar në mes të vizitorëve vendas dhe të huaj është 65:35. Pjesa dërmuese e vizitorëve gjatë sezonit të pikut përbëhet nga vizitorët që vijnë nga diaspora dhe vetëm një pjesë e vogël e vizitorëve ndërkombëtarë nuk e kanë farefisnin e tyre në Kosovë. Po ashtu duhet të theksohet se gjatë verës një numër i këtyre restoranteve shërbejnë si vende të njohura për ceremonitë e dasmave.

Intervistat treguan se asnjë nga këto restorante nuk bën ndonjë investim në marketingun dhe promovimin e biznesit të tyre. Shumë pak prej tyre përdorin faqet e mediave të rrjeteve sociale, dhe mbështeten kryesisht në rekomandimet gojore dhe në namin e fituar. Për më tepër, me përjashtim të pronarit të bujtinave / restorantit në Debelldeh, asnjë nga pronarët e tjerë të intervistuar nuk e ka shfrytëzuar potencialin e ofrimit të shërbimeve shtesë, siç janë ofrimi i objekteve të lojërave për fëmijë, shërbimeve të udhëtimit/guidave, shitjes së specialiteteve ushqimore lokale, artizanatit/suvenireve etj. Nga ana tjetër, pronari i bujtinave dhe restorantit në Debelldeh tashmë ofron disa produkte dhe shërbime turistike që janë atraktive për vizitorët, si një mini-kopsht zoologjik dhe një shpat skijimi për fëmijë, për të cilat nuk kërkon pagesë të ndonjë tarife për hyrje. Përveç kësaj, pronari po e shqyrton mundësinë e futjes dhe zhvillimit të agroturizmit, si një fushë e re e industrisë turistike.

Pronarët / menaxherët e intervistuar të restoranteve dhe bujtinave u pyetën edhe nëse ushqimin e shërbyer në menynë e tyre e sigurojnë nga fermerët lokal apo diku tjetër. Shumica e tyre pohuan se ushqimin e papërpunuar e sigurojnë nga fermerët lokal, sidomos gjatë sezonit. Ushqimi i siguar vendor përfshin pemë, perime, mish dhe produkte bulmeti. Sidoqoftë, asnjë nga të anketuarit e intervistuar nuk ka ndonjë marrëveshje kontraktuale me fermerët lokal; duke preferuar "të merren vesh vetë". Të gjithë të anketuarit janë plotësisht të vetëdijshëm për përfitimet nga përdorimi i ushqimit vendor, pasi që cilësia e tij është shumë më e mirë se ajo e ushqimit që shitet nëpër marketet vendore. Megjithatë, një çështje me të cilën përballen të gjithë është furnizimi jostabil me produkte të tilla.

Së fundmi, kur flitet për zbatimin e masave për mbetjet dhe mbrojtjen e mjedisit, vetëm tre nga shtatë të intervistuarit pohojnë se i ndajnë mbeturinat e grumbulluara në plastikë, qelq dhe kanaçe. Mbetjet e përafërta të gjeneruara nga këto restorante kushtojnë rreth 100 - 200 € në muaj. Megjithatë, asnjëri prej tyre nuk përdor produkte të biodegradueshme, të riciklueshme ose të ripërdorshme, dhe as nuk zbaton masa të efikasitetit të ujit dhe energjisë brenda objekteve të veta.

Objektet kulturore

Vitia ka një numër mjaft të madh të monumenteve kulturore me vlerë të jashtëzakonshme kulturore dhe historike, duke shfaqur kështu një potencial të fuqishëm për zhvillimin e turizmit kulturor dhe fetar. Në vijim jepet numri i objekteve fetare në Viti: 30 xhami, gjashtë kisha katolike dhe gjashtë kisha ortodokse, dhe 22 prej tyre janë vënë nën mbrojtje të përkohshme nga autoritetet vendore.⁹ Shumica e xhamive aktuale janë rinovuar pas konfliktit të vitit 1999. Kishat ortodokse, të cilat janë ende në përdorim, kryesisht janë të vendosura në fshatrat Binçë, Zhiti, Podgorcë dhe Gërmovë. Kisha ortodokse në Gërmovë u shkatërrua gjatë konfliktit në vitin 1999 dhe që nga atëherë nuk është rinovuar. Nga ana tjetër, të gjashtë kishat katolike janë në përdorim dhe gjenden në qytezat / fshatrat Letnicë, Vërnez, Kabash, Binçë dhe Stubëll e Epërme.

Mes tyre, dallon kisha katolike e Zojës së Bekuar në Letnicë. E ngritur në vitin 1866, kjo kishë është e njohur për statujën e saj të famshme 300 vjeçare të Zojës së Bekuar, e vendosur mbi altar dhe e adhuruar nga pelegrinët që mezi presin ta shohin. Çka e bën edhe më unike është se në vitin 1928, Nëna Terezë mori vendimin për ta përqaftuar thirrjen e saj për t'u bërë murgeshë në Kishën e Zojës së Bekuar, përpara se të niste misionin e saj të shenjtë. Në atë kohë, Nëna Terezë ishte një vajzë e re 18 vjeçare, e cila erdhi në pelegrinazh në Letnicë së bashku me prindërit e saj. Çdo gusht, festa e Zojës së Bekuar kremtohet në fshatin Letnicë nga mijëra vizitorë që vijnë nga Shqipëria, IRJ e Maqedonisë, Mali i Zi, Kroacia dhe Italia. Gjatë intervistave tona me akterët e ndryshëm të zinxhirit të vlerës, ata deklaruan se këta vizitorë qëndrojnë nga dy ditë deri në një javë dhe vendosen në shtëpitë e të afërmeve të tyre ose në qendrat për rehabilitim në Kllokot, përkatësisht "Banja e Kllokotit Nëna Naile".

Monumente të tjera me vlerë të jashtëzakonshme kulturore dhe historike mund të gjenden në qyteza dhe fshatra të ndryshme të komunës. Vitia njihet për dy shkollat e para shqipe në Kosovë. E para u hap në fshatin Stubëll në vitin 1905, e ndjekur shumë shpejt nga e dyta, e themeluar në fshatin Pozharan më 1907.

Shkolla e parë shqipe ka një rëndësi të madhe, pasi ka një histori unike. Kjo shkollë tani është shndërruar në muze, megjithëse nuk është hapur ende për publikun, përveç për disa vizita të rastit të organizuara nga prifti ose njerëzit lokal. Pavarësisht nga vlera historike, ende nuk është siguruar ndriçimi publik, nuk ka pllakë me informacione sqaruese që e tregojnë vitin kur u krijua, as ndonjë informacion tjetër lidhur me rëndësinë e këtij monumenti historik. Për më keq, objekte të ndryshme janë ngritur rreth kësaj ndërtese shkollore, duke e penguar pamjen e saj.

⁹ Pas hulumtimeve në terren dhe konsultimeve me CHwB, arritëm të sigurojmë listën e monumenteve që janë nën mbrojtje dhe që janë pjesë e trashëgimisë kulturore të Komunës së Vitisë

Sipas GLV-së në Viti, mes objekteve të tjera kulturore që mund të shërbejnë si destinacione kulturore janë edhe vendbanimi ilir në fshatin Smirë pranë kishës katolike dhe varrezat e vendosura në mes të fshatrave Lubishtë dhe Podgorc. Në përgjithësi, është vërejtur se objektet kulturore dhe operatorët e atraksioneve nuk angazhohen mjaftueshëm, ose nuk angazhohen aspak në aktivitetet e marketingut dhe promovimit të këtyre objekteve, edhe pse potenciali i tyre për ta ngritur më tej turizmin kulturor dhe fetar është shumë i lartë. Për më tepër, gjatë intervistave me palët e interesit u konstatua se asnjë nga objektet kulturore të lartpërmendura nuk është përfshirë në asnjë paketë të organizuar të operatorëve turistik lokal dhe/ose ndërkombëtarë. Këto objekte kryesisht vizitohen me iniciativë individuale dhe nuk kërkohet asnjë tarifë për hyrje.

Kremtimet dhe ngjarjet kulturore

Komuna e Vitisë është shumë aktive edhe në organizimin e kremtimeve dhe ngjarjeve të ndryshme kulturore, të cilat tërheqin një numër vizitorësh nga rajoni dhe diaspora. Kremtimet dhe ngjarjet më të njohura kulturore, sportive dhe fetare përfshijnë: *Flakadanin e Karadakut, Javën e Fotografisë, Takimet e Dom Mikelit dhe Ditët e Diasporës*.

Këto ngjarje i bashkojnë artistët, shkrimtarët dhe sportistët nga vende të ndryshme (kryesisht nga rajoni), që marrin pjesë në këto festime të cilat zgjasin deri në dhjetë ditë. Megjithatë, për shkak të mungesës së objekteve të akomodimit në Komunën e Vitisë, shumica e tyre akomodohen në Banjat e Kllokotit ose tek të afërmit e tyre.

Operatorët turistik dhe agjencitë e udhëtimit

Në Viti nuk ka operatorë turistik që sjellin vizitorë. Edhe pse në Kosovë ka gjithsej 17 operatorë turistik që sjellin vizitorë, asnjëri prej tyre nuk përfshin peisazhin dhe objektet kulturore të komunës në paketat e veta. Përveç kësaj, në mungesë të guidave në Komunën e Vitisë, priftërinjtë lokal zakonisht marrin përsipër rolin e guidave për vizitorët. Ka një agjenci udhëtimi që shet bileta për fluturime dhe bileta autobusi, paketa pushimesh, sigurime dhe shërbime të tjera udhëtimi për banorët ose turistët që udhëtojnë drejt destinacioneve tjera.

Transporti

Vizitorët lokal dhe ata ndërkombëtarë mund të arrijnë në Viti ose me makinë ose me autobus. Infrastruktura rrugore është e mirëmbajtur dhe e qasshme. Aeroporti i Prishtinës është rreth 80 km larg dhe Vitia është e lidhur me linja të drejtpërdrejta të autobusëve. Shpeshtësia e fluturimeve dhe numri i destinacioneve në aeroporte dhe pika kryesore tranziti janë të mjaftueshme, ndërsa çmimet e biletave janë konkurruese me vendet e tjera në rajon. Për udhëtarët që i marrin parasysh çmimet, rruga tokësore me autobus është alternativa më e mirë për të ardhur në Kosovë, veçanërisht gjatë sezonit të verës dhe të dimrit (kryesisht rreth Kërshëndellave dhe Vitit të Ri). Ka linja të drejtpërdrejta të autobusëve nga dhe për Viti në vendet si në vijim: Zvicër, Gjermani, Austri, Francë, Slloveni, Itali, Bosnje dhe Hercegovinë dhe Kroaci. Në Viti ka 5-6 ofrues të makinave me qera që i ofrojnë shërbimet e tyre në baza ditore.

Vizitorët

Vizitorët nga diaspora: Përveç udhëtimeve për vizita në familje, tek miqtë dhe të afërmit e tyre, turistët nga diaspora vijnë edhe për pushime në komunën e Vitisë. Zakonisht vijnë për vizitë disa herë në vit dhe qëndrojnë në shtëpitë e tyre ose me të afërmit e tyre. Kohëzgjatja e qëndrimit të tyre mund të shkojë deri në një muaj, sidomos kur vijnë në shtëpitë e tyre. Vizitorët

nga Diaspora përbëjnë një pjesë të madhe të këtyre vizitorëve. Në mënyrë tipike, qyteza e *Stubllës* ka gjithsej 1.200 banorë rezidentë, ndërsa një numër shtesë prej 3.000 banorësh jetojnë jashtë vendit, përkatësisht në Zvicër, Gjermani, Itali dhe Austri.¹⁰ Është evidente se nevojiten përpjekje dhe iniciativa më të mëdha për ta nxitur turizmin mes diasporës, pasi që ata janë duke e luajtur një rol aktiv dhe vital për zhvillimin e komunës së Vitisë. Ka gjithsej 6 shoqata të Diasporës, me selitë e tyre kryesisht në Itali, Zvicër dhe Gjermani, të cilat vazhdimisht kontribuojnë në përmirësimin e infrastrukturës rrugore, rindërtimin e shtëpive, spitaleve dhe shkollave, sponsorimin e aktiviteteve kulturore, festimeve të ndryshme etj.

Vizitorët ndërkombëtarë: Turistët ndërkombëtarë që e vizitojnë Komunën e Vitisë, përbëhen kryesisht nga udhëtarët që vijnë për arsye pune dhe vizitorët fetar. Shumica e këtyre udhëtarëve ndërkombëtarë punojnë si konsulentë dhe kryesisht angazhohen në detyra të shkurtra që variojnë nga disa ditë deri në disa muaj. Nga ana tjetër, ka qindra vizitorë fetar ndërkombëtarë që e vizitojnë komunën gjatë Festës së Zojës së Bekuar. Koha e qëndrimit të tyre shkon nga 2-9 ditë dhe akomodohen kryesisht në shtëpitë e të afërmeve të tyre. Zakonisht vijnë nga Shqipëria, Ish Republika Jugosllave e Maqedonisë, Kroacia, Italia, Zvicra dhe Mali i Zi.

Vizitorët vendor: Ky grup vizitorësh përbëhet nga banorë të Kosovës dhe të huaj me status të rezidentëve të përkohshëm. Bazuar në intervistat e kryera, doli se ky lloj i vizitorëve përbën një pjesë shumë të vogël të atyre që vizitojnë komunën e Vitisë. Kontribuesi kryesor për këtë është mungesa e ndonjë aktiviteti promovues të atraksioneve në të gjithë vendin, nga ana e komunës.

3.1.2 Pjesëmarrësit e tërthortë në zinxhirin e vlerës

Shërbimet/funksionet mbështetëse

Komuna

Qeveria lokale është përgjegjëse për nisjen e iniciativave atraktive për një ekonomi të lulëzuar brenda komunës. Drejtoria për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillim Rural në kuadër të Komunës së Vitisë ka për detyrë rritjen e zhvillimit të turizmit rural. Megjithatë, drejtoria e lartpërmendur deri më tani nuk ka ndërmarrë asnjë iniciativë apo veprimtari lidhur me zhvillimin e turizmit rural. Nga ana tjetër, Drejtoria për Rini, Kulturë dhe Sport ka për detyrë ta mbikëqyrë mirëmbajtjen dhe restaurimin e objekteve të trashëgimisë kulturore në përputhje me Planin Zhvillimor Komunal. Kjo drejtori është gjithashtu përgjegjëse për organizimin e ngjarjeve kulturore, artistike, sportive dhe fetare, të tilla si Festivali i Zojës së Bekuar, Takimet e Dom Mikelit, Flakadani (ekspozita artistike) etj. Megjithatë, nuk ka asnjë organ të vetëm brenda komunës që ka mandat ekskluziv për zhvillimin e turizmit dhe koordinimin e aktiviteteve turistike, dhe komuna nuk ka strategji të mirëfilltë të zhvillimit të turizmit apo ndonjë plan të veprimit. Plani Zhvillimor Komunal pothuajse nuk e përmend fare turizmin si një sektor për zhvillimin e mundshëm ekonomik, duke e dhënë një përshkrim të paqartë të zonave potenciale ku mund të lulëzojë turizmi.¹¹ Ky plan nuk e ofron as analizën e plotë që duhej të përfshinte një analizë SWOT, as përshkrimin e ofertës dhe kërkesës dhe as ndonjë plan veprimi për zhvillimin e produkteve të lidhura me turizmin, as burimet relevante njerëzore dhe as fushatat e marketingut të turizmit.

¹⁰ Instituti GAP 2017, Studimi "Komunitete të Organizuar".

¹¹ Komuna e Vitisë, *Plani Zhvillimor Komunal 2010-2020*

Komuna e Vitisë ka edhe një numër të komuniteteve të organizuara, duke përfshirë Stubllën, Smirën, Lubinjën, të cilat në bashkëpunim me diasporën dhe sektorin privat ndërmarrin aktivitete specifike që synojnë përmirësimin e mjedisit të tyre. Këto komunitete të organizuara kanë Këshillin e tyre të Përgjithshëm, i cili përbëhet nga anëtarë nga shoqata e diasporës dhe nga sektori privat. Këshilli ka një Plan Zhvillimi për Fshatin, i cili gjendet edhe në faqen e internetit të komunës. Gjatë 16 viteve të fundit, vetëm fshati Stubëll ka zbatuar projekte vlera e të cilave ka tejkaluar 1 milion euro. Projektet kryesore të përfunduara deri tani përfshijnë: rinovimin e shkollës së parë shqipe, organizimin e Takimeve të Dom Mikelit, rinovimin e shkollës, zgjerimin e rrjetit elektrik, ndriçimin publik, rindërtimin e rrugëve, ambulancën dhe qendrën rinore.¹² Bazuar në Planin e Zhvillimit, Këshilli i *Stubllës* ka parashikuar aktivitete të ndryshme deri në vitin 2018, si: ndërtimi i një qendre për kujdesin për të moshuarit, rindërtimi i rrugëve të këmbësorëve dhe instalimi i rrjetit të ujësjellësit. Sidoqoftë, nuk parashikohet ndonjë aktivitet i rëndësishëm që do të kontribuonte në zhvillimin e turizmit në komunë, edhe pse fshati *Stubëll* ka një potencial të madh për rritjen e turizmit kulturor dhe natyror/aventuristik.

Organizatave e marketingut

Në mungesë të Agjencisë Kombëtare të Turizmit në Kosovë, e cila do të ishte përgjegjëse për promovimin e imazhit të vendit, si dhe duke marrë parasysh mungesën e ndonjë strategjie për promovimin e turizmit kombëtar, ka vetëm pak aktivitete marketingu që po zhvillohen në nivel kombëtar dhe nivel lokal. Në nivel kombëtar, KIESA ka marrë detyrën e promovimit të turizmit në vend. Nga pesë departamentet ekzistuese dhe funksionale, vetëm njëri prej tyre është përgjegjës për promovimin e turizmit, gjë që kryhet kryesisht përmes pjesëmarrjes në panairë turistike. Në këtë drejtim, KIESA së bashku me operatorët turistik nga i gjithë vendi deri tani kanë marrë pjesë në panairët e mëposhtme: Panairi Mesdhetar i Turizmit në Tiranë (2017), Panairi Ndërkombëtar i Turizmit, Tiranë (2017), *Destinacioni Natyra Paris* (2016 dhe 2017), *WTM Londër* (2015), Panairi i Turizmit në Izmir (2015), *Panairi i Bursës Ndërkombëtare të Turizmit Berlin* (2015, 2016 dhe 2017), dhe *EMMIT Stamboll* (2017). Nga ana tjetër, pjesëmarrja e operatorëve turistik lokal në panairët e lartpërmendura turistike është mundësuar kryesisht përmes mbështetjes së organizatave ndërkombëtare, siç është projekti Empower (Fuqizimi) i USAID-it dhe projekti PPSE. Nga ana tjetër, kohët e fundit revista National Geographic ka rekomanduar Kosovën si një nga dhjetë vendet që duhet të vizitohen.

Nuk janë ndërmarrë aktivitete të marketingut në nivel lokal për ta promovuar komunën në nivel kombëtar apo ndërkombëtar. Në nivelin e ndërmarrjeve, ofruesit e shërbimeve të turizmit nuk kanë njohuri dhe hezitojnë të investojnë para për qëllime të marketingut dhe promovimit. Ata nuk janë të vetëdijshëm për mjetet falas të promovimit të ndërmarrjeve, siç janë Trip Advisor, Booking, AirBNB, dhe shërbime të ngjashme.

Qendra e Informacionit Turistik

Komuna e Vitisë është një nga komunat e pakta që kanë qendër të informacionit turistik. Kjo qendër e informacionit turistik është e vendosur në një shtëpizë druri prej 10 m², e cila gjendet në qytezën Pozharan, 15 minuta me makinë nga qendra e Vitisë. Megjithatë, kur u vizitua nga ekipi në dy raste të veçanta, qendra ishte e mbyllur dhe ekipit iu tha se qendra e informacionit turistik nuk është më funksionale. Gjegjësisht, nga informacioni i marrë në terren, qendra u krijua me mbështetjen e financimit nga Fondi Evropian dhe ishte funksionale vetëm për dy

12 Instituti GAP 2017, Studimi "Komunitete të Organizuara".

vjet. Orari i punës kishte qenë nga e hëna deri të premten, nga ora 13:00 deri në 17:00. Duke qenë se shumica e aktiviteteve, ngjarjeve dhe festimeve ndodhin në Viti, lokacioni aktual i qendrës së informacionit turistik larg qendrës së qytetit mund të jetë i papërshtatshëm. Në Viti nuk ka materiale promovuese për turizëm, siç janë fletëpalosjet, broshurat e turizmit, hartat, udhëzimet për objektet kulturore dhe kalendari i ngjarjeve kulturore dhe i aktiviteteve të ngjashme.

Infrastruktura

Komuna e Vitisë ka qenë shumë aktive gjatë viteve të fundit në rindërtimin e rrugëve dhe objekteve ekzistuese, siç janë shkollat, sallat sportive, parqet, shëtitorët, shtigjet për këmbësorë dhe biçikleta, shtretërit e lumenjve dhe ndriçimi publik. Në vitin 2016, në bashkëpunim me projektin DEMOS të financuar nga Zvicra, komuna filloi zbatimin e një plani të lëvizshmërisë. Një nga rrugët më të frekuentuara dhe që shkakton bllokime të trafikut është rruga "Te Pasqyrat", kështu që për të siguruar hapësirë të mjaftueshme për këmbësorët dhe për ta reduktuar bllokimin e trafikut, parkimi i taksive duhet të zhvendoset nga qendra e qytetit në një vend më të përshtatshëm aty pranë. Përveç kësaj, për të siguruar lëvizje më të mirë dhe më të lehtë të udhëtarëve të përditshëm, janë caktuar vendparkingje të reja në stacionin e autobusëve. Gjatë intervistave me akterët e zinxhirit të vlerës, u theksua se duhet të realizohet rivitalizimi i rrugëve që lidhin *Stubllën*, *Zhegrën* dhe *Gjilanin*, e cila duhet ndjekur nga krijimi i shtigjeve malore për të shijuar natyrën përreth, malin dhe gjelbërimin, duke stimuluar ardhjen e më shumë vizitorëve për t'i parë fshatrat. Disa nga të anketuarit përmendën edhe rëndësinë e krijimit të shtigjeve që do të lidhnin *Stubllën*, *Letnicën* dhe *Debelldehin*. Situata aktuale është e tillë që nëse dikush dëshiron të shkojë në një nga këto vende, së pari duhet të kalojë nëpër Viti.

Zgjidhjet më të mira për mbetjet/mbeturinat e ngurta dhe ujërat e zeza konsiderohen vendimtare për përmirësimin e përvojës dhe kënaqësisë së vizitorëve. Energjia elektrike dhe furnizimi me ujë nuk janë gjithmonë të qëndrueshme, sidomos gjatë dimrit kur ndërprerjet mund të zgjasin tërë ditën ose edhe më gjatë. Banorët e zonave rurale përballen me furnizim të paqëndrueshëm dhe të çrregullt me ujë dhe energji. Për bujtinat në zonat e largëta duhet të promovohet më mirë përdorimi i paneleve diellore për energji elektrike, pasi që deri tani nuk ka aplikim të teknologjive të tilla.

Ofruesit e informacioneve hyrëse (inputeve)

Në sektorin e mikpritjes, funksionaliteti dhe aspekti estetik i mjedisit mund të luajnë rol vendimtar që restorantet / hotelet të jenë tërheqëse për klientët. Mjedi si ku i shërbehet klientit është po aq i rëndësishëm sa shërbimi që ofrohet. Kjo bën që furnizuesit e mallrave dhe shërbimeve ta marrin parasysh pamjen e jashtme dhe të brendshme të restoranteve / hoteleve të tyre si një ndër aspektet më të rëndësishme në sektorin e mikpritjes. Restorantet / hotelet e të gjitha kategorive, nga populloret tek ato të klasit të parë, duhet të punojnë nga afër me arkitektë dhe dizajnerë interieri, në mënyrë që të sigurohet atmosfera e dëshiruar në objekte. Prandaj, ata duhet të investojnë në mirëmbajtjen e rregullt dhe përmirësimin e vazhdueshëm të objekteve të tyre.

Gjithashtu, restorantet / hotelet duhet t'i kushtojnë më shumë vëmendje menysë së ushqimit që u ofrojnë klientëve të tyre, si dhe përbërësve të përdorur gjatë përgatitjes së këtij ushqimi. Gjatë intervistave me pronarët ose drejtuesit e restoranteve / lokaleve, u tha se kur janë në sezonë përbërësit e ushqimit (kryesisht pemë, perime, mish dhe produkte të ndryshme

bulmeti) sigurohen nga fermerët vendor, përndryshe blihen në marketet vendore ose dyqane të tjera më të vogla të shpërndara nëpër fshatra. Nuk ka marrëveshje kontraktuale në mes të restoranteve dhe furnizuesve vendor. Pra, bashkëpunimi i ndërsjellë mes tyre zhvillohet në mënyrë joformale, duke pasur parasysh se pronarët / menaxherët e intervistuar të restoranteve deklaruan se i njohin mirë kërkesat e cilësisë dhe sasisë. Nga të gjithë akterët që u intervistuan nga sektori i mikpritjes, vetëm një restorant e kishte fermën e vet të pulave. Është e qartë se industria e turizmit ka interes të sigurojë furnizime të prodhuara në vend, megjithatë, për të lidhur marrëveshje formale kontraktuale, fermerët lokal duhet të jenë në gjendje të sigurojnë cilësi dhe sasi të qëndrueshme të prodhimeve të tyre.

Mjedisi mundësues (rregullat dhe rregulloret)

Ligjet dhe rregulloret

Ligji për turizmin - Ky ligj rregullon marrëdhëniet për turizmin ndërmjet sektorit publik dhe atij privat, duke përcaktuar të drejtat e të gjitha subjekteve sipas ligjit për aktivitetet e turizmit.

Ligji për trashëgiminë kulturore - Ky ligj përcakton rregullat e trashëgimisë kulturore, si dhe mjetet ligjore dhe teknike për inventarizimin, dokumentimin, përzgjedhjen, mbrojtjen, ruajtjen dhe restaurimin e këtyre thesareve në përputhje me dokumentet dhe konventat ndërkombëtare.

Ligji për taksën e akomodimit - Përkundër faktit se ky ligj përcakton rregullat për mbledhjen e taksës së akomodimit nga turistët ndërkombëtar, nuk është mbledhur asnjë taksë e tillë, pra ligji nuk është duke u zbatuar.

Ligji për investimet e huaja - Ky ligj përshkruan rregullat dhe procedurat për mbrojtjen, promovimin dhe inkurajimin e investimeve të huaja në Kosovë.

Strategjitë

Nuk ka ende ndonjë strategji kombëtare për turizmin, dhe e njëjta vlen edhe për strategjinë e turizmit vendor në komunën e Vitisë. Në nivel kombëtar, po zhvillohet një Strategji e Sektorit Privat, në të cilin sektori i përgjithshëm i turizmit do të trajtohet në mënyrë specifike.

Rregulloret tatimore

Tatimi mbi të ardhurat e korporatave: 10%, asnjë taksë turistike nuk është zbatuar deri më sot.
Tatimi mujor mbi të ardhurat (paga mujore): 0 - 80 € = 0%; 80 - 250 € = 4%; 250 - 450 € = 8%;
> 450 € = 10%

TVSH-ja: 18% - Prej miratimit të Paketës Fiskale II në shtator 2017, TVSH-ja për veprimtaritë kulturore, artistike, sportive, turistike, akomoduese, rekreative dhe të përpunimit të peshkut pritet të reduktohet në 8%.

Regjistrimi i bizneseve turistike

Ligji për Turizmin (Nr. 04 L 176) revokoi kërkesën për licenca dhe leje specifike të sektorit. Neni 6 i Ligjit parasheh që të gjithë personat fizik dhe juridik që ushtrojnë veprimtari turistike mund të regjistrohen vullnetarisht në njësitë e tyre përkatëse të turizmit. Përveç kësaj, ligji i lartpërmendur përcakton se Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, në bashkëpunim me Këshillin e Turizmit të Kosovës, do të vendosë një sistem vullnetar për kategorizimin e objekteve të akomodimit sipas standardeve të tyre, në përputhje me një sistem vlerësimi ndërkombëtar në dispozicion për aplikantët.

Shoqatat

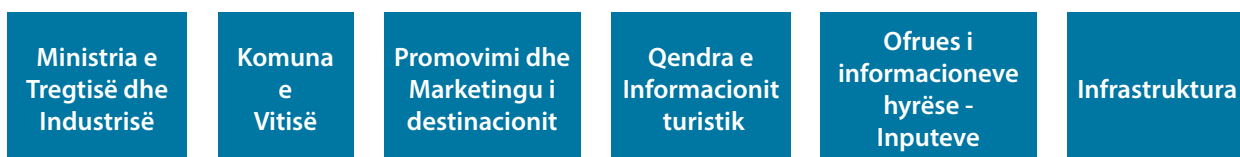
Në Komunën e Vitisë nuk ka shoqata të lidhura me turizmin (d.m.th. shoqata të sektorit të mikpritjes).

Ka disa shoqata të Diasporës të themeluara në qyteza/fshatra të ndryshme, megjithatë ato nuk kanë arritur të ndër marrin veprime të përbashkëta të nevojshme për zhvillimin e turizmit në komunën e tyre dhe sjelljen e turistëve të rinj.

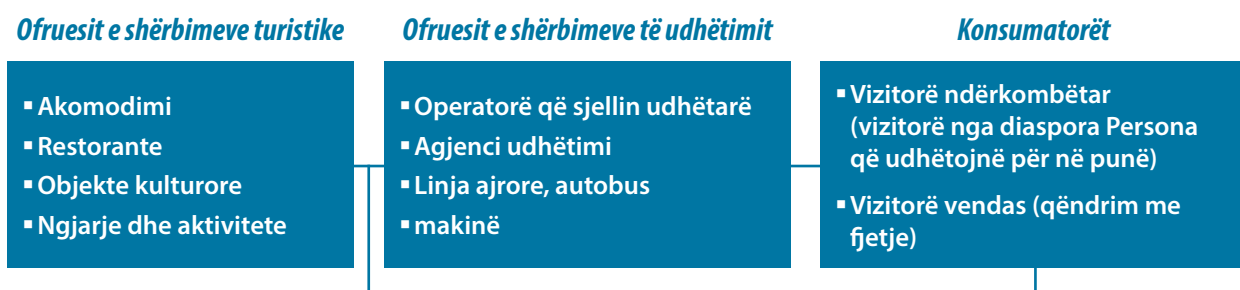
3.2 LIDHJET HORIZONTALE DHE VERTIKALE BRENDA SEKTORIT TË TURIZMIT

Figura e mëposhtme paraqet hartën e plotë të akterëve të zinxhirit të vlerës së turizmit dhe të lidhjeve në mes tyre, dhe mbi këto baza ofrohet analiza e akterëve të zinxhirit të vlerës në Viti:

Funksionet mbështetëse



Zinxhiri i vlerës bazë



Mjedisi mundësues



Në nivel qendror, organi përgjegjës për zhvillimin e turizmit është Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, përkatësisht Divizioni i Turizmit, i cili punëson tre punonjës me kohë të plotë. Roli i këtij divizioni është hartimi dhe zbatimi i politikave, legjislacionit dhe dokumenteve të politikave strategjike të turizmit për zhvillimin e përgjithshëm të turizmit në Kosovë. KIESA - nga ana tjetër - është organ publik përgjegjës për promovimin e turizmit. Për më tepër, Këshilli i Turizmit në Kosovë, i cili është rifunksionalizuar vetëm kohët e fundit, është përgjegjës për koordinimin e të gjithë akterëve relevantë dhe për promovimin e dialogut publiko-privat në çështjet e lidhura me turizmin. Këshilli i Turizmit përbëhet nga shtatë anëtarë me angazhim të plotë dhe dy anëtarë vëzhgues.

Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor (MMPH), përkatësisht Departamenti për Mbrojtjen e Mjedisit së bashku me Divizionin për Mbrojtjen e Natyrës janë përgjegjës për krijimin e politikave për mbrojtjen e mjedisit dhe ruajtjen e natyrës. Institucionet e tjera në nivel qendror, si Ministria e Diasporës (MD) dhe Ministria e Punëve të Jashtme (MPJ) kanë mandatin që ta promovojnë identitetin, kulturën dhe turizmin e vendit. Përkundër organeve të ndryshme qeveritare që merren me zhvillimin e turizmit në nivelqendror, ato vazhdojnë të mbeten të pakoordinuara me njëra-tjetrën.

Qeverisja lokale luan rol të rëndësishëm në promovimin e zhvillimit të turizmit. Sidoqoftë, deri më sot Komuna e Vitisë nuk ka arritur të ndërmarrë ndonjë iniciativë në këtë drejtim. Para së gjithash, nuk ka ndonjë drejtori specifike ose një pikë referimi të caktuar në kuadër të komunës që do ta kishte për detyrë zhvillimin e turizmit dhe promovimin e komunës. Teksa Drejtoria për Kulturë, Rini dhe Sport organizon ngjarje të ndryshme që sjellin vizitorë vendas, rajonal dhe ndërkombëtarë, puna e saj nuk bazohet në një strategji të duhur komunale që do të synonte vizitorë të veçantë për ngjarje të caktuara, duke rritur gjatësinë e qëndrimit të tyre dhe duke iu paraqitur atraksione të tjera në kuadër të komunës. Përveç kësaj, në komunën e Vitisë nuk ka asnjë organizatë turistike. Koordinimi dhe komunikimi mes bizneseve turistike është mjaft i dobët në mungesë të shoqatave të tjera, siç janë shoqatat e restoranteve lokale. Në përgjithësi, ka mungesë koordinimi të veprimeve dhe aktiviteteve në kuadër të komunës, pasi që nuk është vendosur ndonjë kornizë e përcaktuar mirë.

Krijimi i lidhjeve horizontale dhe vertikale brenda zinxirit të vlerës së turizmit mund të kontribuojë në diversifikimin ekonomik të komunës. Nëse integrohet në mënyrë të përshtatshme në planet qendrore dhe lokale të zhvillimit, kjo mund të kontribuojë në rritjen e sektorëve si bujqësia, peshkimi dhe ofrimi i shërbimeve. Kur flitet për lidhjen e sektorit të mikpritjes me fermerët lokal dhe lidhjet e turizmit rural me bujqësinë (agroturizmin), në Komunën e Vitisë është identifikuar potencial i konsiderueshëm. Kjo do të ndihmonte në vendosjen e një bujqësie të qëndrueshme dhe shtimin e vlerës së mundshme të produkteve ushqimore lokale, çka do të përmirësonte ofertën turistike, duke e bërë më tërheqëse jo vetëm për vizitorët, por edhe për fermerët lokal, që do ta shohin si sektor shtesë për gjenerimin e të ardhurave.

Me qëllim të krijimit dhe ruajtjes së lidhjeve të qëndrueshme dhe përfituese ndërmjet sektorit të mikpritjes dhe fermave lokale, duhet të shqyrtohen modalitete të ndryshme, të cilat do të siguronin përdorim më të madh të produkteve ushqimore vendore në sektorin e mikpritjes, duke adresuar njëkohësisht çështjen e qëndrueshmërisë të produkteve të tilla, si në cilësi ashtu edhe në sasi. Përveç kësaj, për të krijuar lidhje të tilla ndërsektoriale duhet të merren parasysh disa faktorë. Një problem i zakonshëm kur krijohen dhe forcohen lidhjet në mes të sektorëve të ndryshëm është mospërputhja mes furnizimit dhe kërkesës për prodhimet bujqësore, si dhe mungesa e një institucioni ndërmjetës që do të bashkonte blerësit dhe furnizuesit.

Në këtë drejtim, roli ndërmjetës duhet t'i caktohet një shoqate, funksioni i së cilës do të ishte të angazhohej në krijimin dhe të kanalizuarit e kërkesës për produkte lokale; në mbështetjen e furnizuesve në dorëzimin e cilësisë dhe sasisë së kërkuar të produkteve të tyre; në krijimin e strukturave të komunikimit mes kërkesës dhe ofertës dhe strukturave të ngjashme. Në këtë mënyrë, do të kemi promovim më të mirë të prodhimeve vendore të qumështit, produkteve shtëpiake të mishit, bukës së shtëpisë ose specialiteteve të tjera vendore, duke rezultuar në rritjen e përgjithshme të kërkesës për prodhimet vendore. Përdorimi nga sektori i mikpritjes i prodhimeve lokale si ofrues të informacioneve hyrëse (inputeve) mund të ketë ndikim të fortë në rritjen e të ardhurave dhe punësimit.

Nga ana tjetër, është parë se përmes nxitjes së lidhjeve vertikale brenda zinxhirit të vlerës dhe paraqitjes së një modeli që e përfshin më shumë komunitetin në zhvillimin e turizmit, agroturizmi ofron potencial të fortë për prodhuesit dhe përpunuesit e vegjël në Komunën e Vitisë. Bazuar në vizitat në terren dhe në diskutimet e grupit të fokusit, është e qartë se fermat në fshatra të ndryshme të komunës janë ideale për zhvillimin e agroturizmit, veçanërisht për shkak të produkteve të tyre kryesisht organike dhe peisazhit të bukur. Në përgjithësi, bujqësia në Kosovë përfaqëson një mënyrë rurale të punës që është thellësisht e rënjosur në traditën dhe njohuritë e fermerëve lokalëvëndor.

Në ditët e sotme, nga turizmi kërkohet më shumë se sa lista me objekte kulturore lokale, pasi turistët duan t'i takojnë komunitetet vendore në mjediset e tyre natyrore dhe të jenë më të përfshirë me vendin që po e vizitojnë. Prandaj, zhvillimi i agroturizmit në zonat kryesore bujqësore të komunës do të krijonte një atraksion unik në fshat, pasi kërkohet ende shumë punë për të nxitur agroturizmin në nivel kombëtar. Gjithashtu, kjo do t'i nxiste operatorët e huaj turistik që të ofrojnë paketa speciale turistike për komunën e Vitisë, në mënyrë që vizitorët të mund të përjetojnë jetën e vërtetë rurale, t'i takojnë fermerët vendor, ta shijojnë ushqimin, të qëndrojnë në fermë dhe të mësojnë më shumë për përvojat e vërteta bujqësore dhe, kurdo që të jetë e mundur, ta kombinojnë me ngjarje të tjera kulturore dhe festivale.

3.3 STRUKTURA E KOSTOVE TË SEKTORIT TË TURIZMIT

Kjo pjesë jep informacion në lidhje me strukturën e kostove të ofruesve të shërbimeve të turizmit të intervistuar, përkatësisht të objekteve të akomodimit dhe restoranteve.

Objektet e akomodimit

Është identifikuar vetëm një objekt akomodimi dhe pronari i tij është intervistuar në komunën e Vitisë. Çmimi i dhomës është 50,00 € për natë duke përfshirë mëngjesin dhe ky çmim mbetet i njëjtë gjatë gjithë vitit.

Restorantet

Pas intervistimit të pronarëve / menaxherëve të shtatë restoranteve, u pa se vetëm një prej tyre ka qarkullim vjetor prej më pak se 30.000 €, ndërsa të tjerët shkojnë në më shumë se 50.000 €. Çmimet mesatare për ushqim dhe pije në restorantet e vizituara janë si më poshtë:

Çmimi mesatar për mëngjes është 2,00 € ndërsa çmimi mesatar për drekë dhe darkë është 5,00 €. Pjata më e lirë kushton 2,00 €, ndërsa më e shtrenjta kushton 8,00 €.

Pijet joalkoolike kushtojnë deri në 1,00 €, ndërsa pijet alkoolike kushtojnë nga 1,00 € në 3,00 €. Kafeja më e lirë kushton 0,50 €, ndërsa më e shtrenjta është 0,80 €. Çmimi mesatar i birrës është 1,20 €, ndërsa një gotë verë shkon deri në 1,50 €.

Kostot funksionale të një restoranti përfshijnë kostot si në vijim: koston e lëndës së parë, koston e fuqisë punëtore dhe kostot e shërbimeve. Kostoja e lëndës së parë për ushqime dhe pije konsiderohet e ndryshueshme; prandaj ekipi nuk ishte në gjendje ta nxirrte një kosto të tillë nga intervistat e kryera. Fuqia punëtore konsiderohet gjysmë fikse në varësi të sezonit. Trajnimi i fuqisë punëtore është përgjithësisht pa kosto, pasi ofrohet në punë nga personeli më i lartë.

Janë identifikuar edhe kostot e shërbimeve si ujësjellësi dhe furnizimi me energji, por ato ndryshojnë varësisht nga madhësia dhe aktivitetet e restorantit. Kostot e energjisë elektrike shkojnë nga 250 € deri në 2.000 € në muaj. Nuk ka kosto për konsumimin e ujit, pasi që restorantet e marrin furnizimin me ujë nga bunarët e tyre.

3.4 ÇËSHTJET KYÇE TË IDENTIFIKUARA NË SEKTORIN E TURIZMIT - ANALIZA SWOT

Analiza SWOT e potencialeve dhe kërcënimeve ndaj zhvillimit të turizmit në Komunën e Vitisë paraqitet në tabelën e mëposhtme:

FUQITË	DOBËSITË
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vendndodhje e mirë gjeografike dhe rrugë të mira kryesore. ▪ Qasje e mirë në internet dhe mbulim i rrjetit të telefonisë mobile. ▪ Larmi e natyrës dhe burimeve natyrore. ▪ Zona rurale të larmishme për zhvillimin e produkteve të ndryshme. ▪ Shtigje ekzistuese të biçikletave dhe skive. ▪ Atraksione turistike (monumente historike, kisha, xhami, mullinj). ▪ Diversitet etnik dhe kulturor. ▪ Gastronomi tradicionale. ▪ Disa festivale të ngjarjeve kulturore dhe fetare të njohura në rajon dhe ndërkombëtarisht. ▪ Mbështetje nga Shoqatat e Diasporës. ▪ Diaspora sjell përvojën dhe investimet e tyre, si dhe kërkesat e tyre për turizëm në vendlindje. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kërkesë e dobët nga ana e vizitorëve, për shkak të mungesës së marketingut dhe promovimit. ▪ Mungojnë investime të përshtatshme në sektorët e turizmit (ambiente rekreative, sportive etj.) ▪ Mungojnë objektet e akomodimit dhe objektet tjera atraktive brenda qendrës. ▪ Nuk ka prani të guidave private dhe operatorëve turistik. ▪ Mungojnë shenjat rrugore që tregojnë drejtimet për tek monumentet kulturore dhe burimet natyrore. ▪ Mungojnë materialet promovuese (d.m.th. broshura, udhëzues, kartolina, kalendari i ngjarjeve, harta, të dhëna etj.) ▪ Qendra jofunksionale e informacionit turistik në Pozharan. ▪ Mungon personeli i trajnuar dhe i kualifikuar në sektorët e turizmit dhe të mikpritjes. ▪ Mungojnë menaxhimi dhe njohuritë rreth sektorëve të turizmit dhe të mikpritjes. ▪ Mungojnë njohuritë e gjuhëve të huaja. ▪ Mungojnë iniciativat nga akterët e sektorit privat për t'u angazhuar në zhvillimin e turizmit. ▪ Mungojnë kapacitetet turistike në nivel komunal. ▪ Mungon mbështetja komunale për zhvillimin e turizmit.
MUNDËSITË	KËRCËNIMET
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zhvillimi i turizmit si mjet i mundshëm për krijimin e vendeve të punës dhe gjenerimin e të ardhurave. ▪ Krijimi i brendeve të turizmit lokal. ▪ Prezantimi i brendit dhe imazhit të komunës si vend i eksplorimit të objekteve kulturore dhe fetare dhe natyrës së paprekur. ▪ Potenciali për krijimin e produkteve të turizmit me standarde dhe etiketa të cilësisë. ▪ Potenciali për krijimin e shtigjeve malore, shtigjeve të skijimit, etj. ▪ Potenciali për krijimin e dyqaneve të suvenireve (pranë objekteve kulturore). ▪ Zgjerimi i aktiviteteve të turizmit rural. ▪ Krijimi i paketave të udhëtimit dhe lidhjeve me operatorët turistik që sjellin vizitorë. ▪ Rritja e interesit për investime në turizëm nga vendasit dhe vizitorët nga diaspora, si dhe tërheqja e investimeve të huaja. ▪ Kontributi nga Diaspora (investimet dhe përvoja e tyre). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mungon bashkëpunimi ndërmjet fshatrave të së njëjtës komunë. ▪ Shpopullimi gjatë viteve (kryesisht popullata në diasporë). ▪ Mungojnë burime të disponueshme për atraksione dhe objekte të reja turistike. ▪ Mosgatishmëria e ofruesve të shërbimeve turistike për t'i komercializuar ofertat e tyre (d.m.th. hezitimi i familjeve lokale për t'i lëshuar shtëpitë e tyre me qera për akomodim turistik). ▪ Mungojnë programe arsimore të përditësuar për t'i përmbushur kërkesat e industrisë së turizmit. ▪ Koordinimi i kufizuar ndërmjet palëve kryesore të interesit, publike dhe private, me qëllim të zhvillimit dhe menaxhimit për komunën si destinacion turistik.

3.5 TENDENCAT E TREGUT NË INDUSTRIJË E TURIZMIT

Industria e turizmit në Kosovë është një industri e sapolindur, në fazat e hershme të zhvillimit të saj. Kjo i detyrohet kryesisht mungesës së investimeve për shumë dekada, pastaj paketave të dobëta turistike të ofruara nga ndërmarrjet turistike, nivelit të ulët të investimeve (kryesisht përmes mbështetjes së donatorëve), përpjekjeve të dobëta për promovimin e destinacionit dhe marketingut të dobët, mungesës së personelit të arsimuar në fushën e turizmit dhe mungesës së koordinimit në mes të sektorit privat në njërin anë dhe institucioneve publike nga ana tjetër.

Kontributi i drejtpërdrejtë i turizmit në BPV është mbi 1%, ndërsa kontributi mesatar botëror i turizmit në BPV është 3,3%. Kjo i detyrohet kryesisht numrit të madh të turistëve nga diaspora që e vizitojnë Kosovën gjatë gjithë vitit. Industria e turizmit në Kosovë punëson më shumë se 9.000 individë, të cilët përbëjnë 3,5% të totalit të punësimit. Bazuar në të dhënat e ASK-së, sektori i mikpritjes (hotelet dhe restorantet) kontribuon pak më shumë se 1% në BPV-në e vendit. Për më tepër, ky sektor ka qenë nga industritë me rritje më të shpejtë, me një ritëm mesatar të rritjes prej 14% gjatë dy viteve të fundit.¹³

Përkundër mungesës së mbështetjes institucionale dhe investimeve në sektorin e turizmit, numri i turistëve që e vizitojnë Kosovën dhe qëndrojnë në Kosovë është rritur në mënyrë progresive nga 24.616 në vitin 2008 në 79.234 në vitin 2015. Rajonet më të vizituara në Kosovë nga vizitorët ndërkombëtarë në vitin 2016 përfshijnë rajonet: Prishtinë (76.543), Pejë (24.110), dhe Prizren (16.479). Edhe pse gjatë dhjetë viteve të fundit, numri i turistëve dhe kohëzgjatja e qëndrimit të tyre në Kosovë janë rritur ndjeshëm, shifrat qëndrojnë shumë më poshtë mesatares rajonale. Gjatë verës, në Kosovë vjen numri më i madh i turistëve. Kjo besohet të jetë kryesisht për shkak të vizitorëve që vijnë çdo verë nga diaspora, e cila ka një ndikim të madh në ekonominë lokale në përgjithësi dhe në sektorin e turizmit në veçanti.¹⁴

Përkundër mungesës së promovimit të duhur nga sektori publik dhe privat, Kosova është rekomanduar si destinacion turistik prej revistave të ndryshme, duke e zhvilluar identitetin dhe reputacionin e saj në udhëzuesit turistik. Për shembull, Kosova është rekomanduar nga revista *Vogue* si një nga destinacionet turistike për vitin 2017. Gjithashtu, *Sunday Times* - një revistë britanike - e ka rekomanduar Kosovën si destinacion për pushimet e vitit 2017, sidomos bjeskën e Gjeravicës.

Në aspektin e tendencave globale, numrat e turistëve ndërkombëtarë janë rritur vazhdimisht gjatë dekadave të fundit. Sipas Barometrit të fundit Botëror të Turizmit të UNWTO-së, mbërritjet e turistëve ndërkombëtar u rritën me 5% mes janarit dhe prillit 2016. Destinacionet në mbarë botën kanë pritur 348 milionë turistë ndërkombëtar¹⁵ (vizitorë me fjetje) mes janarit dhe prillit 2016. Disa prej tyre kanë pritur 18 milionë vizitorë më shumë krahasuar me të njëjtën periudhë të një viti më parë. Kjo mund të bëjë që 2016-a të jetë viti i shtatë me radhë i rritjes mbi mesataren, me mbërritjet ndërkombëtare që janë rritur me 4%. Rritja më e lartë në mbërritjet ndërkombëtare është regjistruar në Azi dhe Paqësor (+ 9%), pasuar nga Afrika (+ 7%), Amerika (+ 6%), Evropa (+ 4%) - Evropa Veriore, Qendrore dhe Lindore (+ 6%), Evropa

13 ASK 2017. Turizmi [dosja e të dhënave].

14 Idem.

15 UNWTO, Barometri Botëror i Turizmit 2016.

Jugore dhe Mesdhetare (+ 4%) dhe Evropa Perëndimore (+ 3%).¹⁶ UNWTO parashikon që deri në vitin 2030, 58% e mbërritjeve ndërkombëtare do të jenë në destinacionet e ekonomive në rritje, duke përfshirë edhe Evropën Lindore. Në vitin 2015, ekonomitë në rritje, për herë të parë, pritën më shumë turistë ndërkombëtar sesa ekonomitë e zhvilluara.

Siç tregohet nga statistikat e lartpërmendura, udhëtimi jashtë vendit konsiderohet si një nga aktivitetet më përmbushëse në ditët e sotme. Aftësia për t'i provuar kuzhinat e ndryshme, për t'u zhytur në kultura të ndryshme, për të marrë pjesë në zakone të reja dhe për të vizituar vendet që më parë ishin të pakapshme, nuk ka qenë kurrë më e arritshme se sot. Një nga avantazhet konkurruese të përvojës turistike të Kosovës qëndron në faktin se është vendi më i ri dhe më pak i vizituar në Evropë. Udhëtarët sot shpesh kërkojnë përvoja, qofshin përvoja autentike lokale apo përvoja aventuristike, ose edhe një mundësi për të arritur një destinacion mjaft të ndryshëm. Disa nga tendencat kryesore të industrisë së turizmit që do të kenë ndikimin e tyre mbi industrinë në periudhën afatshkurtër, afatmesme dhe afatgjatë, janë siç vijojnë:

- Rritja e numrit të njerëzve që udhëtojnë jashtë vendit, në veçanti nga vendet në zhvillim dhe vendet në rritje.
- Numra të qëndrueshëm të pensionistëve që zgjedhin turizmin gjatë gjithë vitit.
- Shitjet në internet, çmimet dhe paketat dinamike po transformojnë industrinë e marketingut dhe promovimin e produkteve të turizmit.
- Turizmi aventuristik është një segment me rritje të shpejtë i tregut të sotëm. Udhëtarët janë më të interesuar në përvojën e përshtatur. Aktivitete të tilla si ecja në mal, çiklizmi dhe safari priten të jenë zgjedhjet e dallueshme për vitin 2017.
- Brezi i mijëvjeçarit, duke qenë brezi më i ri me të ardhura të disponueshme, shihet si udhëheqës në udhëtime dhe turizëm. Kur udhëtojnë, ata preferojnë t'i kërkojnë dhe t'i rezervojnë online udhëtimet dhe turnetë e tyre.
- Turizmi ushqimor është bërë një trend në rritje mes udhëtarëve kudo. Kjo nuk kufizohet thjesht në konsumin e ushqimit në restorant. Gjithashtu përfshin kurse gatimi, turne në fermë, ushqime të ngadalta etj.
- Turizmi i përgjegjshëm - udhëtarët do të jenë më të interesuar për ndikimin mjedisor, ekonomik dhe social që kanë në destinacionet që ata vizitojnë dhe ka gjasa të mbështesin kompanitë që i mishërojnë këto vlera.
- Udhëtimi për punë dhe udhëtimi në kohë të lirë parashikohet të ketë tendencë fitimprurëse për operatorët turistik në vitin 2017.

Tendencat e fundit të industrisë së turizmit tregojnë qartë se akterët e zinxhirit të vlerës së turizmit në Kosovë duhet të fokusohen në promovimin e ofertave turistike të vendit sa më shumë të jetë e mundur përmes marketingut në internet dhe burimeve të tjera. Përveç kësaj, ata duhet të fokusohen edhe në përmirësimin e produkteve turistike ekzistuese, në zhvillimin e paketave të përshtatshme të turizmit, në përmirësimin e cilësisë së shërbimeve dhe pajisjeve dhe e fundit, por jo edhe për nga rëndësia, në ndërtimin e imazhit të vendit si një destinacion turistik.

¹⁶ Idem.

3.6 PËRFUNDIMET DHE REKOMANDIMET

Turizmi është në fazat e hershme të zhvillimit në të gjithë vendin. Me gjithë potencialin për të kontribuar në ekonominë e vendit, ende nuk shihet si sektor prioritar për rritje, as nga Institucionet qendrore, as në nivelin komunal. Në kuadër të Komunës së Vitisë nuk ka asnjë drejtori të përshtatshme dhe asnjë pikë referimi të caktuar, së cilës do t'i jepej detyra për zhvillimin e turizmit dhe promovimin e komunës. Në përgjithësi, ka mungesë koordinimi të veprimeve dhe aktiviteteve brenda komunës, pasi nuk është vendosur ndonjë kornizë e përcaktuar mirë.

Për më tepër, akterët e sektorit privat ngurrojnë të ndërmarrin çfarëdo iniciative për zhvillimin e turizmit, kryesisht për shkak të mungesës së vetëdijes dhe edukimit mbi rëndësinë e turizmit si sektor për gjenerimin e të ardhurave dhe kontributin në punësim. Atyre madje u mungojnë iniciativat dhe njohuritë për promovimin, marketingun dhe komercializimin e atraksioneve ekzistuese turistike në kuadër të komunës së tyre, jo më për promovimin e të gjithë komunës së tyre si destinacion.

Megjithatë, për shkak të peisazheve të bukura, historisë dhe trashëgimisë së pasur kulturore, Komuna e Vitisë paraqet potencial të madh për zhvillimin e një oferte unike turistike. Për të nisur shfrytëzimin e potencialit të saj dhe për t'u bërë e njohur si destinacion turistik, si dhe për të rritur kohëgjatësinë e qëndrimit të vizitorëve, ekipi i propozon rekomandimet siç vijojnë:

Komercializimi i produkteve ekzistuese turistike - Gjatë vizitave në terren në komunën e Vitisë u vërejt se ekziston një potencial mjaft i pashfrytëzuar në komercializimin e objekteve kulturore, banesave private dhe disa atraksioneve kryesore të turizmit privat, siç janë mullinjtë e vjetër me ujë, të cilët nëse shfrytëzohen siç duhet do të kishin çuar në gjenerimin më të lartë të të ardhurave në komunë.

- Objektet kulturore - nuk paguhet tarifë për hyrje kur vizitohen kishat e ndryshme, objektet dhe monumentet historike dhe objekte të ngjashme. Në këtë drejtim, mund të vendosen tarifat e hyrjes për vizita në objekte të tilla të trashëgimisë kulturore, si dhe operatorët mund të ofrojnë shërbime shtesë pranë këtyre objekteve kulturore si kafene, shitore suveniresh, librari etj., me qëllim të gjenerimit të të ardhurave shtesë.
- Akomodimi privat - ka një numër objektesh të akomodimit privat që presin mysafirë gjatë kremtimeve të ndryshme që mbahen në komunë, sidomos gjatë muajve të verës. Duke qenë se nikoqirët nuk mbledhin ndonjë tarifë nga vizitorët / mysafirët e tyre, sugjerohen disa aktivitete me këtë grup të synuar për ngritjen e vetëdijes për përfitimet dhe modalitetet e komercializimit të "biznesit" të tyre.
- Atraksionet private, siç janë mullinjtë e vjetër - në kuadër të komunës janë identifikuar një numër i mullinjve të vjetër dhe atraktivë, por ata nuk shfrytëzohen siç duhet në mënyrë komerciale. Të njëjtat aktivitete për ngritjen e vetëdijes mund të synojnë edhe pronarët e këtyre mullinjve të vjetër për të stimuluar gjenerimin e të ardhurave brenda komunës.
- Shërbimet e akomodimit mund t'i ofrojnë objektet e tyre edhe për takime dhe konferenca. Për kompanitë e sektorit privat, si dhe për organizatat, mund të jetë shumë më interesante që t'i kryejnë seminarët dhe punëtoritë në një mjedis të shëndetshëm malor.

Zhvillimi i produkteve, atraksioneve dhe aktiviteteve turistike - Me qëllim që të bëhet më tërheqëse për një gamë më të gjerë të vizitorëve dhe për turizëm gjatë gjithë vitit, komuna e Vitisë ka nevojë ta zgjerojë listën e vizitave dhe aktiviteteve të mundshme. Në këtë drejtim, ajo duhet të përqendrohet në përparësitë e saja konkurruese, siç janë trashëgimia kulturore, burimet natyrore dhe peisazhi i bukur. Zhvillimi i koordinuar i objekteve dhe aktiviteteve të marketingut gjatë gjithë vitit duhet të përfshijë:

- Kulturën dhe trashëgiminë
- Agroturizmin
- Natyrën dhe aventurën (skijim, peshkim, ecje në mal, ecje me pallaska dëbore etj.)
- Atraksione dhe aktivitete për familjarë

Aktivitetet e marketingut dhe promovimit - Përkundër peisazheve të bukura dhe objekteve të pasura kulturore, historike dhe fetare, përveç banorëve lokal pak njerëz e njohin potencialin e kësaj zone. Në faqe të ndryshme interneti mund të gjesh copëza dhe pjesë informatash të pamjaftueshme në lidhje me objektet specifike kulturore dhe fetare, dhe deri më sot nuk është zhvilluar asnjë platformë e koordinuar e promovimit dhe informimit. Përveç kësaj, në këtë zonë nuk ka shenja që mund t'i udhëzojnë turistët drejt një atraksioni të veçantë turistik, as informacione rreth vetë atraksionit. Aktivitetet e mëposhtme të marketingut dhe promovimit do të nxisin zhvillimin e turizmit në komunë:

- Hartëzimi i hollësishëm i destinacioneve turistike dhe atraksioneve në komunën e Vitisë.
- Zhvillimi i një ueb-portali që do të ofronte informacione për objektet kulturore dhe historike, atraksionet dhe shërbimet e mikpritjes në komunën e Vitisë.
- Krijimi i shenjave rrugore që do t'u lejonte turistëve t'i gjenin më lehtë atraksionet e caktuara (duke përfshirë edhe bujtinat) në komunën e Vitisë;
- Përgatitja e materialeve të ndryshme promociionale, siç janë broshurat dhe fletëpalosjet për turistë.

Nismat e turizmit në nivel komunal

- Themelimi i Drejtorisë së Turizmit në Komunën e Vitisë, që do të kishte për detyrë të hartonte dhe t'i zbatonte strategjitë me qëllim të zhvillimit dhe promovimit të turizmit. Përveç kësaj, drejtorja duhet të bashkëpunojë ngushtë me Drejtorinë për Kulturë, Rini dhe Sport në formulimin dhe zbatimin e strategjive që lidhen me menaxhimin e trashëgimisë kulturore.
- Zhvillimi i strategjisë së turizmit në nivel lokal.
- Përmirësimi i koordinimit dhe bashkëpunimit mes palëve të ndryshme të interesit të fushës së turizmit në nivelin komunal dhe sektorit privat.

Krijimi i një programi për zhvillimin e shkathtësive - Si një industri shërbimi, turizmi mbështetet në bashkëveprimin profesional mes mysafirëve dhe nikoqirëve ose ofruesve lokal të shërbimit me mentalitet të qartë të shërbimit. Sot, në industrinë e turizmit, elementet e trajnimit të personelit, cilësisë, produktivitetit dhe konkurrencës janë të gjithë të lidhur ngushtë me njëri tjetrin. Gjatë intervistave në terren dhe diskutimeve në grupin e fokusit, ishte e qartë se fuqia punëtore në industrinë e turizmit në Komunën e Vitisë është mjaft e pakualifikuar dhe koncepti i turizmit të qëndrueshëm është mjaft i ri për ta. Në këtë drejtim, ekipi konsideron se akterëve të zinxhirit të vlerës të turizmit duhet t'u ofrohen modulet e trajnimit të përshtatur, siç vijon:

- Ofruesit e sektorit privat të ofertave dhe shërbimeve turistike duhet t'i rrisin kapacitetet e tyre që t'i krijojnë shkathtësitë e tyre sipërmarrëse dhe t'i rrisin më tej shkathtësitë e tyre specifike në turizëm.
- Ofruesit e shërbimeve plotësuese turistike (objektet kulturore, eksplorimi i fshatrave, specialitetet lokale etj.) duhet t'i rrisin kapacitetet e tyre për ofrimin e shërbimit të guidave, zotërimin e gjuhëve të huaja, përmirësimin e aspekteve mjedisore dhe çështje të ngjashme.
- Zhvillimi i kapaciteteve të prodhuesve dhe përpunuesve të vegjël të "mallrave nostalgjike".
- Punonjësit e sektorit publik duhet t'i rrisin kapacitetet e tyre në zhvillimin e strategjive të bazuara në turizmin e qëndrueshëm; të krijojnë politika të reja dhe inovative të turizmit që do t'i adresojnë nevojat lokale; t'i zhvillojnë dhe forcojnë lidhjet vertikale dhe horizontale ndërmjet akterëve të zinxhirit të vlerës.
- Aktivitete të vetëdijesimit të akterëve të synuar publik dhe privat mbi potencialin turistik të komunës së Vitisë.
- Zhvillimi i programeve të trajnimit që përfshijnë shkëmbimin e personelit ndërmjet ofruesve të shërbimeve të mikpritjes (personeli i menaxhimit të restoranteve dhe hoteleve, personeli i objekteve kulturore dhe guidat etj.) nga komuna e Vitisë me zona të ngjashme brenda rajonit ose më gjerë në Evropë.



4. PEMËT, PERIMET DHE KULTURAT E DRITHIT

Kjo pjesë e raportit paraqet një analizë të zinxhirëve të vlerës për nënsektorët e kulturave të drithit, pemëve dhe perimeve në Komunën e Vitisë. Përveç të dhënave zyrtare të mbledhura gjatë regjistrimit të bujqësisë të kryer në vitin 2014, të dhënat më të reja janë ofruar nga komuna për kërkesat për subvencione në vitin 2017 për kulturat e ndryshme të kultivuara. Përveç kësaj, u organizuan anketa me palët bujqësore të interesit të vendosura në Viti si dhe me një fokus grup. Pra, analiza e zinxhirit të vlerës përshkruan situatën aktuale në nënsektorët e specifikuar, duke u fokusuar në kultivimin e kulturave bujqësore, lidhjet mes akterëve të zinxhirit të vlerës, çështjet kyçe dhe tendencat e tregut. Gjithashtu, jepen rekomandime që rrjedhin nga gjetjet e gjeneruara në analizë.

E vendosur në një fushë pjellore, Vitia karakterizohet me një tokë të përshtatshme për kultivimin e kulturave të ndryshme. Vitia është veçanërisht e njohur për kultivimin e drithërave dhe perimeve. Morava e Binçës është e një rëndësie të madhe për sektorin e bujqësisë në Viti, pasi ajo siguron një sasi të konsiderueshme të ujit të domosdoshëm për ujitje të tokës në këtë zonë. Nga ana tjetër, kjo lejon që sektori i bujqësisë në Viti të konsiderohet si një nga sektorët kyç për zhvillimin ekonomik të komunës.

Komuna e Vitisë ka një sipërfaqe prej 29.700 ha, nga të cilët 12.860 ha janë tokë bujqësore dhe 7.981 ha tokë e punueshme¹⁷. Në përgjithësi, bujqësia është një nga sektorët më të rëndësishëm në Komunën e Vitisë, duke siguruar punësim dhe gjenerim të të ardhurave për komunitetin. Rreth 2.400 fermerë janë aktualisht të përfshirë në sistemin bujqësor të vetëmjaftueshëm¹⁸. Sipërfaqja e tokës për kultivimin e produkteve bujqësore të dedikuara vetëm për konsum familjar, që njihet edhe si kopshti i kuzhinës, është rreth 51,3 ha sipas regjistrimit të bujqësisë, çka përbën më pak se 1% të tokës së punueshme.¹⁹

Nga ana tjetër, rreth 7.300 fermerë janë të përfshirë në bujqësinë komerciale, në të cilën kulturat e drithit zënë pjesën më të madhe të tokës së punueshme me 6.518 ha, ose mbi 80% të tokës së punueshme, pasuar nga nënsektori i perimeve që vlerësohet në 832 ha dhe në fund nënsektori i pemëve me 131 ha. Rritja më e madhe është regjistruar në nënsektorin e perimeve, në veçanti për kulturat specifike, të tilla si kungulli dhe shalqiri.

Tabela e mëposhtme jep një pasqyrë të nënsektorëve kryesor të bujqësisë në Komunën e Vitisë:

Tabela 1: Tabloja e nënsektorëve kryesor të bujqësisë në Viti

	Sipërfaqe (ha)
Gjithsej sipërfaqja e tokave	29.700 ha
Gjithsej sipërfaqja e tokave bujqësore	12.860 ha
Tokë buke	7.981 ha
<i>Kultura drithi</i>	6.518 ha
<i>Perime</i>	832 ha
<i>Pemë</i>	131 ha

Burimi: ASK - Regjistrimi i Bujqësisë; Komuna e Vitisë 2017 - Kërkesat për subvencion;

17 Komuna e Vitisë 2016, Investoni në Viti.

https://issuu.com/foundation.kosovo.luxembourg/docs/2015_11_22_fkl_guide_eng_-_viti__fi/14;

18 MBPZHR 2014. Regjistrimi i Bujqësisë <http://ask.rks-gov.net/media/1375/final-results.pdf>

19 Idem.

Nënspektori i kulturave të drithit

Duke qenë se produktet e miellit të grurit janë pjesë përbërëse e çdo shujte familjare, në përgjithësi ka konsum relativisht të lartë vjetor të miellit të grurit në Kosovë. Kultura kryesore që zë pjesën më të madhe të tokës së punueshme në Kosovë është gruri me 50,3%. Këto shifra shpjegojnë edhe prodhimin e lartë të grurit që përpunohet tërësisht për nevojat e brendshme, duke mbuluar vetëm 63,3% të kërkesës totale për grurë në Kosovë.²⁰ Edhe në Komunën e Vitisë kemi një situatë të ngjashme, dhe kulturat e drithit janë kulturat më të kultivuara që mbulojnë pjesën më të madhe të tokës bujqësore të kultivuar në Viti. Sipas regjistrimit të bujqësisë dhe të dhënave të grumbulluara nga komuna në lidhje me aplikimet për subvencione për vitin 2017, këtu jepet lista e kulturave më të kultivuara të drithit:

Tabela 2: Prodhimi i kulturave të drithit në Viti

	Sipërfaqe (ha)	Prodhim (ton)	Rendimenti mesatar (ton/ha)
Grurë	4.776,6	16.144,9	3,38
Misër	1.646,9	5.220,7	3,17
Tërshërë	54,5	104,1	1,91
Thekër	25,6	52,2	2,04
Elb	14,4	38,6	2,68
GJITHSEJ KULTURA TË DRITHIT	6.518		

Burimi: ASK - Regjistrimi i Bujqësisë; Komuna e Vitisë 2017 - Kërkesat për subvencion; MBPZHR 20016 - Raporti i Gjelbër;

Prodhimi i përgjithshëm për kulturë vlerësohet bazuar në normat mesatare të rendimentit të marra nga Raporti i Gjelbër 2016 i MBPZHR për kulturat e specifikuar.²¹ Sidoqoftë, bazuar në intervistat me fermerët e përzgjedhur në Viti, normat mesatare të rendimentit ndryshojnë dhe kryesisht raportohen të jenë më të ulëta gjatë viteve të fundit, sidomos gjatë vitit 2017, duke pasur parasysh temperaturat e ulëta (nën 0) në pranverë dhe reshjet e breshrit.

Gruri është kultura më e rëndësishme lokale e drithërave. Kultivohet në një sipërfaqe prej rreth 4.777 ha me rendiment mesatar prej 3.38 ton/ha dhe prodhim të përgjithshëm vjetor prej 16.145 ton. Në Viti ka një qendër të vogël të grumbullimit të grurit me kapacitet magazinimi prej 45 ton/ditë. Misri është kultura e dytë më e kultivuar me 1.647 ha, me rendiment mesatar prej 4 ton/ha dhe me prodhim të përgjithshëm vjetor prej 5.221 ton. Fermerët po rrisin gjithnjë e më shumë misër për silazh, në mënyrë që të sigurojnë furnizimin e duhur të ushqimit për bagëtinë. Kultura e thekrës mbulon një sipërfaqe relativisht të vogël prej 25 ha, megjithatë, nëse duam të krahasojmë të dhënat e nxjerra nga regjistrimi i fundit bujqësor me të dhënat e marra nga aplikimet e fundit për subvencione, vërehet një rritje substanciale prej rreth 75% në kulturën e thekrës.

Ju lutemi vini re se këto vlera të paraqitura nuk përfshijnë sektorin bujqësor të vetë-mjaftueshëm. Prandaj, ato lidhen vetëm me bujqësinë komerciale të përbërë nga të tre nënspektoret.

²⁰ Idem.

²¹ MBPZHR 20016, Raporti i Gjelbër 2016, http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_Kosovo_2016_Final_050417.pdf

Nësektori i perimeve

Nësektori i perimeve është një nga nësektorët bujqësorë me rritje më të madhe në Komunën e Vitisë, duke shënuar një rritje të qëndrueshme gjatë viteve të fundit. Sipas të dhënave të vitit 2017, perimet kultivohen në një sipërfaqe të përgjithshme prej 832 ha. Kjo rritje mund t'i atribuohet veçanërisht rritjes së kultivimit të kungullit, (duke përfshirë kungullin e misrit), shalqirit dhe pjeprit, që nuk ishin kultivuar aspak në vitin 2014, sipas regjistrimit të bujqësisë.

Nësektori i perimeve në Komunën e Vitisë dominohet nga fermat e vogla familjare me një sipërfaqe mesatare prej rreth 0,50 ha. Zakonisht, perimet kultivohen për konsum të brendshëm ndërsa teprica shitet tek shitësit lokalë ose në tregjet me shumicë. Bazuar në strukturën e prodhimit, sasia më e madhe e furnizimit me perime vjen nga fushat e hapura. Për shkak të rendimentit më të lartë dhe mbrojtjes nga efektet e dëmshme të motit, fermerët e Vitisë janë duke përdorur gjithnjë e më shumë serra për kultivimin e perimeve. Një serrë tipike e përdorur për kultivimin e perimeve mund të ndryshojë në madhësi, nga 0,03 ha deri në 0,50 ha, dhe aktualisht ato mbulojnë një sipërfaqe totale prej 3 ha.²²

Tabela e mëposhtme ofron një pasqyrë të nësektorit të perimeve në Komunën e Vitisë:

Tabela 3: Prodhimi i perimeve në Komunën e Vitisë

	Sipërfaqe (ha)	Prodhim (ton)	Rendimenti mesatar (ton/ha)
Patate	138,5	2.919,5	21,1
Kungull	270,5	3.014,8	11,1
Fasule	177,2	542,6	3,1
Shalqi	98,8	2.201,7	22,3
Lakër	12,1	340,1	28,1
Speca	10,6	190,23	17,9
Pjepër	9,3	142,9	15,4
Qepë	6,3	80,5	12,8
Domate	6,3	193,8	30,8
Tjetër	102,6	-	-
GJITHSEJ PERIME	832		

Burimi: ASK - Regjistrimi i Bujqësisë; Komuna e Vitisë 2017 - Kërkesat për subvencion; MBPZHR 20016 - Raporti i Gjellbër;

Prodhimi i përgjithshëm për kulturë vlerësohet bazuar në normat mesatare të rendimentit të marra nga Raporti i Gjellbër 2016 i MBPZHR për kulturat e specifikuar.²³ Siç u tregua më parë, normat e rendimenteve mesatare mund të ndryshojnë dhe kryesisht janë raportuar të jenë më të ulëta gjatë viteve të fundit për shkak të kushteve të pafavorshme klimatike.

²² Intervistë me Drejtorin e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural në Komunën e Vitisë

²³ MBPZHR 20016, Raporti i Gjellbër 2016, http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_Kosovo_2016_Final_050417.pdf

Nënësektori i pemëve

Sektori i pemëve ka një traditë të gjatë në Komunën e Vitisë. Pozicioni i favorshëm gjeografik dhe kushtet klimatike mbizotëruese lejojnë rritjen e llojeve të ndryshme të pemëve. Megjithatë, sipas të dhënave të vitit 2017 vetëm 131 ha tokë e punueshme është aktualisht e mbjellë me drunj frutorë, të kultivuar kryesisht nga fermerët e vegjël. Sipërfaqja e përgjithshme e kultivuar me pemë nuk ka përjetuar ndonjë rritje të konsiderueshme që nga viti i kaluar, megjithatë, lloje të caktuara të pemëve po fitojnë popullaritet, sidomos qershia, arra dhe mjedra.

Tabela e mëposhtme ofron një pasqyrë të nënsektorit të pemëve në Komunën e Vitisë:

Tabela 4: Prodhimi i pemëve në Ko.munën e Vitisë

	Sipërfaqe (ha)	Prodhim (ton)	Rendimenti mesatar (ton/ha)
Mollë	57,5	535,1	9,31
Vishnje	22,3	122,9	5,51
Kumbulla	18,5	213,9	11,56
Arra	12,5	22,8	1,82
Mjedër	7,8	12,7	1,63
Dardhë	6,1	53,0	8,69
Dredhëza	3,5	25,8	7,38
Kajsi	1,0	6,2	6,25
Qershi	0,7	2,6	3,67
Tjetër	1,4	-	-
GJITHSEJ PEMË	131		

Burimi: ASK - Regjistrimi i Bujqësisë; Komuna e Vitisë 2017 - Kërkesat për subvencion; MBPZHR 20016 - Raporti i Gjellbër;

Pema më e popullarizuar mbetet molla me rreth 57,5 ha. Kjo është konfirmuar nga numri i madh i aplikantëve për subvencione të prodhimit të mollës në vitin 2017, duke mbuluar 53 ha të sipërfaqes së përgjithshme me mollë. Qershitë mbulojnë një sipërfaqe prej rreth 23 ha, të ndjekura nga afër nga kumbullat që kultivohen në një sipërfaqe prej 21 ha. Mjedra është një kulturë relativisht e re në Komunën e Vitisë, por po kultivohet gjithnjë e më shumë, sidomos për shkak të mbështetjes në rritje të ofruar nga komuna dhe akterët tjerë të nxitur nga kërkesa e lartë për dredhëz në tregjet e eksportit. Edhe plantacionet e arrës po kultivohen gjithnjë e më shumë në Komunën e Vitisë, por duhet të theksohet se për shkak të plantacioneve të reja, rendimenti maksimal i arrës pritet të rritet ende. Duhet të theksohet më tej se në vitin 2017 prodhimi i pemëve ishte dukshëm më i ulët për shkak të kushteve të motit që sollën pranverë të vonuar në tërë Kosovën. Temperaturat e ulëta, siç u tregua më parë, dëmtojnë prodhimin e pemëve. Prodhimi total i vlerësuar për kulturë bazohet në normat mesatare të rendimentit sipas Raportit të Gjellbër të MBPZHR-së.

Vlen të theksohet se fermerët tani po konsiderojnë bashkimin e plantacioneve të tyre në një lloj kooperative bujqësore, për të gjeneruar prodhim më të madh të produkteve, për të ruajtur cilësi të qëndrueshme dhe për t'i tejkaluar problemet e shkaktuara nga fragmentimi i lartë. Kërkesa e përgjithshme e tregut për pemë në Kosovë vlerësohet të jetë 69.711 ton. Përveç konsumit familjar, pemët janë edhe një kontribut i rëndësishëm për industrinë e përpunimit ushqimor.

4.1 HARTËZIMI I PEMËVE, PERIMEVE DHE KULTURAVE TË DRITHIT

Kjo pjesë paraqet një përshkrim të akterëve kryesorë të zinxhirit të vlerës për këta tre nënsektorë të përzgjedhur bujqësorë, domethënë kulturat e drithit, pemët dhe perimet.

4.1.1 Pjesëmarrësit e drejtpërdrejtë (bazë) në zinxhirin e vlerës

Ofruesit e informacioneve hyrëse (inputeve)

Në kuadër të Komunës së Vitisë funksionojnë gjashtë ofrues të informacioneve hyrëse (inputeve); nga të cilët katër janë të vendosur në qytet, ndërsa dy të tjerët gjenden në fshatrat përreth, Radivojc dhe Pozharan. Këta ofrues të informacioneve hyrëse (inputeve) janë në fakt barnatoret bujqësore që ofrojnë furnizim me fara, fidane, pesticide dhe kimikate të tjera, si dhe disa pajisje të vogla bujqësore. Gama e pesticideve në dispozicion në këto barnatore është mjaft e kufizuar për shkak të rregullave strikte të akreditimit dhe rregulloreve të vendosura nga Institucionet qendore. Këto kufizime që duhet të zbatohen nga organet mjaft të dobëta dhe joefikase inspektuese i kanë mundësuar kushtet për tregun informal. Pikërisht për këtë arsye, fermerët lokal shpesh blejnë pesticide të pa-akredituara, të cilat në vend të mbrojtjes së kulturave, bëhen burim i sëmundjeve të ndryshme.

Përveç kontributeve të lartpërmendura, këto barnatore luajnë një rol jetësor në përkrahjen e fermerëve për llojin e farave; menaxhimin e dëmtuesve dhe mbrojtjen e bimëve; si dhe me praktika të tjera për korrje dhe pas korrje. Këto shërbime këshilluese u ofrohen fermerëve lokal pa pagesë - kryesisht si vlerësim për besnikërinë e tyre.

Prodhuesit/Grumbulluesit

Shumica dërrmuese e prodhuesve/grumbulluesve në Komunën e Vitisë janë familje rurale që e ushtrojnë veprimtarinë e tyre në pjesë të vogla të tokës së fragmentuar. Sipas regjistrimit të bujqësisë, janë rreth 7.300 prona bujqësore të përfshira në aktivitete bujqësore; nga të cilat 6.506 prona janë të angazhuara në kultivimin e kulturave të drithit, 1.036 në kultivimin e perimeve dhe 366 në prodhimin e pemëve. Prodhuesit/grumbulluesit më të vegjël ose përdorin mallrat e tyre bujqësore për konsum vetanak ose i shesin tek tregtarët me shumicë dhe tek shitësit lokal; ndërsa më të mëdhenjtë kryesisht i dërgojnë mallrat e tyre në qendrat e grumbullimit të vendosura në qytete të tjera, përveç një pjese të prodhuesve të grurit që e dorëzojnë grurin e tyre në qendrën e vetme të grumbullimit në Komunën e Vitisë. Duhet theksuar se është shumë e zakonshme që prodhuesit/grumbulluesit e pemëve dhe perimeve t'i shesin produktet e tyre drejtpërdrejt tek konsumatorët e tyre në tregjet e gjelbra lokale.

Mbledhja e pemëve dhe perimeve kryhet kryesisht me dorë ose duke përdorur disa vegla dore gati primitive, duke e dëmtuar shumë shpesh mjedisin natyror të kulturave. Duke marrë parasysh faktin se aktiviteti i tyre është i kufizuar në pjesë të vogla të tokës, këta prodhues/grumbullues ende nuk e konsiderojnë të mundshme blerjen e teknologjisë moderne që do ta përshpejtonte procesin e grumbullimit.

Intervistat tregojnë se korrja zakonisht bëhet nga anëtarët e familjes së fermës bujqësore. Sidoqoftë, gjatë sezonit të pikut ata punësojnë edhe mbledhës sezonalë, kryesisht në mesin

e pjesëtarëve të pakicave lokale, veçanërisht nga komunitetet RAE. Ka raste kur ata duhet të 'importojnë' fuqi punëtore nga rajone të tjera (p.sh. Lipjani) për një numër të caktuar ditësh gjatë sezonit të korrjeve.

Për shkak të mbështetjes së ofruar nga institucionet në nivel të Kosovës, OJQ-të dhe komuniteti i donatorëve gjatë periudhës së paskonfliktit, ka pasur disa përmirësime në lidhje me aftësitë dhe zhvillimin e kapaciteteve të prodhuesve të fermave në Komunën e Vitisë. Megjithatë, ka ende mungesë të dukshme të aftësive, çka rezulton me rendiment të ulët. Kapacitetet e grumbullimit, pavarësisht përmirësimeve gjatë viteve të fundit, nuk kanë arritur ende një nivel të kënaqshëm krahasuar me rajonet e tjera.

Sa i përket kulturave të kultivuara, gjatë këtyre viteve të fundit ka pasur një rritje të ndjeshme të kulturave specifike, sidomos kungullit, shalqirit dhe pjeprit, arrës, mjedrës dhe qershisë, në krahasim me të dhënat e siguruara nga regjistrimi i bujqësisë në 2014.

Qendrat e grumbullimit

Me gjithë kërkesën e madhe të artikuluar nga fermerët e intervistuar, Komuna e Vitisë nuk ka ndonjë qendër grumbullimi për pemë dhe perime. Siç u tregua edhe më parë, prodhuesit/grumbulluesit relativisht të mëdhenj, edhe pse me fitim shumë të vogël, ende janë në gjendje t'i dërgojnë prodhimet e tyre të freskëta vendore në qendrat e grumbullimit të vendosura në komunat fqinje të Gjilanit apo Ferizajit, ku gjenden qendrat e mëdha grumbulluese rajonale.

Mungesa e një qendre të përshtatshme lokale të grumbullimit të pajisur me një depo moderne është me të vërtetë problematike për Komunën e Vitisë, duke bërë që prodhuesit/grumbulluesit lokal të pemëve dhe perimeve (veçanërisht atyre më të vogla) t'i çojnë produktet e tyre bujqësore në tregun lokal dhe më gjerë.

Duhet të përmendet se ekziston një qendër e vogël për mbledhjen e grurit e quajtur Barileva dhe e vendosur në Sllatinën e Poshtme në Komunën e Vitisë. Qendra e grumbullimit është në pronësi private, me 2 punëtorë me kohë të plotë. Barileva ka një kapacitet ditor prej rreth 45 ton. Rregullisht blen grurë nga rreth 700 prona bujqësore të shpërndara në rreth tetë fshatra të Komunës së Vitisë. Duke marrë parasysh faktin se ka rreth 3.652 prona të përfshira në kultivimin e grurit, kjo qendër grumbullimi është e pamjaftueshme për ta akomoduar këtë sasi gruri.

Përpunuesit

Ngjashëm me rajonet e tjera në Kosovë, industria e përpunuesve është mjaft e kufizuar. Sidoqoftë, në pesë vitet e fundit, industria e përpunimit të pemëve dhe perimeve në këtë komunë ka shënuar një trend në rritje, i cili duhet t'u atribuohet investimeve private dhe përkrahjes nga MBPZHR-ja dhe donatorët. Këta dy të fundit luajtën një rol jetësor në rritjen e infrastrukturës/teknologjisë dhe kapaciteteve njerëzore.

Aktualisht në Komunën e Vitisë janë 10 përpunues të vegjël, - që të gjitha shoqata grash të angazhuara në përpunimin e ushqimit në shtëpi, përkatësisht "Gratë e Sllatinës së Poshtme", "Agroskifteraj", "Gratë e Goshicës", "Gjelbina", "Hortikultura Gratë e Sllatinës", "Gratë e Lubishtës" dhe "Remniku", të cilat janë disa prej shoqatave më aktive në rajon.

Këto shoqata grash përqendrohen kryesisht në përpunimin e perimeve (perime turshi, lloje të ndryshme specash, trangulli dhe lakre, ndërsa disa prej tyre gjithashtu përpunojnë pemë të freskëta (në formë marmelate) të siguruara nga kultivuesit lokal. Shumica e këtyre pemëve dhe perimeve të përpunuara të prodhuara nga përpunuesit në shkallë të vogël shiten derë më derë ose gjatë panairëve të organizuara në Kosovë. Në përgjithësi, furnizimi me ushqime të përpunuara është jashtëzakonisht i ulët për t'i kënaqur kërkesat e klientëve lokal. Pjesa më e madhe e pemëve dhe perimeve të përpunuara ende importohen nga rajoni dhe më gjerë.

Një zhvillim i kohëve të fundit në këtë drejtim është krijimi i një mini-fabrike në Komunën e Vitisë, që si aktivitet parësor ka mbledhjen dhe përpunimin e mollëve. Duke u bazuar në kapacitetet e saja të përpunimit, kjo mini-fabrikë prodhon lëng molle dhe raki, respektivisht në sasi prej rreth 20.000 dhe 10,000 litrash në vit. Përveç kësaj strukture që është relativisht e madhe, nuk ka asnjë subjekt tjetër që është i përfshirë në përpunimin në shkallë të gjerë.

Nga ana tjetër, kulturat e drithërave kryesisht shiten si lëndë e parë për produktet e miellit në fabrikat e miellit të vendosura në qytete të tjera të Kosovës, të cilat siç tregohet më lart mbulojnë 66% të tregut në Kosovë.

Eksportuesit

Ngjashëm me rajone të tjera të Kosovës, prodhuesit/përpunuesit në Komunën e Vitisë janë ende të pafuqishëm për të konkurruar me homologët e tyre jashtë Kosovës. Ata nuk janë në gjendje ta zëvendësojnë fluksin masiv të produkteve ushqimore të importuara (rreth 70% në nivel qendror) me produktet e tyre. Metodot primitive të mbjelljes, mungesa e mjediseve për magazinim, mospërputhja me standardet globale dhe ekonomitë e çekuilibruara të shkallës, përbëjnë vetëm disa nga çështjet tipike dhe të brendshme që i pengojnë prodhuesit/përpunuesit lokal në eksportimin e prodhimeve të tyre.

4.1.2 Pjesëmarrësit e tërthortë në zinxhirin e vlerës

Shërbimet/funksionet mbështetëse

Komuna

Në Komunën e Vitisë, Drejtoria për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillim Rural është organi kryesor përgjegjës për zhvillimin e nënsektorëve të pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit. Një nga aktivitetet kryesore të kësaj Drejtorie është administrimi i subvencioneve lokale bujqësore të financuara nga MBPZHR-ja. Përveç kësaj, gjatë vitit ky organ është përgjegjës për këto aktivitete:

- Përgatitja e planit për mbjelljet e pranverës;
- Përcjellja e statistikave bujqësore;
- Inspektimi/kontrolli i tregut;
- Inspektimi/kontrolli i materialit të mbjelljes;
- Inspektimi i barnatoreve bujqësore;
- Pranimi dhe plotësimi i aplikacioneve për subvencione;
- Shërbimet këshilluese (vetëm një këshilltar)

Komuna e Vitisë lehtëson trajnime të ndryshme gjatë vitit - të përshtatura sipas nevojave dhe/ose kërkesave të fermerëve. Disa nga temat e mbuluara gjatë këtyre trajnimeve përfshijnë, por pa u kufizuar vetëm në to:

- Përgatitjen e tokës, mbjelljen dhe mbledhjen e mjedrës
- Sistemin e ujitjes me pika
- Mbjelljen e pemëve
- Mbajtjen e objekteve të bletarisë
- Higjienën e qumështit dhe
- Mbrojtjen e bimëve

Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural

Ministria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Zhvillimit Rural (MBPZHR) ofron mbështetje për fermerët përmes subvencioneve dhe granteve, përmes pagesave të drejtpërdrejta dhe programit të zhvillimit rural.

Sa i përket granteve, buxheti i përgjithshëm në dispozicion për subvencione dhe grante në bujqësi është 48 milionë euro (në vitin 2017). Për t'u kualifikuar për të marrë mbështetje, biznesi duhet të jetë ligjërish i regjistruar në Kosovë. Skema e granteve rifreskohet çdo vit në përputhje me prioritetet e reja dhe buxheti i saj është rritur gjatë viteve të fundit.

Sa i përket subvencioneve, MBPZHR-ja siguron subvencione të drejtpërdrejta për sipërfaqe për kulturat e drithërave, nënsektorët e pemëve dhe perimeve, të cilat janë paraqitur në tabelën e mëposhtme:

Tabela 5: Subvencionet e ofruara nga MBPZHR gjatë vitit 2017

Sipërfaqja (euro/ha)	Shuma	Kriteret	
Pemë (drunj frutorë)	400 €/ha	min. 0,5 ha	mollë, dardhë, ftua, mushmollë, kumbull, pjeshkë, kajsi, arrë, lajthi, qershi, vishnje
Pemë të buta (pemë mali)	400 €/ha	min. 0,2 ha	dredhëza, mjedra, boronica, manaferra, aronia
Perime	300 €/ha	min. 0,5 ha	patate, domate, lakra, specia, spinaq, qepë, karrota, hudhra, kastravec, patëllxhan, kungull, kungulleshka, shalqi, pjepër, lulëlakër, purrin, shparg, brokoli, fasule, panxhar, rrepa, majdanoz, sallatë e gjelbër
Prodhimi i grurit	150 €/ha	min. 2 ha	
Prodhimi i farës së grurit	250 €/ha	min. 5 ha	
Prodhimi i thekrës	100 €/ha	min. 1 ha	
Prodhimi i misrit	150 €/ha	min. 1 ha	
Prodhimi i lulediellit	150 €/ha	min. 1 ha	
Prodhimi i elbit	100 €/ha	min. 1 ha	
Prodhimi i kolzës	100 €/ha	min. 1 ha	
Vreshta	1.000 €/ha	min. 0,1 ha	Për vreshtat mbi 100 ha, subvencionet për çdo hektar shtesë janë 500 €/ha
Prodhimi organik	300 €/ha	min. 0,1 ha	Subvencionet për prodhimin organik sigurohen krahas subvencioneve të tjera

Burimi: MBPZHR 2017.

Organizatave e marketingut

Megjithëse shumica e akterëve në zinxhirin e vlerës kanë punuar për një kohë të gjatë në tregun lokal, ata nuk kanë investuar pothuajse asgjë në aktivitete promovuese. Përveç pjesëmarrjes në panairë dhe ekspozita të organizuara anembanë Kosovës, ekziston një tendencë në rritje mes fermerëve lokal për t'i shfrytëzuar mediat sociale si mjete promovuese.

Infrastruktura dhe transporti

Statusi i përgjithshëm i infrastrukturës rrugore konsiderohet të jetë relativisht i mirë. Rrugët kryesore që lidhin fermerët me tregjet e tyre janë në gjendje mjaft të mirë. Një zhvillim i fundit në aspektin e infrastrukturës është krijimi i parkut industrial në fshatin Budrikë e Epërme. Për shkak të vendndodhjes strategjike, pritet të shërbejë si një pikë lidhëse mes akterëve të zinxhirit të vlerës së nënsektorëve të synuar. Sidoqoftë, vlen të përmendet se infrastruktura (rrugët e brendshme, furnizimi me energji, ujësjellësi dhe sistemi i kanalizimit) nuk është përfunduar ende.

Shumica e prodhuesve/grumbulluesve përdorin traktorë si mjet kryesor për transportimin e mallrave të tyre. Kjo mënyrë e transportit nuk është shumë efikase, sidomos duke pasur parasysh sasinë e vogla të produkteve bujqësore që ato bartin zakonisht.

Shërbimet financiare

Edhe degët e institucioneve kyçe financiare janë të pranishme në Komunën e Vitisë. Përkatësisht, janë 6 degë të bankave komerciale dhe 3 degë të institucioneve mikrofinanciare. Pavarësisht nga produktet e ndryshme të kredisë për bujqësi, aplikohen norma të larta interesi për kreditë e tilla, kryesisht për shkak të mungesës së konkurrencës mes institucioneve financiare, dhe pasigurive që e shoqërojnë këtë sektor; dhe qasja në financa është e kufizuar, si rezultat i burokracisë së imponuar nga institucionet financiare, çka e bën sektorin financiar jo shumë mbështetës për akterët e synuar të zinxhirit të vlerës.

Dy çështje të tjera që lidhen me qasjen në financa, të identifikuar nga fermerët e intervistuar, janë mungesa e periudhave të arsyeshme të faljes dhe e sigurimit të kulturave. Nga ana tjetër, institucionet financiare justifikojnë zbatimin e normave të interesit të tyre duke u ankuar për zbatimin e kontratave, konsolidimin e tokës, kontabilitetin e dyfishtë dhe mungesën e planeve të biznesit.

Organizatave për zhvillim

Spektori i bujqësisë në Komunën e Vitisë, duke përfshirë nënsektorët e pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit, është përkrahur vazhdimisht nga organizatat për zhvillim. Përkrahja e tillë është dhënë në formën e ndihmës financiare dhe/ose ndihmës teknike.

Të dhënat e fundit të ofruara nga komuna (2017) tregojnë se organizatat udhëheqëse për zhvillim, sipas volumit të ndihmës së ofruar financiare, janë Fondacioni Kosovë-Luksemburg (250.107,78 €), USAID (44.760,00 €) dhe Helvetas Swiss Intercooperation (26.207,98 €). Asistenca e tyre deri më tani ka përfshirë siç vijon: blerjen e lëndëve të para dhe pajisjeve moderne, ndërtimin e serrave dhe objekteve të tjera; dhe zhvillimin e kapaciteteve njerëzore. Për më shumë detaje konsultoni Tabelën 6.

Tabela 6: Përkrahja e ofruar për fermerët që veprojnë në Komunën e Vitisë

Institucioni/organizata	Sektori	Shuma
Fondacioni Kosovë-Luksemburg	Fidanet e pemëve, sistemet e ujitjes, ndërtimi i serrave, pajisjet për konservimin e perimeve	250.107,78 €
USAID	Fidane / lastarë qershie dhe mjedre	44.760,00 €
Helvetas Swiss Intercooperation	-	26.207,98 €
IADK	Trajnimi i shoqatave të grave	20.052,67 €
CARE International	-	12.260,00 €
Gratë për Gratë	Fidane / lastarë mjedre	6.160,00 €
Nisma për Komunitetin e Kosovës (IKC)	Mjedra, luleshtrydhe dhe lastarë shalqiri; sistemi i ujitjes	24.410,00 €

Laboratorët

Në Komunën e Vitisë nuk ka laboratorë për kryerjen e analizave fizike, kimike dhe mikrobiologjike të tokës apo ujit. Nga ana tjetër, në nivel qendror janë dy laboratorë publik dhe një numër i laboratorëve të tjerë privat. Instituti Bujqësor i Kosovës (IBK) dhe Fakulteti Bujqësor i Universitetit të Prishtinës janë dy laboratorët publik. Të dy veprojnë nën ombrellën e "Sistemit Kombëtar të Hulumtimeve Bujqësore" (SKHB). Këto laboratorë kryejnë prodhimin dhe mbrojtjen e bimëve; mbarështimin e blegtorisë; testimin e farës; analizat laboratorike të informacioneve hyrëse (inputeve) bujqësore dhe produkteve me origjinë bimore dhe shtazore; trajnimet dhe shërbimet këshilluese; dhe aktivitete të ngjashme.

Mjedisi mundësues

Ligjet dhe rregulloret

Ligji për bujqësinë dhe zhvillimin rural - Ky ligj përcakton caqet, masat dhe programin e politikave të bujqësisë dhe zhvillimit rural të bazuara në Planin e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural dhe të lidhura me përkrahjen me grante që sigurohet rregullisht nga MBPZHR-ja për fermerët lokal dhe agrobizneset kosovare.

Rregullorja e Komunës së Vitisë për tarifën, pagesat dhe gjobat: Komuna vendos tarifën, pagesat dhe gjobat për aktivitete të ndryshme që bien nën përgjegjësinë e departamenteve/drejtorive të ndryshme të komunës. Kjo rregullore miratohet nga Kuvendi Komunal i Vitisë në baza vjetore. Rregullorja e miratuar në vitin 2016 rregullon tarifën, pagesat dhe gjobat që janë të aplikueshme në komunë nga Drejtoria për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillim Rural në pajtim me nenin 11. Disa nga këto tarifa përfshijnë: Tarifa për regjistrimin e pronës - deri në 50 €; tarifa për

inspektimin sanitar për barnatoret bujqësore - 20 €; tarifa për dëshmi për veprimtari bujqësore - 10 €; tarifa për çertifikatë për produktet e shitura bujqësore - 10 €; tarifa për kalimin e tokës bujqësore për aktivitet ndërtimor - 0,50 - 1 € për m² (një metër katror).

Rregullorja për mbrojtjen e mjedisit në Komunën e Vitisë: Qëllimi i kësaj rregulloreje është vendosja e themeleve për një mjedis më të favorshëm për popullatën e Vitisë, me qëllim të përmbushjes së standardeve mjedisore të BE-së. Kjo rregullore u miratua si projekt-rregullore në vitin 2015.

Ligji për tokën bujqësore - Ky ligj përcakton përdorimin, mbrojtjen, rregullimin dhe dhënien me qira të tokës bujqësore me qëllim ruajtjen e përhershme dhe mbrojtjen e potencialit bujqësor, bazuar në parimet e zhvillimit të qëndrueshëm.

Ligji për materialin mbjellës - Ky ligj rregullon çështjet që lidhen me prodhimin, tregtinë, importin dhe eksportin e materialit të mbjelljes, kontrollin e tij dhe regjistrimin e prodhuesve dhe tregtarëve të materialit mbjellës.

Ligji për ujitjen e tokave bujqësore - Ky ligj përcakton rregullat dhe procedurat për organizimin dhe administrimin e sistemeve të ujitjes dhe kullimit për tokën bujqësore në Kosovë, kompetencat dhe përcaktimin e përgjegjësive të subjekteve të ujitjes dhe kullimit, krijimin dhe regjistrimin e kompanive dhe federatave të ujitjes, organizimin e tyre, taksat për ujin për ujitje, biznesin e shoqatave dhe çështje të tjera që lidhen me ujitjen dhe kullimin.

Ligji për mbrojtjen e bimëve - Ky ligj përcakton rregullat dhe procedurat për mbrojtjen e bimëve, produkteve bimore dhe objekteve të tjera të mbuluara nga prodhimi i bimëve.

Ligji për shërbime këshilluese për bujqësi dhe zhvillim rural - Ky ligj përcakton rregullat dhe rregulloret për organizimin dhe zbatimin e aktiviteteve bujqësore dhe të shërbimeve këshilluese për zhvillimin rural dhe marrëdhëniet e ndërsjella ndërmjet palëve të interesit për qëllime të zhvillimit rural dhe bujqësor në Republikën e Kosovës.

Ligji për investimet e huaja - Ky ligj përcakton rregullat dhe procedurat për mbrojtjen, promovimin dhe inkurajimin e investimeve të huaja në Kosovë.

Strategjitë

Strategjia Kombëtare për Zhvillim 2016 - 2021 (SKZH), u miratua nga Institucionet qendrore të Kosovës në janar 2017. Qëllimi i dokumentit është t'i adresojë pengesat kryesore për zhvillimin e Kosovës, duke e hartuar një listë prioritetesh nën një strategji ombrellë, e cila do ta mundësojë krijimin e sinergjive ndërmjet iniciativave të ndryshme, do të parandalojë mbivendosjet institucionale, do ta rrisë efikasitetin e performancës, do ta orientojë përkrahjen e partnerëve zhvillimorë dhe do ta krijojë një bazë të fortë drejtuese për institucionet e Kosovës dhe llogaridhënien e tyre publike. Dokumenti mbulon fusha të ndryshme, duke përfshirë ndër të tjera edhe sektorin e bujqësisë.

Plani Zhvillimor Komunal i Vitisë dhe Kllokotit 2010 - 2020: Çdo komune në Kosovë i kërkohet me ligj që të ketë një Plan Zhvillimor Komunal (PZHK). PZHK-ja e Vitisë u përgatit në kontekstin e analizës së planifikimit hapësinor për krejt Kosovën në vitin 2010, duke e klasifikuar komunën në kategorinë e Urave të Kosovës dhe duke u fokusuar në fusha të tilla si ofrimi i shërbimeve,

tregtia, bujqësia, turizmi dhe industria e lehtë. Theks i veçantë vihet në përparësitë e Vitisë, veçanërisht në tokën pjellore dhe pozicionin gjeografik afër kufirit me IRJM-në, si dhe në afërsinë me rrugën kryesore dhe autostradën në ndërtim që lidh Prishtinën me Shkupin. Kjo theksohet si e rëndësishme për t'u lejuar sipërmarrësve lokal të kenë qasje më të lehtë në tregjet e eksportit. Sfidat dhe rreziqet janë vlerësuar në lidhje me masat parandaluese kundër përmbytjeve dhe erozionit, të cilat janë relevante për aktivitetet bujqësore.

Plani për menaxhimin e qëndrueshëm të mbeturinave në Komunën e Vitisë: Ky plan është udhëzues hap pas hapi për komunën për ta përmirësuar menaxhimin e mbeturinave. Komuna e Vitisë është ndër komunat e para që hartuan projekt-planin që do t'i ndihmojë të përmirësojnë grumbullimin dhe menaxhimin e mbeturinave në komunën e tyre. Plani ekzistues është një mjet shumë i mirë që do ta udhëheqë komunën për të planifikuar dhe zbatuar një sistem të avancuar të menaxhimit të mbeturinave. Për më tepër, ky plan udhëzon komunën mbi sasinë e buxhetit që duhet të ndahet për një vit fiskal për ta përmirësuar grumbullimin dhe transportimin e mbeturinave nga amvisëritë/ndërtesat në deponim. Përveç kësaj, plani i ka llogaritur të gjitha shpenzimet për kompaninë e mbeturinave, duke përfshirë tarifën që komuna duhet të mbledhë nga familjet dhe bizneset. Afati kohor i dokumentit e mbulon periudhën 2012 - 2015.

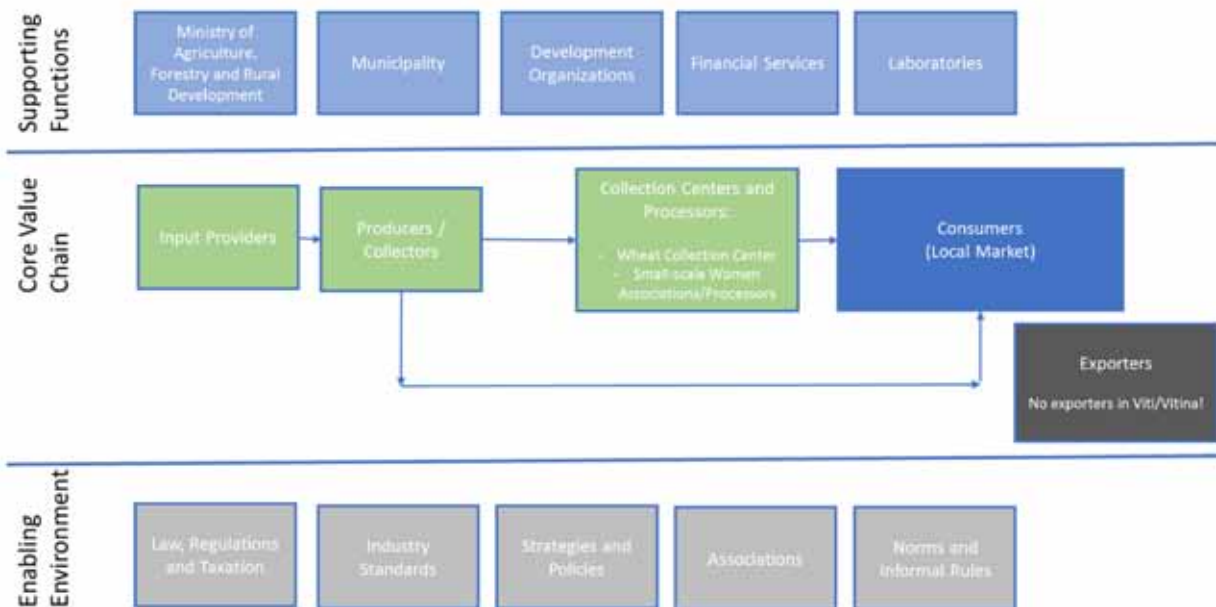
Plani për zhvillimin rural dhe bujqësinë (PZHRB) 2017: PZHRB-ja është zhvilluar nga MBPZHR-ja si një skemë e përkrahjes me grante që fokusohet në mbështetjen e fermerëve dhe agrobizneseve përmes investimeve në prodhimin bujqësor të orientuar nga tregu dhe në ferma ekonomikisht të qëndrueshme që kanë potencial ta furnizojnë tregun lokal, t'i zëvendësojnë importet në shkallë të lartë me eksportet për rajonin dhe Bashkimin Evropian. PZHRB-ja u jep prioritet më të lartë investimeve në modernizimin e mekanikës, pajisjeve teknike, objekteve, depove dhe depove të paketimit, me qëllim të rritjes së efikasitetit dhe pajtueshmërisë me standardet ndërkombëtare.

Regjistrimi i kooperativës bujqësore

Kooperativat bujqësore janë organizata biznesi të krijuara nga persona fizik ose juridik, ku të gjithë duhet të jenë bujq që kontribuojnë në kapitalin e përbashkët me pronën e tyre private. Kapitali ndahet në aksione me vlerë të barabartë jo më të vogël se 10 euro. Për të krijuar dhe regjistruar një kooperativë bujqësore kërkohet një numër prej të paktën 5 fermerësh. Kooperativa nuk mund të krijohet pa kapital të përbashkët dhe drejtori nuk mund të jetë anëtar i kooperativës. Ligji për kooperativat bujqësore - përcakton rregullat dhe rregulloret për aktivitetet e këtyre kooperativave për të mirën e zhvillimit bujqësor dhe rritjen e produktivitetit të fermerëve.

4.1.3 Lidhjet horizontale dhe vertikale në sektorin e pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit

Shih më poshtë prezantimin e zinxhirit të vlerës së nënsektorëve bujqësorë të Vitisë:



Zinxhiri bazë i furnizimit në Komunën e Vitisë përbëhet nga ofruesit e informacioneve hyrëse (inputeve), prodhuesit/grumbulluesit, një qendër grumbullimi dhe përpunuesit/tregtarët. Të gjithë këta akterë marrin mbështetje të vazhdueshme nga institucionet lokale dhe qendrore, përkatësisht MBPZHR-ja, Komuna e Vitisë, si dhe organizata të ndryshme zhvillimore, si Fondacioni Kosovë-Luksemburg, Helvetas Swiss Intercooperation dhe organizata të ngjashme. Duhet të theksohet se fermerët e vegjël shpesh mbeten pa asnjë lloj përkrahjeje, dhe kështu mbeten jashtë zinxhirëve të rregullt të vlerës bujqësore dhe të privuar nga lehtësitë më themelore për të hyrë në treg.

Mungesa e qendrave moderne të grumbullimit për pemët dhe perimet përbën një pengesë të jashtëzakonshme për fermerët që të forcohen dhe t'i rrisin prodhimin e tyre. Nga të gjithë prodhuesit/grumbulluesit, vetëm një pjesë e vogël e tyre mund t'i dërgojnë prodhimet e tyre në qendrat e grumbullimit në komunat fqinje; për shumicën dërrmuese, e vetmja mundësi në dispozicion është t'i shesin prodhimet e tyre në tregun e gjelbër lokal ose në markete. Duke pasur parasysh madhësinë e tregut të Vitisë dhe fuqinë blerëse të popullatës lokale, është e qartë se kultivimi i pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit do të pësojë një goditje serioze pa të paktën një qendër të tillë të grumbullimit.

Duhet të theksohet se disa iniciativa të përpunimit të produkteve bujqësore, si mollët, specat dhe trangujt, janë ende në fazën fillestare dhe i pret një rrugë e gjatë deri sa ta arrijnë qëndrueshmërinë. Për komunën e Vitisë është e domosdoshme të vendosen lidhje me shërbimet e duhura këshilluese për fermerët me burime të kufizuara. Përveç prodhimit primar, përpunuesit e produkteve bujqësore duhet të jenë të kujdesshëm kur zgjedhin kulturat e duhura dhe duhet ta kuptojnë se cilësia e produkteve është thelbësore për t'i krijuar dhe/ose përmirësuar lidhjet e sektorit.

4.1.4 Struktura e kostove dhe investimeve

Strukturat e mëposhtme të kostove janë vetëm vlerësimet e kostove të fermave për prodhimin e kulturave më të zakonshme të Komunës së Vitisë. Rastet e investimeve të prezantuara më poshtë llogariten në baza vjetore për hektar dhe japin një ilustrim të investimeve të kërkuara, kostove operacionale, të ardhurave vjetore dhe fitimit. Këto shifra janë parashikuar në nivel vendi, duke pasur parasysh përmasën e vogël të tregut vendor.

Struktura e kostove në nënsektorin e kulturave të drithit

Struktura e kostove në nënsektorin e kulturave të drithit paraqitet në tabelën e mëposhtme, duke dhënë si shembull kultivimin e grurit. Shpenzimet e paraqitura bazohen në vlerat mesatare për hektar gjatë periudhës njëvjeçare.

Tabela 7: Struktura e kostove në prodhimin e grurit

Kategoria	Kosto për hektar
Përgatitja e tokës	159,00 €
Farë	
Kosto operative	245,00 €
<i>Analiza</i>	
<i>Fertilizues</i>	
<i>Pesticide</i>	
<i>Transport</i>	150,00 €
Kosto korrjeje	
Gjithsej kosto (për ha)	554,00 €

Burimi: Llogaritjet e brendshme janë bazuar në hulumtimin në terren

Struktura e kostove në nënsektorin e perimeve

Struktura e kostove në nënsektorin e perimeve paraqitet në tabelën e mëposhtme, duke dhënë si shembull kultivimin e patates dhe shalqirit. Shpenzimet e paraqitura bazohen në vlerat mesatare për hektar gjatë periudhës njëvjeçare.

Tabela 8: Struktura e kostove në prodhimin e patates

Kategoria	Kosto për hektar
Përgatitja e tokës	2.200,00 €
Farë	
Ujitje	
Gardh	440,00 €
Kosto operative	
<i>Analiza</i>	
<i>Fertilizues</i>	
<i>Pesticide</i>	250,00 €
<i>Transport</i>	
Kosto korrjeje	2.890,00 €
Gjithsej kosto (për ha)	

Burimi: Llogaritjet e brendshme janë bazuar në hulumtimin në terren

Vlerësimet e kostove të investimeve fillestare për kultivimin e patates ndryshojnë në varësi të materialit mbjellës të fermerit. Fermerët që përdorin fidanë kanë investime fillestare më të larta, të cilat mund të shkojnë deri në 2.200 €, ndërsa fermerët që përdorin farë ose metoda të tjera kanë kosto më të ulët investimi. Shpenzimet operationale për kultivimin e patates mbulojnë 15% të totalit të investimeve, ndërsa të ardhurat mesatare vjetore nga prodhimi i patates mund të arrijnë deri në 4.500 €.

Tabela 9: Struktura e kostove në prodhimin e shalqirit

Kategoria	Kosto për hektar
Përgatitja e tokës	1.622,00 €
Farë	
Ujitje	
Najlon	
Kosto operative	392,00 €
<i>Analiza</i>	
<i>Fertilizues</i>	
<i>Pesticide</i>	
<i>Transport</i>	
Kosto korrjeje	225,00 €
Gjithsej kosto (për ha)	2.890,00 €

Burimi: Llogaritjet e brendshme janë bazuar në hulumtimin në terren

Investimet në shalqi, duke përfshirë përgatitjen e tokës, fidanët, sistemin e ujitjes dhe najlonin arrijnë shumën prej 1.622 €, ndërsa kostot operationale, përfshirë analizat e ujit dhe tokës, plehurat kimike, pesticidet dhe transportin arrijnë shumën prej 392 €.

Struktura e kostove në nënsektorin e pemëve

Struktura e kostove në nënsektorin e pemëve paraqitet në tabelën e mëposhtme, duke dhënë si shembull plantacionet e mollës dhe vishnjës. Kostot e paraqitura më poshtë bazohen në vlerat mesatare për hektar gjatë periudhës njëvjeçare.

Tabela 10: Struktura e kostove për plantacion molle

Kategoria	Kosto për hektar
Përgatitja e tokës	12.030,00 €
Farë	
Ujitje	
Gardh	
Kosto operative	
<i>Analiza</i>	1.100,00 €
<i>Fertilizues</i>	
<i>Pesticide</i>	
<i>Transport</i>	
Kosto mbledhjeje (pas 4 vitesh)	1.200,00 €
Gjithsej kosto (për ha)	14.330,00 €

Burimi: Llogaritjet e brendshme janë bazuar në hulumtimin në terren

Plantacionet e pemëve janë investime afatgjata me kthim të pritshëm të investimeve në vitin e katërt. Plantacionet e mollës janë më të përhapurat në Komunën e Vitisë. Kostot e investimit për ngritjen e 1 ha plantacion molle kapin shumën prej 14.300 €, me fitim mesatar neto të pritshëm pas vitit të katërt prej rreth 1.525 €.

Tabela 11: Struktura e kostove për plantacion qershie

Kategoria	Kosto për hektar
Përgatitja e tokës	9.698,00
Farë	
Ujitje	
Gardh	
Kosto operative	
<i>Analiza</i>	2.370,00
<i>Fertilizues</i>	
<i>Tëharrje</i>	
<i>Pesticide</i>	
<i>Transport</i>	
Kosto mbledhjeje (pas 5 vitesh)	1.380,00
Gjithsej kosto (për ha)	13.448,00

Investimet totale në plantacione të vishnjeve vlerësohen të jenë rreth 13.448 €. Kthimi i investimeve pritet vetëm pas vitit të pestë me një fitim mesatar neto prej rreth 4.000 €.

4.2 ÇËSHTJET KYÇE TË IDENTIFIKUARA NË SEKTORIN E BUJQËSISË - ANALIZA SWOT

Analiza SWOT e potencialeve dhe kërcënimeve ndaj nënsektorëve bujqësorë në Komunën e Vitisë paraqitet në tabelën e mëposhtme:

FUQITË	DOBËSITË
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sasi të konsiderueshme të burimeve ujore nëntokësore dhe sipërfaqësore; burime ujërash minerale, disponueshmëri e ujërave termale (Kllokot, Pozharan, Zhiti etj.) ▪ Rrethuar nga pyje me lartësi të mesme, nuk ka trafik rrugor me intensitet të lartë. ▪ Sasi e përshtatshme e reshjeve (p.sh. shi dhe dëborë) për ruajtjen e ekuilibrit ujqor. ▪ Tokë cilësore dhe pjellore, toka të gjera. ▪ Shtrirje e institucioneve të ndryshme në nivelin qendror dhe komunal, si dhe prezenca e OJQ-ve dhe donatorëve ndërkombëtarë dhe lokal. ▪ Mbizotërim i kushteve të mira për zhvillimin dhe kultivimin e kulturave, prodhimin e drithërave, rritjen e pemëve dhe mbjelljen e perimeve. ▪ Tradita e fermerëve të Vitisë në aktivitetet bujqësore 	<p>Çështjet kryesore në prodhimin primar, të identifikuar gjatë këtij hulumtimi, janë si në vijim:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mungon një qendër moderne dhe gjithëpërfshirëse grumbullimi. ▪ Mungon laboratorit për testimin dhe ekzaminimin e tokës dhe ujit. ▪ Përdorim i gjerë i varieteteve që nuk kërkohen nga tregu prej më shumë se 20 vitesh. ▪ Cilësi e ulët e fidaneve. ▪ Zbatim i ulët i teknologjisë moderne të prodhimit. ▪ Përdorim bazik i shërbimit të konsulencës. ▪ Mungon pothuajse plotësisht bujqësia e gjurmueshme (praktika e mirë bujqësore). ▪ Mungojnë njohuritë për pesticidet dhe plehrat minerale. ▪ Copëza të fragmentuara të tokës dhe prodhim i paplanifikuar. ▪ Mungon informacioni i tregut mbi nevojat e klientëve. ▪ Mungon mekanizimi modern dhe ka mungesa të punonjësve sezonal. ▪ Mungojnë sistemet e ujitjes me pika. ▪ Nivel i ulët i arsimit mes prodhuesve primar. ▪ Pamundësi për t'i zëvendësuar importet dhe për t'i nisur eksportet. ▪ Prodhim dhe shitje sezonale. ▪ Mungon organizimi mes fermerëve në shoqata/kooperativa. ▪ Pak prodhues komercial, d.m.th. profesionistë të arsimuar mirë, me qasje në toka të gjera që e shohin bujqësinë si biznes të mirëfilltë dhe jo një shtojcë të të ardhurave ose si çështje zakoni. ▪ Historik mosbesimi mes prodhuesve dhe tregtarëve, gjë që çon në mungesë interesi për të lidhur kontrata për produkte të veçanta që mungojnë në tregun e freskët lokal. <p>Çështjet kryesore në periudhën pas korrjes, të identifikuar gjatë këtij hulumtimi, janë si në vijim:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Korrja e vonshme e produkteve, kur ato tashmë janë shumë të pjekura dhe kur është vështirë të transportohen për shkak të afatit të shkurtër të ruajtjes. ▪ Mungojnë depot frigorifer për ruajtje dhe objektet e ftohjes. ▪ Kalibrim i papërshtatshëm. ▪ Aktivitete mjaft të dobëta marketingu. ▪ Çmime të ulëta për shkak të kohës së përshtatshme, paketimit të papërshtatshëm, organizimit etj.

MUNDËSITË	KËRCËNIMET
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potencial për zhvillim të mëtejshëm të fermerëve që t'i realizojnë ndryshimet e nevojshme dhe t'i plotësojnë mungesat e krahut të punës për prodhimin bujqësor. ▪ Kapja e klientëve të rinj kërkon që fermerët ta rrisin prodhimin, rendimentet dhe shitjet e varieteteve më të mira dhe të certifikuara të fidaneve, në vend të varieteteve aktuale "të rritura vetë". ▪ Futja e sistemeve të ujitjes me pika, mekanizimi, varietetet e reja dhe shërbimet e përshtatshme të zgjerimit mund ta rrisin ndjeshëm cilësinë e prodhimit. ▪ Prodhim i drejtpërdrejtë në serra për ta zgjeruar prodhimin dhe për t'i rritur shitjet. ▪ Futja e standardeve si GLOBALGAP dhe Organike. ▪ Organizimi i prodhuesve primar në kooperativa dhe organizimi i fermerëve për veprim më të unifikuar (depozitimi, negociatat e shitjes, paketimi etj.) ▪ Ndryshimi i sistemit nxitës së qeverisë nga ofrimi aktual i "mbështetjes sociale" për "të gjithë" fermerët tek stimulimi i prodhimit të orientuar nga eksporti. ▪ Rritja e prodhimit dhe shitjeve në tregun kryesor të eksportit nëpërmjet produkteve të përmirësuara, kujdesit pas korryes, paketimit etj. (të gjitha mundësitë e identifikuara më lart). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fragmentim i mëtejshëm i tokës. ▪ Humbje e tregjeve për shkak të moszgjerimit të periudhës së prodhimit/shitjes. ▪ Humbje e tregjeve për shkak të mospajtueshmërisë me standardet. ▪ Humbje e tregjeve për shkak të prodhimit jashtë kohe dhe të paplanifikuar. ▪ Vështirësi të shtuara për të hyrë në tregje të reja rajonale. ▪ Çmim i ulët për shkak të kalibrimit, klasifikimit, paketimit të papërshtatshëm etj. ▪ Rënie e rendimentit për shkak të pajisjeve dhe mekanikës së vjetër. ▪ Humbje e pjesës së tregut të brendshëm për shkak të konkurrencës nga prodhuesit e mëdhenj si Turqia etj.

4.3 TENDENCAT E TREGUT NË INDUSTRIJË BUJQËSORE

Bujqësia është një nga sektorët më të rëndësishëm të ekonomisë kosovare dhe burimi kryesor i të ardhurave në zonat rurale. Në ish-Jugosllavi, bujqësia në Kosovë u rrit me shpejtësi pas Luftës së Dytë Botërore, dhe bujqësia komerciale luante rol të rëndësishëm në ekonominë e vendit me aktivitetet e saja prodhuese dhe përpunuese. Gjatë konflikteve të armatosura të viteve 1990, i gjithë ky zhvillim u ndal dhe gati të gjitha kapacitetet prodhuese dhe përpunuese u shkatërruan. Vetëm viteve të fundit kemi parë kalimin gradual nga ferma familjare në agrobiznese më komerciale dhe të orientuara nga tregu. Ky është një trend në rritje në mbarë Kosovën, dhe po shtohen personat që vendosin t'i futen bujqësisë komerciale, e cila tërheq jo vetëm fermerët ekzistues por edhe akterët e tjerë të tregut që janë aktiv në sektorë të tjerë të ekonomisë lokale.

Gjithnjë e më shumë fermerë të vegjël janë duke i shtuar përpjekjet e tyre për t'u bashkuar me kooperativat e fermerëve, në mënyrë që të jenë më efikas dhe më konkurrues në tregjet e brendshme dhe të jashtme. Një arsye tjetër për këtë trend janë ndryshimet strukturore të iniciuara nga MBPZHR-ja përmes Programit të saj të Zhvillimit Rural dhe Bujqësisë dhe skemave të granteve/subvencioneve përkatëse. Tradicionalisht, bujqit në Kosovë dhe Viti i kanë shitur prodhimet e tyre shtëpiake në tregjet e gjelbra në afërsi të tyre. Megjithatë, ka një tendencë

në rritje mes fermerëve që t'i përmbushin standardet e nevojshme për t'i kapur zinxhirët e marketeve të mëdha, të cilat kanë një depërtim më të madh të tregut dhe pjesë më të madhe tregu krahasuar me tregjet e gjelbra lokale dhe shitësit e vegjël me pakicë.

Produktet e importuara bujqësore shpesh kanë përparësi ndaj produkteve vendase për shkak të subvencioneve të ofruara nga qeveritë përkatëse kombëtare të vendit të tyre të origjinës. Kjo e ngrit shqetësimin se produktet e huaja janë duke u shitur nën çmimin e tyre të prodhimit. Në Kosovë nuk zbatohen ligjet anti-dumping, ndërkohë që institucionet publike nuk bëjnë përpjekje për t'i mbrojtur prodhuesit e tyre lokal. Për shkak të të gjitha këtyre pengesave, prodhuesit bujqësorë kosovarë e kanë të vështirë të konkurrojnë me importin dhe t'i tejkalojnë pengesat e ndryshme të transportit dhe financave që kërkon eksporti.

Investimet nga fermerët janë gjithnjë e më shumë të orientuara drejt aktiviteteve të nevojshme pas korrjes, si klasifikimi i prodhimeve të tyre në klasa, paketimi, ruajtja, etiketimi dhe punë të ngjashme. Kjo konsiderohet e domosdoshme për t'i synuar tregjet e huaja, meqë ka kërkesë në rritje nga tregu i eksportit për produkte të caktuara që prodhohen në Kosovë, siç është mjedra, e cila mbulon mbi 800 ha në mbarë Kosovën, dhe siguroi rreth 4.000 ton prodhim në vitin 2016. Kultivimi i pemëve të buta (pemë mali) ka shënuar rritjen më të madhe në krahasim me të gjitha pemët e tjera. Kjo reflektohet edhe në skemat mbështetëse të institucioneve që synojnë të promovojnë produkte që sjellin vlerë të shtuar në vend.²⁴ Një nga standardet më të rëndësishme përfshin çertifikimin Global GAP, i cili po përqafohet nga një numër në rritje i fermerëve në prodhimin primar. Çertifikimi me standardet Global GAP dhe Organike mbështetet edhe nga Ministria e Bujqësisë, nga komunat dhe donatorët e ndryshëm, siç është projekti i USAID-it për Rritjen e Bujqësisë dhe Mundësitë Rurale gjatë vitit 2017, që mbështet 488 fermerë në marrjen e çertifikimit të një sipërfaqeje prej 291 ha dhe 549 objektsh prodhimi.

Fermerët mund të mos jenë në gjendje t'i eksportojnë produktet e tyre pa u çertifikuar për standarde të përbashkëta, pasi kjo është prirje globale, ndërkohë që çertifikimi i një produkti - nga ana tjetër - nuk do të thotë se mund ta shesësh atë produkt për një çmim më të lartë, por është thjesht kërkesë për shitjen e produkteve.

4.4 PËRFUNDIMET DHE REKOMANDIMET

Komuna e Vitisë është e njohur për tokën e saj pjellore bujqësore, e cila zë rreth 43% të sipërfaqes së përgjithshme. Bollëku i ujit, toka pjellore, klima e përshtatshme dhe kushtet e përgjithshme gjeologjike të kësaj zone e bëjnë bujqësinë një nga sektorët më premtues për krijimin e vendeve të punës, zbutjen e varfërisë dhe zhvillimin e përgjithshëm ekonomik lokal.

Pavarësisht nga ky potencial i madh, furnizimi lokal me pemë, perime dhe kultura të drithit është kryesisht i paqëndrueshëm, i shpërbërë, jo konkurrues dhe si i tillë nuk është në gjendje t'i përmbushë nevojat e klientëve lokal. Kjo, si pasojë, çon në importe të mëdha të produkteve bujqësore nga vendet fqinje dhe më gjerë.

Në përgjithësi, kultivimi i pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit në Komunën e Vitisë mbizotërohet nga bujqësia familjare në shkallë të vogël. Fermerët lokal janë të shpërndarë

²⁴ USAID 2016. Mjedra - vlerësimi i infrastrukturës dhe kapaciteteve të ngrirjes në Kosovë.

nëpër këtë zonë, duke vepruar kryesisht nëpër pjesë të fragmentuara të tokës. Mungesa e politikave gjithëpërfshirëse bujqësore, mungesa e një qendre moderne grumbullimi dhe e kapaciteteve njerëzore, varietetet jo të përshtatshme, mungesa e përpunuesve të mëdhenj - për të përmendur vetëm disa arsye - kanë kontribuar në krijimin e një mjedisi në të cilin bujqësia përgjithësisht perceptohet si një biznes i rrezikshëm dhe aktivitet jo konkurrues. Për t'i trajtuar çështjet e ngutshme të identifikuara më lart, ekipi i jep rekomandimet e mëposhtme:

- **Ngritja e një qendre grumbullimi** - Me qëllim që të zvogëlohen kostot e prodhimit, të minimizohet asimetria e informacionit dhe të shtohet koha e shitjes së pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit, duhet të krijohet një qendër gjithëpërfshirëse grumbullimi me një objekt ftohës modern.
- **Themelimi i një organizate të fermerëve lokal** - Me qëllim të rritjes së fuqisë negociuese të fermerëve, adresimit të mangësive në aftësive e tyre dhe inkurajimit të bashkëpunimit më të fortë për transferimin e njohurive, duhet të krijohet një organizatë e fermave lokale.
- **Promovimi i varieteteve të përshtatshme** - Prodhuesit lokal kanë vazhduar t'i kultivojnë varietetet tradicionale që nuk kanë rendiment të lartë. Prandaj, ekipi rekomandon që fermerët lokal të ndihmohen në bërjen e zgjedhjeve të duhura të varieteteve dhe menaxhimin e kujdesshëm të këtyre varieteteve.
- **Investimi në sistemin modern të ujitjes** - Ekipi sugjeron që fermerët duhet të investojnë në zhvillimin e sistemeve moderne të ujitjes. Kjo do të çonte në ujitje optimale dhe në rendiment të lartë.
- **Luftimi i ofruesve informal të informacioneve hyrëse (inputeve)** - Autoritetet kompetente duhet t'i intensifikojnë përpjekjet e tyre në luftën kundër informacioneve hyrëse (inputeve) bujqësore që shiten ilegalisht në tregun lokal. Kjo do të luante rol në parandalimin e përhapjes së sëmundjeve që zakonisht vijnë si pasojë e kanaleve joformale.
- **Krijimi i laboratoreve** - Është me rëndësi të madhe të krijohen laboratore që do t'i bëjnë analizat dhe ekzaminimet e duhura të produkteve bujqësore të ndryshme.
- **Promovimi i certifikimit të produkteve** - Një nga parakushtet që fermerët lokal të rriten më tej dhe të shkojnë përtej tregut lokal, është që të marrin lloje të ndryshme të certifikatave, d.m.th. ISO 9000, HACCP. Kjo praktikë duhet të promovohet shumë në mesin e fermerëve lokal.
- **Inkurajimi i aktiviteteve të përpunimit** - Shumica e fermerëve lokal nuk janë të përfshirë në aktivitete që do të shtonin vlerë për produktet e kultivuara bujqësore. Pra, fermerët lokal duhet të investojnë më shumë në objektet e përpunimit të ushqimit.
- **Promovimi i bashkëpunimit ndërmjet fermerëve dhe organizmave të mbështetjes financiare** - Është shumë e rekomanduar që fermerët të lidhen me organizmat e mbështetjes financiare me qasje të qëndrueshme dhe afatgjata, duke e kombinuar asistencën jofinanciare me atë financiare, çka do të ofronte mundësi dhe perspektiva më të mira me qëllim të krijimit të një bujqësie produktive, fitimprurëse dhe të qëndrueshme.
 - **Brendimi i patates së Debelldehit** - Për shkak të indikacioneve se kjo patate lokale ka potencial të lartë rritjeje, është konsideruar e nevojshme të krijohet brendi i këtij produkti bujqësor.



5. NDËRHYPJE

TITULLI I NDËRHYRJES	ZHVILLIMI DHE ZBATIMI I NJË STRATEGJIE TË BRENDIMIT TË DIFERENCUAR DHE KOMUNIKIMIT
<p>Arsyetimi i ndërhyrjes</p>	<p>Industria e turizmit në Komunën e Vitisë ka një pamje shumë premtuese. Rajoni është i bekuar me një sërë karakteristikash lokale që janë të përshtatshme për tërheqjen e turistëve vendor dhe ndërkombëtarë. Natyra madhështore dhe peisazhi i bukur nga njëra anë, së bashku me objektet e trashëgimisë kulturore, fetare dhe historike nga ana tjetër, përbëjnë disa veçori të dallueshme të kësaj zone që mund të jenë me interes të madh.</p> <p>Pavarësisht nga potencialet e saj të mëdha, kjo industri ka mbetur mjaft e pazhvilluar, me numër mjaft të ulët të turistëve që e vizitojnë këtë zonë në mënyrë sporadike. Shumica e turistëve tradicionalisht vijnë për qëllime fetare, kryesisht për t'i vizituar kishat katolike të vendosura në Stubëll dhe Letnicë.</p> <p>Megjithëse mbetet shumë për t'u bërë në lidhje me krijimin e produkteve të reja turistike, Komuna e Vitisë ka disa atraksione të mëdha që me pak përpjekje mund të konkurrojnë me favoritet tradicional në Kosovë; dhe gjithashtu kanë potencial për t'u kthyer në arsye për të vizituar vendin.</p> <p>Një çështje kyçe që e karakterizon turizmin në Komunën e Vitisë është fakti se shumë pak njerëz, përveç banorëve lokal, janë të vetëdijshëm për objektet e trashëgimisë natyrore, kulturore dhe historike që gjenden në këtë zonë. Përveç kësaj, nuk ka shenja që mund t'i udhëzojnë turistët drejt një atraksioni të veçantë turistik, as informacione rreth vetë atraksionit.</p> <p>Pra, për ta shfrytëzuar potencialin për turizëm duhet të zhvillohet një strategji efektive për brendimin dhe komunikimin, e ndjekur nga një plan veprimi i mirë-strukturuar dhe gjithëpërfshirës. Kjo do ta luante një rol në shpërndarjen e mesazhit mes turistëve të mundshëm vendor dhe të huaj në lidhje me atraksionet natyrore dhe objektet kulturore dhe historike me interes në zonë; vendosja e shenjave dhe simboleve drejtuese që do t'i këshillonte turistët se si të arrijnë tek një atraksion i caktuar turistik; dizajnimi dhe vendosja e pllakave para atraksioneve turistike, duke shfaqur vlerën natyrore/kulturore dhe rëndësinë historike; vendosja e marrëdhënieve me operatorët turistikë me qëllim të krijimit të paketave të pushimeve që i përfshijnë destinacionet më tërheqëse të kësaj zone.</p>
<p>Caku i përgjithshëm</p>	<p>Të zhvillohet dhe të zbatohet një strategji e brendimit të diferencuar dhe komunikimit që do të nxisë rritjen e turizmit vendas dhe ndërkombëtar në Komunën e Vitisë, duke ndihmuar në çlirimin e potencialit të plotë të turizmit në këtë zonë.</p>

<p>Caku i posaçëm</p>	<p>Më poshtë jepen disa nga caqet specifike të kësaj ndërhyrjeje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Të realizohet një hartë e detajuar e destinacioneve turistike më të dallueshme në Komunën e Vitisë pas vlerësimit të qartë të karakteristikave dhe potencialeve të tyre; ▪ Të binden turistët potencial për cilësinë e një atraksioni të veçantë në Komunën e Vitisë dhe të ulen kostot e tyre të kërkimit, duke u ofruar shumë informata për vendin; ▪ Të caktohet brendi me emër, term, shenjë, simbol të veçantë ose kombinimi i të gjithave, çka do ta dallonte Komunën e Vitisë nga destinacionet tjera turistike; ▪ Të zhvillohet një ueb portal me qëllim që të ofrohen informata të plota rreth atraksioneve kulturore, historike dhe natyrore dhe bujtinave në Komunën e Vitisë; ▪ Të vendosen shenja rrugore që do t’ua mundësonin turistëve t’i gjejnë më lehtë vendet e caktuara atraktive (duke përfshirë edhe bujtinat) në kuadër të Komunës së Vitisë; ▪ Të dizajnohen dhe vendosen pllaka informuese para objekteve natyrore, kulturore dhe historike, në mënyrë që turistët të dinë më shumë për tiparet e dallueshme të vendit të vizituar.
<p>Rezultatet e pritura</p>	<p>Ndërhyrja pritet që t’i sjellë rezultatet e mëposhtme:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 30% rritje e turizmit në Komunën e Vitisë gjatë pesë viteve të ardhshme; ▪ Më shumë punë të krijuara nga fluksi më i madh i turistëve në Komunën e Vitisë; ▪ Krijimi i një imazhi unik, duke theksuar tiparet më të shquara të zonës; ▪ Zhvillimi i një ueb portali për të siguruar informacion të plotë rreth objekteve, si dhe informacione të tjera relevante; ▪ Përgatitja e një pakete materialesh promovuese të gatshme për t’ua shpërndarë turistëve; ▪ Përfshirja e Komunës së Vitisë në itinerarin e operatorëve turistikë kryesorë.

<p>Aktivitetet kryesore</p>	<p>Në vijim janë aktivitetet kryesore që duhen ndërmarrë për zbatimin e kësaj ndërhyrjeje:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Zhvillimi i një dokumenti që përcakton zonat më tërheqëse natyrore, kulturore dhe historike në Komunën e Vitisë, duke vlerësuar karakteristikat e tyre dhe potencialin për të sjellë më shumë turistë vendor dhe ndërkombëtarë; 2) Hartimi i një strategjie të brendimit dhe komunikimit që i përcakton caqet kryesore për nxitjen e turizmit në zonë; 3) Hartimi i një plani përcjellës veprimi që i përcakton veprimet konkrete për zhvillimin e një pakete promovuese dhe informative për turistët potencial; 4) Përzgjedhja e një operatori ekonomik që do të ishte përgjegjës për zbatimin e strategjisë dhe planit të veprimit, dhe i cili përveç veprimeve të tjera të listuara në këto dokumente strategjike do të sigurojë gjithashtu: zhvillimin e ueb portalit; hartimin dhe dizajnimin e materialit promovues; dhe zhvillimin dhe vendosjen e shenjave të drejtimit dhe pllakave në vendet përkatëse; 5) Përfshirja e operatorëve turistik në promovimin e objekteve natyrore, kulturore dhe historike dhe futja e tyre në itinerare. 		
<p>Përfituesit</p>	<p>Restorantet; popullsia rurale; operatorët turistik; turistët potencial.</p>		
<p>Akterët relevant</p>	<p><i>Kompania e Marketingut</i> - Të zhvillojë dhe zbatojë strategjinë e brendimit dhe planin e veprimit me përfshirjen e palëve të ndryshme të interesit.</p> <p><i>Komuna e Vitisë</i> - Ta lehtësojë procesin e mbledhjes së të dhënave për atraksionet turistike.</p> <p><i>Donatorët ndërkombëtarë</i> - Të sigurohen fondet për zbatimin e kësaj ndërhyrjeje.</p>		
<p>Kohëzgjatja</p>	<p>1 vit</p>	<p>Kostot e parapara</p>	<p>150.000</p>

TITULLI I NDËRHJRJES	PËRKRAHJA E ZHVILLIMIT TË SHKATHTËSIVE TË DUHURA TË NEVOJSHME PËR FUQINË PUNËTORE TË TURIZMIT QË VEPRON NË KOMUNËN E VITISË
Arsyetimi i ndërhyrjes	<p>Intervistat e kryera dhe diskutimet e grupeve të fokusit kanë treguar se fuqia punëtore e industrisë së turizmit në Komunën e Vitisë është relativisht e pakualifikuar. Ka mungesë të aftësive të marketingut, ofrimit të shërbimeve, mikpritjes, shitjes, gastronomisë, ofrimit të shërbimit udhëzues, njohjes së gjuhëve të huaja, aspekteve mjedisore dhe të ngjashme. Një nga faktorët kyç që ka kontribuar në mungesën e shkathtësive të tilla që janë të domosdoshme për industrinë turistike, mund t'i atribuohet shkollave profesionale të dobëta dhe mungesës së programeve të duhura të trajnimit.</p> <p>Pra, fuqia punëtore e kualifikuar është thelbësore për t'u siguruar turistëve një përvojë më cilësore dhe autentike. Në këtë dritë, ekipi rekomandon zhvillimin e një akademie të trajnimit për turizëm që do të përqendrohet në përfitimin e aftësive përkatëse përmes profesionalizimit të zinxirit të vlerës turistike, kurseve të përshtatura dhe moduleve të trajnimit, duke i adresuar kështu aftësitë e mëposhtme: marketingun, ofrimin e shërbimeve, mikpritjen, shitjen, gastronominë, ofrimin e shërbimit udhëzuesit, njohjen e gjuhëve të huaja, aspektet mjedisore dhe fusha të tjera relevante.</p>
Caku i përgjithshëm	<p>Të adresohet boshllëku ekzistues i aftësive në industrinë e turizmit në Komunën e Vitisë përmes zhvillimit të një akademie për trajnimin për turizëm që do të çonte në oferta turistike të cilësisë së lartë.</p>
Caku i posaçëm	<p>Caqet specifike të kësaj ndërhyrjeje janë:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Të përcaktohet saktësisht se cilat aftësi i mungojnë fuqisë punëtore të turizmit në Komunën e Vitisë dhe cilat aftësi të reja mund të kërkojnë në të ardhmen; ▪ Të krijohen njohuritë dhe të forcohet kapaciteti i komunitetit lokal për shfrytëzimin dhe zbatimin e qasjeve dhe praktikave të reja për përmirësimin e cilësisë së shërbimeve të tyre; ▪ Të përdoren instrumentet e socializimit që zgjerojnë dhe forcojnë bashkëpunimin ndërmjet akterëve të turizmit, duke krijuar kushte për produkte të përbashkëta turistike; ▪ Të inkurajohet pjesëmarrja e grave dhe pakicave në fuqinë punëtore të turizmit duke vendosur kuota të caktuara për pjesëmarrjen e tyre në programet e trajnimit të ofruara nga akademia.

Rezultatet e pritura	<p>Pas përfundimit të kësaj ndërhyrjeje, pritet të arrihen rezultatet e mëposhtme:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forcimi i kapaciteteve zhvillimore të fuqisë punëtore të turizmit lokal, çka u mundëson atyre të përmirësojnë cilësinë e shërbimit të ofruar ndaj turistëve; ▪ Diplomimi i deri në 80 pjesëmarrësve, duke mbuluar nivele të ndryshme të zinxirit të vlerës turistike, dhe duke i pajisur siç duhet me aftësitë e nevojshme për përmirësimin e cilësisë së ofertës turistike; ▪ Krijimi i të paktën një mini-shoqate të akterëve të turizmit, çka rrjedh si rezultat i punëtorive të socializimit të organizuara si pjesë e akademisë së trajnimit; ▪ Të paktën 30% e të diplomuarve duhet të jenë gra dhe 10% e tyre nga pakicat që jetojnë në zonë. 		
Aktivitetet kryesore	<p>Aktivitetet kryesore që duhet të kryhen për këtë ndërhyrje përfshijnë si në vijim:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Përzgjedhja e ekipit menaxhues përgjegjës për menaxhimin dhe koordinimin e akademisë së trajnimit të turizmit; 2) Kryerja e një studimi bazë për vlerësimin e shkathtësive të sakta që i mungojnë fuqisë punëtore aktuale dhe identifikimi i praktikave të mira për akademinë; 3) Kryerja e punëve përgatitore për akademinë e trajnimit të turizmit (zhvillimi i programit mësimor, punësimi i ligjëruesve, përzgjedhja e pjesëmarrësve); 4) Mbajtja e moduleve që përveç aspekteve teorike do të përmbajnë edhe ushtrime praktike për çështje të lidhura me turizmin; 5) Organizimi i punëtorive, konferencave dhe aktiviteteve të tjera të ngjashme për të gjeneruar sinergji që do ta përforcojnë bashkëpunimin mes pjesëmarrësve dhe do të çojnë në krijimin e një shoqate turistike lokale. 		
Përfituesit	Fuqia punëtore aktuale dhe e re e turizmit; bujtinat; restorantet; operatorët turistik etj.		
Akterët relevant	<p><i>Kompania e konsulencës</i> - Ta zhvillojë studimin bazë dhe ta organizojë akademinë e trajnimit të turizmit</p> <p><i>Komuna e Vitisë</i> - Ta mundësojë procesin e rekrutimit të pjesëmarrësve.</p> <p><i>Donatorët ndërkombëtarë</i> - Të sigurojnë fonde për zbatimin e ndërhyrjes.</p>		
Kohëzgjatja	1 vit	Kostot e parapara	60.000

TITULLI I NDËRHRYJES	INTEGRIMI I ZINXHIRIT TË FURNIZIMIT ME PEMË, PERIME DHE KULTURA TË DRITHIT NË KOMUNËN E VITISË
Arsyetimi i ndërhryjes	<p>Me gjithë potencialet e mëdha për zhvillimin e bujqësisë në Komunën e Vitisë, furnizimi lokal me pemë, perime dhe kultura të drithit është mjaft i paqëndrueshëm, i shpërbërë, jo konkurrues dhe jo i një niveli të tillë që të kënaqë në mënyrë të konsiderueshme kërkesën e konsumatorëve, duke çuar përfundimisht në importe të mëdha që përndryshe do të mund të ishin siguruar lokalisht.</p> <p>Fermerët në këtë zonë nuk bashkëpunojnë me njëri tjetrin dhe për këtë arsye ata përballojnë kosto të larta të prodhimit, çka u pengon që t'i arrijnë ekonomitë e shkallës. Ata janë të shpërndarë në zonën bujqësore komunale, duke e bërë të vështirë për blerësit potencial që t'i sigurojnë prodhimet drejtpërdrejtë prej tyre. Përveç kësaj, për shkak të mungesës së objekteve të magazinimit në zonat rurale, fermerët lokal nuk janë në gjendje ta zgjasin afatin dhe ta rrisin cilësinë e prodhimeve të tyre. Nga ana tjetër, kjo u pengon që t'i shesin prodhimet e tyre atëherë kur mund të gjenerojnë të ardhura që justifikojnë koston e përgjithshme. Për më tepër, asimetria e informacionit në lidhje me kultivimin e produkteve bujqësore të kërkuara, përbën një nga sfidat më të mëdha që hasin fermerët lokal, duke u lënë pak hapësirë për t'u rritur dhe për t'u bërë të qëndrueshëm. Për shkak të paaftësisë së tyre për t'i gjetur shënjesit e duhur gjatë gjithë vitit, për shkak të arsyeve të lartpërmendura, të gjitha të korrat e tyre shkuan kot dhe në disa raste ekstreme thjesht i kanë braktisur aktivitetet e tyre bujqësore.</p> <p>Duke pasur parasysh këtë kontekst, ekipi propozon ngritjen e një qendre grumbullimi për perime, pemë dhe kultura të drithit në zonën industriale të sapokrijuar në Komunën e Vitisë, çka do të kontribuonte, ndër të tjera, në: përcjelljen e informacioneve për fermerët dhe për t'u ndihmuar që t'i prodhojnë varietetet dhe cilësitë e duhura me çmim të arsyeshëm; sigurimin e infrastrukturës së nevojshme për zgjatjen e afatit të ruajtjes dhe cilësisë së prodhimit bujqësor; planifikim më të mirë në të gjithë zinxhirin e vlerës; dhe zgjerimin e përgjithshëm të aktivitetit bujqësor në zonë.</p>
Caku i përgjithshëm	<p>Të integrohet zinxhiri i furnizimit me pemë, perime dhe kultura të drithit në Komunën e Vitisë përmes krijimit të një qendre grumbullimi në zonën industriale të krijuar rishtas, duke siguruar një ruajtje, ndarje dhe gradim më të mirë të varieteteve, qasje më të madhe për prodhuesit dhe blerësit, çmime më konkurruese dhe qasje më të mirë në informacionin e tregut.</p>

<p>Caku i posaçëm</p>	<p>Kjo ndërhyrje ka këto caqe specifike:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Të kontribuohet në njohjen e përmirësuar të nevojave të tregut - duke krijuar kushte për një planifikim më të mirë në të gjithë zinxhirin e vlerës; ▪ Të ofrohet asistencë teknike dhe trajnim (mentorim dhe trajnim) në një numër fushash, duke përfshirë teknikat e menaxhimit të fermave, trajtimin gjatë korrjes dhe pas korrjes, logjistikën, mbrojtjen e mjedisit dhe teknikat e tjera; ▪ Të ofrohet qasje më e madhe në një sërë tregjesh që kanë nevojë për prodhime bujqësore me cilësi të mirë, duke synuar tregjet e brendshme dhe të eksportit; ▪ Të zvogëlohen kostot e transportit pa pasur nevojë të udhëtohet distanca të gjata në kërkim të tregjeve konkurruese; ▪ Të rritet qëndrueshmëria si në furnizimin ashtu edhe në cilësi, përmes ofrimit të objekteve të magazinimit me temperaturë të kontrolluar; dhe ▪ Të sigurohet një klasifikim dhe gradim i duhur i varieteteve në përputhje me kërkesat e blerësve.
<p>Rezultatet e pritura</p>	<p>Kjo ndërhyrje synon të arrijë rezultatet e mëposhtme:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Përmirësimi i qasjes në një gamë të gjerë të tregjeve dhe lidhja më e mirë mes bujqësisë dhe industrisë së turizmit; ▪ Përmirësimi i qëndrueshmërisë dhe cilësisë së pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit të kultivuara në Komunën e Vitisë; ▪ Rritja e numrit të fermerëve që janë të angazhuar në aktivitete bujqësore për qëllime komerciale; ▪ Shpenzime të reduktuara për të gjithë akterët e drejtpërdrejtë në zinxhirin e vlerës; ▪ 200 vende të reja pune të krijuara në të gjithë zinxhirin e vlerës; ▪ Njohuri të zgjeruara për trajtimin, transportimin, ruajtjen, klasifikimin, gradimin, aspektet mjedisore dhe teknikat e tjera moderne të korrjes dhe pas korrjes.

<p>Aktivitetet kryesore</p>	<p>Aktivitetet kryesore të parapara:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Zhvillimi i një studimi të detajuar të fizibilitetit për ngritjen e qendrës së grumbullimit të pemëve, perimeve dhe kulturave të drithit, duke mbuluar aspektet teknike, financiare dhe ligjore, si dhe modalitetet e sakta të strukturës së pronësisë; 2) Ndërtimi i qendrës së grumbullimit në përputhje me potencialet bujqësore të zonës dhe standardet arkitektonike; 3) Ngritja e një sistemi që përfshin larjen, klasifikimin dhe ruajtjen me ftohje në përputhje me standardet më të larta higjienike; 4) Rekrutimi i personelit që do të drejtojë Qendrën dhe do të kryejë aktivitetet e përditshme; dhe 5) Kryerja e seancave trajnuese për personelin e rekrutuar në trajtimin, transportimin, ruajtjen, klasifikimin, gradimin, aspektet mjedisore dhe teknikat e tjera relevante moderne për veprimet pas korrjes. 		
<p>Përfituesit</p>	<p>Ofruesit e informacioneve hyrëse (inputeve); prodhuesit lokal; përpunuesit; shitësit me pakicë; gastronomia.</p>		
<p>Akterët relevant</p>	<p><i>Kompania e konsulencës</i> - Të zhvillojë studimin e fizibilitetit dhe të ofrojë ekspertë për trajnim.</p> <p><i>Ndërmarrja e ndërtimitarisë/shërbimit</i> - Ta ndërtojë objektin dhe t'i instalojë sistemet e nevojshme.</p> <p><i>Komuna e Vitisë</i> - Ta ofrojë tokën në zonën industriale dhe ta mundësojë procesin.</p> <p><i>Agjent i sektorit privat</i> -Të bëjë investimin kryesor dhe të jetë përgjegjës për funksionimin e qendrës së grumbullimit.</p> <p><i>Donatorët ndërkombëtarë</i> - Të sigurojnë bashkëfinancim për krijimin e qendrës së grumbullimit</p>		
<p>Kohëzgjatja</p>	<p>2 vjet</p>	<p>Kostot e parapara</p>	<p>400.000 EUR</p>

TITULLI I NDËRHYRJES	KRIJIMI I NJË ORGANIZATE TË FERMERËVE LOKAL QË MBLEDH PËRFAQËSUES TË KATEGORIVE TË NDRYSHME TË BUJQVE NË KOMUNËN E VITISË
Arsyetimi i ndërhyrjes	<p>Sektori i bujqësisë në Komunën e Vitisë karakterizohet nga bujqësia familjare në shkallë të vogël. Fermerët në përgjithësi veprojnë pa ndonjë përkrahje të konsiderueshme, as nga institucionet qendrore, as nga ato lokale. Mungesa e politikave bujqësore përfshirëse, bashkëpunimi i dobët mes fermerëve, mungesa e kapaciteteve njerëzore, mungesa e përfaqësimit të grave në organet institucionale dhe qasja e kufizuar në tregje, për të përmendur vetëm disa, kanë kontribuar në krijimin e një klime në të cilën bujqësia është parë shpesh si aktivitet i rrezikshëm dhe i padobishëm.</p> <p>Gjatë viteve të fundit, përveç disa përpunueseve gra, edhe disa fermerë lokal u përpoqën të organizoheshin në grupe të ndryshme të vogla vetë-ndihmuese; megjithatë, përpjekjet e tyre dështuan në mungesë të një kornize të vendosur dhe të përkrahjes. Kështu pra, struktura bujqësore në këtë zonë është mjaft fragmentare, duke i lënë fermerët pa ndonjë fuqi të konsiderueshme negociuese.</p> <p>Pra, ekipi propozon të inicioj krijimin e një organizate të fermerëve lokal, e cila do të mund: t'u japë fuqi më të madhe fermerëve dhe kështu t'u ndihmojë që t'i artikulojnë më mirë nevojat e tyre në formulimin e politikave bujqësore lokale; të rrisë kapacitetet e anëtarëve nëpërmjet ofrimit të trajnimeve të ndryshme; të inkurajojë lidhje më të forta, si dhe transferimet e njohurive dhe teknologjisë; dhe t'i fuqizojë fermerët lokal.</p>
Caku i përgjithshëm	<p>Të krijohet një organizatë e fermave lokale e përbërë nga fermerë që veprojnë në komunën e Vitisë, me rolin kryesor në artikullimin e nevojave të sektorit në formulimin dhe zbatimin e politikave bujqësore të zhvilluara në nivel lokal.</p>

<p>Caku i posaçëm</p>	<p>Caqet specifike të kësaj ndërhyrjeje janë si më poshtë:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Të sigurohet që secila kategori e fermerëve në nënsektorët e synuar, pavarësisht nga madhësia, do të merret parasysh kur bëhet fjalë për analizimin e çështjeve që u përkasin dhe propozimeve për politikat bujqësore; ▪ Të organizojë programe trajnimi të kontekstualizuara sipas nevojave të tregut, duke u fokusuar kryesisht në rritjen e kapaciteteve menaxheriale, teknike, tregtare dhe organizative të anëtarëve, në mënyrë që ata të mund të jenë më efikas dhe më konkurrues; ▪ T'u ndihmojë anëtarëve që t'i blejnë informacionet hyrëse (inputet) dhe pajisjet me çmime konkurruese, duke u ndihmuar njëkohësisht që t'i përmbushin standardet e cilësisë. ▪ Ta nxisë krijimin e sinergjive përmes lidhjeve brenda sektorit dhe me sektorë të tjerë si turizmi, si dhe ta inicojë transferimin e njohurive dhe teknologjive, të cilat nga ana tjetër çojnë në një produktivitet dhe efikasitet më të madh; ▪ Të ofrojë mbështetje për fermeret femra, roli i të cilave mbetet shumë i pavlerësuar në politika dhe ndarjen e burimeve, përmes përcaktimit të kuotave për pjesëmarrje në të gjitha strukturat dhe aktivitetet e organizatës së fermave lokale.
<p>Rezultatet e pritura</p>	<p>Ndërhyrja synon të arrijë rezultatet e mëposhtme:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Politika më të mira bujqësore që adresojnë nevojat e fermerëve të artikuluar gjatë aktiviteteve të avokimit të realizuara nga organizata e fermerëve. ▪ Forcimi i kapaciteteve të anëtarëve të organizatës në mënyrë që të jenë më produktiv dhe efikas në aktivitetet e tyre bujqësore; ▪ Bashkëpunim i përmirësuar mes fermerëve, çka rezulton në informacione hyrëse (inpute) dhe pajisje më të lira; transferime të njohurive dhe teknologjisë; dhe pajtueshmëri me standardet e reja; ▪ Fuqizim i grupeve tradicionalisht të marginalizuara të sektorit, siç janë gratë, në mënyrë që të mund t'i kanalizojnë me lehtësi çështjet dhe propozimet e tyre bujqësore.

<p>Aktivitetet kryesore</p>	<p>Aktivitetet e parashikuara për zbatimin e kësaj ndërhyrjeje përfshijnë:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kuptimi i strukturave të pushtetit mes fermerëve që veprojnë në zonë, çështjet e tyre sfiduese, si dhe mundësitë për zhvillimin e ardhshëm; 2) Regjistrimi formal i organizatës si OJQ në përputhje me legjislacionin në fuqi në Kosovë; 3) Identifikimi i drejtuesve potencial të organizatës, duke u dhënë prioritet atyre që kanë reputacion shoqëror, gëzojnë respekt dhe janë në gjendje të artikulojnë çështjet e vazhdueshme me të cilat ballafaqohen fermerët; 4) Zhvillimi i një strukture organizative për organizimin e fermerëve me qëllim të përcaktimit të funksioneve dhe rregullave që drejtojnë operacionet që korrespondojnë me secilën kategori të fermerëve; 5) Hartimi i një plani veprimi që përcakton të gjitha aktivitetet e trajnimit dhe avokimit të parashikuara për t'u zhvilluar gjatë dy viteve të ardhshme, së bashku me një kornizë kohore të qartë dhe përgjegjësi të përcaktuara mirë. 6) Zbatimi i aktiviteteve të parapara në planin e veprimit dhe kërkimi i mjeteve të mbështetjes financiare në mënyrë që të bëhet i vetë-qëndrueshëm. 		
<p>Përfituesit</p>	<p>Fermerët lokal; familjet rurale.</p>		
<p>Akterët relevant</p>	<p><i>Kompania e konsulencës</i> - Ta lehtësojë krijimin e organizatës së fermave</p> <p><i>Komuna e Vitisë</i> - Ta promovojë idenë dhe përfitimet e organizatës mes fermerëve lokal</p> <p><i>Donatorët ndërkombëtarë</i> - Të sigurojnë fonde institucionale që do ta ndihmonin organizatën që t'i mbulojë të gjitha shpenzimet e veta operacionale derisa të bëhet e vetë-qëndrueshme.</p>		
<p>Kohëzgjatja</p>	<p>2 vite</p>	<p>Kostot e parapara</p>	<p>50.000</p>

6. BIBLIOGRAFIA

1. Revista ALBINFO 2015. Nr. 15 6/2015. *Komuna e Vitisë, me Qendër Informative të Turizmit*.
2. CHwB Kosovë 2016. Dokument excel me listën e monumenteve që i përkasin trashëgimisë kulturore të komunës së Vitisë [Pranuar më 24.07.2017]
3. Instituti GAP 2017 *Studimi "Komunitete të Organizuara"* I disponueshëm në: http://www.institutigap.org/documents/7607_organizedcommunities.pdf [qasur më 21.8.2017].
4. Intervistë me Drejtorin për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillim Rural në Komunën e Vitisë
5. ASK 2011. *Regjistrimi i popullsisë 2011 [dosja e të dhënave]*.
6. ASK 2017. *Turizmi [dosja e të dhënave]*.
7. ASK 2014. *Regjistrimi i Bujqësisë i Republikës së Kosovës, 2014..* I disponueshëm në: http://ask.rks-gov.net/media/1393/english_quality_report_ac_version-final.pdf [qasur më 18.8.2017].
8. ASK 2016. *Të dhënat e turizmit*.
9. ASK 2017. *Anketa Strukturore e Ndërmarrjeve, 2016 [dosja e të dhënave]*.
10. MBPZHR 2014. *Regjistrimi i Bujqësisë*. I disponueshëm në: <http://ask.rks-gov.net/media/1375/final-results.pdf> [qasur më 21.8.2017].
11. MBPZHR 2015. *Programi për Zhvillim Rural dhe Bujqësi 2015*. I disponueshëm në: http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Programi_PBPZHR_Final_MK_ENG_11PDF.pdf [qasur më 17.8.2017].
12. MBPZHR 2016. *Raporti i Gjellbër 2016*. I disponueshëm në: http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_Kosovo_2016_Final_050417.pdf [qasur më 18.8.2017].
13. MBPZHR 2016. *Raporti i Gjellbër 2016*. I disponueshëm në: http://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_Kosovo_2016_Final_050417.pdf [qasur më 29.8.2017].
14. Komuna e Vitisë 2016 *Investoni në Viti*. I disponueshëm në: https://issuu.com/foundation.kosovo.luxembourg/docs/2015_11_22_fkl_guide_eng_-_viti_fi/14 [qasur më 25.8.2017].
15. Komuna e Vitisë. *Plani Zhvillimor Komunal 2010-2020*
16. Komuna e Vitisë 2011 *Plani për Menaxhimin e Qëndrueshëm të Mbetjeve në Komunën e Vitisë*. I disponueshëm në: http://helvetas-ks.org/wp/wp-content/uploads/2013/09/PLAN_FOR_SUSTAINABLE_WASTE_MANAGEMENT_IN_THE_MUNICIPALITY_OF_VITI_Eng_FINAL.pdf [qasur më 12.09.2017].
17. Zyra e Kryeministrit 2016 *Plani për zhvillim të qëndrueshëm. Strategjia Kombëtare për Zhvillim 2016 - 2021 (SKZH)*. E disponueshme në: http://www.kryeministri-ks.net/repository/docs/National_Development_Strategy_2016-2021_ENG.pdf [qasur më 22.8.2017].
18. OSBE 2015. Profili i Komunës I disponueshëm në: <http://www.osce.org/kosovo/13133?download=true> [qasur më 21.8.2017].
19. UNWTO Barometri Botëror i Turizmit 2016. I disponueshëm në: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_03_may_excerpt.pdf [qasur më 22.8.2017].
20. USAID 2016. Mjedra - vlerësimi i infrastrukturës dhe kapaciteteve të ngrirjes në Kosovë.

SHTOJCA

SHTOJCA 1: LISTA E PALËVE TË INTERVISTUARA TË INTERESIT

Nr.	Emri	Kategoria	Pozita	Vendndodhja	Shënime	Data e intervistës
1	Fadile Demelezi	Tjetër	Udhëheqëse e GLV-së	Viti	Grupi Lokal i Veprimit	12 qershor 2017
2	Bislim Bislimaj	Prodhues	Fermer	Drobesh	Arra	27 qershor 2017
3	Gëzim Sadiku	Prodhues	Fermer	Gjylekar	Grurë, misër, pjepër, patate	27 qershor 2017
4	Nexhat Mustafa	Prodhues	Fermer	Gjylekar	Pjepër, lakër, patate	27 qershor 2017
5	Kushtrim Samakova	Prodhues	Fermer	Viti	Grurë	27 qershor 2017
6	Zymrie Salihu	Prodhues	Grumbullues	Viti	Produkte pyjore jodrusore	27 qershor 2017
7	"AgroSodovina"	Agro Inpute	Pronar	Viti	Personi i kontaktit: Sefedin Fetahu	27 qershor 2017
8	"Agrofarma"	Agro Inpute	Pronar	Viti	Personi i kontaktit: Besim Sahiti	27 qershor 2017
9	"Bujqësia"	Agro Inpute	Pronar	Viti	Personi i kontaktit: Admir Selmani	27 qershor 2017
10	"Euro Coop"	Agro Inpute	Pronar	Kllokot	Personi i kontaktit: Besarta Tushi	28 qershor 2017
11	Reshat Zuka	Prodhues	Fermer	Pozharan	Mjedër	28 qershor 2017
12	Rrahman Jakupi	Prodhues	Fermer	Radivojcë	Misër, grurë, kungull	28 qershor 2017
13	Adnan Ismajli	Prodhues	Fermer	Ramjan	Grurë, mollë dhe vishnje	28 qershor 2017
14	Paulina Dokaj	Prodhues	Fermer	Kabash	Mjedër	29 qershor 2017
15	Besart Nura	Prodhues	Fermer	Lubishtë	Mollë	29 qershor 2017
16	Nehat Pira	Prodhues	Fermer	Pozharan	Mjedër	29 qershor 2017
17	Mustaf Ahmeti	Prodhues	Fermer	Smirë	Misër dhe grurë	29 qershor 2017
18	Imri Ademi	Prodhues	Fermer	Tërpezë	Misër	29 qershor 2017
19	Dostan Qerimi	Prodhues	Fermer	Tërpezë	Misër dhe grurë	29 qershor 2017
20	Samet Ismajli	Prodhues	Fermer	Tërstenik	Mjedër	29 qershor 2017
21	Restorant Dajti	Turizëm	Hoteleri	Gërmovë	Restorant Personi kontaktues: Mehmet Selmani - pronar	03 korrik 2017
22	Restorant Illyricum Park	Turizëm	Hoteleri	Letnicë	Restorant Personi kontaktues: Shemsedin Ajeti – Menaxher	03 korrik 2017
23	Restorant Dubrovniku	Turizëm	Hoteleri	Letnicë	Restorant Personi kontaktues: Milorad Shotiq – pronari	03 korrik 2017
24	Restorant Jozefi	Turizëm	Hoteleri	Stubëll	Punon kryesisht gjatë verës. Restorant Personi kontaktues: Arianit Zefi. Pronar	03 korrik 2017

25	Shkolla e parë shqipe	Turizëm	Objekt kulturor	Stubëll	Personi kontaktues: Sarë Gjergji dhe Isak Ahmeti	03 korrik 2017
26	Kisha e re në Stubëll	Turizëm	Objekt kulturor	Stubëll	Intervista me Sarë Gjergjin dhe Dom Jeton Thaqin	03 korrik 2017
27	Mentor Rexhepi	Tjetër	Helvetas	Viti	Zyrtari për Mbështetjen e Zhvillimit të Komunës	03 korrik 2017
28	Kisha e Binçës	Turizëm	Objekt kulturor	Binçë	Intervistat me murgeshat	04 korrik 2017
29	Fazli Neziri	Prodhues	Fermer	Debelldeh	Dredhëza / perime	04 korrik 2017
30	Restorant dhe Bujtinë Shpati	Turizëm	Hoteleri	Debelldeh	Personi i kontaktit: Kemajl Sabiti (pronar)	04 korrik 2017
31	Kisha e Zojës së Bekuar	Turizëm	Objekt kulturor	Letnicë	Intervistë me priftin e kishës Dom Marian Lorenci	04 korrik 2017
32	Restorant "Te Shushtë"	Turizëm	Hoteleri	Shushtë	Restorant Personi kontaktues: Egzon Jashari (menaxher)	04 korrik 2017
33	Emrush Azemi	Turizëm	Udhëheqësi i Sektorit të Rinisë	Viti	Drejtoria e kulturës, rinisë dhe sporteve	04 korrik 2017
34	Sevdije Salihu	Turizëm	Zyrtare e trashëgimisë kulturore	Viti	Drejtoria e kulturës, rinisë dhe sporteve	04 korrik 2017
35	Restoranti Lindi	Turizëm	Hoteleri	Viti	Restorant Personi kontaktues: Besnik Azemi (menaxher)	04 korrik 2017
36	Merxhan Ademi	Prodhues	Fermer	Gushicë	Fasule, mjedra	05 korrik 2017
37	Ganimete Emini	Prodhues	Fermer	Lubishtë	Mjedër	05 korrik 2017
38	Remize Bucaliu-Gymshiti	Prodhues	Fermer	Lubishtë	Mjedër	05 korrik 2017
39	Muhabi Sadiku	Prodhues	Fermer	Gjylekar	Perime	05 korrik 2017
40	Salih Salihu	Prodhues	Fermer	Viti	Grurë	05 korrik 2017
41	Basri Ramizi	Prodhues	Fermer	Viti	Kumbull, kungull dhe vishnje	05 korrik 2017
42	Merita Limani "Gratë e Goshicës"	Agro shoqatë	Kryetare e shoqatës	Gushicë	Torta dhe kultivim mjedre	06 korrik 2017
43	Shefkide Shabani - "Lubishta"	Qendër e grumbullimit	Kryetare e shoqatës	Lubishtë	Mjedër dhe perime / Qendra e grumbullimit NWTP	06 korrik 2017
44	Valbona Ajeti "Hortikultura"	Agro shoqatë	Kryetare e shoqatës	Sllatinë e Epërme	Perime të konservuara	06 korrik 2017
45	Shanih Frangu "Barileva"	Qendër e grumbullimit	Qendër e grumbullimit	Sllatinë e Poshtme	Qendër e grumbullimit të grurit	06 korrik 2017
46	Narxhivane Demelezi - "Gjelbina"	Agro shoqatë	Kryetare e shoqatës	Sllatinë e Poshtme	Ushqim tradicional	06 korrik 2017
47	Mihane Rexhepi "Gratë e Beguncës"	Agro shoqatë	Kryetare e shoqatës	Beguncë	Ushqim tradicional	11 korrik 2017
48	Mehmet Maliqi	Qendër e grumbullimit	Qendër e grumbullimit	Gushicë	Qendra e grumbullimit NWTP	11 korrik 2017
49	Lumturie Azizi	Prodhues	Fermer	Tërstenik	Pemë dhe perime	11 korrik 2017
50	Blinera Haxhiu "Biofruti"	Përpunues	Pronar	Viti	Përpunues molle	11 korrik 2017

SHTOJCA 2: LISTA E PJESËMARRËSVE NË GRUPIN E FOKUSIT

NR.	ZINXHIRI I VLERËS	LLOJI	EMRI/MBIEMRI
1	BUJQËSI	PRODHUES	Basri Ramizi
2	BUJQËSI	PRODHUES	Xhelal Haxhiu
3	BUJQËSI	PRODHUES	Lumturie Azizi
4	BUJQËSI	OFRUES INFORMACIONESH HYRËSE (INPUTE)	Samet Fetahu
5	BUJQËSI	PËRPUNUES	Valbona Ajeti "Hortikultura"
6	BUJQËSI	PËRPUNUES	Nurie Bajrami "Gratë e Goshicës"
7	BUJQËSI	FPM "FR - STUBLLA"	Nik Ramaj
8	TURIZËM	RESTAURANT	Kemajl Sabiti 'Restorant Shpati'
9	TURIZËM	CHwB	Naim Ukaj
10	TURIZËM	CHwB	Sali Shoshi
11	KOMUNA	Përfaqësues i fshatit Stubëll	Nikollë Ukaj
12	KOMUNA	Drejtoria e Bujqësisë, Pylltarisë dhe Turizmit Rural	Veton Ademi
13	KOMUNA	Departamenti i Bujqësisë, Pylltarisë dhe Turizmit Rural	Granit Avdyli
14	KOMUNA	Drejtoria e kulturës, rinisë dhe sporteve	Emrush Azemi
15	KOMUNITETI I DONATORËVE	UNDP/InTerDev 2	Mehmeti Rashiti
16	KOMUNA	Zyra për Investime dhe Mbështetje të Biznesit (ZIMB)	Mentor Rexhepi

SHTOJCA 3: PYETËSORËT E INTERVISTAVE

PYETËSORI nr. 1 - Zinxhiri i vlerës bujqësore

Numri i formularit të anketës / _____ /

Emri i kompanisë _____

Data e intervistës (data, muaji; viti) / Data: _____; Koha: _____ /

Emri i të anketuarit _____ Mosha e të anketuarit / _____ /

(<25=1) (26-45=2) (46-60=3) (>61=4)

Gjinia e të anketuarit M/F / _____ /

Gjendja familjare e të anketuarit (vetëm për prodhimin e fermave) M/F / _____ /

Numër telefoni (për kompaninë) / _____ /

E-Mail (për kompaninë) / _____ /

Vendndodhja në komunë

..... / _____ /

Forma e organizimit ligjor

..... / _____ /

<input type="checkbox"/> 01 Fermë privat	<input type="checkbox"/> 02 Biznes individual / ortakëri	<input type="checkbox"/> 03 Shoqëri me përgjegjësi të kufizuar	<input type="checkbox"/> 04 OJQ	<input type="checkbox"/> 05 Shoqatë	<input type="checkbox"/> 06 Kooperativë
--	--	--	---------------------------------	--	--

1. Statusi i pjesëmarrësit në zinxhirin e vlerës / _____ /

<input type="checkbox"/> 01 Prodhues / Kultivues	<input type="checkbox"/> 03 Qendër grumbullimi	<input type="checkbox"/> 05 Shitës me shumicë	<input type="checkbox"/> 07 Eksportues	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 02 Grumbullues	<input type="checkbox"/> 04 Përpunues	<input type="checkbox"/> 06 Shitës me pakicë	<input type="checkbox"/> Tjetër _____	<input type="checkbox"/>

2. Numri i punonjësve me orar të plotë të punësuar

.....

Gjithsej / _____ / Burra / _____ / Gra / _____ / Pakica / _____ /

3. Numri i punonjësve sezonal të punësuar.....

Gjithsej / _____ / Burra / _____ / Gra / _____ / Pakica / _____ /

4. A ka kompania juaj ndonjë program special për të promovuar punësimin e grave

Po / Jo

5. Cilat nga kulturat e mëposhtme rrisni / mbliidhni / përpunoni / shitni / tregtoni?

I. NËNSEKTORI I PEMËVE		Prodhim (kg/vit)	Kosto prodhimi (EUR)	Çmime shitjeje (EUR)
<input type="checkbox"/>	Mollë			
<input type="checkbox"/>	Kumbulla			
<input type="checkbox"/>	Dardhë			
<input type="checkbox"/>	Pjeshka			
<input type="checkbox"/>	Kajsi			
<input type="checkbox"/>	Qershi			
<input type="checkbox"/>	Vishnje			
<input type="checkbox"/>	Dredhëza			
<input type="checkbox"/>	Mjedër			
<input type="checkbox"/>	Manaferra			
<input type="checkbox"/>	Boronica			
<input type="checkbox"/>	Aronia			
<input type="checkbox"/>	Arra			
<input type="checkbox"/>	Lajthi			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			
II. NËNSEKTORI I PERIMEVE		Prodhim (kg/vit)	Kosto prodhimi (EUR)	Çmime shitjeje (EUR)
<input type="checkbox"/>	Speca:			
<input type="checkbox"/>	Domate:			
<input type="checkbox"/>	Qepë:			
<input type="checkbox"/>	Lakër:			
<input type="checkbox"/>	Shalqi:			
<input type="checkbox"/>	Kastravec:			
<input type="checkbox"/>	Hudhër:			
<input type="checkbox"/>	Spinaq:			
<input type="checkbox"/>	Purrin:			
<input type="checkbox"/>	Karrota:			
<input type="checkbox"/>	Kungull:			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			
III. NËNSEKTORI I DRITHËRAVE		Prodhim (kg/vit)	Kosto prodhimi (EUR)	Çmime shitjeje (EUR)
<input type="checkbox"/>	Grurë			
<input type="checkbox"/>	Misër			
<input type="checkbox"/>	Elb			
<input type="checkbox"/>	Tërshërë			
<input type="checkbox"/>	Thekër			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			
<input type="checkbox"/>	Tjetër: _____			

6. Sa hektarë tokë i zotëroni, si pronën tuaj ose me kontratë qeraje?

Specifikoni sipërfaqen e tokës _____ (specifikoni njësinë) Sa parcela _____

7. Sa sipërfaqe të tokës në hektarë e jepni me qera?

Specifikoni sipërfaqen e tokës _____ (njësi)

Nga sa parcela përbëhet _____ (numri i parcelave)

8. Moshë mesatare e plantacioneve?

Plantacione të reja (të paçelura) - nuk japin prodhim _____

Plantacione aktive - japin prodhim _____

*) Plotësoni numrin

9. Si ka ndryshuar qarkullimi juaj?

Karakteristik	2014	2015	2016
Vlera në euro			
Tonelata			
Sipërfaqja e tokës së punuar			

10. Cila është përqindja e fitimit nga qarkullimi total vjetor i fermës?

Deri në 10%

10-25%

25-50%

50-75%

11. Ku i shitni produktet tuaja? (në %)

▪ Brenda vendit _____

▪ Jashtë _____

▪ Tek tregtarët _____

▪ Shitje direkte _____

12. A ofron kompania juaj kredi tregtare për fermerët për të mbështetur koston e blerjes së informacioneve hyrëse (inputeve) të prodhimit?

(Pyetni vetëm për përpunuesin, qendrën e grumbullimit dhe ndërmarrjet e marketingut)

..... Po / Jo

13. Cilat shërbime këshilluese vijuese i përdorni?

<input type="checkbox"/> Këshillat e shtetit
<input type="checkbox"/> Barnatoret bimore / tregtarët e informacioneve hyrëse (inputeve)
<input type="checkbox"/> Konsulentë privat
<input type="checkbox"/> Projektet e donatorëve
<input type="checkbox"/> Nuk përdor asnjë

*) Një përgjigje

14. Si e promovoni biznesin tuaj në treg?

Televizion dhe radio

Internet dhe media sociale

Gazeta dhe revista

Duke hapur fjalën

Komuna lokale

Nuk e promovojmë biznesin

Tjetër: _____

15. Cilat janë pesë kufizimet kryesore që ju pengojnë t'i rrisni fitimet e biznesit tuaj?

(Jepini listën të anketuarit dhe kërkojini që të identifikojë pesë më të rëndësishmet dhe më pas t'i rendisë ato nga 1 në 5, ku 1 që është më e rëndësishmja)

KUFIZIMET	
<input type="checkbox"/>	Mungesa e parave për t'i blerë informacionet hyrëse (inputet) e prodhimit
<input type="checkbox"/>	Mungesa e plehrave të përshtatshme në tregjet lokale
<input type="checkbox"/>	Mungesa e farave dhe materialeve mbjellëse cilësore në tregjet lokale
<input type="checkbox"/>	Mungesa e parave për të blerë pajisje / makineri
<input type="checkbox"/>	Mungesa e makinerive / pajisjeve përkatëse në tregjet lokale
<input type="checkbox"/>	Mungesa e qasjes në tregun e brendshëm të produkteve
<input type="checkbox"/>	Cilësia e dobët e produktit që nuk i plotëson standardet e tregut
<input type="checkbox"/>	Mungesa e materialeve të duhura të paketimit
<input type="checkbox"/>	Konkurrenca e ashpër nga fqinjët
<input type="checkbox"/>	Mungesa e krahut të punës të disponueshëm
<input type="checkbox"/>	Cilësia e dobët e krahut të punës të disponueshëm
<input type="checkbox"/>	Çmime jo atraktive të produkteve
<input type="checkbox"/>	Mungesa e objekteve të magazinimit

16. Çfarë trajnimi apo mbështetjeje tjetër ju duhet?

(Shënoni të gjitha ato që vlejné. Jepini listën të anketuarit dhe kërkojini që të identifikojë të gjitha ato që vlejné dhe më pas t'i rendisë ato nga 1 në 5, ku 1 që është më e rëndësishmja)

NEVOJAT PËR TRAJNIM/PËRKRAHJE	
<input type="checkbox"/>	Këshilla teknike dhe trajnime në proceset e prodhimit të fermave
<input type="checkbox"/>	Këshilla teknike dhe trajnime në proceset e trajtimit pas korrjes në fermë
<input type="checkbox"/>	Këshilla teknike dhe trajnime në proceset e zhvillimit të tregut të produkteve
<input type="checkbox"/>	Lehtësimi i drejtpërdrejtë i lidhjeve me tregun në mënyrë që të sigurohet qasje në tregje të reja lokale / eksporti
<input type="checkbox"/>	Këshilla teknike dhe trajnime për përmirësimin e cilësisë së produktit
<input type="checkbox"/>	Këshilla teknike dhe trajnime për zhvillimin e produkteve të reja
<input type="checkbox"/>	Këshilla teknike dhe trajnime për të përmirësuar aftësitë e punëtorëve
<input type="checkbox"/>	Këshilla teknike dhe trajnime nga specialistë të huaj
<input type="checkbox"/>	Këshilla teknike dhe trajnime për instalimin e objekteve të magazinimit të ftohtë
<input type="checkbox"/>	Vizita studimore në vende të huaja
<input type="checkbox"/>	Vizita studimore në zona të tjera në Kosovë
<input type="checkbox"/>	Pjesëmarrje në panair tregtie
<input type="checkbox"/>	Qasja në grantet dhe nënkontratat e NOA-s
<input type="checkbox"/>	Lehtësimi i projektit për qasje në burimet formale të kreditit (bankat, organizatat e tjera financiare dhe kreditë tregtare)
<input type="checkbox"/>	Mbështetje direkte për të marrë çertifikatën GlobalGAP/HACCP

17. Ku i merrni fondet për t'i blerë informacionet hyrëse (inputet) dhe kapitalin punues? (shënoni të gjitha ato që vlejné)

BURIMET E FONDEVE / FINANCAVE	
<input type="checkbox"/>	Personale
<input type="checkbox"/>	Huazim nga anëtarë të familjes
<input type="checkbox"/>	Banka
<input type="checkbox"/>	Unioni kreditor
<input type="checkbox"/>	Tjetër
<input type="checkbox"/>	Nuk mund të marr kredi

18. Në çfarë mënyre informoheni për risitë në bujqësi?

<input type="checkbox"/>	TV, radio, gazeta
<input type="checkbox"/>	Internet, media sociale
<input type="checkbox"/>	Kontakti i drejtpërdrejtë / hap fjalë
<input type="checkbox"/>	Email:
<input type="checkbox"/>	Libra/broshura
<input type="checkbox"/>	Shoqatat bujqësore
<input type="checkbox"/>	Shërbimet këshilluese
<input type="checkbox"/>	Tjetër _____
<input type="checkbox"/>	Asnjë

*) Zgjedhje e shumëfishtë

19. A jeni anëtar me anëtarësi të paguar në një shoqatë bujqësore? Po Jo

*) Një përgjigje (d.m.th. për vitin 2016)

20. Nëse jeni anëtar, në një shkallë prej 1 deri në 5, sa jeni të kënaqur me punën e shoqatës bujqësore? (1 = shumë i kënaqur, 5 = i pakënaqur)

" 1 (shumë mirë) " 2 " 3 " 4 " 5 (shumë keq) " nuk jam anëtar

Gjithsej sipërfaqja _____

*) Plotëso numrin

21. Çfarë lloji transporti përdorni për shpërndarjen e produkteve tuaja?**22. A e keni rrjetin e blerësve tuaj? Nëse po, sa:****23. Ku i blini materialet e informacioneve hyrëse (inputeve)?**

Lloji i lëndës së parë	Vendi i origjinës	Lloji i furnizuesit	Çmimi

24. A keni rrjetin tuaj të grumbulluesve? Nëse po, sa:**25. Cila është përqindja e shfrytëzimit të kapaciteteve?****26. Ku i ruani produktet dhe sa është kapaciteti i magazinimit?****27. A posedoni standardet e sigurimit të cilësisë (çertifikimi...)?****28. A keni objekt të ruajtjes së ftohtë? Nëse po, sa e ka kapacitetin?****29. Gjatë tre viteve të fundit, a ka pasur ndonjë dëmtim të kulturave të shkaktuar nga fatkeqësitë natyrore?** (Zgjedhje e shumëfishtë) Breshër Ngricë Përmytje Tjetër

30. A përdorni rrjeta sigurie në prodhimin tuaj?

- Po Jo

31. Cilat sëmundje, dëmtues dhe barëra të këqija konsideroni si problem në prodhimin e kulturave? (Vendosini të tria)

32. Cilat masa i mbrojnë kulturat nga sëmundjet, dëmtuesit dhe barërat e këqija?

- Mbrojtja kimike
- Mbrojtja organike
- Insekticide
- Herbicide
- Kujdesi
- Tjetër _____
- *) Zgjedhje e shumëfishtë

33. Si i zgjidhni mjetet e mbrojtjes gjatë trajtimit të bimëve?

- Rekomandim nga një barnatore bujqësore
- Rekomandim nga një agronom
- Rekomandim nga një konsulent / profesor i jashtëm
- Përvojat e kaluara personale
- Rekomandimi i shërbimeve këshilluese
- Nuk përdor asnjë mjet për mbrojtjen e bimëve
- *) Zgjedhje e shumëfishtë

34. A keni njohuri për mbrojtjen e integruar?

- Po
- Jo

35. A i njihni dispozitat e Praktikës së Mirë Bujqësore (PMB) dhe i zbatoni ato në prodhimin tuaj?

- I njoh dhe i zbatoj
- I di por nuk i zbatoj
- Nuk kam njohuri për to

36. Për çfarë arsye keni kryer një analizë të tokës?

- Marrja e subvencioneve
- Përmirësimi i cilësisë së prodhimit
- Çertifikim
- Për marrje të granteve
- Për përdorim më të mirë të plehrave
- Tjetër
- Nuk kam bërë kurrë ndonjë analizë të tokës
- *) Zgjedhje e shumëfishtë

37. Kur ishte hera e fundit që keni kryer një analizë të ujit të përdorur për ujitje?

- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- Nuk e kam bërë kurrë
- *) Një përgjigje

38. A e përgatisni plehërimin bazuar në analizën e tokës?

- Po
- Jo
- Nuk kam bërë kurrë analiza të tokës
- *) Një përgjigje

39. Çfarë lloj teknikash të ujitjes praktikoni në kulturën tuaj?

- Kanale
- Sistemin e ujitjes me pika
- Kombinim
- Nuk kam praktikuar ndonjë teknikë të ujitjes
- *) Një përgjigje

PJESA PËR MBETURINAT DHE MBROJTJEN E MJEDISIT

- 40.** Sa mbeturina gjenerohen nga ferma juaj?
- 41.** Cilat janë llojet e mbeturinave të krijuara dhe vëllimet e tyre përkatëse?
- 42.** A i asgjësoni mbeturinat tuaja? Nëse PO, ju lutem specifikoni si:
- 43.** Sa kushton trajtimi dhe asgjësimi i mbeturinave?
- 44.** Cila është përqindja e mbeturinave bujqësore që riciklohen?
- 45.** A preferoni të përdorni produkte të biodegradueshme, të riciklueshme ose të ripërdorshme?
- 46.** A jeni të gatshëm të shpenzoni pak më shumë për të mbrojtur mjedisin?
- 47.** A informoni dhe edukoni personelin për mbrojtjen e mjedisit në aktivitetet e tyre të përditshme?

PJESA E KONSUMIT TË ENERGJISË DHE UJIT

- 48.** Cila është shuma vjetore e shpenzuar nga ferma për konsumin e energjisë dhe ujit?
- Uji (L): _____ euro: _____
- Energjia (kW): _____ euro: _____
- 49.** A mbështeteni në burime të ndryshme të energjisë, duke përfshirë ato të etiketuara si 'të pastra'?
- 50.** Cili është burimi i ujit të përdorur nga ferma?
- a. Rrjeti publik
- b. Bunar
- c. Tjetër _____
- 51.** A i zbatoni masat e kursimit të ujit gjatë ujitjes, pastrimit (higjienës personale, mjeteve dhe pajisjeve) dhe mirëmbajtjes?
- 52.** A e informoni ose edukoni personelin për masat e kursimit të energjisë dhe ujit?

PYETËSORI nr. 2 - Zinxhiri i vlerës bujqësore

Numri i formularit të anketës / _____ /

Emri i kompanisë / _____ /

Data e intervistës (data, muaji; viti) / Data: _____; Koha: _____ /

Emri i të anketuarit Moshë e të anketuarit / _____ /

(<25=1) (26-45=2) (46-60=3) (>61=4)

Gjinia e të anketuarit M/F / _____ /

Gjendja familjare e të anketuarit (vetëm për prodhimin e fermave)

..... M/F / _____ /

Numër telefoni (për kompaninë) / _____ /

E-Mail (për kompaninë) / _____ /

Vendndodhja në komunë

..... / _____ /

Forma e organizimit ligjor

..... / _____ /

<input type="checkbox"/> 01 Person privat	<input type="checkbox"/> 02 Biznes individual / ortakëri	<input type="checkbox"/> 03 Shoqëri me përgjegjësi të kufizuar	<input type="checkbox"/> 04 OJQ	<input type="checkbox"/> 05 Shoqatë	<input type="checkbox"/> 06 Organ / Institucion Publik
---	--	--	---------------------------------	-------------------------------------	--

Statusi i pjesëmarrësit në zinxhirin e vlerës / _____ /

<input type="checkbox"/> 01 Akomodim	<input type="checkbox"/> 03 Operator/ guidë turistike	<input type="checkbox"/> 05 Shitore	<input type="checkbox"/> 07 Argëtim	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 02 Ushqim, Restorante/ Bare	<input type="checkbox"/> 04 Transport	<input type="checkbox"/> 06 Objekte kulturore / turistike	<input type="checkbox"/> Tjetër _____	<input type="checkbox"/>

1. Numri i punonjësve të punësuar me orar të plotë

Gjithsej / _____ / Burra / _____ / Gra / _____ / Pakica / _____ /

2. Numri i punonjësve të punësuar sezonal

Gjithsej / _____ / Burra / _____ / Gra / _____ / Pakica / _____ /

3. A ka kompania juaj ndonjë program të posaçëm për të promovuar punësimin e grave?

 Po / Jo

4. Ku ndodhet objekti i akomodimit?

- Fshat
- Vend turistik
- Jashtë fshatit

5. Cila është madhësia e sipërfaqes për objektin e akomodimit?

Ju lutemi specifikoni sipërfaqen në m²: _____

6. Çfarë trajnimi ju nevojitet për të rritur cilësinë e punës së punëtorëve?

- Trajnim për mikpritjen
- Trajnim për gastronominë
- Trajnim për turizëm alternativ
- Trajnim teknik
- Trajnim marketingu
- Tjetër _____
- *) Zgjedhje e shumëfishtë

7. Sa është numri i dhomave të fjetjes?

- Teke _____
- Dyshe _____
- Treshe _____
- Banesë për 4 persona ose më shumë _____
- *) Zgjedhje e shumëfishtë

8. Sa është kapaciteti i shtretërve?

- Deri në 10 shtretër
- Nga 10 në 20 shtretër
- Mbi 20 shtretër

9. A përfshihet restoranti si pjesë e akomodimit?

- Po
- Jo

10. Nëse përgjigjja e pyetjes së mëparshme është po, a mund të përgjigjeni sa është fitimi i realizuar nga restoranti, i shprehur në përqindje?

- 10 %
- 10 – 20 %
- 20 – 30 %
- 30 – 40 %
- 40 – 50 %
- 50 – 60 %
- 60 – 70 %
- 70 – 80 %
- 80 – 90 %
- Nuk kemi restorant

11. A punoni gjatë tërë vitit?

- Po
- Jo

12. Nëse përgjigja në pyetjen e mëparshme është jo, a mund të specifikoni periudhën e punës?

- janar
- shkurt
- mars
- prill
- maj
- qershor
- korrik
- gusht
- shtator
- tetor
- nëntor
- dhjetor
- Punojmë gjatë tërë vitit

13. Çfarë lloj shërbimesh akomodimi ofroni?

- Fjetje
- Shtrati dhe mëngjesi
- Gjysëm pansion
- Pansion i plotë

14. Sa është çmimi i çdo shërbimi akomodimi që ofroni?

- Fjetje _____
 - Shtrati dhe mëngjesi _____
 - Gjysëm pansion _____
 - Pansion i plotë _____
- (Çmimi i secilit shërbim akomodimi jepet në euro për çdo kategori)

15. Sa është çmimi mesatar i çdo shujte që ofroni?

- Mëngjesi _____
- Dreka _____
- Darka _____
- Pije freskuese joalkoolike _____
- Pije alkoolike _____

(Çmimi mesatar i secilës shujtë jepet në euro për çdo kategori)

16. A ndryshon çmimi i shërbimit gjatë vitit?

- Po Jo

17. Nëse çmimi i shërbimit ndryshon gjatë vitit, cilat janë dinamikat e lëvizjes së çmimeve?

- Zvogëlimi jashtë sezonit
- Rritja gjatë sezonit
- Çmimet janë të njëjta gjatë tërë vitit

18. Cilat janë çmimet më të larta dhe më të ulëta të akomodimit?

- Dhomë teke _____
- Dhomë dyshe _____
- Dhomë treshe _____
- Banesë për 4 persona ose më shumë _____

19. A ndryshon çmimi i akomodimit gjatë vitit?

- Po
- Jo

20. Nëse çmimi i akomodimit ndryshon gjatë vitit, cila është dinamika e lëvizjes së çmimeve?

- Zvogëlimi jashtë sezonit
- Rritja gjatë sezonit
- Çmimet mbeten të njëjta gjatë gjithë vitit

21. Çfarë lloj shërbimesh shtesë ofroni?

- Dhomë për argëtim
- Larje rrobash
- Fitness
- Ushqim gastronomik/organik
- Ecje në mal
- Banja
- Biçikleta malore
- Paragliding
- Kalërim
- Alpinizëm
- Rafting në lumë
- Agro-turizëm
- Tjetër
- *) Zgjedhje e shumëfishtë

22. Nëse nuk ofroni shërbime nga pyetja e mëparshme, a planifikoni të zgjeroni shërbimet tuaja në drejtim të turizmit alternativ në të ardhmen?

- Po
- Jo
- Unë tashmë kam shërbime alternative të turizmit

23. Nëse ofroni shërbime shtesë, a ndryshon çmimi gjatë vitit?

- Po
- Jo

24. Nëse çmimi për shërbime shtesë ndryshon gjatë vitit, cilat janë dinamikat e lëvizjes së çmimeve?

- Zvogëlimi jashtë sezonit
- Rritja gjatë sezonit
- Çmimet qëndrojnë të njëjta gjatë gjithë vitit

25. A jeni pjesë e ndonjë pakete të ofruar nga operatorët turistikë ose udhëzuesit turistik? Nëse PO, ju lutem specifikoni:

26. Cili është qarkullimi juaj vjetor?

- Deri në 5.000 euro
- Mes 5.000 dhe 10.000 euro
- Mes 10.000 dhe 30.000 euro
- Mbi 30.000 euro

27. Deri në çfarë mase janë plotësuar kapacitetet në baza mujore? (Shprehur si përqindje e kapacitetit total)

- Janar _____
- Shkurt _____
- Mars _____
- Prill _____
- Maj _____
- Qershor _____
- Korrik _____
- Gusht _____
- Shtator _____
- Tetor _____
- Nëntor _____
- Dhjetor _____

28. Cila është gjatësia mesatare e qëndrimit të mysafirëve në muaj? (Shprehur në numër ditësh)

- Janar _____
- Shkurt _____
- Mars _____
- Prill _____
- Maj _____
- Qershor _____
- Korrik _____
- Gusht _____
- Shtator _____
- Tetor _____
- Nëntor _____
- Dhjetor _____

29. Cila është struktura mesatare e moshës së mysafirëve?

Ju lutemi specifikoni moshën: _____

30. Cili është raporti ndërmjet mysafirëve vendas dhe të huaj?

- Të huaj: _____% Vendas: _____%

Nëse keni vërejtur një ndryshim në numrin e vizitorëve në 5 vitet e fundit, ju lutem specifikoni nëse numri i vizitorëve është:

- Zvogëluar (gradualisht)
- Zvogëluar (në mënyrë drastike)
- Rritur (gradualisht)
- Rritur (në mënyrë drastike)
- Nuk kemi vërejtur asnjë ndryshim

31. Si e promovoni biznesin tuaj në treg?

- Televizion dhe radio
- Internet dhe media sociale
- Gazeta dhe revista
- Duke hapur fjalën
- Komuna lokale
- Nuk e promovojmë biznesin

32. Kush është përgjegjës për aktivitetet e marketingut dhe të marrëdhënieve me publikun?

- Punonjës i brendshëm
- Person i jashtëm / konsulent
- Agjencia e marketingut
- Nuk kemi pozitë të tillë

33. A keni përdorur shërbimet e konsulencës? Po Jo

34. Nëse po, çfarë lloj shërbimesh konsulence keni përdorur?

- Financiare
- Gastronomike
- Hoteleri
- Ligjore
- Marketing
- Nuk kemi përdorur

35. Vlerësoni nivelin e kënaqësisë me rezultatet nga shërbimet e konsulencës që keni përdorur: 1 2 3 4 5 nuk kam përdorur

Nëse nuk i keni përdorur shërbimet e konsulencës deri tani, a mendoni t'i përdorni në të ardhmen? Po Jo

36. Nëse nuk keni përdorur shërbime konsulence, ju lutemi specifikoni se çfarë shërbimesh do të ishin të dobishme për zhvillimin e biznesit tuaj:

37. Çfarë lloj ekspertësh do të dëshironit të ofroheshin nga shërbimet e konsulencës?

- Konsulent
- Ekspert ligjor
- Agjenci marketingu
- Ekspert nga një institucion arsimor
- Ekspert nga institucioni përkatës
- Kontabilist

PJESA E USHQIMIT

38. A përdorni aktualisht ushqime lokale (ushqim që ka udhëtuar më pak se 80 kilometra)? Nëse PO, bëni pyetjet e mëposhtme / Nëse JO, vazhdoni me pyetjen 43.

- a. Çfarë ushqimesh lokale përdorni? _____
- b. Si i siguron zakonisht? _____
- c. A përdorni ndonjë ushqim specialiteti (d.m.th. ndërkombëtar, i rrallë ose i pazakonshëm)? Si e siguron? _____
- d. A keni ndonjë marrëveshje kontraktuale me fermerët nga të cilët keni siguron ushqime? _____
- e. A hasni ndonjë pengesë kur siguron ushqime lokale? _____
- f. A keni parë ndonjë përfitim nga përdorimi i ushqimeve lokale? _____
- g. Cilat janë sasitë e produkteve lokale që i bleni në vit? _____

39. A përdorni ushqime lokale (nga Vitia)? Po Jo

- a. Si e siguron aktualisht ushqimin tuaj? _____
- b. A përdorni ndonjë ushqim specialiteti (d.m.th. ndërkombëtar, i rrallë ose i pazakonshëm)? Si e siguron? _____
- c. Çfarë pengesash shihni kur bleni ushqime lokale? _____
- d. A keni pasur ndonjë përvojë në sigurimin, përgatitjen ose marketingun e ushqimeve lokale? _____
- e. A keni ndonjë interes në përdorimin e ushqimeve lokale në të ardhmen? _____
- f. A ka ndonjë arsye pse nuk do të përdorni ushqimin lokal? _____

PJESA PËR MBETURINAT DHE MBROJTJEN E MJEDISIT

40. A e dini sa mbeturina gjenerohen nga lokalet tuaja?
41. A i asgjësoni mbeturinat tuaja? Nëse PO, ju lutem specifikoni si:
42. Çfarë lloji mbeturinash gjenerohet dhe cilat janë vëllimet e tyre përkatëse?
43. Cila është kostoja e trajtimit dhe asgjësimit të mbetjeve tuaja?
44. Cila është përqindja e mbeturinave të riciklueshme të hotelit?
45. A preferoni të përdorni produkte të biodegradueshme, të riciklueshme ose të ripërdorshme?
46. A i kushtoni vëmendje proceseve të përfshira në përgatitjen e produkteve?
47. A keni blerë pajisje dhe mjete të tjera që janë të dizajnuara për konsum minimal të ujit dhe energjisë?
48. A jeni të gatshëm të shpenzoni pak më shumë për të mbrojtur mjedisin?
49. A i pyesni furnizuesit tuaj rreth praktikave të tyre në lidhje me mbrojtjen e mjedisit?
50. A e informoni dhe edukoni personelin rreth procedurave korrekte?

PJESA E KONSUMIT TË ENERGJISË DHE UJIT

51. Cila është sasia vjetore e shpenzuar nga lokalet për konsumin e energjisë dhe ujit?
 Uji (L): _____ euro: _____
 Energjia (kW): _____ euro: _____
52. A mbështeteni në burime të ndryshme të energjisë, duke përfshirë ato të etiketuara si 'të pastra'?
53. Cili është burimi i ujit të përdorur nga hoteli?
 a. Rrjeti publik
 b. Bunar
 c. Tjetër _____
54. A zbatoni ndonjë masë të kursimit të ujit në hotel?
55. A e informoni ose edukoni personelin rreth procedurave korrekte?

PYETËSOR # 3 - Ofruesit e informacioneve hyrëse (Inputeve)

Numri i formularit të anketës / _____ /

Emri i kompanisë _____

Data e intervistës (data, muaji; viti) / Data: _____; Koha: _____ /

Emri i të anketuarit _____ Mosha e të anketuarit / _____ /

(<25=1) (26-45=2) (46-60=3) (>61=4)

Gjinia e të anketuarit M/F / _____ /

Gjendja familjare e të anketuarit (vetëm për prodhimin e fermave)

..... M/F / _____ /

Numër telefoni (për kompanitë) / _____ /

E-Mail (për kompanitë) / _____ /

Vendndodhja në komunë

..... / _____ /

Forma e organizimit ligjor

..... / _____ /

<input type="checkbox"/> 01 Person privat	<input type="checkbox"/> 02 Biznes individual / ortakëri	<input type="checkbox"/> 03 Shoqëri me përgjegjësi të kufizuar	<input type="checkbox"/> 04 OJQ	<input type="checkbox"/> 05 Shoqatë	<input type="checkbox"/> 06 Organ / Institucion Publik
---	--	--	---------------------------------	--	--

56. Numri i punonjësve të punësuar me orar të plotë

Gjithsej / _____ / Burra / _____ / Gra / _____ / Pakica / _____ /

57. Numri i punonjësve të punësuar sezonal

Gjithsej / _____ / Burra / _____ / Gra / _____ / Pakica / _____ /

58. A ka kompania juaj ndonjë program të veçantë për të promovuar punësimin e grave

 Po / Jo

59. Tregoni aktivitetin ose aktivitetet kryesore nga të cilat ndërmarrja nxjerr të ardhurat e saj:

1. _____

2. _____

3. _____

60. Tregoni çdo aktivitet ose aktivitete dytësore nga të cilat ndërmarrja nxjerr të ardhurat e saj:

1. _____
2. _____
3. _____

61. Ofrimi i shërbimeve (kategoria e shërbimeve)?

- a. Informacione hyrëse (inpute) agronomike (Plehra, makineri bujqësore, kimikate, etj.) _____
- b. Praktika bujqësore _____
- c. Shërbime Veterinare _____
- d. Informacioni i tregut _____
- e. Sigurimi i tregjeve të reja _____
- f. Kontrolli i cilësisë / certifikimi _____
- g. Mbështetje financiare _____
- h. Grumbullim i prodhimeve _____
- i. Ofruesit e fidaneve / lastarëve _____
- j. Tjetër _____

	Kategoria e produkteve / shërbimeve	"Çfarë shërbimesh ofroni?" [vendosni detajet]	Numri i klientëve për sezon			Zona / Komuna	Të ardhura neto / nga shërbimi
			Gjithsej	Meshkuj	Femra		
1							
2							
3							
4							
5							
6							

62. Si i gjeni klientët tuaj?

	Burimi i informacionit / modalitetet	Nëse po, specifikoni (vendosni detajet)	Sa i shpeshtë është kontakti?
1	Nga punëdhënësi / organizata juaj		
2	Nga një kompani private (p.sh. Kompani farash / plehrash)		
3	Një organizatë ju kërkon të ofroni shërbime		
4	Ju kontakton një projekt / organizatë		
5	Ju kontaktojnë fermerët		
6	Ju kontaktoni fermerët individual		
7	Ju kontaktoni grupet e fermerëve (përfaqësuesit)		
8	Ju kontaktoni anëtarët e një organizate të fermerëve		
9	Tjetër (specifikoni)		

63. Si e promovoni biznesin tuaj në treg?

- Televizion dhe radio
- Internet dhe media sociale
- Gazeta dhe revista
- Duke hapur fjalën
- Komuna lokale
- Nuk e promovojmë biznesin
- Tjetër: _____

63. Shuma e të ardhurave mesatare nga shitja e produkteve / shërbimeve gjatë 3 viteve të fundit? _____ euro *) Plotësoni numrin**65. Qarkullimi vjetor i ndërmarrjes?**

- Deri në 5.000 euro
- 5.000-10.000 euro
- 10.000-30.000 euro
- 30.000-100.000 euro
- Mbi 100.000 euro

66. Cila është përqindja e fitimit nga qarkullimi total vjetor i fermës?

- deri në 10%
- 10-25%
- 25-50%
- 50-75%
- 75-100%

67. Në çfarë mënyre informoheni për risitë në bujqësi?

- TV, radio, gazeta
 - Internet, media sociale
 - Kontakti i drejtpërdrejtë / hap fjalë
 - Email:
 - Libra/broshura
 - Shoqatat bujqësore
 - Shërbimet këshilluese
- *) Zgjedhje e shumëfishtë

68. A jeni anëtar me anëtarësi të paguar në një shoqatë bujqësore?

- Po
- Jo

69. Nëse jeni anëtar, në një shkallë prej 1 deri në 5, sa jeni të kënaqur me punën e shoqatës bujqësore? (shënoni një përgjigje - 1 i pakënaqur, 5 shumë i kënaqur)

- 1 2 3 4 5 Unë nuk jam anëtar

70. keni ndjekur ndonjëherë ndonjë trajnim bujqësor?

- Po Jo

71. Çfarë lloj trajnimesh bujqësore keni ndjekur?

- Trajnim për teknologji të reja të prodhimit
- Trajnim i ujitjes
- Trajnimi për plehërim
- Trajnim për mbrojtjen e bimëve
- Tjetër _____
- Nuk kam ndjekur asnjë

*) Zgjedhje e shumëfishtë

72. Çfarë trajnimi mendoni se do të përmirësonte shërbimet tuaja?

- Trajnim si të aplikoj për grante dhe si t'i përdor ato
- Krijim rrjeti
- Kontabilitet
- Trajnim si të futen teknologji të reja
- Trajnim për vendosje më të mirë në treg
- Kurse për përdorimin e operacioneve agro-mjedisore
- Tjetër _____

73. Cilët ekspertë do të preferonit ta ofronin trajnimin?

- Agronomë
- Konsulentë
- Profesorë nga institucionet arsimore
- Shoqatat bujqësore
- Ligjërues me përvojë nga fusha
- Tjetër _____

74. Me cilat sfidat ballafaqoheni?

“Gjatë tre viteve të fundit, a keni hasur ndonjë problem apo vështirësi gjatë ofrimit të shërbimeve për klientë?”

- _____
- _____
- _____

75. Specifikoni mënyrën për zgjidhjen e problemit që hasni

- _____
- _____
- _____

PJESA PËR MBETURINAT DHE MBROJTJEN E MJEDISIT

76. Sa mbeturina gjenerohen nga biznesi juaj?

77. Cili është lloji dhe vëllimi i mbeturinave të krijuara?

78. A i ndani mbeturinat tuaja? Nëse po, si:

79. A i asgjësoni mbeturinat tuaja? Nëse PO, ju lutem specifikoni si:

80. Cila është kostoja e trajtimit dhe asgjësimit të mbetjeve tuaja?

81. Cila pjesë e mbeturinave të biznesit riciklohet?

82. A preferoni ose ofroni produkte të biodegradueshme, të riciklueshme ose të ripërdorshme?

83. A i informoni klientët për mbrojtjen e mjedisit në aktivitetet e tyre të përditshme?

PJESA E KONSUMIT TË ENERGJISË DHE UJIT

84. A përdorni ruajtje të ftohtë për produktet tuaja?

Nëse po, cili është kostoja vjetore e konsumit të energjisë, mesatarisht?

Energjia (kW): _____ euro: _____

Nëse po, a përdorni pajisje me efikasitet të energjisë? Nëse po, për cilat arsye (mbrojtja e mjedisit ose reduktimi i kostos së energjisë)?

85. A mbështeteni në burime të ndryshme të energjisë, duke përfshirë ato të etiketuara si ‘të pastra’?

86. A i informoni klientët tuaj për masat për kursimin e energjisë dhe ujit?

