



## **Studim vlerësues**

### **Shpërndarja me shumicë e produkteve të përpunuara ushqimore nga gratë**

Përgaditur nga:

Afrim Kamishi, këshilltar lokal

Gjakovë, Dhjetor 2009

## PËRMBLEDHJE

Shoqëria kosovare, e ka ruajtur gjithmonë traditën dhe vlerën e konzervimit dhe konsumimit të produkteve të përpunuara shtëpiake nga pemët dhe perimet. Konzervimi është bërë për shkak të dimërave të gjatë dhe të ftohtë, kur nuk kishte prodhim të freskët vendor. Kjo rezultoi me një varëshmëri të popullatës në shije të veçantë, që në kohët e sotme po reflektohet me një nostalgji të konsiderueshme për “produktet e përpunuara shtëpiake”<sup>1</sup>. Pas luftës së vitit 1999, një numër i madh i familjeve kosovare nuk prodhojnë më produkte të tilla, duke preferuar që t’i blejnë ato. Deri më tani, tregu lokal ka qenë i dominuar nga produktet e prodhuara industrialisht, produkte këto që i kanë plotësuar kërkesat për sasi të, por që nuk i kanë kënaqur kërkesat e konsumatorëve për shijen. Nga këto kërkesa specifike të konsumatorëve, ka lindur një kërkesë specifike në tregun vendor dhe disa grupe të grave janë inkurajuar që ta fillojnë prodhimin dhe komercializimin e produkteve të përpunuara shtëpiake.

Pasiqë numri i grave prodhuese filloi të rritet, mundësitë për tregtimin dhe shpërndarjen e produkteve të përpunuara shtëpiake, e poashtu edhe për përshtatjen e kërkesës dhe kapitalizimin e trendeve, u rritën dukshëm. Ola Syla, fillimisht si menaxhere e “Drita e Krushës”, e vërejti këtë mundësi dhe i inkurajoi grupet e grave që të prodhojnë si për treg, ashtu edhe për konsumim shtëpiak. Ajo, së pari provoi me sasi më të vogla, duke arritur që të fillojë një model të biznesit të bazuar në shitje me pakicë dhe duke prodhuar sasi deri në 6 tonë, para vitit 2007/08<sup>2</sup>. Modeli i ri i biznesit, i përkrahur nga HPK – Intercooperation (prej këtu e tutje HPK)<sup>3</sup>, që përfshinte vendosjen e një pike të shitjes me theks të veçantë në shitjen me shumicë, është nisur në sezonën 2008/09, me ç’rast ajo arriti të shesë rreth 30 tonë<sup>4</sup> të turshive dhe ajvarit. Në sezonën vijuese 2009/10, parashihen shitje prej 45 tonësh<sup>5</sup> të turshive dhe ajvarit.

Ndërmarrja “Ola” e ka dalluar vetveten nga konkurrenca e produkteve industriale, duke e përcjellur strategjinë e ndryshimit të marketingut, p.sh. duke siguruar vend special të shitjes dhe duke ofruar produkte të dizajnuar posaqërisht (duke i përkujtuar konsumatorët në reçetat e gjysheve të tyre).

Tregu për ushqimin e përpunuar shtëpiak është arritur duke përcjellur përvojat më të mira të marketingut, me theks të veçantë në shërbimin e shkëlqyeshëm ndaj konsumatorëve, në përzgjedhjen e gjërë të asortimentit cilësor, si dhe në shërbimet e veçanta të shitjes. Për më tepër, planet e Olës për të kaluar nga shitja me pakicë në atë me shumicë, do të krijojë një ambient më të mirë për gratë nga zonat rurale, të cilat janë të përfshira në përpunimin e produkteve shtëpiake, e poashtu do të rrisë mundësitë e biznesit për ndërmarrjen “Ola”.

---

<sup>1</sup> Shprehja “produktet e përpunuara shtëpiake” nga ky raport, i referohet kryesisht turshive nga specat, ajvarit dhe reçelërave, mirëpo përfshin edhe ushqimet tjera si djathi, mjalta dhe fasulja.

<sup>2</sup> Një sezonë zgjatë prej Shtatorit të një viti, deri në Gusht të vitit tjetër, që nga vjelja dhe përpunimi i perimeve dhe pemëve, e deri tek shitja e ushqimit të përpunuar.

<sup>3</sup> Promovimi i hortikulturës në Kosovë (HPK), është një project që promovon zhvillimin e sektorit të hortikulturës në Kosovë, që financohet nga qeveritë Zvicërene dhe Daneze dhe drejtohet nga Intercooperation, një fondacion joprovitabil Zvicëran për bashkëpunim dhe zhvillim ndërkombëtar.

<sup>4</sup> 30 tonë janë shitur nga ndërmarrja “Ola”, ndërsa 15 tonë janë shitur direkt nga gratë përpunuese.

<sup>5</sup> 45 tonë janë planifikuar të shiten nga ndërmarrja “Ola”, ndërsa 20 tonë të tjera direkt nga gratë përpunuese.

## Përmbajtja

1. Hyrje.....	3
2. Ndikimi në gratë e përfshira në përpunim.....	5
3. Modeli i biznesit në praktikë.....	7
3.1 Krijimi i bazës së furnizimit.....	7
3.2. Aftësitë kryesore dhe konfigurimi i vlerave.....	11
3.3. Zhvillimi i bazës së konsumatorëve.....	11
3.4. Marëdhënjet me konsumatorë.....	12
3.5. Konkurrentët.....	12
3.6. Problemet dhe kufizimet. ....	13
4. Struktura e organizimit (Ndërmarrja “Ola” dhe gratë përpunuese).....	14
4.1 Përpunimi tek grupet individuale të grave dhe opcionet e procesit.....	14
4.2 Dobishmëria e opsioneve të planifikuara.....	14
5. Kostoja e prodhimit dhe krahasimet.....	15
5.1 Turshitë – kostot e prodhimit.....	15
5.2 Ajvar – kostot e prodhimit.....	16
6. Pasqyrat financiare.....	18
7. Vrojtimet dhe rekomandimet.....	22
Aneksi 1 (Kalkulimet e kostos për turshitë nga specat).....	24
Aneksi 2 (Kalkulimet e kostos për ajvar).....	30
Aneksi 3 (Produktet dhe çmimet e konkurrentëve në tregun e Kosovës.....)	34

## 1. Hyrje

Tradicionalisht, gratë në Kosovë kanë prodhuar një varg të gjërë të produkteve ushqimore shtëpiake. Ato kanë qenë të angazhuara në përgatitjen e perimeve në turshi, duke përfshirë edhe llojet tjera të produkteve të përpunuara shtëpiake siç janë ajvari dhe llojet ndryshme të reçelërave, të përgaditura për nevoja të shtëpisë. Një varg i tillë i produkteve të përpunuara, të cilat janë shumë specifike dhe shumë të respektuara në kuzhinën kosovare, janë të njohura mirë nga konsumuesit në Kosovë. Megjithatë, furnizimi komercial i perimeve të përpunuara është përmbushur më shumë nga prodhimet e importuara industriale, se sa nga prodhimi vendor shtëpiake. Turshitë shtëpiake dhe konservimet tjera përgatiten kryesisht përgjatë vjeshtës (Shtator), derisa sasia më e madhe konsumohet deri në Maj të vitit të ardhshëm. Gratë nga Krusha e Madhe<sup>6</sup>, të cilat ishin të organizuara në shoqatë, kanë qenë grupi i parë, i cili ka prodhuar komercialisht. Duke iu falënderuar këtij aktiviteti, më shumë grupe të grave u interesuan që të shesin turshitë e prodhuara, ashtuqë të përmirësojnë jetën e tyre dhe të rrisin rolin e tyre, përmes krijimit të të ardhurave vetanake. Edhe pse marketingu i ushqimit të përpunuar shtëpiake ka qenë pengesa kryesore që gratë përpunuese të bëhen përpunuese komerciale, prapëseprap qasja e tyre inderekte në treg ka bërë ndryshimin e statusit të tyre brenda dhe jashtë familjeve të tyre.

Shoqata e grave "Drita e Krushës"<sup>7</sup>, e udhëhequr nga Znj. Ola Syla, ishte e angazhuar në prodhimin dhe shitjen e turshive shtëpiake, ajvarit, reçelërave dhe produkteve të tjera shtëpiake, qyshse prej vitit 2003. Ola ka arritur që t'i organizojë dhe t'i shesë produktet e përpunuara shtëpiake tek shitoret me shumicë dhe pakicë, përmes marketingut direkt. Për më tepër, gratë nga Krusha e Madhe ishin të mbështetura me materialin paketues elementar (kavanozat dhe etiketat), si dhe në zhvillimin grupor. Kjo nismë, fokusin kryesor e kishte në stimulimin e kërkesës për produktet e përpunuara shtëpiake. Pas kohësh, grupi komercial filloi të rritet dhe numri i grave të interesuara për përpunimin shtëpiake komercial nga rajonet tjera, u shtua poashtu. Ola Syla, ishte e përfshirë në trajnimin e mbi 200 grave për përgatitjen e produkteve të tregtueshme shtëpiake. Nisma e saj rezultoi me përfitime të konsiderueshme, të krijuara nga gratë e regjistruara, si dhe me krijimin e një rrjeti të gjërë të konsumatorëve lojalë të këtyre produkteve specifike.

Pavarësisht nga zhvillimi i Olës në kuptimin e shprehive të biznesit, grupet e femrave të përfshira në përpunim, janë ende të dobëta në aspektin e biznesit, p.sh. furnizimi vjetor me kavanozë është bërë nga fondet e donatorëve. Ky ishte një ndër faktorët kryesorë, i cili e ka kufizuar zhvillimin e shprehive të biznesit midis grave dhe ka bërë që disa grupe të grave të mbështetën dhe llogarisin vazhdimisht në përkrahjen e donatorëve.

Për të tejkaluar pengesat siç janë promovimi i përmirësimit të cilësisë dhe vazhdueshmërisë, krijimi i një brendi të respektuar dhe paraqitja e produkteve të reja, është promovuar një ndërmarrje me shumicë, e vendosur në Prishtinë. Ishte kjo një ide e HPK-së, për të themeluar një biznes të ri, i cili do ta promovonte qasjen e produkteve të përpunuara ushqimore shtëpiake në treg. Ola Syla është zgjedhur përmes një selektimi konkurrues, të bërë nga HPK-ja. Në vazhdimi të kësaj, është zhvilluar një model i biznesit dhe një plan i biznesit që i ka ridefinuar elementet kryesore lidhur me numrin potencial të grave dhe shoqatave të grave, të cilat duhet ta

<sup>6</sup> 80% e grave nga Krusha e Madhe, kanë mbetur të veja përgjatë luftës në vitin 1999

<sup>7</sup> Regjistruar në vitin 2001, fillimisht të angazhuara në iniciativat jo fitim prurëse dhe për fuqizimin e grave

furnizojnë shitoren me shumicë, me produktet potencialë dhe vëllimin potencial të produkteve brenda pesë viteve, si dhe madhësinë dhe karakteristikat e shitjeve ekzistuese me pakicë të produkteve në fjalë. Prioriteti kryesor në këtë çast, ishte që të krijohet një vetëdije gjithëpërfshirëse e segmentit të synuar mbi produktet, si dhe të stimulohet provimi i produkteve.

Në Gusht të vitit 2008, Ola Syla është shtyer nga HPK-ja që të hapë një ndërmarrje për tregtimin e produkteve të përpunuara shtëpiake të grave. Duke u bazuar në rezultatet e modelit të biznesit, Olës i është ofruar një plan për fillim dhe ndihmë materiale përmes ko-financimit. Kontributi i HPK-së në një vlerë prej € 13,172.00, ishte kryesisht për paisje dhe për kostot zhvillimore (trajnimet), derisa Ola i financoi kostot operative në shumë prej € 10,720.00. Kjo shitore tregtuese, e quajtur "Ola" ka operuar ekskluzivisht me produktet e përpunuara shtëpiake, që i ka përfshirë gratë nga rajonet e ndryshme të Kosovës, duke krijuar rrjetin e biznesit dhe duke qenë shumë profitabile për momentin. Ka qenë e lehtë që të ndërtohet kërkesa primare, pasi që oferta e produkteve ka qenë me të vërtetë inovative. Megjithatë, furnizuesit rajonalë – shtetet e Ballkanit dhe industritë përpunuese në Kosovë, konsiderohen si konkurrentë, pasi që edhe ata i ndjekin në masë të madhe të njëjtit konsumatorë.

Qëllimi i këtij studimi është që të vlerësohen përvojat e qendrës me shumicë, për produktet e përpunuara shtëpiake nga gratë dhe të rekomandohen hapat e mëtutjeshëm strategjikë. Detyra kryesore është që analizohet situata dhe të krahasohet me Modelin e Biznesit, të hartuar në vitin 2008, si dhe më tutje, të analizohet zgjerimi i industrisë së vogël të përpunimit, i udhëhequr nga gratë, karakteristikat e vendim-marrjes dhe kontrollimi i të ardhurave, e poashtu edhe ndërmjetësimi i grave me akterët e jashtëm.

Si rezultat, studimi ofron informimin mbi vlerësimin e situatës së përgjithshme të grave në përpunimin shtëpiak dhe rekomandon hapat e ardhshëm zhvillimor, duke u bazuar në rezultatet e prituara nga kontrata, si në vijim:

- Të llogarisë përafërsisht shkallën e suksesit të modelit të biznesit në praktikë;
- Të numërojë dështimet, kufizimet dhe dobishmërinë e përvojës së krijuar, lidhur me tregtimin e produkteve të përpunuara nga gratë në Kosovë;
- Të përshkruajë organizimin në mes të qendrës me shumicë të Olës dhe grave përpunuese shtëpiake;
- Të përcaktojë zgjerimin e mundshëm, përmes krahasimit të pasqyrës ekzistuese të të ardhurave, me zgjerimin e mundshëm të aktiviteteve (p.sh. nëse më shumë gra janë inkuadruar, produkte të reja janë paraqitur, cilësia është rritur, etj) dhe me rritjen e mundshme të ndarjes me supermarketet;
- Të rishqyrtojë vlerësimin e tregut të bërë paraprakisht nga Ola (duke përfshirë preferencat e konsumuesve në ofertën ekzistuese);
- Të ilustrojë/ propozojë opcionet alternative për zhvillimin e mëtutjeshëm të këtij biznesi;
- Të rishqyrtojë planin investues dhe atë të marketingut për opcionin e rekomanduar;
- Të japë sugjerimet mbi zhvillimin në të ardhmën/ industria e shkallës së mesme dhe zgjerimi, duke u bazuar në vlerësimin financiar

## 2. Ndikimi në gratë e përfshira në përpunim

Oferta e llojeve të ndryshme të produkteve të përpunuara shtëpiake nga gratë kosovare, është pranuar mirë në tregun lokal, për ç'arësye është rritur kërkesa dhe janë krijuar marëdhënjet midis furnizueseve dhe pikës shitëse. Megjithatë, gratë përpunuese nuk kanë përfituar vetëm nga shitja përmes ndërmarrjes "Ola", por edhe nga shitja direkte tek konsumatorët.

Një sqarim më i mirë mbi grupet e grave/ numrin e grave të përfshira në përpunimin e produkteve, është prezentuar në tabelën më poshtë.

Tabela 1-2. Lista e grupeve të grave të përfshira në përpunimin shtëpiak (turshi dhe ajvar)

	Organizata/ Grupi i grave	Vendi	Përfaqësuesja	Nr. grave	Viti i përfshirjes
1	Drita e Krushës	Krushë e Madhe	Vaxhide Dina	75	2003
3	Gratë fermere	Krusha e Vogel	Kimete Hoti	30	2007
4	Ruka Ruci	Uglare - Fushë Kosovë	Snezana Stanojevic	20	2008
5	Luna	Prilluzhe - Vushtri	Lavorka Slavic	18	2008
6	Kalabria	Prishtinë	Sevdije Rukovci	12	2009
7	Violete	Barilevë	Bedrije Shala	9	2009
8	Freskia	Babaj i Bokës - Gjakovë	Shkurte Rrustemi	5	2007
	Total:			169	

Shumica e grupeve të prezentuara në tabelën e mësipërme, janë identifikuar përmes Olës, disa prej tyre janë prezentuar në tryezën e organizuar të rrumbullakët, ndërsa të tjerat janë verifikuar nga përfaqësueset e grupeve dhe nga agjensitë donatore. Tabela tregon një rritje të përfshirjes së femrave që nga viti 2003 (Drita e Krushës) e tutje, që në mënyrë direkte/ indirekte, është e lidhur me përfshirjen e Olës në promovimin e produkteve të përpunuara shtëpiake.

Në përgjithësi, sasi të produkteve kryesore në tregun lokal, janë rritur vazhdimisht që nga viti 2007. Koeficienti i rritjes për dy sezonat e fundit ('07/'08 - '08/'09), është llogaritur në 4.67 për turshitë dhe 9.53 për ajvarin. Tabela mëposhtë, tregon rritjen në sasi të secilit grup të përfshirë në përpunim dhe shitje, si përmes ndërmarrjes "Ola", poashtu edhe përmes shitjes direkte.

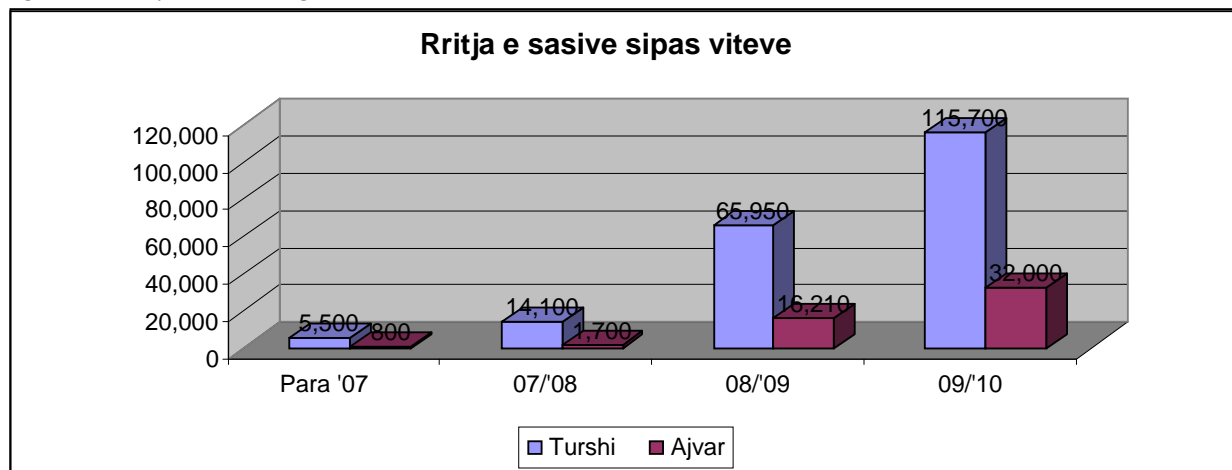
Llojet kryesore të produkteve që ato i kanë shitur në mënyrë direkte, janë turshitë dhe ajvari. P.sh. grupi i grave "Drita e Krushës" i ka prodhuar 41,100 kg të turshive, nga të cilat 27,100 kg (ose 66%) janë shitur përmes ndërmarrjes "Ola".

Tabela 2-2 Sasitë vjetore të prodhimit (në kg)

Grupi	Lloji	Sasia më e lartë vjetore para '07/'08	Sasia '07/'08	Sasia '08/'09	Sasia e planifikuar 09/10
Drita e Krushes	Pickles	5,500	8,500	41,100	60,000
	Ajvar	800	1,500	3,100	4,500
Grate fermere	Pickles	0	800	10,000	20,000
	Ajvar	0	200	8,000	16,000
Ruka Ruci	Pickles	0	0	4,000	8,000
	Ajvar	0	0	2,000	4,000
Luna	Pickles	0	0	300	600
	Ajvar	0	0	1,500	3,000
Kalabria	Pickles	0	0	1,050	1,100
	Ajvar	0	0	500	2,000
Violete	Pickles	0	0	3,500	18,000
	Ajvar	0	0	1,100	2,500
Freskia	Pickles	0	4,000	6,000	8,000
	Ajvar	0	0	0	0

Rritja e sasive të prodhimit të turshive dhe ajvarit për dy sezonat e fundit ('07/'08 - '08/'09), ka reflektuar në planifikimin e sezonës aktuale ('09/'10), me një rritje më të madhe prej afro 57%, për llojet e njëjta të produkteve.

Figura 1-2 Rritja e sasive (kg) sipas viteve



Duke pasur parasysh se për sezonën '08/'09, të gjitha produktet e ofruara janë shitur, atëherë është e qartë se tregu lokal i ka pranuar mirë ato, mirëpo kërkesa nuk është plotësuar ende, për shkak të prodhimit të kufizuar të grave përpunuese. Prandaj, gratë janë stimuluar që të ofrojnë sasi më të mëdha dhe një varg të zgjëruar të produkteve për sezonën e ardhshme. Furnizimi me sasi më të mëdha në të ardhmën, nuk i përket vetëm grupeve nga Krusha e Madhe, të cilat kanë përvojë më të gjatë dhe janë gjithnjë e më të njohura në treg, por u përket edhe grave të tjera përpunuese, të futura më vonë në treg dhe të cilat janë inkurajuar që të prodhojnë dyfish më shumë (në raste edhe trefish) për sezonën e ardhshme. Pika shitëse ka luajtur rol kryesor, jo vetëm në rritjen e shitjeve të saj, por edhe në rritjen e dukshme të shitjeve direkte nga vendi i përpunimit.

### 3. Modeli i biznesit në praktikë

Shkalla e suksesit të modelit të biznesit në praktikë, mund të shpjegohet me proceset e zhvilluara të menaxhimit të ndërmarrjes “Ola”, e cila ishte përgjegjëse për identifikimin, parashikimin dhe përmbushjen e kërkesave të konsumatorëve. Ndërmarrja “Ola”, ishte një vend për tregtimin dhe kontrollin e cilësisë së produkteve shtëpiake. Kjo ndërmarrje drejtohej nga një grua me aftësi të mëdha për biznes dhe me përvojë adekuate teknike. HPK-ja e ka përkrahur këtë biznes fillestar, ashtuqë përpunimit shtëpiake t’i mundësohet një pozicion më i mirë në treg. Idea ishte që vëllimi i prodhimit të grave të shitet kryesisht nga shitësit me shumicë. Edhe pse, bilansi midis shitjes me shumicë dhe pakicë në vitin e parë ishte 25% / 75%, megjithatë mund të konkludohet se ndërmarrja “Ola” ishte një kombinim i shitores me shumicë dhe asaj me pakicë, por qartësisht me një ofertë ekskluzive promovionale me pakicë. Inovacionet konstante dhe marketingu i mirë, e kanë ndihmuar këtë biznes fillestar që ta fitojë një pjesë të mirë të tregut, përmes një vargu të rritur të produkteve të përpunuara, duke pikësnuar shijet e ndryshme të konsumatorëve. Imazhi i fuqishëm i brendit “turshi shtëpiake” e ka pikësnuar qartazi tregun e kuzhinës shtëpiake.

Prandaj, modeli i biznesit për ndërmarrjen “Ola”, i zhvilluar nga HPK-ja, ka arritur sukses të mirë në:

- Krijimin a një biznesi profitabil si për ndërmarrjen “Ola”, poashtu edhe për gratë përpunuese;
- Vlerën e shtuar për produktet shtëpiake;
- Rritjen e numrit të grave dhe shoqatave të grave me qasje në treg;
- Trajnimin e grave në përpunimin komercial;
- Zgjerimin e bazës së konsumatorëve për produktet ushqimore shtëpiake në Kosovë;
- Ndihmën për zhvillimin e mëtutjeshëm të produkteve të tregtueshme;

Megjithatë, ekzistojnë ende disa pengesa në:

- Konkurrencën e çmimeve me produktet e importuara, edhe pse cilësia është më se konkurruese;
- Kontrollin e cilësisë dhe sigurisë ushqimore të produkteve;
- Standardizimin dhe uniformitetin e produkteve;
- Rritjen e furnizimit të përgjithshëm në treg;



### 3.1 Krijimi i bazës së furnizimit

Pasuria elementare, të cilën e posedonte ndërmarrja “Ola” para se t’ia fillonte biznesit, ishin lidhjet e besueshme sociale dhe njohuria e mirë e praktikave të përpunimit shtëpiak (turshitë dhe ajvari), gjë që doli të jetë një burim serioz karshi arritjes së suksesit. Që nga Shtatori i vitit 2008, ndërmarrja “Ola” i ka krijuar lidhjet direkte me përpunueset (grupet e grave, shoqatat dhe përpunueset individuale).

Themeli i biznesit të Olës ishte furnizimi nga grupet e grave nga Krusha e Madhe, me një pjesëmarrje prej 89% të shitjeve të saj. Prodhimi nga Krusha e Madhe është rritur si një rezultat i aplikimit të modelit të biznesit nga Ola. Për më tepër, grupi i grave të Krushës filloi të specializohej në një produkt – kryesisht turshi, derisa grupet tjera të grave dhe përpunueset individuale iu bashkangjitën Olës, duke e furnizuar me llojet tjera të produkteve shtëpiake. Ajo u ka siguruar të gjitha grave furnizuese trajnimin në përpunim, ruajtje dhe paketim, ndërsa për grupin e Krushës së Madhe ajo ka ofruar kavanozët dhe etiketat e përshtatëshme. Kostoja e kavanozëve dhe etiketave është llogaritur në çmimin e blerjes.

Portofoli i produkteve të ofruara nga gratë përbëhej prej 34 produkteve, të furnizuara nga 14 grupe të grave/ individeve nga komuniteti shqiptar dhe ai serb. Nga të gjitha të mirat e shitura për periudhën Shtator 2008 – Gusht 2009, më të rëndësishmet ishin turshitë dhe ajvari me 86%. Përveç këtyre, janë shitur edhe produkte tjera siç janë reçelërat, mjalta, djathi, qepët dhe hudhurat e freskëta, speci i kuq i terur, etj, duke e mirëmbajtur kështu dhe duke e zhvilluar më tutje bazën e klientëve.

Blerjet dhe shitjet e produkteve shtëpiake, të paraqitura në tabelën e mëposhtëme (Tabela 1-3), përshkruajnë qarkullimin e detajuar të ndërmarrjes “Ola” dhe të grave përpunuese, me ç’rast mund të shihet qartë dobishmëria e këtij modeli të biznesit. Fitimi bruto i ndërmarrjes “Ola” për periudhën Shtator ’08 – Gusht ’09, ishte € 25,749.00, gjë që i arsyeton investimet dhe përpjekjet e bëra në këtë biznes fillestar, përgjatë vitit të parë të veprimtimit. Përveç kësaj, gratë e përfshira në përpunim dhe furnizim me shumicë, kanë arritur një qarkullim prej € 47,685.00, me një neto fitim prej € 15,895.00, derisa ndërmarrja “Ola” ka arritur një qarkullim prej € 73,434.00 dhe neto fitim prej € 4,515.00.

Tabela 1-3. Blerjet dhe shitjet e ndërmarrjes "Ola" - periudha Shtator 2008 - Gusht 2009

BLERJET DHE SHITJET - Ndërmarrja "OLA" - periudha Shtator 2008 - Gusht 2009										
Nr	Artikulli	Lloji	Njësia	Sasia	Çmimi i blerjes (€)	Gjithsejt blerë (€)	Çmimi i shitjes (€)	Gjithsejt shitur (€)	Fitimi bruto (€)	Furnizuesi
1	Turshi	Spec në qumësht	3kg	1550	4.00	6,200.00	6.00	9,300.00	3,100.00	Krushe
2	Turshi	Spec në qumësht	10 kg	330	14.00	4,620.00	20.00	6,600.00	1,980.00	Krushe
3	Turshi	Spec në ujë	3kg	5000	3.00	15,000.00	5.00	25,000.00	10,000.00	Krushe
4	Turshi	Spec në ujë	10 kg	200	10.00	2,000.00	16.00	3,200.00	1,200.00	Krushe
5	Turshi	Spec në ujë	30 kg	50	30.00	1,500.00	40.00	2,000.00	500.00	Krushe
6	Turshi	Spec në ujë	100 kg	20	100.00	2,000.00	120.00	2,400.00	400.00	Krushe
7	Turshi	Lakër	kg	1000	0.50	500.00	1.00	1,000.00	500.00	Krushe
8	Turshi	Fletë hardhie	0.8 kg	200	1.00	200.00	2.00	400.00	200.00	Krushe e vogel
9	Ajvar	I qëruar	3 kg	670	11.00	7,370.00	15.00	10,050.00	2,680.00	Krusha
10	Reçel	0.5 kg	copë	100	1.00	100.00	1.90	190.00	90.00	Freskia - Babaj Bokes
11	Reçel	0.8 kg	copë	200	1.00	200.00	2.50	500.00	300.00	Krusha e vogel
12	Reçel	0.8 kg	copë	180	1.00	180.00	2.80	504.00	324.00	Krusha e vogel
13	Mjaltë	5 lloje	kg	200	8.00	1,600.00	10.00	2,000.00	400.00	Istog
14	Çaj (tubë)	10 lloje	tubë	300	0.50	150.00	1.00	300.00	150.00	Dubrave
15	Çaj (qese)	100 gr	pako	100	0.40	40.00	0.80	80.00	40.00	Dubrave
16	Erëza	100 gr	pako	200	0.25	50.00	0.50	100.00	50.00	Dubrave
17	Qepë	varg	copë	200	0.90	180.00	2.00	400.00	220.00	Rahovec

Nr	Artikulli	Lloji	Njësia	Sasia	Çmimi i blerjes (€)	Gjithsejt blerë (€)	Çmimi i shitjes (€)	Gjithsejt shitur (€)	Fitimi bruto (€)	Furnizuesi
18	Hudhra	varg	copë	100	1.20	120.00	2.50	250.00	130.00	Rahovec
19	Spec i djegës	varg	copë	70	1.00	70.00	2.50	175.00	105.00	Krushe
20	Djath	Sharri	3kg	50	9.00	450.00	12.00	600.00	150.00	Krushe
21	Djath	I butë	kg	200	3.00	600.00	4.80	960.00	360.00	Krushe
22	Fasule	Mulliqi	kg	1000	1.70	1,700.00	2.50	2,500.00	800.00	Krushe
23	Miell	Misër	kg	250	0.40	100.00	0.80	200.00	100.00	Radavc i Pejes prej mullirit te gurit
24	Miell	Thekër	kg	100	0.50	50.00	1.00	100.00	50.00	Radavc i Pejes prej mullirit te gurit
25	Miell	Gruri - i zi	kg	150	0.50	75.00	1.00	150.00	75.00	Radavc i Pejes prej mullirit te gurit
26	Turshi	Spec në vaj	2.5 kg	150	4.00	600.00	7.50	1,125.00	525.00	Uglare
27	Turshi	Spec në vaj	2.5 kg	50	4.00	200.00	7.50	375.00	175.00	Prilluzhe
28	Turshi	E përzier	0.8 kg	100	1.00	100.00	2.00	200.00	100.00	Prilluzhe
29	Turshi	Fletë hardhie	0.8 kg	100	1.00	100.00	2.00	200.00	100.00	Uglare
30	Sallatë domateje	Shishe	1 lit	100	1.00	100.00	3.00	300.00	200.00	Uglare
31	Ajvar	paqëruar	0.8 kg	150	2.50	375.00	3.50	525.00	150.00	Uglare
32	Ajvar	paqëruar	0.8 kg	50	2.50	125.00	3.50	175.00	50.00	Prilluzhe
33	Spec i djegës	varg	copë	30	1.00	30.00	2.50	75.00	45.00	Prilluzhe
34	Lule	Të ndryshme	gjithsejt	1	1000.00	1,000.00	1,500.00	1,500.00	500.00	Të ndryshëm
	<b>GJITHSEJT</b>					<b>47,685.00</b>		<b>73,434.00</b>	<b>25,749.00</b>	

### 3.2 Aftësitë kryesore dhe konfigurimi i vlerave

Edhe pse ishte shumë e vështirë për Olën, që t'i koordinonte furnizimin e tregut dhe kërkesën, është me rëndësi të ceket se konsumatorët janë mbajtur të interesuar dhe të rregullt në konsumimin e produkteve të ofruara. Më parë, ndërmarrja "Ola" bazohej në ofertën e furnizueseve, mirëpo me nismën e ndërmarrjes, ajo ishte në gjendje që t'i përcaktojë disa standarde lidhur me sasinë, cilësinë dhe çmimet, gjë që rezultoi me ngritjen e besimit midis konsumatorëve dhe reflektoi direkt në kërkesën e shtuar për produkte shtëpiake. Një vëmendje e veçantë i është kushtuar zhvillimit të uniformitetit të produktit, me fokus në cilësi dhe higjienë dhe kjo bëri që konsumatorët të blejnë të gjitha produktet e ofruara.

Është e qartë se çështja e cilësisë së këtij bashkëpunimi kërkon përpjekje të mëtutjeshme, prandaj ndërmarrja "Ola" i ka zhvilluar standardet e qarta për sezonën 2009/ 10, të njohura si "Standardet e Olës", si një obligim i cili duhet të përmbushet nga furnizueset (gratë përpunuese). Të gjitha grupet e intersuara janë informuar mbi standardet e kërkuara strikte, të nevojshme për t'i mbajtur produktet në raftet. Duke filluar nga sezona e re, pas një viti përvoje, ndërmarrja "Ola" do të blejë vetëm produktet më të mira nga grupi përkatës, p.sh. nga grupi i Krushës së Madhe do të blejë kryesisht turshi, ndërsa nga grupet e Barilevës, Uglares dhe Prilluzhes do të blejë ajvarin. Shitja e produkteve do të varet ekskluzivisht nga aftësitë e përpunueseve dhe cilësia e produkteve të ofruara dhe të testuara nga Ola. Në këtë mënyrë, ndërmarrja "Ola" do ta zgjerojë rrjetin e saj, do ta rrisë fitimin dhe do ta mundësojë rritjen e fitimit midis grave përpunuese.

### 3.3 Zhvillimi i bazës së konsumatorëve

Ndërmarrja "Ola" është një ndërmarrje e orientuar kah tregu, përderisa i zhvillon dhe ekzekuton aktivitetet e saj tregtuese, bashkarisht me nevojat e blerësit, si dhe me kënaqjen e konsumatorit si qëllim kryesor. Mund të thuhet se ekziston supozimi se konsumatorët e produkteve shtëpiake nuk janë të drejtuar nga çmimi, por shiqojnë për ofertën, e cila më së miri i plotëson nevojat e tyre, prandaj ndërmarrja "Ola" i ka përcaktuar këto nevoja dhe është duke e zhvilluar një ofertë të përshtatshme. Filozofia e saj është që thjesht, t'i përshtatë produktet dhe shërbimet për nevojat e klientëve. Edhe pse, ekzistonte një problem rreth cilësisë dhe vazhdueshmërisë së produktit, Ola arriti ta shesë secilin produkt të ekspozuar në shitoren e saj. Kërkesa është në rritje e sipër dhe sipas përshtypjes së menaxheres, potenciali i shitjes së produkteve të përpunuara shtëpiake në vitin e ardhshëm do të dyfishohet.

Sigurisht që konsumatorët e Olës konsiderohen si pjesë vitale për shëndetin e vazhdueshëm të ndërmarrjes, prandaj Ola ishte në gjendje që t'i lokalizojë konsumatorët, ta gjejë se çka kërkojnë ata dhe pastaj t'i komunikojë premtimet e saj tek ata. Këto premtime janë shpërndarë (produkti i duhur, në momentin e duhur) dhe përcjellur për t'u siguruar se konsumatorët janë të kënaqur. Konsumatorët kryesorë dhe më të rregullt të ndërmarrjes "Ola" janë individët/ familjet me të ardhura më të mira, të cilët nuk kanë kohë që t'ia kushtojnë përgatitjes së produkteve shtëpiake. Konsumatorë tjerë të rëndësishëm janë restorantet e klasit të lartë, e poashtu edhe disa nga qebaporet.

Ndërmarrja "Ola" është dashtë të operojë si një qendër shumice, por shumica e sasive është shitur tek konsumatorët individualë, derisa 25% e sasisë së përgjithshme përgjatë sezonës '08/'09, është shitur tek restorantet, që konsiderohet si shitje me shumicë. Tabela 2-3 tregon llojet e konsumatorëve dhe zhvillimin e trendeve në drejtim të shitjes me shumicë.

Table 2-3 Llojet e konsumatorëve dhe vëllimet (në kg)

Nr	Konsumatorët	Lloji	Sasia (2007/08)	Sasia (2008/09)	Trendet (2009/10)
1	Toskana	Shumicë	300	1,000	1,800
2	Edi I	Shumicë	400	800	1,500
3	Edi II	Shumicë	300	700	1,300
4	Ariu	Shumicë	300	700	1,300
5	Tiffany	Shumicë	0	800	1,500
6	De Rada	Shumicë	0	500	1,000
7	Roni	Shumicë	0	400	1,000
8	Cafe 7	Shumicë	0	400	1,000
9	Qebaptore	Shumicë	1200	1,500	2,100
10	Individët	Pakicë	6,000	20,300	24,000
	<b>Proporcioni</b>	<b>Shumicë/ pakicë</b>	<b>30 : 70</b>	<b>25 : 75</b>	<b>35 : 65</b>

Përgjatë vitit të parë të operimit (Shtator '08 – Gusht '09), ndërmarrja “Ola” ka qenë e fokusuar kryesisht në Prishtinë, si treg primar. Kërkesë ka pasur edhe në vendet tjera të Kosovës, mirëpo për shkak ofertës së kufizuar, kjo kërkesë nuk është trajtuar nga Ola. Strategjia e ardhshme e Olës do të mbështetet në hapjen e një qendre me shumicë, në Krushë të Madhe, e cila do t’i furnizonte pjesët tjera të shtetit.

### 3.4 Marëdhënjet me konsumatorë

Znj. Ola Sylja posedon një sfond të fuqishëm dhe kuptueshmëri të thellë të marketingut, komercializimit dhe dizajnit kreativ të produkteve shtëpiake, të prezentuara në qendrën shitëse. Shumica e konsumatorëve kanë qenë të kënaqur me produktet e ofruara dhe shërbimin, prandaj ata u kthyen në blerës repetitivë, që paraqet një potencial për zgjerimin e biznesit në të ardhmën. Edhe pse, cilësia dhe furnizimi mund të mos ishin konsistentë, konsumatorët e dëshironin shijen specifike të produkteve dhe nuk kishin ankesa për mangësitë, duke i kuptuar ato dhe duke i vlerësuar produktet shtëpiake si kërkesë të veçantë në treg. Ata shpesh i pranojnë produktet me cilësi më të dobët, duke qenë të vetëdijëshëm se gratë përpunuese nuk punojnë gjithmonë nën kushte të njëjta dhe me të njëjtën cilësi të perimeve dhe pemëve. Një element tjetër pozitiv që e krijoi rrjetin e konsumatorëve, ishte oferta e Znj. Ola Sylja për të pranuar porositë me telefon apo e-mail dhe ta bëjë transportin e mallit deri tek shtëpitë dhe restorantet e tyre.

### 3.5 Konkurrentët

Ekziston një dallim i dukshëm në çmim dhe shije, në mes të produkteve të Olës dhe produkteve të ngjashme në treg. Çmimet e Olës janë shumë më të larta, për shkak të shijes specifike, aromës dhe përmbajtjes së produkteve shtëpiake, prandaj ne mund t’i konsiderojmë turshitë shtëpiake si një produkt të veçantë nga ato të ofruara nga kompanitë industriale. Në anën tjetër, produktet shtëpiake po tregojnë një lloj të ndikimit nostalgjik në shijen e konsumatorëve. Kjo sjell deri tek një konkludim se ndërmarrja “Ola” është një qendër shitëse unike dhe specifike dhe në këtë aspekt, ajo nuk ka konkurrencë. Megjithatë, nga një hulumtim i shpejtë i tregut, ekzistojnë produkte të ngjashme, të prodhuara industrialisht nga Abi-Elif (ajvar, turshi, reçelëra, djath), Podravka nga Kroacia dhe Vitaminka nga Maqedonia (ajvar, turshi, reçelëra), si dhe Vipro nga Maqedonia (me një

cilësi shumë të lartë të ajvarit). Çmimet mesatare të pakicës janë marrë sipas produktit, brendit dhe origjinës, në mënyrë që të fitohet një pasqyrë më e mirë e konkurrentëve<sup>8</sup> në tregun lokal (Aneksi 3).

### 3.6 Problemet dhe kufizimet

Furnizimi i kufizuar nga gratë e përfshira në përpunim, është një ndër pengesat kryesore për t'u ballafaquar. Problemet dhe kufizimet e vrojtuar për tregtim të suksesshëm të produkteve të përpunuara shtëpiake, janë përshkruar në dy grupe të ndryshme veçanërisht, (i) për gratë në përpunim dhe (ii) ndërmarrjen "Ola". Megjithatë, ato janë të ndërlidhura dhe e ndikojnë njëra tjetrën.

#### **(i) Gratë përpunuese**

- Prodhimi i pamjaftueshëm i produkteve shtëpiake, për të përmbushur kërkesën në treg;
- Periudha e kufizuar e prodhimit në vetëm 3 muaj, e cila nuk siguron të ardhura të qëndrueshme të grave përpunuese, bile edhe nëse përgjatë kësaj periudhe, fitimi mund të jetë i lartë;
- Përpunimi i vonëshëm (jashtë sezonës) mund të rrisë kostot e prodhimit, për rreth 40% për turshi dhe 35% për ajvar. Çmimi i specave jashtë sezonës rritet deri në € 0.50, krahasuar me € 0.20 në sezonën e vjeljes;
- Mungesa e cilësisë së vazhdueshme (konsistente) dhe uniformiteti, të cilat shpesh varen nga aplikimi i qëndrueshëm i reçeturave nga të gjitha përpunueset, nga cilësia e perimeve dhe pemëve, kushtet atmosferike, si dhe nga kushtet e punës. Edhe pse, konsumatorët janë relativisht të vetëdijshëm mbi këto fakte (ata i kuptojnë dhe i pranojnë dallimet në cilësi – siç është thënë nga gratë), është i nevojshëm një informim më i fuqishëm mbi përmbajtjen dhe shijen shtëpiake për konsumuesit.;
- Mungesa e evidencës nga ana e grave përpunuese. Poqëse, gratë e përfshira në përpunim do të mbanin evidencë mbi blerjet dhe shitjet, atëherë ato do të mund ta kuptonin më mirë strukturën e çmimit, e poashtu ta drejtonin dhe organizonin më mirë biznesin e tyre shtëpiake;
- Mungesa e mentalitetit të orientuar kah biznesi tek grupet e grave. Shumica e grave/grupeve, mbështeten në përkrahjen e donatorëve, që ishte një ndër kërkesat përgjatë tryezave të rrumbullakëta në Prishtinë dhe Krushë të Madhe.

#### **(ii) Ndërmarrja "Ola"**

- Kohëzgjatja e shkurtër e aktiviteteve të biznesit, e kufizuar në periudhën prej Shtatorit deri në fund të Prillit të vitit vijues. Produktet kryesore shtëpiake (turshitë dhe ajvari), janë shitur në fund të Prillit. Prej Majit deri në Korrik, ndërmarrja "Ola" ka punuar vetëm me shitjen e luleve, vetëm për ta mbajtur biznesin të hapur, duke krijuar kështu një qarkullim prej vetëm € 1,500.00, ndërsa përgjatë Gushtit, ndërmarrja ishte mbyllur për një muaj, deri më 1 Shtator;
- Mungesa e uniformitetit të produktit e obligon Olën që vazdimisht ta arsyetojë cilësinë dhe përmbajtjen e produkteve;
- Mungesa e shprehive kontraktuese, që është një shprehi e zakonshme për bizneset fillestare. Kontrata do t'ia mundësonte ndërmarrjes "Ola" mbajtjen e partnerëve për një periudhë të caktuar.

<sup>8</sup> Produktet e Olës janë të dallueshëm dhe prandaj është zhvilluar një strategji e diferencimit, në krahasim furnizuesit e produkteve të importuara, që e zbatojnë strategjinë e çmimit të ulët.

#### **4. Struktura organizative (Ndërmarrja “Ola” dhe gratë përpunuese)**

Ndërmarrja “Ola” përbëhet nga menaxherja dhe një punëtor. Menaxherja e ndërmarrjes “Ola” është Znj. Ola Sylja, e cila ka më shumë se shtatë vjet përvojë në zhvillimin dhe shitjen e produkteve shtëpiake, kryesisht të fituar përmes angazhimit të saj në iniciativat e ndryshme jo profitabile për fuqizimin e grave. Ajo, poashtu ka përvojë në zhvillimin e produkteve bankare.

Ndërmarrja “Ola” ka bashkëpunuar ngushtë me grupe të ndryshme të grave, posaqërisht me ato nga Krusha e Madhe, me të cilat Ola ka pasur një marrëdhënie disa vjeqare. Grupi i Krushës së Madhe përfshin gra të ndryshme nga familje të ndryshme. Pas një vlerësimi pozitiv nga ana e klientëve, ajo vendosi që të avansohet me një pikë shitëse në Prishtinë, prej nga ajo mund të shesë shumicën e furnizimeve. Ndërmarrja “Ola” i ka furnizuar gratë me kavanozë, ndërsa detyra e tyre ishte që t’i përpunojnë dhe paketojnë perimet, sipas standardeve të kërkuara nga ndërmarrja “Ola”. Më pastaj, ndërmarrja “Ola” e ka bërë transportimin nga njësi përpunuese tek qendra shitëse. Ekzistojnë edhe grupe tjera të grave, të përfshira në përpunim, mirëpo jo aq të organizuara si ato të Krushës së Madhe. Shumica e tyre janë nga shoqatat e grave, të përfaqësuara nga një përfaqësuese e zgjedhur. Ndërmarrja “Ola” nuk i ka furnizuar ato me kavanozë, por e ka bërë transportimin e produkteve deri në qendrën shitëse.

##### **4.1 Përpunimi tek grupet individuale të grave dhe opsionet e procesit**

Shumica e grave të përfshira në përpunim posedojnë repromaterialin e tyre, si specat e prodhuar në fermat e tyre. Mirëpo, ekziston edhe një numër i grave, të cilat i blejnë perimet për të prodhuar turshi dhe ajvar. Përbrenda vargut të produkteve të ofruara nga ndërmarrja “Ola”, turshitë dhe ajvari përfaqësohen me rreth 86%, prandaj më shumë vëmendje i është kushtuar opsioneve të ndryshme të kalkulimit të shpenzimeve dhe çmimit për këto dy produkte.

##### **4.2 Dobishmëria e opsioneve të planifikuara**

Duke u bazuar në tri opsionet e prezentuara në modelin e biznesit, para se të fillonte biznesi, është vërejtur se ndërmarrja “Ola” ka përdorur opsione të ndryshme për grupe të ndryshme. Opsioni i parë është përdorur vetëm për grupin e Krushës së Madhe ku: “Përpunueset e kanë bërë konzervimin dhe paketimin, ndërsa përgjegjësia e ndërmarrjes ishte t’i blejë kavanozët dhe etiketat dhe të bëjë transportin nga vendi i përpunimit deri tek pika shitëse”. Opsioni i tretë, kryesisht është përdorur tek grupet tjera ku: “Përpunueset kanë blerë kavanozët, kanë bërë konzervimin dhe paketimin, si dhe kanë bërë transportin deri në pikën e shitjes, derisa ndërmarrja i ka blerë produktet finale dhe ka bërë kontrollin e cilësisë (higjienën)”. Opsioni i dytë, që ishte zgjedhur të ishte më i përdorëshmi, nuk ishte i përshtatshëm për ndërmarrjen, ku: “Përpunueset është dashur ta bënin konzervimin në fuqitë prej 200 kg, ndërsa ndërmarrja të blente dhe ta bënte paketimin, si dhe ta bënte transportin nga vendi i prodhimit tek pika shitëse”.

Për prodhimin e ajvarit, ndërmarrja “Ola” e ka përdorur opsionin e parë (për kavanozët 3kg) me gratë e Krushës (670 kavanozë me çmim total prej € 7,370.00) dhe opsionin e tretë (për kavanozët 0.8kg) me gratë serbe nga Uglara dhe Prilluzha (200 kavanozë me çmim total prej € 500.00).

## 5. Kostot e prodhimit dhe krahasimet

Tabelat e mëposhtme paraqesin fitimin e grave përpunuese, duke përdorur opsione të ndryshme. Kostot e prodhimit janë analizuar në tri opsione për turshitë dhe dy për ajvarin. Krahasimi është i bazuar në prodhimin e turshive/ajvarit me specat vetanake dhe të blerë. Shkalla prej 1,000 kg specash është marrë si masë për kalkulimin e turshive, ndërsa shkalla prej 3,000 kg specash është marrë për kalkulimin e ajvarit.

*Referohuni tek Aneksi 1 dhe 2 për kalkulimet e detajuara në opsionet e ndryshme të prodhimit të turshive dhe ajvarit.*

### 5.1 Turshitë – kostot e prodhimit

Sasia për përpunim (neto)	1,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,400	kg
Gjithsejt turshi në kavanozë 3 kg	467	jars

- (I) Kostot e prodhimit për turshi, përfshirë paketimin tek gratë që kultivojnë specat e tyre, janë € 930.60, ndërsa tek ato që i blejnë specat janë € 1,020.60.

Turshitë më specat vetanake		Turshitë me specat të blerë	
Gjithsejt kostot / 1,000 kg	930.60	Gjithsejt kostot / 1,000 kg	1,020.60
Kostot e prodhimit/ kavanoz 3kg	1.99	Kostot e prodhimit/ kavanoz 3kg	2.19
Marzha (50%)	1.01	Marzha (37%)	0.81
Çmimi shitës për kavanoz 3 kg	3.00	Çmimi shitës për kavanoz 3 kg	3.00
Gjithsejt qarkullimi	1,400.00	Gjithsejt qarkullimi	1,400.00
<b>Fitimi</b>	<b>469.40</b>	<b>Fitimi</b>	<b>379.40</b>

- (II) Kostot e prodhimit për turshi, hequr paketimin e ofruar nga Ola, por përfshirë mbushjen e kavanozëve dhe etiketimin tek gratë që kultivojnë specat, janë llogaritur në € 697.10, ndërsa tek ato që i blejnë specat, janë llogaritur në € 787.10

Turshitë më specat vetanake		Turshitë me specat të blerë	
Gjithsejt kostot / 1,000 kg	697.10	Gjithsejt kostot / 1,000 kg	787.10
Kostot e prodhimit/ kavanoz 3kg	1.49	Kostot e prodhimit/ kavanoz 3kg	1.69
Marzha (101%)	1.51	Marzha (78%)	1.31
Çmimi shitës për kavanoz 3 kg	3.00	Çmimi shitës për kavanoz 3 kg	3.00
Gjithsejt qarkullimi	1,400.00	Gjithsejt qarkullimi	1,400.00
<b>Fitimi</b>	<b>702.90</b>	<b>Fitimi</b>	<b>612.90</b>



- (III) Kostot e prodhimit për turshitë në fuçi (200 kg) janë llogaritur në € 597.10 (specat vetanakë) dhe € 687.10 (specat të blerë). Këto turshi janë mbajtur për fermentim në vendin e përpunimit dhe pastaj janë transportuar nga ndërmarrja “Ola” deri në pikën shitëse.

Turshitë më specat vetanakë		Turshitë me specat të blerë	
Gjithsejt kostot / 1,000 kg	597.10	Gjithsejt kostot / 1,000 kg	687.10
Kostot e prodhimit/ kavanoz 3kg	85.30	Kostot e prodhimit/ kavanoz 3kg	98.16
Marzha (76%)	64.70	Marzha (53%)	51.84
Çmimi shitës për fuçi	150.00	Çmimi shitës për fuçi	150.00
Gjithsejt qarkullimi	1,050.00	Gjithsejt qarkullimi	1,050.00
<b>Fitimi</b>	<b>452.90</b>	<b>Fitimi</b>	<b>362.90</b>

## 5.2 Ajvari – kostot e prodhimit

- (I) Kostot e prodhimit për ajvar (kavanozë 0.8 kg) me specat vetanakë janë € 2,501.00, ndërsa me specat të blerë janë € 2,771.00

Sasia për përpunim (neto)	3,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,200	kg
Gjithsejt ajvar në kavanozë 0.8 kg	1,500	kavanozë

Ajvar i përpunuar me specat vetanakë		Ajvar i përpunuar me specat të blerë	
Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,501.00	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,771.00
Kostot e prodhimit /kavanoz / 0.8kg	1.67	Kostot e prodhimit /kavanoz / 0.8kg	1.85
Marzha (50%)	0.83	Marzha (35%)	0.65
Çmimi shitës për kavanoz	<b>2.50</b>	Çmimi shitës për kavanoz	<b>2.50</b>
Gjithsejt qarkullimi	3,750.00	Gjithsejt qarkullimi	3,750.00
<b>Fitimi</b>	<b>1,249.00</b>	<b>Profit</b>	<b>979.00</b>

Marzha (80%)	1.33	Marzha (62%)	1.15
Çmimi shitës për kavanoz	<b>3.00</b>	Çmimi shitës për kavanoz	<b>3.00</b>
Gjithsejt qarkullimi	4,500.00	Gjithsejt qarkullimi	4,500.00
<b>Fitimi</b>	<b>1,999.00</b>	<b>Fitimi</b>	<b>1,729.00</b>

Marzha (110%)	1.83	Marzha (89%)	1.65
Çmimi shitës për kavanoz	<b>3.50</b>	Çmimi shitës për kavanoz	<b>3.50</b>
Gjithsejt qarkullimi	5,250.00	Gjithsejt qarkullimi	5,250.00
<b>Fitimi</b>	<b>2,749.00</b>	<b>Fitimi</b>	<b>2,479.00</b>

- (II) Kostot e prodhimit për ajvar (kavanozë 3 kg) me specia vetanakë janë € 2,461.00, ndërsa me specia të blerë janë € 2,731.00. Por, nëse kavanozët janë furnizuar nga Ola, atëherë kostot e prodhimit zvogëlohen dukshëm dhe sigurohet marzhë më e madhe nga përpunueset.

Sasia për përpunim (neto)	3,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,200	kg
Gjithsejt ajvar në kavanozë 3 kg	400	kavanozë

Ajvar i përpunuar me specia vetanakë		Ajvar i përpunuar me specia të blerë	
Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,461.00	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,731.00
Kostot e prodhimit /kavanoz / 3 kg	6.15	Kostot e prodhimit /kavanoz / 3 kg	6.83
Marzha (79%)	4.85	Marzha (61%)	4.17
Çmimi shitës për kavanoz	<b>11.00</b>	Çmimi shitës për kavanoz	<b>11.00</b>
Gjithsejt qarkullimi	4,400.00	Gjithsejt qarkullimi	4,400.00
<b>Fitimi</b>	<b>1,939.00</b>	<b>Fitimi</b>	<b>1,669.00</b>

Ajvar / specia vetanakë / kavanozët nga OLA		Ajvar / specia të blerë / kavanozët nga OLA	
Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,261.00	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,531.00
Kostot e prodhimit /kavanoz / 3 kg	5.65	Kostot e prodhimit /kavanoz / 3 kg	6.33
Marzha (95%)	5.35	Marzha (74%)	4.67
Çmimi shitës për kavanoz	<b>11.00</b>	Çmimi shitës për kavanoz	<b>11.00</b>
Gjithsejt qarkullimi	4,400.00	Gjithsejt qarkullimi	4,400.00
<b>Fitimi</b>	<b>2,139.00</b>	<b>Fitimi</b>	<b>1,869.00</b>

Opcionet e lartpërmendura paraqesin një pasqyrë të qartë mbi fitimin e grave, nga përpunimi shtëpiak. Duke pasur parasysh se Ola nuk ka qenë pika e vetme shitëse për gratë, fitimi nga shitjet e bëra pavarësisht nga secili grup, ishte vështirë të llogaritej, për shkak të mospërkushtimit të tyre ndaj evidentimit të shitjeve. Duke u bazuar në hipotezën e sasisë së përafërt të specave të përpunuar, sasia minimale për një grup të grave, është rreth 600 kg (turshi dhe ajvar), ndërsa përpunimi maksimal është arritur nga një familje (pjesë e grupit të grave) dhe ishte rreth 8,000 kg (rreth 5,000 kg për turshi dhe 3,000 kg për ajvar).

Fitimi i grupeve të grave, i llogaritur përafërsisht, nga bashkëshkëpunimi me ndërmarrjen "Ola" (vetëm për turshi dhe ajvar), ishte si vijon:

- Qarkullimi i përgjithshëm ishte € 40,090.00
- Marzha mesatare është llogaritur të jetë 55%, që jep neto fitim prej € 14,225.00

Fitimi i përafërt i grave nga bashkëpunimi me ndërmarrjen "Ola" në përgjithësi, duke e marrë një marzhë mesatare prej 50% është si vijon:

- Qarkullimi i përgjithshëm ishte € 47,685.00
- Neto fitimi (marzha mesatare prej 50%) ishte € 15,895.00

## 6. Pasqyrat financiare

Tabela 1-6. Pasqyra e të ardhurave - Ndërmarrja "Ola" (në €)

Ndërmarrja "Ola" - Pasqyra e të ardhurave (Shtator 2008 - Gusht 2009)		
I.	Shitjet/ të hyrat	73,434.00
	Gjithsejt të hyrat	73,434.00
II.	Kostoja e mallit të shitur (KMSH)	
	Blerjet	47,685.00
	Kavanozët dhe etiketat	4,392.00
	Gjithsejt Kostoja e mallit të shitur (KMSH)	52,077.00
	<b>FITIMI BRUTO</b>	<b>21,357.00</b>
III.	SHPENZIMET	
	Kostot e zhvillimit	
	Shpenzimet e udhëtimit	
1	Identifikimi i grupeve	378.00
2	Përgatitja për prodhim	504.00
3	Udhëheqja e prodhimit	630.00
4	Punëtoritë/ Workshope	100.00
	sub-total	1,612.00
	Kostot e trajnimit	
5	Menaxhimi i biznesit	500.00
	sub-total	500.00
	Kostot operative	
6	Pagat	6,300.00
7	Regjistrimi i biznesit, licensat dhe lejet	180.00
8	Kontrolli i cilësisë	180.00
9	Qiraja	1,800.00
10	Shpenzimet e zyrës	360.00
11	Transporti	900.00
12	Mirëmbajtja e veturës	350.00
13	Interneti	180.00
14	Telefoni	360.00
15	Rryma dhe ngrohja	360.00
16	Adoptimi i lokalit (toaleti)	1,500.00
17	Të tjera	936.00
	sub-total	13,406.00
18	Zhvlerësimi	1,324.00
	sub-total	1,324.00
	<b>GJITHSEJT SHPENZIMET</b>	<b>16,842.00</b>
	<b>Neto fitimi</b>	<b>4,515.00</b>

Tabela 2-6. Bilansi i gjendjes – Ndërmarrja “Ola” – 31 Gusht 2009 (në €)

<b>Bilansi i gjendjes – 31.08.2009</b>	
<b>MJETET</b>	
<b>Mjetet qarkulluese</b>	
Paratë - keshi	12,343.00
<b>Gjithsejt mjetet qarkulluese</b>	<b>12,343.00</b>
<b>Mjetet themelore</b>	
Reklamata ekspozuese	166.00
Frigoriferët	1,276.00
Peshorja dixhitale	250.00
Raftet	184.00
Lavamani	111.00
Dollapët	221.00
Kompjuteri	340.00
Telefoni	58.00
Vetura	4,200.00
<b>Gjithsejt mjetet themelore</b>	<b>6,806.00</b>
<b>GJITHSEJT MJETET</b>	<b>19,149.00</b>
<b>OBLIGIMET DHE EKUITETI I PRONARIT</b>	
<b>Detrimet qarkulluese</b>	
<b>Detyrimet afatshkurtëra</b>	
Granti i HPK	13,172.00
<b>Gjithsejt detyrimet afatshkurtëra</b>	<b>13,172.00</b>
<b>Gjithsejt detyrimet qarkulluese</b>	<b>13,172.00</b>
<b>Ekuiteti i pronarit</b>	
Kapitali i pronarit	1,462.00
Fitimi i pashpërndarë	4,515.00
<b>Gjithsejt ekuiteti i pronarit</b>	<b>5,977.00</b>
<b>GJITHSEJT DETYRIMET DHE EKUITETI I PRONARIT</b>	<b>19,149.00</b>

Tabela 3-6. Zhvlerësimi - Ndërmarrja "Ola" (Shtator 2008 - Gusht 2009)

Ndërmarrja "Ola" - Zhvlerësimi						
Nr	Artikulli	Çmimi	Vlera e mbetur	Jetëgjatësia e pritur	Vlera e amortizimit vjetor (Gusht 09)	Vlera e mbetur (Gusht 09)
1	Reklama ekspozuese	200.00 €	30.00 €	5	34.00 €	166.00 €
2	Frigoriferët	1,520.00 €	300.00 €	5	244.00 €	1,276.00 €
3	Peshorja dixhitale	300.00 €	50.00 €	5	50.00 €	250.00 €
4	Raftet	200.00 €	40.00 €	10	16.00 €	184.00 €
5	Lavamani	120.00 €	30.00 €	10	9.00 €	111.00 €
6	Dollapët	240.00 €	50.00 €	10	19.00 €	221.00 €
7	Kompjuteri	480.00 €	60.00 €	3	140.00 €	340.00 €
8	Telefoni	70.00 €	10.00 €	5	12.00 €	58.00 €
9	Vetura	5,000.00 €	1,000.00 €	5	800.00 €	4,200.00 €
		<b>8,130.00 €</b>	<b>1,570.00 €</b>		<b>1,324.00 €</b>	<b>6,806.00 €</b>

Nga pasqyra e të ardhurave mund të shihet se neto fitimi i ndërmarrjes "Ola", në vitin e parë të operimit ishte € 4,515.00, që mund të konsiderohet si një sukses i mirë i biznesit. Edhepse, potenciali shitës i ndërmarrjes "Ola" për periudhën e ardhshme (Shtator 2009 - Gusht 2010), është paraparë të jetë dyfish më i madh se ai momental, për shkak të pamundësisë së grave përpunuese që ta furnizojnë atë sasi, ndërmarrja "Ola" planifikon t'i rrisë shitjet për të paktën 40%. Për ta arritur këtë, ndërmarrja "Ola" e ka rritur bashkëpunimin me më shumë grupe të grave. E gjithë kjo, nëse kthehet në numëra, e nënkupton fitimin e prezentuar në tabelën më poshtë:

Tabela 4-6. Pasqyra e të ardhurave - Parashikimi (Shtator 2009 - Gusht 2010)

Ndërmarrja "Ola" - Pasqyra e të ardhurave (Parashikimi Shtator '09 - Gusht '10)		
I.	Shitjet/ të hyrat	103,000.00
	Gjithsejt të hyrat	103,000.00
II.	Kostoja e mallit të shitur (KMSH)	
	Blerjet	67,000.00
	Kavanozët dhe etiketat	6,200.00
	Gjithsejt Kostoja e mallit të shitur (KMSH)	73,200.00
	<b>FITIMI BRUTO</b>	<b>29,800.00</b>
III.	<b>SHPENZIMET</b>	
	<b>Kostot e trajnimit</b>	
1	Menaxhimi i biznesit	500.00
	sub-total	500.00
	<b>Kostot operative</b>	
2	Pagat	7,200.00
3	Kontrolli i cilësisë	180.00
4	Qiraja	2,400.00
5	Shpenzimet e zyrës	360.00
6	Transporti	1,200.00
7	Mirëmbajtja e veturës	450.00
8	Interneti	180.00
9	Telefoni	360.00
10	Rryma dhe ngrohja	360.00
11	Të tjera	936.00
	sub-total	13,626.00
12	Zhvlerësimi	1,324.00
	sub-total	1,324.00
	<b>GJITHSEJT SHPENZIMET</b>	<b>15,450.00</b>
	<b>Neto fitimi</b>	<b>14,350.00</b>

Nga tabela më lartë, mund të shihet se qarkullimi i grave përpunuese, vetëm nga bashkëpunimi me ndërmarrjen "Ola" do të jetë € 67,000.00, që nënkupton një neto fitim prej € 22,300.00.

Megjithatë, ndërmarrja "Ola" do të përcjell me kujdes gjendjen e grave përpunuese dhe do të mundohet që t'i përkrahë ato në prodhimin sa më të madh të produkteve shtëpiake, që nënkupton një rritje të fitimit për të dyja palët, si për ndërmarrjen "Ola", ashtu edhe për gratë përpunuese.

## 7. Vrojtimet dhe rekomandimet

Ndërmarrja "Ola" është një biznes i përfshirë në tregtimin e produkteve të përpunuara nga disa grupe të grave. Potenciali i ardhshëm i këtij biznesi është i shprehur në dy mënyra: (i) duke rritur numrin e grupeve të grave të përfshira në përpunim dhe (ii) duke hapur një pikë tjetër shitëse, në një rajon tjetër të Kosovës. Konsumatorët janë të tërhequr nga prezantimi i produkteve shtëpiake në ndërmarrjen "Ola". Rritja e shitjeve tregon një potencial në rritje dhe për vitin e ardhshëm është llogaritur në 40% më shumë se këtë vit. Megjithatë, kërkesa për produktet shtëpiake po rritet më shpejt se kapaciteti i grave për të furnizuar. Rekomandimet në vijim, janë dhënë për t'i tejkaluar problemet dhe kufizimet ekzistuese në prodhimin shtëpiak dhe qendrën "Ola":

### Produktet

Produktet më të rëndësishme të ndërmarrjes do të mbesin turshitë dhe ajvari, përfshirë ofertën tashmë të testuar. Janë identifikuar disa produkte tjera me potencial për ndërmarrjen "Ola", që do të testohen në sezonën e ardhshme:

- Perimet e ngrira (të paketuara përshtatshëm);
- Specat e ngrirë që mund të përdoren për gjellën e popullarizuar vendore, dollmat (specat të mbushur me mish);
- Specat e pjekur të kuq e të qëruar, të ngrirë;
- Pemët e thara.

### Standardizimi i produkteve

- Produktet e përpunuara duhet të ndahen në tri kategori të ndryshme, me çmim të ndryshëm, sipas cilësisë;
- Grupet e grave, së bashku me ndërmarrjen "Ola", duhet ta formojnë një grup të përbashkët të degustimit, i cili duhet të jetë i aftë që t'i shijojë dhe t'i rangojë produktet;
- Duhet të identifikohen dhe të promovohen reqetat specifike të secilit grup, ashtu që grupet tjera, të cilat nuk shesin mirë, mund ta adoptojnë reqetën e suksesshme

### Përmirësimi i marketingut

- Prezantimi i paketimit të përbashkët (kavanozët), që është specifik për produktet shtëpiake dhe që është ndryshe nga artikujt e përpunuar industrialë;
- Prezantimi i etiketës me përshkrimin mbi produktet e përpunuara shtëpiake ;
- Eksplorimi i mundësisë për hapjen e një qendre tjetër të shitjes;
- Kalimi në shitje me shumicë, përmes krijimit të një qendre të shitjes afër zonës më të madhe përpunuese - Krushës së Madhe.

### Trajnimet për menaxhim të biznesit

- Ola ka nevojë për përkrahje në ngritjen e saj për menaxhim të biznesit, për ta mirëmbajtur më tutje dhe për ta zhvilluar një biznes me shitje me shumicë;
- Gratë, duhet ta mësojnë dhe ta kuptojnë konceptin e biznesit, prandaj është i nevojshëm trajnimi i tyre në menaxhimin elementar të biznesit;
- Gratë, duhet të mësohen mbi evidentimin e të hyrave dhe shpenzimeve (bazat e kontabilitetit);
- Gratë, duhet të mësohen mbi bazat e marketingut, në mënyrë që ta kuptojnë funksionimin e tregut dhe trendeve të tij.

### Rritja e kapaciteteve të prodhimit

- Grupet e grave nuk duhet të mbështeten vetëm në perimet (pemët) e prodhuara nga vetë ato, por duhet të mendojnë edhe në blerjen e tyre, nëse ekziston kërkesa për më shumë produkte, edhe pse fitimi mund të jetë më i vogël (qarkullimi i rritur e rrit fitimin), p.sh. potenciali prodhues i specave në Krushën e Madhe është rreth 2,700 tonë;
- Mundësia për të hapur një fabrikë të vogël, duhet të eksplorohet, ashtu që gratë mund të arrijnë një prodhim më të lartë, si dhe uniformitet dhe qëndrueshmëri të furnizimit të produktit në treg, duke i mbajtur standardet dhe reqetat e njëjta të përpunimit shtëpiak.

**Vërejtje:** Ola është duke i shqyrtuar mundësitë më të mira për t'i investuar idetë e saj në hapjen e një qendre të shitjes me shumicë/mini fabrikë në Krushë të Madhe (me donacion nga PTK-ja).

#### **Konsideratat (pengesat e mundëshme):**

- √ Si të arrihet zgjatja e ciklit të jetës së perimeve dhe pemëve (blerja me shumicë në sezonën përkatëse, ngrirja dhe përpunimi përgjatë tërë vitit)?
- √ Si të arrihet prodhimi i vazhdueshëm/i qëndrueshëm përgjatë tërë vitit?
- √ Ku duhet të ndërtohet fabrika (ose fabrikat)?
- √ A janë të gatshme gratë, që të kontribuojnë (me të gatshme apo tjetër) për ndërtimin e fabrikës?



## Aneksi 1 - Kalkulimet e kostos për turshitë nga specat

<b>Kostot e prodhimit - turshitë nga specat e blerë</b>				
Sasia për përpunim (neto)	1,000	kg		
Gjithsejt produkt (bruto)	1,400	kg		
Gjithsejt turshi në kavanozë 3 kg	467	kavanozë		
<b>Kostot e prodhimit për përpunueset</b>				
<b>Materialet</b>	<b>Gjithsejt kostot (€)</b>	<b>Sasia</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
1 Speca (kg)	200.00	1,000		0.20
2 Uthull (L)	24.00	30		0.80
3 Kripë (kg)	2.10	7		0.30
4 Sheqer (kg)	1.00	2		0.50
5 Kavanozë 3kg	233.50	467		0.50
6 Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	35.00	7		20.00
sub-total	495.60			
<b>Puna</b>		<b>Ditët e punës</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
7 Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
8 Konzervimi (mbushja e fuqive)	75.00	1	6	12.50
9 Fermentimi (ruajtja për 1 muaj)	100.00	4	2	12.50
10 Paketimi dhe etiketimi	100.00	4	2	12.50
11 Punët tjera	25.00	1	2	12.50
sub-total	525.00	13		12.50
Gjithsejt kostot / 1,000 kg	1,020.60			
Kostot e prodhimit /kavanoz 3kg	2.19			
Marzha	0.81	37%		
Çmimi shitës për kavanoz 3 kg	3.00			
Gjithsejt qarkullimi	1,400.00			
Fitimi	<b>379.40</b>			

**Kostot e prodhimit - turshitë nga specat vetanakë**

Sasia për përpunim (neto)	1,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,400	kg
Gjithsejt turshi në kavanozë 3 kg	467	kavanozë

**Kostot e prodhimit për përpunueset**

<b>Materialet</b>		<b>Gjithsejt kostot (€)</b>	<b>Sasia</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
1	Specat (kg)	110.00	1,000		0.11
2	Uthull (L)	24.00	30		0.80
3	Kripë (kg)	2.10	7		0.30
4	Sheqer (kg)	1.00	2		0.50
5	Kavanozë 3kg	233.50	467		0.50
6	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	35.00	7		20.00
	sub-total	405.60			
<b>Puna</b>			<b>Ditët e punës</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
7	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
8	Konzervimi (mbushja e fuqive)	75.00	1	6	12.50
9	Fermentimi (ruajtja për 1 muaj)	100.00	4	2	12.50
10	Paketimi dhe etiketimi	100.00	4	2	12.50
11	Punët tjera	25.00	1	2	12.50
	sub-total	525.00	13		12.50
	Gjithsejt kostot / 1,000 kg	930.60			
	Kostot e prodhimit /kavanoz 3kg	1.99			
	Marzha	1.01	50%		
	Çmimi shitës për kavanoz 3 kg	3.00			
	Gjithsejt qarkullimi	1,400.00			
	Fitimi	<b>469.40</b>			

**Kostot e prodhimit - turshitë nga specat e blerë - pa kavanozë**

Sasia për përpunim (neto)	1,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,400	kg
Gjithsejt turshi në kavanozë 3 kg	467	kavanozë

**Kostot e prodhimit për përpunueset**

	<b>Materialet</b>	<b>Gjithsejt kostot (€)</b>	<b>Sasia</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
1	Specat (kg)	200.00	1,000		0.20
2	Uthull (L)	24.00	30		0.80
3	Kripë (kg)	2.10	7		0.30
4	Sheqer (kg)	1.00	2		0.50
5	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	35.00	7		20.00
	sub-total	262.10			
	<b>Puna</b>		<b>Ditët e punës</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
6	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
7	Konzervimi (mbushja e fuqive)	75.00	1	6	12.50
8	Fermentimi (ruajtja për 1 muaj)	100.00	4	2	12.50
9	Paketimi dhe etiketimi	100.00	4	2	12.50
10	Punët tjera	25.00	1	2	12.50
	sub-total	525.00	13		12.50
	Gjithsejt kostot / 1,000 kg	787.10			
	Kostot e prodhimit / kavanoz 3kg	1.69			
	Marzha	1.31	78%		
	Çmimi shitës për kavanoz 3 kg	3.00			
	Gjithsejt qarkullimi	1,400.00			
	Fitimi	<b>612.90</b>			

**Kostot e prodhimit - turshitë nga specat vetanakë - pa kavanozë**

Sasia për përpunim (neto)	1,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,400	kg
Gjithsejt turshi në kavanozë 3 kg	467	jars

**Kostot e prodhimit për përpunueset**

	<b>Materialet</b>	<b>Gjithsejt kostot (€)</b>	<b>Sasia</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
1	Specat (kg)	110.00	1,000		0.11
2	Uthull (L)	24.00	30		0.80
3	Kripë (kg)	2.10	7		0.30
4	Sheqer (kg)	1.00	2		0.50
5	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	35.00	7		20.00
	sub-total	172.10			
	<b>Puna</b>		<b>Ditët e punës</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
6	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
7	Konzervimi (mbushja e fuqive)	75.00	1	6	12.50
8	Fermentimi (ruajtja për 1 muaj)	100.00	4	2	12.50
9	Paketimi dhe etiketimi	100.00	4	2	12.50
10	Punët tjera	25.00	1	2	12.50
	sub-total	525.00	13		12.50
	Gjithsejt kostot / 1,000 kg	697.10			
	Kostot e prodhimit /kavanoz 3kg	1.49			
	Marzha	1.51	101%		
	Çmimi shitës për kavanoz 3 kg	3.00			
	Gjithsejt qarkullimi	1,400.00			
	Fitimi	<b>702.90</b>			

**Kostot e prodhimit - turshitë nga specat e blerë - fuqi 200 kg**

Sasia për përpunim (neto)	1,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,400	kg
Gjithsejt turshi në fuqi	7	fuqi

**Kostot e prodhimit për përpunueset**

<b>Materialet</b>		<b>Gjithsejt kostot (€)</b>	<b>Sasia</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
1	Specat (kg)	200.00	1,000		0.20
2	Uthull (L)	24.00	30		0.80
3	Kripë (kg)	2.10	7		0.30
4	Sheqer (kg)	1.00	2		0.50
5	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	35.00	7		20.00
	sub-total	262.10			
<b>Puna</b>			<b>Ditët e punës</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
6	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
7	Konzervimi (mbushja e fuqive)	75.00	1	6	12.50
8	Fermentimi (ruajtja për 1 muaj)	100.00	4	2	12.50
9	Punët tjera	25.00	1	2	12.50
	sub-total	425.00	9		12.50
	Gjithsejt kostot / 1,000 kg	687.10			
	Kostot e prodhimit / fuqi	98.16			
	Marzha	51.84	53%		
	Çmimi shitës për fuqi	150.00			
	Gjithsejt qarkullimi	1,050.00			
	Fitimi	<b>362.90</b>			

Kostot e prodhimit - turshitë nga specat vetanakë - fuqi 200 kg					
	Sasia për përpunim (neto)	1,000	kg		
	Gjithsejt produkt (bruto)	1,400	kg		
	Gjithsejt turshi në fuqi	7	fuqi		
	<b>Kostot e prodhimit për përpunueset</b>				
	<b>Materialet</b>	<b>Gjithsejt kostot (€)</b>	<b>Sasia</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
1	Specat (kg)	110.00	1,000		0.11
2	Uthull (L)	24.00	30		0.80
3	Kripë (kg)	2.10	7		0.30
4	Sheqer (kg)	1.00	2		0.50
5	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	35.00	7		20.00
	sub-total	172.10			
	<b>Puna</b>		<b>Ditët e punës</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
6	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
7	Konzervimi (mbushja e fuqive)	75.00	1	6	12.50
8	Fermentimi (ruajtja për 1 muaj)	100.00	4	2	12.50
9	Punët tjera	25.00	1	2	12.50
	sub-total	425.00	9		12.50
	Gjithsejt kostot / 1,000 kg	597.10			
	Kostot e prodhimit / fuqi	85.30			
	Marzha	64.70	76%		
	Çmimi shitës për fuqi	150.00			
	Gjithsejt qarkullimi	1,050.00			
	Fitimi	<b>452.90</b>			

## Aneksi 2 – Kalkulimet e kostos për ajvar

### Ajvari i përpunuar nga specat e blerë - 3 opsione të çmimit

Sasia për përpunim (neto)	3,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,200	kg
Gjithsejt ajvar në kavanozë 0.8 kg	1,500	kavanozë

#### Kostot e prodhimit për përpunueset

	Materialet	Gjithsejt kostot (€)	Sasia	Personat e përfshirë	€/njësia
1	Specat (kg)	600.00	3,000		0.20
2	Vaj (L)	96.00	120		0.80
3	Kripë (kg)	18.00	60		0.30
4	Sheqer (kg)	7.50	15		0.50
5	Bombola të gazit	42.00	6		7.00
6	Kavanozë	240.00	1,200		0.20
7	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	30.00	6		20.00
	sub-total	1,033.50			
	<b>Puna</b>		<b>Ditët e punës</b>		<b>€/njësia</b>
8	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
9	Pjekja	450.00	12	3	12.50
10	Qërimi i lëkurës	450.00	12	3	12.50
11	Bluarja	37.50	1	3	12.50
12	Zierja	300.00	12	2	12.50
13	Mbushja e kavanozëve	200.00	8	2	12.50
14	Ruajtja	37.50	1	3	12.50
15	Punët tjera	37.50	1	3	12.50
	sub-total	1,737.50			
	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,771.00			
	Kostot e prodhimit / kavanoz / 0.8kg	1.85			
	Marzha	0.65	35%		
	Çmimi i shitjes për kavanoz	<b>2.50</b>			
	Gjithsejt qarkullimi	3,750.00			
	<b>Fitimi</b>	<b>979.00</b>			
	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,771.00			
	Kostot e prodhimit / kavanoz / 0.8kg	1.85			
	Marzha	1.15	62%		
	Çmimi i shitjes për kavanoz	<b>3.00</b>			
	Gjithsejt qarkullimi	4,500.00			
	<b>Fitimi</b>	<b>1,729.00</b>			
	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,771.00			
	Kostot e prodhimit / kavanoz / 0.8kg	1.85			
	Marzha	1.65	89%		
	Çmimi i shitjes për kavanoz	<b>3.50</b>			
	Gjithsejt qarkullimi	5,250.00			
	<b>Fitimi</b>	<b>2,479.00</b>			

### Ajvari i prodhuar nga specat vetanakë - 3 opsione të çmimit

Sasia për përpunim (neto)	3,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,200	kg
Gjithsejt ajvar në kavanozë 0.8 kg	1,500	jars

#### Kostot e prodhimit për përpunueset

	Materialet	Gjithsejt kostot (€)	Sasia	Personat e përfshirë	€/njësia
1	Specat (kg)	330.00	3,000		0.11
2	Vaj (L)	96.00	120		0.80
3	Kripë (kg)	18.00	60		0.30
4	Sheqer (kg)	7.50	15		0.50
5	Bombola të gazit	42.00	6		7.00
6	Kavanozë	240.00	1,200		0.20
7	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	30.00	6		20.00
	sub-total	763.50			

#### Puna

		Ditët e punës		€/njësia	
8	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
9	Pjekja	450.00	12	3	12.50
10	Qërimi i lëkurës	450.00	12	3	12.50
11	Bluarja	37.50	1	3	12.50
12	Zierja	300.00	12	2	12.50
13	Mbushja e kavanozëve	200.00	8	2	12.50
14	Ruajtja	37.50	1	3	12.50
15	Punët tjera	37.50	1	3	12.50
	sub-total	1,737.50			

Gjithsejt kostot / 3,000 kg

2,501.00

Kostot e prodhimit / kavanoz / 0.8kg

1.67

Marzha

0.83

50%

Çmimi i shitjes për kavanoz

2.50

Gjithsejt qarkullimi

3,750.00

**Fitimi**

**1,249.00**

Gjithsejt kostot / 3,000 kg

2,501.00

Kostot e prodhimit / kavanoz / 0.8kg

1.67

Marzha

1.33

80%

Çmimi i shitjes për kavanoz

3.00

Gjithsejt qarkullimi

4,500.00

**Fitimi**

**1,999.00**

Gjithsejt kostot / 3,000 kg

2,501.00

Kostot e prodhimit / kavanoz / 0.8kg

1.67

Marzha

1.83

110%

Çmimi i shitjes për kavanoz

3.50

Gjithsejt qarkullimi

5,250.00

**Fitimi**

**2,749.00**



### Ajvari i përpunuar nga specat e blerë – kavanozë 3kg - 2 opsione të çmimit

Sasia për përpunim (neto)	3,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,200	kg
Gjithsejt ajvar në kavanozë 3 kg	400	kavanozë

#### Kostot e prodhimit për përpunueset

	Materialet	Gjithsejt kostot (€)	Sasia	Personat e përfshirë	€/njësia
1	Specat (kg)	600.00	3,000		0.20
2	Vaj (L)	96.00	120		0.80
3	Kripë (kg)	18.00	60		0.30
4	Sheqer (kg)	7.50	15		0.50
5	Bombola të gazit	42.00	6		7.00
6	Kavanozë	200.00	400		0.50
7	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	30.00	6		20.00
	sub-total	993.50			
	<b>Puna</b>		<b>Ditët e punës</b>		<b>€/njësia</b>
8	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
9	Pjekja	450.00	12	3	12.50
10	Qërimi i lëkurës	450.00	12	3	12.50
11	Bluarja	37.50	1	3	12.50
12	Zierja	300.00	12	2	12.50
13	Mbushja e kavanozëve	200.00	8	2	12.50
14	Ruajtja	37.50	1	3	12.50
15	Punët tjera	37.50	1	3	12.50
	sub-total	1,737.50			
	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,731.00			
	Kostot e prodhimit / kavanoz / 3kg	6.83			
	Marzha	4.17	61%		
	Çmimi i shitjes për kavanoz	<b>11.00</b>			
	Gjithsejt qarkullimi	4,400.00			
	<b>Fitimi</b>	<b>1,669.00</b>			
	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,731.00			
	Kostot e prodhimit / kavanoz / 3 kg	6.83			
	Marzha	8.17	119%		
	Çmimi i shitjes për kavanoz	<b>15.00</b>			
	Gjithsejt qarkullimi	6,000.00			
	<b>Fitimi</b>	<b>3,269.00</b>			

### Ajvari i prodhuar nga specat vetanake – kavanozë 3kg - 2 opsione të çmimit

Sasia për përpunim (neto)	3,000	kg
Gjithsejt produkt (bruto)	1,200	kg
Gjithsejt ajvar në kavanozë 3 kg	400	kavanozë

#### Kostot e prodhimit për përpunueset

	<b>Materialet</b>	<b>Gjithsejt kostot (€)</b>	<b>Sasia</b>	<b>Personat e përfshirë</b>	<b>€/njësia</b>
1	Specat (kg)	330.00	3,000		0.11
2	Vaj (L)	96.00	120		0.80
3	Kripë (kg)	18.00	60		0.30
4	Sheqer (kg)	7.50	15		0.50
5	Bombola të gazit	42.00	6		7.00
6	Kavanozë	200.00	400		0.50
7	Fuqi (200 kg) (ripërdorim - 4 vjet)	30.00	6		20.00
	sub-total	723.50			
	<b>Puna</b>		<b>Ditët e punës</b>		<b>€/njësia</b>
8	Pastrimi, terja	225.00	3	6	12.50
9	Pjekja	450.00	12	3	12.50
10	Qërimi i lëkurës	450.00	12	3	12.50
11	Bluarja	37.50	1	3	12.50
12	Zierja	300.00	12	2	12.50
13	Mbushja e kavanozëve	200.00	8	2	12.50
14	Ruajtja	37.50	1	3	12.50
15	Punët tjera	37.50	1	3	12.50
	sub-total	1,737.50			
	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,461.00			
	Kostot e prodhimit / kavanoz / 3kg	6.15			
	Marzha	4.85	79%		
	Çmimi i shitjes për kavanoz	<b>11.00</b>			
	Gjithsejt qarkullimi	4,400.00			
	<b>Fitimi</b>	<b>1,939.00</b>			
	Gjithsejt kostot / 3,000 kg	2,461.00			
	Kostot e prodhimit / kavanoz / 3 kg	6.15			
	Marzha	8.85	144%		
	Çmimi i shitjes për kavanoz	<b>15.00</b>			
	Gjithsejt qarkullimi	6,000.00			
	<b>Fitimi</b>	<b>3,539.00</b>			

### Aneksi 3.

#### Produktet dhe çmimet e konkurrentëve në tregun e Kosovës

Produkti	Brendi	Sasia (kg)	Çmimi/njësi	Çmimi/kg	Vendi
Spec i gjelbërt	Bonum	0.37	€ 0.80	€ 2.16	Maqedoni
Spec i gjelbërt	Bonum	0.72	€ 1.04	€ 1.44	Maqedoni
Spec i gjelbërt	Prima	0.68	€ 1.10	€ 1.62	Maqedoni
Spec i gjelbërt	ECE	2.00	€ 3.99	€ 2.00	Turqi
Spec i gjelbërt	ECE	2.00	€ 4.00	€ 2.00	Turqi
Spec i gjelbërt	Abi	2.50	€ 2.70	€ 1.08	Kosovë
Ajvar	Podravka	0.35	€ 1.24	€ 3.54	Kroaci
Ajvar	Podravka	0.69	€ 2.10	€ 3.04	Kroaci
Ajvar	Vitaminka sweet	0.35	€ 1.05	€ 3.00	Maqedoni
Ajvar	Vitaminka sweet	0.70	€ 1.60	€ 2.29	Maqedoni
Ajvar	Lutenica	0.38	€ 1.10	€ 2.93	Maqedoni
Ajvar	Lutenica	0.72	€ 1.90	€ 2.64	Maqedoni
Ajvar	Vitaminka hot	0.35	€ 1.05	€ 3.00	Maqedoni
Ajvar	Vitaminka hot	0.70	€ 1.82	€ 2.60	Maqedoni
Ajvar	Bonum sweet	0.68	€ 1.35	€ 1.99	Maqedoni
Ajvar	Bonum Hot	0.68	€ 1.35	€ 1.99	Maqedoni
Ajvar	Abi	1.50	€ 2.45	€ 1.63	Kosovë
Ajvar	Abi	2.50	€ 3.55	€ 1.42	Kosovë
Miks	Bonum	0.67	€ 0.90	€ 1.34	Maqedoni
Miks	ECE	5.00	€ 3.93	€ 0.79	Maqedoni
Miks	ECE	2.00	€ 2.10	€ 1.05	Maqedoni
Miks	Abi	2.50	€ 1.90	€ 0.76	Kosovë
Miks	Abi	3.00	€ 1.85	€ 0.62	Kosovë
Tranguj	Bonum	0.72	€ 0.97	€ 1.35	Maqedoni
Tranguj	Abi	0.72	€ 0.97	€ 1.35	Kosovë
Tranguj	Abi	2.50	€ 2.10	€ 0.84	Kosovë
Tranguj	Abi	2.50	€ 2.10	€ 0.84	Kosovë
Spec i kuq	Abi	0.72	€ 0.80	€ 1.11	Kosovë
Spec i kuq	Abi	2.50	€ 2.20	€ 0.88	Kosovë
Spec i bardhë	Abi	0.72	€ 0.68	€ 0.94	Kosovë
Spec i bardhë	Abi	2.50	€ 2.00	€ 0.80	Kosovë

Produkti	Brendi	Sasia (kg)	Çmimi/njësi	Çmimi/kg	Vendi
Mjaltë	Sebahat	0.45	€ 2.50	€ 5.56	Kosovë
Mjaltë	Medoflor (çmimi mesatar)	0.45	€ 3.10	€ 6.89	Kroaci
Mjaltë	Medoflor (çmimi mesatar)	0.90	€ 5.30	€ 5.89	Kroaci
Mjaltë	Serdar bal	0.90	€ 6.90	€ 7.67	Kosovë
Mjaltë	Serdar bal	0.45	€ 3.45	€ 7.67	Kosovë
Mjaltë	Mjalte Natyral	0.90	€ 7.00	€ 7.78	Kosovë
Mjaltë	Mjalte Natyral	0.45	€ 4.35	€ 9.67	Kosovë
Mjaltë	Res Kom (çmimi mesatar)	1.00	€ 5.50	€ 5.50	Maqedoni
Mjaltë	Res Kom (çmimi mesatar)	0.45	€ 3.00	€ 6.67	Maqedoni
Mjaltë	Medex (çmimi mesatar)	0.90	€ 7.80	€ 8.67	Sloveni
Mjaltë	Medex (çmimi mesatar)	0.45	€ 4.45	€ 9.89	Sloveni
Mjaltë	Zloti Panj Akacijev	0.45	€ 5.47	€ 12.16	Sloveni
Mjaltë	Zloti Panj Hojev Med	0.45	€ 5.45	€ 12.11	Sloveni
Reçel	Abi Progress Straëberry	0.87	€ 1.45	€ 1.67	Kosovë
Reçel	Abi Progress Blackberry	0.87	€ 1.33	€ 1.53	Kosovë
Reçel	Abi Cherry	3.00	€ 3.19	€ 1.06	Kosovë
Reçel	Schwartan Berry	0.34	€ 2.75	€ 8.09	Gjermani
Reçel	Schwartan Berry	0.34	€ 2.00	€ 5.88	Gjermani
Reçel	Sommer Garten Berry	0.45	€ 1.70	€ 3.78	Gjermani
Reçel	Sommer Garten Berry	0.45	€ 2.50	€ 5.56	Gjermani
Reçel	Metin Berry	0.72	€ 2.42	€ 3.36	Turqi