
UNFAIR PRACTICES OF TRADERS TO LOCAL PRODUCERS - FERIZAJ CASE STUDY**Hazir Gashi**

University of Telecommunications and Post Sofia, hazir.gashi@riinvest.net

Abstract: Increasing product production and developing manufacturing enterprises can accelerate the country's sustainable economic development. Domestic products need to be consumed by domestic consumers and supported by all important factors of a country and to fuel their consumption initially by the local consumer, but also to make their best contribution to penetration in other countries with intention to increase exports. This is even more important for Kosovo, when we consider it as a transition country and a newly emerging war with a demolished economy. It is vital for countries like Kosovo to become reality and empower the value creation chain. Kosovo's domestic producers have faced various difficulties stemming from problems with sufficient and uninterrupted electricity supply (frequent outages and poor quality have caused major damages to the entire economy), high tax charges and pushing companies to pay in advance at the time of importation of raw materials, financial problems followed by high interest rates and difficulties in securing loans from banks to the lack of support from either competent state bodies or domestic traders, as well as insufficient indebtedness and inadequacy customers in local products. This has made it not to increase the economic development in Kosovo, so the number of producers as well as the existing ones do not make any significant expansion of their capacities. But in terms of foreign investment in the production of final products almost nothing can be taken for granted. There was a great deal of influence in this area, both in terms of financial and political uncertainty, with the judiciary not functioning efficiently (with huge number of outstanding cases). The whole lid is the very high level of corruption, which has recently become a subject of everyday life even in state organs such as parliament and government. In such a situation retail enterprises but having large stores of 10 to 30 thousand items, with a high attendance of consumers and a large amount of circulation of the goods, also determine the conditions of behaviour with suppliers by presenting different conditions for the inclusion of local commodity goods on the list of products they trade. In these shops there is a combination of wide variety of goods from edible goods, cosmetics, clothing, kitchenware and appliances, home and yard equipment, technicians and so on. In one word, they play the role of a "one stop shop" style, whereby all the customer's needs for supplying a variety of products can be met by focusing on a single point of sale. Conditionality on domestic producers being threatened with the substitution of their products with imported products are different from the following: delays in payments for the purchased goods, requirements for varying quantities as well as for the position of goods in shelves, for official or commercial occasions, prize games, opening of a new point, loads for logistics and various issues. Ferizaj, as the second city of economic power in Kosovo, is no exception to what has been said so far for Kosovo. The concerns of the Ferizaj producers are great and require the support of the law and state organs as well as sectoral organization bodies. They are seeking breakthroughs and opportunities for organization to overcome these difficulties.

**PRAKTIKAT E PADREJTA TË TREGËTARËVE NDAJ PRODHUESVE
VENDOR - STUDIM RASTI FERIZAJ****Hazir Gashi**

Universiteti i Telekomunikimit dhe Postës Sofje, hazir.gashi@riinvest.net

Abstrakti: Rritja e prodhimit të produkteve dhe zhvillimi i ndërmarrjeve prodhuese mund të përshejtoj zhvillimin ekonomik të qëndrueshëm të një vendi. Prodhimet vendore duhet të konsumohen dhe përkrahen nga të gjithë faktorët e rëndësishëm të një shteti dhe të nxitet konsumi i tyre fillimisht nga konsumatori vendor, por edhe të behet çmos për përkrahjen e tyre për depërtim edhe në vende të tjera për të rritur eksportin. Kjo është edhe më e rëndësishme për Kosovën kur kihet parasysh që si një vend në tranzicion dhe i sapo dalë nga lufta me një ekonomi të shkatërruar. Është thelbësore për vendet si Kosova që të jetësohet dhe të fuqizohet zinxhiri i krijimit të vlerave. Prodhuesit vendor të Kosovës janë përballur me vështirësi të ndryshme duke filluar nga problemet me sigurimin e mjaftueshëm dhe të pandërprerë me energji elektrike (ndërprerjet e shpeshta dhe cilësia e dobët ka shkaktuar dëme të mëdha për tërë ekonominë), ngarkesat me taksa të larta dhe detyrimi për pagesë në momentin e importimit të lëndës së parë, problemet financiare përcjellë me normat e larta të kamatave dhe vështirësive për të siguruar kredi nga bankat e deri të mospërkrahja as nga organet kompetente shtetërorë as nga tregtarët vendor e gjithashtu edhe pavendosmëria dhe besimi jo i mjaftueshëm i konsumatorëve në produkte vendore. Kjo ka bërë që në Kosovë mos të

shtohet dhe aq numri i prodhuesve si dhe ata ekzistues mos të bëjnë ndonjë zgjerim të ndjeshëm të kapaciteteve të tyre. Kurse për sa i përket investimeve të huaja në prodhimin e produkteve finale gati as që mund të merret me mend. Ndikim të madh në këtë mes ka pasur edhe pasiguria si në aspektin politik edhe në aspektin financiar, duke mos funksionuar në mënyrë efikase gjyqësia (me numër enorm të lëndëve të pazgjidhura). Kulmi i tërë kësaj është niveli shumë i lartë i korrupsionit, që kohëve të fundit është bërë temë e përditshmërisë edhe në organet shtetërore si në kuvend dhe qeveri. Në një situatë të tillë ndërmarrjet për tregti me pakicë por që posedojnë dyqane të mëdha me 10 – 30 mijë artikuj, duke pasur frekuentim të madh të konsumatorëve dhe qarkullim të madh të mallrave, përcaktojnë edhe kushtet e sjelljes me furnitorë duke paraqitur edhe kushtëzime të ndryshme për përfshirjen e mallrave të prodhuesve vendor në listën e produkteve që i tregojnë. Në këto supermarkete e gjen një kombinim të asortimentit të gjerë të mallrave nga mallrat ushqimor, kozmetika, veshmbathja, enë dhe pajisje të kuzhinës, pajisje për shtëpi dhe oborre, teknike e kështu me radhë. Me një fjalë luajnë rolin e stilit “one stop shop”, pra të një vendi ku të gjitha nevojat e konsumatorit për furnizim me produkte nga më të ndryshmet mund të përmbushen duke u ndalur vetëm me një pikë shitjeje. Kushtëzimet ndaj prodhuesve vendor duke u kërcënuar me zëvendësim të prodhimeve të tyre me prodhime nga importi janë nga më të ndryshmet si: vonesa e pagesave për mallin e blerë, kërkesat për zbritje të ndryshme si për sasi, për pozitën e mallit në raftë, për raste të festave zyrtare apo të tregtarit, lojëra shpërblyese, hapja e pikës së re, ngarkesa për çështje të logjistikës e të ndryshme. Ferizaj si qyteti i dytë me radhë për nga fuqia ekonomike në Kosovë nuk bën përjashtim në tërë këtë çka u tha deri më tani për Kosovën. Shqetësimet e prodhuesve ferizajas janë të mëdha dhe kërkojnë përkrahjen e ligjit dhe të organeve shtetërore si dhe organizmave të organizimit sektorial. Ata po kërkojnë rrugëdalje dhe mundësi për organizim për tejkalim të këtyre vështirësive.

1. PASQYRA E LITERATURES

Raportet në mes të ndërmarrjeve prodhuese dhe të ndërmarrjeve tregtare në zinxhirin e furnizimit të ushqimit janë të një rëndësie të veçantë për funksionimin e mirëfillt të një ekonomie funksionale dhe me zhvillim të qëndrueshëm. Pabarazitë në marrëdhëniet biznes me biznes (e njohur si B2B) që rezultojnë nga devijimet nga “sjellja e mirë tregtare, në kundërshtim me besimin e mirë dhe që vendosen në mënyrë të njëanshme nga një partner tregtar në një tjetër” njihen si praktika të padrejta tregtare (PPT) (Komisioni Evropian, 2014).

PPT-të nuk janë domosdoshmërisht të paligjshme, por ato rezultojnë nga fuqitë e ndryshme negociuese të palëve të përfshira në zinxhirin e furnizimit dhe në nivelin e përqendrimit të tregut. PPT-të mund të jenë dy lloje, së pari, ekzistojnë praktika të padrejta që zhvillohen gjatë negociatave midis palëve në zinxhirin e furnizimit dhe që çojnë në kontrata që janë shumë të favorshme për një nga palët dhe të padrejta për palën me fuqi negociuese më të ulët. Së dyti, ekzistojnë PPT që ndodhin në fazën e ekzekutimit të kontratës (Parlamenti Evropian, 2015).

Në grupin e fundit bëjnë pjesë veprime të padrejta komerciale si shkelje të kontratës, vonesa në pagesa, çmimi nën koston e prodhimit, ndryshimi i padrejtë i kostove ose rreziku, përdorimi i informacionit të besueshëm, kërkimi i një tarife për shërbimet që nuk janë paraparë ose që ofrohen, edhe pse ndryshimet nuk janë të kontraktuara, janë të njëanshme ose retroaktive dhe ndërprerjet e kontratave janë me ose pa njoftim adekuat etj. (Riinvest, Studimi hulumtues për marrëdhëniet ndërmjet prodhuesve dhe shitësve me pakicë, 2017).

Praktikat jo të drejta në marrëdhëniet B2B janë të dëmshme për NVM-të dhe konsumatorët në përgjithësi. Pamundësia e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme për të arritur me sukses tek shitësit me pakicë, rezultojnë në pabarazitë financiare për ta, si dhe humbja e aftësisë për të investuar apo zgjeruar biznesin. Për pasojë, konsumatorët dëmtohen nga konkurrenca e munguar në treg dhe zvogëlimi i zgjedhjes. Përpjekjet për të rregulluar PPT-të janë relativisht të reja në tregjet rajonale dhe evropiane. Gjetja e mjeteve ligjore për të trajtuar problemet që lidhen me PPT-të në marrëdhëniet B2B të zinxhirit të furnizimit me ushqime ka qenë një temë e rëndësishme për vendet e Evropës Juglindore dhe një prioritet i lartë në agjendën e Komisionit Evropian (KE) dhe Parlamentit Evropian që nga viti 2009 (Riinvest, Studimi hulumtues për marrëdhëniet ndërmjet prodhuesve dhe shitësve me pakicë, 2017).

Pas diskutimeve të mëparshme të dështimeve të tregut në zinxhirin komercial të ushqimit në nivel BE-së, KE krijoi në vitin 2010 “Forumit e Nivelit të Lartë për një Zinxhir të Furnizimit Ushqimor më Funksional” me qëllim gjetjen e mënyrave për të mbrojtur prodhuesit dhe shitësit e vegjël nga PPT-ja. Informacioni i mbledhur nga komisioni tregoi një nivel të lartë të ekspozimit ndaj PPT-ve për të gjithë pjesëmarrësit në zinxhirin e furnizimit me ushqim. Më pas, në vitin 2013, komisioni paraqiti një dokument të gjelbër (një raport paraprak qeveritar mbi politikën e propozuar), i cili shqyrtoi legjisllacionin kundër praktikave të padrejta si dhe legjisllacionin e konkurrencës. Një çështje e rëndësishme ishte se legjisllacioni kundër PPT-ve synon të rregullojë marrëdhëniet kontraktuale ndërmjet palëve duke përcaktuar termat dhe kushtet e marrëdhënies, pavarësisht nga efektet e saj në konkurrencë dhe në ekonomi. Raporti sugjeroi dhënien e kompetencave autoriteteve kombëtare për të pranuar

ankesat anonime dhe për të vendosur masa të përshtatshme (Dokumenti i gjelbër, 2013). Deri më sot, KE mban qëndrimin se nuk ekziston një zgjidhje që iu përshtatet të gjithëve për praktikën tregtare jo të drejtë dhe nuk mund të ketë një legjislacion të nivelit të BE që rregullon marrëdhëniet B2B, por sugjeron që Rregulloret duhet të bëhen në nivel kombëtar (Parlamenti Evropian, 2016). Në rajon, problemet që dalin nga PPT-të në zinxhirin e furnizimit ushqimor kryesisht trajtohen nga Ligji i Kompaktimit, Ligji i Kontratës, Ligjet mbi Tregtinë e Brendshme dhe Masat Rregullative. Qasjet në këto ligje munden ose (1) të japin dispozita për një trajtim individual të rasteve të PPT-së ose (2) të specifikojnë PPT-të në detaje dhe t'i bëjnë ato të paligjshme. Qasja e parë është burimi i kushtueshëm por fleksibil, pasi ofron një vlerësim ekonomik dhe kontraktual për praktikën komerciale për secilin rast në veçanti, ndërsa qasja e dytë është më e lehtë për t'u zbatuar, por më pak fleksibile (Komisioni Evropian, 2016). Në Kosovë, sjellja komerciale rregullohet me Ligjin për Tregtinë e Brendshme, Ligjin për Konkurrencën, Ligjin për Procedurën e Zbatimit Privat, Ligjin për Marrëdhëniet Detyrimore dhe Ligjin për Pagesat e vonuara në detyrimet kontraktuale e tregtare. Këto ligje mbulojnë pjesërisht marrëdhëniet midis palëve në faza të ndryshme të zinxhirit të furnizimit, por nuk janë të dedikuara ekskluzivisht për të rregulluar ligjërisht marrëdhëniet B2B. PPT-të nuk identifikohen ose trajtohen në mënyrë eksplicite. Ligjet e Kosovës të cekura adresojnë elementet e trajtimit të kontratave, ekzekutimin dhe procedurat e përmbartimit. Një kufizim i rëndësishëm i legjislacionit të konkurrencës në Kosovë është trajtimi i rasteve që përfshijnë vetëm një lojtar me pozitë dominuese. Kjo do të thotë se nëse nuk ekziston një firmë me më shumë se 40 % të tregut të përfshirë, pra një pozitë dominuese, autoritetet e konkurrencës nuk do të shohin ligjërisht sjelljen komerciale si të padrejtë. NVM-të në thelb do të vuajnë nga fuqia e ulët negociuese dhe PPT-të që rezultojnë në marrëdhëniet me lojtarë të fortë të cilët janë shumë të rëndësishëm, por kanë më pak se 40 % të tregut. Për të ilustruar, një marrëdhënie problematike B2B në Kosovë është marrëdhënia ndërmjet NVM-ve dhe shitësve të mëdhenj, pasi shitësit kanë fuqi më të madhe negociuese dhe janë të privilegjuar kur vendosin kushtet e tregtisë (në seksionin në vijim japim të dhëna të detajuara mbi këtë temë) (Riinvest, Studimi hulumtues për marrëdhëniet ndërmjet prodhuesve dhe shitësve me pakicë, 2017).

Një prej problemeve që hasin prodhuesit vendor për të plasuar mallrat tek shitësit me pakicë është edhe e ashtuquajtura "tarifa e rafteve", ku kërkohet përqindje e veçantë e zbritjes së çmimeve të produkteve të prodhuesit për tu ekspozuar mallrat e tyre në raftet me pozitë më të dukshme. Ata gjithashtu tregojnë se "tarifat e rafteve" që shitësit modernë ju ngarkojnë janë shumë më të larta për prodhuesit vendorë, të cilët janë në gjendje të ofrojnë vetëm sasi të krahasuar me ato që dorëzojnë sasi të mëdha, gjë që e bën praktikisht të pamundur për prodhuesit e vegjël të dorëzojnë të njëjtit me pakicë (Pawel Chmieliński, Agnieszka Baer-Nawrocka, Knowledge as a factor of rural development, 2013).

Nevoja për të siguruar mbrojtjen e prodhuesve vendor nga praktikën e padrejtë tregtare çon te kërkimi i zgjidhjeve adekuate përmes masave efikase. Në disa raste kjo është tentuar të arrihet përmes përcaktimit të çmimeve minimale për prodhimet e caktuara. Për të minimizuar gjasat e praktikave të padrejta ata gjithashtu rekomandojnë shfaqjen e detyrueshme publike të çmimit minimal për secilin përbërës të secilit mall (Radha Sinha, Food and Poverty: The Political Economy of Confrontation, 2013). Por kjo metodë nuk është dhe aq efikase dhe praktike për tu zbatuar.

Çdo vend duhet të bëjë zgjedhjen e masave me adekuate për këtë mbrojtje. Politika e qeverisë franceze në lidhje me shitjen me pakicë do të drejtohet kryesisht për t'i rezistuar efekteve të padëshiruara të konkurrencës së çmimeve shumë agresive dhe gjithashtu për të mbrojtur konsumatorët dhe prodhuesit e vegjël dhe të mesëm nga abuzimet e mundshme të fuqisë nga organizatat e mëdha të shitjes me pakicë të formuara nëpërmjet konsolidimit. Në këtë, qeveria franceze do të mbështetet nga politikat e fuqishme anti-monopoliste të Komisionit Evropian (Stewart Howe, Retailing in the European Union - Structures, competition and performance, 2002).

2. QËLLIMET E PUNIMIT

Përmes këtij punimi është analizuar lidhja biznesore dhe raportet në mes të prodhuesve vendor dhe të shitësve me shumicë apo "supermarketeve" si dhe keqtrajtimi që ju bëhet prodhuesve vendor përmes praktikave jo të drejta të bërjes së biznesit me ta.

Analiza e secilës praktikë veç e veç do të tregojë se sa e ka të vështirë prodhuesi vendor të ju qëndroj rrethanave të tilla për të bërë biznes të mirëfillt dhe për të zhvilluar e zgjeruar kapacitetet e veta. Rrjedhimisht edhe zvogëlimi i papunësisë bëhet gati i paarrtshëm në këtë ekonomi të orientuar vetëm nga shitja dhe pa marr nën mbrojtje prodhuesin vendor.

3. METODOLOGJIA E HULUMTIMIT

Natyrë e studimit, ka imponuar të përdoret një metodologji që do të lejojë shfrytëzimin e të arriturave dhe njohurive teorike nga kjo lëmi dhe shfrytëzimin e literaturës relevante shkencore si dhe të kombinojë ato me të arriturat praktike duke përdorur metodologji të kombinuara. Pra, përpos analizës teorike dhe shfrytëzimit të literaturës, është përdorur edhe metoda kualitative e intervistimit të menaxherëve dhe të pronarëve nga të gjitha ndërmarrjet prodhuese të Ferizajt që shesin mallra përmes supermarketeve. Gjithashtu, këtu është përdorur edhe metoda e studimit të rastit, pasi ky hulumtim ka pasur për qëllim studimin e pozitës në treg të prodhuesve të Ferizajt në raport me shitësit e mëdhenj me pakicë (pra supermarketet), konkretisht në ekonominë ferizajase. Kombinimi i këtyre metodave ka mundësuar një studim më cilësor dhe më gjithëpërfshirës.

4. PRAKTIKAT E PADREJTA QË TREGËTARËT ME PAKICË I PËRDORIN NDAJ PRODHUESVE VENDOR

Prodhuesit vendor janë burim i vërtetë i shtimit ekonomik e rrjedhimisht edhe i zhvillimit të qëndrueshëm të një vendi. Por ata hasin në vështirësi të mëdha në të bërit biznes në Ferizaj, sikurse edhe në tërë Kosovën. Ata përballen me probleme si:

1. Ambienti jo i sigurt e të bërit biznes: Mungesa e mekanizmave mbrojtës dhe të sigurisë së biznesit nga mosfunksionimi efikas i gjyqësorit. Mungesa e energjisë elektrike dhe çmimi i lartë i shfrytëzimit të saj në mungesë të burimeve alternative.
2. Problemet me financim: Mungesa e keshit dhe çmimi i lartë i marrjes së kredisë nga banka (normat më të larta në rajon të interesit), Vështirësitë për të marrë kredi nga bankat për shkak të pasigurisë që ndiejnë ato në raport me sigurinë e kthimit të kredisë, Vonesat në pagesa të faturave nga ana e shitësve me pakicë,
3. Korrupsioni në nivel të lartë,
4. Praktikave të padrejta që supermarketet aplikojnë në marrëdhëniet biznesore me prodhuesit vendor, etj.

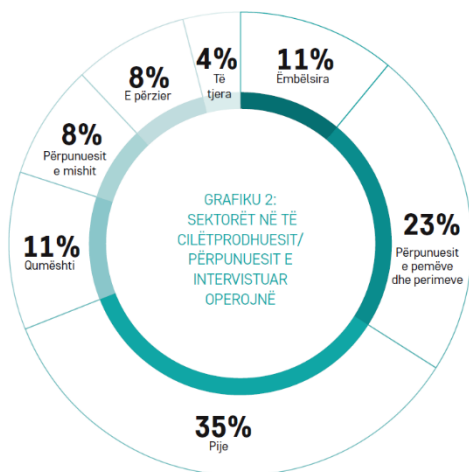


Figura 1. Përbërja sipas sektorëve e të intervistuarve nga studimi i Riinvest (Riinvest, Studimi hulumtues për marrëdhëniet ndërmjet prodhuesve dhe shitësve me pakicë në Kosovë, 2017).

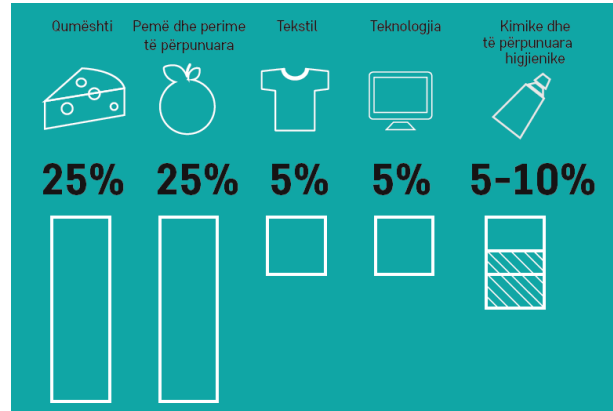
Në këtë studim do të ndalemi vetëm te çështja e fundit për të analizuar sjelljet jo fer që supermarketet kanë në raport me prodhuesit vendor. Nga anketimi i zhvilluar në terren me 10 prodhues të Ferizajt, kemi pranuar ankesat për këto raste të sjelljeve jo fer dhe praktikave të padrejta me prodhuesin vendor:

- Kërkesa për ekstra bonuse si:

- ❖ Vjetore,
- ❖ Festa kombëtare dhe fetare,
- ❖ Përvjetorë të supermarketeve,
- ❖ Hapja e pikës së re,
- ❖ Lojëra shpërblyese,
- ❖ Dhurata të produkteve si: blej një merr dy ose blej dy merr tre, për lojëra shpërblyese,
- ❖ Etj,
- Paletizimi apo vendosja e mallrave në vende të dukshme e që në literaturë njihet edhe si "tarifat e raftëve",
- Qiraja për depozitim të mallit në pikat shitëse,
- Logjistika apo distribuimi i mallrave nëpër pika shitëse të ndërmarrjes tregtare me pakicë,
- Vështirësitë për promovimin e produktit të ri për të cilin kërkohet të kalojë një periudhë 2 deri 3 vjeçare për ta pranuar produktin e ri në supermarkete,
- Sasia e parë që dërgohet në supermarkete nuk paguhet por gjithnjë mbetet "brenda",
- Vonesat në kryerjes së pagesave pas maturimit, përkundër afatit të gjatë për pagesa prej 45 deri në 60 ditë,
- Menaxherët e pikave shitëse shpesh janë të korruptuar,

Nëpër supermarketete dominojnë kryesisht produktet jo vendore në raportin deri 90% krahasuar me pjesëmarrjen e produkteve vendore që mezi arrin shifrën prej 10%. Për më keq prodhuesit vendor gjithnjë kërcënohen dhe “frikësohen” se në rast të mos bindjes për bashkëpunimin sipas kushtëzimit, atëherë prodhimet e tyre do të zëvendësohen me prodhimet e prodhuesve të jashtëm.

Figura 1. Raporti i disa nga produktet vendore me prodhimet e importuara (Riinvest, Studimi hulumtues për marrëdhëniet ndërmjet prodhuesve dhe shitësve me pakicë në Kosovë, 2017).



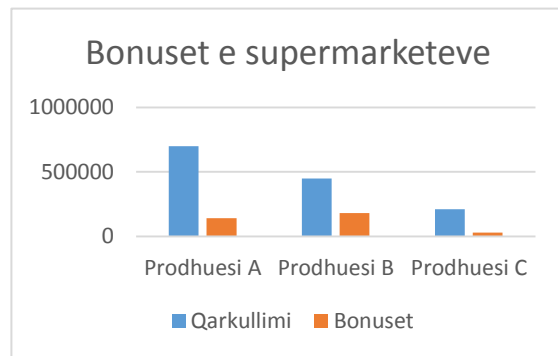
Kërkesa për ekstra bonuse

Forma më e shpeshtë e presionit ndaj prodhuesve vendor nga supermarketet është kërkesa për të ofruar bonuse për raste të ndryshme, bile shpesh atyre vetëm ju dërgohet një notë kreditore për zbritjen e vlerës së obligimit ndaj prodhuesit pa e pyetur dhe aq vullnetin e tij. Deklarimet e prodhuesve të intervistuar tregojnë se këto zbritje shkojnë nga 14% deri në 45% në rastet më ekstreme.

Kjo formë aplikohet me rastin e festave kombëtare dhe fetare për të bërë oferta joshëse për konsumatorët. Me rastin e hapjes së ndonjë pike të re shitëse supermarketet ose për përvjetorë të tyre (5vjetori; 10 vjetori), kërkojnë bonuse për të ofruar mallra me zbritje të mëdha ose të dhuratave si blej një merr dy ose blej dy merr tre, apo blej një prodhim dhe merr falas tjetrin e të ngjashme. Gjithashtu zbritje e veçantë kërkohet në fund të periudhave e sidomos në fund të vitit.

Gjithashtu shitësit me pakicë organizojnë shpesh edhe lojëra shpërblyese me qëllim të tërheqjes së një numri sa më të madh të konsumatorëve. Në këto situata prodhuesve vendor ju kërkohet detyrimisht të jenë pjesë e këtyre lojërave duke ofruar produkte falas apo ndonjë formë financiare apo tjetër të ofrimit të ndonjë shpërblimi.

Figura 3. Grafiku për bonuset sipas deklarimeve të prodhuesve të intervistuar



Paletizimi

Vështirësia e radhës për prodhuesit vendor paraqitet kur kërkohet që prodhimet e tij të paraqiten në pozitë më të përshtatshme në pikën shitëse, pra në vend më të dukshëm. Në këtë situatë atyre ju kërkohet që të paguajnë “qira” apo kosto shtesë për vendosjen e një palete me produktet e prodhuesit vendor në vend të posaçëm ku do të bie në sy të konsumatorëve më mirë. Kjo ndryshe quhet edhe si "tarifat e rafteve", pra nëse vendoset malli në pozitë ballore të rafteve duhet paguar më shumë, nëse vendoset në raftet më afër arkës tjetër tarifë, përndryshe malli do të vendoset në ndonjë skutë ku nuk do të jetë dhe aq i dukshëm për konsumatorin.

Qiraja për depozitim të mallit

Në rastet kur prodhuesi dëshiron të dërgoj sasi më të madhe te tregtari me pakicë për të mos dërguar shpesh sasi të vogla por një sasi më të madhe për kohë më të gjatë, atëherë ai detyrohet që të paguaj qira për këtë “shërbim”. Prandaj shitësi me pakicë udhëheqë politikën e sasive minimale të prodhimeve në stok në barrë të prodhuesit, pasi ky detyrohet ose të paguaj transport sa herë që i kërkohet të dërgoj mallra në pika shitjeje ose të paguaj qira për të depozituar sasi më të mëdha.

Logjistika

Zakonisht shitësit e mëdhenj me pakicë kanë nga një numër të madh të pikave shitëse anë e kënd Kosovës, prandaj edhe furnizimi i të gjitha pikave me prodhimet e gatshme një prodhues vendor do të duhet ta bëjë ose duke transportuar mallra në sasi të kërkuara dhe sa herë që i kërkohet për secilën pikë ose që mallin ta depozitojë në një pikë kryesore dhe pastaj me një përqindje prej 2-5% ta paguaj (ose të zbris çmimin e produkteve) tregtarin me pakicë, në mënyrë që ky ta bëjë shpërndarjen nëpër të gjitha pikat sipas nevojës.

Promocion të produktit të ri

Kur prodhuesi del në treg me një produkt të ri, atëherë has në vështirësi për ta promovuar këtë produkt dhe për ta futur në treg. Atij i kërkohet që të kaloj një “periudhë testuese në treg”, përmes dyqaneve të vogla dhe tregtarëve të vegjël me pakicë, për të parë se si po e pranon tregu e pastaj të mund ta plasoj te tregtarët e mëdhenj që tregtojnë me pakicë.

Furnizimi i parë “brenda”

Me qëllimi të “sigurimit” të bashkëpunimit dhe dëshimit të lojalitetit e partneritetit më afatgjatë prodhuesve vendor ju kërkohet që të dërgojnë sasinë e parë të furnizimit të supermarketeve dhe mos të kërkojnë inkasimin e këtij obligimi. Vetëm sasia e dytë kur të dërgohet mund të pritet inkasimi pas maturimit të afatit të pagesës. Kjo nënkupton që të tjerët të tregtojnë dhe përfitojnë me mallrat e tyre.

Vonesat në kryerjes së pagesave të arritura

Prodhuesve vendor ju kërkohet domosdoshmërisht një afat i gjatë për pagesa prej 45 deri në 60 ditë, por përkundër skadimit të këtij afati, përsëri pagesat vonohen dhe zhagiten. Kjo ndodh sepse nuk funksionon me efikasitet gjyqësori por edhe për shkak të kërcënimit se do të ndërpritet bashkëpunimi në rast të insistimit të “tepruar” për inkasimin e obligimit të skaduar.

Menaxherët e korruptuar

Në një shoqëri, si kjo aktuale kosovare ku korrupsioni është bërë si normë “normale” paraqitet krejtësisht normale që edhe menaxherët e pikave shitëse të tregtarëve të mëdhenj me pakicë të jenë të korruptuar. Pra menaxherët duke e shfrytëzuar “pozitën e tyre”, shpesh pa dijeninë e pronarëve, kërkojnë përfitime personale për të pranuar mallin apo për të bërë porosi. Kjo e rëndon edhe më shumë pozitën edhe ashtu të vështirë të prodhuesit vendor dhe e ngulfat zgjerimin e kapaciteteve dhe përparimin e prodhuesit vendor e me këtë edhe zhvillimin e qëndrueshëm ekonomik të vendit.

5. PËRFUNDIMI

Nga sa u tha më lartë vërejmë se pozita e prodhuesit vendor është tejet e rëndë dhe pa shpresa për përmirësim. Jo që nuk stimulohet e as përkrahet por ai penalizohet e demoralizohet në çdo hap. Një situatë e tillë nuk favorizon investime të reja as nga vendorët por aq më pak ardhjen e kapitalit të freskët nga jashtë, që aq shumë kemi nevojë dhe po propagandohet. Në anën tjetër edhe tregtarët e vegjël me pakicë, pra dyqanet e bizneseve të vogla individuale janë tepër të pezmatuar pse tregtarëve të mëdhenj u bëhen gjithë këto lirime dhe lehtësira dhe ju mundësohet që të shtojnë edhe më tepër ndikimin e tyre, kurse këtyre nuk ju bëhet asnjë lehtësim dhe dalin në treg më jo konkurrues përkundër fuqisë së vogël ekonomike që kanë. Ata edhe ashtu e kanë frikën se “peshqit e mëdhenj” do ti hanë. Zgjerimi i përshpejtuar i supermarketeve ka vërshuar shumë shpejt viteve të fundit dhe ka çekuilibruar në masë të madhe tregun.

Prodhuesit vendor pohuan se kushtet që tregtarët me pakicë vendosin për prodhuesit krijojnë kosto të konsiderueshme për kompanitë e tyre. Për më tepër, për shkak të konkurrencës së lartë nga produktet e importuara, prodhuesit vendor duhet të ulin çmimin final në mënyrë që të jenë më konkurrues. Kjo i vë produktet vendore në një disavantazh krahasuar me produktet e importuara, pasi produktet e importuara kanë buxhetet e marketingut dhe burimet financiare për të përballuar kostot e vendosura nga shitësit (Riinvest, Studimi hulumtues për marrëdhëniet ndërmjet prodhuesve dhe shitësve me pakicë, 2017).

Derisa shitësit e mëdhenj me pakicë po hulumtojnë për çdo ditë e më shumë metoda për të “shtrydhur” prodhuesin vendor, ky po dobësohet çdo herë e më shumë me rrezik të falimentimit dhe të mbylljes edhe të shumë vendeve të punës dhe zvogëlimit të shpresës për përparimi ekonomik të vendit.

6. REKOMANDIMET

Në këtë situatë të krijuar rekomandimet mund të i drejtohen shtetit për të fuqizuar prodhuesin vendor përmes ligjeve të përshtatshme dhe zbatimit të tyre adekuat e efikas nga gjyqësori si dhe krijimit të infrastrukturës për pengimin e praktikave jo të drejta të tregtisë. Në anën tjetër duhet që prodhuesit vendor të rrisin cilësinë e prodhimit dhe me këtë edhe konkurrueshmërinë si dhe të shtojnë marketingun e promovimin e produkteve të tyre duke i shfrytëzuar të gjitha kanalet bashkëkohore të promovimit. Edhe qytetari ynë ka nevojë për një vetëdijësim që të ju jap përparësi konsumimit të produkteve vendore me qëllim të stimulimit të zhvillimit ekonomik të vendit.

Nga të dhënat e mësipërme dalin këto rekomandime:

1. Qeveria dhe Kuvendi i Kosovës të sjellin ligje për mbrojtjen e prodhuesve vendor dhe për stimulimin e tyre si dhe
2. Të detyroj shitësit me pakicë që të stimulojnë prodhimet vendore duke i pozicionuar në hapësirat ballore dhe duke ikur nga praktikat e padrejta të tregtimit,

3. Të mbrohen me ligj nga monopoli, tregtarët e vegjël me pakicë (dyqanet e bizneseve individuale),
4. Gjqësori të jetë efikas në gjykimin e lëndëve me kohë dhe zbatimin e shpejtë e të përpiktë të vendimeve,
5. Të vetëdijesohen prodhuesit për paraqitjen e rasteve të korrupsionit në prokurori,
6. Të përforcohet fushata vetëdijësuese për konsumin e prodhimeve vendore

LITERATURA

- [1] Dokumenti i gjelbër, 2013
- [2] Komisioni Evropian, 2014
- [3] Parlamenti Evropian, 2015
- [4] Paweł Chmieliński, Agnieszka Baer-Nawrocka, Knowledge as a factor of rural development, 2013
- [5] Radha Sinha, Food and Poverty: The Political Economy of Confrontation, 2013
- [6] Riinvest, Studimi hulumtues për marrëdhëniet ndërmjet prodhuesve dhe shitësve me pakicë, 2017
- [7] Stewart Howe, Retailing in the European Union - Structures, competition and performance, 2002