

# Fuqizimi Ekonomik i Gruas

Udhëzues  
mbi ngritjen  
dhe  
funksionimin  
e klasterave  
ekonomikë





**Autorë**  
**Sidita Dibra**  
**Orsiola Kurti**

© Instituti për Demokraci dhe Ndërmjetësim  
Tiranë, 2014

*Ndalohet shitja apo përdorimi i këtij botimi për qëllime përfitimi.*

*Ky udhëzues u përgatit me mbështetjen financiare dhe teknike të Entit të Kombeve të Bashkuara për Barazinë Gjinore dhe Fuqizimin e Grave në Shqipëri (UN Women) në kuadër të programit të bashkëpunimit ndërmjet Qeverisë së Shqipërisë dhe Kombeve të Bashkuara 2012-2016.*

*Përgatitja dhe publikimi i këtij udhëzuesi është mbështetur financiarisht nga Qeveria Suedeze. Mendimet dhe pikëpamjet e shprehura në të janë të autorëve dhe nuk përfaqësojnë domosdoshmërisht ato të Entit të Kombeve të Bashkuara për Barazinë Gjinore dhe Fuqizimin e Grave në Shqipëri (UN Women) apo të Kombeve të Bashkuara.*

# Falënderime

**I**nstituti për Demokraci dhe Ndërmjetësim (IDM) shpreh falënderime për Entin e Kombeve të Bashkuara për Barazinë Gjinore dhe Fuqizimin e Grave në Shqipëri (UN Women) dhe Qeverinë Suedeze për sigurimin e mbështetjes financiare në realizimin e projektit “Fuqizimi i Grave përmes Ngritjes së Klasterit Ekonomik”, në kuadrin e të cilit janë hartuar këto udhëzime.

IDM shpreh falënderime për të gjithë aktorët në nivel vendor dhe rajonal në Dibër, të përfshirë në faza të ndryshme të zbatimit të projektit si organizata vendore “Agritra Vizion”, që ka siguruar mbështetje të vazhdueshme, Këshilli i Qarkut Dibër, Drejtoria Rajonale e Bujqësisë, Komuna Tomin, Komuna Melan, si dhe gratë prodhuese e përpunuese në Staravec.

IDM dëshiron të shprehë mirënjohje të veçantë për Z. David Saunders dhe Znj. Erisa Çela nga Enti i Kombeve të Bashkuara për Barazinë Gjinore dhe Fuqizimin e Grave (UN Women) për mbështetjen e tyre të vazhdueshme në kuadër të këtij projekti.

Drejtori Ekzekutiv

*Sotiraq HRONI*

# Përmbajtja

<b>Falënderime</b>	<b>3</b>
<b>Hyrje</b>	<b>5</b>
<b>1. Fuqizimi ekonomik i grave në Dibër</b>	<b>7</b>
1.1 Fuqizimi i gruas përmes klasterave në bujqësi	7
1.2 Përshkrim i projektit	8
1.3 Profili i grupit të grave në Staravec	8
<b>2. Çfarë janë klasterat dhe llojet e tyre?</b>	<b>10</b>
<b>3. Klasterat në agrobiznes</b>	<b>12</b>
<b>4. Cilat janë përfitimet që sjellin klasterat?</b>	<b>14</b>
4.1 Në nivel fermeri	14
4.2 Në nivel blerësi	15
4.3 Në nivel donatori dhe agjencie zbatuese	16
4.4 Në nivel klasteri	16
<b>5. Cilat janë sfidat që sjellin klasterat?</b>	<b>18</b>
<b>6. Si mund të organizohen fermerët në klastera?</b>	<b>20</b>
<b>7. Ndërtimi i një klasteri të orientuar nga performanca</b>	<b>23</b>
7.1 Objektivat e klasterit	24
7.2 Proceset në një klaster	24
7.3 Performanca	28
<b>8. Pse dështojnë klasterat?</b>	<b>30</b>
<b>9. Ndikimi i mjedisit të biznesit në performancën e klasterit</b>	<b>31</b>
<b>10. Metodologjia për zhvillimin e klasterave në agrobiznes</b>	<b>33</b>
<b>Referencat</b>	<b>38</b>

# Hyrje

**F**uqizimi i grave në zonat rurale mbetet një sfidë e madhe për vendin. Në vitet e fundit, Shqipëria ka bërë përpjekje të rëndësishme për t'i trajtuar këto sfida përmes angazhimeve kombëtare për barazinë gjinore. Kur gratë janë të fuqizuara nga ana sociale dhe ekonomike, ato shndërrohen në një forcë të madhe për ndryshim në komunitetin e tyre. Pabarazitë që ekzistojnë midis burrave dhe grave e bëjnë të vështirë që gratë të përdorin potencialin e tyre. Fuqizimi ekonomik i grave është një mjet i rëndësishëm për t'i mbështetur ato në luftën kundër abuzimit dhe diskriminimit brenda familjeve dhe komuniteteve ku ato jetojnë.

Roli i grave në zinxhirët e vlerës në zonat rurale shkon përtej prodhimit. Ngritja e kapaciteteve të tyre për të marrë pjesë në të gjitha hapat, si përpunimi, paketimi, marketingu, etj., sjell përfitime afatgjate dhe të qëndrueshme për ekonominë rurale. Disa nga problemet kryesore në zonat rurale në Shqipëri janë niveli i ulët i teknologjisë bujqësore, copëtimi i tokës në biznese të vogla familjare me kapacitete të kufizuara kundrejt nismave bashkëpunuese në prodhim, përpunim dhe marketing. Mbizotëron një mendësi individualiste që pengon prodhimin dhe konkurrueshmërinë. Këto probleme të zhvillimit rural kanë një ndikim të drejtpërdrejt në mungesën e përvojës së bizneseve të vogla dhe të mesme, në aksesin të financat dhe informacioni si dhe në mungesën e mbështetjes institucionale bazuar mbi stereotipe dhe perceptime.

Fuqizimi rrit pavarësinë ekonomike të grave, fuqinë vendimmarrëse dhe liritë sociale duke sjellë një efekt pozitiv në marrëdhëniet gjinore në nivel familjar dhe komuniteti. Fuqizimi i grave përmes zhvillimit të klasterave ekonomikë përbën një mundësi të vërtetë për gratë, sipërmarrjet familjare dhe bizneset e vogla në Shqipëri. Anëtarët në një klaster operojnë në një mjedis biznesi që ofron 3 avantazhe kryesore për gratë. Së pari,

sipërmarrëset gra do të operojnë në mënyrë më produktive duke qenë se mund të sigurojnë akses tek inputet kryesore, të tilla si furnitorët, informacionet, teknologjitë dhe institucionet e arsimit të lartë. Bizneset e vogla mund të sigurojnë akses në tregje dhe në informacione teknik. Anëtarët e klasterit përfitojnë edhe përmes përpjekjeve të përbashkëta në marketing, pjesëmarrje në panairë dhe mbrojtje të markave të produkteve të tyre. Së dyti, anëtarët përfitojnë prej transferimit të njohurive, që krijojnë një burim novacioni. Së treti, klasterat inkurajojnë krijimin e biznesit të ri duke u bazuar te konsumatorët.

# 1. Fuqizimi ekonomik i grave në Dibër

## 1.1 Fuqizimi i gruas përmes klasterave në bujqësi

**K**lasterat janë konsideruar dhe si një mënyrë për fuqizimin e grave, të cilat karakterizohen kryesisht nga një pjesëmarrje më e ulët në tregun e punës, kanë paga e të ardhura më të ulëta. Organizime të këtyre formave me bazë gjinore i mundësojnë grave të kenë në pronësinë e tyre dhe të kontrollojnë asetet duke rritur në këtë mënyrë jo vetëm produktivitetin por dhe vetëvlerësimin. Është provuar se një grua e cila mund të marrë vendime mbi çfarë dhe sa të mbjellë apo përpunojë është më produktive në bujqësi si dhe krijon një parakusht për kujdes shëndetësor dhe ushqim më të mirë për fëmijët e saj. Zvogëlimi i hendekut gjinor në bujqësi përmes klasterave nuk ofron përfitime vetëm për anëtarët por dhe për sektorin në përgjithësi. Në këtë mënyrë, rriten të ardhurat e familjeve të këtyre grave dhe përmirësohet oferta e produkteve si dhe kjo gjë ndikon në uljen e çmimeve dhe në pjesëmarrjen e lartë në tregun e punës. Grupimi i grave krijon mundësi për bashkimin e fuqive si dhe shumëfishimin e efekteve pozitive për shkak të së drejtës së përdorimit të të ardhurave të krijuara. Analizimi i efekteve të grupimit të grave në bujqësi kryesisht në vendet në zhvillim ka evidentuar se është arritur të rritet mundësia për financa dhe hyrje në tregje.

Përveç përfitimeve, klasterimi i grave duhet menaxhuar me kujdes, pasi

qëndrueshmëria e grupit mund të rrezikohet nga sfidat që u dalin përpara, si pamundësia për të kontribuar financiarisht në ngritjen e njësisë apo koha e shpenzuar për mbledhjet dhe drejtimin e grupit mund të zhvendosë vëmendjen nga punët e përditshme. Për këtë, një avantazh do përbënte grupimi i natyrshëm i grave dhe përvoja e mëparshme e bashkëpunimit. Një rast i tillë është dhe grupi i grave në Staravec të rrethit Dibër.

## 1.2 Përshkrim i projektit

Në një përpjekje për të siguruar mbështetje për fuqizimin e grave përmes zhvillimit të klasterit ekonomik, Instituti për Demokraci dhe Ndërmjetësim, në bashkëpunim me organizatën vendore Agritra Vizion dhe me mbështetjen e UN Women është duke zbatuar projektin “Fuqizimi i Grave përmes Zhvillimit të Klasterave Ekonomikë” në Dibër.

Ky projekt synon të nxisë fuqizimin ekonomik dhe mundësitë e punësimit për gratë si dhe të zhvillojë, diversifikojë dhe promovojë klasterat ekonomikë dhe bizneset e vogla dhe të mesme në zonat rurale dhe periferike në Shqipëri.

Rezultatet e pritshme të projektit janë:

1. Hartimi i udhëzimeve për ngritjen dhe funksionimin e klasterave ekonomikë në fushën e agro-turizmit
2. Ngritja e një klasteri ekonomik pilot që synon fuqizimin e grave
3. Zgjerimi i aktivitetit ekonomik dhe krijimi i vlerës së shtuar ekonomike
4. Forcimi i njohurive dhe kapaciteteve të aktorëve të përfshirë
5. Publikimi i arritjeve kryesore dhe promovimi i klasterit në nivel kombëtar.

## 1.3 Profili i grupit të grave në Staravec

Në Stravec, prej vitesh tashmë, zhvillojnë aktivitetin e tyre një grupim prej 20 grash, të cilat me punën e tyre në bujqësi sigurojnë të ardhurat kryesore ose të vetme për familjen. Gratë janë angazhuar në disa drejtime, si prodhimi i jufkave, kultivimi dhe mbledhja e frutave, përpunimi i reçelit dhe kompostove, mbledhja e bimëve aromatike-mjekësore, shitja e nënprodukteve blegtorale, etj. Të gjitha punojnë në mënyrë të pavarur dhe

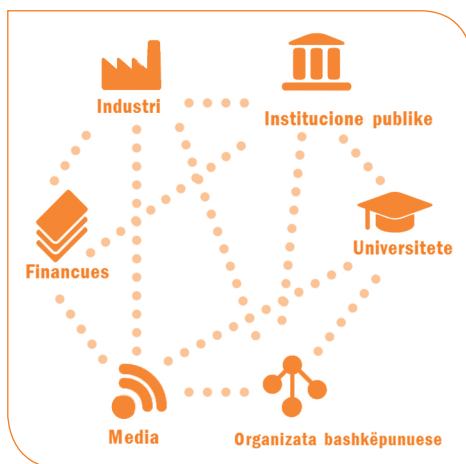


secila ka një tipologji të fragmentuar të aktivitetit bujqësor. Ata bashkohen kryesisht në kuadër të pjesëmarrjes në aktivitete si panairët ku dhe janë promovuar. Ky grup është ndihmuar nga disa projekte dhe organizata, në veçanti nga Agritra Vizion, që ka ofruar asistencë të vazhdueshme për ta në drejtim të ngritjes së kapaciteteve në fusha si marketingu dhe aksesit në treg apo dhe bashkëpunimi me aktorët/strukturat e tjera me aktivitet në Dibër. Gjatë kësaj kohe, këtyre grave iu është krijuar mundësia jo vetëm të evidentojnë dhe zhvillojnë produktet e tyre, por edhe të marrin pjesë në veprimtari promovuese në nivel vendor dhe kombëtar. Ky grupim është aktualisht i regjistruar si shoqatë grash fermere në Dibër në 2007 me qëllim përdorimin së bashku të mjeteve përpunuese të produkteve bujqësore, kryesisht të frutave të pyllit, njohjen dhe përvetësimin e teknikave të përpunimit bashkëkohor të produkteve bujqësore, ofrimin e ndihmës së ndërsjellë mes anëtarëve të grupit për përvetësimin e teknikave bashkëkohore të përpunimit të frutave, etj. Pavarësisht ndihmës së ofruar, grupi vazhdon të përballet me sfidat e grumbullimit të prodhimit dhe aksesit në treg.

## 2. Çfarë janë klasterat dhe llojet e tyre?

**Klasterat** janë grupime në një zonë të caktuar gjeografike të bizneseve/sipërmarrjeve të furnitorëve të specializuar, ofruesve të shërbimeve, firmave në industritë mbështetëse apo institucioneve tjera (si universitete, agjenci që përcaktojnë standardet apo shoqata biznesi), të cilat bashkëpunojnë për të ofruar disa produkte ose shërbime. Klasterat janë në fokusin e politikave shtetërore dhe të donatorëve të huaj si në vendet e zhvilluara ashtu edhe në vendet e varfra apo ato në zhvillim, pasi konsiderohen si një mjet i fuqishëm i zhvillimit ekonomik dhe atij rajonal. Kjo arrihet përmes rritjes së konkurrencës, e cila nxit rritjen e produktivitetit të sipërmarrjeve pjesëmarrëse, kapacitetin e tyre për të sjellë risi si dhe krijon mundësi për hapjen e bizneseve të tjera mbështetëse.

Ka disa **arsye pse aktorë të ndryshëm mund të bashkohen në klastera**. Në këto arsye përfshihen faktorët e prodhimit, teknologjia, njohuritë historike, kostoja e ulët prodhimi dhe ekspertiza mbi biznesin. Më të njohurat janë klasterat që



Faktorët nxitës të klasterave:

- Disponibiliteti i lëndës së parë
- Kushte të veçanta të tokës e klimës
- Afërsia me një treg të caktuar
- Ngjarje të rastit
- Krijimi i një njësie kërkim-zhvillimi të financuar nga qeveria
- Tradita/ historia dhe kultura lokale dhe eksperiencia në një fushë të caktuar.

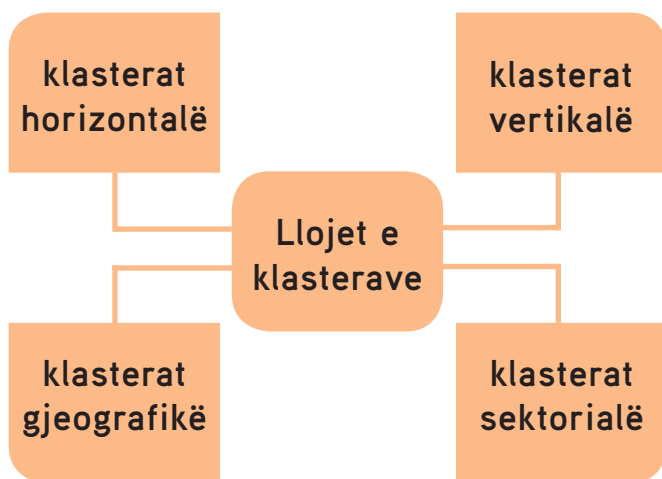
formohen pranë zonave ku janë të përqendruara faktorë prodhimi, si lënda e parë, toka, burimet natyrore, krahu i punës, etj. Sidoqoftë, cilado qoftë fillesa, klasterimi është një filozofi e bazuar në parimet e integritimit të aktiviteteve dhe bashkëpunimit të anëtarëve me qëllim përfitimin e ndërsjellë. Njihen disa lloje klasterash të cilat renditen si më poshtë.

**Klasterat gjeografikë** janë të ndërtuara për shkak të arsyeve gjeografike, si vendndodhja e atyre burimeve të nevojshme për procesin e prodhimit apo klasterat lokale, të cilat i shërbejnë kryesisht konsumatorëve të përqendruar në atë zonë, si dhe klasterat tregtare që ndryshe nga klasterat lokale i shpërndajnë produktet e tyre edhe jashtë zonës ku është vendosur klasteri, madje dhe i eksportojnë.

**Klasterat horizontale** nënkupton ndërveprimin e firmave dhe industrive duke ndarë burimet dhe njohuritë.

**Klasterat vertikale** bashkojnë organizata, të cilat janë të bashkërenduara dhe të vendosura në hallka të ndryshme të zinxhirit të vlerës. Shumë klastera përfshihen në këtë kategori por kanë rezultate të ndryshme në varësi të bashkërendimit mes aktorëve dhe nivelit të shfrytëzimit të potencialit të secilit.

**Klasterat sektoriale** ndërtohen nga organizata që operojnë në të njëjtin sektor dhe ofrojnë një produkt ose shërbim si turizëm, produkte bujqësore, etj. Anëtarët në klaster mund të jenë të ndërlidhur horizontalisht ose vertikalisht.



# 3. Klasterat në agrobiznes

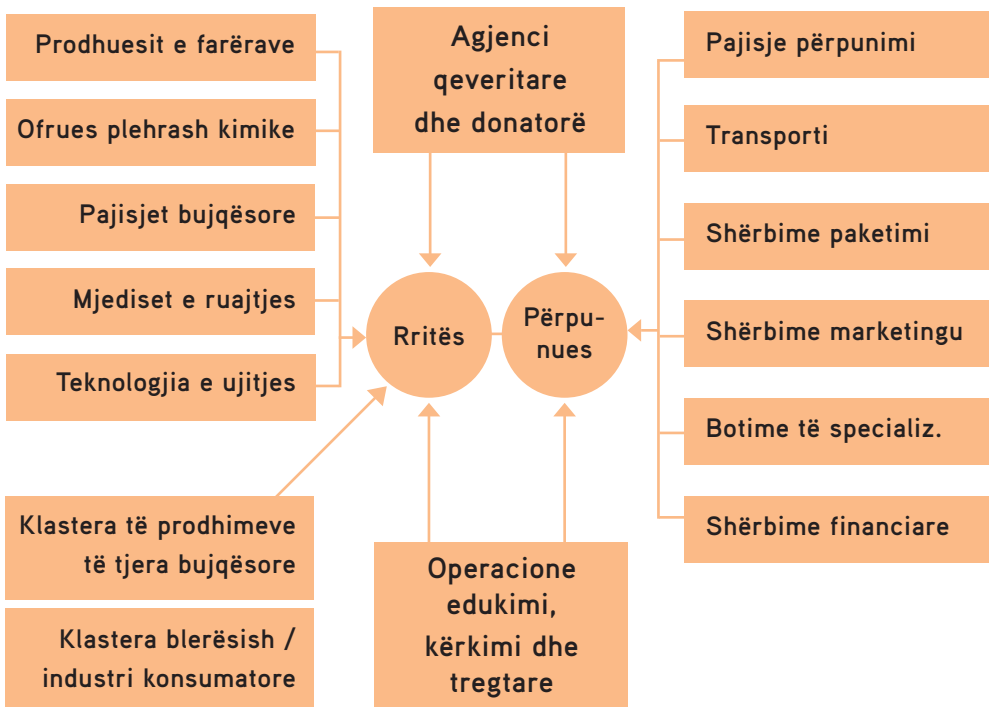
Në shumë vende në zhvillim potenciali më i madh për rritje të qëndrueshme qëndron në sektorin bujqësor. Megjithatë, është pikërisht ky sektor që ka nivelin më të lartë të varfërisë, për shkak se fermerët e vegjël (sidomos gratë) dhe komunitetet e tyre rurale ngecin në qerthullin e mbyllur të fitimeve të vogla, që çojnë në ndërmarrjen e aktiviteteve me risk të ulët, në investime të pakta, me produktivitet të ulët, me orientim të dobët nga tregu, me vlerë të ulët të shtuar dhe për pasojë në marzhe edhe më të ulta fitimi.

Krijimi i klasterave përbën një zgjidhje të mirë për sektorin e agrobiznesit duke rritur njëkohësisht konkurrueshmërinë afatgjate brenda sektorit bujqësor. Një rrjet i tillë i rritjes së vlerës është ndërthurje ose bashkim i:

- **Marrëdhëniet vertikale** mes furnitorëve të lëndës së parë dhe faktorëve të tjerë të prodhimit, prodhuesve të produkteve bujqësore, përpunuesve dhe eksportuesve, blerësve me shumicë dhe shitësve me pakice;
- **Marrëdhëniet horizontale** mes prodhuesve, kryesisht të bashkuar në formën e kooperativave përgjegjëse për kultivimin dhe përpunimin e lëndës së parë;
- **Marrëdhëniet mbështetëse** mes prodhuesve dhe organizatave mbështetëse, si qeverisja vendore, ofruesit e shërbimeve të biznesit, institucionet kërkimore, universitetet dhe organizatat jo-qeveritare të shërbimeve, të cilat mundësojnë arritjen e treguesve të cilësisë, efikasitetit dhe qëndrueshmërisë së zinxhirit. Në rastin e klasterave në agrobiznes, një rol të rëndësishëm luajnë dhe qendrat e transferimit

të teknologjisë në bujqësi si dhe qendrat e informacionit bujqësor dhe shërbimit këshillimor.

Pjesa më e madhe e fermerëve dhe njësive ekonomike të vogla të agrobiznesit prodhojnë dhe shesin një produkt të padiferencuar dhe varen nga çmimi i vendosur nga blerësit. Në këtë lloj marrëdhënieje, prodhuesit janë tërësisht të ekspozuar ndaj luhatjeve të tregut dhe kanë pak mundësi për të shtuar vlerën, vetëm nëse arrijnë të zhvillojnë produktin bujqësor duke shtuar disa operacione elementare si pastrimi, tharja, depozitimi/ngrirja, etj., apo më të komplikuar si përpunimi, paketimi dhe shitja. Një shtim i tillë i vlerës mundësohet nga bashkërendimi i aktorëve në klasterat e agrobiznesit që mundëson përbashkëtimin në mënyrë më efektive me sfidat e përbashkëta dhe shfrytëzimin e mundësive të përbashkëta që shfaqen. Kjo nënkupton fuqizim të anëtarëve të klasterave.



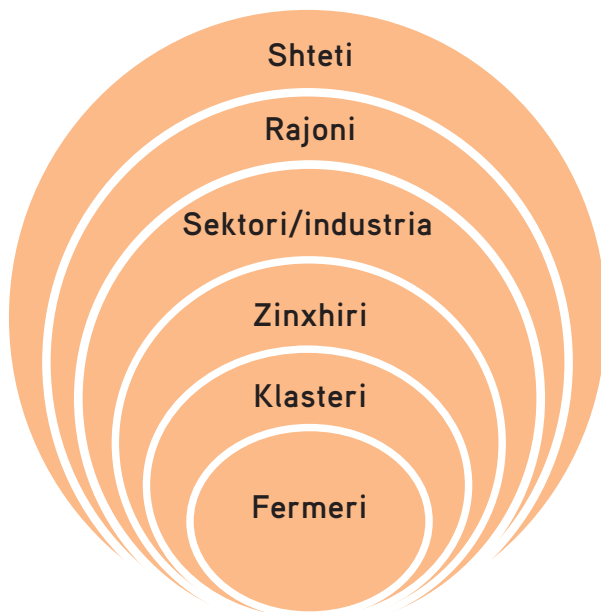
# 4. Cilat janë përfitimet që sjellin klasterat?

**K**lasterat krijojnë mundësi për përfitime të shumta në disa nivele, të cilat jepen të grupuara më poshtë. Sa më mirë të ndërtohen e drejtohen klasterat, aq më shumë do përfitojnë në nivel individual fermerët që ndërtojnë klasterin dhe aktorët e tjerë, si dhe vetë klasteri në tërësi, sektori, rajoni apo dhe më gjerë.

## 4.1 Në nivel fermeri

- *Ulje e kostove* si rezultat i bashkimit të përpjekjeve për aktivitet marketingu dhe ndonjëherë të prodhimit dhe arritja e “ekonomive të shkallës”.
- *Rritja e aksesit ndaj faktorëve të prodhimit dhe shërbimeve*
- *Rritja e të ardhurave* si rezultat i uljes së humbjeve, qëndrueshmërisë në tregje dhe çmimit më të lartë që justifikon një cilësi më të mirë
- *Përmirësimi i aksesit në tregje dhe i informacionit* për sektorin
- *Fuqi më e lartë negociimi* për çmimin në marrëdhëniet tregtare si rezultat i aksesit dhe informacionit më të lartë në treg dhe i mundësive më të shumta që ofrohen nga bashkimi i fermerëve për të investuar në ofrimin e proceseve të tjera që e rrisin vlerën produktit si përpunimi, ruajtja, magazinimi, transporti etj.

- **Fuqizimi i fermerëve të vegjël**, të cilët përfitojnë në aftësi, njohuri dhe përvojë tregu. Duke qenë në grup, fermerët mund të fitojnë besim në treg dhe fuqizohen përmes arritjeve, të ardhurave më të larta dhe pavarësia. Ndër të tjerash, kjo strategji konsiderohet dhe si mjet për fuqizimin e grave që punojnë në agrobiznes.
- **Zë më i fuqishëm** në drejtim të hartimit të politikave të agrobiznesit, i cili fuqizohet sa më tepër që rritet klasteri.
- **Përmirësim i marrëdhënieve mes fermerëve** si rezultat i punës së bashku dhe ndihma reciproke
- **Përfitim i ndërsjellë mes anëtarëve**, qoftë ai në mënyrë të organizuar nga palët e tjera që ofrojnë burime si qeveria, organizata jo-fitim prurëse, biznese, donatorë etj., apo dhe të paparashikuar përmes marrjes së përvojave më të mira.



## 4.2 Në nivel blerësi

Blerësit kanë kërkesa të veçanta mbi sasinë, cilësinë dhe besueshmërinë e produkteve që blejnë nga klasteri dhe mund të përfitojnë nga ky grupim, për shkak të këtyre arsyeve:

- **Siguri më e lartë për kriteret e cilësisë**, pasi klasterat ndërtojnë dhe ndjekin një sistem të menaxhimit të cilësisë
- **Identifikim i klasterit dhe fermerit** si ofrues i produktit përmes sistemit të etiketimit
- **Produkt më i konsoliduar**
- **Reagim më i shpejtë kundrejt kërkesave/ankesave të tregut**
- **Informacion paraprak** mbi sasinë e blera si rezultat i planifikimit të

prodhimit nga klasteri

### 4.3 Në nivel donatori dhe agjencie zbatuese

Klasterat shpesh herë, veçanërisht në vendet në zhvillim ose në tranzicion, ndërtohen me ndihmën e donatorëve të huaj dhe agjencive zbatuese, të cilat ofrojnë ndihmë të drejtpërdrejtë përmes skemave të financimit ose mbështetjes me informacion. Përfitimet për këto aktorë të rëndësishëm janë:

- *Përdorim eficient i burimeve*
- *Numër më i lartë përfituesish dhe në një shkallë më të gjerë*
- *Përmirësim i sistemeve të prodhimit dhe i sektorit agro-përpunës në përgjithësi*
- *Qëndrueshmëri më e madhe* pas projektit, pasi anëtarët do vijojnë të menaxhojnë vetë klasterin

### 4.4 Në nivel klasteri

Organizimi i fermerëve dhe institucioneve të tjera mbështetëse në klaster ofron avantazhe për këtë njësi të krijuar, të cilat nuk do ishin të mundura nëse fermerët punojnë të veçuar.

- *Rritje e produktivitetit* përmes specializimit të faktorëve të prodhimit, mundësisë më të madhe për informacion, sinergjisë dhe përfitimit nga të mirat publike
- *Inovacion më i shpejtë* përmes shërbimeve të kërkimit, presionit të konkurrencës dhe mbledhjes së shumë ideve nga disa anëtarë
- *Rritje e produktivitetit* përmes specializimit të faktorëve të prodhimit, mundësisë më të madhe për informacion, sinergjisë dhe përfitimit nga të mirat publike
- *Përdorim më i mirë dhe më eficient i burimeve* si i infrastrukturës, burimeve njerëzore të specializuara dhe burimeve të tjera përfshirë kapitalin.
- *Ulje e kostove* si rezultat i bashkëpunimit, krijimit të vendeve të përbashkëta të punës për anëtarët, uljen e konkurrencës mes tyre, si dhe arritjen e ekonomive të shkallës



- **Përfitimi nga më shumë informacion** dhe shërbime të cilat mundësohen nga rrjeti i partnerëve si blerësit, nga aktorët që ofrojnë shërbime ndihmëse si pushteti vendor apo universitetet, si dhe nga pjesëmarrja në aktivitete si panaire, etj.
- **Tërheqja e investitorëve të huaj**, të cilët më shumë janë të prirur të bashkëpunojnë me një organizëm të konsoliduar se me fermerë individualë që nuk ofrojnë garanci
- **Njohje më e mirë e markës** sidomos në rastin e klasterave që funksionojnë afër konkurruesve dhe industrive mbështetëse të cilat interesohen për ta
- **Marketing më i mirë** kryesisht përdorimit të kanaleve të përbashkëta të shpërndarjes, dhe zgjerimit të rrjetit të shitjeve

Në këndvështrimin rajonal, klasterat ndihmojnë në krijimin dhe rritjen e profilit të një sektori të caktuar në një rajon të caktuar, jo vetëm në nivel vendor por edhe në atë ndërkombetare. Kjo do t'i bënte ato më tërheqëse për investime të reja, veçanërisht nëse shoqërohet edhe me administrimin dhe mbështetjen e duhur politike.

## 5. Cilat janë sfidat që sjellin klasterat?

**P**ërveç përfitimeve të shumta në disa nivele, klasterat në agrobiznes nuk janë një zgjidhje e të gjitha problemeve për fermerët e vegjël, veçanërisht në zonat me zhvillim të ulët ekonomik dhe infrastrukturor. Jo të gjitha klasterat janë të suksesshme, pasi nuk arrijnë të tejkalojnë disa nga problemet që shoqërojnë këto grupime si:

- Mungesë e besimit mes anëtarëve
- Kosto të larta të brendshme si negociimi, monitorimi, informimi, etj.
- Probleme të vetëmenaxhimit kur donatorët apo nismëtarët e klasterave largohen. Në një fazë të tillë, shumë klastera nuk arrijnë dot të zgjedhin një drejtues për të menaxhuar këtë nismë dhe për ta çuar përpara si dhe e kanë të vështirë të ngrenë strukturat organizative dhe procedurat për marrjen e vendimeve.
- Dalja më vete e disa anëtarëve, të cilët pasi përfitojnë nga klasteri punojnë si të pavarur duke ulur fuqinë e grupimit
- Tregu i kufizuar dhe varësi e lartë nga kërkesat e klientëve që mund të ndryshojnë, sidomos kur fermerët që bashkohen në klaster janë të vegjël, aksesit në tregje kthehet në sfidën kryesore.

*Çfarë roli luan bashkimi i fermerëve në përballimin e këtyre sfidave?*

- Rrit nivelin e pjesëmarrjes dhe konsultimit me të gjitha palët e interesuara në planifikim, zhvillim, menaxhim si dhe nxit ndërtimin e procedurave

- Lehtëson mekanizmat për vetë-rregullimin vullnetar për të përfituar nga praktikat më të mira si menaxhimi i klasterit i orientuar nga performanca
- Promovon përdorimin efikas të burimeve.
- Zhvillon burimet njerëzore duke i ofruar trajnime për proceset dhe teknikat
- Rrit mundësinë për të hyrë në tregje si rezultat i fuqisë më të madhe për të negociuar dhe i garancisë më të lartë
- Lehtëson komunikimin me shërbimet mbështetëse dhe qeverinë me të cilën mund të ndërtojë një bashkëpunim dypalësh.

## 6. Si mund të organizohen fermerët në klastera?

**F**ermerët janë aktorët më të rëndësishëm në një klaster agrobiznesi dhe për të qenë një aktor i fuqishëm ata duhet të jenë të organizuar. Më poshtë jepen disa nga format më të përhapura se si fermerët e vegjël në mënyrë të veçantë mund të grupohen për të qenë pjesë e një klasteri.

*Organizata apo rrjete informale* të cilat nuk janë të regjistruara dhe si rrjedhojë nuk mundësojnë të drejta ligjore për anëtarët. Zakonisht kjo është forma fillestare e bashkimit të fermerëve, të cilët pastaj regjistrohen për të pasur mundësi të hyjnë në marrëdhënie ligjore me të tretët.

*Shoqatat* janë organizata ku anëtarët përkatës janë bashkuar për shkak të qëllimeve të përbashkëta ose për të zgjidhur një çështje. Shumë nga këto shoqata janë të regjistruara si organizata jofitimprurëse dhe përbëjnë bërthamën për një klaster të konsoliduar më vonë.

*Kooperativat* janë forma më e njohur e grupimit të fermerëve në një klaster. Anëtarët bashkojnë burimet dhe përfitojnë nga rritja e shitjeve si rezultat i uljes së çmimit për shkak të uljes së kostove të prodhimit. Kjo formë e organizimit është më e përshtatshme nëse qëllimi i anëtarëve është shitja e produkteve që prodhojnë ata vetë. Numri i anëtarëve mund të

ndryshojë, por madhësia optimale që është njëkohësisht e menaxhueshme dhe siguron ulje të kostove, është 15 deri 30 fermerë. Nisur nga burimet e kufizuara të fermerëve dhe përfitimet që mund të ofrohen për ta në rast bashkimi, Qeveria Shqiptare ka ndërtuar një bazë ligjore favorizuese, e cila përshkruhet në kutizën e mëposhtme.

### **Ligji Nr. 38, datë 05.04.2012, “Për shoqëritë e bashkëpunimit bujqësor”**

#### **Neni 1**

Shoqëria e bashkëpunimit bujqësor është një organizim vullnetar ndërmjet personave fizikë ose juridikë, me qëllim përmbushjen e nevojave apo interesave të tyre në fushën e prodhimit, të përpunimit dhe të tregtimit të produkteve bujqësore e blegtorale, kryesisht por pa u kufizuar, nëpërmjet marrëveshjeve apo bashkëpunimit të ndërsjellë ndërmjet tyre dhe shoqërisë për shërbime, mallra apo produkte të sektorit bujqësor ose blegtoral, si dhe nëpërmjet promovimit të veprimtarive të tyre ekonomike.

#### **Neni 2**

Shoqëritë e bashkëpunimit bujqësor, të cilat krijohen dhe ushtrojnë veprimtarinë e tyre në përputhje me përcaktimet e këtij ligji, janë subjekt i lehtësive fiskale dhe skemave mbështetëse, sipas legjislacionit në fuqi.

### *Cilat janë disa nga karakteristikat e klasterave të agrobiznesit në vendet në zhvillim?*

*Madhësia e fermave është e vogël*, pasi pjesa më e madhe e klasterave në vendet në zhvillim krijohen prej bashkimit të fermerëve të vegjël dhe ekonomive familjare.

*Numër i pamjaftueshëm i fermave* që bashkohen në klaster aq sa të arrihet volumi i aktivitetit apo niveli i bashkërendimit me aktorët e tjerë brenda dhe jashtë klasterit që siguron përvojën e nevojshme për zhvillimin e mëtejshëm të klasterit.

*Organizimi informal* vihet re si formë e organizimit deri në çastin kur në horizont duken mundësi të përmirësimit të infrastrukturës apo nisma të mëdha investimi.

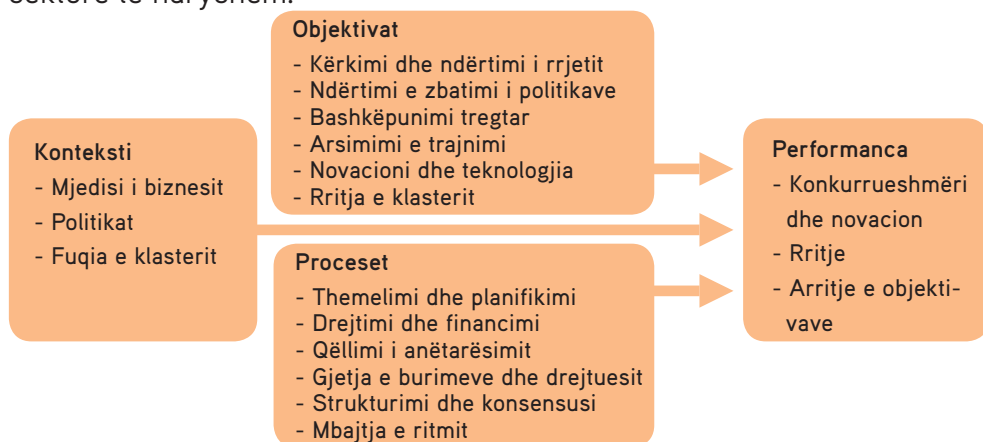
*Lidhje të brendshme relativisht të dobëta ndërmjet aktorëve kryesorë* të klasterave si mes fermerëve, qeverisë, institucioneve akademike, institucioneve financuese dhe institucioneve të tjerave të bashkëpunimit. Një karakteristikë e tillë i bën klasterat më fleksibël por njëkohësisht më të rrezikuara.

*Zhvillim drejt produkteve me vlerë të shtuar më të lartë* është një karakteristikë e klasterave në vendet në zhvillim, të cilat fokusohen në “xhepa” të ngushtë tregu, ndryshe nga klasterat në vendet më të zhvilluara që janë të orientuara drejt eksporteve.

*Mundësi të shumta për t’u zhvilluar* që rriten më tepër, nëse ndërtohen marrëdhënie të qëndrueshme mes aktorëve dhe veçanërisht nëse blerësit janë eksportues dhe vendosin standarde që shërbejnë për klasterin si një udhërrëfyes drejt zhvillimit.

# 7. Ndërtimi i një klasteri të orientuar nga performanca

**M**e qëllim sigurimin e përfitimeve të qëndrueshme për të gjithë anëtarët e klasterit dhe në të gjitha nivelet e përmendura më sipër, sugjerohet ndërtimi i një klasteri sipas modelit të mëposhtëm, i cili sugjerohet si më i përshtatshmi pas analizimit të 250 klasterave në shumë vende dhe sektorë të ndryshëm.<sup>1</sup>



1 Një studim i tillë është botuar në “The Cluster Initiative Greenbook” dhe që në vitin 2003 njihet si kontributi më i rëndësishëm në sugjerimin e politikave të nxitjes së klasterave bazuar në praktikatat më të mira.

## 7.1 Objektivat e klasterit

Klasterat kanë një tërësi objektivash, të cilat shtrihen në gjashtë kategori kryesore:

- **Kërkimi shkencor dhe ndërtimi i rrjetit** qëndron në bazën e shumë klasterave ku anëtarët janë të përfshirë në mbledhjen, përpunimin dhe ndarjen e rezultateve në seminare, specialistë të ftuar, ndërtimi dhe publikimi në faqe interneti etj. Në këtë mënyrë anëtarët kanë mundësi të zhvillohen, klasteri të njihet e të zhvillohet si dhe të ndërtojë ura bashkëpunimi me partnerë.
- **Ndërtimi e zbatimi i politikave** nënkupton përpjekjen e planifikuar dhe të orientuar të klasterit si organizëm tek politikëbërësit, me qëllim uljen e barrierave administrative apo fiskale apo ndërtimin e politikave në favor të zhvillimit të klasterit.
- **Bashkëpunimi tregtar** realizohet përmes një sërë nismash si blerje të përbashkëta, asistencë e biznesit, kërkime tregu, promovim eksporti, etj.
- **Arsimimi e trajnimi i forcës së punës** në klaster dhe përgatitja e drejtuesve të klasterave përbën një objektiv të rëndësishëm që siguron qëndrueshmëri e përballje me konkurrencën.
- **Novacioni e teknologjia** është një objektiv që mund të arrihet nga bashkimi i disa forcave në klaster. Gjithashtu në këtë fushë përfshihet përditësimi i vazhdueshëm me të rejat e fundit, vendosja e standardeve teknike dhe përmirësimi i procesit të prodhimit.
- **Zgjerimi dhe rritja e klasterit** përbën një objektiv të natyrshëm në jetën e një organizmi të tillë. Shpesh kjo rritje vjen edhe si rezultat i mundësive më të mëdha që ofrohen.

## 7.2 Proceset në një klaster

Gjatë jetës së tij që nga ideimi, më pas lindja, ndërtimi, zhvillimi dhe rritja, klasteri e zhvillon aktivitetin në disa dimensione që jo vetëm sigurojnë qëndrueshmërinë por dhe i japin atij tiparet e veçanta.

**Themelimi dhe planifikimi** tregon si niset një klaster. Në vendet në zhvillim, ku dhe burimet janë më të pakta dhe industria është më pak e zhvilluar, janë donatorët ata që e marrin këtë nismë. Ndërsa në vendet



e zhvilluara mund të jetë vetë industria apo qeveria që nxit një nismë të tillë. Nxitja nga aktorët e huaj apo vendas mund të jetë nga poshtë-lart ose, sipas asaj që quhet qasja spontane, ku ndihma i ofrohet sipërmarrjeve (kryesisht të vogla), të cilat duke pasur njohuritë dhe aftësitë e nevojshme teknike dhe drejtuese, natyrshëm do organizohen në klastera; ose si qasje e induktuar, ku krijohen parakushtet e tregut apo të partneritetit, që krijojnë mjedisin e përshtatshëm për klastera të qëndrueshëm.

#### **Ndërmarrja e nismës së përbashkët nënkupton:**

- funksionimi i grupimit bazohet në fuqi
- shpërndarje të drejtë të kontributeve dhe përpjekjeve në klaster
- konsensus në veprimet që duhen marrë
- vizion i formuluar qartë
- objektiva realiste

*Drejtimi dhe financimi i klasterit* mund të jetë i orientuar nga donatorët, qeveria ose dhe industria. Kontribuesit në ndërtimin e klasterave janë të ndryshëm. Vetë themeluesit janë kontribuesit kryesorë fillimisht me punën e angazhimin e tyre, që edhe pse është i domosdoshëm, nuk figuron në të dhënat financiare. Donatorët janë të tjerë kontribues, sidomos në vendet në tranzicion, qoftë përmes financimit të drejtpërdrejtë ose përmes kontraktimit të ekspertëve. Qeveria është gjithashtu një kontribues në kapitalin fillestar të një klasteri, por kjo është një dukuri më shumë e pranishme në vendet e zhvilluara. Me kalimin e kohës, vetë fermerët themelues janë financuesit kryesorë, qoftë përmes pagesave dhe përmes fitimeve të ri-investuara. Tendenca është që me kalimin e kohës klasterat të jenë të pavarura ekonomikisht dhe të vetëmbahen me fitimet e veta dhe kontributet e anëtarëve. Qëllimi i anëtarësimit përcakton dhe arsyen e bashkimit të disa aktorëve në një klaster dhe mund të jetë gjeografik, pozicionimi në zinxhirin e vlerës, etj. E rëndësishme është që ky qëllim të vazhdojë të ekzistojë për anëtarë të ndryshëm në mënyrë që ata të vijojnë të jenë pjesë e klasterit.

Po ashtu, ka mjaft rëndësi që klasteri të drejtohet nga një person ose bord me qëllim ndarjen e përgjegjësiave dhe planifikimin e veprimtarive. Drejtuesi i një klasteri mund të jetë nga vetë sektori, një zyrtar apo konsulent.

*Menaxhimi i klasterit* është një aspekt shumë i rëndësishëm në qëndrueshmërinë e këtij grupimi, veçanërisht në drejtim të fuqizimit të fermerëve të vegjël. Vetë ky grupim, si aktori më i rëndësishëm në klasterat në agrobiznes, është përgjegjës për realizimin e aktiviteteve të

ndryshme në fushën e prodhimit, financës, marketingut, burimeve njerëzore apo të tjera aktivitete mbështetëse. Në kutizën në krah jepen në mënyrë më të hollësishme disa nga veprimtaritë më tipike ku përfshihen fermerët, qoftë si realizues ose si përfitues në rast të punësimit të një menaxheri klasteri. Ndërsa më poshtë, paraqitet një kategorizim më i gjerë.

#### Aktivitetet e grupit të fermerëve në klaster:

- Sigurimi i lëndës së parë
- Realizimi dhe koordinimi i prodhimit
- Shërbime financiare
- Trajnimi
- Kontrolli i cilësisë
- Marketingu i produkteve
- Tregtimi dhe ndërmjetësimi
- Mbrojtja e interesave të anëtarëve
- Zhvillimi i komunitetit
- Mbrojtja e mjedisit

<h4>Informacioni</h4>	<h4>Shitje të përbashkëta</h4>	<h4>Ndërtimi i mjesit të biznesit</h4>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kërkimi i tregut</li> <li>• Informacion teknik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Shitje jashtë</li> <li>• Njohja e markës në rajon</li> <li>• Njohja e markës së produktit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infrastruktura</li> <li>• Politikat, mjedisi ligjor</li> </ul>
<h4>Ngritje kapacitetesh</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajnim teknik</li> <li>• Trajnim mbi procesin e prodhimit</li> <li>• Trajnim mbi menaxhimin</li> <li>• Trajnim mbi standardet teknike</li> <li>• Sistemi arsimor</li> </ul>	<h4>Prodhim i përbashkëta</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zhvillimi i zinxhirit të vlerës</li> <li>• Ndërtimi i një portofoli produktesh</li> <li>• Logjistikë e përbashkët</li> </ul>	<h4>Veprimtari të tjera</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kërkim zhvillimi</li> <li>• Analizë e klasterit</li> <li>• Tërheqja e njerëzve të duhur</li> <li>• Thithja e investitorëve</li> <li>• Subvencionime</li> <li>• Ndërgjegjësim</li> </ul>

Në rastin e klasterave të agrobiznesit me numër të kufizuar anëtarësh dhe me nivel të ulët të kualifikimit, disa nga aktivitetet e biznesit mund të kryhen dhe në bashkëpunim me aktorë të tjerë të cilët jo detyrimisht ofrojnë shërbime të përcaktuara vetëm për klasterin, por mund të bashkëpunojnë për qëllime të përbashkëta. Të tilla janë shërbimet në lidhje me tregun të cilat mund të ofrohen nga:

- *ofrues të pavarur të shërbimeve tregtare*, si p.sh. transporti
- *aktorë të tregut në zinxhirin e vlerës*, p.sh. furnitorë lëndësh të para,

fermerë të tjerë, përpunues, grumbullues, shitës me shumicë, etj.

- **aktorë qeveritarë**, si zyra rajonale të bujqësisë, të cilat ofrojnë shërbime të rëndësishme si trajnimi, këshillimi, informacion mbi tregun, etj. Këta aktorë janë veçanërisht të rëndësishëm në klasterat e agrobiznesit në zonat e pazhvilluara rurale ku fermerët e vegjël të vetëm e kanë të pamundur të sigurojnë këta shërbime.
- **OJF dhe ofrues të shërbimeve jotregtare** mund të jenë gjithashtu ofrues të shërbimeve të tregut si dhe mund të japin grante për të ndihmuar grupimet e fermerëve që të krijojnë biznese dhe të investojnë në kapitalin fillestar.
- **Organizatat e fermerëve** janë po ashtu aktorë që ofrojnë shërbime tregu, pasi kanë ekspertizën e duhur si dhe shfrytëzojnë rrjetin e bashkëpunimeve të mëparshme në sektor.

#### Aktorët që ofrojnë shërbime tregu:

- Ofrues privatë të pavarur
- Aktorë në zinxhirin e vlerës
- Institucione qeveritare
- OJF
- Donatorë e agjenci zbatuese
- Organizata fermerësh

#### Strukturimi dhe kon-

**sensusi** arrihet nëse që në fillim klasteri ka një vizion të qartë, i cili jo vetëm që është mbështetur nga të gjithë anëtarët, por dhe është i mundshëm të bëhet realitet përmes strategjive përkatëse. Strukturimi i klasterit bëhet i domosdoshëm kur rritet numri i anëtarëve. Në një çast

të tillë, përveç ndarjes së detyrave e përgjegjësisive, është e zakonshme të zgjidhet një person drejtues i klasterit, i njohur ndryshe dhe si "lehtësues". Në figurën përkatëse, jepen në mënyrë të përmbledhur arsyet pse mendohet që është i nevojshëm një pozicion i tillë dhe çfarë sfidash hasen në përfshirjen e tij në drejtimin e klasterit.



#### Sfidat e punësimit të një drejtuesi klasteri:

- Vështirësi kontrolli i anëtarëve
- Shumë aktivitete nuk pasqyrohen
- Mungesë besimi tek një person i jashtëm

#### Pse duhet një drejtues klasteri?

- Fermerët janë të ngarkuar me aktivitete të tjera
- Fermerët nuk kanë trajnimin e duhur
- Mund të sillt ekspertizë nga jashtë klasterit
- Fermerët mund të përqendrohen tek prodhimi



*Mbajtja e ritmit* është një element kryesor i një klasteri. qëndrueshmëria e klasterit vihet në dyshim veçanërisht kur këto grupime nuk ndërtohen nga vetë anëtarët, por nga aktorë të tjerë. Për këtë klasterat duhet të ndërtohen si organizma, të cilat janë të afta të mbijetojnë dhe t'i përshtaten mjedisit që i rrethon. Në kutizën në krah paraqiten tiparet e një klasteri funksional në agrobiznes.

#### Klaster funksional në agro-biznes ka:

- Një vizion dhe një mision
- Një strukturë organizative
- Një lidhshmëri të fortë
- Pjesëmarrje të gjerë të palëve
- Mbledhje të rregullta
- Prioritete të vendosura
- Bashkëpunim që nxit produktivitetin
- Jo ndroje në menaxhimin e ndryshimit
- Besim mes anëtarëve

## 7.3 Performanca

Një klaster thuhet se ka performancë të lartë nëse ai përmbush tre dimensionet e mëposhtme:

- *Konkurrueshmëri dhe novacion* që sipas shkallës të zhvillimit të klasterit dhe madhësisë së saj mund të shtrihet në sektorin ku operon, në rajon apo më gjerë nëse eksporton.
- *Rritja* nënkupton si rritjen e brendshme, si zhvillimi i proceseve apo krijimi i shërbimeve të tjera në klaster, ashtu edhe atë të jashtme përmes thithjes së firmave të reja.
- *Arritja e objektivave* merr në konsideratë shkallën e përmbushjes së qëllimeve të marra përsipër brenda afateve përkatëse dhe nivelin në të cilin aktivitetet e klasterit janë të njohura e të pranuar nga të gjithë anëtarët. Grupi i fermerëve një një klaster mund të ndërtojë strategji me qëllim arritjen e objektivave të ndryshme si rritja e të ardhurave, ulja e riskut të tregut apo ulja e kostos.

Në faqen tjetër jepet një grafuk ku paraqiten disa nga strategjitë më tipike të grupit të fermerëve.

### Rritja e të ardhurave

- Arritja e vlerës përmes rritjes së cilësisë, procesit të prodhimit ose diferencimit
- Diversifikimi në produkte me vlerë më të lartë
- Mbulimi i tregjeve të reja dhe rritja e kërkesës, dhe
- Negocimi i çmimeve më të larta

### Ulja e riskut

- Diversifikimi i produkteve
- Diversifikimi i tregjeve (gjë që shpesh është më e lehtë), dhe
- Rritja e shitjeve përmes kontratave afatgjate me blerësit

### Ulja e kostove

- Shfrytëzimi i ekonomive të shkallës duke rritur sasinë e prodhimit dhe duke bërë marketing të përbashkët, dhe
- Ulja e kostove të brendshme të shkëmbimit mes aktorëve

# 8. Pse dështojnë klasterat?

**K**lasterat, dhe sidomos ata që funksionojnë në sektorin e agrobiznesit, mund të mos ia dalin dhe vëzhgimi i ecurisë së klasterave në mbarë botën na tregon se janë disa arsye pse ndodh diçka e tillë.

- Nuk ka konsensus mbi veprimet e ardhshme
- Klasteri nuk bazohet në një strukturë e cila mbahet nga forcat e anëtarëve
- Mungojnë kontaktet dhe marrëdhëniet e fuqishme brenda klasterit
- Mungojnë burimet për të realizuar projekte të rëndësishme
- Nuk ka një zyrë të veçantë
- Nuk është krijuar një markë e njohur në rajon dhe më gjerë
- Kontributi i klasterit në rajon nuk është i rëndësishëm
- Besimi mes anëtarëve është i ulët – që përbën dhe faktorin kyç të qëndrueshmërisë së klasterit, sidomos në vendet në zhvillim. Sipërmarrjet dhe fermerët në veçanti, kanë më shumë besim tek njëri-tjetri se tek qeveria, veçanërisht në vendet në zhvillim, dhe nëse ky besim zbehet apo humbet, atëherë dhe e ardhmja e grupimit të fermerëve dhe e klasterit vihet seriozisht në dyshim.

## Anatomia e një klasteri të dështuar:

- mision jo mirë i përcaktuar
- objektiva të kundërta mes anëtarëve
- shpërndarje jo e mirë e punës
- plane të pamenduara
- lidërsip i dobët
- burime të pamjaftueshme
- anëtarë jo bashkëpunues
- mos konsiderim i çështjeve mjedisore

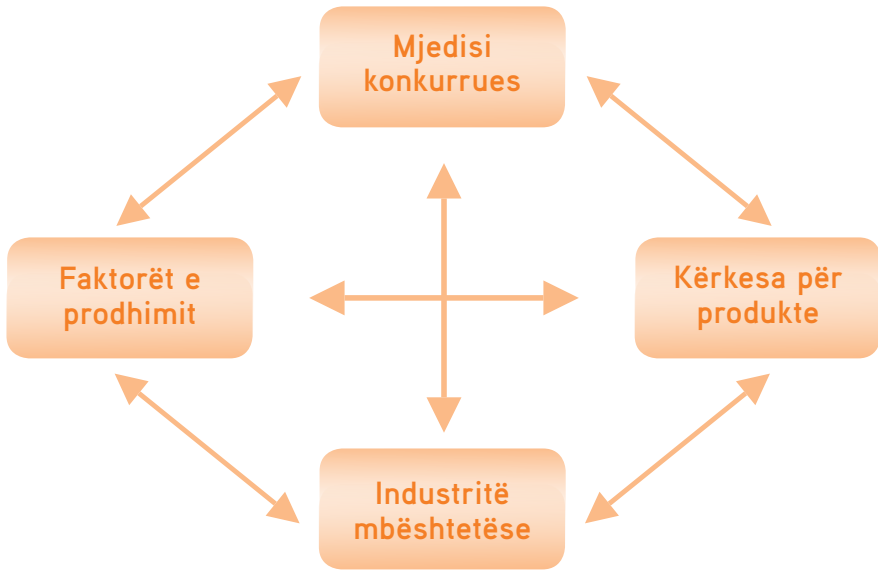
# 9. Ndikimi i mjedisit të biznesit në performancën e klasterit

**P**erformanca e një klasteri varet dhe nga shumë faktorë të cilët janë larg ndikimit të saj dhe përbëjnë atë që ne e quajmë “mjedisi i biznesit”. Tërësia e këtyre faktorëve që e rrethojnë dhe ndikojnë klasterin janë kategorizuar në katër fusha<sup>1</sup> janë:

- Kushtet e faktorëve të prodhimit (të tillë si burimet natyrore, informacioni, infrastruktura fizike, aftësitë e burimeve njerëzore, njohuritë mbi teknikat etj.);
- Kushtet që rrjedhin nga kërkesa (p.sh., karakteristikat e konsumatorëve vendas, rregullat e prodhimit etj.);
- Karakteristika të mjedisit konkurrues që nxisin konkurrencën (p.sh., struktura e tatimit, ligjet për konkurrencën, etj.);
- Prania e industrive mbështetëse (p.sh., furnitorë apo kompani që operojnë në hallka të ndryshme të zinxhirit të vlerës).

Këto elemente ndërveprojnë me njëri-tjetrin dhe ndikojnë fuqishëm ose drejtpërdrejtë te klasteri apo dhe tek sipërmarrje të veçanta brenda saj, qofshin ata individuale apo më kolektive si një grup fermerësh. Klasterat e zhvilluara dhe novatore nxiten nga mjedisi mbështetës ndaj biznesit.

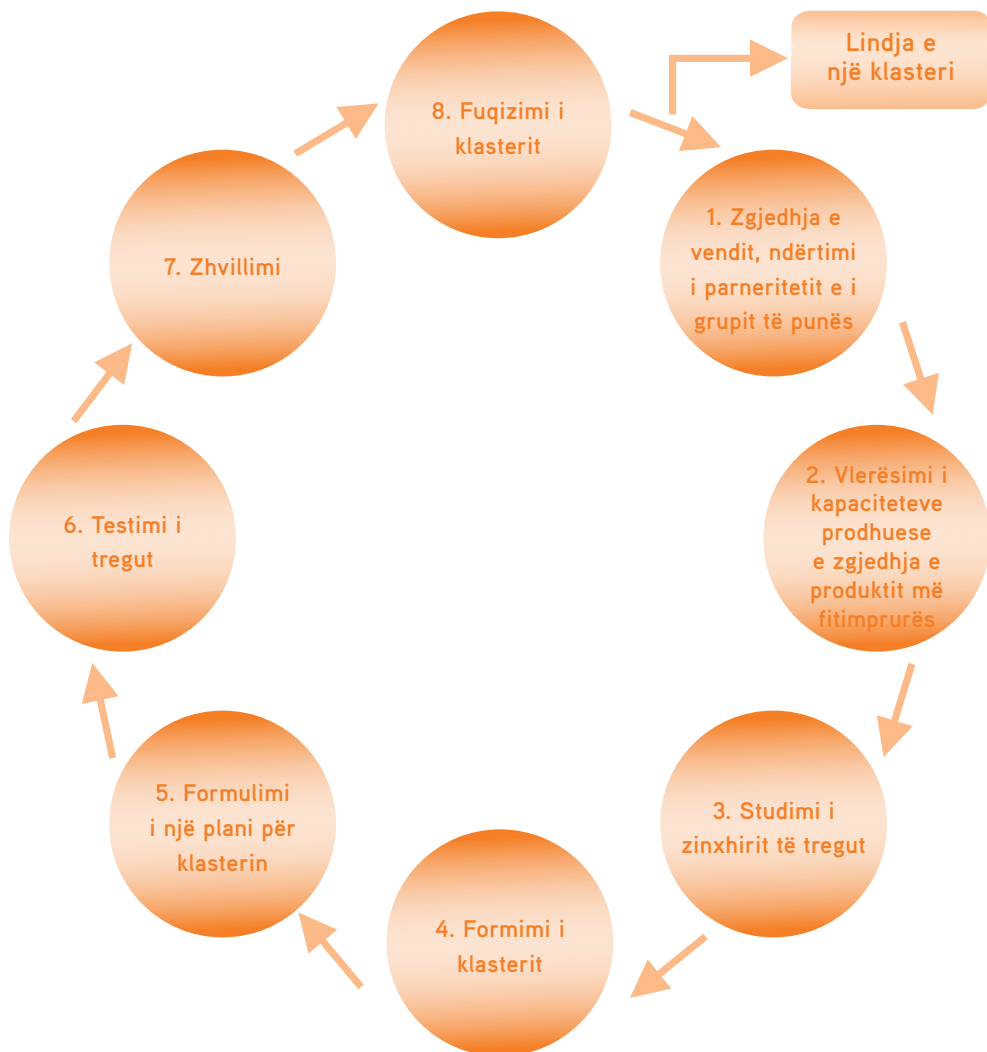
<sup>1</sup> Ky model quhet ndryshe dhe “Diamanti i Porter”, i ideuar nga Michael Porter nga Universiteti i Harvard, një ndër studiuesit më me zë të klasterave





# 10. Metodologjia për zhvillimin e klasterave në agrobiznes

**Krijimi** i klasterave, për vetë numrin dhe shumëllojshmërinë e aktorëve që bashkon, kërkon ndjekjen e një procesi të kujdesshëm me një sërë aktivitete paraprake qoftë në drejtim të informimit mbi mjedisin e biznesit dhe aktorët e mundshëm ashtu edhe në analiza e parashikime. Më poshtë jepet një proces i ndërtimit të një klasteri në agrobiznes.



Pesë hapat e para përfaqësojnë aktivitetet parapërgatitore. Një fakt i tillë thekson nevojën e fermerëve për të mësuar njohuri të reja, për të përftuar më shumë informacion, përshtatjen e metodave që sjellin risi për t’iu përgjigjur kërkesave të tregut dhe mundësive në varësi të kapacitetit. Përgatitja siç duhet gjatë këtyre fazave fillestare siguron që një shkallë e lartë e suksesit arrihet kur fillon faza kritike e marketingut në fazën 6 (testimi i tregut). Siç tregohet dhe në figurën e mësipërme, procesi nuk mbyllet me zhvillimin dhe fuqizimin e klasterit. Klasteri ose mund t’i rikthehet aktivitetëve të ri-planifikimit (faza 5), ose të krijojë një klaster tjetër (faza 4).

Në tabelën e mëposhtme paraqiten rezultate të pritshme për çdo fazë.

Rrugëtimi i fermerit	Faza	Aktivite/detyra “Puna për t’u bërë”	Rezultatet “arritjet”
Fillimi	1. Zgjedhja e vendit, ndërtimi i i partneritetit dhe i grupit të punës	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifikimi i vend-ndodhjes</li> <li>Zhvillimi i partneriteteve me palët e interesuara (OJF, qeveria, organizata zhvillimi, biznese të zonës, fermerë.</li> <li>Organizimi i një grupi pune (GP)</li> <li>Organizimi i mbledhjeve për ndërtimin e një plani</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zgjedhja e vendit që ofron mundësi për zhvillimin e zonës</li> <li>Partneriteti i vendosur mes palëve dhe GP</li> <li>GP i orientuar në fushat e projekteve të zhvillimit, bazat e marketingut, rëndësia e pjesëmarrjes</li> <li>GP me një plan pune për analiza të mëtejshme</li> </ul>
Kupton mundësitë për marketing	2. Vlerësimi i kapaciteteve prodhuese (VKP) dhe zgjedhja e produktit apo miksit më fitimprurës	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asistimi i GP për të ndërtuar një skuadër analizuese për zonën</li> <li>Ofrimi i trajnimit mbi VKP</li> <li>Realizimi i VKP</li> <li>Ndërmarrja e një analize bashkë me palët e tjera, për të zgjedhur produktin (etj)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GP/skuadra analizuese e trajnuar mbi VKP</li> <li>Rezultate të analizës së kërkimit (informacion mbi asetet e fermerëve, njohuritë, prodhimin, proceset, problemet, mundësitë marketing,</li> <li>Listë me produkte me rëndësi që prodhojnë fermerët</li> <li>Zgjedhja e produktit për analizë të mëtejshme</li> </ul>
Kupton mundësitë për marketing	3. Studimi i zinxhirit të tregut (SZT)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trajnimi i GP mbi SZT</li> <li>Ndërmarrja e vizitave në terren ku produktet marketohen</li> <li>Realizimi me pjesëmarrje i analizës së studimit për të vendosur mbi gjetjet e mundësive të tregut</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GP i trajnuar mbi SZT</li> <li>Diagrami të kanaleve të tregut të zgjedhura për të lidhur prodhuesit me blerësit potencialë, shoqëruar kjo dhe me kostot</li> <li>Negocimi fillestar me blerësit potencialë</li> <li>Raport mbi studimin</li> </ul>

Rrugëtimi i fermerit	Faza	Aktivite/detyra “Puna për t’u bërë”	Rezultatet “arritjet”
Vendos të jetë pjesë e nismës dhe të punojë për të rritjen e konkurrencës	4. Formimi i klasterit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fermerët prodhues të produkteve të zgjedhura, thërriten për një takim orientues ku tregohen rezultate e studimit</li> <li>Ofrimi i trajnimit mbi bazat e marketingut dhe klasterave</li> <li>Fillimi i ndërtimit të klasterit, identifikimi i drejtuesve të klasterit, realizimi i një plani organizativ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Raport i prezantuar</li> <li>Janë identifikuar fermerët e interesuar për tu përfshirë në klaster</li> <li>Është ndërtuar klasteri dhe ka një drejtues</li> <li>Është ndërtuar marrëveshja bazë për bashkëpunim mes anëtarëve</li> <li>Janë vendosur objektivat kryesorë të njesisë agropërpunuese</li> </ul>
Përgatitet për të hyrë në treg	5. Formulimi i një plani për klasterin	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rishikim i karakteristikave të anëtarëve të klasterit</li> <li>Diskutimi në detaje për procesin e prodhimit</li> <li>Ndërtimi i një planifikimi të njesisë së krijuar dhe një plani operativ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vendoset një kalendar pune</li> <li>Ka një plan për cilësinë e produktit</li> <li>Ka një plan të konsoliduar të njesisë së re ku bëjnë pjesë dhe planet mbi tregun, drejtimin dhe financimin</li> <li>Është ndërtuar një plan operativ për testimin e tregut</li> </ul>
Një provë e parë	6. Testimi i tregut	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ndërmarrja e aktiviteteve të testimit marketing</li> <li>Realizimi i mbledhjeve të klasterave për të vlerësuar performancën pas shpërndarjes së çdo produkti dhe aplikimi i ndryshimeve përkatëse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizimi i të paktën 4 shpërndarjeve paraprake</li> <li>Raport mbi performancën të çdo testi</li> <li>Marrëveshja e klasterit zgjerohet sipas nevojave</li> </ul>

Rrugëtimi i fermerit	Faza	Aktivite/detyra “Puna për t’u bërë”	Rezultatet “arritjet”
Një hap para ndërtimit të biznesit	7. Zhvillimi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rishikim i planit</li> <li>Vendosja e sistemeve operative të biznesit</li> <li>Vendosja e kanaleve të rregullta shpërndarjes</li> <li>Realizimi i mbledhjeve mujore të klasterit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produktet dërgohen rregullisht ndaj blerësit</li> <li>Inovacion (tregu ose produkti)</li> <li>Politika dhe sisteme të shkruara të biznesit</li> <li>Raporte mujore financiare dhe operative</li> </ul>
Vazhdimi dhe rritja	8. Fuqizimi i klasterit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sigurimi që drejtuesit e klasterit realizojnë mbledhje dhe analiza të rregullta</li> <li>Realizimi i trajnimeve periodike</li> <li>Krijimi i lidhjeve të biznesit</li> <li>Regjistrimi formal (p.sh., si kooperative)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Njohuri në fushën e drejtimit të një ndërmarrjeje agropërpunuese</li> <li>Progres i klasterit në maturim</li> <li>Rrjet brenda klasterit</li> <li>Rrjete të ndërtuara bashkëpunimi</li> </ul>

# Referenca

- Concepcion, Silvia B. et.al (2011), "Clusters and networks as enablers of product and process innovation", The 12th International Conference of the Society for Global Business & Economic Development, Jul 21 2011, pp. 1720-1725. Singapore: Society for Global Business & Economic Development (SGBED).
- Delgado, M., Porter, M.E., Stern, S., (2013), "Defining Clusters of Related Industries", Economic Development Administration, U.S. Department of Commerce
- Food and Agriculture Organization of the United Nations, (2011), The State of Food and Agriculture: Women in Agriculture: Closing the Gender Gap for Development. Rome
- Gálvez-Nogales, E., (2010), "Food And Agriculture Organization Of The United Nations", Agro-based clusters in developing countries: staying competitive in a globalized economy (25), FAO, Rome, 2010
- Kassam, L., Subasinghe, R., Phillips, M., (2011), "Aquaculture farmer organizations and cluster management Concepts and experiences", FAO, FISHERIES AND AQUACULTURE TECHNICAL PAPER 563, Italy, ISBN 978-92-5-106900-4
- Ketels, C., (2003), "The Development of the cluster concept – present experiences and further developments", NRW conference on clusters, Duisburg, Germany, 5 Dec 2003
- Ketels, C., Lindqvist, G., Sölvell, Ö., (2003), "The Cluster initiative

Greenbook”, Stockholm, ISBN 91-974783-1-8

Ketels, C., Lindqvist, G., Sölvell, Ö., (2006), “Cluster initiatives in developing and transition economies”, Center for Strategy and Competitiveness, Stockholm, ISBN 91-974783-2-6

Ketels, C., Sölvell, Ö., (2006), “Innovation Clusters In The 10 New Member States of the European Union”, Europe INNOVA paper N° 1, ISBN 92-79-03196-1

Looijen, A., Heijman, W., (2013), “European Agricultural Clusters: How Can European Agricultural Clusters Be Measured And Identified?”, *Economics of Agriculture*, 2/2013, pp.337-353

Porter, M., (2008), “Clusters, Innovation, and Competitiveness: New Findings and Implications for Policy”, Stockholm, Sweden 22 January 2008, European Cluster Policy 01-22-08 CK

Smith, L. C., U. Ramakrishnan, A. Ndiaye, L. Haddad, and R. Martorell. 2003. The Importance of Women’s Status for Child Nutrition in Developing Countries. Research Report 131. Washington, DC: International Food Policy Research Institute. Theo J.A. Roelandt, T., Hertog, P., (1999), “Cluster Analysis And Cluster-Based Policy Making: The State Of The Art”, *Boosting Innovation the Cluster Approach*, OECD proceedings, pp. 413-427

Theus, F., Zeng, D., (2012), “Agricultural Clusters”, Module 5: Thematic Note 4: Agricultural Clusters, World Bank, pp. 394-405

World Bank. 2011. World Development Report 2012: Gender Equality and Development. Washington, DC.