

**KOLEGJI AAB**  
**FAKULTETI EKONOMIK**  
**MARKETING DHE MENAXHIM BIZNESI**



**TITULLI I TEMËS:**

**MARKETINGI HOLISTIK NË ZHVILLIMIN E AGROBIZNESIT**

Kandidati:  
Valentina SINANI

Mentori:  
Dr.Sc. Shqiponja NALLBANI

Prishtinë, 2019

## Abstrakti

Zhvillimi i teknologjive të reja ndikon në ndryshimet e sjelljeve njerëzore. Në aspektin e marketingut, ndryshimi më i madh ndodh kur zgjedh një produkt apo shërbim të caktuar që konsumatori dëshiron ta përdorë. Gjithashtu, vetë profesionistët e marketingut përpiqen të arrijnë më thellë në marrëdhëniet personale me konsumatorët ekzistues dhe potencialë. Një sjellje e tillë u motivua nga kompanitë për të shkuar më thellë në analizë dhe për t'i afruar vetë personit si konsumator sa më shumë produkte. Sot kemi rastin që kompanitë gjithnjë e më shumë investojnë në reklamat në platformat digjitale, të cilat janë shumë më të lira dhe më të përshtatshme, sidomos kur flasim për kompani të vogla buxhetet e të cilave janë disi të kufizuara. Ne nuk duhet të injorojmë mënyrat klasike të arritjes së njerëzve, por është gjithnjë e më e qartë se në këtë garë, ato marka më së miri e kuptojnë "gjuhën" që flet për audiencën e tyre. Në botën e sotme, ne jemi gjithnjë e më të varur nga teknologjia. Një smartphone është sot gjëja që shohim së pari kur zgjohemi. Përmes telefonave të mençur ne kërkojmë për gjithçka që ne jemi të interesuar dhe në kohë reale, dhe gjithashtu, shumica e konsumatorëve tashmë blejnë përmes pajisjeve të njëjta. Kjo është arsyeja pse kompanitë vendosën të hyjnë në analiza më të hollësishme, kështu që sot kemi një rast që rrallë do të jemi të lirë nga reklama që shfaqen në faqet individuale ose postimet e sponsorizuara në Facebook ose në ndonjë rrjet tjetër social. Qëllimi është i thjeshtë - për të arritur sa më shumë përshtypje të mundshme, të sjellë konsumatorin në shenjë dhe ta mbajë atë nëse është e mundur si një konsumator besnik.

## **Metodologjia:**

Metodologjia e përdorur në punim është një teknikë e kombinuar cilësore dhe sasiore e kërkimit. Nga hulumtimi cilësor përdoret një intervistë dhe hulumtimi sasior është përpunuar nga analiza e importeve, eksporteve, prodhimit të nxjerra nga baza e të dhënave të disponueshme nga institutet statistikore.

## **Rezultatet e pritura**

Besohet se rezultatet do të japin argumente të pakundërshtueshme për zbatimin e modelit të marketingut holistik në prodhimin dhe tregtimin e produkteve bujqësore. Edhe pse këto rezultate mund të duken në shikim të parë si paradoksale, ato do përdoren për të nxjerrë konkluzionet e këtij punimi dhe dhënjën e përfundimeve për këtë punim masteri.

## 1. PËRFUNDIM

Në periudhën e hetuar, nga viti 2007-2013. Në botë, mollë u rrit në 4.7 milion hektarë, me një prodhim botëror total prej 71.3 milion ton. Sipërfaqja mesatare botërore nën mollë tregon një tendencë të një rritjeje të lehtë dhe shënon stabilitet të madh. Zonat më të vogla u regjistruan në vitin 2008 (4.62 milion hektarë), dhe më të lartat në vitin 2012 (4.84 milion ha). Rritja e zonës dhe prodhimit në botë është pasojë e rritjes së përdorimit të mollëve në industrinë përpunuese. Fushat më të mëdha nën mollë në kontinente ishin: Azia (66.12%) dhe Evropa (22.92%) e këtyre dy kontinenteve kishte 89.04% të sipërfaqes së botës. Një prodhues i rëndësishëm botëror është Amerika me një përqindje prej 7.37%. Prodhuesit më të mëdhenj janë Kina (42.65%), Rusia (4.64%), India (5.89%), Irani (5.29%), Polonia (3.75% 2.29%), Turqia (2.97%), etj. Në Kosovë mollë është rritur në një sipërfaqe totale prej 41,000 hektarësh. Në Kosovë, zonat nën pemën e mollëve kanë një tendencë rritjeje, me një normë prej 4.65%. Në periudhën e vëzhguar, prodhimi i mollëve në botë është prodhuar mesatarisht 71.3 milion ton. Prodhimi botëror ka regjistruar një tendencë rritjeje me një normë prej 3.12% dhe stabilitet. Në Republikën e Kosovës prodhimi mesatar i përgjithshëm i mollëve ishte 241,155 t. Në periudhën e vëzhguar, importet e mollës në botë mesatarisht arritën në 7,708,451 t. Importi më i madh i mollëve nga kontinentet u regjistrua në Evropë (58.11%), dhe tendenca e rënies ishte 1.52% e stabilitetit të lartë. Importi më i vogël i mollës nga kontinentet u regjistrua në Australi, ku importet shënuan një prirje rënëse. Në periudhën e vëzhguar (2007-2011), eksportet e mollëve në botë ishin mesatarisht 8,080,870 ton. Eksportet e mollës botërore tregojnë një trend rritjeje me një normë prej 2.07% dhe shënon stabilitet të madh. Eksporti më i madh i mollëve është regjistruar nga Evropa, Amerika dhe Azia, me eksporte prej 45.84%, 23.45% dhe 22.94%. Eksporti më i madh i mollëve nga kontinentet u regjistrua në Evropë (45.58%), dhe regjistroi një trend rritjeje me një normë prej 4.44%. Sipas të dhënave në Kosovë, importi mesatar i mollëve në Kosovë në periudhën e vëzhguar (2007-2013) arriti në 22,739 t. Importet e mollëve shkonin nga 14,816 t në vitin 2011 në 28,308 t në vitin 2009.