

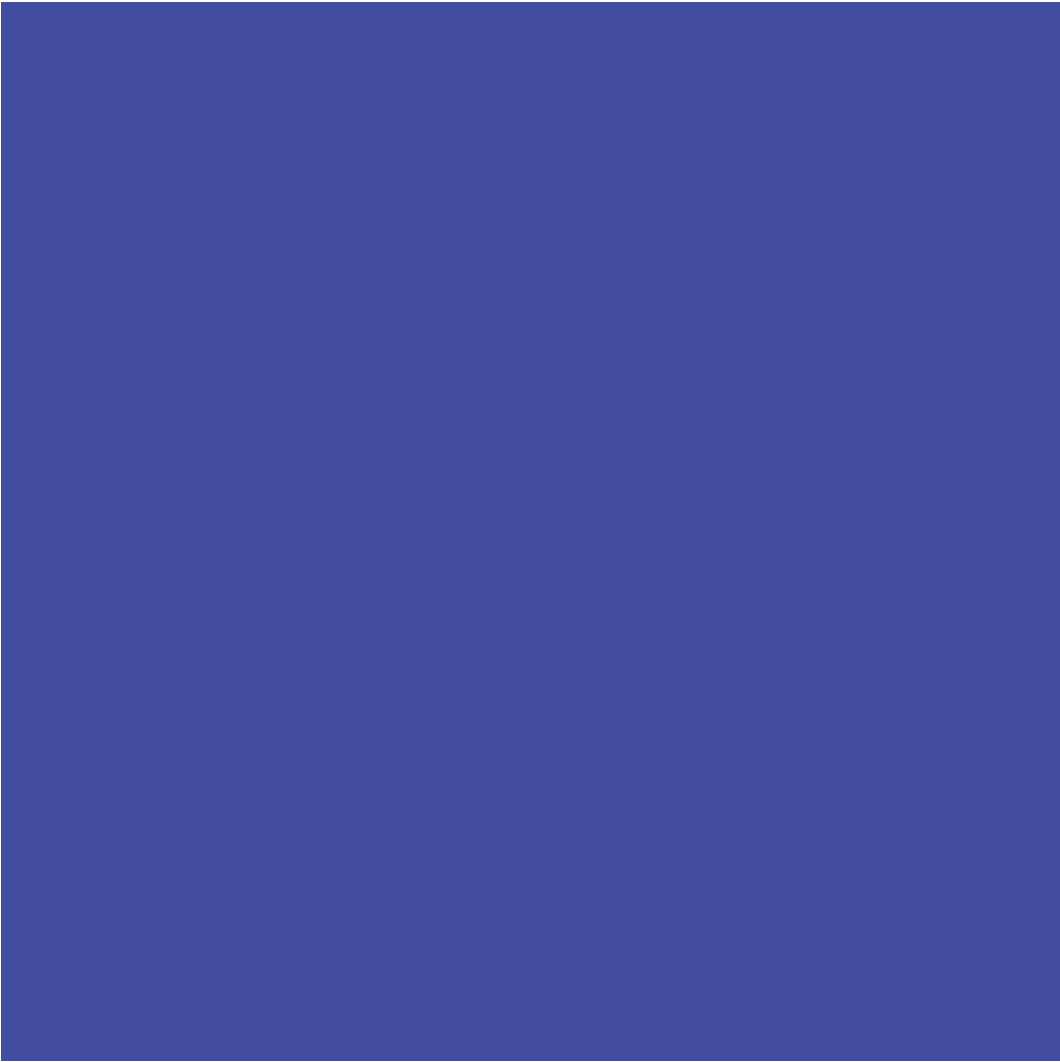


REPUBLIKA E KOSOVËS - REPUBLIKA KOSOVA - REPUBLIC OF KOSOVO
QEVERIA E KOSOVËS - VLADA KOSOVA - GOVERNMENT OF KOSOVO

MINISTRIA E TREGTISË DHE INDUSTRIË
MINISTARSTVO ZA TRGOVINU I INDUSTRIJU
MINISTRY OF TRADE AND INDUSTRY

PROFILI I SEKTORIT TË INDUSTRIË PLASTIKE DHE TË GOMËS





PROFILI I SEKTORIT TË INDUSTRIISË PLASTIKE DHE TË GOMËS

Mirënjohje

Ky raport është financuar nga Ministria për Punë të Jashtme të Finlandës në kuadër të projektit “Ndihmë Tregtisë”, që zbatohet nga Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim (UNDP).



Autorë:

Artane Rizvanolli

Anketa është realizuar nga UBO Consulting

Sigurimi i cilësisë i ofruar nga:

Departamenti i Industrisë, Ministria e Tregtisë dhe Industrisë
Ekipi i projektit “Ndihmë Tregtisë”, UNDP

Faqosja:

Studio “InDesign”, Prishtinë

Një mirënjohje e veçantë u takon të gjithë të anketuarve të këtij studimi.

Ky dokument nuk ka të drejtë autoriale prandaj përmbajtja e tij mund të përdoret pjesërisht ose plotësisht pa lejen paraprake të UNDP-së. Mirëpo, burimi i saj, duhet të citohet.

Pikëvështrimet e shprehura në këtë raport i përkasin autorit dhe nuk përfaqësojnë qëndrimin zyrtar të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, Programit të Kombeve të Bashkuara për Zhvillim dhe të Ministrisë për Punë të Jashtme të Finlandës.

Përmbajtja

Mirënjohe.....	3
1. Hyrje.....	6
2. Karakteristikat themelore të ndërmarrjeve dhe industrisë.....	7
2.1 Madhësia dhe përbërja e sektorit.....	7
2.2 Madhësia dhe shpërndarja gjeografike e ndërmarrjeve të sektorit.....	9
2.3 Pronësia e kompanive në këtë sektor.....	11
3. Prodhimi.....	12
3.1 Importimi i lëndëve të para dhe i produkteve të ndërmjetme.....	12
3.2 Rezultatet.....	13
3.3 Shfrytëzimi i kapaciteteve.....	14
4. Tregjet, eksportet dhe pengesat e eksportit.....	15
5. Punësimi dhe kapacitetet njerëzore.....	18
5.1 Punësimi, pagat dhe struktura demografike e punëtorëve.....	18
5.2 Kualifikimet e fuqisë punëtore.....	20
6. Asetet, investimet dhe inovacioni.....	22
7. Mjedisi Afarist.....	25
7.1 Pengesat për zhvillimin e ndërmarrjeve; perceptimet e ndërmarrjeve.....	25
Përfundimet.....	30
Referencat.....	32



1. Hyrje

Ky profil i sektorit ofron informata themelore lidhur me zhvillimet e fundit në sektorin e gomës dhe plastikës në Kosovë. Prandaj, ky profil mbulon ndërmarrjet e regjistruara sipas kodit 22 të klasifikimit NACE, Rishikimi 2 (Nomenclature des Activités Économiques dans la Communauté Européenne).

Profili bazohet kryesisht në burime zyrtare të të dhënave; në një hulumtim të ndërmarrjeve të kryer nga Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim (UNDP) për qëllime të këtij raporti; dhe në intervista të thukëta me menaxhmentin e lartë të njëjës prej kompanive më të suksesshme në këtë sektor, të Ferplast-it (Ferizaj). Diskutimet mbi karakteristikat e përgjithshme të sektorit, përfshirë madhësinë dhe përbërjen e tij, bazohen në të dhënat në dispozicion të Administratës Tatimore të Kosovës (ATK) dhe Agjencisë së Regjistrimit të Bizneseve të Kosovës (ARBK).

Bilanci tregtar i sektorit bazohet në të dhënat e ofruara nga Dogana e Kosovës. Të gjithë treguesit e karakteristikave dhe performancës së sektorit në nivel ndërmarrjesh janë grumbulluar përmes anketës së realizuar nga UNDP-ja gjatë muajve tetor dhe nëntor të vitit 2015. Mostra e kësaj ankete përbëhet prej 230 nga 526 kompanive private, të regjistruara në bazën e të dhënave të ATK-së në vitin 2015 sipas kodit 22, të cilat janë anketuar për qëllimet e këtij studimi. Marrë parasysh se sektori kryesisht përbëhet prej kompanive të niveleve të klasifikuara si 'mikro', anketa është përpjekur që të mbulojë të gjitha ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, dhe një mostër e mikro-ndërmarrjeve të përzgjedhura sipas rastit; mirëpo, për shkak të mos gatishmërisë, vetëm 24 nga 37 ndërmarrjet e vogla dhe të mesme kanë mundur të anketohen.

Më tej, gjatë procesit të studimit është arritur në përfundim se disa kompani, edhe pse të regjistruara sipas kodit 22, në fakt nuk prodhojnë produkte prej gomës/plastikës (në mesin e produkteve kryesore të tyre) dhe rrjedhimisht janë përjashtuar nga mostra. Prandaj, mostra përfundimtare e përdorur për këtë analizë përbëhet prej 225 kompanive.

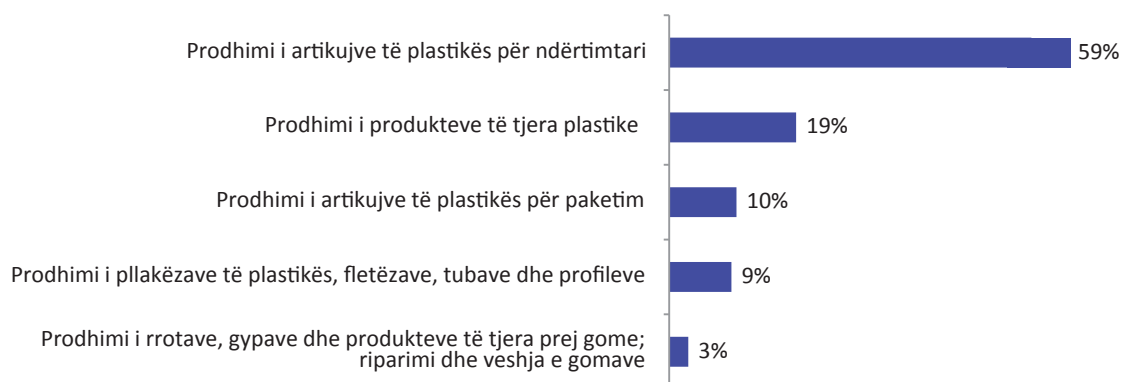
2. Karakteristikat themelore të ndërmarrjeve dhe industrisë

2.1 Madhësia dhe përbërja e sektorit

Sipas bazës së të dhënave të ATK-së, gjatë vitit 2015 në Kosovë kanë qenë të regjistruara 531 ndërmarrje aktive, në pajtim me kodin 22 të NACE-së (Rishikimi 2), shumica dërmuese e të cilave i takojnë prodhimtarisë së produkteve plastike¹. Në këtë periudhë kohore, ky sektor ka punësuar rreth 1,734 individ, prej të cilëve 95 % në sektorin privat dhe pjesa tjetër prej 5 % në ndërmarrjet shoqërore. Keni parasysh, megjithatë, se kjo shifër i referohet të dhënave administrative, dhe në këtë mënyrë ka të ngjarë që të nënvlerësojë ndjeshëm punësimin në këtë sektor për shkak të informalitetit.

Sipas të dhënave të ndara në nivelin 4-shifror të NACE-së (Rishikimi 2), aktiviteti kryesor në sektorin e plastikës dhe gomës në Kosovë është prodhimi i produkteve të plastikës për ndërtimtarë (NACE 2223), që përbënë 59% të kompanive dhe përfshin prodhimin e dyerve, dritareve, kornizave, roletave, mbulesave të dyshemesë, etj. (Figura 1). Aktiviteti i dytë për sa i përket numrit të ndërmarrjeve afariste (19%), është prodhimi i artikujve "tjerë" plastik, të cilët, siç përcaktohet në kodin NACE 2229, përfshijnë produkte plastike për kuzhinë, pjesë plastike për ndriçim, për zyra ose materiale shkollore, etj. Prodhimi i artikujve të plastikës për ambalazhim/paketim, si shishe, qese/thasë, etj. (NACE 2222) dhe prodhimi i pllakëzave të plastikës, fletëzave, tubave dhe profileve plastike (NACE 2221), që përbën 9% të kompanive tjera në këtë sektor. Pjesa e mbetur prej 3% e kompanive, janë të përfshira në prodhimin e gomave të jashtme dhe të brendshme të automjeteve; veshja dhe riparimi i gomave (NACE 2211) dhe në prodhimin e produkteve të tjera prej gome, të tilla si shiritat transportues, gomat dhe pjesët tjera të këpucëve, fijet dhe stofi prej gome, etj. (NACE 2219)².

Figura 1: Shpërndarja e ndërmarrjeve sipas veprimtarisë kryesore



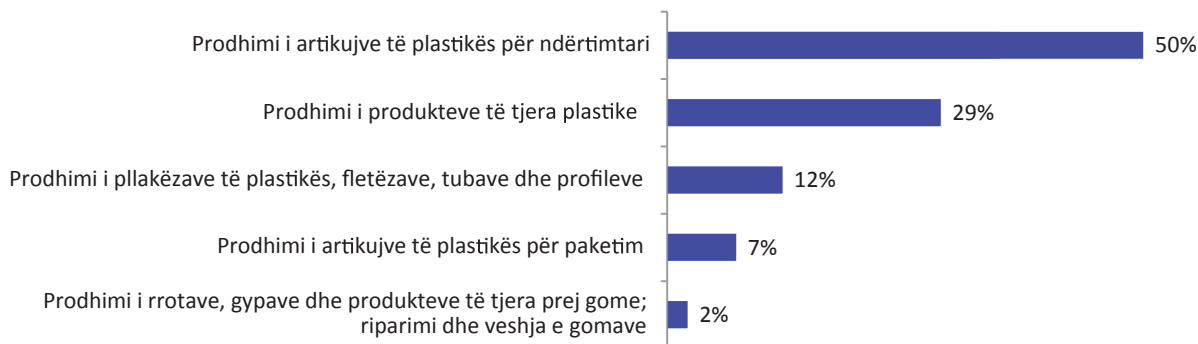
Burimi: ATK (2015)

1 Pas shqyrtimit fillestar, është konstatuar se kompania më e madhe e regjistruar në bazë të këtij kodi, kompania Solid, ka një aktivitet të ndryshëm primar (prodhimin e këpucëve), prandaj është përjashtuar nga mostra, dhe statistikën përshkruese për sektorin janë bazuar në 530 kompanitë e mbetura të regjistruara.

2 Në procesin e studimit është konstatuar se disa kompani janë regjistruar sipas kodit 22 të NACE, edhe pse ato është dashur të regjistrohen sipas kodeve të tjera. Në mostër janë mbajtur ato kompani të cilat përfshijnë prodhimin e produkteve plastike, të tilla si, për prodhimin e mbathjeve (këpucëve) prej gome (të cilat është dashur të regjistrohen me kodin 1520) ose për prodhimin e mobilie plastike (sipas kodeve 3101, 3102 dhe 3109). Kompanitë tjera të cilat janë të përfshira në aktivitete të cilat nuk janë të ndërlidhura (p.sh. dyer alumini, etj.), janë përjashtuar nga mostra.

Shpërndarja e punësimit në të gjithë nën-sektorët përgjithësisht ndjek shpërndarjen e dhënë më sipër (Figura 2).

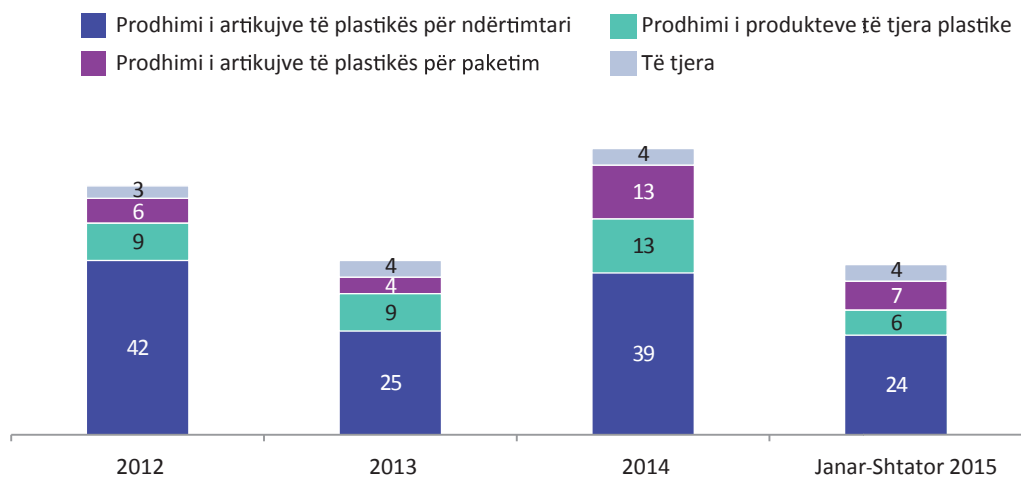
Figura 2: Shpërndarja e punësimit sipas veprimtarisë kryesore



Burimi: ATK (2015)

Shpërndarja e kompanive të sapo regjistruara viteve të fundit në sektor, është gjerësisht e ngjashme me ato të kompanive aktive të paraqitura më lartë. Prodhimi i artikujve të plastikës për ndërtimtari kryeson në aspektin e krijimit të kompanive, që përbën 61% të numrit të kompanive të reja të regjistruara gjatë periudhës janar 2012 dhe shtator 2015, kurse produktet e ambalazhimit/paketimit dhe produktet tjera përbëjnë edhe rreth 32% (Figura 3)³.

Figura 3: Numri i ndërmarrjeve të sapo-regjistruara sipas veprimtarisë



Burimi: ARBK (2015)

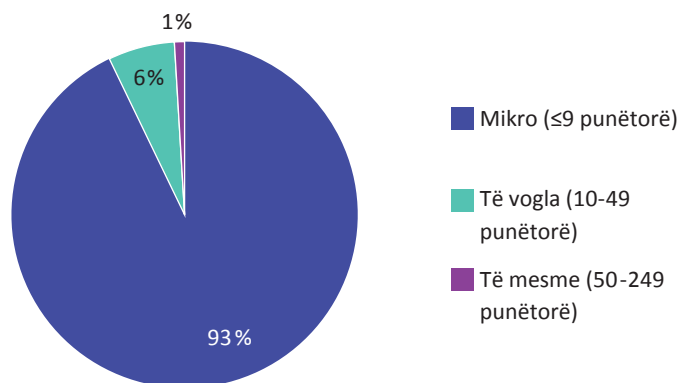
³ Është marrë po ashtu parasysh numri i subjekteve afariste të mbyllura në të gjithë nën-sektorët, dhe është llogaritur krijimi i firmave neto (si hapja e bizneseve të reja, minus ato të mbyllura), megjithatë, rezultatet kanë qenë të ngjashme dhe nuk kanë paraqitur ndonjë të dhënë shtesë mbi performancën përkatëse të nën-sektorëve.

Në funksion të kësaj analize, rezultatet janë ndarë në vetëm dy sektorë: në prodhimin e artikujve të plastikës për ndërtimtari dhe të artikujve tjerë prej plastike dhe gome, që përfshinë kompanitë të cilat janë në kuadër të të gjitha kodeve të mësipërme të NACE-së, dhe dominohet nga produktet plastike (në vend të atyre prej gomës). Ky nivel i ndarjes është zgjedhur për shkak të koncentrimit të kompanive të cilat prodhojnë artikuj të plastikës për ndërtimtari, duke lënë nën-sektorët tjerë me mostra të cilat janë tepër të vogla për të qenë përfaqësuese; dhe vështirësitë në klasifikimin e shumë kompanive të cilat prodhojnë kombinime të produkteve, të cilat hyjnë në kuadër të nën-sektorëve të ndryshëm të NACE-së.

2.2 Madhësia dhe shpërndarja gjeografike e ndërmarrjeve të sektorit

Ngjashëm me pjesën tjetër të sektorit privat në Kosovë, shumica e kompanive në sektorin e plastikës dhe gomës janë mikro-ndërmarrje, të matura sipas numrit të të punësuarve të tyre (Figura 4). Vetëm 1% e ndërmarrjeve në këtë sektor punësojnë 50 apo më shumë punëtorë, megjithatë asnjë prej tyre nuk janë kompani të mëdha (d.m.th. me 250 apo më shumë të punësuar).

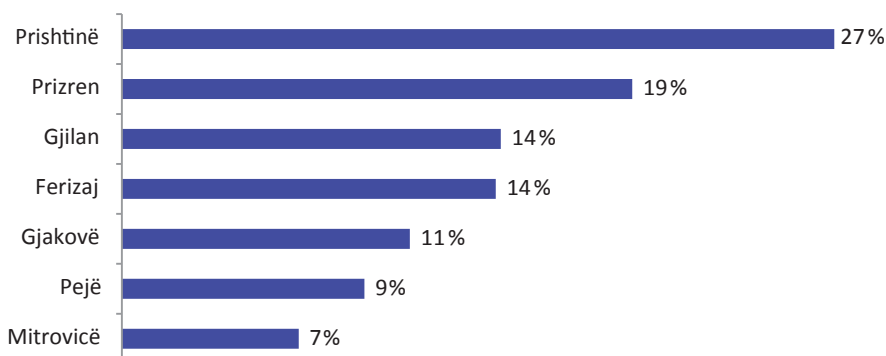
Figura 4: Shpërndarja e ndërmarrjeve sipas madhësisë



Burimi: ATK (2015)

Nuk duket të ketë një përqëndrim gjeografik të kompanive në sektorin e gomës dhe plastikës (Figura 5). Prishtina ka numrin më të madh të kompanive në këtë sektor, e pasuar nga Prizreni, Gjilani dhe Ferizaji.

Figura 5: Shpërndarja e ndërmarrjeve sipas rajonit



Burimi: ATK (2015)

Rubrika 1: Histori e suksesit: Ferplast

Ferplast është prodhues i tubave të plastikës në Ferizaj. Produktet e saj përfshijnë gypat për ujësjellës, kanalizim dhe drenazhim, dhe për mbrojtjen e kablllove. Ferplast është themeluar në vitin 1996 nga investitorët vendor dhe aktualisht ka të punësuar 41 punonjës. Kapitali fillestar, si dhe rritja e kompanisë, janë financuar nga kapitali vetanak. Kompania nuk ka shfrytëzuar kreditë bankare dhe përgjatë 20 viteve të operimit të saj ka pranuar një grant modest nga donatorët për bashkë-financimin e kostos fillestare të futjes në përdorim të ISO standardeve në vitin 2007.

Tregu kryesor i Ferplast-it është Kosova, pasuar nga Shqipëria; destinacionet tjera të eksportit përfshijnë Maqedoninë, Bullgarinë, Malin e Zi, Serbinë dhe Zvicrën. Kompania ka filluar të eksportojë që nga viti 2009 dhe që nga atëherë ka arritur të rrisë vazhdimisht eksportin, duke arritur në 1.4 milionë Euro në vitin 2015 (nga vetëm 77,000 Euro në vitin 2009). Perspektivat eksportuese të kompanisë janë raportuar të jenë të ndritshme si rezultat i: (i) një investimi të ri në një linjë të re të prodhimit të gypit Ø2000 i cili nuk prodhohet në rajon, dhe (ii) lirimi i makinerisë dhe lëndëve të para nga pagesa e TVSH-së (në kufi) nga viti 2015.

Menaxhmenti i kompanisë ia atribuon suksesin e tij investimeve të vazhdueshme në teknologjinë e re. Certifikimi me ISO standard konsiderohet si thelbësor për kompanitë në sektorin që synojnë të importojnë. Kur janë pyetur se pse kompanitë Kosovare nuk i zbatojnë këto standarde, menaxhmenti i Ferplast thekson se është i shtrenjtë – e jo aq shumë kostoja fillestare e certifikimit, por kostoja e respektimit të vazhdueshëm të këtyre standardeve.

Sipas Ferplast, pengesat kryesore me të cilat përballlet sektori janë të ndryshme. Një nga këto është furnizimi dhe kostoja e energjisë, veçanërisht tarifat e larta gjatë dimrit, të cilat dyfishojnë kostot e energjisë dhe bëjnë që kompania të punojë me kapacitet të dukshëm më të ulët gjatë muajve të dimrit; si rezultat, disa nga punonjësit e saj mbeten pa punë për periudha kohore (disa muaj) dhe kompania nuk mund të akumulojë stoqe të cilat do t'ia mundësonin asaj të jetë më fleksibile në vendosjen e çmimeve të produkteve dhe kështu të jetë më konkurruese në tregjet rajonale. Konkurrenca e produkteve të importuara të lira por me cilësi të ulët (d.m.th. produktet që janë nën standardet e industrisë, p.sh. për shkak të lëndëve të para apo peshës jo të duhur), të cilat nuk testohen në kufi është një faktor tjetër kyç që pengon konkurrueshmërinë e kompanive lokale (jo vetëm në këtë sektor), sipas Ferplast. Në anën tjetër, autoritetet në vendet rajonale jo vetëm që nuk lejojnë importet e produkteve me cilësi të ulët, por gjithashtu dekurajojnë importet përmes procedurave të gjata burokratike. Disponueshmëria dhe cilësia e punonjësve të aftësuar nuk konsiderohet e kënaqshme por kompania është përballur me këtë problem përmes përvojës dhe trajnimit të vazhdueshëm: sa herë që prezantohet një makineri e re, furnizuesi i makinerisë kontraktohet për ofrimin e trajnimit të specializuar dy mujor dhe kjo ka qenë e mjaftueshme për trajnimin e personelit të prodhimit, ndërsa personeli i laboratorit testues të kompanisë është dërguar për trajnim jashtë vendit.

Së fundi, mungesa e informacioneve mbi tregun dhe ideve inovative mbi atë se ku të investohet besohet të jenë një pengesë për këtë sektor, si dhe sektorin privat në përgjithësi. Si rezultat, në vend të investimit në produktet inovative konkurruese, firmat nganjëherë thjesht kopjojnë kandidatët dhe përfundojnë duke bërë investimeve jo të duhura në sektorë të ngopur. Publikimi i të dhënave të tregut, si p.sh. mbi trendet e importeve për produkte specifike, konsiderohet të jetë përpjekje e thjeshtë – por e rëndësishme – që mund të ndërmerret nga institucionet në këtë aspekt.

2.3 Pronësia e kompanive në këtë sektor

Sipas të dhënave të ATK-së, 77% e kompanive në sektorin e gomës dhe plastikës janë regjistruar si kompani individuale⁴, pasuar nga kompanitë me përgjegjësi të kufizuar (19%). Sipas të dhënave të anketës (UNDP, 2015), pronarët (kryesorë) të kompanive në këtë sektor janë kryesisht shqiptarë⁵ dhe janë meshkuj. Më pak se 3% e kompanive janë raportuar të kenë pronarë femra; midis tyre, gratë kanë në pronësi, mesatarisht 50% të kompanisë. Më pak se 3% janë në pronësi të të huajve, gjysma e tyre janë nga diaspora.

Mosha mesatare e pronarëve (kryesorë) në sektor është 42 vjeç. Dy të tretat e pronarëve janë mes 30 dhe 49 vjeç, ndërsa më pak se 10% janë në të njëzetat e tyre (Tabela 1).

Tabela 1: Mosha e pronarit (kryesorë)

Mosha	Përqindja (%)
20 - 29 vjeç	9%
30 - 39 vjeç	30%
40 - 49 vjeç	36%
50 ose më shumë vjeç	25%
Gjithsej	100%

Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Shumica e pronarëve të kompanive të sektorit, duke përfshirë edhe pronarët femra, kanë të përfunduar arsimin e mesëm, si niveli i tyre më i lartë i arsimimit; pjesa tjetër janë kryesisht të diplomuar të shkallës së tretë të arsimimit (Tabela 2).

Pothuajse dy të tretat e pronarëve kryesorë të kompanive në këtë sektor kanë të përfunduar shkollimin e mesëm, si niveli i tyre më i lartë i arsimimit; pjesa tjetër prej (25%), kanë kryesisht të përfunduar arsimin e lartë apo pas-universitar, ose (13%) kanë të përfunduar më pak se arsimin e mesëm.

Tabela 2: Niveli i arsimimit të pronarëve (në %)

Niveli i arsimimit	Në përgjithësi
Më i ulët se i mesëm	1%
I mesëm	85%
Terciar apo më i lartë	14%
Gjithsej	100%

Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

4 Megjithatë, në anketë rreth 10% e atyre që janë deklaruar se janë (apo janë të regjistruar si) biznese individuale, raportohen të kenë më shumë se një pronar; këto kanë mundësi të jenë biznese familjare.

5 Në mesin e firmave të anketuara, vetëm një ka raportuar të ketë pronar turk.

3. Prodhimi

3.1 Importimi i lëndëve të para dhe i produkteve të ndërmjetme

Kompanitë e prodhimtarisë së plastikës dhe gomës kryesisht importojnë lëndën e parë dhe atë të ndërmjetme. Më shumë se gjysma (59%) e kompanive të anketuara importojnë të gjithë lëndën e parë dhe produktet e ndërmjetme (gjysmë të përpunuara), ndërsa 18% e tyre sigurojnë ato në vend (Tabela 3). Lënda e parë dhe produktet e ndërmjetme të importuara, furnizohen kryesisht nga tregtarët vendorë.

Tabela 3: Struktura e lëndës së parë dhe produkteve të ndërmjetme

Burimi i lëndëve të para dhe produkteve të ndërmjetme	Përqindja e kompanive (%)
Të prodhuara ekskluzivisht në nivel lokal, nga të cilat	18
Prodhimi i brendshëm apo përzjerje e atij të brendshëm dhe tjera	4
Prodhuesit lokal	14
Përzjerja e atyre të prodhuara në nivel lokal dhe të importuara	23
Të importuara në mënyrë ekskluzive, nga të cilat	59
Prodhuesit lokal	40
Tregtarët apo prodhuesit ndërkombëtar	10
Përzjerja e burimeve të mësipërme të importit	9

Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

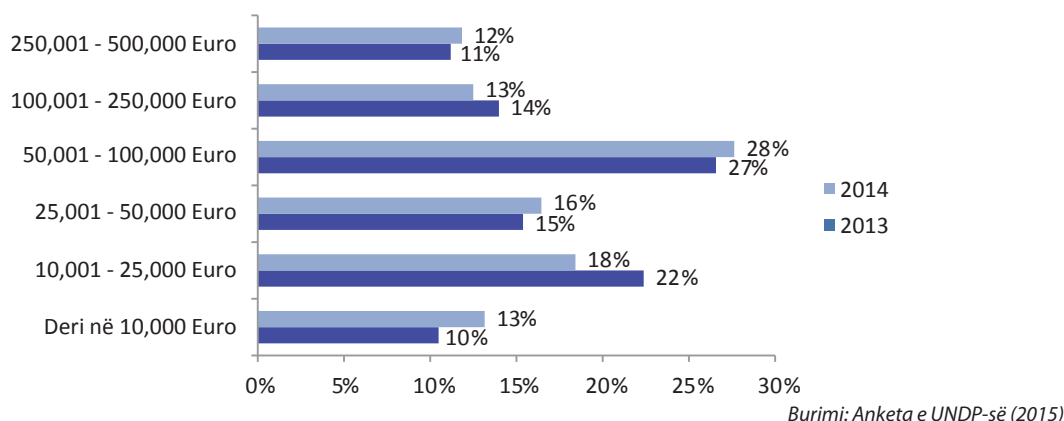
Lëndët më të zakonshme të cilat importohen janë: Polietileni me Dendësi të Lartë (HDPE), Klorur i Polivinilit (PVC) dhe grimca (granula) të Polipropilenit (PP), profile dhe shtresa nga PVC-ja, xhama⁶, etj. Lëndët dhe materialet e importuara vijnë kryesisht nga Gjermania (që përbënë gati dy të tretat e vlerës së importit), pasuar nga Hungaria, Maqedonia, Austria, Turqia dhe Serbia.

6 Duhet pasur parasysh se një nga produktet më të shpeshta të këtij sektori janë dritaret.

3.2 Rezultatet

Nga kompanitë të cilat kanë raportuar rezultatet e tyre⁷, rreth dy të tretat kanë raportuar produkte prej 10,000 – 100,000 Euro (Figura 6 më poshtë). Në mesin e kompanive që kanë raportuar rezultatin e tyre për dy vjet, në vitin 2014 pothuajse 40% kanë raportuar rritje në vlerën e prodhimit, 40% kanë raportuar që nuk ka asnjë ndryshim në prodhim, ndërsa 20% kanë raportuar rënie.

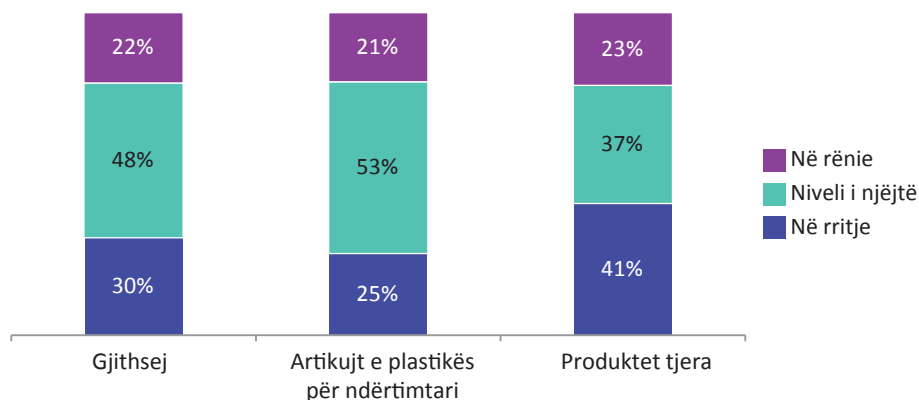
Figura 6: Vlera vjetore e rezultatit, 2013 dhe 2014



Në përgjithësi, në këtë grup të kompanive, prodhimi është rritur me rreth 3% nga viti në vit. Ndarja e të dhënave në nën-sektor tregon se rritja e artikujve të plastikës për ndërtimtari tek nën-sektori ka qenë 1%, ndërsa prodhimi i produkteve të tjera të plastikës dhe gomës është rritur me 7.5%, duke sugjeruar një tendencë për diversifikim të sektorit.

Kur janë pyetur për pritshmërinë e performancës në të ardhmen, përgjigjet kanë qenë mjaft pozitive. Pak më shumë se 20% të kompanive presin që shitjet e tyre të ulen në krahasim me vitin e kaluar (me një mesatare prej 22%), dhe kjo përqindje është e ngjashme në të gjithë nën-sektorët (Figura 7). Megjithatë, dallimet dalin në lidhje me përqindjen e bizneseve që presin rritje të shitjeve të tyre. Prodhuesit e produkteve të plastikës dhe gomës ndryshe nga artikujt e plastikës për ndërtimtari kanë më shumë gjasa të presin rritje në shitjet e tyre, dhe raportojnë rritje më të lartë të pritshme, mesatarisht (13%, në krahasim me 10% për kompanitë me artikuj të plastikës për ndërtimtari).

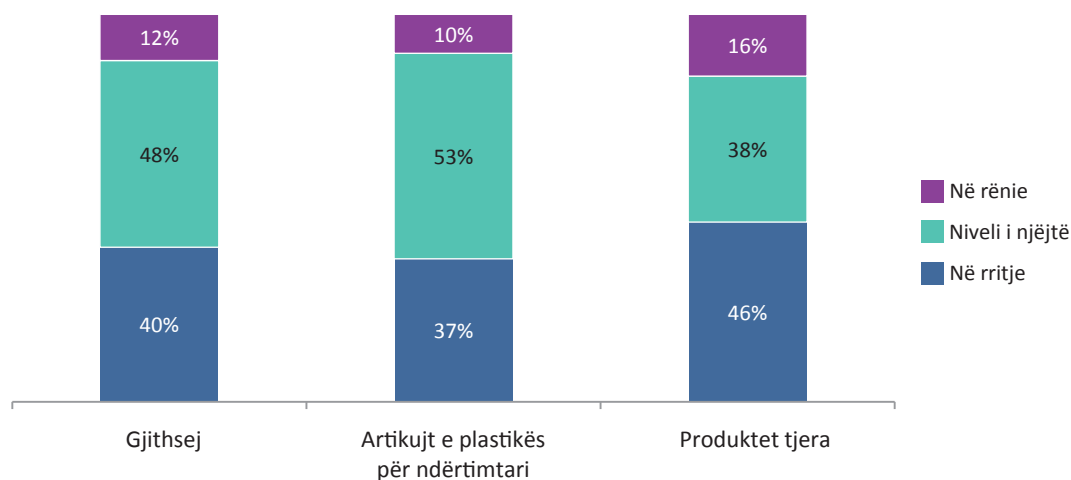
Figura 7: Pritjet në lidhje me shitjet vetanake në krahasim me vitin e kaluar



7 143 në vitin 2013 dhe 152 në vitin 2014

Edhe disa nga kompanitë të cilat nuk kanë pritshmëri pozitive për shitjet e tyre duket se raportojnë një opinion pozitiv të sektorit. Këtu, gjithashtu, një pjesë e madhe e prodhuesve të produkteve të tjera të plastikës dhe gomës, në krahasim me homologët e artikujve të plastikës për ndërtimtari janë të mendimit se sektori i tyre është në rritje (Figura 8). Megjithatë, ka edhe një përqindje disi më të lartë të atyre që raportojnë se sektori është duke u pakësuar (në krahasim me mbetjen në të njëjtin nivel).

Figura 8: Përceptimet e pikëpamjes së performancës së sektorit



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

3.3 Shfrytëzimi i kapaciteteve

Sipas rezultateve të anketës, shfrytëzimi i kapaciteteve në sektor është mjaft i lartë. Rreth 80% e kompanive kanë shfrytëzuar rreth 60% dhe 100% të kapacitetit të tyre në vitet e mëparshme (Tabela 4). Rreth 28% e firmave kanë shfrytëzuar të gjitha kapacitetet e tyre në vitin 2014. Në vitin 2014, niveli mesatar i raportuar i shfrytëzimit të kapaciteteve ka qenë 72.7% duke shënuar një ndryshim të vogël prej më pak se 1 pikë përqindje në krahasim me vitin e kaluar.

Tabela 4: Shfrytëzimi i kapaciteteve

Shfrytëzimi i kapaciteteve	Përqindja e kompanive	
	2013	2014
Më pak se 40%	3%	2%
40%-59%	22%	19%
60%-79%	34%	38%
80%-100%	41%	41%
Gjithsej	100%	100%

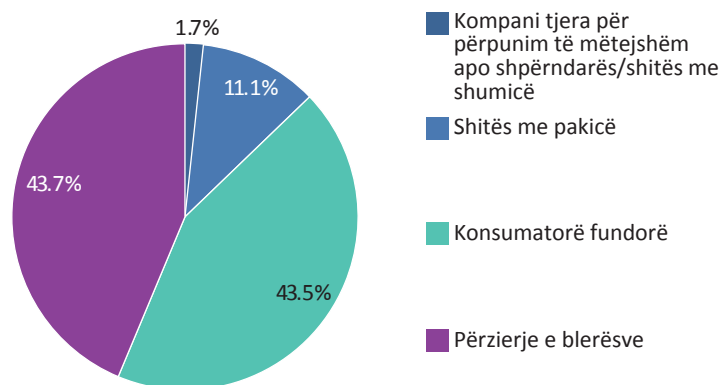
Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Shfrytëzimi i kapaciteteve është pak më i lartë në prodhimin e artikujve të plastikës për ndërtimtari në krahasim me prodhimin e produkteve të tjera të plastikës dhe të gomës (73.8% dhe 70.4%, respektivisht).

4. Tregjet, eksportet dhe pengesat e eksportit

Nga të gjitha kompanitë e anketuara në sektorin e plastikës, rreth 44% shesin prodhimet e tyre vetëm për konsumatorët final, ndërsa 44% të tjerë shesin prodhimet e tyre tek blerës të përzier (që përbëhet kryesisht nga shitësit, konsumatorët final dhe shpërndarësit/shitësit me shumicë) (Figura 9). Më pak se 2% të kompanive ia shesin prodhimin e tyre firmave të tjera për përpunim të mëtejshëm.

Figura 9: Struktura e blerësve

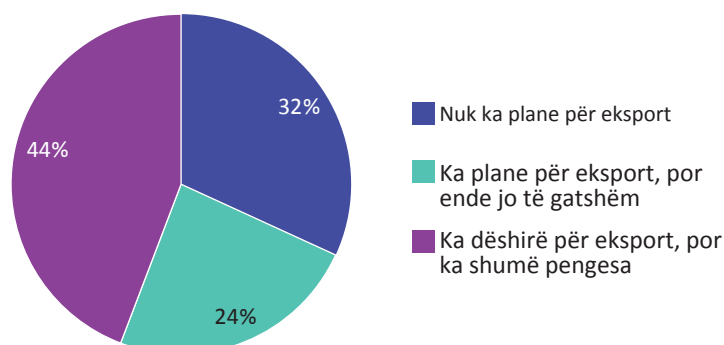


Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Rreth një nga katër kompani të anketuara raportojnë që ata eksportojnë disa nga produktet e tyre. Përqindja e kompanive eksportuese është pak më e lartë (me 3 pikë përqindje) në krahasim me kompanitë që prodhojnë artikuj të plastikës për ndërtimtari.

Nga kompanitë që aktualisht nuk eksportojnë, vetëm rreth një e treta raportojnë se ata nuk kanë për qëllim të eksportojnë, ndërsa pjesa tjetër ka dëshirë të eksportojë por ndjejnë se ka shumë pengesa apo nuk janë të gatshëm të eksportojnë akoma (Figura 10).

Figura 10: Planet për eksport të kompanive që aktualisht nuk eksportojnë



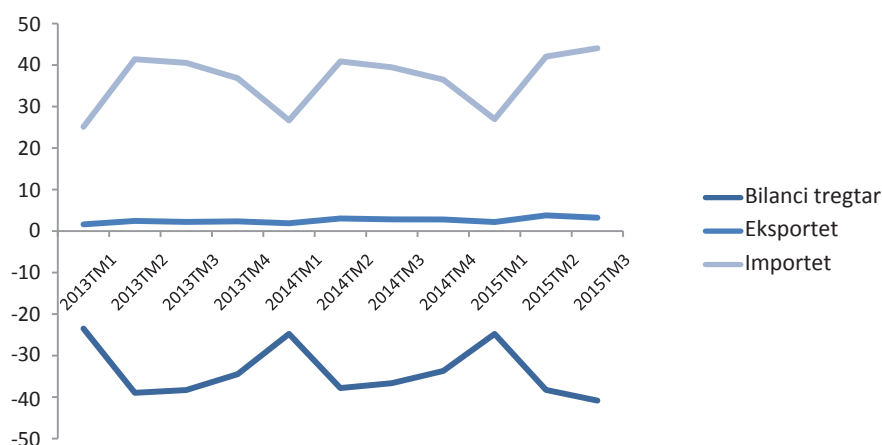
Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Në mesin e atyre kompanive që eksportojnë, përqindja mesatare e eksportit është 13%, me kompani të cilat kanë raportuar eksportim në mes të 10% - 20% të shitjeve të tyre të përgjithshme në vitin 2014. Eksportet kryesore të sektorit janë dyert dhe dritaret, pastaj rolete për dritare, tuba dhe profile, mobile kuzhine, etj. Destinacionet kryesore të eksportit janë Gjermania dhe Zvicra, pastaj Maqedonia, Shqipëria, Mali i Zi, Austria dhe disa vende të tjera të BE-së. Edhe pse relativisht pak kompani kanë siguruar të dhëna të hollësishme mbi aktivitetet e eksportit, është interesante të theksohet se, për ato që kanë raportuar detaje, BE-ja dhe Zvicra përbëjnë mbi 70% të eksporteve totale të tyre.⁸

Në bazë të të dhënave të anketës, numri i kompanive eksportuese në sektor është rritur në mënyrë të konsiderueshme (me rreth 25%), në vitin 2014 në krahasim me vitin e kaluar. Në të njëjtën mënyrë, shumica e kompanive eksportuese kanë raportuar rritje nga viti në vit, ose të njëjtën vlerë të eksportit si në vitin 2014. Në përgjithësi, kompanitë e anketuara të cilat kanë ofruar vlerën vjetore të eksporteve kanë pasur rritje të eksporteve me 45%.⁹

Analizimi i statistikave zyrtare gjithashtu sugjeron se eksportet e sektorit janë rritur gjatë viteve të fundit (Figura 11). Në anën tjetër, në vitin 2014, eksportet e produkteve të plastikës dhe gomës janë rritur me 22% nga viti në vit, ndërsa importet kanë pësuar rënie. Në vitin 2015, eksportet kanë vazhduar të rriten, megjithatë me ritëm më të ngadaltë: në periudhën ndërmjet tremujorit të parë dhe të tretë eksportet e tyre kanë qenë 4% më të larta në krahasim me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar.

Figura 11: Bilanci tregtar i sektorit (në milionë €)



Burimi: Doganat e Kosovës (2015)

Kosova ka regjim të tregtisë së lirë dhe gëzon qasje të papenguar në tregje të rëndësishme rajonale dhe botërore (Rubrika 2).

8 Keni parasysh se kjo shifër duhet të interpretohet me kujdes, pasi që vetëm rreth një e katërta e kompanive eksportuese ka ofruar të dhëna në këtë nivel të detajeve.

9 Keni parasysh se më pak se gjysma e kompanive eksportuese kanë ofruar këtë informacion në anketë.

Rubrika 2: Rregulloret tregtare dhe marrëveshjet e tregtisë së lirë

Kosova ka normë të përgjithshme të sheshtë prej 10 % për importe dhe 0 % për eksporte. Nuk ka detyrime doganore në importe të teknologjisë apo produktet e ndërmjetme që ri-eksportohen (pas përpunimit). Që nga viti 2014, ka qenë në fuqi Ligji Nr 04/L-163 për mallrat e liruara nga tatimi doganor dhe mallrat me tarifë zero të tatimit doganor, sipas të cilit disa lëndët e para në këtë sektor (të tilla si plastika dhe goma në formë primare, profilet e plastikës, disa artikuj paketimi, etj) trajtohen si produkte të normës doganore zero.

Kosova është anëtare e marrëveshjes CEFTA dhe gëzon qasje pa detyrime doganore në BE sipas Marrëveshjes së Stabilizim Asociimit dhe në SHBA sipas Sistemit të Përgjithësuar të Preferencave (GSP). Kosova gjithashtu ka marrëveshje të tregtisë së lirë me Turqinë, e cila akoma nuk ka hyrë në fuqi. Përveç kësaj, Kosova përfiton nga preferencat tregtare me Japoninë dhe Norvegjinë të cilat përfshijnë vetëm disa kufizime të vogla.

Figura 12 më poshtë, paraqet intensitetin e pengesave, në bazë të raportimit të kompanive të këtij sektori që aktualisht eksportojnë. Intensiteti është matur në shkallë nga 0 deri 100, ku 0 paraqet nivelin më të ulët të intensitetit dhe 100 paraqet nivelin më të lartë të tij. Pengesat me intensitet më të lartë të eksportit konsiderohen të jenë mundësi të kufizuara të rrjeteve me kompani të huaja, kostoja e lartë e garancive bankare, procedurat doganore dhe mungesa e kredive për eksport.

Figura 12: Pengesat për eksportim



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Rubrika 3 paraqet dokumentet e nevojshme për tregti ndërkufitare.

Rubrika 3: Dokumentet e nevojshme për tregti ndërkufitare

Dokumentet e nevojshme për eksport:

- Dokumenti administrativ i vetëm (d.m.th. deklarata doganore)
- Fatura komerciale

Dokumentet e nevojshme për import:

- Dokumenti administrativ i vetëm ((d.m.th. deklarata doganore)
- Fatura komerciale
- Certifikata e origjinës (për shtetet me të cilat Kosova ka tregti të lirë apo marrëveshje të tjera që mbulojnë përjashtimet bazuar në rregullat e prejardhjes).

5. Punësimi dhe kapacitetet njerëzore

5.1 Punësimi, pagat dhe struktura demografike e punëtorëve

Sipas statistikave zyrtare (ATK, 2015), në vitin 2015, sektori i plastikës dhe gomës ka punësuar rreth 1,734 punonjës. Kompanitë e mbuluara në këtë studim kanë tendencë të raportojnë rritje të punësimit gjatë disa viteve të fundit. Në kompanitë e përfshira në mostër, punësimi i raportuar u rrit me 2% nga viti në vit në 2014, dhe pastaj përsëri me 11% në kohën e anketimit në vitin 2015 në krahasim me vitin 2014. Nuk ka asnjë arsye për të besuar se shifra e fundit pasqyron efektet sezonale: hulumtimi është kryer gjatë muajit tetor-nëntor 2015, ndërsa efektet sezonale në këtë sektor pritet të nxiten nga aktivitetet e ndërlidhura me ndërtimin dhe kështu pritet të arrihet kulmi në muajt e parë të vitit. Për më tepër, krijimi i punësimit nuk është përqendruar në disa kompani të suksesshme: por, 31% e kompanive raportuan rritje të punësimit në vitin 2015 (ndërsa 48% kanë raportuar që nuk ka ndonjë ndryshim). Dinamikat e punësimit sugjerojnë se sektori po konsolidohet pasi që po krijohet punësimi në ndërmarrje të vogla (dhe të mesme), ndërsa ndërmarrjet mikro janë pakësuar (Tabela 5).

Tabela 5: Krijimi i punësimit sipas madhësisë së kompanive

Madhësia e kompanisë	2014	2015
Të vogla dhe të mesme (10-249 punonjës)	13%	27%
Mikro (≤ 9 punonjës)	-9%	-5%
Gjithsej	2%	11%

Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Në përputhje me të gjeturat mbi rritjen e prodhimit, kur të dhënat ndahen sipas nën-sektorit, një normë dukshëm më e lartë e rritjes së punësimit është gjetur në prodhimin e produkteve të plastikës dhe gomës në krahasim me artikujt e plastikës për ndërtimtari (Tabela 6).

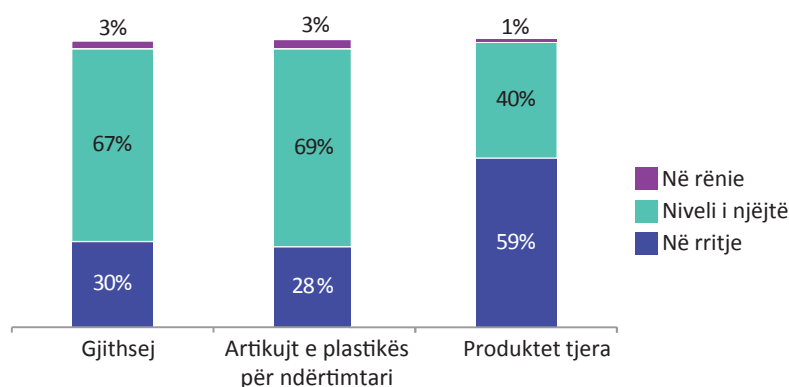
Tabela 6: Krijimi neto i punësimit sipas nën-sektorëve

Nën-sektori	2014	2015
Artikujt e plastikës për ndërtimtari	0%	4%
Produkte të tjera të plastikës	6%	12%
Gjithsej	2%	11%

Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Sa i përket pritshmërive të rritjes së punësimit në krahasim me vitin e kaluar, pritshmëritë janë përgjithësisht pozitive, në përputhje me pritjet e performancës së kompanisë/sektorit të paraqitur më lart. Një pjesë e papërfillshme e kompanive raportojnë se janë duke planifikuar të zvogëlojnë fuqinë e tyre punëtore (Figura 13), dhe madhësia e këtyre zvogëlimeve është e parëndësishme. Nga ana tjetër, një përqindje e konsiderueshme e kompanive raportojnë plane për të rritur punësimin, dhe kjo përqindje është rreth dy herë më e lartë në mesin e prodhuesve të produkteve të tjera plastike, në krahasim me prodhuesit e artikujve të plastikës për ndërtimtari. Në krahasim me vitin e kaluar, planet e raportuara për rritjen e punësimit janë mjaft optimiste (18% dhe 22% në prodhimin e produkteve të tjera të plastikës dhe gomës).

Figura 13: Planet e kompanive sa i përket punësimit

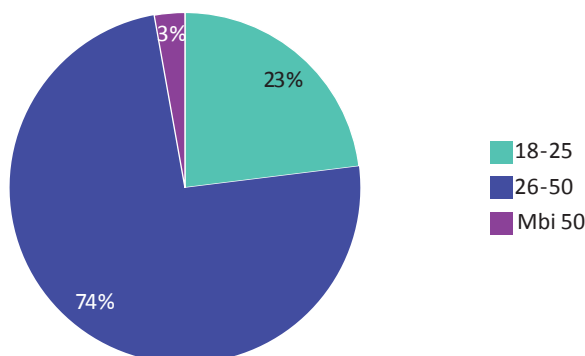


Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Sipas rezultateve të anketës, përqindja e grave në fuqinë punëtore të këtij sektori është relativisht e vogël, edhe pse është rritur dukshëm në vitin 2015. Në krahasim me pjesëmarrjen prej 5-6% në dy vitet e mëparshme, përqindja e grave të punësuar në mesin e kompanive mostër ishte 17% në vitin 2015. Nuk është e qartë se çfarë e shkaktoi këtë rritje, por nuk duket të jetë ndonjë fenomen specifik i firmës ose i nën-sektorit, d.m.th punësimi i grave nuk përqendrohet në disa kompani, dhe përqindja e grave të punësuar është pothuajse e njëjtë në të gjithë nën-sektorët.

Shqiptarët e përbëjnë shumicën e të punësuarve në sektor. Në vitin 2014, pakicat etnike kanë përbërë 2.5% të fuqisë punëtore, në mesin e këtyre përqindja më e lartë turq (58%), të pasuar nga romë, ashkali dhe egjiptas, boshnjakë dhe serbë (me respektivisht 20%, 14% dhe 8%). Përqindja e punonjësve të rinj (të moshës 18-25) në këtë sektor është më pak se 23% (Figura 14). Pothuajse tre të katërtat janë të moshës mes 26 dhe 50 vjet.

Figura 14: Struktura e punonjësve sipas grup-moshës



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Rubrika 4 më poshtë jep një përmbledhje të rregulloreve të tregut të punës në Kosovë.

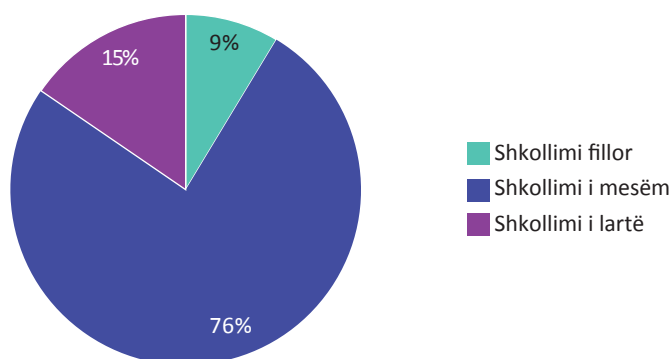
Rubrika 4: Rregulloret e tregut të punës

Kosova ka një treg fleksibil të punës me normë të ulët tatimore dhe kufizime të pakta në aspektin e punësimit dhe pushimit të punonjësve. Sistemi i normës së tatimit në të ardhura personale është sistem progresiv tatimor me normë prej 0-10 %. Përveç kësaj, vetëm një kontribut pensional prej 5% nga paga e plotë paguhet nga punëdhënësi (gjersa 5% të tjera nga paga e punonjësit). Që nga viti 2011, Kosova ka aplikuar një pagë minimale prej €170, apo €130 për individët nën moshën 35 vjeçare. Që nga viti 2011, marrëdhëniet e punës janë të rregulluara me Ligjin e Punës (nr. 03/L-212) i cili merr parasysh Konventat e ONP-se (ILO), Legjislacionin e BE-së dhe parimet themelore të tregut të lirë dhe ekonomisë së lirë. Që nga viti 2013, shëndeti dhe siguria në punë rregullohen me Ligjin për Shëndetin dhe Sigurinë në Punë (nr. 04/L-161).

5.2 Kualifikimet e fuqisë punëtore

Rreth tre të katërtat e fuqisë punëtore në sektorin e plastikës dhe të gomës kanë të mbaruar shkollimin e mesëm, si nivel më të lartë arsimimi, ndërsa 14% kanë përfunduar arsimim terciar (Figura 15).

Figura 15: Struktura e punëtorëve sipas nivelit të arsimimit



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Një nga pesë ndërmarrjet e anketuara e ka identifikuar disponueshmërinë dhe koston e fuqisë punëtore si problem. Mungesa e arsimimit profesional dhe e të diplomuarve nga arsimimi terciar në fushat përkatëse, në veçanti, është identifikuar si problem nga rreth një në katër ndërmarrje. Kostoja e punëtorëve të kualifikuar/profesionist, nga ana tjetër, është parë si problem më i vogël (i identifikuar si problem nga rreth 14% e ndërmarrjeve).

Profesionet specifike në këtë sektorë të cilat më së shpeshti përmenden si profesione ku mungojnë kuadro janë: inxhinierë/teknologë për materiale të plastikës, operatorë të makinave për bluarje dhe prodhimin e produkteve të plastikes, montues të produkteve plastike, dhe kimistë për materiale plastike. Profesionet e tjera (të përgjithshme) për të cilat raportohet se ka mungesë të fuqisë adekuate punëtore janë ato të marketingut dhe të zyrtarëve për marrëdhënie me publikun si dhe zyrtarë të kontrollit të cilësisë.

Kompanitë në këtë sektor ofrojnë trajnime vetanake për të mbuluar mangësitë e aftësive profesionale. Një në pesë kompani ka raportuar se ka investuar në zhvillimin e fuqisë punëtore përmes ofrimit të trajnimit në vitin 2014. Trajnimet kryesisht përqendrohen në zhvillimin e aftësive specifike të prodhimit (në vend të punës, ose nëpërmjet kurseve, punëtorive, etj). Ofrimi i trajnimeve për aftësi të përgjithshme (p.sh. për prezantim, menaxhim të kohës, etj), nga ana tjetër, është i papërfillshëm.

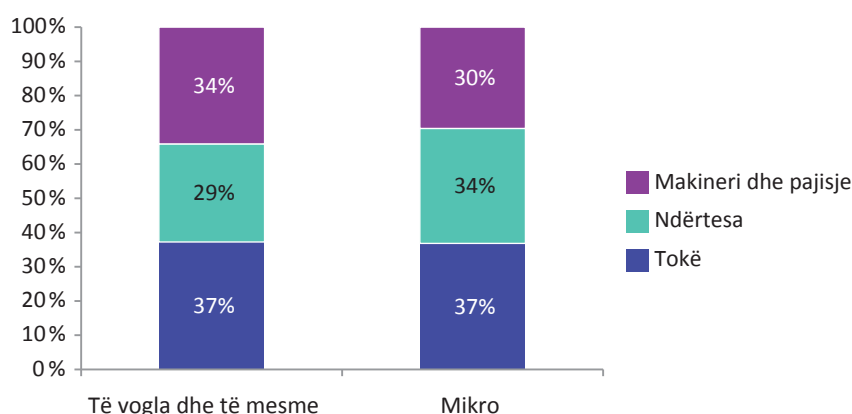
6. Asetet, investimet dhe inovacioni

Vlera e përgjithshme e asetëve të raportuara nga ndërmarrjet e anketuara ka mbetur pothuajse e njëjtë ndërmjet vitit 2013 dhe 2014. Një rritje e vogël në vlerën e tokës është kompensuar nga një rritje në vlerën e ndërtesave, ndërsa ai i makinerive dhe pajisjeve ka mbetur pothuajse i njëjtë.

Raporti mesatar i intensitetit të kapitalit¹⁰ rezultoi të jetë 3.5. I njëjti ishte më i ulët për ndërmarrjet mikro (3.3) në krahasim me ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (3.9).

Në përgjithësi, pjesa apo proporcioni i tokës në kuadër të asetëve të gjithmbarshme është e ngjashme për kompani të madhësive të ndryshme, ndërsa proporcioni i makinerisë dhe pajisjeve në asetet e gjithmbarshme dallon varësisht prej madhësisë së ndërmarrjes (Figura 16). Nga kompanitë që kanë raportuar asetet e tyre, ndërmarrjet mikro kanë mesatarisht asete në vlerë prej €56,000, ndërsa ndërmarrjet e vogla kanë asete në vlerë prej €860,000.

Figura 16: Struktura e asetëve sipas madhësisë së ndërmarrjeve



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

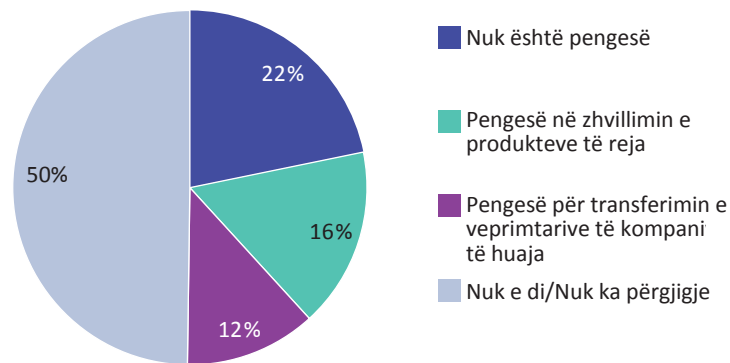
Pesëmbëdhjetë për qind e ndërmarrjeve të intervistuar raportuan realizim të investimeve në vitin 2014. Vlera e përgjithshme e këtyre investimeve ka qenë rreth €1.7 milion, ndërsa ky investim kryesisht është përqendruar në blerjen e makinerive dhe pajisjeve të reja.

Gjithashtu, rreth 10% e kompanive raportuan aktivitete në inovacione: kryesisht në përmirësimin e metodave të prodhimit apo prodhimin e produkteve të reja, pasuar nga dizajni/teknika të reja të paketimit.

¹⁰ Intensiteti i kapitalit është kalkuluar si proporcion mes vlerës së makinerisë dhe pajisjeve dhe shitjeve të kompanisë. Shitjet janë kalkuluar duke shfrytëzuar pikën mesatare të intervaleve përkatëse në pyetësor.

Më pak se 3% e kompanive të anketuara kanë raportuar se kanë regjistruar një patentë në Kosovë. Procesi i regjistrimit të patentave nuk konsiderohet se përbën një pengesë për zhvillimin e biznesit nga të anketuarit. Ngjashëm, niveli i mbrojtjes së të drejtave të pronësisë intelektuale (DPI) nuk duket se konsiderohet si faktor i rëndësishëm për zhvillimin e sektorit. Rrjedhimisht, gjysma e të anketuarve janë përgjigjur se nuk e dinë nëse ky është një problem dhe 22% e tyre mendojnë se kjo nuk përbën pengesë detyruese për zhvillimin e sektorit (Figura 17). Pjesa e mbetur e kompanive mendojnë se niveli i mbrojtjes së DPI-së përbën një pengesë për kompanitë në zhvillimin e produkteve/shërbimeve të reja, ose në transferimin e aktiviteteve të kompanive të huaja (p.sh. me anë të licencimit).

Figura 17: Ndikimi i mbrojtjes DPI në zhvillimin e industrisë



Burimi: Anketa e UNDP-së (2013)

Rubrika 5 më poshtë ofron një diskutim të pronës industriale dhe rregulloreve të patentimit në Kosovë.

Rubrika 5: Prona industriale dhe patentimi në Kosovë

Markat tregtare: janë të rregulluara me ligjin për markat tregtare (nr. 04/L-026). Markat tregtare regjistrohen në Agjencinë për Pronësi Industriale të Kosovës. Pronari i markës së regjistruar tregtare, pas regjistrimit, do të ketë të drejta ekskluzive lidhur me mallrat apo/dhe shërbimet e mbuluara nga regjistrimi. Në veçanti, këto të drejta përfshijnë: shfrytëzimin e markës tregtare, autorizimin e një personi tjetër për shfrytëzimin e markës tregtare ose për të shfrytëzuar mjete juridike për shkelje të markës tregtare. Marka tregtare është e regjistruar për një periudhë prej 10 viteve dhe mund të rinovohet për një kohë të pakufizuar.

Dizajni industrial: rregullohet me Ligjin mbi Dizajnin Industrial (Ligji Nr.04/L-028) dhe dizajni është i mbrojtur me ligj deri në masën që është një risi dhe ka një karakter të veçantë. Mbrojtja e dizajnit industrial zgjatë pesë vite dhe mund të zgjatet maksimalisht për 25 vite.

Patentat: rregullohen me Ligjin mbi Patentat (Ligji Nr. 04/L-029). Një shpikje do të jetë e patentueshme nëse ajo është e re, përfshin një hap inventiv, dhe është e zbatueshme në industri. E drejta e patentës jepet për kohëzgjatje prej 20 viteve.

Standardizimi: rregullohet me Ligjin për Standardizimin (Nr. 03/L-144). Certifikimi i produkteve, përpunimi, shërbimet, cilësia dhe sistemet e personelit rregullohen me Ligjin për Standardizimin, dhe institucioni përgjegjës për lëshimin, zbatimin dhe përcaktimin e standardeve është Agjencia Kosovare e Standardizimit (AKS).

Kompanitë e anketuara konsiderojnë se procedurat për patentim janë të thjeshta.

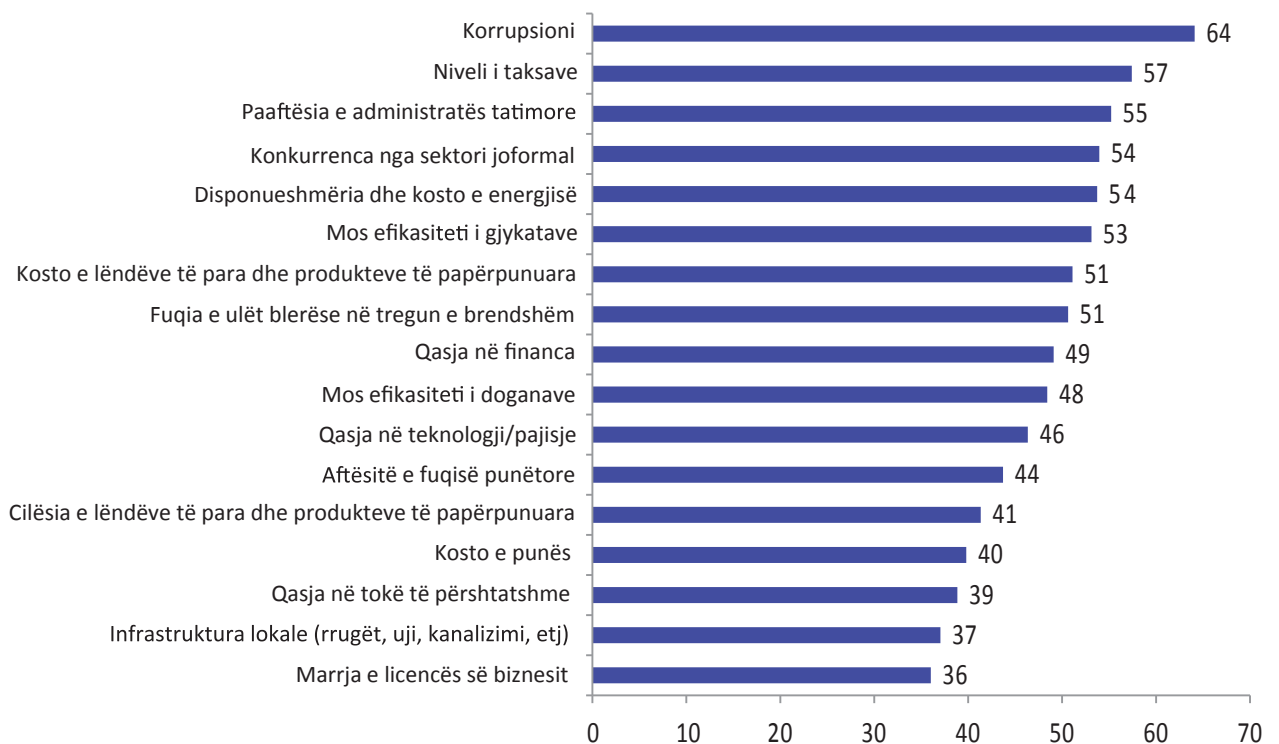
7. Mjedisi Afarist

7.1 Pengesat për zhvillimin e ndërmarrjeve; perceptimet e ndërmarrjeve

Intensiteti mesatar i pengesave për zhvillimin e bizneseve, i raportuar nga ndërmarrjet e anketuara nga sektori i plastikës dhe gomës, është paraqitur në vijim (Figura 18). Intensiteti matet në shkallë prej 0 deri 100, ku 0 paraqet nivelin më të ulët të intensitetit dhe 100 paraqet nivelin më të lartë të tij.

Korrupsioni është renditur nga ndërmarrjet si pengesa më e madhe, pasuar nga niveli i taksave dhe mos-efikasitetit i administratës tatimore, konkurrenca nga sektori joformal, disponueshmëria dhe kosto e energjisë elektrike dhe mungesa e efikasitetit të gjykatave. Nxjerrja e lejeve të punës, qasja në tokë, infrastruktura lokale joadekuata dhe kosto e punës, nga ana tjetër, renditen ndër pengesat më të ulëta.

Figura 18: Pengesat e zhvillimit të ndërmarrjeve



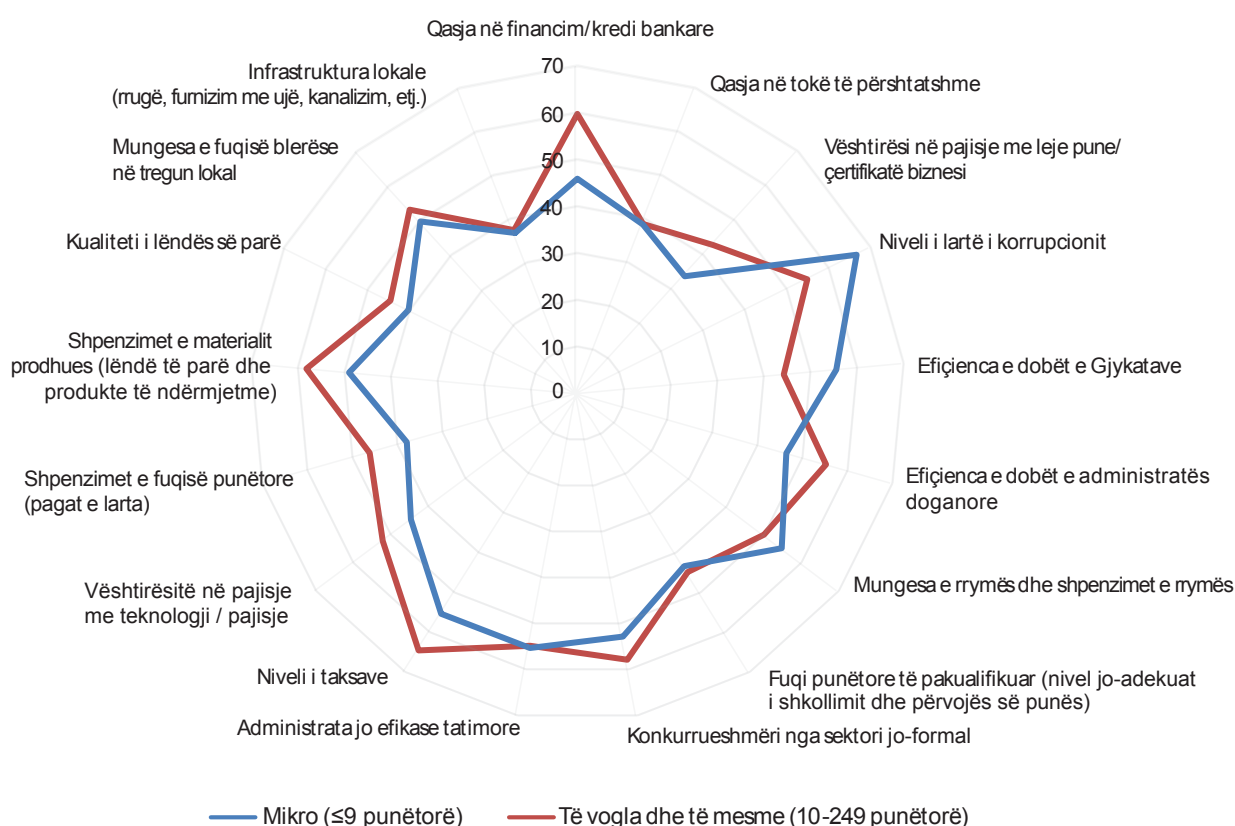
Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Kur të dhënat ndahen sipas madhësisë së ndërmarrjeve, vërehen disa dallime në intensitetin e raportuar të disa pengesave për zhvillimin e biznesit (Figura 19). Në përgjithësi, kompanitë e vogla dhe të mesme raportojnë një intensitet më të lartë të pengesave. Kompanitë e vogla dhe të mesme caktojnë një intensitet më të lartë për pengesa të tilla si qasja në financa, nxjerrja e lejeve për punë, mos-efikasiteti i doganave, qasja në teknologji, niveli i taksave, kostoja e lëndëve të para (përfshirë punën), dhe në një masë më të vogël, cilësia e lëndëve të para (përfshirë punën). Kjo mund të shpjegohet, të paktën pjesërisht, nga një kombinim i faktorëve kontekstualë. Në krahasim me homologët e tyre të madhësisë mikro - të cilët ka të ngjarë të jenë kryesisht biznese familjare - bizneset e vogla dhe të mesme janë me sa duket më ambicioze në planet e tyre të zgjerimit dhe eksportit dhe për këtë arsye janë më shumë të

ndikuara nga qasja në financa dhe teknologji, kosto (dhe cilësinë) të lëndëve të para, dhe mos-efikasitetin e doganave. Dallimi në aspektin e intensitetit të nivelit të taksave mund të jetë për shkak të taksave të ndryshme që u nënshtrohen kompanitë; d.m.th kompanitë relativisht të mëdha ka të ngjarë të tejkalojnë pragun e shitjes për pagesën e TVSH-së.

Kompanitë mikro, nga ana tjetër, caktojnë një intensitet më të lartë ndaj korruptionit, mos-efikasitetit të gjykatave dhe disponueshmërisë dhe koston së energjisë elektrike.

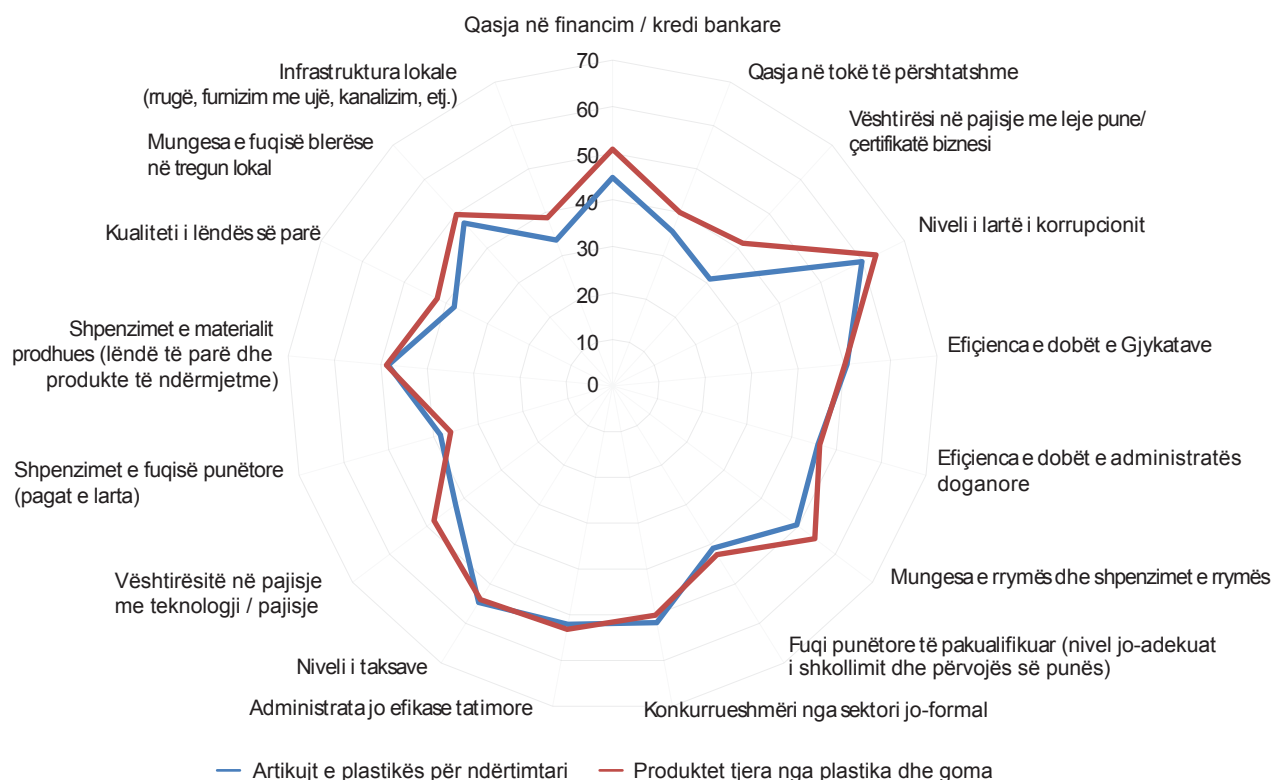
Figura 19: Pengesat për zhvillimin e ndërmarrjeve, sipas madhësisë së tyre



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Dallimet në intensitetin e pengesave në mesin e nën-sektorëve janë më pak të theksuara (Figura 20). Aty ku ekzistojnë dallime, intensiteti i pengesave të raportuara ka tendencë të jetë më i lartë në prodhimin e produkteve tjera të plastikës dhe të gomës. P.sh. kjo ndodh me nxjerrjen e lejes së punës, disponueshmërinë dhe koston e energjisë elektrike, qasjen në financa, tokë dhe teknologji/pajisje, dhe cilësinë e lëndëve të para dhe produkteve ndihmëse. Kjo mund të ndodh për shkak të një niveli më të ulët të zhvillimit të kompanive në këtë nën-sektor, në krahasim me nën-sektorin e artikujve të plastikës për ndërtimtari i cili është më i zhvilluar.

Figura 20: Pengesat për zhvillimin e ndërmarrjeve sipas nën-sektorit



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Rubrikat 6 dhe 7 më poshtë ofrojnë informata mbi institucionet relevante publike dhe shoqatat afariste; rregulloret specifike të këtij sektori; dhe lejet dhe certifikatat e nevojshme.

Rubrika 6: Institucionet relevante

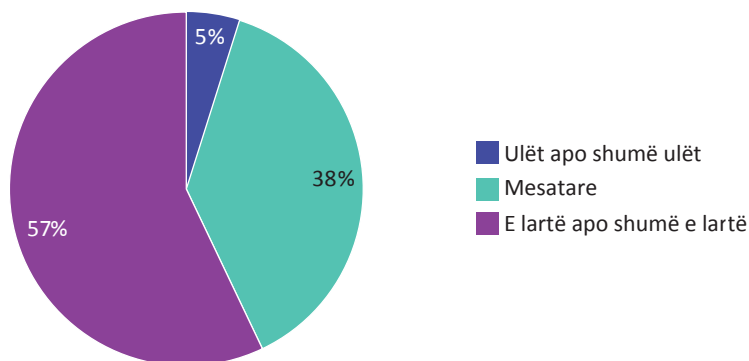
- ✓ Agjencia për Regjistrimin e Bizneseve në Kosovë (regjistrimi i biznesit) <http://www.arb-k.org/>
- ✓ „ Agjencia për Promovimin e Investimeve të Kosovës (mbrojtjen dhe promovimin e investimeve, mbështet zbatimin e politikave dhe programeve publike për ndërmarrjeve Mikro, të Vogla dhe të Mesme, <http://www.invest-ks.org/>
- ✓ „ Administrata Tatimore e Kosovës (pagesa e tatimeve), <http://www.atk-ks.org/>
- ✓ Zyrat për regjistrim të bizneseve - “One-stop-shopet” komunale (burime të informatave për biznese dhe ofrimi i shërbimeve konsulente)
- ✓ Doganat e Kosovës (informata për detyrimet dhe procedurat doganore), <https://dogana.rks-gov.net>
- ✓ Shoqatat Afariste (rrjetet e biznesit, panaireset, misionet tregtare, avokim, etj.)
- ✓ Oda Ekonomike; Oda Ekonomike Amerikane; Alenanca Kosovare e Biznesit

Rubrika 7: Lista e lejeve dhe certifikatave përkatëse

- ✓ Certifikata e Biznesit
- ✓ Regjistrimi në Administratën Tatimore të Kosovës
- ✓ Regjistrimi i punonjësve për skemën pensionale me Administratën Tatimore
- ✓ Vërtetimi i mbrojtjes nga zjarri
- ✓ Vërtetimi për ujë
- ✓ Leja e ndërtimit
- ✓ Lidhja në energji elektrike

Pesëdhjetë e shtatë për qind të kompanive të intervistuar besojnë se niveli i tatimeve është 'i lartë' ose 'shumë i lartë', megjithëse, vetëm 20% konsiderojnë se tatimet janë 'shumë të larta' (Figura 21).

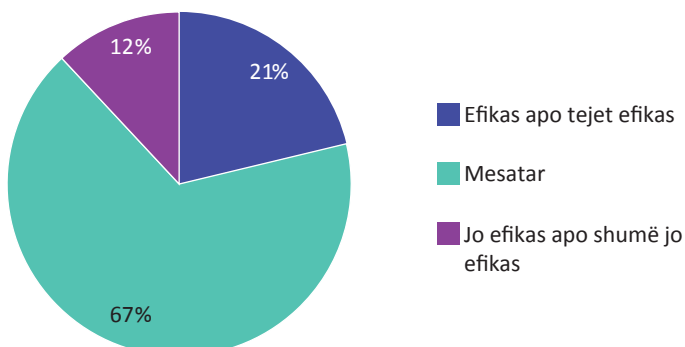
Figura 21: Perceptimet e ndërmarrjeve mbi nivelin e tatimeve



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Rreth një në pesë ndërmarrje vlerëson performancën e Administratës Tatimore të Kosovës, si 'joefikase' apo 'shumë joefikase'; megjithatë, vetëm 1.8% e vlerësojnë atë si 'shumë joefikase' (Figura 22).

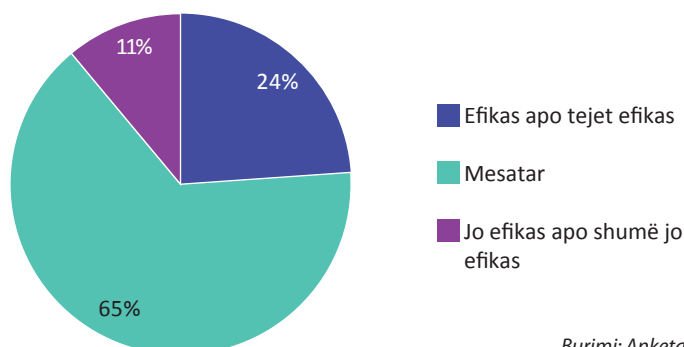
Figura 22: Perceptimet e ndërmarrjeve mbi performancën e Administratës Tatimore të Kosovës



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Në krahasim me vlerësimet për Administratën Tatimore, një përqindje pak më e lartë e të anketuarve i vlerësojnë Doganat si 'joefikas' apo 'shumë joefikas' e që është 24% (Figura 23); megjithatë përqindja e të anketuarve që vlerësojnë Doganat si 'shumë joefikas' është e papërfillshme (0.9%).

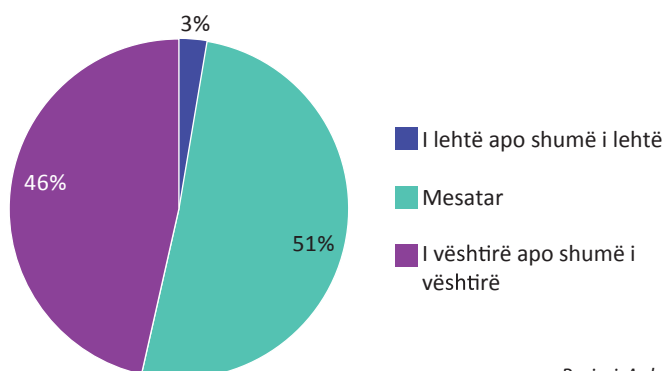
Figura 23: Perceptimet e ndërmarrjeve mbi performancën e Doganave



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Rreth gjysma e ndërmarrjeve të intervistuar perceptojnë se qasja në financa është 'i vështirë' ose 'shumë i vështirë', ndërsa vetëm 3% e vlerësojnë këtë si "të lehtë" (Figura 24).

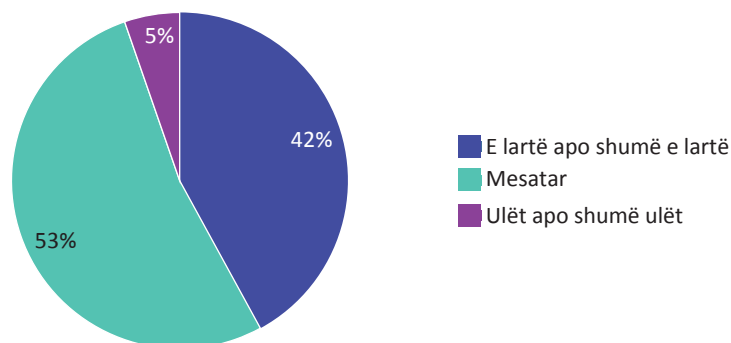
Figura 24: Perceptimet e ndërmarrjeve sa i përket lehtësisë së financimit



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Ngjashëm me këtë, pak më shumë se gjysma e ndërmarrjeve mendojnë se kostoja e financimit është "e lartë" ose "shumë e lartë", ndërsa vetëm 5% e vlerësojnë atë si 'të ulët' (Figura 25).

Figura 25: Perceptimet e ndërmarrjeve mbi koston e financimit



Burimi: Anketa e UNDP-së (2015)

Përfundimet

Qëllimi i këtij raporti ishte që të ofrojë një profil të industrisë së plastikës dhe gomës si dhe të pengesave në zhvillimin e kësaj industrie, duke u përqendruar në pengesat për realizimin e eksportit.

Ka një përqëndrim gjeografik të ndërmarrjeve prodhuese të plastikës dhe gomës në Kosovë: Prishtina dhe Prizreni përbëjnë gati gjysmën e ndërmarrjeve në këtë sektor. Pjesa më e madhe e ndërmarrjeve prodhojnë produkte të plastikës dhe në mesin e tyre dominojnë artikuj të plastikës për ndërtimtari (të tilla si dyer, dritare, roleta), pasuar nga "produkte të tjera" (si pajisje të plastikës për tavolina dhe kuzhinë), paketim të mallrave, dhe tuba, tabela të plastikës dhe profileve. Shpërndarja e punësimit përcillet nga një model gjerësisht i ngjashëm, duke llogaritur punësimin e rreth gjysmës së punëtorëve (të regjistruar) në prodhimin e artikujve të plastikës për ndërtimtari.

Në vitin 2015, sektori i plastikës dhe gomës zyrtarisht ka punësuar mbi 1700 punëtor, edhe pse ka të ngjarë të ketë një numër të konsiderueshëm të punonjësve jo-formal. Sipas të dhënave të anketës, dy të tretat e punonjësve të sektorit janë të moshës ndërmjet 30 dhe 49. Shqiptarët përbëjnë mbi 97% e të punësuarve në këtë sektor, pjesa e mbetur janë turq, romë, ashkali, egjiptas, boshnjakë dhe serbë. Përqindja e grave të punësuar është e ulët, mirëpo ka përjetuar një rritje të shpejtë gjatë vitit të kaluar (nga 5% në 16%). Pronësia e grave në këtë sektor është e papërfillshme, siç është edhe pronësia e huaj.

Në vitin 2014, më shumë se gjysma e kompanive raportuan një produkt vjetor ndërmjet 10,000 € dhe 100,000 €, ndërsa në një tjetër tremujor raportuan një nivel më të lartë të produkteve. Rreth 40% e kompanive raportuan se rezultati i tyre ka përjetuar një rritje nga viti në vit në vitin 2014, dhe madhësia mesatare e rritjes është më e lartë në prodhimin e produkteve tjera të plastikës (dhe gomës), në krahasim me nën-sektorin më të zhvilluar të artikujve të plastikës për ndërtimtari. Kompanitë e anketuara gjithashtu priren të raportojnë se kanë rritur fuqinë e tyre punëtore gjatë viteve të fundit (me 2% nga viti në vit në vitin 2014, dhe më pas me 11% në vitin 2015 në kohën e anketës në krahasim me vitin 2014), ndërsa krijimi i punësimit nuk u përqendrua në disa ndërmarrje të suksesshme.

Perspektiva e këtij sektori gjithashtu duket e ndritshme: Kompanitë priren në raportimin e pritshmërive të tyre për rritje të shitjeve dhe punësimit në kompanitë e tyre në krahasim me vitin e kaluar, dhe me një vlerësim se sektori i tyre është në rritje. Në përputhje me gjetjet nga viti i kaluar, prodhuesit e produkteve të tjera të plastikës (dhe gomës) raportojnë një perspektivë relativisht më pozitive, në krahasim me atë të artikujve të plastikës për ndërtimtari.

Mallrat e ndërmjetme dhe lënda e parë që shfrytëzohen nga kompanitë kosovare në sektorin e tekstilit kryesisht importohen. Lëndët e para janë kryesisht produkte të ndërmjetme të tilla si Polietileni me Densitet të Lartë (HDPE), Kloruri i Polivinilit (PVC) dhe grimca (granula) të Polipropilenit (PP), profile dhe shtresa prej PVC-së, etj. Lëndët e para të importuara kryesisht vijnë nga Gjermania, pasuar nga Hungaria, Maqedonia, Austria, Turqia dhe Serbia.

Blerësit nga këto ndërmarrje prodhuese kryesisht përbëhen nga shpërndarës/shitës me shumicë ose pakicë, pasuar nga konsumatorët final. Shumë pak ndërmarrje shesin prodhimet e tyre tek prodhuesit e tjerë për përpunim të mëtejshëm. Sipas rezultateve të anketës, një pjesë e konsiderueshme e ndërmarrjeve (rreth 1 në 4) raportojnë të eksportojnë, edhe pse kjo shpesh nuk përbënë një pjesë të madhe të shitjeve të tyre. Eksportet kryesore të këtij sektori janë dyert dhe dritaret, pasuar nga roletat e dritareve, tubat dhe profilet, etj. Destinacionet kryesore të eksportit janë BE-ja dhe Zvicra, pasuar nga vendet e rajonit (Maqedonia, Shqipëria dhe Mali i Zi).

Sipas kompanive të cilat kanë eksportuar (në vitin 2014), pengesat me nivelin më të lartë të intensitetit në eksport konsiderohen të jenë mundësitë e kufizuara për rrjetëzim me kompani të huaja, kostoja e lartë e garancive bankare, procedurat doganore dhe mungesa e kredive për eksport. Në aspektin e të bërit biznes, kompanitë (eksportuese dhe jo-eksportuese) raportojnë pengesat e mëposhtme me nivel më të lartë të intensitetit: korrupsionin, nivelin e taksave dhe mos-efikasitetin e administratës tatimore, konkurrencën nga sektori informal, disponueshmërinë dhe koston e energjisë elektrike si dhe mos-efikasitetin e gjykatave. Intensiteti i pengesave të raportuar varion sipas madhësisë së ndërmarrjes dhe, në një masë më të vogël, sipas nën-sektorit. Krahasuar me mikro-ndërmarrjet, ndërmarrjet e vogla zakonisht priren të raportojnë një intensitet më të lartë të disa pengesave (p.sh. qasja në financa dhe teknologji, mos-efikasiteti i doganave, etj), mbase për shkak se ata janë më ambicioz në planet e tyre të zhvillimit, e që i bën këto pengesa më të detyrueshme për ata. Krahasuar me ndërmarrjet e artikulave të plastikës për ndërtimtari, prodhuesit e produkteve tjera plastike priren të raportojnë një intensitet më të lartë të disa pengesave (p.sh. nxjerrja e lejes së punës, disponueshmëria dhe kostoja e energjisë elektrike, qasja në tokë dhe teknologji, etj).

Referencat

ARBK, 2015. Baza e të dhënave e Bizneseve të Regjistruara pranë Agjencisë së Regjistrimit të Bizneseve të Kosovës. Prishtinë: ARBK.

ATK, 2015. Baza e të dhënave e Bizneseve të Regjistruara pranë Administratës Tatimore të Kosovës. Prishtinë: ATK.

Anketa e UNDP, 2015. Anketa e kompanive në sektorin e plastikës dhe gomës. Prishtinë: UNDP.



MINISTRIA E TREGTISË DHE INDUSTRIË

www.mti-ks.org