



REPUBLIKA KOSOVA
MINISTARSTVO INDUSTRIJE,
PREDUZETNIŠTVA I TRGOVINE



STUDIJA LANCA VREDNOSTI PRERADE HRANE I PIĆA NA KOSOVU

Oktobar 2023



STUDIJA LANCA VREDNOSTI PRERADE HRANE I PIĆA NA KOSOVU

Oktobar 2023



Implemented by
giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



REPUBLIKA KOSOVA
MINISTARSTVO INDUSTRIJE,
PREDUZETNIŠTVA I TRGOVINE

Objavio:

Ministarstvo industrije, preduzeća i trgovine

Sv. „Arbenor e Astri Dehari“, br. 21.

Bolnički trg 10000 Priština, Kosovo

T + 383 (0) 200 36 512

+383 (0) 200 36 543

E zkp.mti@rks-gov.net

I www.mint.rks-gov.net

i

Deutsche Gesellschaft für

Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Registrovane kancelarije

Bonn i Eßborn, Nemačka

Kancelarija GIZ-a na Kosovu

Sv. Arhitekta Karl Gega br.38

10000 Priština, Kosovo

T +383 38 233 002 100

E giz-kosovo-buero@giz.de

I www.giz.de/kosovo

Autor:

Anteja ECG

- Gerd Meier zu Köcker

- Mateja Dermastia

Dizajn/izgled:

Envinion

Fotografije/izvori:

Yakov Oskanov

U ime

Nemačko savezno ministarstvo za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ)

Priština, 2023

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI

Ovu studiju je finansirao GIZ. Ovo odricanje od odgovornosti obaveštava čitaoce da stavovi, mišljenja i mišljenja izražena u ovoj studiji pripadaju isključivo autorima i ne predstavljaju nužno stanovište GIZ-a.

Izveštaj predstavlja studiju lanca vrednosti, sastavljen je kroz dubinske intervjue sa MSP sektora duž funkcija lanca vrednosti.

Mišljenje autora je zasnovano na prikupljenim podacima. Uzorak može biti reprezentativan za hvatanje dinamike trendova tržišta

i lanca vrednosti; međutim, možda ne predstavlja tačnu kvantitativnu sliku industrije sektora. Autori studije ne mogu se smatrati

odgovornim za bilo kakve posledice koje mogu proizaći iz korišćenja informacija u ovom izveštaju od strane treće strane. Ne tvrdi se da su informacije predstavljene u izveštaju potpuno tačne.

Sadržaj

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI	6
Lista skraćenica	7
Rezime	9
Uvod	11
1 Metodologija	13
2 Globalni trendovi u industriji hrane i pića	14
2.1 Megatrendovi orijentisani na potrošača	14
2.2 Proizvodno orijentisani megatrendovi	16
2.3 Megatrendovi orijentisani na društvo	17
2.4 Sigurnosno orijentisani megatrendovi	18
3 Kratak pregled kosovske industrije	20
3.1 Trgovinski trendovi u sektoru hrane i pića Kosova	22
3.2 Analiza produktivnosti i konkurentnosti sa odabranim ravnopravnim učesnicima	26
4 Mapa zainteresovanih strana	29
5 Analiza lanca vrednosti	33
5.1 Mapa lanca vrednosti u okviru sektora	33
5.2 Analiza lanca vrednosti: Strana ponude	36
5.3 Analiza lanca vrednosti: Strana proizvođača	38
5.3.1 Poslovna aktivnost i poslovanje	38
5.3.2 Lokalna i izvozna tržišta	44
5.4 Ljudski resursi	48
5.5 Inovacije i digitalizacija	49
5.6 Okruženje umrežavanja	49
6 Politike podrške i institucionalno okruženje	52
6.1 Promocija i podrška investicijama	53
6.2 Podrška konkurentnosti i inovacijama	55
6.3 Procena usklađenosti i sigurnost hrane	57
7 Mogućnosti i prepreke	59
7.1 Mogućnosti	59
7.2 Prepreke	60
8 Glavne preporuke / intervencije	62
9 Sledeći koraci	76

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI

Ovu publikaciju je proizvela Anteja EKG uz podršku nemačke vlade preko Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Mišljenja koja su ovde izražena su mišljenja autora i ne odražavaju nužno stavove GIZ-a ili nemačke vlade. Izveštaj predstavlja studiju lanca vrednosti, izrađen je kroz dubinske intervjue sa sektorskim MSP-ovima duž funkcija lanca vrednosti. Stav autora je zasnovan na prikupljenim podacima. Uzorak može biti reprezentativan za shvatanje dinamike tržišnih trendova i lanca vrednosti; međutim, možda ne predstavlja ispravan kvantitativni pregled industrije sektora. Autori studije ne mogu biti odgovorni za bilo kakve posledice koje mogu nastati korišćenjem treće strane informacija u ovom izveštaju. Nema tvrdnji da su informacije predstavljene u izveštaju potpuno tačne.

Lista skraćenica

AHV	Agencija za hranu i veterinu
AIS	Agencija za industrijsku svojinu
BiH	Bosna i Hercegovina
BMO	Poslovne članske organizacije
CEI	Savet evropskih investitora
CEFTA	Centralnoevropski sporazum o slobodnoj trgovini
CNC	Računarska numerička kontrola
CSO	Centri za stručno osposobljavanje
ECIKS	Ekonomska inicijativa za Kosovo
EA	Evropska akreditacija
ERP	Planiranje resursa preduzeća
EU	Evropska unija
GAWB	Zelena agenda za zapadni Balkan
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
HS	Harmonizovani sistem opisa i kodiranja robe
IADK	Inicijativa za razvoj poljoprivrede na Kosovu
IiR	Istraživanje i razvoj
KAS	Kosovska agencija za statistiku
KARP	Kosovska agencija za registraciju preduzeća
KIESA	Kosovska agencija za investicije i podršku preduzećima
KAM	Kosovska agencija za investicije i podršku preduzećima
KPK	Kosovski proizvođački klub
KAS	Kosovska agencija za standardizaciju
NKRM	Nezavisna komisija za rudnike i minerale
NACE	Nomenklatura Statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne
NSEI	Nacionalni savet za ekonomiju i investicije
MŽSPPI	Ministarstvo životne sredine, prostornog planiranja i infrastrukture

MFRT	Ministarstvo finansija, rada i transfera
MIPD	Ministarstvo inostranih poslova i dijaspore
MAGI	Multilateralna agencija za garancije investicija
MIPT	Ministarstvo industrije, preduzetništva i trgovine
MMSP	Mikro, mala i srednja preduzeća
MSP	Mala i srednja preduzeća
OECD	Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj
OEM	Originalni proizvođači opreme
PKK	Privredna komora Kosova
PUK	Poreska uprava Kosova
SDI	Strane direktne investicije (SDI)
SSP	Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju

Rezime

Ovaj izveštaj je jedan od nekoliko izveštaja o mapiranju klastera koji bliže razmatraju odabrane ključne sektore u Republici Kosovo. Sektor hrane i pića prolazi kroz značajne promene zbog trenutnih izazova u snabdevanju kao rezultat Covid-19 ili ukrajinske krize. Drugi pokretači ove vrste promena u sektoru su trenutni trendovi na tržištu hrane i pića vezani za tržište i potrošače, kao i tekuća industrijska transformacija.

Trenutni industrijski i ekonomski pregled otkriva da se kosovski sektor hrane i pića razvio uporedivo dobro u nedavnoj prošlosti. Glavni pokretač je bio izvoz. U periodu od 2017. do 2021. godine ostvarene su visoke stope rasta izvoza od preko 100% za pića i prerađenu hranu. Potražnja za kosovskim proizvodima od strane regionalnih i evropskih kupaca ostaje visoka. Kao rezultat toga, poslednjih godina je povećan broj aktivnih preduzeća (skoro 1.500 preduzeća), kao i broj zaposlenih (skoro 10.000). Na osnovu intervjua sa 53 odabrana preduzeća, trenutna iskorišćenost proizvodnje značajno varira između preduzeća sa prosekom od 66%. S obzirom na činjenicu da su takve vrednosti uporedivo niske u odnosu na druge domaće ključne sektore (npr. metaloprerađivački sektor je otkrio vrednosti od preko 80% u 2021.), postaje jasno da još uvek postoji neiskorišćen potencijal rasta.

Nedostatak sirovina i kvalifikovane radne snage, kao i rastuća cena sirovina su kratkoročni trendovi koji izazivaju veliku zabrinutost u vezi sa budućom kosovskom industrijom hrane i pića. Studija je identifikovala dalje prepreke koje bi mogle sprečiti domaći sektor proizvodnje hrane i pića da se razvija jednako obećavajuće kao u prošlosti:

- Sektorom proizvodnje hrane i pića dominiraju mikro i mala preduzeća
- Postoji značajan nedostatak znanja o proizvodnim tehnologijama i srodnim temama
- Uprkos važnosti izvoza, većina preduzeća ima vrlo ograničeno znanje o stranim tržištima i povezanim potrošačkim trendovima
- Sektor hrane i pića je pod izazovom nelojalne konkurencije uglavnom iz neformalnog sektora
- Postoji značajan nedostatak raspoloživih kvalifikovanih radnika
- Pejzaž institucionalne podrške u sektoru hrane i pića je embrionalni
- Politika sigurnosti hrane i nadzor tržišta nisu u potpunosti razvijeni, što izvozne aktivnosti čini izazovnijim i podstiče nelojalnu konkurenciju

Shodno tome, u izveštaju o mapiranju lanca vrednosti date su sledeće preporuke, koje su dalje razrađene u poglavlju 8.

Preporuka 1: Uvođenje šema podrške razvoju veština

Preporuka 2: Razvoj klastera hrane i pića

Preporuka 3: Uspostavljanje sistema vaučera za stimulaciju inovacija i digitalizacije na nivou preduzeća

Preporuka 4: Pojednostavljenje okruženja podrške za promociju izvoza

Preporuka 5: Osnivanje i primena fonda za inovacije

Preporuka 6: Podsticanje inovacija i preduzetništva kroz podršku start-up-ova

Preporuka 7: Osnivanje investicionog fonda za obnovu proizvodnje i povećanje proizvodnje

Preporuka 8: Smanjenje zavisnosti od sirovina iz inostranstva

Preporuka 9: Unapređenje politike trgovine i sigurnosti hrane

U slučaju da se preporuke posledično pretvore u praksu, domaći sektor hrane i pića će značajno povećati svoju dugoročnu konkurentnost i biti dobro pripremljen za nadolazeće izazove vezane za procese industrijske transformacije, kao i poremećaje u lancu nabavke, koji će verovatno potrajati i narednih godina.

Uvod

Industrija hrane i pića je izuzetno relevantan sektor za Kosovo. U okviru studije mapiranja vrednosti izbrojano je oko 1.500 preduzeća sa skoro 10.000 zaposlenih. Najrelevantniji delovi lanca vrednosti industrije hrane i pića su pokriveni kupovinom predstavnika privatnog sektora sa Kosova. Nije iznenađenje da domaća nabavka sirovina igra važnu ulogu jer značajan udeo domaćih proizvođača hrane i pića kupuje lokalno.

Ipak, globalni sektor hrane i pića je značajno u fazi transformacije

- usled izazova trenutnog snabdevanja kao rezultat Covid-19 ili ukrajinske krize
- usled značajnih trenutnih trendova u vezi sa hranom i pićem na tržištu i u vezi sa potrošačima, i
- usled tekuće industrijske transformacije.

Kosovska industrija hrane i pića je veoma izložena gore navedenim izazovima. Ali postoji i veliki potencijal da se ovi izazovi pretvore u konkurentsku prednost. Trenutna ukrajinska kriza, kao i jasan trend skraćivanja postojećih lanaca vrednosti, pružaju dobru perspektivu rasta za ovaj sektor. Evropski kupci postaju sve više zainteresovani za nabavku sa Zapadnog Balkana nego preko okeana, kada je to moguće. Visok kvalitet i manji proizvođači takođe su važni kada je u pitanju organska proizvodnja, koju takođe sve više traže međunarodni kupci.

Izveštaj o mapiranju sadašnjeg lanca vrednosti je važan deo intervencija Ministarstva industrije, preduzetništva i trgovine Republike Kosovo (MIPT) i Deutsche Gesellschaft für International Zusammenarbeit (GIZ) GmbH u cilju podrške konkurentnosti odabranih industrijskih sektora. Sektor hrane i pića je od najvećeg značaja, i to ne samo zbog značaja sektora. Integracija kosovskih proizvođača hrane i pića u Evropsku uniju (EU) ili globalni lanac snabdevanja će ponuditi veliku priliku za rast, inovacije i povećanu konkurentnost. Kosovska industrija hrane i pića mora biti svesna toga ako namerava da ostane konkurentna i da ostane važan partner u globalnim lancima vrednosti.

U okviru studije 53 preduzeća su odabrana za anketne intervjuje. Uzorak je odabran na osnovu strukture lokalne industrije hrane i pića.

Nalazi i zaključci ovog izveštaja identifikuju karike koje nedostaju, glavne nedostatke i ograničenja duž odabranog lanca vrednosti. Izveštaj takođe sadrži zapažanja i razmatranja koja treba uzeti u obzir u predstojećim intervencijama politike.

1. Metodologija

Izveštaj o mapiranju lanca vrednosti istražuje kritične faktore uspeha odgovarajućih lanaca vrednosti kako bi se stekao uvid u povezane nedostatke i razumeli primarni pokretači razvoja lanca vrednosti. Kako bi pružio detaljnu analizu lanca vrednosti industrije prerade hrane i pića, istraživački tim je primenio strukturisanu metodologiju. Analiza se sprovodi u fazama koje su razrađene u nastavku.

Prvo, istraživački tim je analizirao sekundarne podatke, ispitujući objavljene izveštaje/studije relevantne za sektore i kontekst i studije i izveštaje koji pokrivaju globalne ekonomije. Ovaj korak je omogućio timu da prikaže odgovarajuću mapu svakog sektora. Mapa lanca vrednosti pruža grafičku strukturu koja prikazuje kako se proizvod u industriji kreće od sirovog materijala kroz agregaciju, preradu i druge korake dok proizvod/usluga na kraju ne stigne do krajnjeg potrošača. Mapa naglašava niz aktivnosti koje se javljaju unutar lanca vrednosti.

Drugo, istraživački tim je analizirao trgovinske podatke pojedinih sektora, kako bi bolje razumeo dinamiku tržišta, domaću potražnju i trendove rasta i konkurentnost domaćih mikro, malih i srednjih preduzeća (MMSP) na izvoznim tržištima. Podaci Kosovske agencije za statistiku (KAS) i podaci Carine Kosova predstavljaju glavne izvore.

Treće, istraživački tim je razvio uzorak preduzeća za preradu hrane i pića za anketne intervju, a 53 preduzeća su uzorkovana na ovaj način. Uzorak je odabran na osnovu strukture sektora MMSP. Uzorak preduzeća u sektoru hrane i pića nije sveobuhvatan za sve povezane sektore. Istraživački tim, u bliskoj saradnji sa predstavnicima MIPT-a i GIZ-a, suzio je listu sektora koji se odnose na hranu i piće, u kojima su velike industrije poput mlečne, mesne i pekarske industrije namerno izostavljene. Ovo je učinjeno prvenstveno zbog ograničenja predstavljenih veličinom uzorka za razumevanje ovih velikih sektora. Stoga, nalazi primarnog istraživanja daju pregled dinamike i trendova za iscrpnu listu povezanih sektora kako sledi:

Tabela 1: Lista ciljanih prehrambenih sektora kroz primarno istraživanje

Proizvodnja bezalkoholnih pića i flaširane vode
Proizvodnja vina od grožđa
Destilacija, rafinacija i kombinacija pića
Prerada začina i umaka
Proizvodnja testenine, špageta i sličnih proizvoda od brašna
Proizvodnja keksa i biskvita, proizvodnja konzerviranih peciva i kolača
Prerada i ostalo konzerviranje voća i povrća
Prerada sokova od voća i povrća

Prerada i konzerviranje krompira
Prerada ostalih prehrambenih proizvoda

Uzorkom je utvrđena potrebna donja granica za sprovođenje potrebne empirijske analize, jer je osiguran minimalni broj zapažanja da bi distribucija uzorka imala tendenciju približno normalne distribucije.

Četvrto, istraživački tim je sproveo intervju sa 53 preduzeća koji dobro predstavljaju ceo sektor. Nakon toga je obavljena kompilacija strukturisanog skupa podataka, kao što je čišćenje podataka, dvostruka provera u slučaju grešaka i analiza lanca vrednosti zasnovana na analizi podataka.

Konačno, da bi triangulirao informacije, istraživački tim je u avgustu 2022. godine održao radionicu validacije sa akterima koji predstavljaju relevantne institucije, uključujući sektorska udruženja, relevantne nacionalne institucije i druge relevantne aktere. Kako su studije lanca vrednosti zasnovane na kvalitativnoj i kvantitativnoj analizi podataka, metodologija je robusna za utvrđivanje valjanih tržišnih trendova i analize lanca vrednosti.

2. Globalni trendovi u industriji hrane i pića

Ovo poglavlje predstavlja globalne trendove hrane i pića. Neki od njih su kratkoročniji, drugi će verovatno postati relevantni u budućnosti. Uprkos činjenici da neće svi postati relevantni za kosovsko društvo, verovatno će postati relevantni u Evropi. Zbog činjenice da je sektor hrane i pića veoma izvezno orijentisan, svest o ovim trendovima je relevantna za kosovska preduzeća koja se bave izvozom.

Generalno, postoji dvanaest megatrendova, poznatih kao „veliki pokretači promena¹“, koji imaju više ili manje izražen odnos prema industriji hrane i pića. Mogu se podeliti u četiri grupe na osnovu sledećih podtrendova:

- Megatrendovi orijentisani na potrošače: individualizacija, zdravlje i kultura znanja
- Megatrendovi orijentisani na proizvodnju: globalizacija, neoekologija, urbanizacija i mobilnost
- Sigurnosno orijentisani megatrendovi: sigurnost i povezanost
- Sveobuhvatni megatrendovi: novi rad, promena rodni uloga i srebrno društvo

U nastavku su opisani najrelevantniji podtrendovi i njihov očekivani uticaj na industriju hrane i pića. Neki od podtrendova već utiču na industriju, dok se očekuje da će drugi biti relevantni tokom narednih godina. Ovi podtrendovi će takođe imati drugačiji uticaj na domaću potražnju i povezane potrošače na Kosovu, ali pošto kosovska industrija hrane i pića traži nova izvezna tržišta, svi ovi podtrendovi su od srodne važnosti.

2.1 Megatrendovi orijentisani na potrošača

Individualizacija

Individualni stilovi života imaju višestruke efekte na industriju hrane i pića generalno. Svesniji način života povećava potražnju za personalizovanom hranom i pićima, kao što je hrana bogata proteinima za sportiste i proizvodi prilagođeni dečijem uzrastu, starijim ljudima ili trudnicama. Odbijanje masovnih proizvoda, kao što su smrznute pizze ili gotova jela u konzervi, utiče na segmente tradicionalne hrane i dovodi do njihove transformacije. Pre nekoliko godina, gotova hrana je još uvek bila povezivana sa gotovim jelima i nezdravom ishranom. Promenu slike sada možete videti ovde. Novi praktični proizvodi se delom smatraju svežim i zdravim, a asortiman proizvoda se već značajno proširio i diverzifikovao u ovoj oblasti². Pre svega, traženije su male manufakture sa regionalno i sezonski sastavljenim proizvodima.

Individualizacija takođe menja proizvodnju i trgovinu hranom. Radna mesta i radno vreme zahtevaju fleksibilna rešenja. Istovremeno, pojedinačni proizvodi zahtevaju više manjih proizvodnih procesa i fleksibilnu

1 <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

2 B. Nitsche, A. Fiegel, 2018, Budući trendovi u logistici hrane – izazovi i strategije, Technical University Berlin, <https://depositoncenter-berlin.de/handle/11303/5451>

proizvodnju malih razmera, kojoj majstori zanatlije – i mala, specijalizovana preduzeća mogu poslužiti bolje od fabrika hrane usmerenih na masovnu proizvodnju. Ovo otvara nova tržišta za nišne proizvode start-up-ova.

Proizvođači hrane i pića u Evropi trenutno su suočeni sa izazovom zadovoljavanja potražnje potrošača za individualizovanim, visokokvalitetnim proizvodima³. Umesto da se takmiče u segmentu niskih cena, mnogi proizvođači obraćaju pažnju na zadovoljavanje zahteva potrošača za boljim kvalitetom proizvoda i individualizovanim prehrambenim proizvodima, razvijajući tako jedinstvene prodajne tačke. Ipak, pritisak cena ostaje visok. U isto vreme, mnogi potrošači se bore sa sukobom između spremnosti da se plate cene s jedne strane i zahteva za održivim proizvodima.

Zdravlje

Zdravlje je važna tema u društvu i ogleda se u ishrani. Procesi promena koje je pokrenuo zdravstveni megatrend – posebno odmak od klasičnih mesnih proizvoda ka veganskim i vegetarijanskim alternativama – menja tržište i percipira se kao poremećaj u industriji hrane i pića. Novi igrači koji razvijaju novu hranu i pića predstavljaju konkurenciju etabliranim kompanijama, koja će se intenzivirati kako se razvijaju nove proizvodne metode. Nakon zamene za meso i mlečne proizvode, –slični poremećaji će u budućnosti uticati na tržište sireva, celih jaja, ribe i stočne hrane. Oni su sa jedne strane vođeni potražnjom potrošača i često su opravdani aspektima održivosti. Istovremeno, postoji odgovarajući pritisak na prilagođavanje na strani proizvođača, koji je vođen potražnjom i povezanim prodajnim tržištem u smanjenju troškova - proizvodnja vegetarijanskih zamena za meso mnogo je isplativija od proizvodnje klasičnih –proizvoda - i, zajedno sa aktivnom zaštitom klime u proizvodnji, nudi i mogućnosti.

Sastav nove hrane i noviteta u hrani i piću je problematičan. Trenutno često sadrži veliki broj sastojaka da bi po ukusu mogli da konkurišu etabliranim proizvodima. Stoga je trend prema čistoj i funkcionalnoj hrani i pićima, odnosno korišćenje samo nekoliko sastojaka uz istovremeni dodatak vitamina i minerala kako bi se nadomestio nedostatak prirodnih sastojaka⁴.

Kultura znanja

Ovaj trend još nije jako izražen u ishrani i delom je suprotan. Sve većom industrijalizacijom proizvodnje hrane i pića i širokim asortimanom gotovih proizvoda u supermarketima i online trgovinama, gubi se znanje o hrani i pićima i njihovoj pripremi; posebno u urbanim sredinama, mnogi potrošači su izgubili kontakt sa proizvodnjom hrane. Iako je od nedavno postao prisutan trend kuvanja kod kuće, to nije slučaj među siromašnijim i manje obrazovanim slojevima stanovništva. Sve je manje raznovrsnih jela koja se pripremaju, a znanje o istim se više ne prenosi na buduće generacije⁵.

3 G. Meier zu Köcker et al, 2022, Studija klastera hrane Hamburg, <https://www.hamburg.de/contentblob/16204992/9ecaeac45dc-da45121d98a6f5ff8b895/data/studie-food-cluster-hamburg.pdf>

4 Austria Juice, 2022, <https://www.austriajuice.com/news-blog/the-top-trends-on-the-beverage-market>

5 Robert Koch Institut: Praćenje zdravlja, [https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Themen/Uebergewicht_Adi-positas/Uebergewicht_Adi-positas_node.html#:~:text=Zwei%20Drittel%20der%20M%C3%A4nner%20\(67,ist%20stark%20%C3%BCbergewichtig%20\(adip%C3%B6s\)](https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Themen/Uebergewicht_Adi-positas/Uebergewicht_Adi-positas_node.html#:~:text=Zwei%20Drittel%20der%20M%C3%A4nner%20(67,ist%20stark%20%C3%BCbergewichtig%20(adip%C3%B6s))

2.2 Proizvodno orijentisani megatrendovi

Proizvodno orijentisani megatrendovi globalizacije, urbanizacije, neoeкологије i mobilnosti imaju snažan uticaj na korporativni razvoj i strategije na nivou preduzeća. Oni se bave promenama u nabavci sirovina s jedne strane i važnosti lokalnih brendova sa druge strane.

Globalizacija

Povećanje globalne međuzavisnosti u oblastima ekonomije, politike, kulture, životne sredine i komunikacije, između pojedinaca, društava, institucija i država, takođe je sve više uticalo na poljoprivredna tržišta poslednjih decenija. Multinacionalne kompanije, ali i srednja agrobiznis preduzeća ulažu direktno u druge zemlje ili ulaze u različite oblike učešća. Globalizacija i regionalizacija stoga nisu kontradiktorne⁶.

Globalizacija i lokalizacija utiču i promovišu jedna drugu, a istovremeno rast stanovništva dovodi do reorganizacije procesa, prostora i ponude. Kao rezultat toga, regionalna kultura hrane i pića je sve više pod uticajem globalnog razvoja i tradicije drugih kultura ishrane. Zakuska je, na primer, izraz moderne kulture ishrane i ima svoje korene u španskoj tapas kulturi i levantinskom mezeu - drugim rečima, u kulturama ishrane u kojima mala, raznovrsna jela i zakuska imaju dugu tradiciju.

Kratki, direktni i transparentni lanci snabdevanja prevazilaze već uspostavljenu „fer trgovinu“. Lokacije kompanije u blizini tržišta i proizvodnih lokacija preuzimaju mesto „Proizvedeno u Kini“⁷. Koncept „lokalne hrane i pića“ povezuje proizvođače hrane i pića sa potrošačima u istoj geografskoj regiji, omogućavajući lance snabdevanja nezavisne od sistema supermarketa i otporne mreže. Inovativni igrači idu još dalje i fokusiraju se na novu blizinu prirodi koristeći sezonski dostupne izvorne proizvode kao i lokalne recepte i usuđujući se eksperimentisati sa nepoljoprivrednim proizvodima (divlja hrana).

Urbanizacija

Prema projekcijama Ujedinjenih nacija, očekuje se da će svetska populacija dostići 8,5 milijardi 2030. godine i skoro 10 milijardi 2050⁸. Do tada će 70% ljudi živeti i u gradovima, a povećaće se i broj megagradova sa više od 10 miliona stanovnika. Želja da se priroda unese u grad može se uočiti i u privatnoj sferi i već je izražena u inicijativama za urbano baštovanstvo u zajednici, između ostalog⁹. To uključuje sve baštovanske aktivnosti koje se odvijaju na balkonu ili u slobodnim urbanim prostorima. Drugi koncepti uzgoja u zatvorenom prostoru smanjuju veličinu toliko da mogu funkcionisati direktno u supermarketu (npr. berlinski start-up Infarm ili supermarket koji ima staklenik za uzgoj bilja na krovu)¹⁰.

Globalno tržište za vertikalnu poljoprivredu trenutno se procenjuje na preko 2,7 milijardi evra¹¹. Ima projektovanu godišnju stopu rasta od 25% i očekuje se da će dostići oko 10 milijardi evra već 2026. Od globalnih ključnih igrača za vertikalnu poljoprivredu, jedan se nalazi u Holandiji (Signify), dva u SAD (Freight Farms i AeroFarms) i jedan u Singapuru (Sky Greens). Zajedno sa vertikalnim zgušnjavanjem, gradovi se razvijaju

6 G. Meier zu Köcker et al, 2022, Food Cluster Study Hamburg, <https://www.hamburg.de/contentblob/16204992/9ecaeac45dc-da45121d98a6f5ff8b895/data/studie-food-cluster-hamburg.pdf>

7 S. Kapadia, 2021, After years of 'Made in China,' supply chains consider alternatives | Supply Chain Dive,

8 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1717/umfrage/prognose-zur-entwicklung-der-weltbevoelkerung/>

9 <https://www.pflanzenforschung.de/de/pflanzenwissen/lexikon-a-z/urban-gardening-10111>

10 vidi www.infarm.com

11 Za više informacija o vertikalnoj poljoprivredi, vidi <https://netled.fi/>

u političke, kulturne i ekonomske centre u kojima urbana proizvodnja (još jednom) postaje privlačna kao poslovni model, koji se dugoročno suprotstavlja pustošenju gradskih centara. Povećava se potražnja za visokokvalitetnim zanatskim proizvodima za svakodnevne potrebe, a istovremeno se, uz trend online malo-prodaje, razvija i izražen trend ka malim radnjama za dnevne potrebe u neposrednoj blizini kupaca¹².

Neoekologija

Megatrend neoekologije opisuje proces velikih društvenih promena ka resursno efikasnoj, održivoj ekonomiji i tako kombinuje ekologiju sa ekonomijom. Sa „Petkom za budućnost“, globalni pokret za zaštitu životne sredine postavio je pitanja zaštite klime i održivosti na vrh političke, ekonomske, ali i sveukupne društvene agende poslednjih godina. U narednim godinama ovi zahtevi se moraju sprovesti u praksi.

U ovim procesima promena, industrija hrane i pića je svojevrsna industrija pokazatelja za procese i trendove društvenih promena, jer se ovde prvenstveno mogu posmatrati novi stilovi života i njihovi novi proizvodi, usluge i poslovni modeli preko potrošača i meriti njihov uspeh. Nedostatak resursa utiče na mnoge faktore. Ograničena dostupnost zemljišta, na primer, i rastući troškovi po jedinici zemljišta utiču i na proizvodnju sirovina i njihovu preradu u hranu i piće. Održiva proizvodnja zahteva sigurnost u pogledu lokacije proizvodnje i preduslov je za velika ulaganja u održivu proizvodnju. Drugi značajni faktori su rastući troškovi energije i sve veća nestašica vode širom sveta¹³.

Prilikom kupovine hrane i pića potrošači sve više obraćaju pažnju na njihovo poreklo. Aspekti održivosti takođe igraju sve veću ulogu u transportu hrane i sirovina brodom i na njih mogu pozitivno uticati tehničke inovacije. Ne samo zbog potražnje, već i način proizvodnje dolazi u fokus. Izbegavaju se sirovine, čija proizvodnja zahteva krčenje šuma koje su od vitalnog značaja za zemlju, kao i izvori energije koji nisu održivi. Tehnološke inovacije daju važan doprinos povećanju efikasnosti i minimiziranju potrošnje resursa. Koliko god je to moguće, „rezidualni materijali“ se reintegrišu u proizvodne cikluse u okviru cirkularne ekonomije¹⁴.

2.3 Megatrendovi orijentisani na društvo

Megatrendovi orijentisani na društvo Promena rodni uloga i Srebrno društvo mogu se smatrati preovlađujućim u kontekstu koji se ovde razmatra jer ne utiču na prehrambeni sektor, eksplicitno različit od svih drugih ekonomskih sektora. Specifične karakteristike se mogu identifikovati samo u ograničenoj meri.

Promena rodni uloga

Megatrend promena rodni uloga opisuje promenu tradicionalnih rodni uloga i porodičnih struktura ka većoj raznolikosti. Novi oblici odsustva sa nepunim radnim vremenom, odsustva za roditelje i nega koji idu ruku pod ruku sa ovim imaju uticaja na tržište rada¹⁵. P Za kompanije rodno neosetljiv –marketing postaje izazov i u jednakoj meri krije mogućnosti i rizike. Istovremeno se menjaju celokupni stilovi života zbog

12 B. Nitsche, A. Fiegel, 2018, Budući trendovi u logistici hrane – izazovi i strategije, Technical University Berlin, <https://depositon.tu-berlin.de/handle/11303/5451>

13 Markets and Markets, Vertikalna tržišna poljoprivreda, 2021, <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/vertical-farming-market-221795343.html?gclid=COBdtYPc1tYCFYE4GwodmZkDUw>

14 T. Cigut, M. McManus, M. Dermastia, 2022, Uticaji i potencijali ukrajinske krize na razvoj lanaca snabdevanja za Dunavski region, Danube Alliance, DOI: 10.13140/RG.2.2.17378.20161

15 <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

promene uloga u porodici i profesionalnom okruženju. Pored promene navika u kuvanju, ishrani i kupovini, sama priprema i jelo dobijaju novi značaj i doživljavaju se kao porodični, kulturni i društveni događaj.

Srebrno društvo

Megatrend Srebrno društvo nastavlja sa demografskim promenama. Ljudi ne samo da postaju sve stariji i produktivniji, već i ne žele prerano odustati od radnog veka. Dakle, situacija starijih ljudi na tržištu rada značajno se promenila poslednjih godina. Učešće u radnoj snazi 60-64-godišnjaka se povećalo više nego u bilo kojoj drugoj starosnoj grupi: poraslo je sa 41% (2010.) na 61% (2020.) u poslednjih deset godina. Ali čak i nakon starosne granice za odlazak u penziju, udeo zaposlenih se skoro udvostručio za kratko vreme. U 2010. godini samo je 9% od 65-69 godina još uvek radilo. U 2020. godini udeo je iznosio 17%.¹⁶

Kompanije, uključujući i one u industriji hrane i pića, suočene su sa izazovom kvalifikovanja zaposlenih sa dugogodišnjim stažom na način da ispunjavaju svoju ulogu i ne budu inferiorni u odnosu na mlade diplomce. Istovremeno, prehrambena industrija se bori i sa nedostatkom kvalifikovanih radnika, kao i nedostatkom mladih talenata, posebno u zanatstvu. Za prehrambenu industriju to znači odgovarajući pristup potencijalnim zaposlenima i povećanje napora da se ona učini privlačnijom.

2.4 Sigurnosno orijentisani megatrendovi

Sigurnosno orijentisani megatrendovi povezivanja i sigurnosti opisuju digitalni poremećaj koji podjednako prožima sva područja života i industrije¹⁷. Za proizvodnju, trgovinu i logistiku, to su trenutno sigurnost i transparentnost lanca nabavke. Oba podtenda su snažno isprepletena, pri čemu povezanost kroz tehnologiju lanca blokova kao opcija decentralizovanog skladištenja za transakcije unutar mreže predstavlja rešenje za izazove spomenute u sigurnosnom megatrendu, jer omogućava željenu transparentnost uz istovremenu anonimnost.

Povezivanje

Trenutno se u prehrambenom sektoru odvija digitalni poremećaj, koji je dodatno ubrzan blokadom tokom pandemije Covid-19¹⁸. Ekonomija zasnovana na platformi za razmenu i pružanje dobara i usluga kao i ekonomija deljenja predstavljaju lajtmotiv potrošača i ne utiču samo na maloprodaju i dostavu online, već i veleprodaja doživljava promene vezane za online i direktnu prodaju. Ovaj proces je započeo još pre pandemije Covid-19 i njome je ubrzan. Digitalizacija je uspostavila nove poslovne modele koji dodatno intenziviraju ionako žestoku konkurenciju u prehrambenoj industriji. U online maloprodaji, proizvođači hrane i pića su već dobro ukorenjeni: gotovo dve trećine (63%) ima online prodaju, a 66% iste namerava proširiti u naredne tri godine. Iako samo 32% svih proizvođača ima svoju internet prodavnicu, 59% planira je proširiti ili uspostaviti¹⁹.

Za odnos između kompanija i krajnjih potrošača, kao i za veleprodaju i kupce u proizvodnji hrane, postoje mnoga digitalna rešenja za umrežavanje s nizom aplikacija za naručivanje koje (mogu) učiniti svakodnevni rad efikasnijim i isplativijim. Nedavna studija je istakla da prehrambena industrija u Nemačkoj procenjuje digitalizaciju

¹⁶ Federal Statistical Office (Destatis 2022)

¹⁷ <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

¹⁸ Megatrend Connectivity, <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-konnektivitaet/>

¹⁹ DLG Competence Center Food 2021; <https://www.dlg.org/en/food/topics/dlg-expert-reports/food-technology/extrusion>

kao priliku za uspostavljanje direktne linije sa potrošačima.²⁰ Uz pomoć digitalizacije, direktne narudžbe postaju efikasno moguće, približavajući proizvođače i potrošače. Umrežena proizvodnja stvara tehnološku osnovu za proizvodnju sve individualizovanije hrane i pića po razumnim cenama.

Sigurnost

Ukus je najvažniji kriterijum za kupovinu hrane za 45% potrošača u EU, a odmah iza njega sledi sigurnost hrane sa 42%. Poreklo hrane važno je za 34% potrošača, a lična etika i uverenja vode sa 16% u izboru prehrambenih proizvoda.

Želja kupaca za većom transparentnošću u celom lancu snabdevanja i povezano povećanje potražnje za regionalnom i sezonskom hranom predstavljaju važne trendove u pogledu mnogih kompanija²¹. Odgovornost i etika su prepoznati kao važni argumenti za kupovinu. Transparentnost sastava proizvoda i osnovnih lanaca snabdevanja gradi poverenje kod kupaca. Odgovarajući marketing sa verodostojnim argumentima daje kompanijama priliku da se razlikuju od drugih. Istovremeno, transparentnost lanca snabdevanja sa sobom nosi opsežne zahteve za lance vrednosti proizvodnje hrane i logističkih mreža i postavlja proizvođače pred ogromne izazove. Oni se mogu sve bolje služiti ili rešavati putem digitalizacije, posebno korišćenjem identifikacionih i informacionih tehnologija (praćenje i sledljivost, ERP i sistemi za praćenje)²². Prema DLG Trendmonitor Europe 2021, fokusne tačke "sledljivost i transparentnost" su kompanije najsnažnije sprovodile u kontekstu digitalizacije (60%) ili je sprovođenje planirano u naredne tri godine (39 %)²³.

Ostali aspekti megatrenda sigurnosti odnose se na sigurnost hrane, kojoj služi širok spektar zakonskih zahteva i propisa u Evropskoj uniji²⁴. Sigurnosne potrebe kompanija oko lokacije i radnika u pogledu prihoda imaju snažnu vezu sa megatrendovima neoeкологије i novim poslovima.

20 SB-System AG, 2018, Digitalizacija: Prilika ili izazov za međunarodnu industriju hrane i pića, CSB-System AG. Geilenkirchen.

21 B. Nitsche, A. Fiegel, 2018, Budući trendovi u logistici hrane – izazovi i strategije, Technical University Berlin, <https://deposition.tu-berlin.de/handle/11303/5451>

22 ibid

23 DLG Competence Center Food 2021; <https://www.dlg.org/en/food/topics/dlg-expert-reports/food-technology/extrusion>

24 <https://www.bmel.de/DE/themen/verbraucherschutz/ansprechpartner-unternehmerfragen.html>

3. Kratak pregled kosovske industrije

Prikupljanje tačnih podataka i procena učinka u proizvodnim sektorima Kosova je izazov, posebno zbog nedostatka zvanične statistike, razvrstane po određenim industrijama. Ovo važi i za podatke o rezultatima i o zaposlenosti. Ova studija je zasnovana i na primarnom i na sekundarnom istraživanju, gde su pored ankete sa sektorskim kompanijama, ispitane postojeće studije i prikupljeni su zvanični podaci kako bi se procenili trendovi procene veličine i učinka sektora hrane i pića na Kosovu. Među glavnim izvorima koje koristi ova studija su MIPT i KAS.

Podaci koje su dali KAS i MIPT otkrivaju da je sektor hrane i pića kontinuirano rastao tokom proteklih godina. Ukupan broj aktivnih preduzeća bio je 1.443 u 2020. godini, dok je promet sektora na formalnom tržištu u toj godini dostigao skoro 440 miliona evra, što je povećanje od 97% u odnosu na 2018. godinu (Tabela 2). Pored toga, broj aktivnih preduzeća je takođe porastao tokom vremena; broj preduzeća je povećan za 8% u ovom periodu (2018 – 2020). Štaviše, podaci takođe pokazuju da je nivo zaposlenosti uglavnom pratio trend proizvodnje. Ovo ukazuje na poboljšanje sektora na intenzivnoj, a ne ekstenzivnoj margini; zaposlenost u 2020. godini porasla je za 59% u odnosu na 2018.

Tabela 2. Veličina sektora hrane i pića na Kosovu (2018-2020)

Godina Pokazatelj	2020	2019	2018
Broj aktivnih preduzeća	1.443	1.234	1.333
Broj zaposlenih	9.905	8.548	6.234
Ukupan promet (€)	438.190.004	380.436.837	223.632.981

Izvor: KAS, MIPT (2021)

Profil sektorskih kompanija

Zbirni podaci koje su objavile relevantne vlasti predstavljene u tabeli 3 pokazuju trend rasta aktivnih preduzeća u sektoru hrane i pića. Prema podacima koje su objavili MIPT i KAS, broj aktivnih preduzeća je manji od onih koji su već registrovani i imaju status „aktivan“ u poslovnom registru.²⁵ Na osnovu dokaza Kosovske agencije za registraciju preduzeća (KARP), oko 180 preduzeća je zatvoreno ili je privremeno napustilo tržište.

²⁵ Podaci dobijeni od strane poslovnog registra koji je objavila Kosovska agencija za registraciju preduzeća <https://arbk.rks-gov.net/page.aspx?id=1,42>

Tabela 3. Industrijska struktura preduzeća u sektoru hrane i pića

Odsek (Sektor)	Grupa (industrija)	Klasa (industrijski pod-sektor)
Proizvodnja prehrambenih proizvoda	Prerada i konzerviranje mesa i proizvodnja mesnih prerađevina	Prerada i konzerviranje mesa
		Prerada i konzerviranje živinskog mesa
		Proizvodnja mesa i proizvoda od živinskog mesa
	Prerada i konzerviranje voća i povrća	Prerada i konzerviranje krompira
		Proizvodnja sokova od voća i povrća
		Ostala prerada i konzerviranje voća i povrća
	Proizvodnja biljnih i životinjskih ulja i masti	Proizvodnja ulja i masti
	Proizvodnja mlečnih proizvoda	Rad mlekara i sirara
		Proizvodnja sladoleda
	Proizvodnja mlinskih proizvoda, skroba i proizvoda od skroba	Proizvodnja mlinskih proizvoda
		Proizvodnja skroba i proizvoda od skroba
	Proizvodnja pekarskih i mlečnih proizvoda	Proizvodnja hleba; proizvodnja svežih peciva i kolača
		Proizvodnja dvopeka i keksa; proizvodnja konzerviranih slastičarskih proizvoda i kolača
	Proizvodnja ostalih prehrambenih proizvoda	Proizvodnja kakaa, čokolade i konditorskih proizvoda od šećera
		Prerada čaja i kafe
		Proizvodnja začina
Proizvodnja pića	Proizvodnja pića	Destilacija, rektifikacija i mešanje pića
		Proizvodnja vina od grožđa
		Proizvodnja jabukovače i drugih voćnih vina
		Proizvodnja ostalih nedestilovanih fermentisanih pića
		Proizvodnja piva
		Proizvodnja bezalkoholnih pića; proizvodnja mineralnih i drugih flaširanih voda

Izvor: Kosovska agencija za registraciju preduzeća (KARP, 2022)

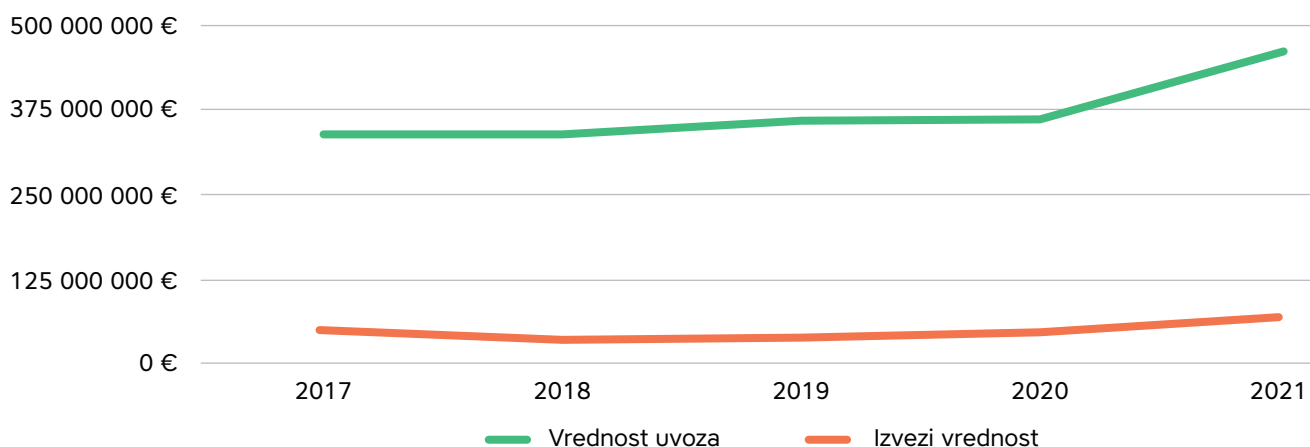
Sektor hrane i pića na Kosovu je organizovan u osam glavnih podsektora (industrija) koji proizlaze iz dve glavne podele u NACE nomenklaturi ('Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne'), odnosno proizvodnja prehrambenih proizvoda i proizvodnja pića (tabela 2). Prva kategorija, prerada i konzerviranje mesa i proizvodnja mesnih prerađevina, uglavnom uključuje preduzeća (94 aktivna preduzeća zaključno sa 2020. godinom) u proizvodnji mesnih prerađevina prvenstveno za domaće tržište budući da izvoz u EU i većinu zemalja Zapadnog Balkana nije dozvoljen zbog složenih fitosanitarnih zahteva. U drugoj kategoriji, prerada i konzerviranje voća i povrća, aktivno je 51 preduzeće koje se uglavnom bavi proizvodnjom i preradom raznih džemova i sokova. Samo je 5 preduzeća koja se bave proizvodnjom ulja i masti. Najveća industrija (podsektor) u ovoj klasifikaciji je proizvodnja mlinskih i proizvoda od skroba, sa oko 900 aktivnih preduzeća.

Drugi odsek preduzeća u sektoru hrane i pića, uključuje samo preduzeća za proizvodnju pića i više je izloženo izvoznim tržištima. Postoje oko 74 aktivna preduzeća (od 2020. godine) iako je u ovom odseku registrovano 385 preduzeća. Pod pretpostavkom da podaci iz MIPT-a i KAS-a tačno odražavaju sektor, može se pretpostaviti da je većina ovih preduzeća ili zatvorena, neaktivna ili trenutno posluje na neformalnim tržištima. Proizvodnja bezalkoholnih pića, proizvodnja mineralnih i drugih flaširanih voda, najveći je podsektor sa 36 aktivnih preduzeća od 195 registrovanih, zatim destilacija, rektifikacija i mešanje alkoholnih pića i proizvodnja vina od grožđa, sa 17 odnosno 13 aktivnih preduzeća.

3.1 Trgovinski trendovi u sektoru hrane i pića Kosova

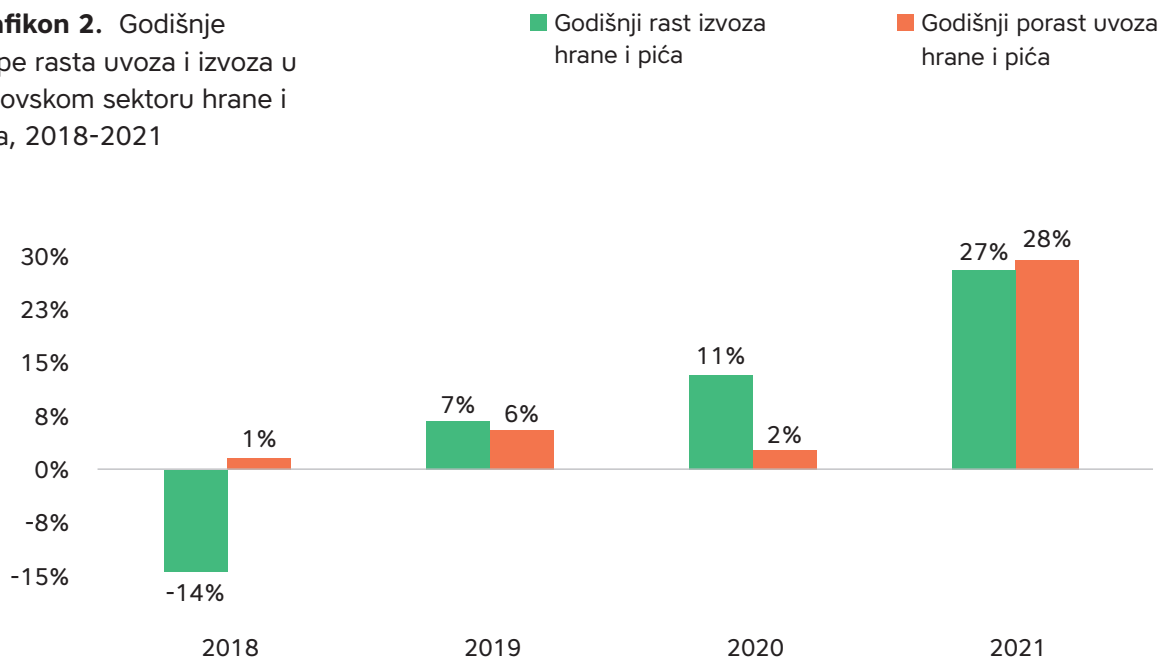
Ovaj odeljak analizira trgovinske trendove kosovskog sektora hrane i pića. Treba napomenuti da su statistički podaci dostupni na Kosovu delimično nedosledni. Podaci korišćeni u ovoj studiji dolaze iz dva različita izvora. Dok su podaci prikazani na grafikonima 1 - 4 u ovom odeljku zasnovani na podacima Carine Kosova, analiza lanca vrednosti je zasnovana na podacima iz ankete.

Nivo izvoza u sektoru hrane i pića konstantno je rastao tokom proteklih pet godina. Ovaj trend je obeležio posebno veći rast tokom prošle godine, sa preko 26% rasta realne vrednosti izvoza (neto težina). Kao što je prikazano na grafikonu 1, sa oko 43 miliona evra u 2017. godini, ukupan izvoz hrane i pića je dostigao oko 56 miliona evra u 2021. (povećanje od oko 23%). Uvoz hrane i pića takođe je pokazao sličan trend rasta, sa oko 335 miliona evra u 2017. na oko 465 miliona evra u 2021. godini, ili oko 28%). Posmatrano prema kretanjima izvoza i uvoza prikazanim na Grafikonu 1, kako u vrednosti tako i u neto težini, očigledno je da uvozne cene imaju tendenciju rasta u odnosu na izvozne. Ovo ukazuje na povećanu konkurentnost cena kosovske hrane i pića na izvoznom tržištu.

Grafikon 1. Godišnja vrednost sektora hrane i pića i neto ponder uvoza i izvoza na Kosovu, 2017-2021

Izvor: Obračun autora, podaci Carine Kosova

Trend rasta (Grafikon 2), izvoza hrane i pića pokazuje obećavajuće izglede, uz kontinuirano povećanje stope rasta izvoza, sa prosekom od 15% u poslednje tri godine. Sličan trend beleži se i u rastu uvoza, ali sa relativno nižom stopom rasta od oko 12%. U 2021. godini beleži se oštiri rast i izvoza i uvoza, ali sa znatno višim realnim rastom izvoza (Grafikon 1). Na ove promene uglavnom utiču promene u globalnom lancu nabavke zbog posledica pandemije Covid-19 i rata u Ukrajini²⁶.

Grafikon 2. Godišnje stope rasta uvoza i izvoza u kosovskom sektoru hrane i pića, 2018-2021

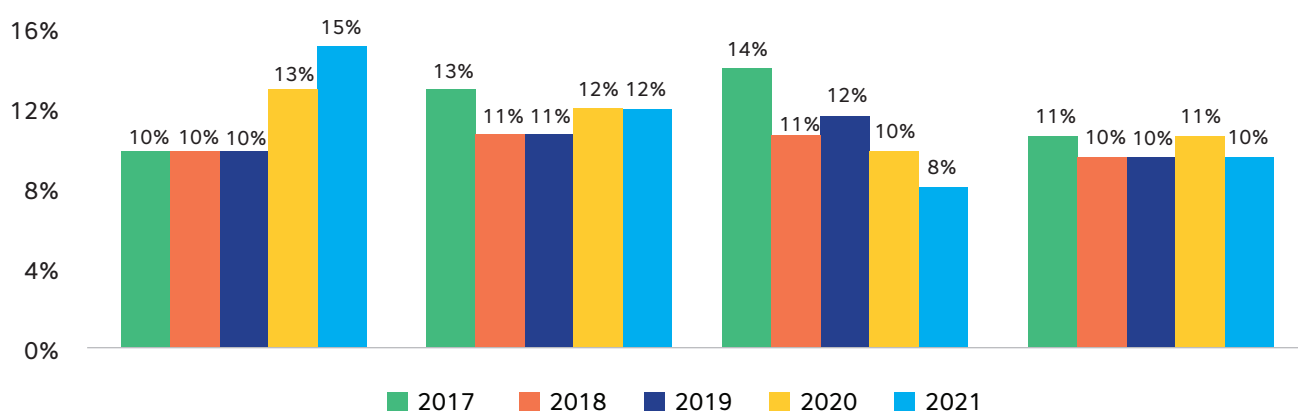
Izvor: Obračun autora, Podaci Carine Kosova

26 OECD, 2021, Višedimenzionalni pregled Zapadnog Balkana u proceni mogućnosti i ograničenja, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

Odnos izvoza hrane i pića u uvozu varirao je između 12% i 14% u poslednjih pet godina, ali sa trendom rasta između 2018. i 2021. godine (Grafikon 3). Izvoz sektora hrane i pića sustiže uvoz, ali sporijim tempom, pokazujući znatno sporije poboljšanje trgovinskog bilansa u poređenju sa ukupnim trgovinskim trendom zemlje, pošto je ukupan izvoz Kosova u odnosu na uvoz porastao sa oko 10% u 2017. na samo oko 15% u 2021.

Uprkos rastućem izvozu hrane i pića u poslednjih pet godina, podaci o trgovini pokazuju opadajući udeo u ukupnom izvozu, koji je opao sa oko 14% u 2017. na 8% u 2021. To ukazuje na viši trend relativnog rasta izvoza ostalih sektora. S druge strane, učešće uvoza hrane i pića u ukupnom uvozu je stabilno tokom godina, čineći oko 10% - 11% ukupnog uvoza Kosova.

Grafikon 3. Tržišni trendovi kosovskog sektora hrane i pića, 2017-2021



Izvor: Obračun autora, podaci Carine Kosova

Za detaljniju analizu dinamike trgovine hranom i pićem, ispitani su glavni podsektori. Podsektori su definisani i analizirani prema kodovima proizvoda koje koristi Carina Kosova, a koji su usklađeni sa statistikom međunarodne trgovine Ujedinjenih nacija, Harmonizovanim sistemima opisa i kodiranja robe (HS). Prema sistemu HS kodiranja Carine Kosova, analizirane su sledeće grupe;

1. Polupreradaeni proizvodi:

mlinske industrije; slada; skroba; inulina; pšeničnog glutena

uljanog semena i plodova; raznih žitarica, semenki i voća; industrijskog ili lekovitog bilja; slame i stočne hrane

laka; gume, smole i drugih biljnih sokova i ekstrakata

biljni materijali za pletarstvo; proizvodi od povrća koji nisu navedeni niti uključeni na drugom mestu

biljne masti i ulja i proizvodi njihovog razlaganja; pripremljene jestive masti;

2. Pekarski i konditorski proizvodi:

šećeri i konditorski proizvodi od šećera

kakao i kakao preparati

prerađeni proizvodi od voća i povrća:

preparati od povrća, voća, orašastih plodova ili drugih delova biljaka atitjet e perimeve, frutave, arroveve ose pjesëve të tjera të bimëve

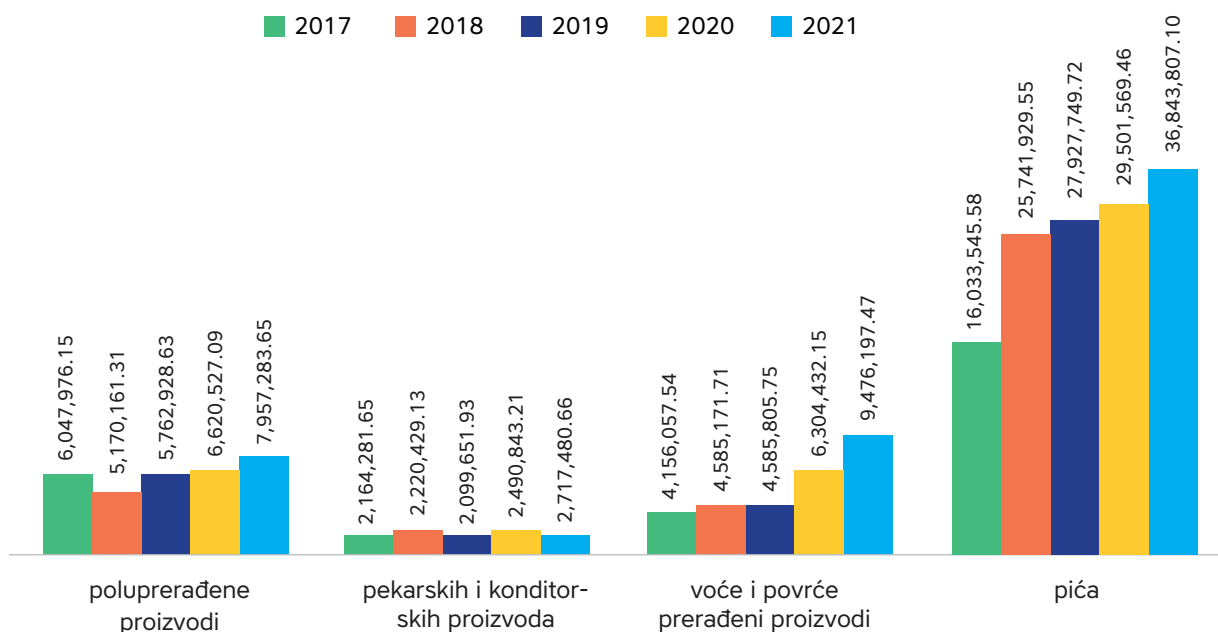
razni jestivi preparati

3. Piće:

pića, žestoka pića i sirće

Grafikon 4 ispod prikazuje trendove izvoza po podsektorima, između 2017-2021. Kontinuirani rast jasno pokazuju dve kategorije proizvoda, a to su pića i prerađevine od voća i povrća.

Grafikon 4. Izvoz sektora hrane i pića na Kosovu po podsektorima, 2017-2021



Izvor: Obračun autora, podaci Carine Kosova

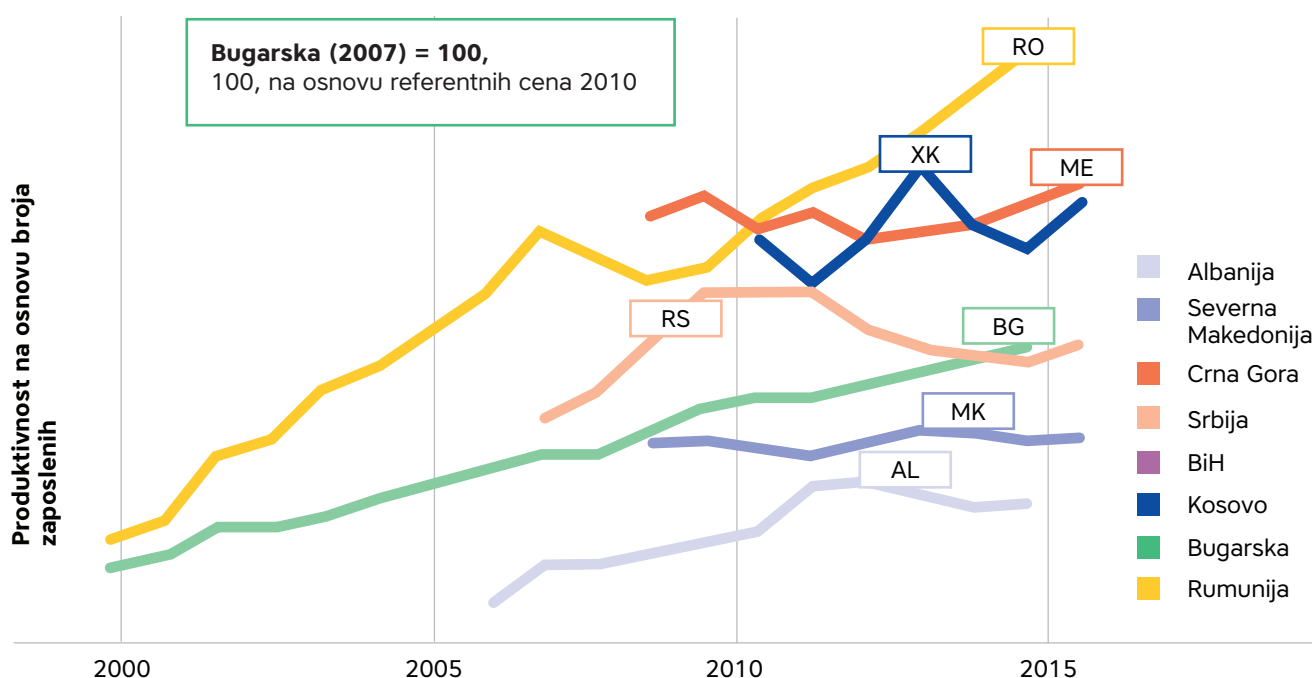
Pića su zabeležila pozitivan trend rasta neto izvoza, sa oko 16 miliona evra u 2017. godini na oko 37 miliona evra u 2021. (+125%). Sličan trend rasta primećuje se i kod prerađenog voća i povrća, koji je zabeležio rast sa oko 4 miliona evra u 2017. na oko 9 miliona evra u 2021. (+131%). Polupreradjeni proizvodi predstavljaju podsektor sa nešto nižom stopom rasta izvoza, dostižući oko 8 miliona evra u 2021. sa niže osnove od oko 6 miliona evra u 2017. Slično tome, pekarski i konditorski proizvodi su dostigli oko 2,7 miliona evra u izvoz u 2021 od oko 2,1 miliona evra u 2017. Ova zapažanja otkrivaju da proizvodi hrane i pića proizvedeni na Kosovu zadovoljavaju međunarodnu potražnju i traženi su od strane raznih klijenata.

Trend rasta se primećuje i kod uvoza u svim podsektorima, ali sa relativno nižom stopom rasta, pri čemu pekarski i konditorski proizvodi i pića čine oko 60% sve uvezene hrane i pića na Kosovu.

3.2 Analiza produktivnosti i konkurentnosti sa odabranim ravno-pravnim učesnicima

Konkurentnost kosovskih proizvođača zavisi od kvaliteta produktivnosti koji nude njihovi konkurenti u regionu i šire. Posmatrajući posebno region, naši nalazi sugerišu da se proizvođači hrane i pića uglavnom takmiče sa proizvođačima iz Albanije, Severne Makedonije i Srbije.

Grafikon 5. Nivoi produktivnosti, ukupna ekonomija



Izvor: wiiw Baza podataka o produktivnosti Zapadnog Balkana, EU KLEMS izdanje iz 2019.

Gledajući pokazatelje produktivnosti, čini se da je stopa rasta dodate vrednosti po glavi stanovnika na Kosovu između 2009-2017 slična većini zemalja Zapadnog Balkana (oko 3%), i da stoji bolje od nekoliko zemalja koje su pokazale čak niže stope (Srbija i Severna Makedonija)²⁷. Kada se posmatraju stope produktivnosti, kao što je prikazano na Grafikonu 5, Kosovo stoji bolje u pogledu nacionalne produktivnosti od većine zemalja u regionu, uključujući Albaniju, Severnu Makedoniju, Srbiju, Bugarsku, sa sličnim trendom sa susednom Crnom Gorom, iako sa mnogo nižom produktivnošću u odnosu na Rumuniju²⁸. Međutim, uprkos pozitivnom trendu produktivnosti, stopa nezaposlenosti na Kosovu je viša u zemljama Zapadnog Balkana, odnosno iznosi oko 25,7%²⁹.

27 Bečki institut za međunarodne ekonomske studije (wiiw)

28 O. Reiter, M. Schwarzhappel, R. Stehrer, 2020, Produktivnost i konkurentnost zemalja zapadnog Balkana: analiza zasnovana na wiiw bazi podataka o produktivnosti zapadnog Balkana, Izveštaji i napomene o politici, br. 37, Bečki institut za međunarodne ekonomske studije (wiiw), Beč

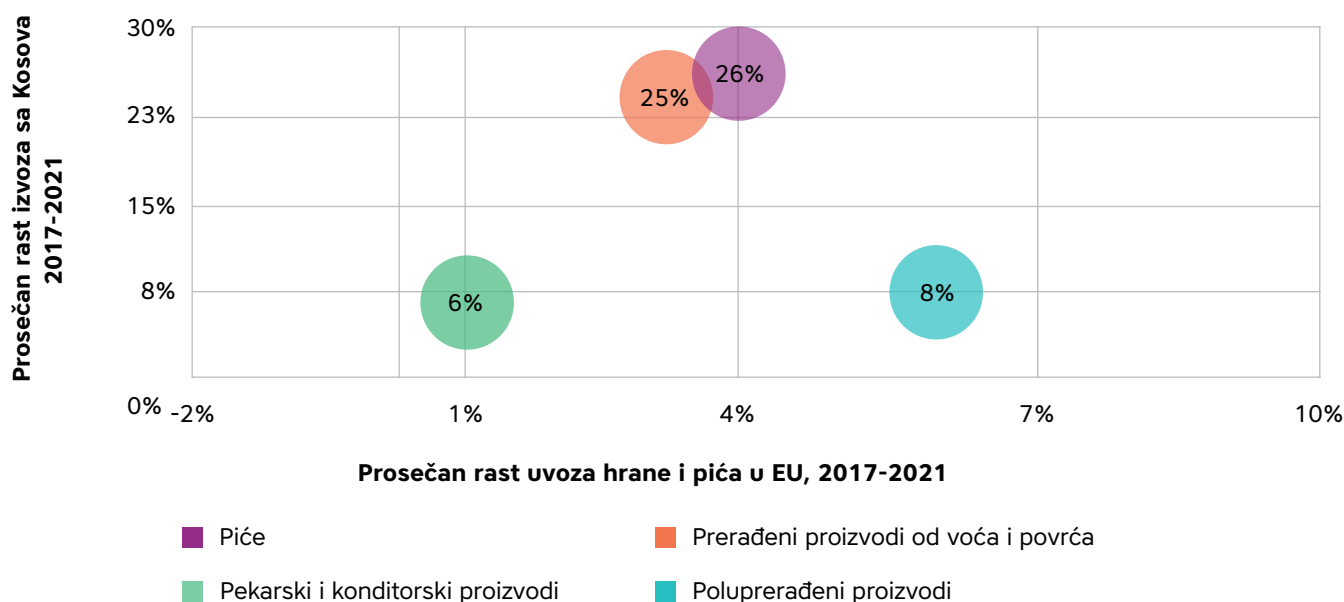
29 OECD, 2021, Konkurentnost u jugoistočnoj Evropi, 2021, Perspektiva politike, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/66c185f2-en/index.html?itemId=/content/component/66c185f2-en>

Konkurentnost kosovske hrane i pića na evropskom i regionalnom tržištu zasniva se na kvalitetu proizvoda koji se ogleda kroz primenu standarda kvaliteta kako bi se ispunili zahtevi na dotičnim tržištima³⁰. Pored toga, nedavna studija Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) "Konkurentnost u jugoistočnoj Evropi 2021", potvrdila je visoku konkurentnost kosovskog poljoprivrednog i prehrambenog sektora³¹. Ovi nalazi su potkrepljeni nedavnim izveštajem o proceni sektora iz 2021³².

Konkurentnost sektora hrane i pića procenjuje se i u odnosu na trendove tržišta EU. Dijagram na Grafikonu 6 pokazuje kako se prosečna stopa rasta kosovskog izvoza hrane i pića između 2017. i 2021. godine (vertikalna osa) ponaša u poređenju sa prosečnom stopom rasta uvoza hrane i pića na tržištu EU između 2017. i 2021. godine (horizontalna osa) za glavne podsektore, prikazane oblačićem. Kao što je prikazano na Grafikonu 6, uvoz polupreradenih proizvoda u EU pokazuje najveću stopu. Relativno niža stopa je uočena kod pića, kao i proizvoda od prerade voća i povrća. Najnižu stopu rasta ima uvoz u EU kod pekarskih i konditorskih proizvoda.

Kao što dijagram ilustruje, u svim podsektorima, kosovski izvoz hrane i pića ima relativno visoku prosečnu stopu rasta, sa najvišim stopama izvoza pića i prerađevina od voća i povrća (oba sa prosečnim rastom od oko 25%), zatim polupreradenih proizvoda i pekarskih i konditorskih proizvoda. Visoka stopa rasta izvoza pića i prerađevina od voća i povrća može ukazivati na povećanu tendenciju kosovskih kompanija za proizvodnju hrane i pića da izvoze proizvode sa većom dodatnom vrednošću. Stope rasta pića i prerađenih proizvoda od voća i povrća su veće od stope rasta uvoza iz EU, što ukazuje na konkurentsku prednost odgovarajućih kosovskih proizvoda, kao i potencijal za dalji rast na tržištu EU. Pored toga, polupreradeni proizvodi kao treći podsektor hrane i pića na Kosovu u izvozu, zabeležili su najveći rast uvoza na tržištu EU.

Grafikon 6: Rast nacionalne ponude i međunarodne potražnje za hranom i pićima koje izvozi Kosovo u 2021



Izvor: Obračun autora, Međunarodni trgovinski centar, skup podataka Carine Kosova, period: 2017 - 2021

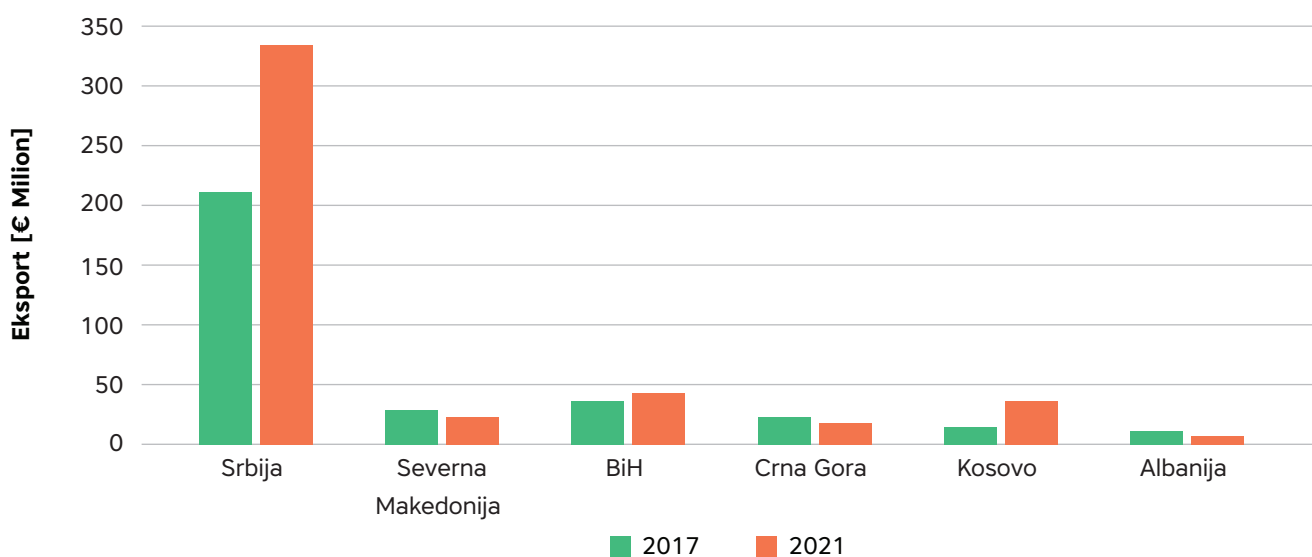
30 H. Halimi i L. Kaplan, 2020, Izvozna konkurentnost prehrambene industrije na Kosovu, Ekonomske alternative, 2020, izdanje 4, str. 648-665, DOI: 10.37075/EA.2020.4.09

31 OECD Izveštaj, 2021, Konkurentnost u jugoistočnoj Evropi 2021 – Perspektiva politike ISSN: 20765762

32 USAID, Sektorske procene, 2021, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00XCNN.pdf

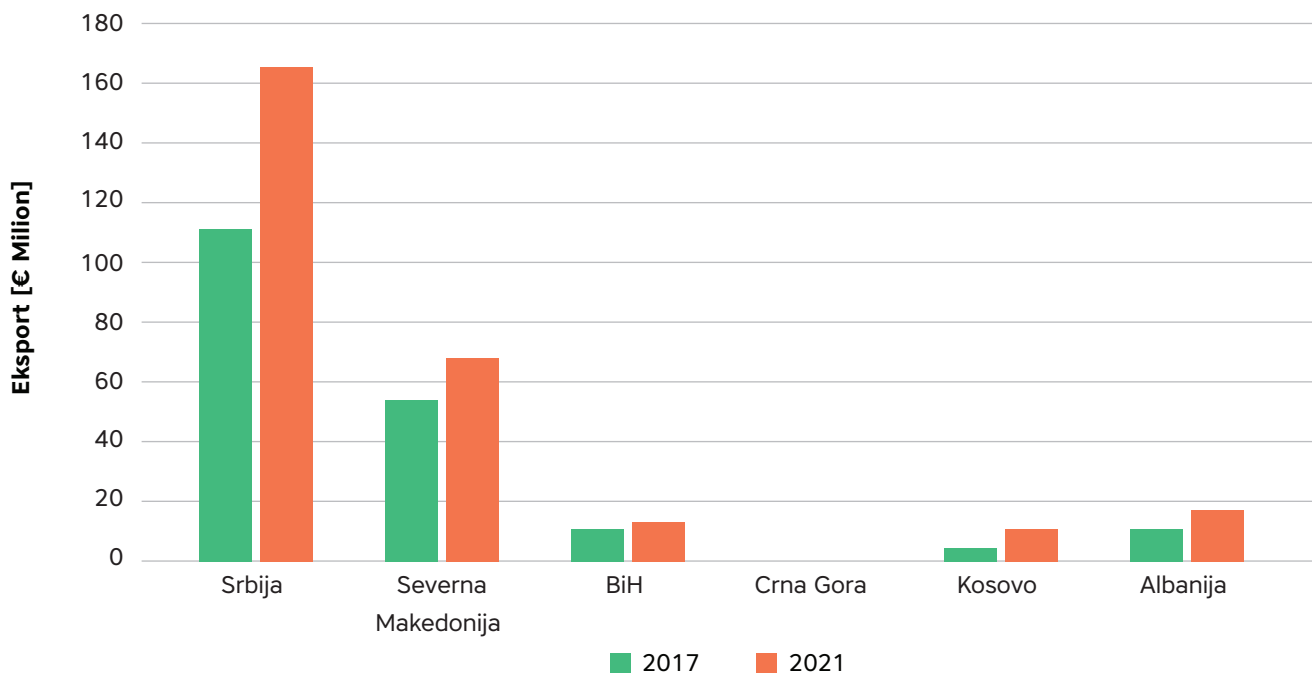
Izvoz pića nije porastao samo za Kosovo tokom poslednjih godina, već i za druge susedne zemlje (Grafikon 7). Srbija je posebno pokazala visoke vrednosti kako u apsolutnim vrednostima tako i u relativnom rastu. Zanimljivo je da je u poređenju sa ostalim susednim zemljama, kosovska industrija hrane i pića pokazala vrlo dobre rezultate i nadmašila je BiH, Severnu Makedoniju i Crnu Goru. Kada je u pitanju prerađena hrana, čini se da susedne zemlje imaju jaču konkurentsku poziciju. Pored Srbije, Severna Makedonija i Albanija nadmašuju Kosovo po obimu izvoza. Međutim, Kosovu ostaje da otkrije najveće stope rasta, ali na uporedivom niskom apsolutnom nivou (Grafikon 8).

Grafikon 7: Razvoj izvoza pića 2017. i 2021,



Izvor: Obračun autora, Međunarodni trgovinski centar

Grafikon 8: Razvoj izvoza prerađene hrane 2017. i 2021



Izvor: Obračun autora, Međunarodni trgovinski centar

4. Mapa zainteresovanih strana

Uloga zainteresovanih strana u sektoru hrane i pića varira kroz lanac vrednosti. Sledeća tabela predstavlja ocenu značaja i uticaja svake grupe zainteresovanih strana. Nadalje, zainteresovane strane su podeljene u tri glavne grupe zainteresovanih strana

Zainteresovane strane koje su direktno uključene i imaju visoku aktivnu ulogu u lancu vrednosti hrane i pića kategorizovane su kao primarne zainteresovane strane. Zainteresovane strane koje su uglavnom odgovorne za okruženje koje omogućava poslovanje grupisane su u sekundarne zainteresovane strane jer je njihova uloga više indirektan odnos. Konačno, zainteresovane strane koje su udaljenije od operacija u lancu vrednosti, kako u donošenju odluka tako i u smislu koristi, predstavljene su kao tercijarne zainteresovane strane.

Sledeća tabela predstavlja različite zainteresovane strane, iz tri grupe, koje su važne za njihovu ulogu u ekosistemu sektora hrane i pića. Tabela objašnjava interese, odnose i dinamiku između ovih zainteresovanih strana, kao i njihov značaj i uticaj u celokupnom lancu vrednosti.

Tabela 4: Ključni akteri u lancu vrednosti proizvodnje hrane

Br.	Zainteresovane strane (grupe)	Interes	Značaj	Uticaj	Primeri
Primarne zainteresovane strane					
1	Poljoprivrednici	Poljoprivrednici su ključni članovi lanca vrednosti hrane. U mnogim slučajevima, rast prerađivačke industrije se oslanja na rast na nivou farme – posebno u slučajevima kao što je Kosovo gde se snabdevanje sirovinama pretežno vrši iz lokalnih izvora. Poboljšanje konkurentnosti na nivou farme (npr. kvalitet primarne proizvodnje) može pružiti pozitivne efekte u celom lancu vrednosti. Iako trenutno saradnja između poljoprivrednika i ostalih zainteresovanih strana u lancu vrednosti ostaje nezadovoljavajuća.	3	1	

Br.	Zainteresovane strane (grupe)	Interes	Značaj	Uticaj	Primeri
2	MMSP-ovi	Poljoprivrednici su ključni članovi lanca vrednosti hrane. U mnogim slučajevima, rast prerađivačke industrije se oslanja na rast na nivou farme – posebno u slučajevima kao što je Kosovo gde se snabdevanje sirovinama pretežno vrši iz lokalnih izvora. Poboljšanje konkurentnosti na nivou farme (npr. kvalitet primarne proizvodnje) može pružiti pozitivne efekte u celom lancu vrednosti. Iako trenutno saradnja između poljoprivrednika i ostalih zainteresovanih strana u lancu vrednosti ostaje nezadovoljavajuća.	4	3	
3	Preduzeća koja nisu MMSP	Velika preduzeća iz sektora hrane i pića bile su ključne u pokretanju trendova supstitucije uvoza i rasta izvoza. Takva preduzeća se pojavljuju sa dominantnom tržišnom pozicijom i često ograničavaju interakciju ili maksimiziraju kontrolu s drugim ključnim akterima u lancu vrednosti – maksimizirajući svoju kontrolu prema rastu. Potencijal ovih tržišnih aktera da pokrenu promene u industriji je vrlo visok.	4	4	
4	Univerziteti i institucije za istraživanje i razvoj	Univerziteti i institucije za istraživanje i razvoj treba da obezbede dobro obučene diplomce, kao i da obezbede osnovu znanja za pokretanje inovacija. Ipak, trenutni nivo znanja i stručnosti u oblastima kao što je prehrambena tehnologija je uglavnom nezadovoljavajući i predstavlja ograničenje za rast. Sveukupno poboljšanje pružanja usluga i pružanja veština je ključno za poboljšanje inovacija i raznolikosti ponude industrije hrane i pića.	3	2	Javni i privatni univerziteti Poljoprivredni institut Kosova

Br.	Zainteresovane strane (grupe)	Interes	Značaj	Uticaј	Primeri
Sekundarne zainteresovane strane					
5	Ministarstvo industrije, preduzetništva i trgovine (MIPT) Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja	MIPT je zadužen da podrži privatni sektor obezbeđivanjem odgovarajućih okvirnih uslova za rast i konkurentnost. Proširivanje strategija i srodnih intervencija koje pruža MIPT može pomoći sektoru hrane i pića da se bolje nadmeće na nacionalnom i međunarodnom nivou i da podstakne investiranja u ovaj sektor. MPŠRR je odgovorna javna institucija za nadzor i podršku primarne proizvodnje kao i prerade u prehrambenoj industriji. Ovo ministarstvo je odigralo izuzetnu ulogu u pokretanju rasta primarne proizvodnje kroz grantove i subvencije, kao i preradu (kroz grantove). Dalja podrška oba ministarstva u pružanju podrške uslugama kao što su veštine, transfer znanja, promocija i izloženost mogla bi omogućiti industriji da dostigne viši nivo rasta.	4	4	
6	Ostala ministarstva	Druga ministarstva bi mogla indirektno da podrže razvoj lanca vrednosti u sektoru hrane i pića na Kosovu. Na primer, poboljšanim programima obrazovanja i obuke i podrškom infrastrukture istraživanja i razvoja.	2-3	3	Ministarstvo obrazovanja, nauke i tehnologije,
7	Klasterske inicijative ili druge poslovne članke organizacije (BMO)	Velika udruženja na nacionalnom nivou, kao što su Kosovski proizvođački klub (KMC) ili Privredna komora Kosova (PKK), koja se sastoje od vodećih preduzeća. KMC predstavlja prilično pozitivan primer uspešnog zagovaranja u korist sektorskih kompanija, dok PKK generalno pokazuje nižu motivaciju u rešavanju stvari koje su važne za sektor.	3	3	KMC, PKK

Br.	Zainteresovane strane (grupe)	Interes	Značaj	Uticaj	Primeri
9	Agencije za podršku investicijama	Kosovska agencija za podršku investicijama i preduzećima (KIESA) - ima mandat da promoviše i podržava investicije i investitore koji su zainteresovani da se angažuju u Republici Kosovo. Uloga KIESA-e u promociji, posebno kroz organizaciju sajмова je velika. KIESA nudi široku paletu usluga za investitore, u rasponu od podrške u pre-investiciji do usluga nakon izvršene investicije.	2	2	KIESA
10	Sektorska udruženja	Drugi nivo poslovnih članskih udruženja je sektorski (ili podsektorski), predstavljajući aktivne i uticajne zainteresovane strane u sprovođenju aktivnosti zagovaranja, razmene, prenosa znanja i sl. za zajednički interes članova.	4	2	Udruženje proizvođača mleka Organika (Udruženje proizvođača i prerađivača nedrvenih šumskih proizvoda i lekovitog i aromatičnog bilja), PePe-Ko (Udruženje prerađivača voća i povrća Kosova) IADK (Inicijativa za razvoj poljoprivrede Kosova)
Tercijarne zainteresovane strane					
11	Međunarodni partneri i institucije EU	Postoji mnogo međunarodnih donatora, odnosno organizacija za sprovođenje, aktivnih na Kosovu koji pružaju podršku različitim subjektima privatnog i javnog sektora u sektoru hrane i pića. Svi oni imaju za cilj poboljšanje okvirnih uslova za rast, održivost i otvaranje novih radnih mesta.	3	3	GIZ Agencija Sjedinjenih Američkih Država za međunarodni razvoj (US-AID)

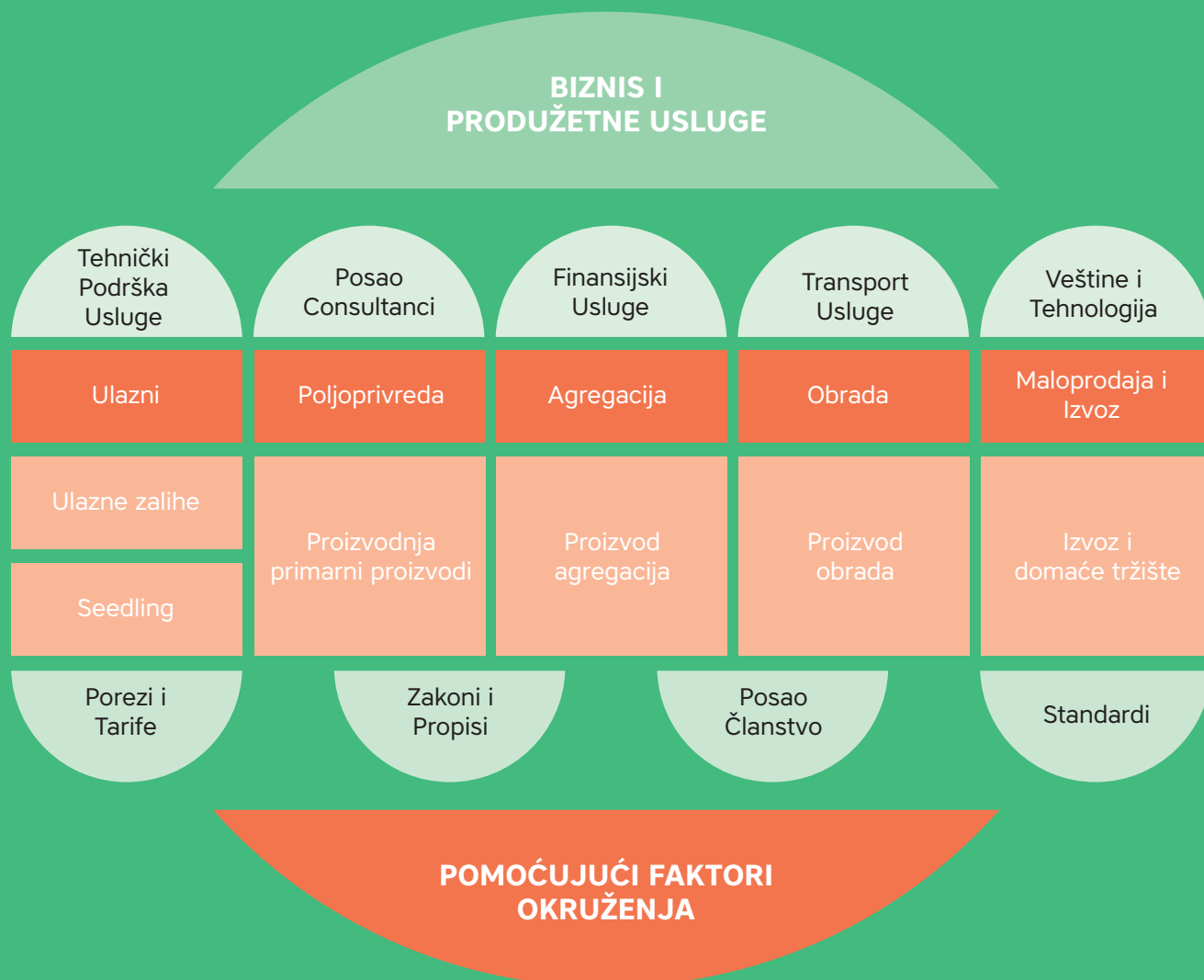
5. Analiza lanca vrednosti

5.1 Mapa lanca vrednosti u okviru sektora

Nalazi u ovom odeljku zasnovani su na primarnom istraživanju sprovedenom sa 53 MMSP-ova iz sektora hrane i pića. Mapa lanca vrednosti hrane i pića prikazana je na Grafikonu 9. Ovaj sektor predstavlja relativno sofisticiran lanac vrednosti, gde je u mnogim slučajevima prisutno nekoliko ključnih funkcija lanca vrednosti. Na primer, postoje slučajevi u kojima se izvode mnogi procesi dodavanja vrednosti, uključujući: proizvodnju sadnica, primarnu proizvodnju, preradu, agregaciju proizvoda, distribuciju i prodaju. Ipak, do ovog opsežnog dodavanja vrednosti proizvoda ne dolazi uvek, a ovaj sektor predstavlja različite primere osnovnih funkcija lanca vrednosti.

Usluge poslovne podrške u sektoru hrane i pića su usmerene na finansijske usluge, veštine i tehnologiju, usluge tehničke podrške, poslovno savetovanje i transport. Važnost ovih usluga je velika i ključna za razvoj sektora. Neke usluge poslovne podrške značajno su se poboljšale u poslednjoj deceniji, dok druge tek treba da prevaziđu ograničenja sektora (poglavlja 6.1 i 6.2). Poboljšani su i pristup i trošak finansiranja, pri čemu bankarski sektor nudi daleko bolje proizvode za finansiranje investicija kako za MMSP, tako i za poljoprivrednike. Štaviše, mnoge inicijative kao što su one iz Kosovskog kreditno-garantnog fonda i subvencije i grantovi koje nudi MPŠRR, omogućile su daleko bolje poslovno okruženje za industriju hrane i pića. S druge strane, poboljšanja u pogledu tehničke podrške kao i veština su u velikoj meri stagnirala, gde prerađivačke kompanije na Kosovu nastavljaju da se bore u sticanju veština.

Grafikon 9. Mapa lanca vrednosti hrane i pića



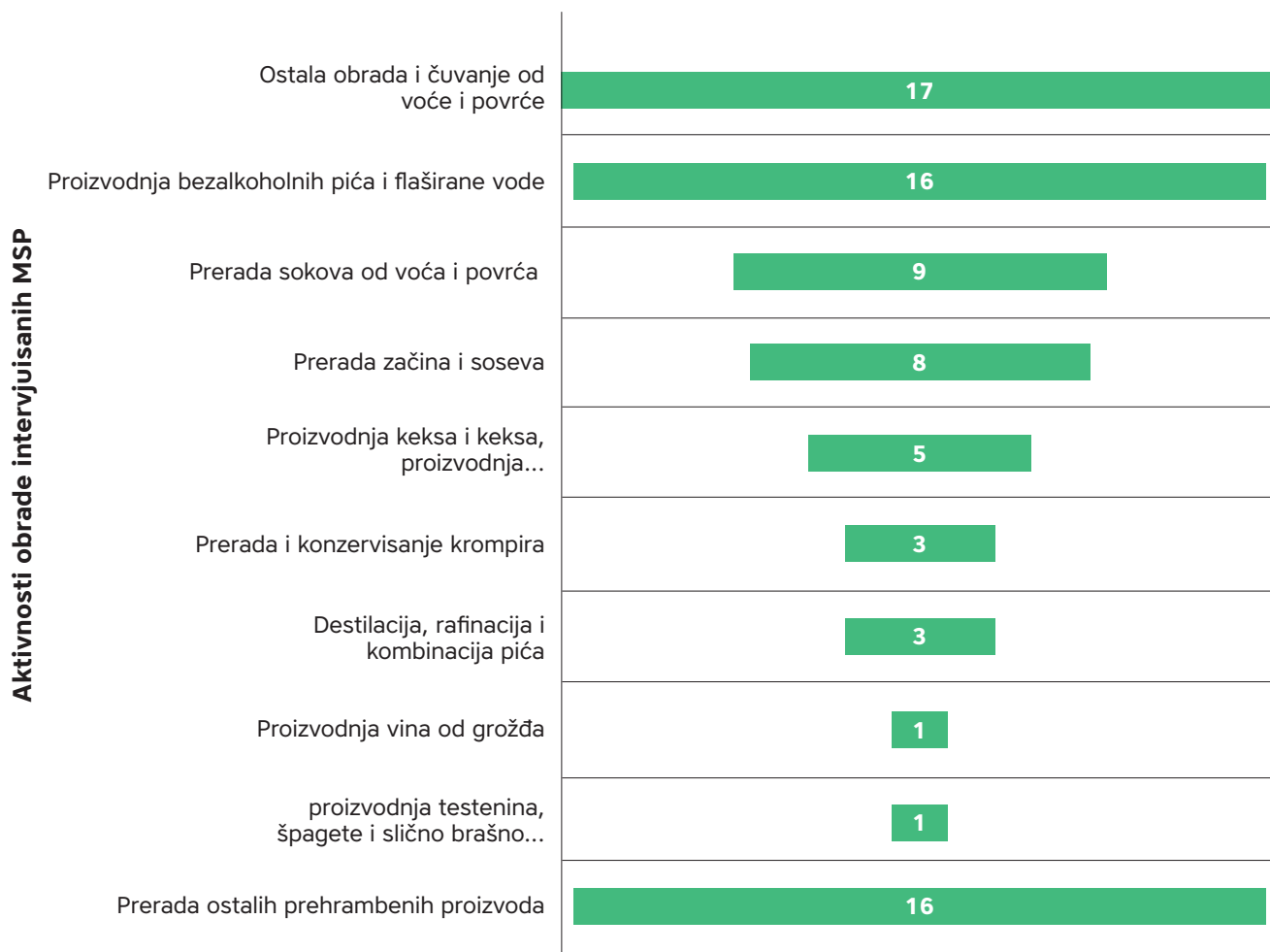
Izvor: Slika je osmišljena prema Reçica i Meier zu Köcker³³

Na nivou podsticajnog okruženja, sektor hrane i pića karakteriše relativno neaktivna zastupljenost u smislu poslovnih članskih organizacija (Poglavlje 5.6). Ispunjavanje evropskih standarda kvaliteta i procedura procene usklađenosti ostaje izazov (Poglavlje 6.3). Postoje posebni zakoni, propisi (posebno u vezi sa sigurnošću hrane), porezi i tarife. Ovaj sektor je zastupljen u nekim nacionalnim poslovnim članskim organizacijama, kao i u nekoliko specifičnih podsektorskih organizacija. Na nacionalnom nivou, sektorska preduzeća čine važan deo članova organizacija kao što je Privredna komora Kosova, a takođe su organizovana u organizacije kao što su Pepeko, Organika i druga udruženja, kao što je Udruženje proizvođača maline.

33 F. Recica, G. Meier zu Köcker, 2019, Lanac vrednosti industrije plastike Kosova, DOI: 10.13140/RG.2.2.15970.07368

Mnoge kompanije iz sektora, posebno one koje se bave izvozom, primenjuju nekoliko standarda kvaliteta i bezbednosti hrane kao što su ISO 22000, Analiza opasnosti i kritične kontrolne tačke ili organski sertifikat, koji su često preduslov za ulazak na evropska tržišta. Sektor nadgleda i podržava MIPT kao i MPŠRR. Za sprovođenje svih pitanja vezanih za sigurnost hrane zadužena je Agencija za hranu i veterinu (AHV) (s. Poglavlje 5.3).

Grafikon 10. Aktivnosti obrade intervjuisanih MSP

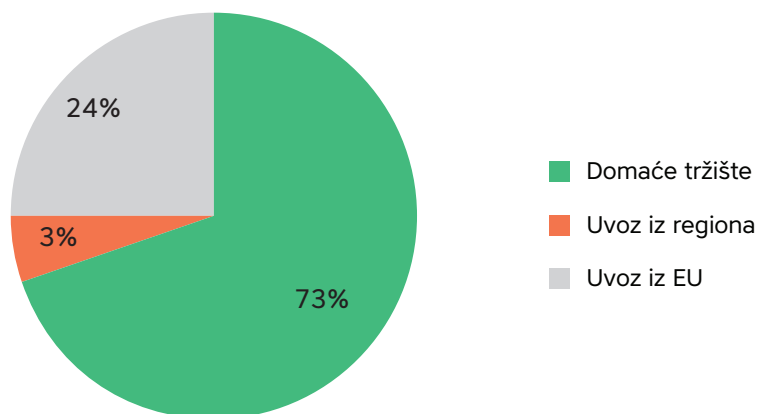


Izvor: Podaci o autorima

Industrije kao što su prerada mesa i mlekarnstvo nisu uključene u deo primarnog istraživanja. Ovo je učinjeno prvenstveno zbog veličine ovih industrija i ograničenja veličine uzorka za ovaj sektor. Sledeći grafikon predstavlja aktivnosti obrade intervjuisanih MMSP-ova. Može se tvrditi da su sektorska MMSP prilično specijalizovana za svoje prerađivačke aktivnosti, jer je većina preduzeća uključena u jednu podsektorsku delatnost prerade hrane i pića. Kao što je prikazano u donjem grafikonu, prerada i ostalo konzerviranje voća i povrća i proizvodnja bezalkoholnih pića i flaširane vode su najčešće prerađivačke aktivnosti.

5.2 Analiza lanca vrednosti: Strana ponude

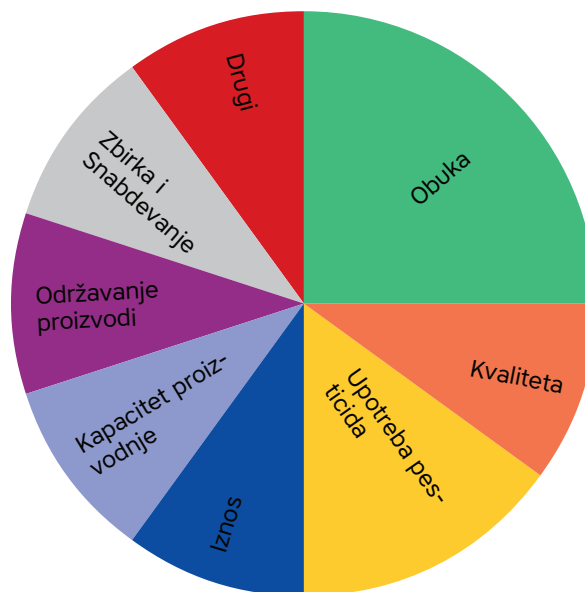
Grafikon 11. Udeo u nabavci sirovina prema poreklu



Izvor: Podaci ankete, obračun autora

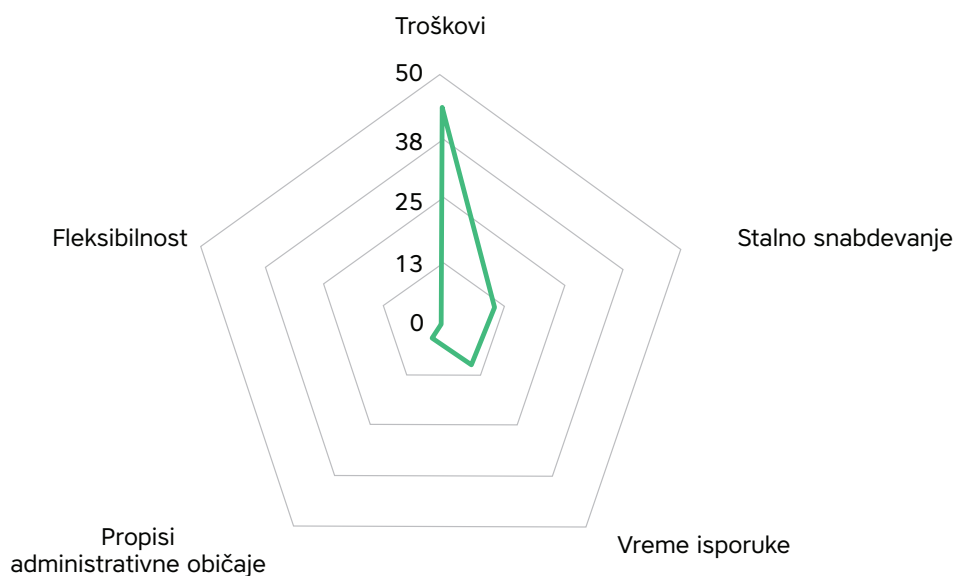
Sektor prerade hrane i pića karakteriše veliki udeo lokalnog izvora sirovina. Konkretno, preko 73% prerađivačkih preduzeća tvrdi da sirovine za primarnu proizvodnju nabavlja lokalno (Grafikon 11). Nakon toga sledi tek preko tri puta manji udeo (24%) uvoza primarne proizvodnje iz EU u odnosu na domaće. Dok uvoz sirovina iz regiona čini samo 3% za potrebe preduzeća za preradu hrane i pića. Ovaj nalaz naglašava važnost ovog sektora za ekonomiju i dodatnu vrednost koja se stvara na više nivoa lanca vrednosti.

Oko 55% intervjuisanih MMSP-ova tvrdi da svoje sirovine potražuju direktno od lokalnih poljoprivrednika, što pomaže da se osigura odgovarajuća transparentnost proizvodnog lanca. Evropski potrošači sve više priznaju i direktni izvor. Ovo takođe predstavlja značajan udeo, s obzirom da studija obuhvata i prerađivačke delatnosti kao što je proizvodnja flaširane vode gde poljoprivreda nije delatnost primarne proizvodnje. Saradnju sa poljoprivrednicima u relevantnim sektorima preduzeća ocenjuju veoma pozitivno, pri čemu preko 82% ocenjuje saradnju sa domaćim poljoprivrednicima vrlo uspešnom (39%) ili uspešnom (43%). Preostalih 18% ovu saradnju ocenjuje neutralnom, dok niko od MMSP-ova nije dao negativnu ocenu. Preduzeća tvrde da poljoprivrednici nude kvalitetne proizvode, dobru saradnju, generalno su korektni i ozbiljni, a kvalitet njihovih proizvoda je poboljšao. Među preduzećima koja imaju rezervisaniju ocenu za saradnju sa poljoprivrednicima, tvrde da su svest, kašnjenja i rok isporuke glavni problemi.

Grafikon 12. Preporuke MMSP-ova za poboljšanja na nivou farme

Izvor: Podaci ankete, sopstveni proračuni autora

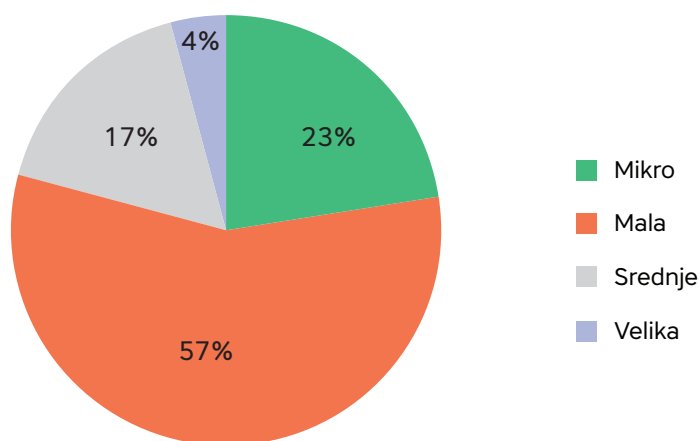
Od intervjuisanih MMSP-ova je zatraženo da daju sugestije o kritičnim pitanjima koja kosovski poljoprivrednici treba da poboljšaju. Najčešće je isticana potreba praćenja usavršavanja znanja i veština kroz obuke. Ovo bi moglo biti relevantno za sve zainteresovane strane lanca vrednosti, uključujući pružaoce usluga, institucije i sama preduzeća, jer bi svi ovi akteri mogli biti relevantni za organizaciju obuka za poljoprivrednike. U isto vreme, ovo pokazuje potrebu da poljoprivrednici kontinuirano traže izgradnju kapaciteta. Potražnja za obukama prati i potreba za poboljšanjem kvaliteta primarne proizvodnje kao i potreba za smanjenjem/kontrolisanjem upotrebe pesticida i drugih hemikalija. Povećanje količine isporučenih proizvoda, proizvodnih kapaciteta, bolje održavanje (uključujući žetvu, skladištenje, isporuku) i snabdevanje su takođe važni zahtevi za poboljšanje učinka poljoprivrednika na Kosovu.

Grafikon 13. Intenzitet izazova vezanih za ponudu (učestalost)

Izvor: Podaci ankete, obračun autora

Preduzeća u sektoru hrane i pića istakla su tri glavna izazova u pogledu snabdevanja. Kao što je prikazano na Grafikonu 13, najdominantniji izazov, i sa mnogo većim intenzitetom, odnosi se na troškove nabavke. Ovaj nalaz se posebno odnosi na nedavni skok inflacije, koji je prvenstveno uzrokovan pandemijom Covid-19, a sekundarno rezultatom rata u Ukrajini. Održivo snabdevanje i vreme isporuke su druga dva istaknuta izazova snabdevanja za lokalna preduzeća, koji bi takođe mogli biti povezani sa nedavnom globalnom pandemijom i razvojem rata u Ukrajini.

Grafikon 14. Distribucija veličine preduzeća anketiranih proizvođača hrane i pića



Izvor: Podaci ankete, obračun autora

5.3 Analiza lanca vrednosti: Strana proizvođača

Većina intervjuisanih preduzeća spada u kategoriju malih preduzeća. Naime, preko 56% preduzeća su mala (11-50 zaposlenih), sa prosečnim brojem od 26 zaposlenih. Zatim slede mikro preduzeća (manje od 10 zaposlenih), koja čine 23% anketiranih preduzeća. Oko 17% su srednja preduzeća (51-250 zaposlenih), dok velika preduzeća predstavljaju 4% preduzeća u uzorku (preko 250 zaposlenih). Prosečan broj zaposlenih među svim anketiranim preduzećima je 46. Ovaj nalaz predstavlja relativno visok prosek u poređenju sa ukupnim podacima prehrambene industrije koje pruža zvanična statistika kao i u poređenju sa drugim sektorima na Kosovu. Važan nalaz istraživanja je i povećanje broja zaposlenih u 2021. u odnosu na 2020. Nalazi pokazuju da je broj zaposlenih povećan za 10% u 2021. godini, što predstavlja nacionalni i globalni trend oporavka ekonomskog rasta nakon izbijanja Covid-19.

5.3.1 Poslovna aktivnost i poslovanje

Zvanični podaci pokazuju da se ukupan sektor hrane i pića na Kosovu procenjuje na preko 438 miliona evra u 2020. godini (MIPT, 2021). Ova brojka uključuje sve sektore koji se odnose na hranu i piće, uključujući i one koji nisu bili u fokusu ove studije (tj. meso, mlečni proizvodi, itd.)³⁴. Grafikon 15 prikazuje veličinu sektora u smislu svih povezanih sektora i proizvoda, kao i samo u odnosu na sektore i proizvode koji su bili u fokusu ove studije. Ukupan broj preduzeća u industriji je 2020. godine iznosio 1.443, dok je bilo zaposleno preko 9.900 ljudi. Odeljak b na Grafikonu 15 predstavlja zvaničnu statistiku sektora vezanih za hranu koji

³⁴ Lista e sektorëve të ushqimit dhe pijeve për këtë studim është përzgjedhur në bashkëpunim të ngushtë me GIZ dhe MINT.

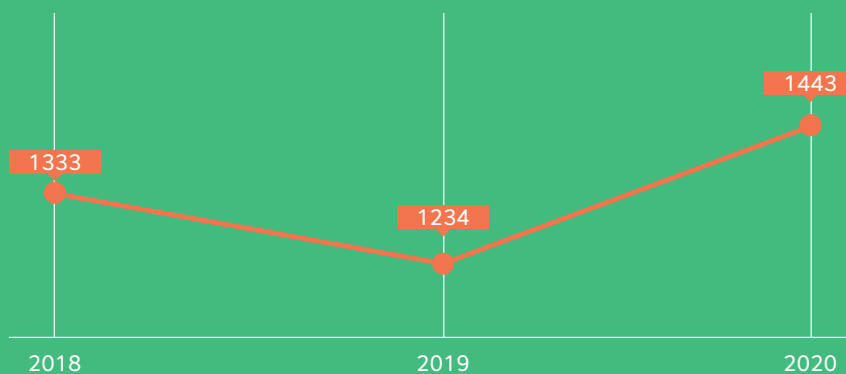
su bili u fokusu ove studije, gde je 2020. godine u ovim sektorima poslovalo 328 preduzeća, zapošljavajući preko 4.175 radnika i ostvarivši promet od preko 241 milion evra.

U oba slučaja, u svim srodnim sektorima i proizvodima hrane i pića, kao i srodnim sektorima i proizvodima koji su bili u fokusu ove studije, zabeležen je značajan rast u poslednje dve godine. Najveći rast zabeležen je u smislu prometa sektora, gde se ukupna industrija gotovo udvostručila od 2018. godine, dok su se odabrani sektori studije više nego udvostručili - sa 102 miliona evra na preko 241 milion evra. Trend rasta, mada slabijeg intenziteta, može se uočiti i u pogledu rasta zaposlenih u sektoru i broja preduzeća. Broj zaposlenih u ukupnoj industriji ima rast od skoro 59%, dok broj preduzeća ima rast od 8%. Što se tiče odabranih sektora ove studije, broj zaposlenih se skoro udvostručio, dok je broj preduzeća povećan za preko 11%.

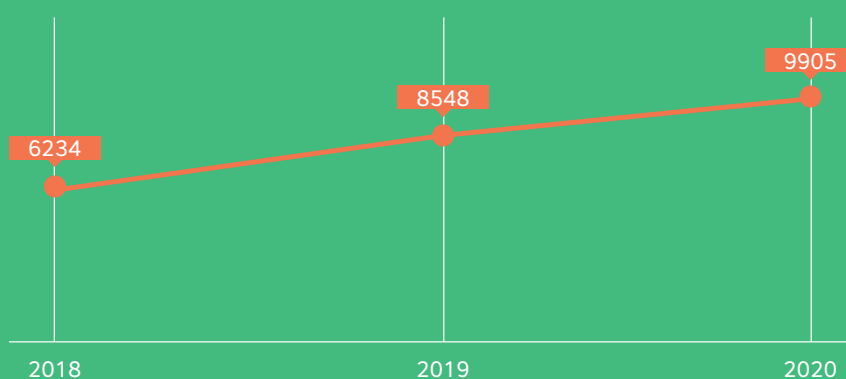
Grafikon 15: Učinak industrije hrane i pića na Kosovu u ključnim pokazateljima: (a) svi sektori hrane i pića, (b) odabrani sektori hrane i pića.

a) uključujući sve sektore i proizvode koji se odnose na hranu i piće

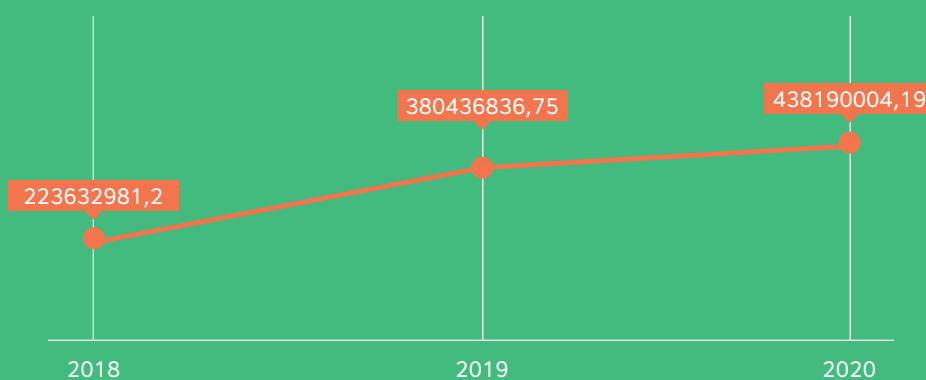
Broj preduzeća



Broj zaposlenih

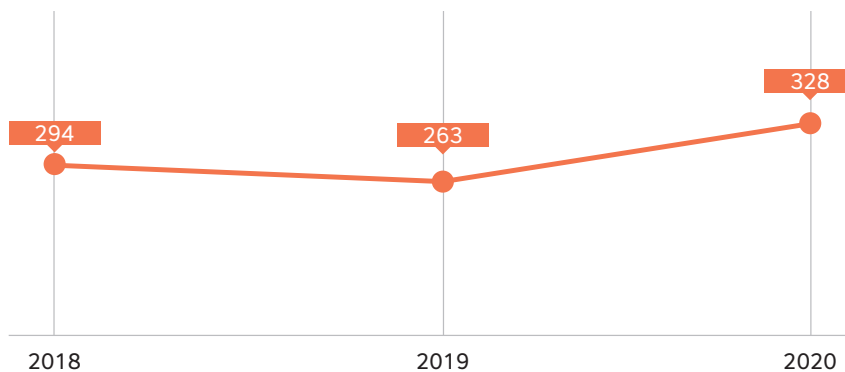
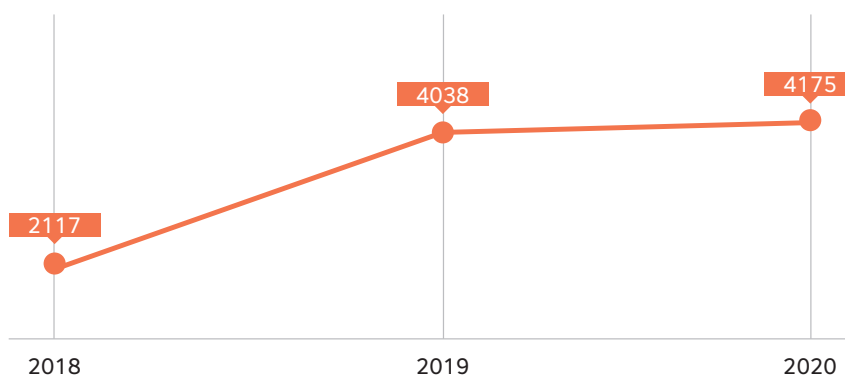
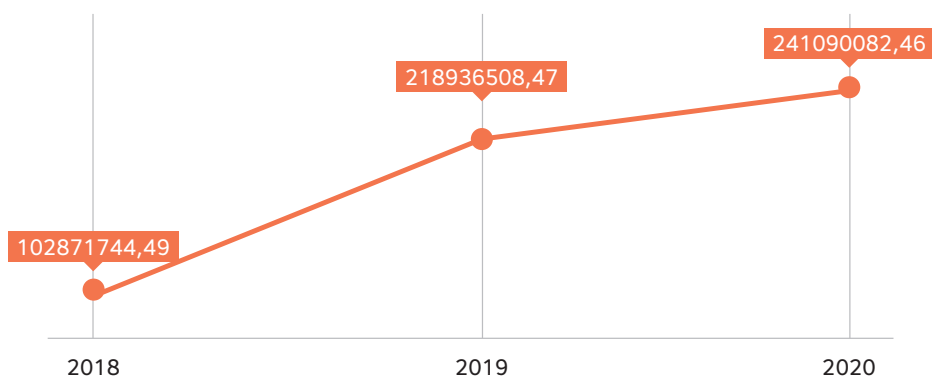


Promet



Izvor: MIPT (2021) 'Sektori C - Industria përpunuese'.

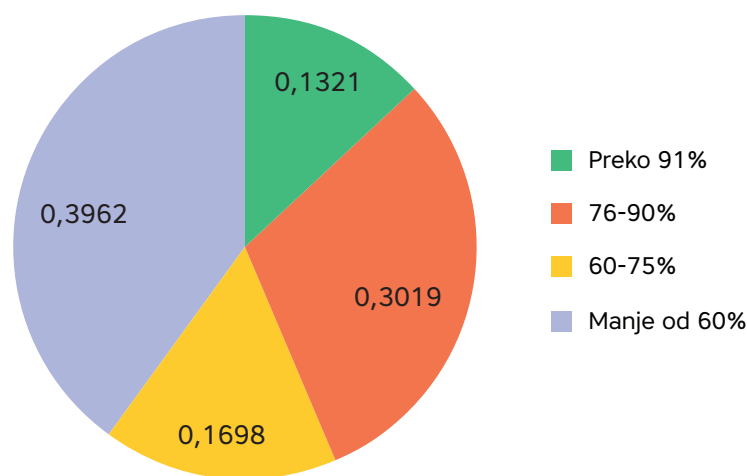
b) uključujući ciljne i intervjuisane sektore hrane i pića

Broj preduzeća**Broj zaposlenih****Promet**

Izvor: MIPT (2021) 'Sektori C - Industria përpunuese'.

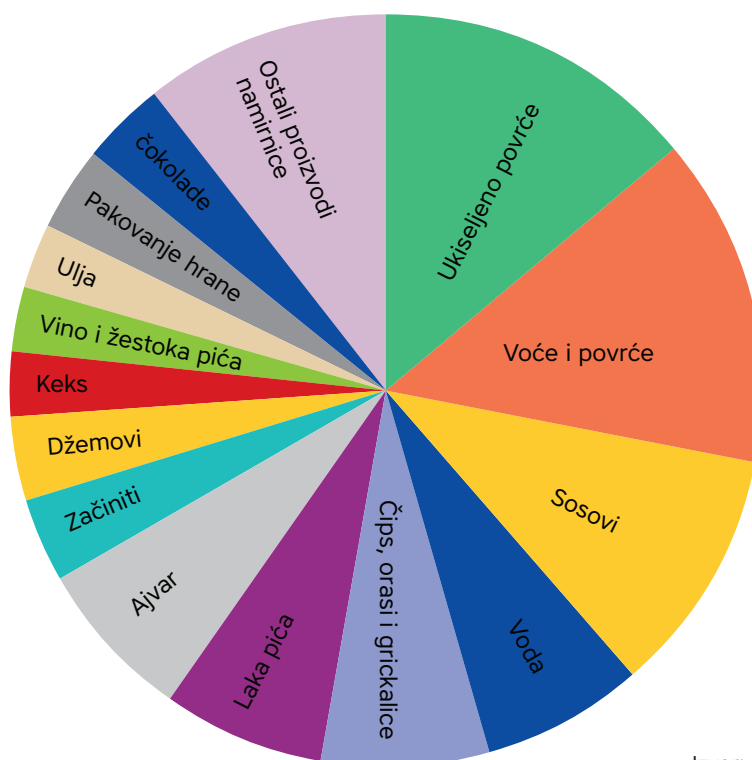
Sve u svemu, intervjuisani MMSP-ovi izveštavaju o umerenom nivou iskorišćenosti kapaciteta. Stopa iskorišćenosti kapaciteta je u proseku prijavljena na 66%, dok 13% preduzeća tvrdi da ima iskorišćenost proizvodnih kapaciteta od preko 90% (Grafikon 16), dok 40% koristi svoje proizvodne kapacitete na 80% ili više. Najdominantniji razlog niske stope iskorišćenosti proizvoda je nedostatak tržišnih prilika. Ovo je izjavila skoro polovina anketiranih preduzeća sa stopom iskorišćenosti proizvodnih kapaciteta ispod 80%. Nakon toga sledi nedostatak poznavanja tržišta (sa značajno manjom prijavljenom učestalošću) i cenovna konkurentnost, jaka regionalna konkurencija. Dok su nedostatak sirovina i sertifikacije takođe navedeni kao razlozi u nekoliko slučajeva.

Grafikon 16: Raspodela iskorišćenih kapaciteta proizvodnje



Izvor: Podaci ankete, proračuni autora

Kada se porede nivoi iskorišćenosti sa veličinom preduzeća, može se tvrditi da ne postoji razlika između stope iskorišćenosti među mikro, malim i srednjim preduzećima. S druge strane, nekoliko velikih preduzeća prisutnih u uzorku prijavilo je vrlo visoke stope iskorišćenosti, odnosno preko 90%.

Figura 17: Distribucija kosovskih proizvoda nastalih od prerade hrane

Izvor: Podaci ankete, obračun autora

Sledeći grafikon predstavlja agregaciju proizvoda koje obrađuju anketirani MMSP-ovi. Grafikon prikazuje grupe proizvoda na osnovu prijavljene učestalosti. Proizvodi koji se najčešće proizvode su kiselo povrće i sveže voće i povrće. Potonje navode kategorije MMSP-ova kao što su centri za agregaciju budući da poljoprivrednici nisu bili u fokusu ove studije. Kao što je prikazano na Grafikonu 17, ove dve kategorije zajedno čine otprilike četvrtinu portfelja proizvoda MMSP-ova. Sledi proizvodnja umaka, vode, čipsa, orašastih plodova i grickalica, bezalkoholnih pića, ajvara (tradicionalni umak od paprike) itd. Sve u svemu, ovi proizvodi se ne mogu smatrati složenim i teškim za preradu. Stoga je dodata vrednost takvih proizvoda kao i njihova raznolikost ograničena. Samo nekoliko preduzeća iz uzorka prijavilo je netradicionalne (i potencijalno raznovrsnije) proizvode kao što su čokolade, maslac od orašastih plodova, ulja od orašastih plodova, specifični začini, itd.

Nedavni globalni ekonomski šok koji je rezultat i Covid-19 i rata u Ukrajini takođe je uticao na prehrambeni sektor³⁵. Povećanje cena gasa i globalna nestašica sirovina (kao što su žitarice ili suncokret) predstavljaju ozbiljnu pretnju po remećenje prehrambenog sektora na Kosovu. Ovo je već naglašeno kao jedno od ključnih ograničenja u snabdevanju od strane anketiranih MMSP-ova, koji su naglasili pitanje troškova snabdevanja, kao i održivog snabdevanja i vremena isporuke – iako u manjoj meri. Ovo predstavlja konkurentno ograničenje za kosovske kompanije za preradu hrane, koje bi trebalo da ojačaju svoj lanac snabdevanja – posebno na domaćem planu, kako bi preživela tekuću globalnu krizu.

Čini se da je saradnja sa akterima u lancu vrednosti na proizvodnim narudžbama uobičajena praksa u sektoru hrane i pića, jer je 55% intervjuisanih aktera izjavilo da podugovaraju druge aktere da bi završili zadatke. Relativno manji broj kompanija nastupa kao podizvođači za druge proizvođače na tržištu (oko 25%).

35 OECD, 2021, Višedimenzionalni pregled Zapadnog Balkana u proceni mogućnosti i ograničenja, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

Uprkos relativno visokom udelu kompanija koje se međusobno podugovaraju, anketirani MSP-ovi takođe otkrivaju nekoliko prepreka za pojačanu saradnju. Među glavnim faktorima, mala veličina tržišta, nivo poverenja između aktera, stepen nelojalne konkurencije, kao i poštovanje ugovora od strane tržišnih aktera, navode se kao najznačajnije prepreke.

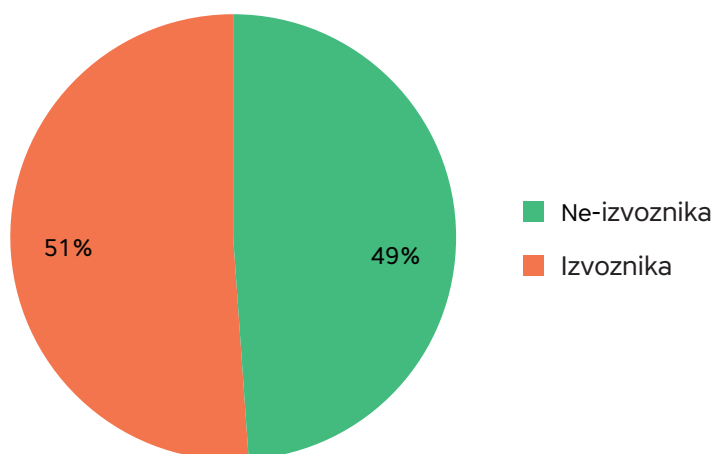
Anketirane kompanije su navele da će im biti potrebne dodatne obuke za dalje unapređenje ljudskih i operativnih kapaciteta koji bi doprineli rastu kompanije kako na domaćem tako i na izvoznom tržištu. Vezano za veštine i obuke koje su kompanijama potrebne, rezultati intervjua pokazuju da mala i srednja preduzeća uglavnom zahtevaju izgradnju kapaciteta osoblja na razvoju novih proizvoda, ali i na logistici, upravljanju zalihama, cenama itd. Pored toga, mala i srednja preduzeća sugerišu da su potrebni mehanizmi za podršku investicijama da bi mogli da ubrzaju svoje investicije, pri čemu su finansijski grantovi najpoželjniji mehanizam. Ova potražnja je razumna s obzirom na veličinu preduzeća i relativno nizak promet i ograničenu likvidnost. Većina kompanija takođe može imati problema sa pristupom finansijama.

Anketirani MSP-ovi smatraju da su domaći troškovi rada relativno niski, što predstavlja ključnu prednost u pogledu troškova. Slično razmatranje se takođe odnosi na nivo poreza na Kosovu, koji takođe predstavlja prednost u troškovima. Očekivana vizna liberalizacija se vidi kao prilika za kosovska mala i srednja preduzeća jer omogućava lakše putovanje u zemlje EU, doprinoseći boljem pristupu tržištima koji predstavljaju cilj izvoza za kompanije.

5.3.2 Lokalna i izvozna tržišta

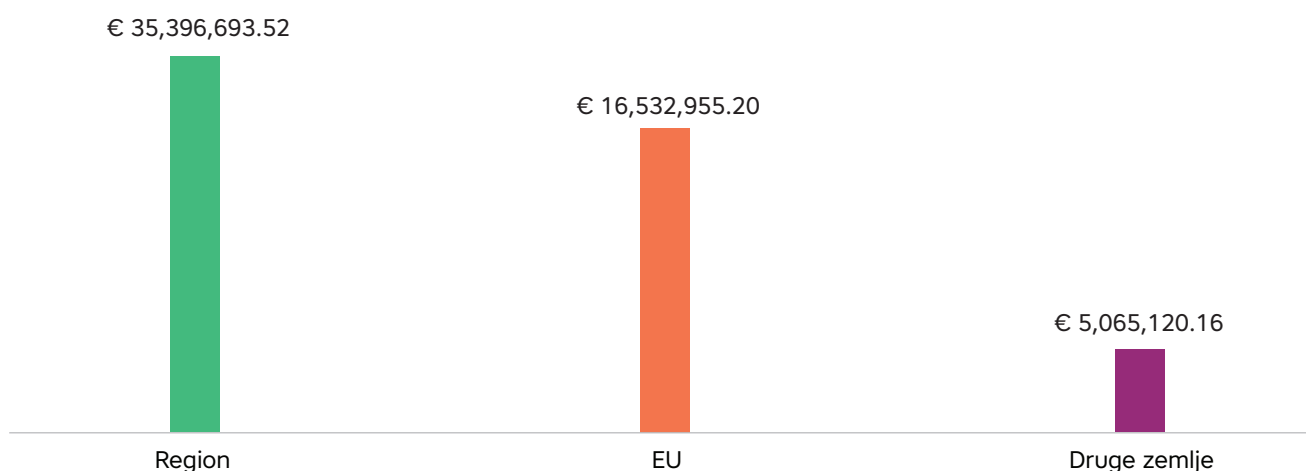
Nalazi ankete pokazuju da su oko polovina intervjuisanih kompanija izvoznici. Ovo je prikazano na sledećem grafikonu i kao takvo pokazuje da je sektor izrazito izvozno orijentisan. Preostala grupa preduzeća, njih 51% koja ne izvoze, navela je nedostatak kapaciteta, izvozne veze i kanale kao glavne razloge zašto ne izvoze.

Grafikon 18: Udeo izvoznika i ne-izvoznika



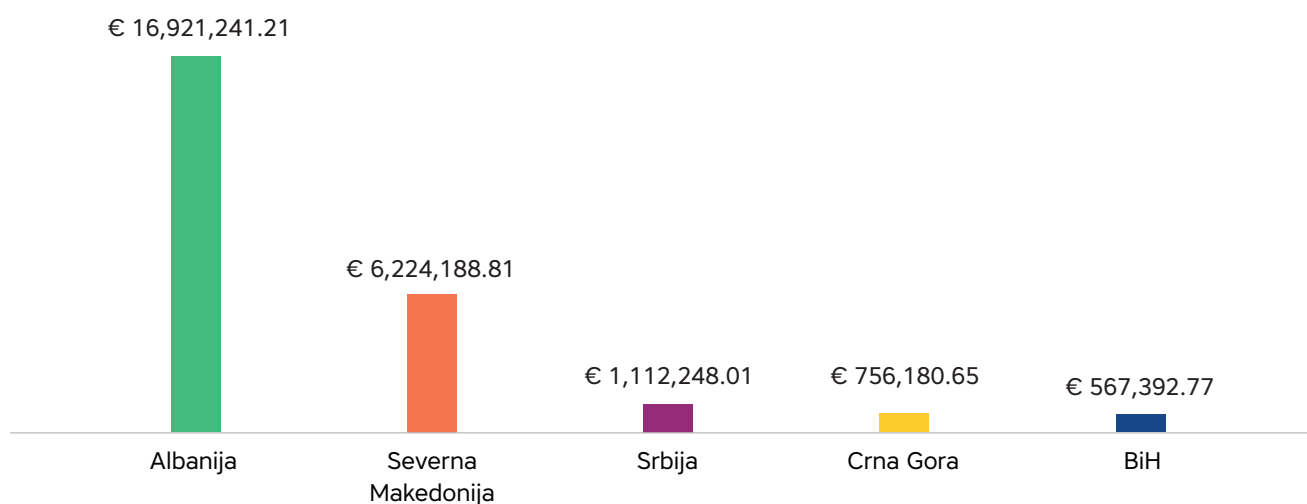
Izvor: Podaci ankete, obračun autora

Kada se analiziraju zemlje u koje kosovska preduzeća izvoze u većoj meri, kao što je prikazano na Grafikonu 20, glavna destinacija za kosovske izvoznike su zemlje regiona, koje doprinose više od 35 miliona evra ili 62% ukupnog izvoza. Slede zemlje EU sa izvozom od 16,5 miliona evra ili 29% udela u ukupnom izvozu. Dok ostale zemlje iz ostatka sveta učestvuju sa nešto više od 5 miliona evra ili oko 9% ukupnog udela izvoza.

Grafikon 19: Izvoz kosovskog sektora hrane i pića, po regionima, 2021

Izvor: Obračun autora, podaci Carine Kosova

Grafikon 20 predstavlja dalje ispitivanje izvoza u regionu, što pokazuje da je Albanija glavna izvozna destinacija za kompanije iz sektora hrane i pića, koja ostvaruje oko 66% ukupnog izvoza u regionu. Albaniju, kao državu najveće regionalne izvozne destinacije, sledi Severna Makedonija, na koju otpada oko 24% udela u regionalnom izvozu. Srbija, Crna Gora i BiH, shodno tome, zajedno dodaju preostalih 10% regionalnog udela u izvozu kosovskih proizvoda iz sektora hrane i pića.

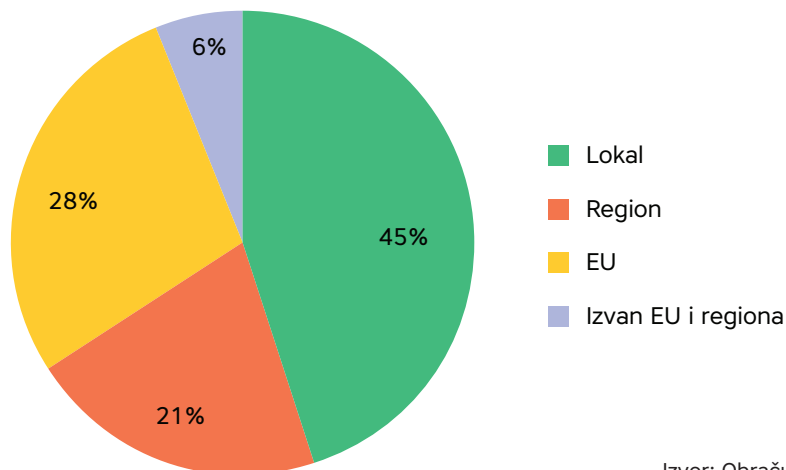
Grafikon 20: Izvoz kosovskog sektora hrane i pića, po zemljama, 2021

Izvor: Proračun autora, Podaci carine Kosova

Čini se da je Nemačka glavni izvozni partner EU, primajući oko 30% svih kosovskih prehrambenih proizvoda izvezenih u EU 2021. Što se tiče udaljenijih zemalja, izvoz hrane i pića u SAD je dostigao preko 500.000 evra u 2021.

Nadalje, zanimljivo je primetiti da oko 81% preduzeća koja izvoze ima 20 i više zaposlenih, dok većina (preko 70%) preduzeća sa manje od 20 zaposlenih uopšte ne izvozi. Čini se da postoji jasna međuzavisnost između kritične veličine preduzeća u smislu broja poslodavaca i sposobnosti izvoza.

Grafikon 21: Tržišni udeo izvoznika.



Izvor: Obračun autora, podaci Carine Kosova

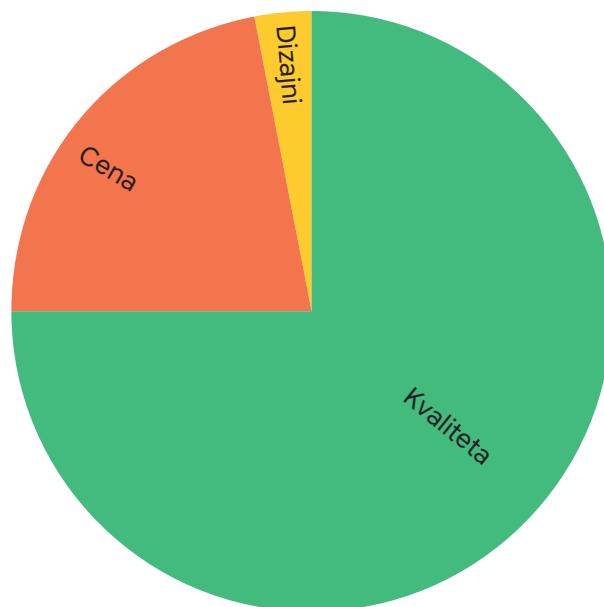
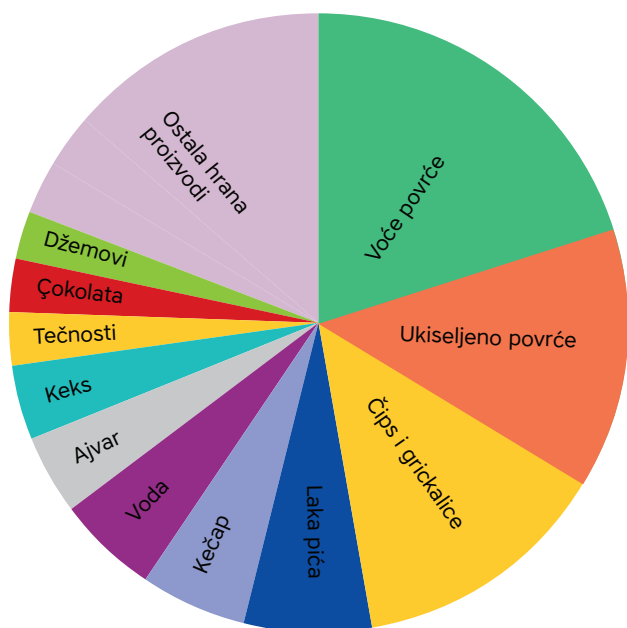
Nalazi ankete sa anketiranim preduzećima pokazuju da među izvoznima najveći deo njihovog tržišnog udela čini izvoz – oko 55%. Preciznije, izvozne prehrambene kompanije prodaju oko 45% svojih proizvoda na domaćem tržištu, 28% na tržištu EU, 21% na regionalnom tržištu i 6% u izvozu van EU i regiona. Činjenica da kosovske prehrambene kompanije izvoze značajan deo svojih proizvoda na tržište EU predstavlja važan zaključak. Za takav izvoz se pretpostavlja da su proizvodi visokog kvaliteta i vrednosti. Razlika između udela izvoza usmerenog ka EU između preduzeća iz uzorka i celokupne industrije mogla bi se objasniti odabirom prehrambenih sektora i godinom analize. Zvanični podaci uključuju više sektora hrane i pića u odnosu na odabir uzorka, predstavljeni zvanični podaci su iz 2021. godine dok su podaci uzorka za 2022. godinu.

Na pitanje o određenim zemljama izvoza, posebno je zanimljivo kako Nemačka dominira (sa velikom razlikom) kao izvozna destinacija. Nakon Nemačke slede Albanija (sa skoro polovinom učestalosti), Severna Makedonija, Švajcarska, Švedska, Crna Gora, itd. Ovi nalazi sugerišu da je Nemačka glavno izvozno tržište EU, dok su Albanija i Makedonija dominantne izvozne regionalne destinacije.

Ipak, slično celokupnom portfoliju proizvoda kosovskih kompanija za preradu hrane, čini se da je raznovrsnost izvezenih proizvoda prilično niska. Kao što je prikazano na Grafikonu 22a, značajan udeo svih izvezenih proizvoda čini voće i povrće ili kiselo povrće. Iza ove dve kategorije proizvoda slede čips i grickalice, bezalkoholna pića, kečap, voda, ajvar itd. Grafikon 22b otkriva da su glavni faktori uspeha koji stoje iza izvoza ovih proizvoda kvalitet (dominantno), zatim cena i dizajn, u mnogo manjem obimu.

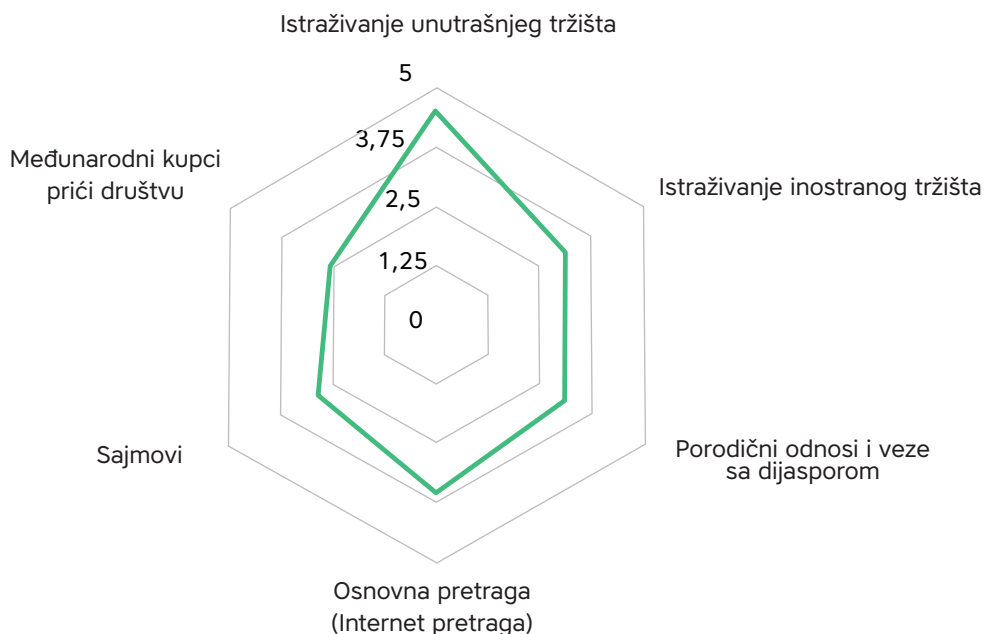
Grafikon 22: (a) Izvoz prehrambenih proizvoda i

(b) Faktori uspeha izvoza



Izvor: Podaci ankete, obračun autora

Grafikon 23 predstavlja metode koje kompanije za proizvodnju hrane i pića na Kosovu primenjuju za pristup novim tržištima i identifikaciju klijenata. Najčešće korišćena metoda je istraživanje tržišta, koje se uglavnom sprovodi interno. Korišćenje bazičnog istraživanja putem interneta za potencijalno tržište i klijente ocenjeno je kao drugi metod po upotrebi. Druge dve metode, eksterno istraživanje tržišta i korišćenje veza sa dijasporom su srednje relevantne.

Grafikon 23: Pristup tržištu i sredstva identifikacije klijenata

Izvor: Podaci iz ankete, proračun autora

Poslovna konkurentnost je još jedan aspekt koji je ocenjivan tokom intervjua sa preduzećima za hranu i piće. To je učinjeno primenom ocene poput Likertove skale za samoprocenu konkurentskih prednosti. Najviše ocenjeni aspekt u pogledu konkurentskih prednosti je kvalitet, sa ocenom 4,88 od 5 (Grafikon 24a). Gотово sva anketirana preduzeća su se složila da je kvalitet njihovog proizvoda njihova najveća prednost. Isto važi i za konkurentne prednosti za izvozno tržište, ali u nešto manjoj meri, gde je kvalitet ocenjen sa 4,67 od 5. Sveukupno, preduzeća imaju visoku samoprocenu u pogledu konkurentnosti za lokalno tržište. Vredi napomenuti da su preduzeća istakla da su inovativna i jedinstvena sredstva njihov konkurentni nedostatak u odnosu na lokalno tržište. S druge strane, samoprocena za izvozno tržište je ukupno niža (Grafikon 24b). Neke od elemenata, kao što je mogućnost snabdevanja malih serija uz brzu isporuku, mnoga preduzeća su istakla kao nedostatak.

Figura 24: Poslovna konkurentnost (a) Konkurentne prednosti za lokalno tržište i (b) Konkurentne prednosti za izvozno tržište



Izvor: Podaci ankete, obračun autora

Postoje izuzetno pozitivni izgledi za rast izvoza. Preko 92% anketiranih preduzeća smatra da će povećati izvoz u naredne tri godine, dok preostalih 8% smatra da će nivo izvoza ostati isti. Nijedna od kompanija ne očekuje pad izvoza prehrambenih proizvoda u naredne tri godine. Od onih koji imaju pozitivnu prognozu daje se prognoza prosečnog povećanja izvoza za 30%.

5.4 Ljudski resursi

Čini se da sektor ima pozitivan trend rasta zaposlenosti. Rezultati istraživanja pokazuju da su sektorske kompanije u proseku povećale zaposlenost za oko 17% u 2021. u odnosu na godinu ranije. Odgovarajući rast odražava i očekivani oporavak i rast prodaje u periodu nakon pandemije, nakon ukupnog povećanja potražnje. U strukturi zaposlenosti uglavnom dominiraju muškarci. Žene čine samo oko 29% svih zaposlenih.

Većina zaposlenih u sektoru ima srednju ili višu stručnu spremu. Oko 32% ima visoko obrazovanje i oko 63% srednje obrazovanje. Iako sektor uključuje visok udeo niskokvalifikovanih radnih funkcija, samo oko 5% ima diplomu osnovnog obrazovanja.

Što se tiče plata, oko 85% intervjuisanih kompanija je navelo da isplaćuje prosečnu platu u industriji, dok je samo oko 15% navelo da isplaćuje plate veće od industrijskog proseka. Generalno, plate koje isplaću-

ju kosovske kompanije za hranu i piće su relativno niske, ali sa sve većim pritiskom da se plate povećaju zbog nedostatka radne snage na tržištu. Povećani troškovi rada će negativno uticati na globalnu troškovnu prednost kosovskih proizvođača. Međutim, kosovski poreski sistem i dalje predstavlja prednost u pogledu troškova u poređenju sa EU i drugim zemljama.

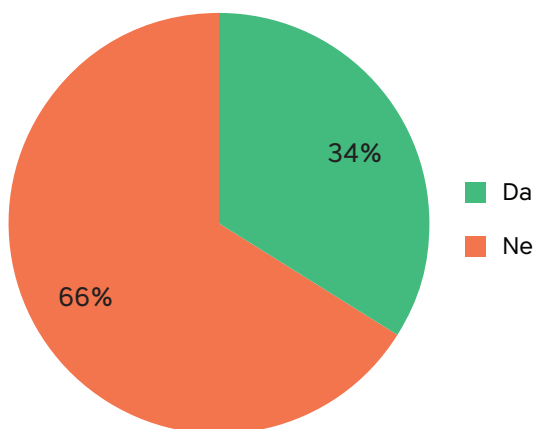
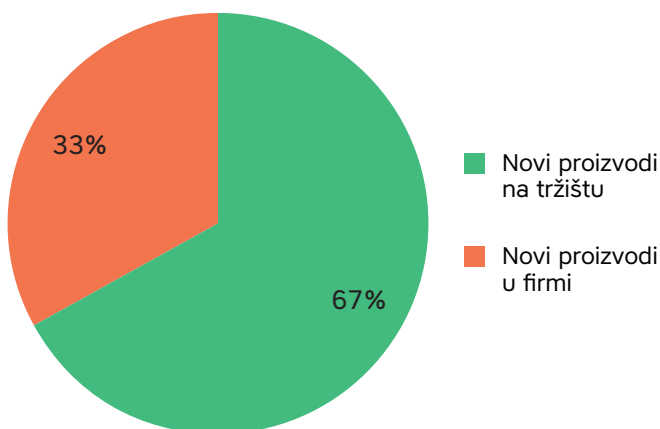
Oko 30% ispitanika je potvrdilo da imaju ozbiljnih problema u pronalaženju radnika. Iseljavanje je glavni faktor koji uzrokuje nedostatak zaposlenih na tržištu. Glavni problemi sa kojima se kompanije suočavaju su pronalaženje radnika za sezonske poslove, čini se, da i regionalna tržišta sezonskog rada, kao što su Crna Gora i Hrvatska privlače radnike. Generalno, kompanije zahtevaju i kvalifikovane i nekvalifikovane radnike. Glavne profesije za koje se navodi da nedostaju na tržištu su, između ostalog: menadžeri proizvodnje, prehrambeni tehnolog, operateri mašina i prodajni agenti.

Situacija izazvana pandemijom Covid-19 uticala je na promene u praksi upravljanja radom, inspirisavši većinu kompanija da počnu primenjivati online prodaju. Gledajući tržišne trendove, dalje povećanje digitalizacije preduzeća u sektoru hrane i pića zahtevaće još više IT veština i kompetencija. Verovatno će ovaj trend stvoriti još veći pritisak na kompanije da pronađu odgovarajuće kvalifikovane radnike. Povećana automatizacija proizvodnje povećava potražnju za operaterima mašina sa znanjem o mehatroničkim veštinama. Osim takvih veština vezanih za IT, sektor hrane i pića zahteva i druge međusektorske kompetencije/profesije, poput istraživača tržišta, menadžera na srednjem nivou, tehnologe proizvodnje hrane i pića, biohemičara ili procenjivača usklađenosti³⁶. Kako su profesije vezane za informatiku veoma tražene na tržištu, to bi moglo postati jedno od ograničenja za dalji rast manjih kompanija, jer radnici sa odgovarajućim veštinama zahtevaju veće plate, što je uslov koji bi mali proizvođači teško mogli ispuniti.

5.5 Inovacije i digitalizacija

U poslednje tri godine, oko 34% kompanija je investiralo u podsticanje inovacija i digitalizacije (Grafikon 25). Međutim, čini se da su investicije u razvoj proizvoda mnogo veće, jer je oko 51% kompanija uvelo nove proizvode. Kao što je prikazano na Grafikonu 25, 67% kompanija koje su uvele nove proizvode smatra da dotični proizvodi predstavljaju inovaciju za tržište, relativno visok intenzitet proizvoda sa većim stepenom noviteta, dok su ostali uveli proizvode koji su već bili prisutni na tržištu. Povećani intenzitet inovacija odražava da kompanije sve više pokušavaju da se takmiče sa međunarodnim konkurentima.

36 Vidi takođe: KIESA / Republika Kosovo, 2017, Procena potreba za obukom MMSP na Kosovu, <https://kiesa.rks-gov.net/desk/inc/media/88FFC055-F8CE-417C-A1D9-C57AEE8C8563.pdf>

Grafikon 25: Udeo preduzeća koja su značajno investirala u inovacije u poslednje tri godine**Grafikon 26:** Stepen inovativnosti noviteta novih proizvoda

Burimi: Të dhënat e anketës, llogaritja e autorëve

Kosovski proizvođači hrane su pratili globalni trend potražnje zdravih prehrambenih proizvoda, investirajući u uvođenje novih organskih čajeva, sušenog voća, voćnih pločica, itd. Takve investicije zahtevaju stručnost u prehrambenoj tehnologiji kao ključni sastojak inovacije. Međutim, kompanije su izjavile da su uglavnom investirale u nove linije za preradu ili da su unapredile mašine. Ova investiranja su dovela do automatizacije i povećanja njihovih proizvodnih kapaciteta i poboljšanja kvaliteta proizvoda. U svojim inovacionim naporima, kompanije su takođe digitalizovale ili poboljšale svoje prodajne platforme (na primer, učinile su svoje veb stranice i kanale društvenih medija efikasnijim i atraktivnijim).

Među ključnim preprekama za ne-investiranje u inovacije, kompanije su navele ograničena finansijska sredstva, nedostatak državne podrške i povećanu neizvesnost na tržištu zbog kontinuiranih ograničenja uzrokovanih merama protiv pandemije Covid-19, kao i nedavnu nesigurnost globalnog tržišta uzrokovanu ratom u Ukrajini³⁷.

Važno je napomenuti da je oko 70% kompanija koje su investirale u razvoj novih proizvoda baziralo proces istraživanja i razvoja isključivo na svojim internim resursima. Samo oko 30% je primenilo pristup otvorene inovacije, koristeći znanje drugih aktera, uglavnom sarađujući sa dobavljačima i distributerima, ali u oko 10% slučajeva i sa univerzitetima.

Ovi nalazi dalje pokazuju da je saradnja za inovacije relativno niska. S obzirom na ograničeno znanje na tržištu, saradnja sa drugim akterima u industriji je ključna za inovacije, posebno sa univerzitetima i istraživačkim institucijama. Kompanije se uglavnom oslanjaju na međunarodnu ekspertizu kada se angažuju u razvoju novog recepta ili novog proizvoda sa višim stepenom noviteta.

Što se tiče nivoa digitalizacije u kompanijama, većina ispitanika smatra da je njihov nivo digitalizacije u skladu sa potrebama i trendovima tržišta. Međutim, radionica validacije je otkrila da ova samopercepcija nije nužno u skladu sa stvarnošću, budući da mnogi ispitanici verovatno nisu svesni složenosti dobro digitalizovanih proizvodnih procesa u sektoru hrane i pića.

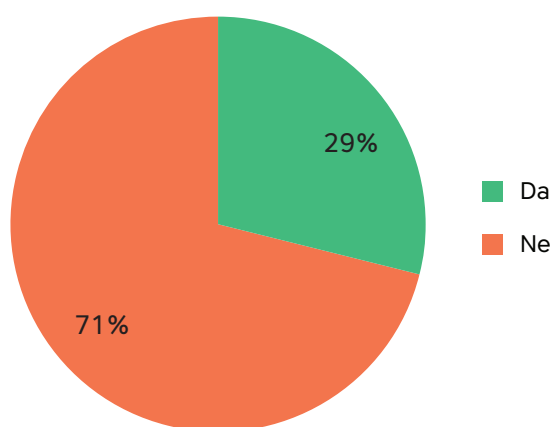
37 OECD, 2021, Multi-dimensional Review of the Western Balkans Assessing Opportunities and Constraints, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

5.6 Okruženje umrežavanja

Većina kompanija u sektoru hrane i pića posluje pojedinačno i bez ikakve formalne saradnje. Samo oko 29% intervjuisanih sektorskih kompanija izjavilo je da ima formalni odnos sa jednim od postojećih poslovnih udruženja na Kosovu. Većina onih koji imaju formalni odnos su članovi PePeKo i Organika. Manje od 10 kompanija je takođe prijavilo da su članovi Udruženja Esnaf i Kosovskog proizvođačkog kluba.

Važno je naglasiti da među 71% kompanija koje nisu članice nijednog poslovnog udruženja, velika većina nema nikakve informacije o postojanju sektorskih udruženja, a da su prepreka i finansiranje i članarina. Pored toga, neka anketirana preduzeća ukazuju da je udaljenost od glavnog grada Kosova još jedna prepreka jer nemaju čestu saradnju i nemaju pristup informacijama.

Grafikon 27. Udeo MSP-ova koji su članovi poslovnih organizacija



Izvor: Podaci ankete, obračun autora

Kompanije koje su članice nekog od poslovnih udruženja smatraju da im to donosi prednosti u smislu boljeg pristupa tržišnim informacijama, umrežavanja i zajedničke promocije na međunarodnim sajmovima. Dok se članarina smatra najvećim nedostatkom članstva u određenom udruženju.

Ipak, uprkos činjenici da većina ispitanika nije bila aktivna u sektorskim udruženjima ili regionalnim mrežama, oko 86% ispitanika smatra da je blizina dobavljača, transportnih kompanija i drugih aktera veoma važna za njihov poslovni razvoj. Smatra se da lociranje u blizini drugih aktera pruža određenu konkurentnu prednost sektorskim kompanijama. Kompanije su iskazale najveći intenzitet saradnje sa otkupnim centrima i distributerima, zatim saradnju sa dobavljačima, a manji intenzitet saradnje sa maloprodajnim lancima. Kompanije koje nisu članice nijednog od udruženja ukazuju da koriste sopstvene resurse i takođe sarađuju sa drugim partnerima i kompanijama u rešavanju konkretnih zakonskih pitanja ili drugih pitanja od zajedničkog interesa.

Generalno, nalazi pokazuju da je neformalna saradnja i udruživanje mnogo intenzivnija od formalne. Ovo sugeriše da trenutna poslovna udruženja dalje istražuju svoje modele članstva i poslovanja, jer regionalni klasteri i udruženja mogu stvoriti potencijal za dostizanje mnogo većeg broja kompanija za hranu i piće na Kosovu.

6. Politike podrške i institucionalno okruženje

Pravni i politički okvir koji utiče na sektor hrane i pića na Kosovu regulišu resorna ministarstva kao što su MPŠRR, MIPT, Ministarstvo životne sredine, prostornog planiranja i infrastrukture (MŽSPPI), Ministarstvo finansija, rada i transfera (MFRT) i nezavisne regulatorne agencije, kao što je AHV.

MPŠRR je odgovorno za razvoj politika vezanih za poljoprivredni sektor, podržavajući primarnu proizvodnju kao i preradu u prehrambenoj industriji. Ovo ministarstvo je odigralo veoma važnu ulogu u podršci rastu sektora kroz subvencije i grantove za primarnu proizvodnju, kao i za preradu. Ministarstvo je povećalo sredstva za subvencije i grantove za poljoprivredu i prehrambeni sektor na godišnjoj osnovi, doprinoseći ukupnom povećanju proizvodnje hrane, bilo u uzgoju ili preradi. Ministarstvo je takođe kreiralo politike za smanjenje rizika u poljoprivredno-prehrambenom sektoru, kao što je pokretanje šeme osiguranja useva za nekoliko useva u poljoprivrednoj proizvodnji na Kosovu.

MIPT je glavna institucija za podršku i promociju trgovine, preduzeća i industrije. Odgovorna je za razvoj sektorskih strategija, politika trgovine i industrijskog sektora, kao i politika razvoja MMSP-ova i preduzetništva, između ostalog. Pod okriljem MIPT-a, nekoliko programa ima za cilj da podrže razvoj sektora pružanjem većeg pristupa znanju, stvaranjem poslovnih mreža, kao što su industrijski klasteri, podrška digitalizaciji MMSP-ova, itd. Među glavnim ciljevima, MIPT namerava poboljšati poslovno okruženje kroz zakonodavstvo pogodno za investicije koje stvara pravni okvir za konkurentno tržište i slobodnu trgovinu sa drugim zemljama. Nekoliko važnih agencija koje funkcionišu pod okriljem MIPT-a su navedene u nastavku.

- KIESA promoviše investicioni potencijal Kosova i podržava razvoj preduzeća i promociju na međunarodnim tržištima. KIESA, naime, podržava mala i srednja preduzeća različitih sektora da učestvuju na međunarodnim sajmovima, olakšava veze sa međunarodnim preduzećima i služi kao fokus tačka za investitore u fazi pre i nakon investiranja. KIESA takođe sprovodi dodatne mere podrške za mala i srednja preduzeća, obezbeđujući investicione grantove, podržavajući kompanije sa ekspertizom znanja i uslugama poslovne podrške, omogućavajući sertifikaciju sa standardima kvaliteta itd.
- Agencija za industrijsku svojinu (AIS) je, između ostalog, odgovorna za pravnu zaštitu inovacija, žiga, industrijskog dizajna i oznake porekla, geografske oznake i topografije integrisanih kola. Između ostalih odgovornosti, AIS razvija procedure za izdavanje patenata i za druge oblike pravne zaštite industrijske svojine.
- Kosovska agencija za standardizaciju (KAS) je nacionalno telo koje je odgovorno za uspostavljanje standarda i njihovo usklađivanje, približavajući praksu infrastrukture kvaliteta sa onima u EU, smanjujući tehničke barijere u trgovini. Kao rezultat toga, stimuliše ekonomski razvoj, stvarajući osnovu za fer konkurenciju. Glavni cilj KAS-a je da zaštiti građane od svakog rizika svakodnevne konzumacije nestandardizovanih i nekontrolisanih proizvoda.
- Kosovska agencija za metrologiju (KAM) je odgovorna za očuvanje, razvoj i korišćenje standardnih mernih jedinica. Agencija osigurava ekvivalentnost standardnih mernih jedinica i međunarodnu prihvaćenost,

pruža usluge kalibracije i štiti potrošače organizovanjem terenskih mernih inspekcija.

- KASP radi u okviru MIPT-a kao jedina odgovorna institucija za registraciju preduzeća na Kosovu. Agencija podržava registraciju preduzeća putem elektronskog sistema podataka, čineći registraciju preduzeća bržom i besplatnom putem povezivanja opštinskih rešenja za registraciju na jednom mestu.

MŽSPPI je odgovorna vladina institucija za infrastrukturu, prostorno planiranje i pitanja životne sredine. Ministarstvo prati inicijativu koju predvodi EU za promociju zelenih ekonomija i potpisnica je Zelene agende za zapadni Balkan (GAWB)³⁸. Kao i sve druge balkanske zemlje, Kosovo se obavezalo da će raditi na poboljšanju zakonodavstva u cilju njegovog usklađivanja sa Zakonom o klimi EU, što između ostalog podrazumeva i ciljanje EU vizije o dekarbonizaciji energetskog sektora do 2050. godine³⁹. Politike koje podržavaju ekološki prihvatljivu proizvodnju i povećanu upotrebu obnovljive energije takođe će uticati na proizvođače hrane na Kosovu. Takve politike će dugoročno stvoriti podsticaje za investicije u tehnologije održive proizvodnje i mogu povećati modele cirkularne ekonomije na nivou kompanije. Očekuje se povećana potražnja za proizvodima koji će se proizvoditi na održiv način koji zadovoljavaju ekološke standarde. Ovakvi trendovi potražnje će takođe izvršiti pritisak na proizvođače da ulažu u ekološki prihvatljivu proizvodnju. MŽSPPI može usvojiti politike koje podstiču lokalne prehrambene kompanije da ulažu u ispunjavanje ekoloških zahteva.

MFRT je odgovoran za pravne institute za poreze i fiskalnu politiku na Kosovu. Vredi napomenuti da je fiskalna politika zasnovana na dobrim praksama EU i da je privatni sektor na Kosovu percipira kao povoljnu za poslovanje. Carina Kosova je odgovorna za sprovođenje propisa o carini, posebno o naplati carinskih dažbina, kao i pregled trgovine i zaštite trgovačkih marki i drugo. Pošto Kosovo posluje u skladu sa sporazumima Centralnoevropskog sporazuma o slobodnoj trgovini (CEFTA) i teži ka integraciji u EU, Carina Kosova radi u skladu sa standardima EU. CEFTA sporazum promoviše i olakšava izvoz proizvoda hrane i pića. Potpisnice CEFTA-e mogu se smatrati preferencijalnim partnerima EU. Međutim, zemlje koje posluju u skladu sa CEFTA sporazumom moraju osigurati da se sanitarni i fitosanitarni standardi propisno poštuju i prate⁴⁰.

AHV sprovodi politike Vlade Republike Kosovo u vezi sa zaštitom zdravlja životinja i biljaka. Preko njih i granična kontrola ima za cilj očuvanje javnog zdravlja garantujući sigurnu hranu. AHV ima mandat da garantuje ispravnu sigurnost hrane u svim fazama kako bi zaštitila interese potrošača. Uverava se da je hrana koja se stavlja u promet kao i hrana namenjena izvozu u skladu sa bezbednosnim zahtevima, obeležavanjem i drugim obaveznim zahtevima, utvrđenim zakonodavstvom Republike Kosovo. Dodatne informacije su date u poglavlju 6.3.

6.1 Promocija i podrška investicijama

Promocija investicija je jedan od ključnih ciljeva u nacionalnim naporima da se podrži razvoj privatnog sektora. Prema nedavnim procenama, strane direktne investicije (SDI) na Kosovu u 2021. godini iznosile su 415 miliona evra u poređenju sa cifrom iz 2020. od nešto više od 340 miliona evra⁴¹.

38 Sofijska deklaracija o Zelenoj agendi za zapadni Balkan <https://www.rcc.int/docs/546/sofia-declaration-on-the-green-agenda-for-the-western-balkans-rn>

39 Evropski zakon o klimi <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1119&from=EN>

40 Evropska komisija, 2020, 2020 Izveštaj o sprovođenju trgovinskih sporazuma EU, https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2020/november/tradoc_159039.pdf

41 Strane direktne investicije na Kosovu, 2021, Centralna banka Republike Kosovo, <https://bqk-kos.org/statistikat/serite-kohore/>

Ovo ide u skladu sa mnogim intervjuima sa zainteresovanim stranama koje su potvrdile da je Kosovo poslednjih godina postalo privlačnije mesto za evropske investitore. Čini se da su preovlađujući razlog iza ovog trenda povećano približavanje i činjenica da se Kosovo smatra obećavajućom polaznom tačkom za ulazak na tržište Zapadnog Balkana. SDI su se povećale u nedavnoj prošlosti posebno u sektorima hrane i pića, IKT-u, infrastrukturi, energetici i drvoprerađi. Na osnovu prednosti koje pružaju prirodni resursi, jaka poljoprivredna tradicija i subvencije/grantovi koje Vlada daje za poljoprivredni sektor, KIESA rangira prerađu hrane i pakovanje kao jedan od glavnih sektora sa potencijalom za investicije.

Program Vlade 2021-2022 ima za cilj reviziju nekoliko oblasti kao i politika. To uključuje pravni okvir za strateške investicije, promociju ekonomskih zona, izgradnju institucionalnih reformi i kreiranje politika za promociju investicija u skladu sa Agendom evropskih reformi.

Relevantni zakoni i propisi su usvojeni u skladu sa međunarodnim standardima kao što su politika i pravni okviri u vezi sa stranim direktnim investicijama, kao što je Zakon o stranim direktnim investicijama usvojen 2014. godine ili Zakon o strateškim investicijama iz 2017. godine. Važno je naglasiti da Zakon o strateškim investicijama navodi nekoliko privrednih grana koje imaju strateški potencijal. Ove industrije, između ostalih, uključuju poljoprivredu i sektor hrane i pića, kao i energetiku, infrastrukturu, prerađivačku industriju, zdravstvo, rudnike, transport i telekomunikacije, turizam i upravljanje otpadom. Drugi zakoni i propisi koji direktno i indirektno osiguravaju sveobuhvatnije pravne okvire su npr. Zakon o kašnjenju u plaćanju u privrednom prometu, Zakon o stečaju, Zakon o sprečavanju pranja novca i suzbijanju finansiranja terorizma i Zakon o kreditno-garantnom fondu.

Iako su uloženi značajni naponi da se poboljšaju okvirni uslovi za SDI (v. Poglavlje 6.1), postoji nekoliko faktora koji ometaju dalji napredak. Ovi faktori uključuju kašnjenja u regionalnoj i globalnoj integraciji, političku nestabilnost, korupciju, nedoslednost snabdevanja energijom, neformalni sektor, izazove u obezbeđivanju zaštite imovinskih prava i činjenicu da se mnogi zakoni ne sprovode na odgovarajući način. Intervjui sa zainteresovanim stranama su otkrili da strani investitori imaju pozitivne percepcije u odnosu na kupce, dobavljače i potrošače, dok sa druge strane, strani investitori imaju negativne percepcije u vezi sa političkom nestabilnošću, što utiče na njihovu odluku da investiraju na Kosovu.

Kosovo i dalje ima nisku stopu investicija. KIESA kao nacionalna agencija podržava investitore i promoviše investicioni potencijal Kosova. U cilju poboljšanja uslova poslovanja i promocije za privlačenje stranih investitora, stvorena je Platforma za dijalog između Vlade Kosova i investitora, kao i nekoliko dodatnih tela, kao što su Nacionalni savet za ekonomiju i investicije (NSEI) ili Multilateralna agencija za garancije investiranja. (MAGI)⁴². Postignuto je i nekoliko međunarodnih sporazuma koji imaju za cilj da poboljšaju uslove trgovine i posledično stvaraju povoljniju klimu za investicije, kao što su Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju (SSP), CEFTA sporazum između zemalja u regionu i bilateralni sporazumi između Kosova i nekoliko zemalja o dvostrukom oporezivanju (osiguranje izuzeća za određene vrste dividende i kamata, između ostalog).

Neefikasna institucionalna koordinacija različitih državnih organa ostaje jedan od izvora niskih investicija na Kosovu ⁴³. Osim toga, institucije koje su zadužene za privlačenje stranih direktnih investicija, poput KIESA, nemaju dovoljno kapaciteta i ljudskih/finansijskih resursa za upravljanje zbog uloga koje moraju igrati ⁴⁴. Ovo zapažanje je potvrđeno raznim intervjuima sa zainteresovanim stranama. Kosovo je rangirano na 12. mestu od 190 zemalja u smislu lakoće pokretanja poslovanja, zbog poboljšanja u lakoći poslovanja i olakšavanja usluga i naknadnih aktivnosti⁴⁵. Nedavni razvoj događaja u vezi sa pandemijom Covid-19 i ratom u

42 Slobodna tržišna ekonomija (IFME) (2019). Strane direktne investicije na Kosovu. Izveštaj o istraživanju investicione klime, potencijala i barijera Instituta za slobodnu tržišnu ekonomiju (IFME)

43 OECD (2021), "Profil Kosova", u konkurentnosti u Jugoistočnoj Evropi 2021: A Policy Outlook, OECD Publishing, Paris. DOI: <https://doi.org/10.1787/573f3543-en>

44 ibid

45 ibid

Ukrajini mogao bi učiniti Kosovo interesantnijim za SDI, posebno nakon povećanja globalne potražnje za hranom. Uglavnom zato što kupci koji su ranije dolazili iz Ukrajine i Rusije traže nove dobavljače, a oni iz regiona Zapadnog Balkana, poput Kosova, su visoko u agendi kupaca. Štaviše, rastući trend nearshoring-a (odnosi se na iznajmljivanje/angažovanje spoljnih saradnika u državi koja je geografski blizu date kompanije ili se čak graniči s njom) otvara odlične perspektive za kosovske proizvođače hrane i pića zbog blizine evropskim tržištima. Pored toga, kosovski proizvođači hrane i pića su dobro povezani sa poslovnim mrežama koje je uspostavila kosovska dijaspora, posebno u EU i Švajcarskoj, nudeći veliki potencijal za privlačenje SDI.

6.2 Podrška konkurentnosti i inovacijama

Stimulacija konkurentnosti i inovativnosti može se postići na različite načine. S jedne strane, kroz okvirne uslove koji kompanijama olakšavaju opstanak u nacionalnoj i međunarodnoj konkurenciji. S druge strane, kroz tzv. institucionalnu podršku (tj. institucije koje savetuju i podržavaju kompanije u različitim oblastima). Treći pristup su programi javnog finansiranja koji promovišu konkurentnost igrača u sektoru hrane i pića.

Prema pokazateljima Svetske banke za poslovanje, Kosovo se nalazi na 57. mestu od 190 zemalja. Prema ovim pokazateljima okvirni uslovi za pokretanje novog poslovanja su veoma dobri (na 12. mestu), dok u ostalim oblastima, poput nabavke struje (na 90. mestu) ili rešavanja građevinskih dozvola (160. mesto) ostaje izazov ⁴⁶.

Pored institucionalnog okruženja pogodnog za podršku konkurentnosti preduzeća datog u Poglavlju 6.1, postoje drugi mehanizmi za podršku preduzećima kroz institucionalne usluge za inovativne MMSP-ove kao što su Inovacioni centar Kosovo (ICK), Gjirafa Lab, između ostalih. Na primer, ICK pruža posebne usluge obuke i održava tržišno orijentisane, visokokvalitetne kurseve koji poboljšavaju veštine opšte radne snage. Ove šeme obuke kreću se od marketinga do šema obuke za sajber sigurnost. Ove institucije su zasnovane na donatorima, na primer ICK kroz norveške, švedske i nemačke donatorske programe i grantove EU. Gjirafa Lab je podržan od strane USAID-a, dok je Inovacioni centar Jakova osnovano od strane Ministarstva industrije, preduzetništva i trgovine (MIPT) uz podršku Ambasade SAD na Kosovu.⁴⁷ IADK pruža usluge prehrambene tehnologije sektorskim MMSP-ovima, bilo da se radi o internim ili laboratorijskim uslugama za preduzeća u sektoru hrane i pića.

Što se tiče programske podrške za konkurentnost i inovacije, postoje samo ograničeni vladini mehanizmi. Ključno usko grlo je nedostajući Zakon o inovacijama, kao i Zakon o investicionim fondovima, koji su preduslovi za snažniji angažman javnosti u podršci inovacijama. Kao što je dato u poglavlju 6.1, većina šema javne podrške fokusira se na promociju izvoza, a ne na podršku inovacijama. U 2018/2019 razvijena je Nacionalna strategija za inovacije i preduzetništvo, ali nikada nije podržana namenskim programima podrške ili intervencijama.

Do sada su proizvođači hrane i pića uglavnom podržani kroz grantove koje je obezbedio MPŠRR, što je doprinelo stepenu inovacije u proizvodnim procesima, modernizaciji prerađivačkih kapaciteta i uvođenju novih proizvoda. MPŠRR ima dva namenska programa za podršku poljoprivrednom i prehrambenom sektoru: Program direktnih plaćanja i Program ruralnog razvoja⁴⁸. irektna plaćanja su porasla sa oko 26 miliona evra

46 Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja, 2020, Zeleni izveštaj Kosova 2020, https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_2020r.pdf

47 OECD/ETF/BE/BERZH (2019), Indeksi i Politikave të NVM-ve: Ballkani Perëndimor dhe Turqia 2019: Vlerësimi i Zbatimit të Aktit të Biznesit të Vogël për Evropën, Indeksi i Politikës së NVM -ve, Botimi i OECD, Paris . <https://doi.org/10.1787/g2g9fa9a-en>

48 Ministria për Bujqësi, Pylltari dhe Zhvillim Rural, 2020, Raporti i Gjellbër i Kosovës 2020, https://www.mbpzhr-ks.net/repository/docs/Green_Report_2020r.pdf

u 2016. na oko 67 miliona evra u 2020. Programski budžet je više nego udvostručen u 2020., kao jedna od mera za rešavanje ekonomske situacije nastale pandemijom Covid-19.

Da bi se podržao ukupni rast prehrambenog sektora, obezbeđuju se direktne subvencije za uzgoj poljoprivrednih proizvoda, po površini uzgajanih useva, po grlu stoke, za inpute, vinarije, kao i osiguranje useva. Subvencije po površini proizvodnje uglavnom podržavaju povećanje obrađenih površina, ali ne nužno i povećanje produktivnosti u sektoru. Subvencije vezane za prinos koje promovišu kvalitet i produktivnost su uvedene, kao u slučaju proizvodnje malina ili mleka, ali mere podrške koje utiču na povećanje produktivnosti u sektoru poljoprivrede su ograničene.

Grant šeme MPŠRR, u okviru programa ruralnog razvoja, podržale su povećanje konkurentnosti kroz sufinsanciranje investicija u primarnom sektoru, ali i u prerađivačkoj industriji kroz različite programske mere. Ove mere uključuju investicije u fizičku imovinu, u poljoprivredu, preradu i trgovinu proizvodima, diversifikaciju poslovanja, kao i izgradnju kapaciteta. Za sprovođenje programa ruralnog razvoja 2020/21. izdvojen je budžet od oko 21 milion evra⁴⁹.

Promociju investicija, promociju izvoza i šeme podrške za poboljšanje usluga obezbeđuje KIESA. Agencija pruža usluge podrške u osnivanju novih preduzeća, kao i naknadne usluge nakon izvršene investicije. Pored toga, KIESA organizuje i pokriva troškove izlaganja na nekoliko međunarodnih sajmova, omogućavajući promociju domaćih prehrambenih proizvoda na međunarodnim tržištima na godišnjem nivou. Na kraju, ali ne i najmanje važno, KIESA podržava preduzeća kroz konsalting šemu vaučera, omogućavajući kompanijama bolji pristup znanju, sertifikaciju standarda kvaliteta, poboljšani marketing i digitalizaciju, itd.

Poboljšani pristup finansiranju podržan je kroz kreditnu garanciju, koja služi kao mehanizam za kupovinu rizika, omogućavajući bankama da pozajmljuju novac za relativno rizične projekte u industriji hrane i pića, doprinoseći indirektno uvođenju novih proizvoda i tehnologija. U 2020. godini, kao deo plana oporavka od Covid-19, Kosovo je uspostavilo sveobuhvatni plan ekonomskog oporavka u iznosu od 1,1 milijardu evra za raspodelu sredstava u obliku zajmova, grantova i subvencija. Između ostalog, MPŠRR je povećao budžet za grantove i subvencije za 5 miliona evra za stimulisanje poljoprivredne proizvodnje tokom perioda Covid-19⁵⁰. Do decembra 2021. godine, 2.105 preduzeća je dobilo oko 106 miliona evra kredita i 77 miliona evra garancija. Samo u sektoru poljoprivrede i proizvodnje metala, 546 preduzeća je dobilo kredite sa garancijom, sa oko 35 miliona evra garancije⁵¹.

Pored toga, ovaj sektor snažno podržavaju različite donatorske agencije, uključujući EU, USAID, GIZ, Švajcarsku agenciju za razvoj i saradnju (SDC) i druge donatore. Podrška donatora bila je ključna u uticanju na inovacije i daljem doprinosu povećanju modernizacije, produktivnosti i konkurentnosti. Kroz različite razvojne projekte, kompanije iz sektora hrane i pića su imale koristi od međunarodne ekspertize, investicija u nove tehnologije, uvođenja novih i modernih linija za polupreradu i preradu, što je dovelo do novih i kvalitetnijih proizvoda. Pristup novim tržištima, sa jakim fokusom na međunarodna tržišta, takođe je podržan donatorskim projektima.

49 Ibid

50 OECD, 2021, Višedimenzionalni pregled Zapadnog Balkana u proceni mogućnosti i ograničenja, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

51 OECD (2022), Indeks politike malih i srednjih preduzeća: Zapadni Balkan i Turska 2022; Procena sprovođenja Akta o malom biznisu za Evropu, Indeks politike malih i srednjih preduzeća, OECD Publishing, Paris. [b47d15f0-en.pdf](https://doi.org/10.1787/b47d15f0-en) (oecd-ilibrary.org)

Nedavni Program Vlade Kosova 2021 – 2025, ima za cilj da preduzme nekoliko mera koje će dovesti do veće transparentnosti i kvaliteta usluga i povećanja efikasnosti administracije za preduzeća i građane. Karakteristike ovih intervencija su postizanje dva glavna cilja, prvo poboljšanjem međuinstitucionalne koordinacije u odnosu na inspekcije poslovnih aktivnosti i digitalizacijom procesa inspekcije⁵².

Uopšteno govoreći, ovi programi i intervencije imaju širok opseg podrške, ali i dalje ograničen uticaj na podsticanje inovacija. Kosovo nastavlja da ima jedan od najnižih rezultata u regionu u pogledu politike inovacija za MMSP-ove, iako ima visok nivo strateškog okvira za inovacije, ali mu nedostaju konkretne akcije i ciljevi⁵³. Namenski programi podrške za smanjenje rizika investicija u inovacije, olakšavanje transfera znanja ili podršku saradnji između privatnog i akademskog sektora za zajedničko istraživanje i razvoj ili razvoj tehnologije/proizvoda za sektor hrane i pića nisu uspostavljeni. Shodno tome, preduzeća se uglavnom oslanjaju na svoje interno znanje, koje je u velikoj meri ograničeno. Kao što je navedeno u nedavnom Izveštaju o indeksu politike za mala i srednja preduzeća OECD-a, javne investicije u istraživanje ostaju marginalne na 0,1% BDP-a, a ne postoje konkretne akcije za uspostavljanje mera podrške kroz Fond za inovacije i preduzetništvo⁵⁴.

6.3 Procena usklađenosti i sigurnost hranetiv

Testiranje i sertifikacija su ključne usluge za kosovske proizvođače kako bi se obezbedila usklađenost sa nacionalnim ili međunarodnim standardima ili za ispunjavanje bezbednosnih zahteva. Standardi sigurnosti hrane posebno su važni za izvoz prehrambenih proizvoda. Ovo se još više računa jer za sektor hrane i pića postoje mnogi obavezni standardi na nacionalnom i međunarodnom nivou koje moraju da ispune kosovski proizvođači.

Kosovski proizvođači koji izvoze u EU su pod izazovom veoma komplikovanog sistema procene usklađenosti u EU. Zemlje EU sprovode usklađene standarde, koji su uključeni u nacionalne zakone. Sledeće EU standarde i propise mora biti ispunjeni svaki izvoznik koji namerava izvoziti u EU.

Ovi standardi EU koji se odnose na hranu i piće koncentrisani su na četiri glavna područja:

- Higijena hrane: prehrambena preduzeća, od farmi do restorana, moraju se pridržavati zakona o hrani EU, uključujući i one koji uvoze hranu u EU.
- Zdravlje životinja: sanitarne kontrole i mere za kućne ljubimce, uzgajane životinje i divlje životinje prate i upravljaju bolestima i prate kretanje svih domaćih životinja.
- Zdravlje biljaka: otkrivanje i iskorenjivanje štetočina u ranoj fazi sprečava širenje i osigurava zdravo seme.
- Zagađivači i ostaci: praćenje drži zagađivače podalje od hrane i stočne hrane. Maksimalno prihvatljiva ograničenja se odnose na domaću i uvozu hranu i proizvode za životinje.

52 Vlada Kosova (2022), Program ekonomskih reformi 2022-2024 Kosovo, <https://mf.rks-gov.net/desk/inc/media/23D2D3B1-81C1-41FE-B6C0-2D5C739A6F69.pdf>

53 OECD, 2022, Indeks politike malih i srednjih preduzeća: Zapadni Balkan i Turska 2022; Procena sprovođenja Akta o malom biznisu za Evropu, Indeks politike malih i srednjih preduzeća, Paris. b47d15f0-en.pdf (oecd-ilibrary.org)

54 Ibid

Nacionalni sistem se suočava izazovima usled mnogih nedostajućih politika kako bi se osigurao odgovarajući sistem sigurnosti hrane, poput nedovoljnog nivoa ograničenja pesticida ili nedostatka praćenja nutritivnih vrednosti u nivou proizvodnje⁵⁵. Štaviše, intenzivna poljoprivreda zagađuje i izvore vode na Kosovu, budući da je to drugi najveći sektor koji troši vodu za potrebe navodnjavanja 13. Niski inspekcijski kapaciteti unutar institucija na centralnom i lokalnom nivou i slab sistem tržišnog nadzora ometaju dovoljnu zaštitu potrošača građana Kosova. Snažna podela između situacije na Kosovu i zahteva za proizvodima hrane i pića koji se izvoze u EU čini veliki izazov za lokalne proizvođače.

Dok je KAS odgovoran za standardizaciju, prema Zakonu o hrani, koji je stupio na snagu 2009. godine, primarna odgovornost za obezbeđivanje sigurnosti hrane na Kosovu leži na AHV-u preko veterinarskih (za životinjske proizvode), sanitarnih (kontrola higijene) i fitosanitarnih inspektora (za proizvode biljnog porekla).

Mogućnosti i prepreke

Intervjui na nivou preduzeća, kao i na nivou zainteresovanih strana, identifikovali su širok spektar mogućnosti i ograničenja u vezi sa budućim razvojem industrije hrane i pića na Kosovu. Sledeći paragrafi elaboriraju neke od glavnih mogućnosti i ograničenja. Većina njih je međusektorska i važe za sve podsektore sektora hrane i pića.

55 Konrad-Adenauer-Stiftung, 2021, Prehrambeni sistem Kosova: njegova održivost i nedostajuće politike

7. Mogućnosti i prepreke

7.1. Mogućnosti

1. Sektor hrane i pića je rastući sektor sa visokim izvoznim potencijalom.

Fakti që kompanitë kosovare të ushqimit dhe pijeve eksportojnë një pjesë të konsiderueshme të produkteve të tyre në tregjet rajonale dhe në tregun e BE-së, dëshmon rritjen e konkurrencës së këtij sektori. Eksportet e tilla tregojnë se kompanitë vendase janë në gjendje të depërtojnë edhe në tregjet më tërheqëse me produkte konkurruese. Pijet dhe produktet e përpunuara kanë shënuar ritmet më të larta të rritjes në eksport. Në veçanti, ushqimet dhe pijet me vlerë të lartë të shtuar duket se kanë mundësitë më të larta të rritjes.

2. Evropski kupci pokazuju povećano interesovanje za skraćivanje i jačanje lanca snabdevanja.

I pandemija Covid-19 i Ukrajina češće dovode do često prekidanih ili, barem, poremećenih lanaca nabavke⁵⁶. Shodno tome, mnogi evropski kupci iz sektora hrane i pića razmatraju povećanje izvora iz Evrope, posebno iz regiona Zapadnog Balkana, jer bi snabdevanje trebalo da bude održivije i otpornije⁵⁷. Ovo je odlična prilika da se uključe kosovski proizvođači hrane i pića. Na primer, trgovinski partneri Ukrajine u EU su uglavnom zemlje sa kojima iste dele kopnenu granicu. U monetarnoj vrednosti, Poljska je bila glavni uvoznik ukrajinske robe, sa 4,19 milijardi evra uvoza u 2021. U pogledu ukupnog procenta na nivou EU, Mađarska je bila najveći kupac, sa 5,7% celokupnog uvoza EU iz Ukrajine u Mađarsku⁵⁸. To su zemlje sa namenskim mogućnostima rasta za nove dobavljače, poput onih sa Kosova.

3. Trenutni i budući tržišni trendovi mogu postati pokretač inovativnih start-up-ova.

Sektor hrane i pića je u transformaciji, ne samo zbog digitalizacije srodnih industrija. Između ostalog, pandemija Covid-19 poslužila je kao pokretač za inovativne start-up kompanije koje nude nove prehrambene proizvode ili usluge povezane s hranom. E-trgovina u sektoru hrane i pića dobija na značaju. Tržišta su sve otvorenija za nove ili inovativne proizvode i usluge vezane za hranu i piće. Inovativnim start-up-ovima i mladim preduzećima nisu potrebna velika investiranja da bi ušli na domaća ili regionalna tržišta. Trenutna situacija je, bez sumnje, primerena da proizvede značajan broj ovakvih start-up-ova ako su politički okvirni uslovi za to pogodni.

56 OECD, 2021, Višedimenzionalni pregled Zapadnog Balkana u proceni mogućnosti i ograničenja, OECD, <https://doi.org/10.1787/4d5cbc2a-en>

57 T. Cigut, M. McManus, M. Dermastia, 2022, Uticaji i potencijali ukrajinske krize na razvoj lanaca snabdevanja za dunavski region, Dunavski savez, DOI: 10.13140/RG.2.2.17378.20161

58 Ibid

4. Sektor hrane i pića je visoko na političkoj agendi

Specifične mere javne podrške i intervencije za preduzeća iz sektora hrane i pića u prošlosti nisu bile dovoljno dostupne. Intervencije su uglavnom bile usmerene na promociju izvoza, dok su ostale oblasti u kojima je sektoru potrebna podrška, poput inovacija, digitalizacije, razvoja veština ili umrežavanja i saradnje, zanemarene. U današnje vreme, čini se da postoji veća svest o politici da su domaćem sektoru hrane i pića potrebne šeme podrške po meri, koje se bave specifičnim preprekama i slabostima sektora.

7.2 Prepreke

1. Sektorom hrane i pića dominiraju mikro i mala preduzeća

Ogromna većina kosovskih preduzeća koja posluju u ovom sektoru proizvođača su mikro i mala preduzeća sa veoma ograničenim proizvodnim i finansijskim kapacitetima. To otežava rast, npr. investicija u veće kapacitete ili nove mašine, opremu ili tehnologije potrebne da bi se pravilno odgovorilo na nove tržišne trendove i potrebe kupaca. Takva mala preduzeća uvek imaju problema sa pristupom neophodnim finansijskim sredstvima, posebno zato što na Kosovu nedostaju odgovarajući finansijski instrumenti, koji za cilj podržavaju rast malih preduzeća. Nadalje, izlazak na međunarodno tržište postaje izazov za takva mala preduzeća, jer nedostaju srodna iskustva, kompetencije i kapaciteti.

2. Nepoznavanje stranih tržišta

Nalazi su pokazali da izvoz igra važnu ulogu za mnoga preduzeća. Dalji rast može biti osiguran samo ako preduzeća uspeju izvoziti na atraktivna tržišta. Međutim, mnoga preduzeća trpe zbog prepoznavanja tržišnih prilika, jer nedostaju pravi alati, a znanje o tržištu je ograničeno. Nedostaje programska i institucionalna podrška, što domaćim preduzećima čini veoma izazovnim da posluju na međunarodnom nivou.

3. Ograničeno znanje o proizvodnim tehnologijama i tržišnim trendovima

Trenutni nivo znanja i stručnosti u ključnim oblastima kao što su tehnologija prehrambenih procesa, zahtevi za sigurnost hrane ili budući tržišni trend je u velikoj meri nezadovoljavajući i predstavlja prepreku daljem rastu. Intervjui su otkrili da, osim toga, preduzeća imaju uporedivo nisku sposobnost da razvijaju nove (inovativne) proizvode, iskoriste mogućnosti digitalnog marketinga ili ne mogu da povećaju efikasnost proizvodnje zbog nedostatka znanja. Sva ovakva znanja potrebna su kako bi domaće proizvođače hrane i pića pripremili za suočavanje s nadolazećim izazovima.

4. Nelojalna konkurencija u sektoru hrane i pića

Nelojalna konkurencija, posebno iz neformalnog sektora, predstavlja značajno ograničenje za preduzeća za proizvodnju hrane i pića na Kosovu. Mnogi od intervjuisanih preduzeća izjavili su da konkurencija neformalnih preduzeća predstavlja značajnu prepreku za njihovo poslovanje. Visoki i uporni nivoi neformalnosti su uglavnom zbog slabe primene, a ne zbog previsokih troškova poslovanja u formalnom sektoru. Manji proizvođači hrane i pića sa uporedivom slabom tržišnom pozicijom su snažno pogođeni ovim ograničenjem.

5. Niska dostupnost kvalifikovanih radnika

Uprkos činjenici da je samo oko 30% intervjuisanih kompanija izjavilo da imaju izazove da pronađu dovoljno kvalifikovane radnike, intervjui sa zainteresovanim stranama i radionica za validaciju pokazali su da dostupnost radne snage ostaje izazov. Propisno obučeno osoblje, posebno za preduzeća koja vide dobar potencijal rasta i trebaju odgovarajuće obučene radnike, je ograničena. Takođe, zato što je proizvođačima hrane i pića potreban širok spektar kvalifikovanih radnika, u rasponu od stručnjaka za prehrambenu

tehnologiju preko stručnjaka za sigurnost hrane do IT osoblja. Ono što čini pronalazak odgovarajuće kvalifikovanih radnika još izazovnijim je činjenica da mladi ljudi ne cene sektor hrane i pića kao drugi, što rezultira niskim ukupnim interesom za rad u ovom sektoru. Niski kapaciteti za obuku i obrazovanje koje nude CSO ili univerziteti su takođe problem u ovom pogledu.

6. Sektor hrane i pića je uglavnom neorganizovan

Iako postoje neka sektorska udruženja koja nude podršku domaćim preduzećima iz sektora hrane i pića, većina preduzeća nisu članovi takvih udruženja. Postoje razni razlozi, u rasponu od nedostatka znanja o takvim udruženjima ili BMO i uslugama koje oni nude do činjenice da BMO često nemaju dovoljno osoblja. Za sada ne postoji jaka asocijacija ili BMO koja bi pravilno predstavljala hranu i sektor.

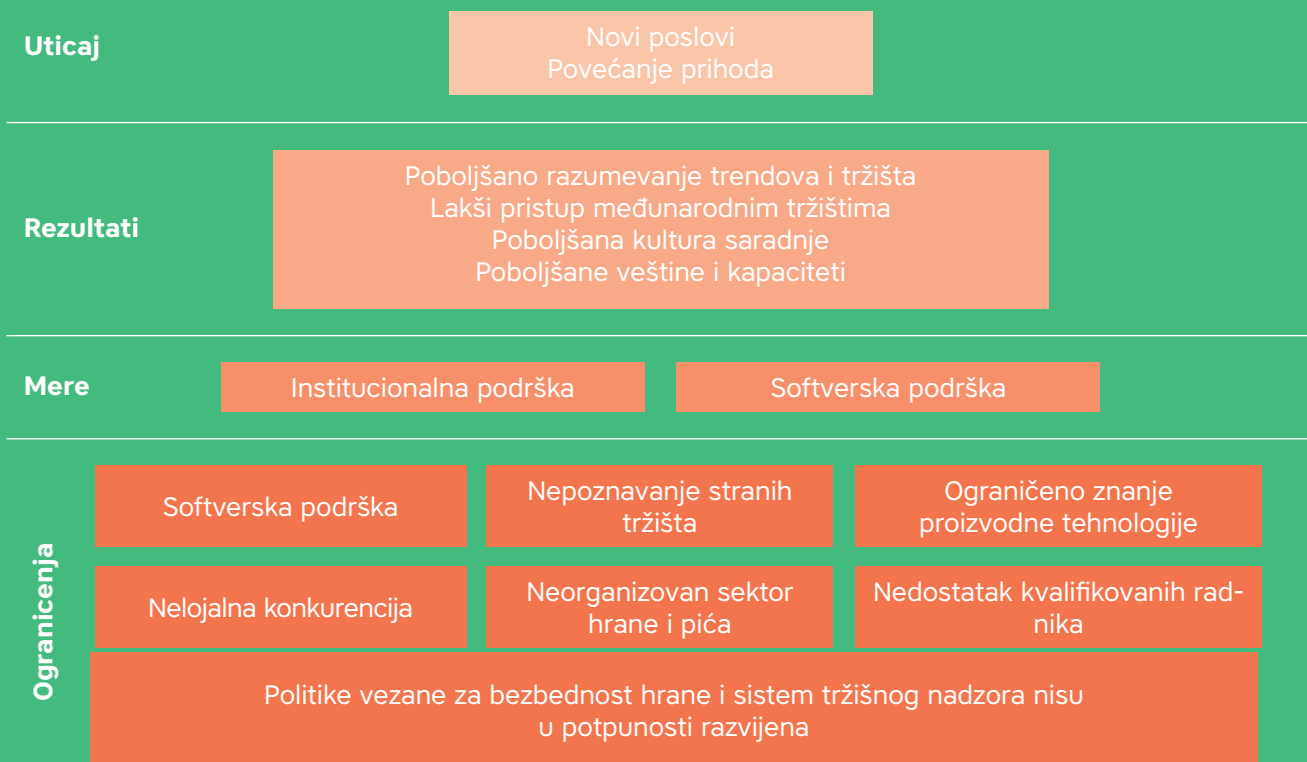
7. Politike vezane za sigurnost hrane kao i sistem nadzora tržišta nisu u potpunosti razvijeni

Kao što je navedeno u poglavlju 5.3, nacionalni sistem je suočen sa mnogim merama koje nedostaju kako bi se osigurao odgovarajući sistem sigurnosti hrane. Infrastrukturi AHV-a, kao što su laboratorije i regionalne kancelarije, potrebna su dalja investiranja kako bi se ispunili svi neophodni zadaci. U trenutnoj situaciji, Kosovu nije dozvoljeno da izvozi žive životinje i hranu životinjskog porekla u EU. Povećani uvoz i nedostatak izvoznih mogućnosti su rezultat trenutne situacije i izvršiće dodatni pritisak na konkurentnost sektora hrane i pića na Kosovu.

8. Glavne preporuke / intervencije

Prema nalazima ove studije mapiranja, sektor hrane i pića se dobro razvio poslednjih godina. Međutim, poremećaji u lancu nabavke, globalni mega trendovi i sve veća industrijska transformacija predstavljaju značajne izazove i mogućnosti za sektor hrane i pića. Dakle, čitav sektor, takođe u Evropi, je u transformaciji. Čini se da povećanje troškova za sirovine i transport, ali i sve veći značaj Zapadnog Balkana, uključujući Kosovo, da postane integrisani deo uloge globalnog lanca snabdevanja, ima značajan uticaj na ceo sektor. Ovakav razvoj događaja sadrži mnogo prilika, ali i pretnji. Pretnje takođe dolaze iz susednih zemalja, čiji su sektori hrane i pića delom mnogo viši, a industrijska produktivnost delom mnogo veća nego na Kosovu. Štaviše, porast troškova za sirovine i transport će verovatno povećati troškove proizvodnje većine proizvoda i elemenata proizvedenih na Kosovu.

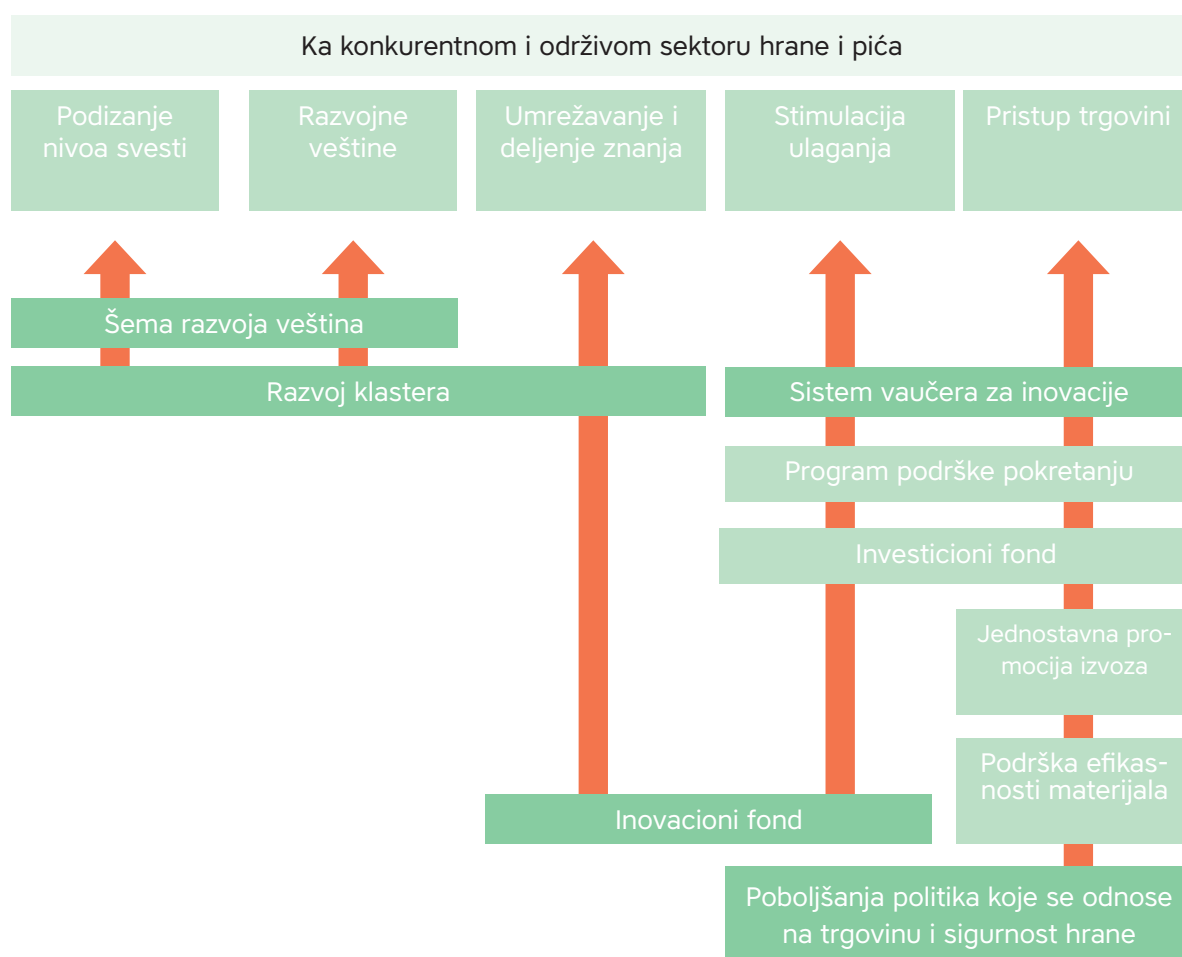
Grafikon 28: Teorija promene predloženih intervencija



Predložene intervencije imaju za cilj poboljšanje konkurentnosti celokupnog sektora hrane i pića posebnim rešavanjem identifikovanih barijera i ograničenja (Slika 28). Ove intervencije će postati deo Strategije za sprovođenje inovacija i preduzetništva (poglavlje 6.2) za poboljšanje okvirnih uslova u sektoru proizvodnje hrane i pića na Kosovu. Intervencije će se sprovoditi kroz institucionalne i programske mere podrške. Fokus je stavljen na takve intervencije/preporuke koje su u delokrugu MIPT-a.

U nastavku je predloženo devet intervencija koje se bave jednom od nekoliko područja poboljšanja kao što je prikazano na slici 29. Posebna pažnja je posvećena tome da su ove intervencije komplementarne, ali i dobro međusobno povezane.

Grafikon 29: Devet predloženih intervencija i obuhvaćenih područja poboljšanja



Izvor: Anteja ECG

Preporuka 1: Sprovođenje šeme podrške razvoju veština

Obrazloženje: Bez sumnje postoji nedostatak kvalifikovane radne snage koja je dostupna za sektor hrane i pića. Nacionalni obrazovni sistem je spreman da obezbedi dovoljno kvalifikovanih radnika. Čak i u slučaju da će se više napora uložiti u nadogradnju nastavnih planova i programa i infrastrukture nacionalnih centara za stručno obrazovanje ili univerziteta, to će potrajati i nejasno je u kojoj meri će biti moguće da takve institucije pružaju podršku koja je zaista potrebna.

Kao komplementaran pristup, obećavajući način će biti stimulisanje pružalaca obuke da postanu aktivniji u obezbeđivanju obuke radne snage u skladu sa potrebama sektora hrane i pića. Budući da je obuka i kvalifikacija zaposlenih dugotrajna i skupa, podrška će se pružiti takvim preduzećima zainteresovanim da ponude obuku i kvalifikacije za svoje osoblje.

Obećavajuća intervencija mogla bi biti šema grantova za razvoj veština⁵⁹. Glavni korisnici grant šeme su preduzeća za proizvodnju hrane i pića koja mogu dobiti savete u formulisanju internih planova razvoja veština i finansijsku podršku za razvoj veština kroz vaučere za obuku.

- Korisnici, uglavnom MMSP-ovi, mogu dobiti podršku u proceni potreba za obukom svojih radnika, npr. deo strategije veština, koja se može shvatiti kao preduslov za buduće aktivnosti obuke,
- Preduzeća mogu dobiti vaučere za programe obuke koji su relevantni za razvoj obaveznih veština, ili
- Pružaoci obrazovanja i obuke, naučne organizacije, udruženja ili poslovne organizacije članice mogu dobiti podršku za razvoj i sprovođenje novih programa obuke, kao i dodatnu podršku za formiranje međunarodnih partnerstava sa pružiocima obuke iz inostranstva.

Opseg ove šeme vaučera će biti da ponudi obuku za sve teme vezane za modernu proizvodnju hrane i pića, uključujući menadžment, sigurnost hrane, digitalizaciju ili marketing. Ako se uspešno sprovede, šema vaučera takođe može povećati svest o povećanoj potrebi za investiranjem u vlastite zaposlene. Olakšava osmišljavanje i sprovođenje prilagođenih programa obuke, ali i omogućava pružiocima obuke da prošire svoje znanje.

Primer dobre prakse

Šeme vaučera za razvoj veština postale su popularne pre otprilike 10 godina. Postoji nekoliko evropskih zemalja koje su uspešno sprovele slične šeme vaučera za obuku, poput Belgije, Bugarske ili Slovenije. Dok su se mnogi fokusirali na nezaposlene radnike, mnoge zemlje takođe omogućavaju i zaposlenim određene pogodnosti. Flamanski pristup je veoma uspešan, gde su takvi vaučeri za razvoj veština služili kao podsticaj za MMSP-ove da podrže svoje zaposlene u mogućnostima obuke na radnom mestu. To je omogućilo niskokvalifikovanim, ali i visokokvalifikovanim zaposlenima da imaju koristi. Potonji bi mogli koristiti takve vaučere za obuku usmerenu na karijeru.

Šema vaučera Vlade Flandrije nije se fokusirala na namenske sektore, već je uglavnom tražena za vrlo specifične, tehničke svrhe obuke, uklj. tehnologije prerade hrane ili IKT. Stopa finansiranja bila je 50%, što znači da je polovina troškova obuke nadoknađena vaučer šemom. Šema je sprovedena u bliskoj saradnji sa mnogim sektorskim udruženjima ili klsterskim inicijativama, koje su snažno reklamirale ovaj pristup svojim članovima⁶⁰.

59 Ova šema grantova će biti otvorena za sve proizvodne sektore, ne samo za hranu i piće, kao što su proizvodnja metala ili drveta, tekstilna ili hemijska industrija

60 Vlaanderen, 2021, <https://www.vlaanderen.be/en/training-vouchers-for-employees>

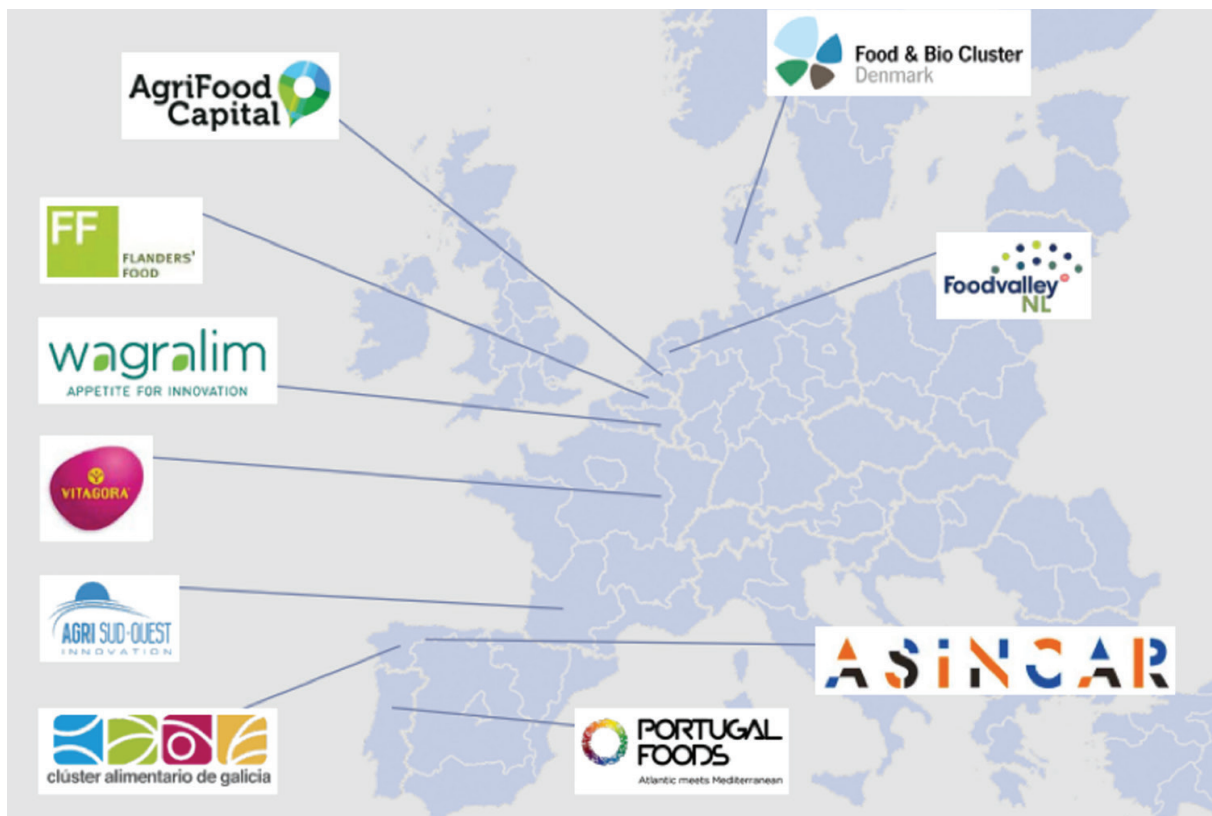
Preporuka 2: Razvoj klastera hrane i pića

Obrazloženje: Nacionalni pejzaž poslovnih članskih organizacija, sektorskih udruženja i klsterskih inicijativa je još uvek u embrionu ili čak ne postoji. Udruženje PePeKo osnovano je 2014. godine i predstavlja proizvođače hrane i povrća. Međutim, usluge koje se nude članovima i ukupni uticaj su ograničeni. Nedostaje bilo kakva inicijativa vezana za klaster hrane. Naprotiv, inicijative za klaster hrane igraju sve važniju ulogu. Kada se posmatra evropski klsterski pejzaž, postoji oko 100 takvih inicijativa za klaster, što naglašava važnost takvih entiteta. Slika 30 otkriva neke od najjačih inicijativa za klaster hrane u Evropi.

Glavni cilj predložene intervencije za podršku razvoju klastera hrane i pića na Kosovu je podrška razvoju inicijative klastera hrane i pića za poboljšanje konkurentnosti sektora. Intervencija će podržati buduću klstersku organizaciju u pružanju usluga za niz aktivnosti, uključujući umrežavanje, povezivanje, posredovanje u veštinama, pružanje obuke u oblasti tehnologija proizvodnje hrane, internacionalizacije, spajanja proizvodnih kapaciteta ili zajedničke inovacione aktivnosti. Podrška koju pruža ovakva klsterska organizacija će ojačati kapacitete članova iz sektora hrane i pića za saradnju, umrežavanje i inovacije, što će im zauzvrat omogućiti da postanu konkurentniji u svom ključnom sektoru.

Članovi klastera će predstavljati ceo lanac vrednosti hrane i pića, uklj. MMSP, organizacije za istraživanje i širenje znanja, pružaoce usluga poslovanja i znanja, vladine organizacije ili druga pravna lica.

Grafikon 30: Odabrane inicijative za klaster hrane u Evropi⁶¹



⁶¹ G. Meier zu Köcker, 2022, Klaster hrane Hamburg (na nemačkom jeziku) <https://www.hamburg.de/contentblob/16204992/9ecaeac45dcda45121d98a6f5ff8b895/data/studie-food-cluster-hamburg.pdf>

Primer dobre prakse**FoodRegio – Klaster inicijativa za prehrambenu industriju u severnoj Nemačkoj e.V.**

Klaster inicijativa foodRegio e.V. trenutno ima 81 člana, koji dolaze iz svih pet severnonemačkih saveznih država, Šlezvig-Holštajn, Meklenburg-Zapadna Pomeranija, Donja Saksonija, Hamburg i Bremen. foodRegio e.V. osnovana je 2007. godine, nakon već dve godine aktivnog umrežavanja, i od tada je povezana s regionalnom razvojnom agencijom grada LÜBECK-a. Uprava klastera postavila je sebi četiri osnovna cilja za svoj rad u klasteru. S jedne strane jačanje konkurentnosti kompanija članica centralni je element mera na kojima se zasniva podrška profitabilnom i održivom rastu kompanije.

Nadalje, foodRegio e.V. treba da se percipira kao nacionalna i međunarodna lokacija za prehrambenu industriju. foodRegio e.V. takođe organizuje važne oblasti rada preko radnih grupa, koje zauzvrat daju podsticaj za konkretne mere. Teme koje pokriva foodRegio e.V. od nabavke, logistike, tržišta i komunikacije, osoblja, obuke i kvaliteta/sertifikacije. Usluge klastera koje proizlaze iz ovih ciljeva i principa su, s jedne strane, kursevi obuke o širokom spektru tema u prehrambenoj industriji, koji se takođe nude kao formati za e-učenje. S druge strane, radne grupe iniciraju događaje o trendovima ili relevantnim dešavanjima. U oblasti inovacija razvijen je program za promociju start-up-a, Start-up Lab. Ovde foodRegio e.V. aktivno povezuje etablirane kompanije sa start-up-ovima iz prehrambene industrije. Osim toga, postoji saradnja sa programom GATEWAY49-Accelerator Tehničkog centra Lübeck, zajedno sa Privrednom komorom Lübeck. foodRegio e.V. organizuje u tom smislu seriju događaja kao i mentorske programe sa iskusnim preduzetnicima iz prehrambene industrije.

Inicijativu klastera delom finansira državni program Schleswig-Holstein "Wirtschaft Schleswig-Holsteins i podržan je od strane Evropskog fonda za regionalni razvoj (ERDF). Dalji prihodi se generišu od članarina, rangiranih prema veličini kompanije, kao i prema korporativnom telu (od 400 € za kompanije do 20 zaposlenih do 3000 € za velika Libeći preduzeća sa više od 1000 zaposlenih, kao i neprofitne organizacije i neproizvodna preduzeća.

Preporuka 3: Uspostavljanje sistema vaučera za stimulisanje inovacija na nivou preduzeća

Obrazloženje: Nalazi su otkrili da su investicije u inovacije i inovativnu proizvodnju ili tehnologije i dalje izuzetak. Uprkos činjenici da postoje određeni programi i šeme podrške kompanijama iz sektora hrane i pića koje nudi MPŠRR, nijedan od ovih podsticaja nije namenjen aktivnostima u ranoj fazi u oblasti inovacija i digitalizacije. Osmišljavanje i sprovođenje tzv. programa vaučera može biti slično kao što je dato u Preporuci 1, ali ima drugačiji obim. Program vaučera obično se sastoji od ekonomskih podsticaja koje lokalne, regionalne i nacionalne vlade dodeljuju preduzećima sa ciljem ispunjavanja unapred definisanih ciljeva. U ovom kontekstu, programi vaučera namenjeni su uglavnom MMSP-ovima.

Šeme vaučera su dobro prepoznate u Evropi i šire i pokazale su se kao efikasan alat za podršku MMSP-ovima u različitim oblastima. Preporučuje se sprovođenje vaučerskog programa koji stimuliše inovacije u sektoru hrane i pića. Preduzeća mogu koristiti vaučere da dobiju podršku od konsultanata, pružalaca obuke ili institucija za istraživanje i razvoj. Tražena podrška može pokriti

- Analizu inovacionog potencijala
- Upravljanje inovacijama

- Aktivnosti vezane za inovacije (ugovorno istraživanje, dokaz razvoja koncepta, izrada prototipa, testiranje i validacija)
- Razvoj prototipa
- Studije izvodljivosti
- Izradu i zaštitu patenta, ili
- Usluge poslovnog savetovanja, uključujući istraživanje tržišta, dizajn i brendiranje; poslovne strategije i
- Planiranje; projekti poboljšanja rada i upravljanja

Iznos vaučera će biti ograničen, npr. 5.000 € po vaučeru i podnosiocu (u roku od 24 meseca).

Primer dobre prakse

Vaučeri za inovacije u Velikoj Britaniji koji se nude za inovacije iznose do 2.500 funti (3.000 evra), deo finansiranja koji se nudi kompanijama koje ispunjavaju uslove da potroše na poslovne inovacione aktivnosti. Šema vaučera za inovacije bila je usmerena na MMSP-ove iz ključnih industrijskih sektora i imala je za cilj razvoj novih procesa i sistema za poboljšanje inovacija i proizvodne efikasnosti MMSP-ova. Ovom podrškom korisnici su trebali da na tržište iznesu nove, inovativne proizvode i usluge. Vrednost vaučera za inovacije je morala biti usklađena sa doprinosom od 1 £ na svaku primljenu £ 1. Tipična vrednost vaučera za inovacije bila je 2.500 funti (3.000 evra), što znači da biste takođe doprineli 2.500 funti za stvaranje ukupnog fonda za poslovne inovacije od 5.000 funti (6.000 evra). Da bi se stimulisali potencijalni podnosioci, data je besplatna podrška u vidu radionica za inovacije u poslovanju⁶².

Preporuka 4: Pojednostavljivanje pejzaža podrške za promociju izvoza

Obrazloženje: Uprkos činjenici da VK ima određene programe i imenovane subjekte, kao što je KIESA, za promovisanje napora na internacionalizaciji, aktivnosti privatnog sektora izgledaju fragmentisano, ne uvek usklađeno, često tradicionalno i, daleko, nedovoljno za uspostavljanje pogodnog okvira uslova za promociju izvoza. Nedostaje bilo kakva sistemska strategija. Pored toga, postojeći finansijski instrumenti koji podržavaju preduzeća zainteresovana da izađu na međunarodno tržište daleko ne zadovoljavaju potražnju privatnog sektora. Većina preduzeća iz sektora 2 hrane i pića su vrlo mala i izložena su niskim finansijskim kapacitetima, koji su potrebni da bi postali internacionalni. Kratkoročni krediti sa smanjenim subvencionisanjem kamatnih stopa za izvoznike mogu biti instrument koji obećava. Subvencionisanje kamatnih stopa za proizvođače hrane i pića sa izvoznim narudžbama može olakšati teret likvidnosti s kojim se suočavaju prilikom isporuke velikih narudžbi na stranim tržištima. Takve narudžbe obično su unapred finansirane od strane dobavljača.

Institucije, poput KIESA-e, imaju snažniju i aktivniju ulogu u podršci naporima MMSP-ova u internacionalizaciji. Podrška učešću i izlaganju na međunarodnim sajmovima hrane i pića, obuka preduzeća kako da se internacionalizuju, kao i jačanje mreža dijaspor su aktivnosti koje bi pomogle ovom sektoru da postane internacionalan. KIESA bi mogla biti ključni pokretač u ovom pogledu. Povećana vidljivost Kosova kao čvorišta za industriju proizvodnje hrane i pića će postati deo namenske strategije brendiranja.

62 Za više informacija: <https://www.innovation-vouchers.com/about/>

Racionalizacija šema podrške promociji izvoza će takođe sadržati nove i inovativne elemente. Npr. uključivanje kroz saradnju sa diplomatskim predstavništvima u inostranstvu. Kosovo je uspostavilo svoje diplomatske veze sa velikom većinom evropskih zemalja koje bi takođe mogle da služe kao olakšice trgovine i promoteri lokalnih brendova u inostranstvu. Imenovanje trgovinskih atašea u diplomatskim misijama na postojećim i novim potencijalnim izvoznim tržištima mogu zajednički pokrenuti MIPT i Ministarstvo inostranih poslova i dijaspore (MIPD).

Primer dobre prakse

Internacionalizacija je sastavni deo Nacionalne strategije pametne specijalizacije. Sa udelom izvoza od 80% u 2020., internacionalizacija je prevladavajuća opcija rasta domaćih kompanija. Shodno tome, Vlada nudi okruženje podrške za nova preduzeća koja žele napredovati na međunarodnom planu.

Kao deo svojih nastojanja ka internacionalizaciji, Slovenija je postavila doslednu strategiju brendiranja kako bi bolje komunicirala svoju Jedinственu prodajnu tačku („Slovenačka ekonomija je zelena, kreativna i pametna, što dokazuje njen fokus na zelenu ekonomiju i održivi razvoj kako bi postala napredno, društvo sa niskom emisijom ugljen dioksida koje aktivno odgovara na globalne izazove i ko-kreira nove trendove“). Slovenska vlada i javna institucionalna tela pružaju brojne besplatne usluge postojećim i potencijalnim slovenskim partnerima, investitorima, dobavljačima i izvozniciima, pomažući im da unaprede svoje prekogranično poslovanje, povećavajući geografsku diverzifikaciju slovenskog izvoza i stvarajući bolje uslove za izvoz slovenačkih kompanija na inostranim tržištima. SPOT Global koji vodi SPIRIT Slovenija funkcioniše kao one-stop-shop za sve potrebne informacije. Subjekti uključeni u mere podrške internacionalizaciji adekvatno su opremljeni i posluju na profesionalan način. SPIRIT je takođe zadužen za sprovođenje postojećih šema finansijske podrške za promociju izvoza i internacionalizaciju.

Šeme podrške se odnose na:

- promovisanje konkurentnosti i otpornosti slovenačkog izvoza,
- privlačenje, podrška i zadržavanje stranih investitora u Sloveniji,
- podrška slovenačkim kompanijama koje investiraju u inostranstvu,
- poboljšanje međunarodne vidljivosti slovenačke ekonomije,
- poboljšanje funkcionisanja samog ekosistema podrške internacionalizaciji.

Pored tradicionalnih mera kao što su sufinansiranje istraživanja tržišta i aktivnosti vezanih za sajmove i poslovne događaje za podsticanje kompanija za izlazak na strana tržišta, podrška je usmerena i na nove oblike podsticanja internacionalizacije kompanija, odnosno digitalizaciju kompanija, e-sadržaji kao deo poslovanja, novi poslovni modeli, partnerstva s ciljem zajedničkog izlaska na odabrano strano tržište i slične inicijative.

Osim toga, podrška je takođe usmerena na dobavljače, što uključuje prilagođene informacije o slovenskim dobavljačima, bazu podataka slovenskih izvoznika Sloexport, distribuciju upita među slovenskim izvoznici, organizaciju misija za utvrđivanje činjenica, veze s industrijom i lokalnim vlastima i savete o praktičnim pitanjima. Detaljnije informacije za slovenačke potencijalne dobavljače, poslovno okruženje, industrije i druge poslovne specifične informacije možete pronaći na portalu Slovenia Partner.

Preporuka 5: Ponovno aktiviranje bivšeg Inovacionog fonda

Obrazloženje: Većina preduzeća koja se bave hranom i pićem nemaju sredstva da pravilno investiraju u inovacije, ni na nivou proizvoda, tehnologije ili procesa. Niska sposobnost inoviranja, diversifikacije ili prilagođavanja potrebama nadolazećih klijenata je logična posledica. Većina ispitanika je potvrdila da postoji potreba za većom aktivnošću u inovacijama, ali nemaju odgovarajući pristup finansijama i znanju.

Poslednjih godina, GIZ CETEP je u saradnji sa ICK-om, uz podršku MIPT-a, pružio finansijsku podršku malim i srednjim preduzećima kroz grant šemu „Fonda za inovacije“. U 2019. godini nagrađeno je osam projekata. Izričito se preporučuje povećanje i jačanje Fonda za inovacije. Cilj „Fonda za inovacije“ je da odgovori na trenutnu situaciju, poboljšanjem konkurentnosti preduzeća u proizvodnom sektoru, promovišući diversifikaciju i omogućavajući preduzećima korisnicima da se uključe u inovacije (i istraživanje i razvoj). Šema će podržati kolaborativne inovativne projekte koji okupljaju različite kompanije ili kompanije i istraživačke organizacije za razvoj novih tehnologija i novih ili poboljšanih proizvoda i usluga.

Dok vaučeri za inovacije (preporuka 3) imaju za cilj da senzibilishu i povećaju svest MMSP-ova u pogledu inovacija, Fond za inovacije podržava istraživanje, razvoj i inovacije unutar preduzeća.

Prihvatljive aktivnosti u okviru šeme su:

- Industrijska istraživanja
- Eksperimentalni razvoj
- Zaštita intelektualne svojine i licenciranje
- Eksterne usluge potrebne za pripremu i sprovođenje projekta
- Nabavka opreme potrebne za realizaciju projekta

Primer dobre prakse

EIT Food je najveća i najdinamičnija svetska zajednica za inovacije u hrani. Ubrzava inovacije kako bi se izgradio sistem hrane za budućnost koji proizvodi zdravu i održivu hranu za sve. Nedavno je EIT Food pokrenuo Šemu fonda za inovacije s ciljem da podrži preduzeća i institucije za istraživanje i razvoj da postanu inovativniji. Fond za inovacije će podržati projekte inovacija u hrani koje sprovode preduzeća koja donose inovativna tehnološka rešenja na tržište. U okviru ovog Inovacionog fonda postoji nekoliko tematskih poziva. Prvi poziv u 2022. godini podržava mala i srednja preduzeća u proizvodnji zdravije hrane, neto nultoj proizvodnji hrane i uspostavljanju potpuno transparentnih, pravednih i otpornih sistema hrane.

Fond za inovacije podržava istraživačke, razvojne i inovacione napore kompanija i obezbeđuje sredstva u iznosu do 70% prihvatljivih troškova projekta kako bi se ponovo re-rizikovale neophodne investicije. Fond podržava komercijalizaciju postojećih prototipova ili dokaza koncepata, razvoj novih aplikacija za postojeće tehnologije prerade hrane ili vođenje tržišnih demonstracionih aktivnosti za tehnologije ili usluge visokog uticaja.

Fond obezbeđuje do 600.000 € godišnje. Finansiranje od 70% iz EIT-a mora biti upareno sa 30% sufinansiranja od strane korisnika. Aktivnosti na nivou tehnološke spremnosti 5 ili više moraju biti ciljane. Ukupan obim Fonda je oko 20 miliona evra. Pored toga, Inovacioni fond nudi obuku i informativne seminare za zainteresovane podnosioc⁶³.

Preporuka 6: Stimulacija inovacija i preduzetništva kroz podršku start-up-a

Obrazloženje: Kosovski prehrambeni ekosistem još uvek nije vođen inovacijama. Uglavnom zato što nedostaju inovativni MMSP-ovi i zbog nedostatka šema podrške za MMSP-ove da ulažu u inovacije. Međutim, postoje dobri dokazi da inovativni start-up-ovi mogu igrati odlučujuću ulogu pokretača inovacija. Štaviše, start-up-ovima u sektoru hrane i pića obično nisu potrebna velika investiranja i mogu brzo ući na tržište. Ipak, pokretanje posla ostaje rizična stvar, što sprečava mnoge inovatore u oblasti hrane i pića da započnu sopstveni biznis.

Uspostavljanjem šeme podrške za pokretanje sektora hrane i pića, VK bi mogla stimulisati stvaranje novih i inovativnih preduzeća. Dok slične inicijative za pokretanje poslovanja postoje za IKT preduzeća, takva podrška još nije na snazi za start-up-ove koji se bave hranom i pićem. Takva intervencija bi se trebala fokusirati na fazu pre setve kako bi se pokrenula inovativna poljoprivredno-prehrambena preduzeća. To može biti šema podređenog zajma sa niskim kamatnim stopama ili šema granta, u zavisnosti od konačnih ciljeva politike. Prvi će verovatno biti praktičniji.

Takva šema podrške start-up-ovima će se sprovesti u bliskoj saradnji sa postojećim inkubatorima kako bi se obezbedila nenovčana podrška za start-up preduzeća za hranu i piće.

63 Za više informacija o EIT-ovom pozivu za inovacije u hrani: <https://www.eitfood.eu/news/eit-food-launches-open-funding-call-for-food-innovation>

Primer dobre prakse

Pre-seed fond za Agrifoodtech start-ups (Startlife), koji sprovodi holandski region Gelderland, je primer dobre prakse kako takvi fondovi mogu stimulisati stvaranje mnogih novih poslova. Razvojna agencija OostNL nudi subordinirane zajmove prilagođene osnivaču u ranoj fazi start-up-a hrane i pića. Startlife nudi kredite od €25.000 do €250.000. Zajmovi se odobravaju isključivo u kombinaciji sa minimalno tromesečnom obukom i vođenjem od strane StartLife-a. Tako i osnivači mogu imati koristi od znanja i iskustva svetski poznatih korporacija i investitora iz poljoprivrednu i prehrambenu industriju.

Ključne determinante ove šeme podrške su

- Kamatna stopa: 3%
- Rok trajanja kredita: 6 godina
- Grejs period kredita i kamata: 24 meseca
- Šema otplate: 48 meseci
- Nije potrebno sufinansiranje/podudaranje
- Nije potrebna lična garancija

Šema je otvorena za start-up-ove mlađe od pet godina i koji imaju inovativnu poslovnu ideju⁶⁴.

64 Za više informacija: <https://start-life.nl/startups/funding-opportunities-for-startups/>

Preporuka 7: Osnivanje investicionog fonda za obnovu proizvodnje i povećanje proizvodnje

Obrazloženje: Studija je jasno istakla da kosovskim sektorom hrane i pića dominiraju mikro i mala preduzeća. U isto vreme je važna kritična masa u smislu veličine kompanije, posebno pošto su buduća tržišta rasta van Kosova. Moraju se ispuniti visoki zahtevi koji se odnose na sigurnost hrane i standarde i propise EU. Sa ekonomske tačke gledišta, logično je da kompanije mogu istovremeno da izvoze u većem obimu, kako bi mogle da rasporede napore i troškove izvoza na veći obim proizvodnje. Stoga će tema proširenja i povećanja proizvodnje postati važnija u budućnosti ako kosovske kompanije iz sektora hrane i pića žele da opstanu u međunarodnoj konkurenciji.

Međutim, proširenje proizvodnje uključuje značajne investicije, što je velika prepreka posebno za MSP-ove. Upravo tu i dolazi preporuka. Predloženi program podrške investicijama ima za cilj da pruži finansijsku podršku preduzećima koja su voljna i sposobna da prošire svoje proizvodne kapacitete. Takvo proširenje proizvodnje onda može predstavljati važan element strategije preduzetničkog rasta. Šeme podrške će po mogućnosti obezbeđivati grantove ili zajmove sa nižim kamatnim stopama koje osiguravaju finansijska sredstva kompanijama za odgovarajuće investicije. Ako se odabere grant šema, može se pokriti određeni iznos ukupne investicije (npr. 15% - 25%). Ako se preferira šema zajma, potrebna je državna šema zaostalih zajmova kako bi se pokrili delovi rizika koje banke imaju kada daju kredite manjim proizvođačima hrane i pića.

Primer dobre prakse

Kao rezultat nedavne krize, mnoge kompanije u Baden-Württembergu nisu bile u poziciji s finansijskim sredstvima da izvrše potrebne investicije u proširenje proizvodnje ili ekološki prihvatljivu proizvodnju kako bi se bolje snažili u budućnosti. Da bi se podržala konkurentnost lokalnih malih i srednjih preduzeća i da bi se zaštitila klima i očuvala životna sredina, potrebne su investicije u proširenje proizvodnje.

Grant šema „Future Investments“ imala je za cilj da omogući proširenje postojećih proizvodnih kapaciteta, kao i realizaciju efikasnih proizvoda i procesa na tržište, kako bi se održala konkurentnost lokalnih malih i srednjih preduzeća i na taj način stvorila ili sačuvala dodata vrednost i radna mesta, a istovremeno i doprinelo zaštiti klime. Grant šema je sprovedena početkom 2021. godine.

U okviru ove šeme, jedan tok finansiranja je ograničen na maksimalno 200.000 € po preduzeću podnosiocu zahteva. Akumulacija je moguća, uzimajući u obzir pravila akumulacije koja su u skladu sa članom 5. de minimis uredbe ili § 3. Uredbe o malim grantovima. Međutim, akumulacija je moguća samo ako su projekti mogući samo ako su prihvatljivi rashodi različiti i prepoznatljivi.

Sledeće investicije su kvalifikovane za finansiranje u okviru šeme grantova

a) Troškovi nabavke i proizvodnje za pokretnu materijalnu imovinu (nematerijalna dugotrajna sredstva, uključujući postrojenja, mašine i drugu opremu) koja se koriste u okviru subvencija u Baden-Württembergu, pod uslovom da su kapitalizovana i amortizovana, i da su kapitalizovani i amortizovani dodatni troškovi.

b) Materijalni troškovi i eksterne usluge za mere kvalifikacije koje služe osoblju u korišćenju novih mašina, sistema i procesa koji se i procesi promovisani prema ovom administrativnom propisu.

Stopa finansiranja varira između 10% i 25% u zavisnosti od veličine kompanije i do koje mere su ispunjeni kriterijumi vezani za životnu sredinu⁶⁵.

Preporuka 8: Smanjenje zavisnosti od sirovina iz inostranstva

Obrazloženje: Uprkos činjenici da se većina sirovina nabavlja lokalno ili regionalno, jedna četvrtina sirovina, posebno za proizvode s dodatnom vrednošću, su izvori iz EU (Slika 11). U vremenima povećanja troškova za sirovine ili nestašice zbog poremećenih lanaca snabdevanja, čini se da je preporučljivo uložiti više napora za podršku industriji hrane i pića kako bi postala manje o zavisna od sirovina iz EU. Postoji mnogo opcija za zamene, kao što su sastojci hrane. Povećana upotreba domaćih primarnih sirovina može imati pozitivne efekte na sigurnost snabdevanja sektora hrane i pića i stimulisati dalje preduzetništvo. Često postoji samo nedostatak svesti da alternativne sirovine mogu biti izvori lokalno ili regionalno. Podsticanje inovacija na nivou preduzeća (preporuka 5) ili stvaranje start-up-ova (preporuka 6) može motivisati nova preduzeća da uđu u lokalni biznis za proizvodnju sirovina.

Druga opcija za smanjenje zavisnosti od sirovina iz inostranstva je manja potrošnja. Znači, poboljšana efikasnost materijala i resursa u kompanijama za hranu i piće može značajno pomoći da se smanji upotreba sirovina. To se može postići podučavanjem/savetom o efikasnosti sirovina. Primena novih tehnologija re-

⁶⁵ Invest BW, <https://invest-bw.de/wp-content/uploads/2021/03/2021-03-22-VwV-Invest-BW-Zukunftsinvestitionen.pdf>

cikliranja ili kretanje ka poljoprivredi sa efikasnom upotrebom resursa takođe može pomoći preduzećima da koriste manje (sirovih) materijala. Primena novih tehnologija s fokusom na automatizaciju i digitalizaciju takođe igra bitnu ulogu.

Primer dobre prakse

Innovate UK, Defra i Savet za istraživanje biotehnologije i bioloških nauka (BBSRC) sproveli su program podrške, vredan 13 miliona evra, kako bi poboljšali efikasnost resursa i otpornost kompanija za proizvodnju hrane i pića u Velikoj Britaniji. Šema „Poboljšanje efikasnosti lanca snabdevanja hranom“ pokrenuta je 2014. godine i trajala je nekoliko godina. Bio je otvoren za svaku vrstu privatnog biznisa. Uticaj je bio prilično impresivan. Preduzeća iz gotovo svih podsektora hrane i pića iskoristila su priliku da se prijave za grantove namenjene razvoju inovativnih ideja kako povećati efikasnost proizvodnje i smanjiti unos sirovina. U okviru ovog obima podržano je više od 25 preduzeća. Mnoge inovacije i tehnička rešenja razvijena u okviru ove šeme su danas najmodernija⁶⁶.

Preporuka 9: Unapređenje politike trgovine i sigurnosti hrane

Obrazloženje: Kosovo je 27. oktobra 2015. potpisalo SSP koji je stupio na snagu aprila 2016. SSP predviđa progresivno smanjenje carina na uvoz poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda poreklom iz zemalja članica EU sa ciljem potpunog ukidanja carina ili drugih poreza. Istovremeno, Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju pruža ogromnu priliku za izvoz proizvoda hrane i pića sa Kosova na tržište EU bez ikakvih kvantitativnih ograničenja, carina ili drugih mera koje imaju ekvivalentan efekat. Međutim, poznato je da Evropska unija ima najviše sigurnosne i zahteve kvaliteta i standarde u proizvodnji i preradi poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. Razvoj i primena mera kvaliteta i bezbednosti u oblasti bezbednosti hrane zahteva usklađivanje kosovske politike i zakonodavstva sa zahtevima pravnih tekovina EU i visok nivo nadležnosti uprave nadležne za sprovođenje zakonodavstva koje pokriva gore navedene oblasti.

Trenutno, Kosovu nije dozvoljeno da izvozi žive životinje i hranu životinjskog porekla u EU, a izvoz drugih poljoprivrednih proizvoda podleže zahtevima sigurnosti i kvaliteta. Ostali proizvodi hrane i pića moraju ispunjavati uporedive visoke zahteve da bi bili uvezani u EU. Trenutna situacija sprečava mnoge kosovske proizvođače hrane i pića da u potpunosti iskoriste mogućnost izvoza u EU i zemlje u regionu koje usklađuju svoju nacionalnu politiku sa zahtevima pravnih tekovina EU prema Poglavlju 12 Sigurnost hrane, fitosanitarna i veterinarska politika. Povećan uvoz i nedostatak izvoznih mogućnosti već vrši pritisak na konkurentnost sektora hrane i pića na Kosovu. Štaviše, odložena integracija ili pun rad organa za kontrolu hrane nastavlja da utiče na poverenje potrošača na Kosovu u kvalitet i sigurnost domaćih proizvoda.

Preporučuje se dalja podrška AHV-u u ispunjavanju svih obaveznih zahteva, uz efikasno sprovođenje povezanih politika za hranu i sigurnost kako bi se smanjio teret za kosovske izvoznike hrane i pića. Mora se uložiti više napora sa strane DAK-a kako bi se ispunili međunarodni zahtevi za testiranje i sertifikaciju, čak i van glavnog delokruga propisa o sigurnosti hrane.

66 Spisak projekata i preduzeća finansiranih u okviru ove šeme možete pronaći ovde: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/548957/Improving_food_supply_chain_efficiency_-_competition_results.pdf

Pored toga, izvršiće se izmene i dopune Zakona o unutrašnjoj trgovini za uvozne proizvode. Domaći proizvođači prehrambenih proizvoda i pića sistematski su izloženi oštroj konkurenciji iz uvoza, a ponekad i diskriminisani na domaćem tržištu zbog svoje slabe pregovaračke moći. U mnogim slučajevima lokalni proizvođači nemaju isti tretman kao veletrgovci uvezenih proizvoda kada je u pitanju plasman i promocija proizvoda u maloprodajnim lancima širom Kosova. S obzirom da je Zakon o unutrašnjoj trgovini u reviziji, amandmane koji se bave pitanjem plasmana proizvoda i jednakog tretmana proizvoda bez obzira na njihovo poreklo, treba da razmotri Vlada.

9. Sledeći koraci

Pandemija COVID-19 i rat Ukrajine i Rusije doveli su do značajnog porasta cena sirovina i uticali su na isporuke mnogih proizvoda, uključujući hranu i piće. Prisutni su značajni izazovi jer su mnogi lanci nabavke sada prekinuti zbog ovih izazova. Ovo, u kombinaciji sa trgovinskim embargom nametnutim Rusiji, znači da se evropski kupci sada bore da pronađu zamene za nedostajuće uvozne proizvode. Nadalje, sve više pažnje poklanjaju skraćivanju svojih lanaca snabdevanja integracijom evropskih dobavljača umesto azijskih ili drugih dobavljača preko okeana.

Kosovo i druge zemlje zapadnog Balkana imaju priliku da zamene gubitak ovih tokova snabdevanja i uspostave nove modele lanca vrednosti i partnerstva u regionu i sa kompanijama širom Evrope. Ovakvi potencijali za kosovske proizvođače hrane i pića nisu vezani samo za rat u Ukrajini. Postoje i drugi pokretači za ulazak u nove lance nabavke. Ova situacija može dodatno podstaći razvoj sektora hrane i pića na Kosovu, koji se dobro razvio uprkos svim izazovima.

Uprkos potpuno obećavajućim razvojem za nacionalni sektor hrane i pića, postoji i niz izazova koje treba savladati kako bi sektor zaista mogao imati koristi od budućeg potencijala. Susedne zemlje su se takođe relativno dobro razvile poslednjih godina daljim unapređenjem svoje industrijske proizvodnje, uključujući hranu i piće. Ovo takmičenje mora biti uspešno savladano da bi ostalo konkurentno. Takođe je važno uspešno oblikovati digitalnu transformaciju, ali to podrazumeva i velika investiranja u mašineriju, tehnologiju i ljudske resurse. Istovremeno, kosovske kompanije moraju biti aktivnije u identifikaciji budućih tržišnih i tehnoloških trendova kako bi osigurale konkurentsku prednost nad svojim regionalnim konkurentima.

Predložene preporuke ukazuju na konkretna rešenja koja mogu pomoći sektoru da održi i dalje proširi svoju konkurentnost. Međutim, za uspeh su potrebna značajne javne i privatne investicije. Predložene mere imaju za cilj upravo da privatnom sektoru daju konkretne smernice kako bi lakše ulagao u buduće tehnologije i znanja. Na ovaj način bi moglo biti moguće podržati sektor hrane i pića na održiv način.

Preporučene mere zavise ne samo od odgovarajućeg dizajna, već i od profesionalnog sprovođenja. Međutim, u ovoj zemlji postoji malo iskustva sa sprovođenjem ovakvih mera i programa podrške. Važno je izbeći greške napravljene u prošlosti u mnogim zemljama Zapadnog Balkana. Intervencije se moraju sprovoditi na način usmeren na potrebe, brz i relativno nebirokratski. Kompaniji su potrebne brze odluke, a ne meseci čekanja.

Studija postavlja temelje javno-privatnom dijalogu o rezultatima i predloženim merama, koje bi na kraju trebale dovesti do ciljanog korišćenja ograničenih javnih sredstava gde mogu imati najveći uticaj na sektor hrane i pića.

