



REPUBLIKA KOSOVA
MINISTARSTVO INDUSTRIJE,
PREDUZETNIŠTVA I TRGOVINE

STUDIJA LANCA VREDNOSTI ZA SEKTORE TEKSTILA, ODEČE I KOŽE

Priština, 2021



FINANSIRA:



REPUBLIKA E KOSOVËS
**MINISTRIA E INDUSTRIË,
NDËRMARRËSISË DHE TREGTISË**

MINISTARSTVO INDUSTRIJE, PREDUZETNIŠTVA I TRGOVINE

Bolničko naselje, ul. „Arbënor e Astrit
Dehari”, br. 21 10000 - Priština/ Republika
Kosovo.

Elektronska pošta: zkip.mti@rks-gov.net

Tel: + 383 (0) 200 36 512

+383 (0) 200 36 543

KOMENTAR: Ovu studiju je finansiralo Ministarstvo industrije, preduzetništva i trgovine, stavovi izraženi u ovom izveštaju su stavovi D&D autora i ne odražavaju nužno stavove Ministarstva industrije, preduzetništva i trgovine. Izveštaj je sastavljen na osnovu podataka iz ankete sa mikro, malim i srednjim preduzećima u sektoru tekstila, odeće i kože i njihovim funkcijama u lancu vrednosti. Prikazani uzorak daje grubi pregled dinamike tržišnih trendova i lanca vrednosti, ali ne tvrdi da tačno predstavlja celinu ovog sektora.

Studiju lanca vrednosti za sektore tekstila, odeće i kože izradio je: D&D CENTAR ZA PODRŠKU POSLOVANJU

Spisak skraćenica

SOO	Stručno obrazovanje i osposobljavanje
ASK	Agencija za statistiku Kosova
PAK	Poreska administracija Kosova
EU	Evropska unija
CEFTA	Sporazum o slobodnoj trgovini u Centralnoj Evropi
CK	Carina Kosova
EFTA	Sporazum o slobodnoj trgovini u Švajcarskoj, Norveškoj, Islandu i Lihtenštajnu
MMF	Međunarodni monetarni fond
KIESA	Agencija za ulaganja i podršku preduzećima na Kosovu
MF	Ministarstvo finansija
MIPT	Ministarstvo industrije, preduzetništva i trgovine
MPPI	Ministarstvo poslovnog planiranja i infrastrukture
MSP	Mala i srednja preduzeća
PKK	Poslovna komora Kosova
PKK	Privredna komora Kosova
PE	Polietilen
PP	Polipropilen
KUMO	Kosovsko udruženje za marketing odeće
UNIDO	Organizacija Ujedinjenih nacija za industrijski razvoj
WIEGO	Žene u neformalnom zapošljavanju: globalizacija i organizacija

SADRŽAJ

IZVRŠNI REZIME	4
UVOD.....	5
METODOLOGIJA	6
Okvir uzorka.....	7
1. ANALIZA SEKTORA NA GLOBALNOM NIVOU.....	8
2. PREGLED SEKTORA TEKSTILA, ODEĆE I KOŽE NA LOKALNOM NIVOU	14
2.1 Proizvodnja tekstila.....	14
2.2. Proizvodnja odeće.....	17
2.3. Proizvodnja kože i proizvoda od kože.....	19
3. ANALIZA LANCA VREDNOSTI	23
Karta lanca vrednosti.....	24
Nabavka (perspektiva proizvođača).....	25
Nabavka (perspektiva dobavljača)	26
Analiza lanca vrednosti - Proizvođači.....	29
Lokalna i izvozna tržišta - Perspektiva proizvođača.....	31
Prepreke u proizvodnji i izvozu.....	33
Promet u industriji tekstila, odeće i kože.....	35
Inovacija.....	35
Transport	Error! Bookmark not defined.
Poslovno okruženje	42
Umrežavanje (Perspektiva preduzeća).....	43
Podrška sektora tekstila, odeće i obuće i kože od strane relevantnih aktera	45
STUDIJE SLUČAJA - PREDUZEĆE A I PREDUZEĆE B	46
GLAVNA OGRANIČENJA SEKTORA.....	48
PREPORUKE.....	50

IZVRŠNI REZIME

Proizvodi proizvedeni u okviru sektora tekstila, odeće i kože u mikro kontekstu su bitni proizvodi i neophodni u svakodnevnom životu, dok su u makro kontekstu od posebnog značaja u privrednom i društvenom razvoju, posebno u zemljama u razvoju. Proizvodi proizvedeni u okviru sektora tekstila, odeće i kože su ulazna tačka u globalne lance snabdevanja i na izvozna tržišta.

Industrija tekstila, odeće i kože radi na tri glavna načela, odnosno u dizajnu, proizvodnji i distribuciji različitih materijala. Širok spektar procesa se koristi za proizvodnju raznih linija gotovih proizvoda i poluproizvoda. Međutim, poslednjih godina je značajno naglašen pritisak uticaja proizvodnje i odlaganja ovih proizvoda u životnu sredinu. Rastuća sklonost potrošača prema održivim proizvodima primorava preduzeća tekstila, odeće i kože da se usredsrede na restrukturiranje svog poslovanja i ulaganje u proizvodne prakse usmerene na održive proizvode i prakse sa pozitivnim uticajem na životnu sredinu.

Kako bi se omogućio dalji razvoj i obezbedilo da sektori ostanu konkurentni, primećen je povećani interes za boljim razumevanjem ovih sektora i lanaca vrednosti. Shodno tome, D&D je, uz podršku Ministarstva industrije, preduzetništva i trgovine (MIPT), sprovedo studiju o lancu vrednosti, kako bi bolje razumelo strukturu sektora tekstila, odeće i kože, identifikovalo ključne prepreke, trenutna kretanja i orijentaciju 3 sektora uopšte. Nalazi ove studije su zasnovani na (81) intervjuu sa MSP-ovima, koji čine sveobuhvatan uzorak ove industrije, i (9) intervjuu koji su sprovedeni sa odgovarajućim zainteresovanim stranama koje pružaju podršku ovoj industriji.

U našoj zemlji, u sektorima tekstila, odeće i kože, trenutno posluje oko 540 preduzeća, koja imaju 2.373 formalno zaposlenih, što je broj koji beleži porast u odnosu na prethodne dve godine. Budući da smo 2018. godine imali 390 aktivnih preduzeća sa 2.104 zaposlenih, a u 2019. godini smo imali 350 aktivnih preduzeća sa 1.864 zaposlenih u 3 sektora.

Ista preduzeća ostvaruju godišnji promet od preko 31,84 miliona evra, uprkos situaciji pandemije u kojoj se nalazimo. Regioni u kojima su ova preduzeća najkoncentrisanija su Priština, Uroševac, Prizren i Đakovica. Međutim, njihovi proizvodi se uglavnom izvoze u zemlje EU i CEFTA-e.

Pored kapaciteta ovih sektora za dalji razvoj, kao što je gore navedeno, ovom studijom su identifikovani izazovi ili ograničenja sektora da dalje posluju sa svojim aktivnostima. Među njima su: stručno osposobljavanje zaposlenih u proizvodnji, prepreke u izvoznim procesima, nedostatak snabdevanja sirovinama na Kosovu (bez potrebe za uvozom), nedostatak industrijskih zona u svim opštinama Republike Kosovo i pandemija uzrokovana virusom Covid-19.

UVOD

Sektori tekstila, odeće i kože su od posebne društveno-ekonomske važnosti širom sveta, iako je izražena zabrinutost o uticaju ovih sektora na životnu sredinu, zbog brzih modnih trendova i društvenog pritiska oko izgleda.

Širom sveta, industrija tekstila i odeće stvara oko 20 miliona radnih mesta u formalnom sektoru i najmanje tri puta više u neformalnom sektoru, najveći broj u zemljama u razvoju, UNIDO¹ WIEGO² Castaneda-Navarrete i dr.³ Godišnji promet na globalnom nivou dostiže 1,46 biliona američkih dolara, a u Evropi su industrije tekstila, odeća i kože važan deo privrede i kulturnog nasleđa. U okviru ovih sektora je registrovano oko 200.000 preduzeća koja ostvaruju godišnji promet od preko 200 milijardi evra i zapošljavaju skoro 2 miliona ljudi, podaci su za 2019⁴. One predstavljaju veoma širok lanac vrednosti, čineći EU svetskim liderom u kreativnosti i pionikom u industrijskim inovacijama.

Evropa je među glavnim tržištima izvoznika odeće i tekstila, gde se 21,3% globalne vrednosti uvoza odeće (2019. godine) uvozi iz EU, od čega 71,7% vrednosti čini šest zemalja, odnosno Nemačka, Francuska, Velika Britanija, Španija, Holandija i Italija.

Međutim, društveni pritisak je u porastu u odnosu na životnu sredinu, a to predstavlja očigledan izazov za sektor tekstila, odeće i kože, s obzirom na porast trendova kao što je „brza moda“, gde je potražnja za stalnim obezbeđivanjem novih stilova po veoma niskim cenama dovela do velikog povećanja količine proizvedene i odbačene odeće. Kako bi se pozabavila uticajem na životnu sredinu, marta 2020. godine, Evropska komisija je usvojila novi akcioni plan koji uključuje strategiju EU-a o tekstu, koja ima za cilj da podstakne inovacije i promoviše ponovnu upotrebu unutar sektora. S druge strane, industrijski razvoj i uticaj tehnologije će i dalje imati dramatičan uticaj na industriju proizvodnje tekstila i kože, bilo u smislu automatizacije mašina, digitalizacije, veštačke inteligencije ili drugih naprednih tehnoloških oblika.

Ovaj izveštaj o lancu vrednosti je od posebnog značaja u odnosu na sektore tekstila, odeće i kože, zato što je prvi za ove sektore i ima za cilj da podrži konkurentnost sektora. Putem ovog izveštaja će biti identifikovane karike koje nedostaju, nedostaci i ograničenja lanca vrednosti. Nalazi se takođe mogu koristiti za izradu novih strategija i budućih politika za ove sektore.

¹ United Nations Industrial Development Organization (2020). *Monthly Index of Industrial Production at the 2-digit level of ISIC*.

² Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing (2020). *Home-based workers face a new kind of isolation*.

³ Castaneda-Navarrete J., et al. 2020, *Covid-19's impact on global value chains, as seen in the apparel industry*.

⁴ EFC, COTAGE, EURATEX, INDUSTRYALL-EUROPEAN TRADE UNION, Joint statement, Brussels, May 2021.

METODOLOGIJA

Ovo istraživanje je sprovedela konsultantska kompanija D&D Business Support Center, a finansiralo ga je Ministarstvo industrije, preduzetništva i trgovine, isto je odvijano na osnovu primarnih i sekundarnih izvora.

Lanac vrednosti za sektore tekstila, odeće i kože je dizajniran kako bi Ministarstvo industrije, preduzetništva i trgovine, odnosno Odeljenje za industriju, identifikovalo konkurentne proizvode ili grupe proizvoda iz sektora tekstila, odeće i kože i odredilo odgovarajuće mere podrške za porast, dalji razvoj i identifikaciju privlačnih mogućnosti za unapređenje i ažuriranje postojećih lanaca vrednosti.

Ovaj izveštaj takođe ima za cilj podsticanje rasta relevantnih sektora, otvaranje novih radnih mesta, povećanje prihoda i podsticanje privrednog rasta uopšte.

Da bi se postigao ovaj cilj, za proučavanje i dizajn lanca vrednosti, istraživanje je sprovedeno putem upitnika podeljenih na sledeći način:

1. Upitnik za zainteresovane strane sektora tekstila, odeće i kože,
2. Upitnik za proizvodna preduzeća,
3. Upitnik za preduzeća za snabdevanje,
4. Upitnik za prevozna preduzeća.

Prvobitno su identifikovane odgovarajuće zainteresovane strane sektora, a zatim su identifikovana preduzeća za proizvodnju, snabdevanje i prevoz za intervjuisanje.

Prikupljanje podataka za ovo istraživanje je izvršeno putem posete intervjuisanim preduzećima ili sastanaka B2B-a sa vlasnicima preduzeća ili nekim od viših rukovodilaca koji su imali dovoljno iskustva u celokupnoj poslovnoj delatnosti.

Paralelno, na održanim sastancima, dva (2) proizvodna preduzeća su razmatrana kao studije slučaja koje pokazuju napredak radne aktivnosti od osnivanja preduzeća do sada.

Pored istraživanja sprovedenog putem upitnika, prikupljeni su neophodni podaci od strane odgovarajućih institucija kao što su Ministarstvo industrije, preduzetništva i trgovine i Agencija za statistiku Kosova, informacije koje su korišćene kao dopuna i sekundarna analiza lanca vrednosti za sektore tekstila, odeće i kože.

Okvir uzorka

Kako bi što tačnije odrazio stanje u sektorima tekstila, odeće i kože, D&D Business Support Center je od Ministarstva industrije, preduzetništva i trgovine dobio spisak proizvodnih preduzeća gore navedenih sektora. Na datom spisku se nalazi 808 preduzeća koja se bave proizvodnjom odeće i tekstila i 17 preduzeća koja se bave proizvodnjom proizvoda od kože.

Istovremeno, D&D Business Support Center je identifikovao 11 preduzeća za snabdevanje i 5 prevoznih preduzeća u 3 ciljane sektora, kako bi se razumeo proces rada od prve karike lanca koja se odnosi na snabdevanje sirovinama do prevoza krajnjeg proizvedenog proizvoda.

Odabir uzorka je napravljen prilagođavanjem unapred utvrđenih podela u regionalnom i opštinskom smislu, pokušavajući da obuhvati čitavu Republiku Kosovo. Takođe, u pogledu pola i vrste delatnosti, tako da ovaj uzorak bude što sveobuhvatniji i da jasno predstavi aktivnost i proces pružanja usluga od strane preduzeća. Vredi naglasiti da od ukupno 81 intervjuisanog preduzeća, 41 preduzeće vode žene, a 40 preduzeća vode muškarci. Velika većina preduzeća vođenih od strane žena su proizvodna preduzeća.

Poseban naglasak u okviru ove studije stavljen je na intervju sa 9 odgovarajućih zainteresovanih strana u ovim sektorima, ističući kontinuiranu saradnju sa Ministarstvom industrije, preduzetništva i trgovine i doprinos udruženja KAMA u razmeni informacija potrebnih za obogaćivanje ove studije.

Na osnovu nalaza ove studije i informacija dobijenih od odgovarajućih zainteresovanih strana i institucija, uspostavljen je lanac vrednosti za sektore: tekstila, odeće i kože.

1. ANALIZA SEKTORA NA GLOBALNOM NIVOU

Tekstilna industrija je, iako razvijena više kao zanat, u suštini bila mala industrija sve do 18. veka. Masovna proizvodnja tekstila u 18. veku je bila dominantna industrija prve industrijske revolucije i prva koja je koristila moderne proizvodne metode. Zasnivajući se na inovativnim tehnologijama kao što su mašine za skidanje pamuka, mašine za šivenje, mehanizovana proizvodnja tekstila, odeće i kože dovelo je do novih načina organizovanja proizvodnje i rada i u drugim sektorima.

Industrije su brzo postale ekonomska moć novih industrijalizovanih evropskih zemalja, doprinoseći privrednom rastu i otvaranju radnih mesta. Međutim, radnici u tekstilnim preduzećima, od kojih su većina bile žene, suočili su se sa teškim uslovima rada, dugim radnim vremenom i niskim platama, a u Evropi i Sjedinjenim Državama su često na radnim mestima zapošljavali radnike emigrante. Međutim, ritam globalizacije se ubrzano povećao tokom osamdesetih, proizvodnja tekstila, odeće i kože se preselila u zemlje u razvoju gde su troškovi rada i proizvodnje bili niski.

Čak i danas, ovi sektori igraju ključnu ulogu u privrednom i društvenom razvoju mnogih zemalja u razvoju i ulazna su tačka u globalne lance snabdevanja i na izvozna tržišta. Ovi sektori sa veoma intenzivnim radom pružaju mogućnosti za zapošljavanje miliona žena i muškaraca i pomogli su milionima da izađu iz siromaštva.

Industrija tekstila radi na tri glavna načela, odnosno u dizajnu, proizvodnji i distribuciji različitih materijala. Širok spektar procesa se koristi za proizvodnju raznih linija gotovih proizvoda i poluproizvoda.

Azijsko-pacifički region je dominirao na tržištu tekstila i činio je preko 47,6% globalnih prihoda u 2020. godini, zbog povećanja obima prodaje robe i odeće. Pored toga, prisustvo velikog broja kupaca na platformama za elektronsku trgovinu koji kupuju sličnu odeću i dodatke u ekonomijama u razvoju dodatno doprinosi pozitivnom rastu tržišta.

U Evropi, potražnja tržišta je procenjena na 83.298,8 kilotona u pogledu obima u 2020, a očekuje se da će rasti značajnim tempom u narednim godinama. Ovo povećanje može se pripisati povoljnim politikama vlade i trgovinskim sporazumima, kao što su sporazumi o slobodnoj trgovini i Evro-mediterranski dijalog o industriji tekstila i odeće.

Rastuća sklonost potrošača prema održivim proizvodima primorava vodeća preduzeća na tržištu tekstila da se usredsrede na restrukturiranje svog poslovanja i ulaganje u proizvodne prakse usmerene na održive proizvode i prakse sa pozitivnim uticajem na životnu sredinu.

Pandemija COVID-19 zahvatila je sve zemlje sveta i čitave industrije širom sveta, a sektori tekstila, odeće i kože nisu izuzetak. Globalno tržište odeće se smanjilo za 22%, palo je sa 1,635 milijardi dolara u 2019. godini na 1.280 milijardi dolara u 2020. godini. Očekuje se da će potrošnja dostići nivo pre Covid-a u naredne dve godine, a zatim nastaviti svoj rast i dostići 2.007 milijardi dolara do 2025. godine.

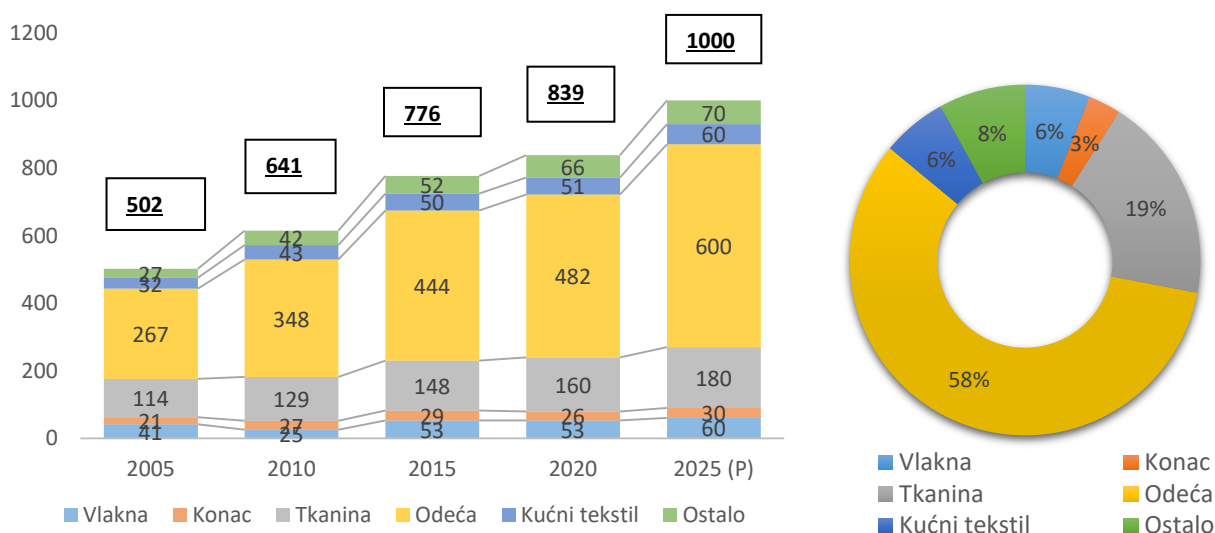
Tabela 1.1. Globalno tržište odeće

Region	2019.	2020.	Promena iz godine u godinu	Projekcija CAGR od 2019. do 2025.	2025. (P)
Svetski nivo	1.635	1,280	-22%	3,50%	2.007
SAD	235	171	-27	2%	265
Kina	181	173	-4%	11%	340
Zona EU-a	264	219	-17%	1%	280
Japan	106	83	-21%	0,50%	110
Indija	78	55	-29%	10%	135
Brazil	48	34	-30%	4%	60
Kanada	33	27	-19%	2%	37
Ostali	690	517	-25%	2%	780

Izvor: IMF World Economic Outlook Update, January 2021

Globalna trgovina tekstilom i odećom je porasla po ukupnoj godišnjoj stopi rasta (CAGR) od 4% od 2005. godine, kako bi dostigla 839 milijardi dolara u 2019. godini i očekuje se da će dostići 1 bilion dolara do 2025. godine, uz povećanje ukupne godišnje stope rasta (CAGR) od 3%. Odeća dominira u trgovini tekstilom i odećom sa 58% ukupne vrednosti trgovine, zatim tekstilom sa 19%, a kućnim tekstilom sa 6%.

Slika 1.1. Globalna trgovinska vrednost tekstila i odeće prema kategorijama (milijardi američkih dolara)



Izvor: UN Comtrade

U sledećoj tabeli je prikazano tržišno učešće prema zemljama u odnosu na izvoz tekstila i odeće. Kina dominira sa najvećim udelom izvoza tekstila i odeće na svetskom tržištu za 2019. godinu, sa 34%, što je vrednost koja je pala sa 39% koliko je iznosila 2015. godine. Vijetnam i Bangladeš su 2. i 3. kao najveći izvoznici tekstila i odeće u 2019. godini. Sa evropskog kontinenta, Nemačka prednjači sa 5% globalnog tržišnog udela u izvozu tekstila i odeće za 2019. godinu, i rangirana je kao četvrta (4) najveća država na svetu.

Tabela 1.2. Deo globalnog izvoznog tržišta prema zemljama u američkim dolarima i procentu

Države	Izvoz			Tržišni udeo (%)
	Tekstil	Odeća	Ukupno (milijardi američkih dolara)	
Kina	136.6	149.9	284.5	34%
Vijetnam	10.2	33.7	43.9	5%
Bangladeš	1.8	40.9	42.7	5%
Nemačka	15.5	23.8	39.3	5%
Indija	20.2	16.2	36.4	4%
Italija	12.8	23.6	36.4	4%
Turska	12.2	16.1	28.2	3%
SAD	21.7	5.2	26.9	4%
Španija	5	14.3	19.3	1%
Francuska	5.6	12	17.6	2%
Ostale	117.2	146.3	263.5	31%
Ukupno	356.8	481.9	838.7	100%

Izvor: IMF World Economic Outlook Update, January 2021

U tabeli 1.3. dali smo još detaljniji pregled prema kategorijama ili pregled glavnih materijala koji se koriste u sektorima tekstila i odeće.

Tabela 1.3. Glavni izvoznici tekstila i odeće prema kategorijama

VLAKNA	SAD	Australija	Kina
Vrednost izvoza (Biliona US\$)	6.67	3.30	3.12
Tržišni udeo	20%	10%	9%

KONAC	Kina	Indija	Vijetnam
Vrednost izvoza (Biliona US\$)	5.53	3.69	3.17
Tržišni udeo	21%	14%	12%

TKANINA	Kina	Italija	Južna Koreja
Vrednost izvoza (Biliona US\$)	72.70	7.57	7.26
Tržišni udeo	45%	5%	5%

KUĆNI TEKSTIL	Kina	Indija	Turska
Vrednost izvoza (Biliona US\$)	19.20	5.79	4.14
Tržišni udeo	37%	11%	8%

ODEĆA	Kina	Bangladeš	Vijetnam
Vrednost izvoza (Biliona US\$)	149.90	40.90	33.70
Deo tržišta	31%	8%	7%

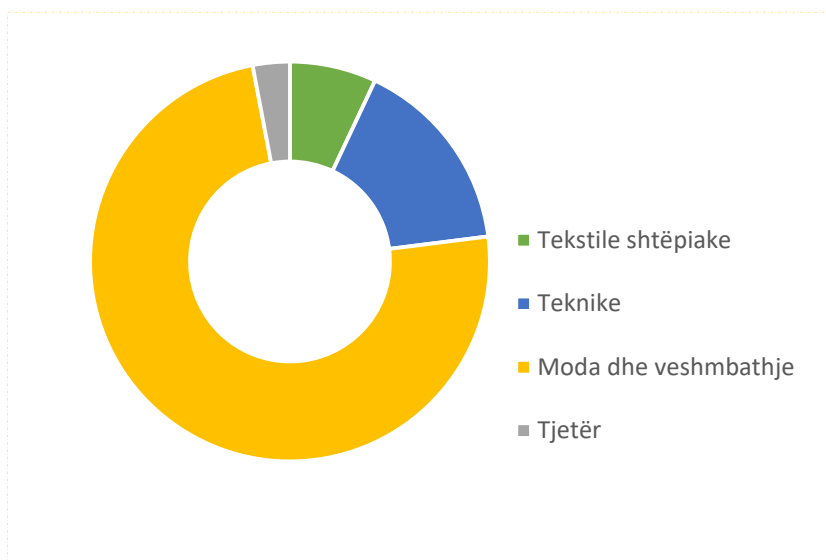
Izvor: IMF World Economic Outlook Update, January 2021

Optimističan početak 2020. godine brzo je izbledeo od krize prouzrokovane Covidom-19 koja je blokirala zemlje širom sveta, parališući lance snabdevanja i zatvarajući proizvodne i maloprodajne sektore. Uticaj se osetio širom svetske industrije tekstila, odeće i kože sa potražnjom na svim odredištima. Na početku je pad snabdevanja bio drastičan poboljšavajući se postepeno.

Prirodna vlakna su dominirala na tržištu tekstila i činila su preko 44% globalnih prihoda u 2020. godini, zbog njihove upotrebe u raznovrsnoj primeni u industriji mode i odeće. Očekuje se da će povećanje zabrinutosti za životnu sredinu zajedno sa preusmeravanjem potrošača na upotrebu održivih proizvoda, povećati potražnju za prirodnim vlaknima, što će pomoći pozitivnom rastu na tržištu. Očekuje se da će poliester pokazati stopu rasta od 4,2% od 2021. do 2028. godine, što se može pripisati njegovim različitim svojstvima kao što su visoka hemijska otpornost, nabori i brzo sušenje. Poliesterski materijal se koristi kao zaštitni izolacioni materijal u jastucima i u industriji za proizvodnju tepiha, vazdušnih filtera, obloženih tkanina i drugo. Najlon je treći najveći proizvod koji se koristi u tekstilnoj industriji. Upotreba najlona se primenjuje za opremanje kuća na osnovu visoke elastičnosti i svojstva upijanja vlage. Pored toga, služi kao zamena za proizvode na bazi svile kao što su: čarape, padobranci, prsluci i drugo.

Drugi segment proizvoda uključuje polietilen (PE), polipropilen (PP), aramid i poliamid. Njihova svojstva, kao što su: visoka otpornost na kiseline i alkalije na visokim temperaturama i minimalno zadržavanje vlage, povećale su potražnju za polietilenom na tržištu. Štaviše, upotreba polipropilena u tekstilnoj industriji daje pozitivan rast tržištu.

Slika 1.2. Deo globalnog tržišta, prema upotrebi 2020 (%)



Povećanje troškova potrošača na odeću u modnom segmentu dominira tržištem tekstila, koje čini više od 74% udela u globalnom prihodu u 2020. godini. Očekuje se da će visoka potražnja potrošača za obojenim i štampanim tkaninama, kvalitetom širom sveta, povećati potražnju globalnog tržišta za tekstilom od 2021. do 2028. godine.

Izvor: IMF World Economic Outlook Update, January 2021

Povećanje potražnje za formalnom i neformalnom odećom, kao i drugom modernom odećom među svim starosnim grupama globalnog stanovništva, glavni je pokretač rasta tržišta. Štaviše, rast stanovništva i urbanizacija u ekonomijama u razvoju kao što su Indija, Bangladeš, Vijetnam, Brazil i druge mogu povećati potražnju za odećom, čime pozitivno doprinose tržištu.

Očekuje se da će potražnja za tekstilom u tehničkom segmentu rasti po značajnoj stopi od 3,7% tokom predviđenog perioda, zbog njegovih osobina visokog učinka i aplikacija za krajnje korisnike. Sve veća primena u građevinarstvu, transportu, medicinskoj i zaštitnoj odeći povećala je upotrebu iste, što zauzvrat podstiče širenje tržišta.

Upotreba kućnog tekstila jedan je od pokretačkih faktora rasta tržišta. Ovo uključuje posteljenu, presvlake, tepihe, kuhinjske maramice, peškire i drugo. Štaviše, velika potrošnja prirodnih vlakana poput lana i pamuka, zajedno sa sintetičkim vlaknima koja se koriste za proizvodnju kućnog tekstila, dodatno podstiče rast tržišta.

Tržište ima težnju rasta i širenja kroz klastere i kupovine preduzeća. Preduzeća nastoje da povećaju svoju prodaju kroz različite trgovinske i vladine sporazume i/ili u partnerstvu sa portalima za e-trgovinu kao što su Amazon, Flipkart, e-Bay i drugi.

Tržište je podeljeno zbog prisustva nekih malih i srednje stepenih proizvođača, posebno u zemljama poput Kine i Indije. Štaviše, očekuje se da će laka dostupnost jeftine radne snage zajedno sa državnim podrškom za uspostavljanje različitih poslovnih jedinica ključnih igrača u gore navedenim zemljama doprineti pozitivnom rastu tržišta. Neki od istaknutih igrača na tržištu tekstila uključuju: BSL limited (Indija), INVISTA S.R.L. (SAD), Lu Thai Textile Co., Ltd. (Tajland), Paramount Textile Limited (Bangladeš), Paulo de Oliveira, S.A. (Portugalija), Successori REDA S.p.A. (Italija), Shandong Jining Ruyi Woolen Textile Co. Ltd., (Kina), Sinopec Yizheng Chemical Fibre Company Limited (Kina), China textiles Ltd., (Kina) i dr.

Sektori tekstila, odeće i kože su brzo rasli u poslednje dve decenije, zapošljavajući milione radnika širom sveta, većina od kojih su žene. Uticaji na životnu sredinu su koncentrisani na određenim tačkama lanca snabdevanja, posebno u četiri oblasti :

- Procesi pletenja, bojenja i završne obrade u proizvodnji tekstila;
- Korišćenje energije;
- Tekstilni otpad koji se odnosi na sastavljanje odevnih predmeta; i
- Transportne emisije kroz ceo lanac snabdevanja kao materijali, a zatim se finalni proizvodi isporučuju globalno.

Najizraženiji uticaji su, međutim, u prve dve oblasti, a glavni uticaji koji proizilaze iz intenziteta korišćenja vodnih resursa, upotrebe hemikalija uključujući toksične hemikalije, ispuštanja otpadnih voda i nedostatka procesa prečišćavanja, korišćenja energije i visokog intenziteta ugljenika električne energije.

Proizvodnja tekstila je intenzivno zavisna od vode i hemikalija. Rast i održivost sektora u velikoj meri zavise od načina na koji se upravlja resursima. Tekstilna industrija generalno koristi velike količine vode u rasponu od poljoprivredne potrošnje vode do uzgoja pamuka, do potrošnje vode u štampanju, bojenju i završnoj obradi tekstila i drugim proizvodima.

Ovaj sektor je jedan od najvećih korisnika sveže vode u svetu, koji troši oko 79 milijardi kubnih metara sveže vode godišnje u čitavom lancu vrednosti⁵. Pošto je proizvodnja tekstila locirana u nekim zemljama koje već imaju nesigurno snabdevanje vodom, krize vode se predviđaju u zemljama proizvođačima tekstila, uključujući Bangladeš, Kambodžu, Indiju, Indoneziju i Vijetnam. Takođe je odgovoran za ozbiljno zagađenje vode ispuštanjem velikih količina otpadnih voda koje sadrže opasne materije u reke i vodotoke bez odgovarajućeg prečišćavanja. Izveštava se da se 20% industrijskog zagađenja vode u svetu pripisuje bojenju i tretmanu tekstila.⁶

Ugljenički otisak po sektorima je takođe značajan, čineći 6-8% ukupnih globalnih emisija⁷. U 2015. godini ovo je bilo izjednačeno sa emisijom od 1,7 milijardi tona ugljen-dioksida⁸, što je više od svih međunarodnih letova i kombinovanog transporta. Brojevi nisu iznenađujući s obzirom na činjenicu da se preko 60% tekstila koristi u industriji odeće, a veliki udeo u proizvodnji odeće odvija se u Kini i Indiji. Indija se u velikoj meri oslanja na čvrsti ugalj i prirodni gas za proizvodnju električne i toplotne energije, značajno povećavajući otisak svakog proizvoda odeće. Prelazak na obnovljive izvore energije, kao što su solarna, hidroenergija ili vetar, može značajno smanjiti emisije i poboljšati trajnost povezanu sa proizvodnjom tekstila, odeće i kože.

⁵ Ujedinjeno Kraljevstvo, Zajedničko veće, Komitet za reviziju životne sredine, 2019.

⁶ FEM (Fondacioni Ellen Macarthur). Nova tekstilna ekonomija: Redizajn budućnosti mode, 2017.

⁷ ILO, Maj 2021.

⁸ Idib.

2. PREGLED SEKTORA TEKSTILA, ODEĆE I KOŽE NA LOKALNOM NIVOU

Država Kosovo se nalazi na jugoistoku evropskog kontinenta, odnosno u zapadnom delu Balkanskog poluostrva. Prirodni uslovi i povoljan geografski položaj omogućavaju veliki potencijal za ekonomski i industrijski razvoj. Sa druge strane, drugi ključni faktori usko povezani sa političkim aspektom i prošlošću od kontinuiranih invazija, uticali su da Kosovo danas bude među zemljama sa sporijim ekonomskim i industrijskim razvojem. U početnoj fazi, koja obuhvata 50-te godine XIX veka, struktura kosovske industrije bila je veoma jednostavna i sa malim brojem razvijenih grana. Među 11 najrazvijenijih grana tog vremena je tekstilna industrija, obojena metalurgija, industrija građevinskih materijala itd.⁹.

Sa razvojem novih industrijskih grana, posebno prerađivačkih, struktura industrijskih grana na Kosovu se značajno promenila. Prema podacima iz 1987. godine, među granama koje su stvorile najveću vrednost prometa su obojena metalurgija, proizvodnja automobila, industrija obuće i kože itd. Do osamdesetih godina 20. veka ove industrije su dostigle značajan nivo razvoja, ali je usled kritične situacije devedesetih došlo do zastoja u razvoju, proizvodnji, zapošljavanju i izvozu. Ova faza i rat koji je usledio uticali su na gotovo potpuni pad industrije državno-društvenog sektora.

Tekstilna industrija je jedna od prvih razvijenih grana, raširena u nekim centrima Kosova. U tom periodu proizvodili su se pamučni konac, vuneni konac, sintetičke tkanine, trikotaža, konfekcija, zavese i tepisi. Ova industrija je godinama nastavila svoj razvoj povećanjem broja proizvodnih preduzeća, širenjem mreže isporučenih proizvoda i istovremeno uticala na rast zaposlenih.

2.1 Proizvodnja tekstila

Posebno, tekstilna industrija je počela da dobija zamah nakon 1999. godine, zahvaljujući tradiciji, kreativnosti i iskustvu mnogih kosovskih porodica koje su osnovale privatna preduzeća za preradu kože, krzna, obuće, pletenja, tkanja i šivenja.

Proizvodnja tekstila je jedan od sektora koji obećava dalju ekspanziju broja preduzeća, broja zaposlenih i prometa za izvoz istovremeno kao rezultat nezaustavljive potražnje sa tržišta, kako spoljašnjeg tako i unutrašnjeg.

U našoj zemlji trenutno posluje oko 173 preduzeća koja su zaposlila oko 802 formalno zaposlena radnika, što je porast u odnosu na prethodne dve godine jer smo 2018. godine imali 127 aktivnih preduzeća sa 817 zaposlenih, dok smo u 2019. godini imali 111 aktivnih preduzeća sa 627 radnika u tekstilnoj proizvodnji.

⁹ Sektor industrije prerade tekstila, odeće i kože, Kiesa, 2019

Ista preduzeća ostvaruju godišnji promet od preko 16.06 miliona evra, uprkos pandemijskoj situaciji u kojoj se nalazimo. Regionu u kojima su ova preduzeća više koncentrisana su Priština, Uroševac, Prizren i Đakovica. Dok se njihovi proizvodi uglavnom izvoze u zemlje EU i CEFTA-e. Detaljni podaci koji se odnose na sektor proizvodnje tekstila nalaze se u sledećoj tabeli;

Tabela 2.1. Opšti pregled tekstilne proizvodnje u lokalnom kontekstu

Kod	Sektor (13) Proizvodnja tekstila	Broj preduzeća			Broj zaposlenih			Promet		
		18	19	20	18	19	20	2018.	2019.	2020.
1310	Priprema i tkanje tekstilnog konca	10	9	14	13	14	17	41.747,06	56.682,82	48.369,60
1320	Tkanje tekstila	11	9	11	77	70	76	2.237,604.04	2.927,144.22	2.273,755.62
1330	Završni procesi obrade tekstila	32	29	44	358	172	254	5.755,599.36	6.046,688.34	6.893,915.44
1391	Proizvodnja pletenih i tkanih tkanina	6	4	4	13	6	5	37.386.77	46.730,27	25.672,38
1392	Proizvodnja konfekcijskih tekstilnih proizvoda osim odeće	10	8	10	53	57	55	1.821,818.51	1.752,403.58	1.436,549.07
1394	Proizvodnja čilima, sedžada i tepiha	3	3	3	70	27	59	810.232,14	476.332,29	1.068,044.26
1395	Proizvodnja užadi, kanapa i mreža	-	-	1	-	-	1	-	-	745.00
1396	Proizvodnja netkanih tkanina i netkanih proizvoda, osim odeće	1	1	1	4	3	4	-	2.400,00	900.00
1399	Proizvodnja ostalog tehničkog i industrijskog tekstila	4	4	6	24	25	27	699.221,89	832.652,48	1.004,119.08
	Proizvodnja ostalog tekstila p. k. t. ukupno	50	44	79	205	255	304	3.284,376.11	3.241,929.26	3.312,334.39
UKUPNO		127	111	173	817	629	802	14.687,985.88	15.382,963.26	16.064,404,84

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

Što se tiče izvoza u sektoru „Proizvodnja tekstila“ znatno je primetno da je 2020. godina zabeležila povećanje od 56% ukupne vrednosti izvoza u odnosu na prethodnu godinu. Ukupna vrednost izvoza za 2020. godinu iznosila je 17.94 miliona evra, uključujući izvoz robe za pripremu i pletenje konca, tkanje tekstila i proizvodnju drugog tekstila. Dok izvoz sa zemljama EU-a iznosi 21,4%, sa zemljama CEFTA 29%, EFTA 2,64% i ostalim zemljama sa 47%.

Tabela 2.2. Domaća izvozna tržišna vrednost za tekstilnu proizvodnju u evrima i %

Kod	Sektor proizvodnje tekstila	Izvoz			Razlika u vrednosti	Razlika u %
		2018.	2019.	2020.		
13	Proizvodnja tekstila	6.136,824.19	7.875,908.03	17. 948, 552.72	10. 072, 644.14	127.89
13.1	Priprema i tkanje tekstilnog konca	509.170,62	137.430,84	674.710,00	537.278,88	390.94
13.2	Tkanje tekstila	511.127,80	1.416,543.36	1.845,939.00	429.396,08	30.31
13.9	Proizvodnja ostalog tekstila (sa delatnostima: 9.1,9.2,9.3,9.4,9.5,9.6,9.9)	5.116,525.77	6.321,933.83	15.427,903.00	9.105,969.18	144.04

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

S obzirom na povećanje godišnjeg prometa za 2020. godinu, istovremeno je povećana vrednost uvoza u našoj zemlji. Podaci pokazuju da je u 2019. godini uvoz sirovina bio u vrednosti 56.79 miliona evra, dok je u 2020. godini 66.66 miliona evra, što predstavlja povećanje od 9.87 miliona evra.

Tabela 2.3. Domaća uvozna tržišna vrednost za tekstilnu proizvodnju u evrima i %

Kod	Sektor proizvodnje tekstila	Uvoz			Razlika u vrednosti	Razlika u %
		2018.	2019.	2020.		
13	Proizvodnja tekstila	58.660,751.55	56.796,552.95	66. 662, 771.63	9.866,218.68	17.37
13.1	Priprema i tkanje tekstilnog konca	1.123,102.91	1.222,642.44	1.395,265.48	172.623,04	14.12
13.2	Tkanje tekstila	15.814,106.35	16.208,427.98	15.258,306.34	-950.121,64	-5.86
13.9	Proizvodnja ostalog tekstila (sa delatnostima: 9.1,9.2,9.3,9.4,9.5,9.6,9.9)	41.723,542.29	39.365,482.53	50.009,199.81	10.643,717.28	27.04

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

2.2. Proizvodnja odeće

Proizvodne kompanije u sektoru odeće podeljene su u tri kategorije: od, napravi i skрати što je poznato kao od, šiti i krojiti. Ovaj sektor je među najrazvijenijim u poređenju sa sektorima tekstila i kože, čineći najveći broj preduzeća, zaposlenih i istovremeno godišnji promet, kako u našoj, tako i u drugim zemljama.

Unutar ovog sektora proizvodnja serijske odeće kao uniformi različitih zanimanja za rad je među proizvodima sa najvećim brojem proizvodnje. Pored toga što je radno intenzivan, vredi napomenuti da u ovom sektoru dominiraju vlasništvo i zaposlenost ženskog roda.

Sektor „Proizvodnja odeće“ prema podacima dobijenim od Kosovske agencije za statistiku, za 2020. godinu je zabeležio porast u odnosu na prethodne dve godine. Broj aktivnih preduzeća za 2020. godinu iznosio je 325 preduzeća koja broje 1151 zaposlenog sa vrednošću prometa od 9.95 miliona evra.

Tabela 2.4. Opšti pregled proizvodnje odeće u domaćem kontekstu

Kod	Sektor (13) Proizvodnja odeće	Broj preduzeća			Broj zaposlenih			Promet		
		18	19	20	18	19	20	2018.	2019.	2020.
1310	Proizvodnja kožne odeće	3	4	6	55	2	5	163.510,37	45.649,68	43.379,40
1320	Proizvodnja radne odeće	32	28	40	158	204	336	1.245,523.05	2.254,721.10	2.740,757.66
1330	Proizvodnja ostale spoljne odeće	126	117	189	494	503	611	4.265,857.81	4.388,924.98	4.852,617.33
1391	Proizvodnja unutrašnje odeće	1	1	4	3	3	11	63.959,37	58.660,51	239.725,57
1392	Proizvodnja ostale i dopunjujuće odeće (rukavice, kape, šalovi i dr.)	31	27	44	109	112	143	1.191,889.37	1.298,806.18	1.635,999.21
1394	Proizvodnja proizvoda od krzna		2	1		2	2		21.787,00	10.969,42
1395	Proizvodnja pletenih čarapa	5	4	6	12	11	13	210.419,63	251.713,33	221.612,30
1396	Proizvodnja ostale pletene ili heklane odeće	28	28	35	26	19	30	167.801,45	194.693,41	213.615,94
UKUPNO		226	210	325	857	856	1151	7.308,961.05	8.514,956.19	9.958,676.83

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

Izvoz u sektoru „Proizvodnja odeće“ beleži značajan rast u poslednje tri godine, dok вреди istaći da je u 2020. godini zabeležio veći rast u odnosu na prethodne dve godine. Vrednost izvoza u 2020. godini iznosi 5.15 miliona evra, dok u 2018. godinu vrednost izvoza iznosi 3.2 miliona evra, a u 2018. godina 2.17 miliona evra.

Ukupna vrednost izvoza u ovom sektoru za 2020. godinu je 5.15 miliona evra, dok je izvoz u zemlje EU 38%, u zemlje CEFTA 9,4%, EFTA 7% i ostale zemlje 46%. Proizvodi sektora „Proizvodnja odeće“, u zemljama EU, najviše se izvoze u Italiju sa 30% i u Nemačku sa 25%. Od zemalja CEFTA-e, proizvodi sektora Proizvodnja odeće najviše su se izvozili u Severnu Makedoniju sa 43,3% i Crnu Goru sa 24%. Dok su se u zemljama EFTA-e proizvodi sektora proizvodnje odeće izvozili u Švajcarskoj sa 99%, dok su se u drugim zemljama najviše izvozili u SAD sa 72%.

Tabela 2.5. Domaća izvozna tržišna vrednost za proizvodnju odeće u evrima i %

Kod	Sektor za proizvodnju odeće	Izvoz			Razlika u vrednosti	Razlika u %
		2018.	2019.	2020.		
13	Proizvodnja odeće osim odeće od krzna	2.179,544.62	3.293,023.19	5.156,424.31	1.863,401.15	56.59
13.1	Proizvodnja odeće osim odeće od krzna	1.942,304.25	2.713,627.99	4.629,931.00	1.916,303.32	70.62
13.2	Proizvodnja proizvoda od krzna	0	0	0	-	-
13.9	Proizvodnja heklanih odevnih predmeta	237.240,37	579.395,20	526.493,03	-52.902,17	-9.13

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

Uprkos povećanoj vrednosti broja preduzeća, broju zaposlenih i godišnjem prometu, вреди napomenuti da je vrednost uvoza u sektoru odeće za 2020. godinu manja u odnosu na prethodne godine. U 2020. godini uvezeno je 98.7 miliona evra, u odnosu na 2018. godinu, gde je ukupna vrednost uvoza iznosila 118 miliona evra i 2018. godinu u kojoj je uvezeno materijala u vrednosti od 105.17 miliona evra. Uvoz u zemlje EU iznosi 6%, sa zemljama CEFTA 2%, EFTA 0,11% i sa ostalim zemljama 92%.

Tabela 2.6. Domaća uvozna tržišna vrednost za proizvodnju odeće u evrima i %

Kod	Sektor za proizvodnju odeće	Uvoz			Razlika u vrednosti	Razlika u %
		2018.	2019.	2020.		
13	Proizvodnja odeće osim odeće od krzna	105.171,177.93	118.008,278.57	98.738,284.03	-19.269,994.54	-16.33
13.1	Proizvodnja odeće osim odeće od krzna	88.060,654.36	100.177,489.64	82.365,196.68	-17.812,292.96	-17.78
13.2	Proizvodnja proizvoda od krzna	25.687,91	23.558,64	15.377,12	-8.181,52	-34.73
13.9	Proizvodnja heklanih odevnih predmeta	17.084,835.66	17.807,230.29	16.357,710.23	-1.449,520.06	-8.14

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

2.3. Proizvodnja kože i proizvoda od kože

Nastanak sektora kože na Kosovu je u tradiciji štavljara kože i sarača za preradu kože i proizvodnju cipela od 1945. godine.

„Koža i proizvodi od kože” je najpovoljniji sektor u zapošljavanju, uz blago kretanje u poslednje tri godine. Iz ovog rezultata analizira se broj preduzeća, zaposlenih i godišnji promet za 2018 - 2020. U ovom sektoru tokom 2020. godine broj preduzeća je bio 43, broj zaposlenih 420, a godišnji promet dostiže vrednost od 5.81 miliona evra. U odnosu na 2019. godinu, ovaj sektor je zabeležio povećanje zaposlenosti, broja preduzeća i pad godišnjeg prometa.

Tabela 2.7. Opšti pregled proizvodnje kože u domaćem kontekstu

Kod	Sektor (14) Proizvodnja kože	Broj preduzeća			Broj zaposlenih			Promet		
		18	19	20	18	19	20	2018.	2019.	2020.
1511	Štavljenje i tamnjenje kože; dorada i bojenje krzna	2	1	2	4	0	3	10.500,40	9.647,20	33.664,85
1512	Proizvodnja prtljaga, ručnih torbi i sličnih predmeta, poput konjske sedlarske opreme i zaprega	11	9	14	31	38	40	706.814,59	872.234,49	800.745,93
1520	Proizvodnja cipela	24	19	27	395	341	377	6.095,315.47	6.274,768.69	4.982,531.90
UKUPNO		37	29	43	430	379	420	6.812,630.46	7.156,650.38	5.816,942.68

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

Ukupna vrednost izvoza u sektor „Proizvodnja kože i proizvoda od kože” iznosi 2.33 miliona evra. Proizvodi se uglavnom izvoze u zemlje EU sa 61,77%, u zemlje CEFTA sa 37,56%, dok se u znatno manjem procentu izvoze u zemlje EFTA sa 0,19% i u ostale zemlje sa samo 0,48%. Zemlje u koje se najviše izvoze proizvodi ovog sektora su Francuska sa 29,64%, Albanija sa 28,57% i Poljska sa 22,96%.

Tabela 2.8. Domaća izvozna tržišna vrednost za proizvodnju kože i proizvoda od kože u evrima i %

Kod	Sektor proizvodnje kože	Izvoz			Razlika u vrednosti	Razlika u %
		2018.	2019.	2020.		
13	Proizvodnja kože i proizvoda od kože	2.735,479.11	3.080,819.54	2.335,813	-745.006,77	-24.18
13.1	Štavljenje i tamnjenje kože; proizvodnja prtljaga, torbi, sedlarskih i drugih sedlarskih proizvoda, odeće i farbanja krzna	956459,59	846.035,43	119.632	-726.403,63	-85.86

13.2	Proizvodnja cipela	1.779,019.52	2.234,784.11	2.216,181	-18.603,14	-0.83
------	--------------------	--------------	--------------	-----------	------------	-------

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

Dok u pogledu uvoza ovog sektora, ukupna vrednost za 2020. godinu dostiže 38.21 milion evra, uvoz sa zemljama EU iznosi 8,49%, sa zemljama CEFTA 3,2%, EFTA 0,15% i ostalim zemljama sa 88,16%. Zemlje iz kojih se proizvodi ovog sektora najviše uvoze su Kina sa 38,12%, Turska sa 21,55%, Vijetnam sa 14,88% itd.

Tabela 2.9. Domaća uvozna tržišna vrednost za proizvodnju kože i proizvoda od kože u evrima i %

Kod	Sektor proizvodnje kože	Uvoz			Razlika u vrednosti	Razlika u %
		2018.	2019.	2020.		
13	Proizvodnja kože i proizvoda od kože	44.554,440.03	49.380,964.63	38.212,879.80	-11.168,084.83	-22.62
13.1	Štavljenje i tamnjenje kože; proizvodnja prtljaga, torbi, sedlarskih i drugih sedlarskih proizvoda, odeće i farbanja krzna	8.857,972.36	9.418,650.59	6.408,762.01	-3.009,888.58	-31.96
13.2	Proizvodnja cipela	35.696,467.67	39,962,314.04	31.804,117.79	-8.158,196.25	-20.41

Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od DPI/MIPT

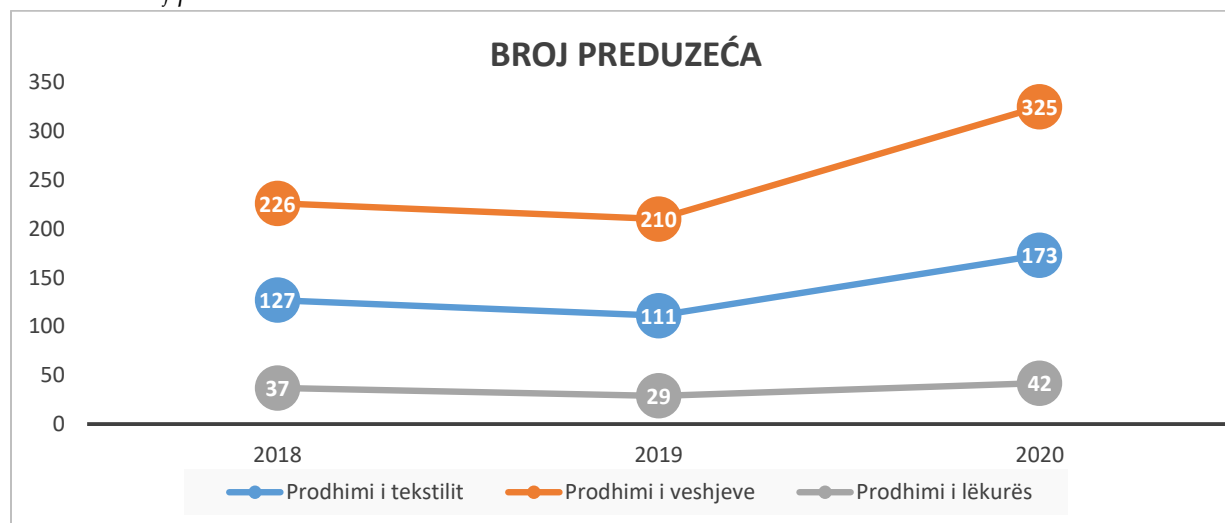
Zbirna analiza tri sektora, za broj preduzeća, zaposlenih i prometa

Sektori tekstila, odeće i kože tokom godina su se dokazali kao sektori sa potencijalom za kontinuirani rast broja aktivnih preduzeća, broja zaposlenih i godišnjeg prometa. Za donošenje ovog zaključka analizirani su podaci o broju preduzeća, broju zaposlenih i prometu za poslednje tri godine za sektore tekstila, odeće i kože. Prema ovim podacima podrazumeva se da je u 2018. godini bilo ukupno 390 aktivnih proizvodnih preduzeća, u 2019. godini 350 proizvodnih preduzeća, dok je u 2020. godini bilo 540 preduzeća koja su obavljala delatnost proizvodnje proizvoda tekstila, odeće i kože.

U pogledu broja zaposlenih, proizvodna preduzeća u 2018. godini imala su 2.104 zaposlenih, proizvodna preduzeća u 2019. godini imala su 1.864 zaposlenih, a proizvodna preduzeća u 2020. godini imala su 2.373 zaposlenih. Vredi napomenuti da i pored smanjenja broja preduzeća od 2018. do 2019. godine, broj zaposlenih nije smanjen.

Uočen je porast i u vrednosti prometa tokom godina, 2018. godine je zabeleženo 28.809 miliona evra prometa, 2019. godine 31.054 miliona evra, a 2020. godine 31.840 miliona evra prometa.

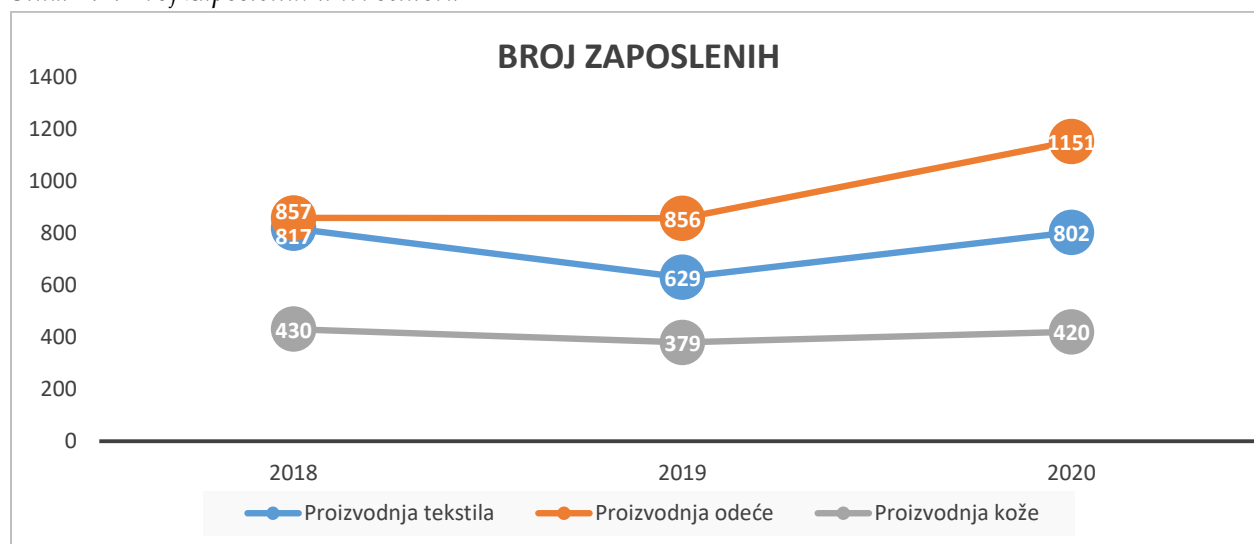
Slika 2.1. Broj preduzeća u tri sektora



Izvor: Kosovska agencija za statistiku, obrađeno od D&D Business Support Center

Da bi se analizirali trendovi broja preduzeća, na specifičan način su analizirani podaci za tri posljednje godine, tj. 2018.-2020. U sektoru za proizvodnju tekstila u 2019. godini, u odnosu na 2018. godinu, zabeležen je blagi pad broja preduzeća (7,07%), ali kada ga uporedimo sa 2020. godinom vidimo značajan porast broja preduzeća (54,76%). U proizvodnji odeće postoje neznatne fluktuacije (12,5%) kada uporedimo 2019. sa 2018. godinom, ali uporedo sa 2020. godinom vidimo da je proizvodnja odeće zabeležila povećanje (55,85%) broja preduzeća. U sektoru proizvodnje kože u odnosu na druga dva nije bilo toliko značajnih promena, ali je broj preduzeća ostao nepromenjen. U 2019. godini u odnosu na 2018. zabeležen je pad (27,5%) u broju preduzeća, dok je u 2020. godini zabeležen porast (44,82%) u broju preduzeća.

Slika 2.2. Broj zaposlenih u tri sektora

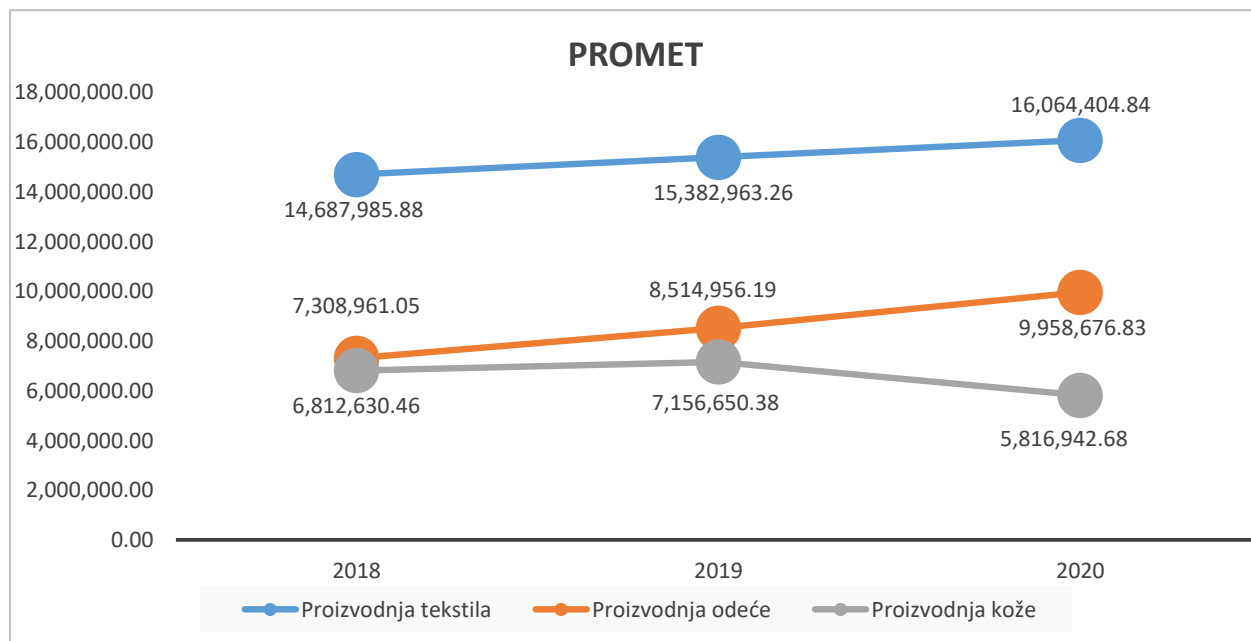


Izvor: Agencija za statistike Kosova, priredio D&D Business Support Center

Osim broja preduzeća, analiza broja zaposlenih tokom godina izvršena je u tri sektora, u proizvodnji tekstila, proizvodnji odeće i proizvodnji kože. Tekstilni sektor u broju zaposlenih tokom 2019. godine imao je značajno smanjenje u odnosu na 2018. godinu, ali u 2020. godini došlo je do povećanja, vraćajući ovaj broj radnika na približnu tačku 2018. godine.

Proizvodnja odeće tokom godina beležila je samo povećanje broja zaposlenih, došlo je do blagog povećanja od 2018. do 2019. godine, ali najveći rast u odnosu na druga dva sektora bio je od 2019. do 2020. godine i proizvodnje kože, što predstavlja blagi pad u broju zaposlenih u 2019. godini, koji se 2020. godine vraća na početnu tačku iz 2018. godine.

Slika 2.3. Promet u tri sektora



Izvor: Agencija za statistike Kosova, priredio D&D Business Support Center

Trend prometa preduzeća, prema podacima dobivenim od Agencije za statistiku Kosova, predstavlja stalan rast proizvodnje tekstila od 2018, 2019. i 2020. godine, iako u vrlo skromnim vrednostima. Proizvodnja odeće takođe je pokazala pozitivan tok prometa u analiziranim godinama, dok je u 2020. godini došlo do izraženijeg porasta. Uprkos druga dva sektora u proizvodnji kože u istom vremenskom periodu, povećanje prometa zabeleženo je tek u 2019. godini, dok je u 2020. godini zabeležen značajan pad prometa u tim sektorima.

3. ANALIZA LANCA VREDNOSTI

Analiza lanca vrednosti uglavnom se zasniva na nalazima primarnih podataka, gde je obavljen 81 intervju sa preduzećima koje proizvode, isporučuju i prevoze tekstilne, odevne i kožne proizvode. Takođe je obavljeno ukupno 9 intervjua sa relevantnim akterima, uključujući različite institucije i organizacije koje su podržale sektor tekstila, odeće i kože. Vredi napomenuti da neka od preduzeća u lancu vrednosti ovog sektora obavljaju više od jedne funkcije.

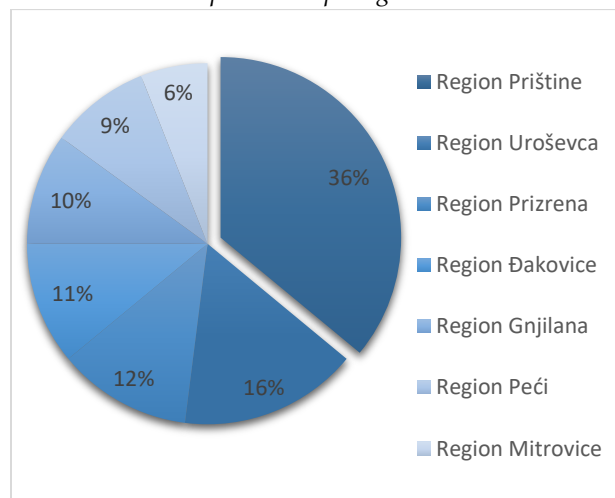
Kako bi se što realnije prikazalo stanje u ovim sektorima, intervjui su vođeni na osnovu 4. posebnih kategorija / upitnika:

1. Upitnik za zainteresovane strane u sektorima tekstila, odeće i kože,
2. Upitnik za proizvodna preduzeća,
3. Upitnik za preduzeća za snabdevanje,
4. Upitnik za transportna preduzeća.

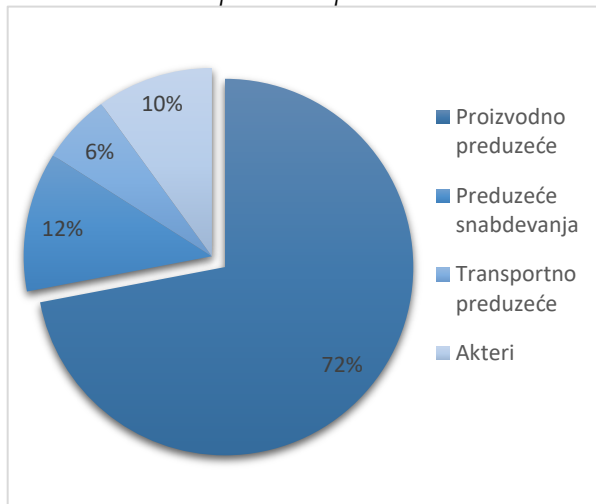
Istovremeno, kako bi istraživanje bilo što opširnije, preduzeća su intervjuisana u 21 opštinu Republike Kosovo u kojima su sektori tekstila, odeće i kože razvijeniji.

Od ukupnog broja intervjua obavljenih u ovom istraživanju, 72% preduzeća su proizvodna, 12% preduzeća su dobavljači, 6% ispitanika su transportna preduzeća, a 10% su relevantni akteri u sektorima tekstila, odeće i kože.

Slika 1. Struktura preduzeća po regionu /



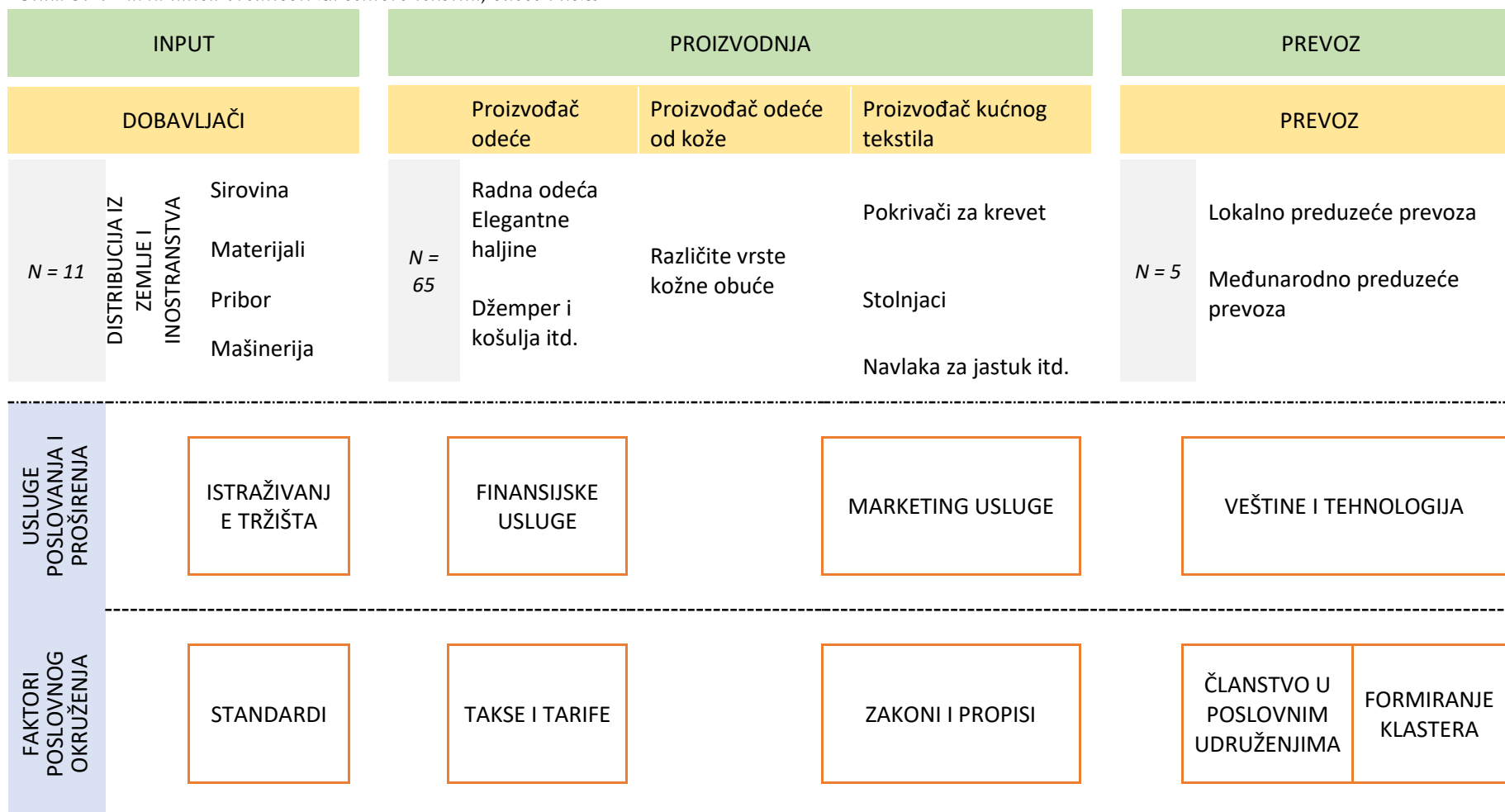
Slika 2. Struktura preduzeća po delatnostima



Karta lanca vrednosti

Slika 3.1 opisuje Kartu lanca vrednosti za sektor tekstila, odeće i kože. Karta lanca vrednosti sastoji se od tri (3) glavne funkcije, koje su takođe bile u fokusu studije.

Slika 3.1. Karta lanca vrednosti za sektore tekstila, odeće i kože



Nabavka (perspektiva proizvođača)

Sektori tekstila, odeće i kože na Kosovu nisu isključivo podeljeni u jedinstvenu poslovnu funkciju jer uopšte obavljaju više od jedne funkcije lanca vrednosti.

Najveći broj proizvodnih preduzeća, odnosno 82%, sarađuje sa 1 do 3 dobavljača/uvoznika, dok preostalih 18% sarađuje sa više od 4 različita preduzeća za nabavku. Veliki broj proizvodnih preduzeća uvozi potrebne proizvode ili materijale direktno na vlastite troškove, ova funkcija lanca vrednosti posebno je naglašena pri uvozu potrebnih materijala za proizvodnju i dodatne opreme.

Što se tiče procesa uvoza, 53% preduzeća radije žele da se nabavka materijala / proizvod vrši na vlastitoj osnovi, dok preostalih 47% smatra da je bolje organizovati procesa uvoza putem posrednika. Iz svojih perspektiva, preduzetnici ističu neke primarne faktore koji ih vode da sami organiziraju nabavke, među njima su: fleksibilnost, trošak i sigurnost nabavke.

Sa druge strane, u odnosu na proizvode kojima se proizvodna preduzeća snabdevaju od dobavljača, 40% proizvodnih preduzeća uglavnom kupuje potrebne materijale za preradu, 30% preduzeća kupuje raznu dodatnu opremu i 29% kupuje proizvode poput sirovina potrebnih za proizvodnju.

Najčešće korišćeni materijali za proizvodna preduzeća osim vrste proizvoda koje proizvode su: saten 20%, zatim pamuk sa 17%, liker sa 15%, te su dalje spomenuti materijal svile sa 13%, materijal gume sa 9%, vuna sa 9% itd.

Tabela 3.1. Glavni proizvedeni proizvodi

Proizvedeni proizvodi	Sirovina
Odeća/roba	Svila, saten, liker, pamuk, vuna, pliš, štof itd.
Obuća	Koža, sintetička pređa, guma, pamuk itd.
Kućni tekstil	Pamuk, sintetika, spužva, svila, guma, pliš itd.

Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Budući da je poreklo uvoza sirovina od posebne važnosti za preduzeća za proizvodnju tekstila, odeće i kože, podaci ove studije pokazuju da je dominantno mesto ovih preduzeća za nabavku sirovinama Turska. Dok su druge zemlje koje se spominju kao izvor materijala potrebnih proizvodnim preduzećima, ali u manjem procentu su: Kina, Bugarska, Italija, Njemačka itd.

Što se tiče količine uvezenog materijala ili proizvoda za njihova preduzeća, upoređujući 2019. sa 2020. godinom, primećeno je da je uvoz proizvoda u prošloj godini (2020.) bio manji. Pandemija Covid-19 uticala je na privremeni prestanak rada, od 12 preduzeća koje su u 2019. godini uvezile 100% materijala sa spoljnog tržišta, u 2020. godini ih je samo 8. Sličan je pad gotovo svih preduzeća koja su uvozila iz inostranstva, osim onih preduzeća koja su uvozila iz oba izvora nabavke (sa spoljnog i domaćeg tržišta) došlo je do povećanja procenta materijala/proizvoda uvezenih iz inostranstva ili snabdevanjem na vlastitim troškovima sa spoljnog tržišta.

Među najznačajnijim preprekama sa kojima se proizvodna preduzeća susreću tokom snabdevanja potrebnim materijalima su: snabdevanje sirovinama, koja se smatra jednim od najznačajnijih izazova sa 31% odgovora, sledi prevoz sa 25% odgovora, vreme isporuke sa 17%, preostalih 16% administrativne i carinske postupke smatra izazovom, a 11% odgovora ukazuje da je kvaliteta takođe značajna prepreka u procesu snabdevanja materijalom.

Nabavka (perspektiva dobavljača)

Za potrebe ove studije, 12%, odnosno 11 MSP-ova od ukupnog broja preduzeća intervjuisanih za ovo istraživanje su preduzeća čija je glavna aktivnost nabavka materijala / proizvoda i dodatne opreme za proizvodnju tekstila, odeće i kože.

Od 11 preduzeća za snabdevanje, 46% (5) preduzeća se snabdevaju iz domaćeg i međunarodnog tržišta, 27% (3) preduzeća se snabdevaju materijalom samo sa spoljnog tržišta, a za 27% (3) preduzeća koja su izjavila dase snabdevaju sa potrebnim materijalom samo iz domaćeg tržišta.

Kao što se vidi u donjoj tablici, preduzeća koja se snabdevaju glavnim materijalima sa spoljnog tržišta su: pamuk sa 31%, zatim koža sa 15%, vlakna, vuna i gotovi proizvodi sa po 12%. Dok se preduzeća koja se snabdevaju iz lokalnog tržišta generalno se snabdevaju finalnim proizvodima koje zatim šalju na prodaju u prodavnicama maloprodaje.

Tabela 3.2. Nabavka materijala

Snabdevanje materijalom sa spoljnog tržišta	Procenat (%)
Pamuk	30,77%
Koža	15,38%
Vlakna	11,54%
Vuna	11,54%
Finalni proizvodi	11,54%
Lani	7,68%
Konac za vez	3,85%
Mešavina pamuka i polistirena	3,85%
Liker, guma	3,85%
Ukupno	100%

Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Poreklo uvoza za preduzeća za snabdevanje je Turska, koja čini 50% ukupnog uvoza preduzeća u ovom sektoru, za kojom sledi Bugarska sa 22%, Kina sa 10% itd. Među razlozima zašto domaća preduzeća radije biraju Tursku za snabdevanje materijalom je bliski geografski položaj, troškovi prevoza i kvalitet proizvoda. Troškovi carinskih postupaka smatraju se drugim troškovima procesa uvoza proizvoda / materijala potrebnih za preduzeće nakon troškova prevoza, nakon čega slede ostale obaveze.

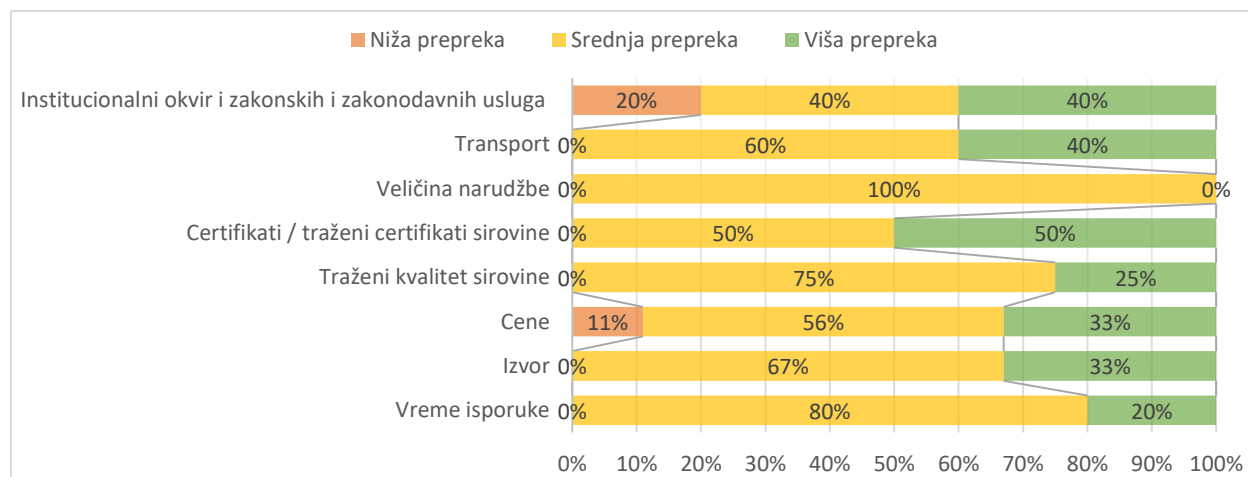
Primarni podsticaji preduzeća koja odabiru uvoz proizvoda i materijala sa stranog tržišta su povoljnije cene. Od materijala na stranom tržištu uopšte se smatra da su koristi zadovoljavajuće, to uključuje 73% odgovora ispitanika, dok 27% ispitanika smatra da je manje zadovoljavajuća korist od lokalnog materijala.

Što se tiče organizacije uvoza sirovina od ukupnog broja ispitanika u ovoj studiji, 67% (6 MSP) preduzeća izjavilo je da u potpunosti organizuju uvoz na vlastitim troškovima, od toga 11% (1 MSP) delimično organizuju uvoz vlastitim troškovima, 11% (1 MSP) preduzeća obavlja nabavku sirovina preko posrednika, a takođe 11% (1 MSP) preduzeća prema potrebi koristi mešovitu metodu. Podaci koji su gotovo slični uvozu sirovina su organizacija skladištenja, gde se prema odgovorima dobivenim od preduzeća može shvatiti da 73% ispitanika postupak skladištenja dovršava na vlastitim troškovima, ovu uslugu 9% obavlja delimično na vlastitim troškovima, dok 18% njih obavlja organizaciju skladištenja preko vanjskih posrednika koji pružaju ove usluge.

Najpoželjniji oblik uvoza sirovina je organizacija uvoza vlastitim troškovima, koju podržava 64% preduzeća (7 MSP). Preostalih 36% smatra da je uvoz najpoželjniji oblik putem posrednika ili po potrebi mešovitom metodom.

Prepreke sa kojima se suočavaju preduzeća za nabavku su različite, među glavnim su povezane sa cenama, rokom isporuke, prevoznim i institucionalnim okvirima, nakon čega slede potrebni standardi i kvalitet sirovina. Za više detalja možete pogledati donju sliku.

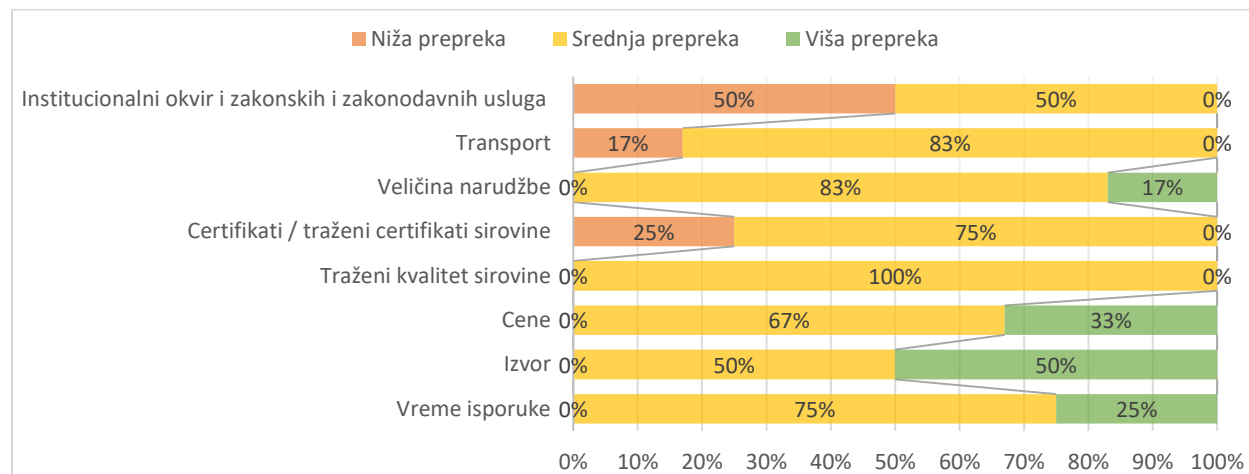
Slika 3.1. Prepreke za preduzeća za nabavku



Izvor: Podaci sa istraživanja, proračun autora

Nasuprot tome, iz perspektive dobavljača u odnosu na prepreke uvoznih preduzeća, veličina narudžbe je izraženija, što se procenjuje kao prepreka prosečnog nivoa. Ostale prepreke su slične.

Slika 3.2. Prepreke za uvozna preduzeća

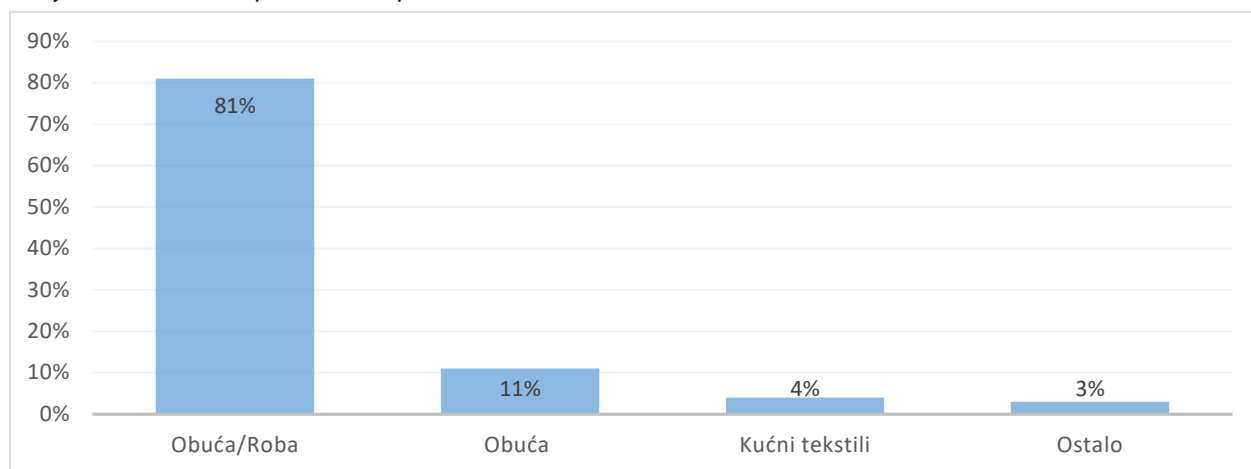


Izvor: Podaci sa istraživanja, proračun autora

Analiza lanca vrednosti - proizvođači

Pored studije o lancu vrednosti, od ukupnog broja obavljenih intervjuja, 72% (65 MSP) su proizvodna preduzeća, dok su na osnovu aktivnosti tih preduzeća podeljena u četiri glavna proizvodna sektora. Iz sledeće slike razumemo da 81% ispitanika proizvodi različitu odeću / robe, 11%, proizvodi obuću 4% ispitanika proizvodi kućni tekstil, dok 3% ispitanih preduzeća proizvodi proizvode prema potražnji. Kao rezultat pandemije Covid-19 i velike potražnje za maskama za lice, ova preduzeća su se prilagodila potražnji tržišta.

Grafikon 3.3. Sektori proizvodnih preduzeća



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

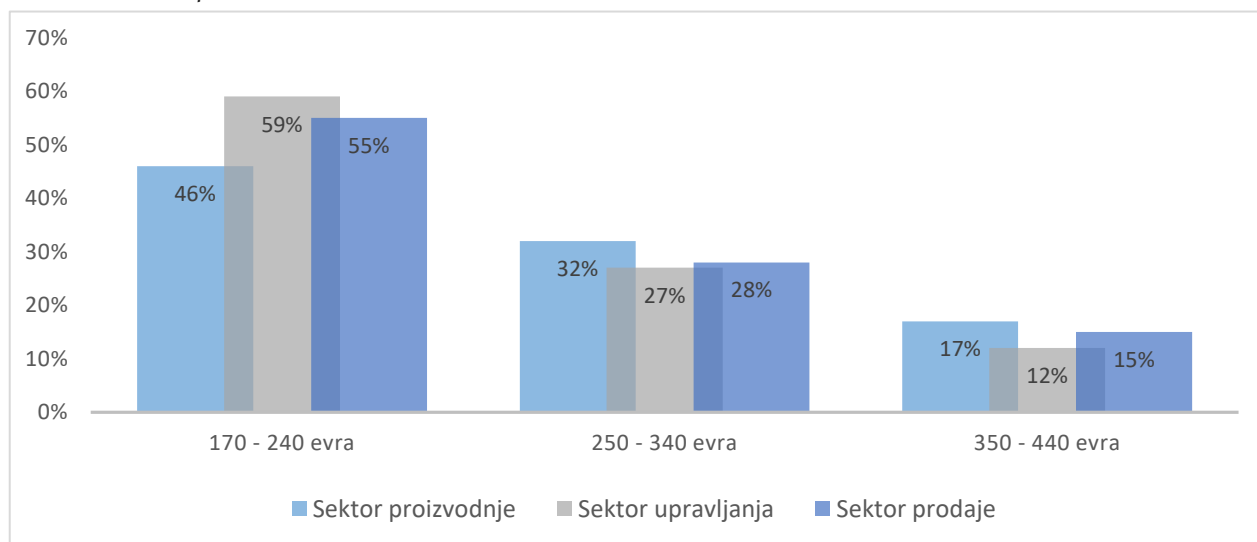
Što se tiče zaposlenih u tim preduzećima, najveći broj zaposlenih je u proizvodnom sektoru koji se smatra ključnom delatnošću preduzeća. Ostali deo su zaposleni u sektoru prodaje i administracije, ali je njihov broj u odnosu na proizvodni sektor vrlo nizak. U tim preduzećima među zaposlenima uopšte dominira ženski pol, sa prosekom uzrasta od 26-45 godina, dok je u pogledu obrazovanja većina zaposlenih završila srednje obrazovanje.

Studija izvodi podatke o prosečnoj bruto plati osoblja u proizvodnom, administrativnom i prodajnom sektoru. Iz primljenih odgovora razumljivo je da u 46% preduzeća koja učestvuju, prosečna plata radnika u proizvodnji varira od 170-240 evra, 32% preduzeća je izjavilo da je prosečna plata osoblja u proizvodnom sektoru 250-340 evra, 17% izjavljuje da plata radnika dostiže 350-440 evra, dok preostalih 5% preduzeća navodi da njihova prosečna plata dostiže do 640 evra bruto u zavisnosti od učinka radnika.

U administrativnom sektoru 59% preduzeća plaća svoje osoblje sa 170-240 evra, 27% njih plaća sa 250-340 evra, 12% preduzeća plaća sa 350-440 evra, dok preostala 2% dostižu prosečnu bruto platu do 540 evra.

Gotovo isti podaci kao i za sektor administracije dati su za zaposlene u sektoru prodaje, od čega 55% preduzeća plaća 170-240 evra bruto, 28% preduzeća plaća 250-340 evra bruto, 15% preduzeća plaća svoje osoblje sa 350 evra -440 evra bruto, a 2% plaća svoje osoblje sa 450-540 evra bruto prosečne plate.

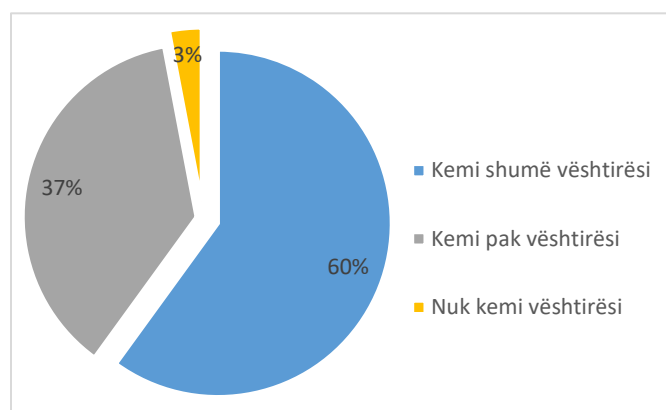
Slika 3.4 Plate po sektorima.



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Vredi napomenuti da je izuzetno značajan izazov ovih preduzeća pronaći kvalifikovano osoblje. Od ukupnog broja proizvodnih preduzeća (65 MSP), 60% njih je navelo da ima velikih poteškoća u pronalaženju kvalifikovanog osoblja za rad, dok je 37% njih navelo da nemaju poteškoća u pronalaženju kvalifikovanih radnika, a drugi deo 2% navodi da nemaju uopšte poteškoća u pronalaženju kvalifikovanog osoblja za posao.

Grafikon 3.5. Stručno osoblje



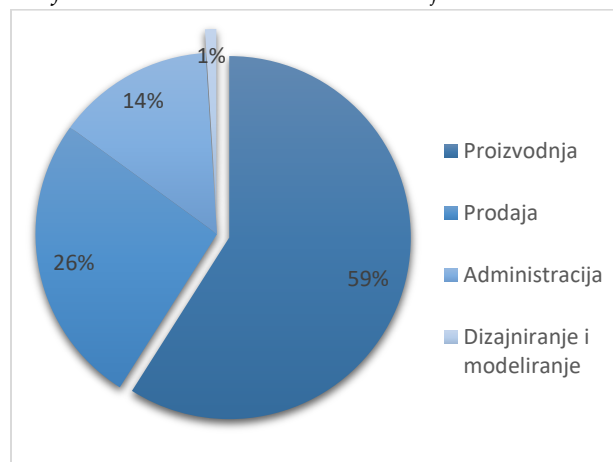
Uopšte, proizvodna preduzeća navode da je u ovoj delatnosti osoblje proizvodnih sektora prilično nekvalifikovano. Ova preduzeća omogućavaju pohađanje obuka koje organizuju u svom timu radi potrebne obuke o korišćenju mašinerija i proizvodnim procesima, ali nasuprot svim naporima nedostaje odgovarajuće interesovanje mladih za zapošljavanje u ovom sektoru.

Izvor: Podaci sa istraživanja, proračun autora

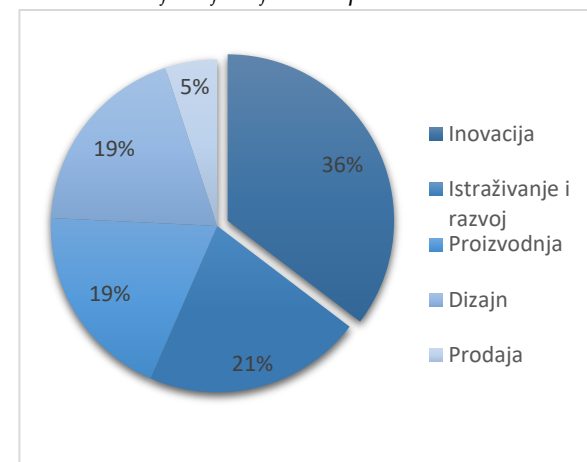
Stručno osoblje koje je potrebno i traženo u ovom sektoru uglavnom je u proizvodnom procesu gde je 59% preduzeća (potvrdilo potrebu za kvalifikovanim / iskusnim osobljem), dok je 26% preduzeća naglasilo potrebu za osobljem u tom sektoru. 14% u administraciji. Sa druge strane, stručno osoblje

koje u našoj zemlji nemamo na raspolaganju, među najizraženijim su inovacije sa 35%, zatim sektor istraživanja i razvoja sa 21%, ostalo su proizvodnja, dizajn i prodaja.

Grafikon. 3.6. Potrebno stručno osoblje



Stručno osoblje koje nije dostupno



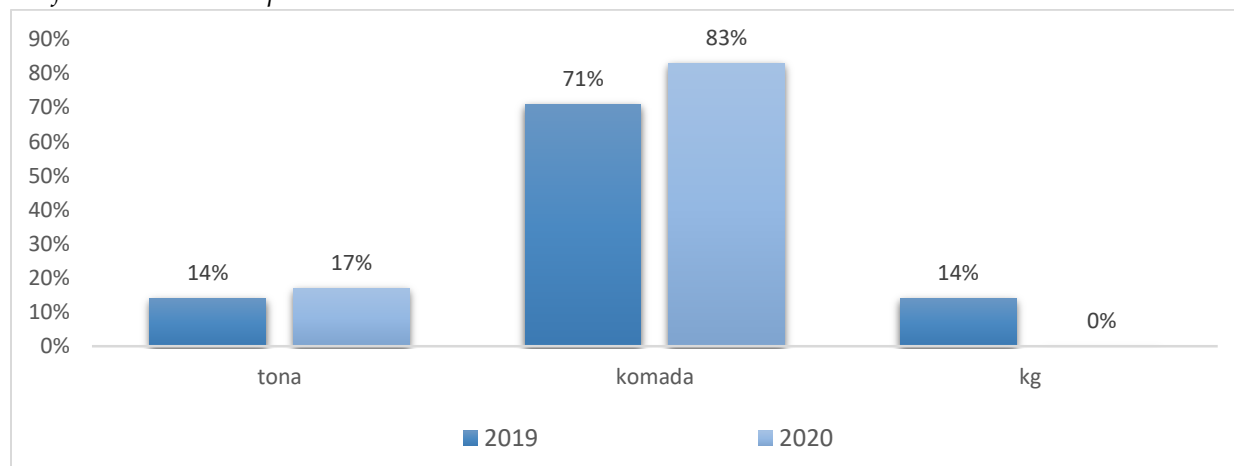
Izvor: Podaci sa istraživanja, proračun autora

S obzirom na potrebno stručno osoblje i povećanje efikasnosti u toku rada, zahtev za jačanjem kapaciteta u tim oblastima je neophodno. Takođe, prema podacima, preduzeća su isticala potrebu za obukama iz oblasti inovacija i marketinga sa po 23%, zatim za obuke za proizvodnju sa 17%, zatim obuke za umrežavanje i nova tržišta koja su zastupljena sa 15% od odgovora.

Domaća i izvozna tržišta - perspektiva proizvođača

Podaci o količini koju ta preduzeća proizvode za domaće tržište i izvoz upoređuju se za 2019. i 2020. godinu. Od ukupnog broja preduzeća koja izvoze proizvode, nisu sva prijavila količinu koju su proizvele. Iz ovih podataka shvatamo da uprkos pandemiji 2020. godine došlo je do povećanja količine proizvedene za izvoz.

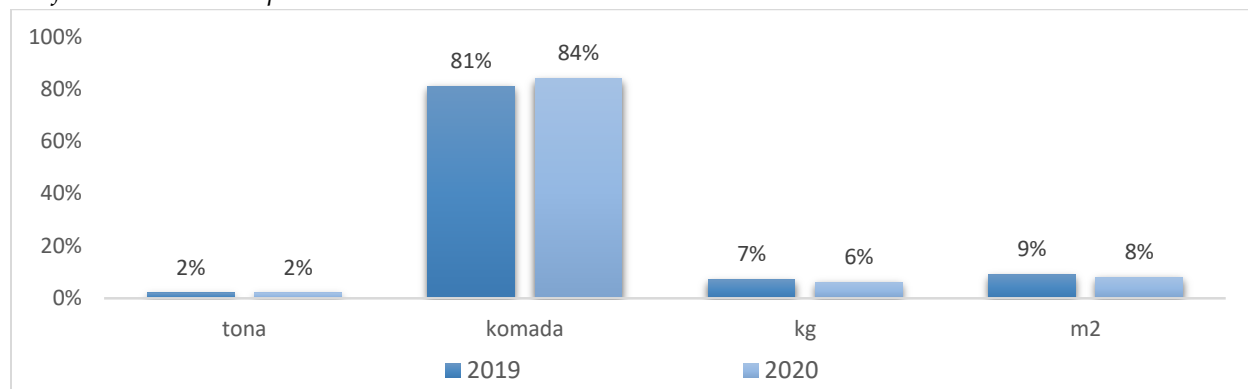
Grafikon 3.7. Količina proizvedena za izvoz.



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Međutim, što se tiče količine proizvedene za domaće tržište, primećen je blagi pad količine proizvodnje u odnosu na 2019. i 2020. godinu. To se dogodilo kao posledica pandemije Covid-19 i privremene obustave gotovo svih radnih aktivnosti, uključujući preduzeća za proizvodnju tekstila, odeće i kože.

Grafikon 3.8. Količina proizvedena za domaće tržište.

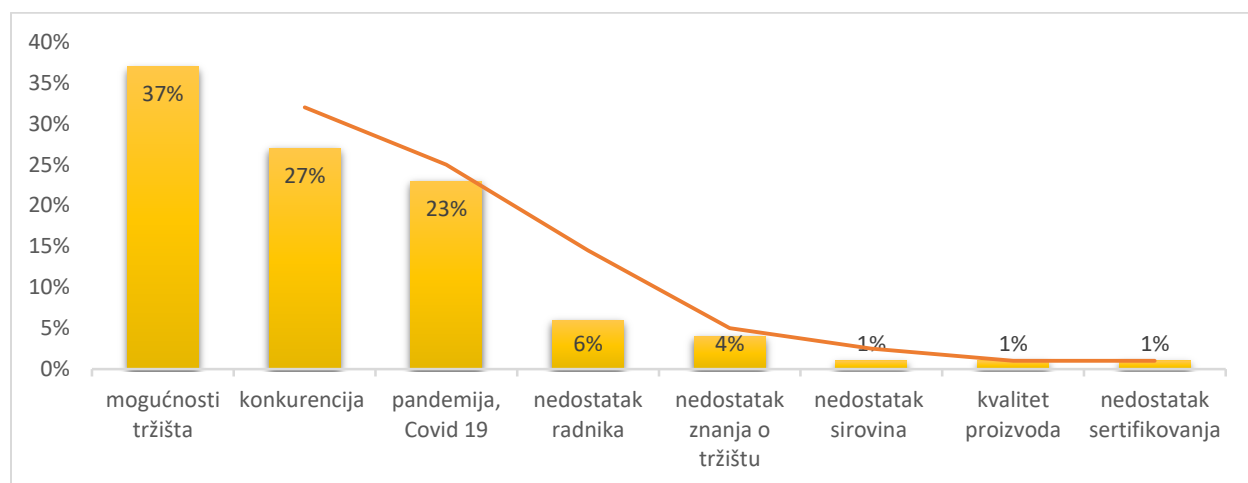


Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Stopa iskorišćenosti kapaciteta značajno varira sa jednog preduzeća na drugo. Više od polovine intervjuisanih proizvodnih preduzeća (34 MSP) 52% naglasilo je da koriste do 50% ukupnog kapaciteta, sledi 15% (10 MSP) koje koriste 40% kapaciteta, a 10 MSP koriste 60% kapaciteta. Ostala preduzeća koriste veće kapacitete ali se broj preduzeća drastično smanjuje pored povećanja procenta iskorišćenosti kapaciteta.

S obzirom na činjenicu da većina proizvodnih preduzeća ne koristi pune kapacitete, isti su govorili o razlozima za slabo korišćenje njihovih kapaciteta. Kao što je prikazano na donjoj slici, kao glavni uzroci koji su uticali na neiskorišćavanje kapaciteta su smatrane: (ne)mogućnosti tržišta sa 36%, konkurencija sa 27% i pandemija sa 23%. Drugi razlozi bili su nedostatak radnika sa 6% kao i nedostatak znanja o tržištu sa 4% odgovora itd.

Grafikon 3.9. Prepreke u korišćenju kapaciteta



Izvor: Podaci istraživanja, proračun autora

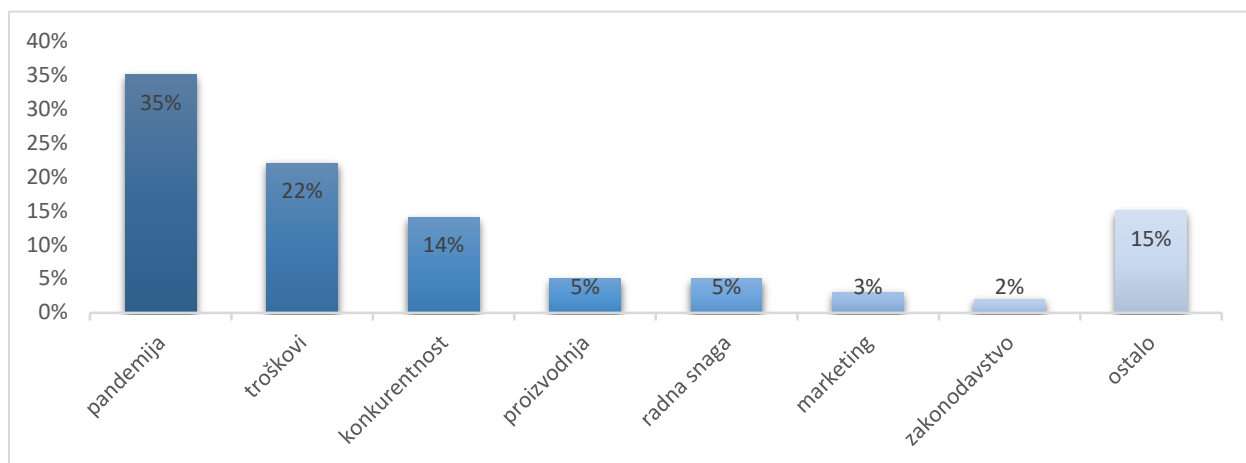
Među glavnim proizvodima proizvodnih preduzeća u sektoru odeće koji učestvuju u ovom istraživanju su: svakodnevna odeća, sportska odeća, elegantne haljine, razne vrste radnih uniformi itd. U sektoru proizvodnih preduzeća obuće, glavni proizvodi su: svakodnevna obuća, elegantna obuća, sportska obuća za odrasle i decu. Dok su u sektoru preduzeća za proizvodnju tekstila, među glavnim proizvodima razne vrste posteljina i prekrivača za krevete.

Prepreke u proizvodnji i izvozu

Kao što se može videti na donjoj slici, među najznačajnijim preprekama proizvodnih preduzeća kada teže ka kvalitetnoj proizvodnji, ponudi niskih cena kao i rastu izvoza su: uticaj pandemije sa 35% preduzeća, slede troškovi potrebni za proizvodnju i kvalitet sa 22% preduzeća kao i konkurencija sa 14% preduzeća.

Istovremeno su pomenute i marketinške usluge, proces proizvodnje, zakonodavstvo, nedostatak radne snage i neophodna ulaganja u mašineriju. Najveći broj izazova su kategorisani kao interna ili organizaciona ograničenja koja su posledica preduzetničkih ograničenja, dok kao spoljni faktor je globalni izazov sa pandemijom, situacija prema kojoj se tok rada mora prilagoditi. Svake godine Vlada Kosova podržava različita preduzeća putem šema i grantova, a takođe i finansijski sektor tokom godina postao je povoljniji u smislu kamatnih stopa na trgovinske kredite.

Grafikon 3.10. Prepreke u proizvodnji



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Vlada Kosova u cilju povećanja pristupa finansijama za mikro, mala i srednja preduzeća na Kosovu i radi otvaranja radnih mesta, povećanja domaće proizvodnje, usluga sa dodatom vrednošću, poboljšanja trgovinskog bilansa i proširenja mogućnosti finansiranja preduzeća, pomogla je da se osnuje Fond za kreditne garancije, koji pokriva 50% potencijalnog rizika za odgovarajuće kredite izdatih od poslovnih banaka, dok istovremeno podobnim preduzećima omogućava slobodniji pristup finansijama.

Promet u industriji tekstila, odeće i kože

Na osnovu podataka dobijenih od preduzeća koja su učestvovala u ovoj studiji, prosečni iznos prometa na domaćem tržištu u 2019. godini po preduzeću dostigao je 43.427 evra, dok je 2020. prosečni iznos prometa po preduzeću je 23.997 evra. Istovremeno su primljeni i podaci koji se odnose na godišnji promet za izvoz, gde se primećuje da prosečni iznos godišnjeg prometa po preduzeću u 2019. godini dostiže do 77.704 evra, dok 2020. godina označava prosečni iznos prometa po preduzeću od 101.508 evra. Iz ovoga možemo razumeti da je glavni cilj sektora tekstila, odeće i kože za 2020. godinu bilo strano tržište.

Tabela 3.3. Iznos prometa za 2019. i 2020. godinu prema podacima.

Prosečna vrednost godišnjeg prometa intervjuisanih preduzeća	2019. godina	2020.godina
Domaće tržište	43.427,07 €	23.997,94 €
Izvoz	77.704,50 €	101.508,07 €
Ukupno	121.131,57 €	125.506,02 €

Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Isti trend se može primetiti i u zvaničnim podacima Agencije za statistiku Kosova, gde se primećuje pad prosečnog godišnjeg prometa na domaćem tržištu, i povećanje prosečnog godišnjeg prometa za izvoz.

Tabela 3.4. Iznos prometa za 2019. i 2020. godinu prema zvaničnim podacima ASK-a.

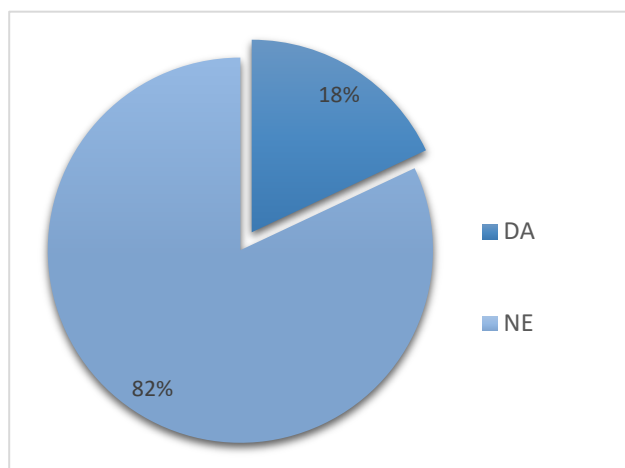
Prosečna vrednost godišnjeg prometa	2019. godina	2020.godina
Domaće tržište	16.804,820 €	7.961,048 €
Izvoz	14.249,750€	25.440,788 €
Ukupno	31.054,570 €	33.401,836 €

Izvor: ASK i MIPT

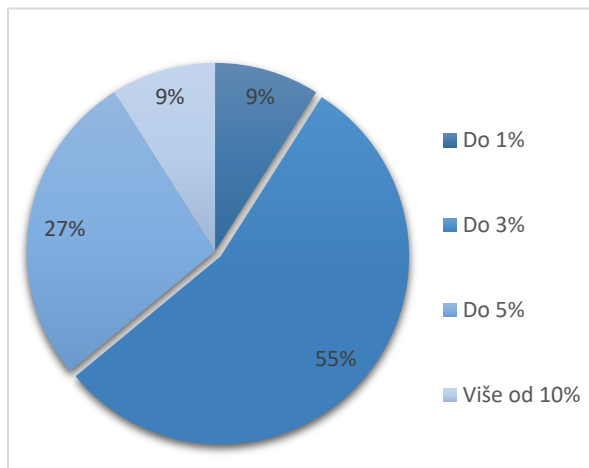
Inovacija

U poslednjih 36 meseci 82% (53 MSP-a) nije ulagalo u istraživanja, razvoj ili aktivnosti vezane za inovacije za proizvodnju novih proizvoda ili proizvodnih linija, dok je ostali deo preduzeća, 18% (12 MSP-a) potvrdilo da je uloženo u aktivnosti istraživanja, razvoja ili inovacije vezano za inovaciju koje su direktno pomogle preduzećima da predstavljaju nove linije ili proizvode na tržištu. Od preduzeća koja su uložila u istraživanje, razvoj ili aktivnosti vezane za inovacije, 55% je koristilo 3% godišnjeg prometa u istraživanje i razvoj, 27% ispitanika je uložilo 5%, a 9% više od 10% godišnjeg prometa u istraživanju i u razvoj preduzeća. Veći deo preduzeća predstavilo je nove proizvode na sastancima sa preduzećima koja sarađuju i putem društvenih mreža.

Grafikon 3.11. Ulaganja vezana za inovacije



Grafikon 3.12. 12% godišnjeg prometa uloženog u inovacije

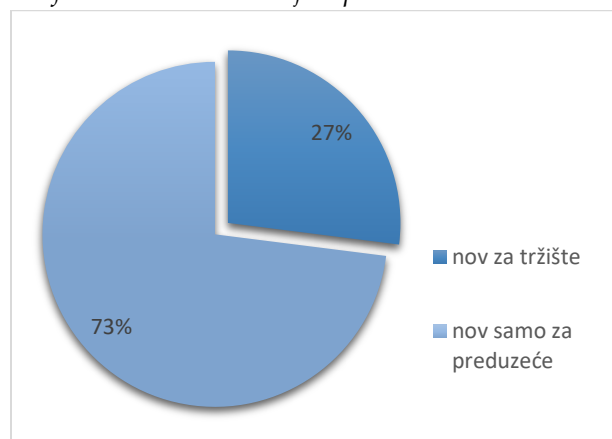


Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Od 27% preduzeća, predstavljeni proizvodi se smatraju novim na tržištu na kojem preduzeće posluje, što znači da ti proizvodi ranije nisu postojali na domaćem tržištu. Dok 73% preduzeća navodi da su predstavljeni proizvodi novi za preduzeće, ali koji su već bili prisutni na tržištu.

Sva preduzeća koja su dodala nove proizvode ili usluge izjavile su da istraživanja, razvoj i aktivnosti vezane za inovacije su vršene samo od preduzeća i nije bilo saradnje sa nijednim spoljnim partnerom.

Grafikon 3.13. Predstavljeni proizvodi



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Sa druge strane, saradnja između preduzeća je obećavajući motiv, s obzirom da podaci ukazuju na međusobnu saradnju. Najveći procenat preduzeća koja izjavljuju da imaju međusobnu saradnju je sa malim preduzećima, odnosno 39%, dok 38% sarađuje sa mikro preduzećima. Saradnja sa velikim preduzećima je 7%, dok sa srednjim preduzećima je 13%.

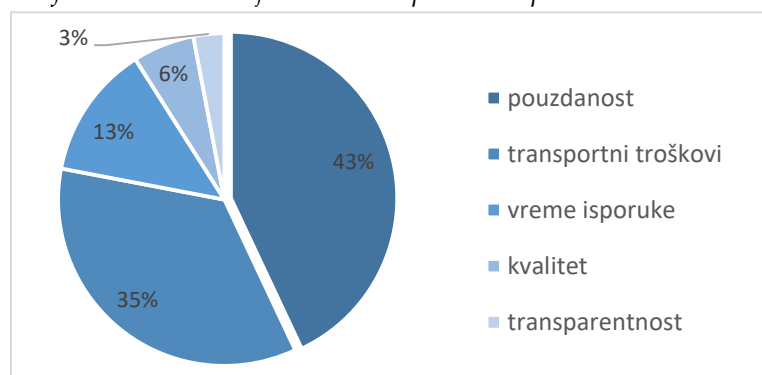
Prevoz

Ovo istraživanje sadrži podatke o prevozu iz perspektive prevoznih preduzeća, koje čine ukupno 6% ukupnog uzorka, proizvodnih preduzeća koje čine većinu uzorka sa 72%, a preduzeća za snabdevanje sa 12%, podaci koji su se koristili za analizu ovog odeljka.

Za ovu analizu iz odabranog uzorka, njih 6% (5 MSP) njih pružaju usluge prevoza tekstilnih, odevnih i kožnih proizvoda. Podaci pokazuju različite oblike organizacije prevoza robe, kao što su preduzeća koja organizuju prevoz potpuno samostalno, ona koja sarađuju sa nekim posrednikom i preduzeća koja koriste obe vrste prevoznih aranžmana.

Intervjuisana proizvodna preduzeća, 53% (34 MSP) izjavilo je da same organizuju prevoz, 5% (3 MSP) je izjavilo da rade samo sa posrednicima za prevozne usluge, a 42% (27 MSP) je izjavilo da koriste obe metode prevoza, prema potrebi. Sa druge strane, oko 18% (12 MSP) preduzeća je navelo da sarađuje samo sa jednim prevoznim preduzećem, 34% (22 MSP) je navelo da imaju saradnju sa 2 do 5 prevoznih preduzeća, a ostatak od 48% (31 MSP) navodi da prevoz vrše samostalno.

Grafikon 3.14. Kriterijumi za izbor prevoznih preduzeća



Među najvažnijim kriterijumima za odlučivanje ovih preduzeća o izboru prevoznih preduzeća su: pouzdanost, troškovi prevoza, vreme isporuke, kvalitet i transparentnost.

Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun

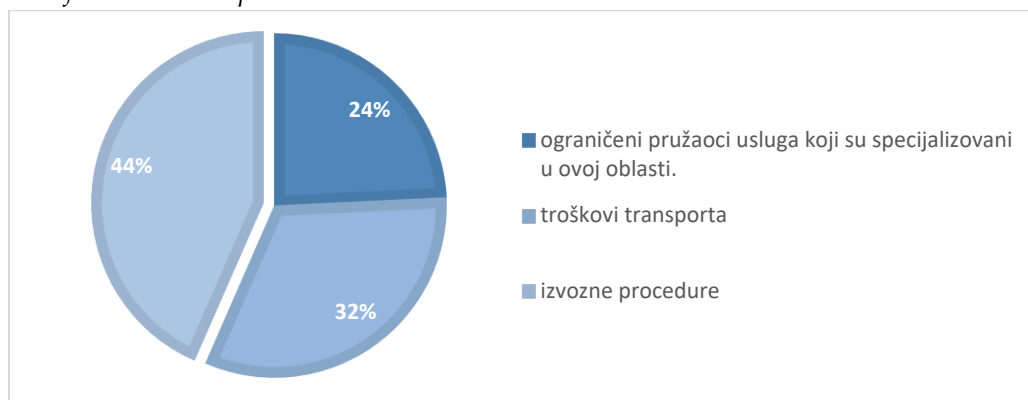
autora

Da bi se razumeli troškovi vezani za prevoz, nalazi iz intervjua sa odgovarajućim preduzećima su pokazali da prosečna cena prevoza u evropskim zemljama varira od 1.500 do 2.000 evra za 20 tona. Ovo kretanje između cena se opravdava različitim udaljenostima između evropskih zemalja. Sa druge strane, imamo prosečnu cenu prevoza za zemlje regiona koja varira od 30 do 45 evra po toni.

Prosečni troškovi prevoza u ukupnim troškovima proizvoda izračunati su do 9% prometa za 82% intervjuisanih preduzeća i do 19% prometa za 18% intervjuisanih preduzeća.

Među izazovima sa kojima se preduzeća suočavaju tokom izvoza robe su izvozni postupci koji su rezultirali sa 44% od ukupnog broja primljenih odgovora. Kao sporedna prepreka najviše se spominju troškovi prevoza koji predstavljaju 32% izazova iz odgovora ovih preduzeća, a preostalih 24% su naveli kao glavni izazov ograničene pružaoce usluga koji su specijalizovani u ovoj oblasti.

Grafikon 3.15. Prepreke na izvoz



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Izvozna tržišta i izvozna potraživanja

Studija prikazuje analizu izvoza iz tačke gledišta proizvodnih preduzeća na domaćem tržištu. Od ukupnog broja ispitanika koji učestvuju u ovom istraživanju, zaključeno je da 14% preduzeća je uključeno u poslovne aktivnosti na stranom tržištu i trenutno izvozi u druge zemlje, sa fokusom na evropske zemlje. Mada 86% njih do sada ne izvozi svoje proizvode, ipak deo njih tvrdi da će u bliskoj budućnosti proširiti svoje aktivnosti i u inostranstvu. Za ostvarenje izvoza njihovih proizvoda potrebno je popuniti neke od potrebnih dokumenata:

- poreklo robe;
- naziv i klasa robe;
- vrsta robe;
- potvrda o kvalitetu, ISO - standardi;
- izveštaj o prijavi uvezenog/ izvezenog proizvoda izdatog od strane državne tržišne inspekcije;
- bruto težina (kg);
- vrednost robe
- pakovana ili ne pakovana roba.

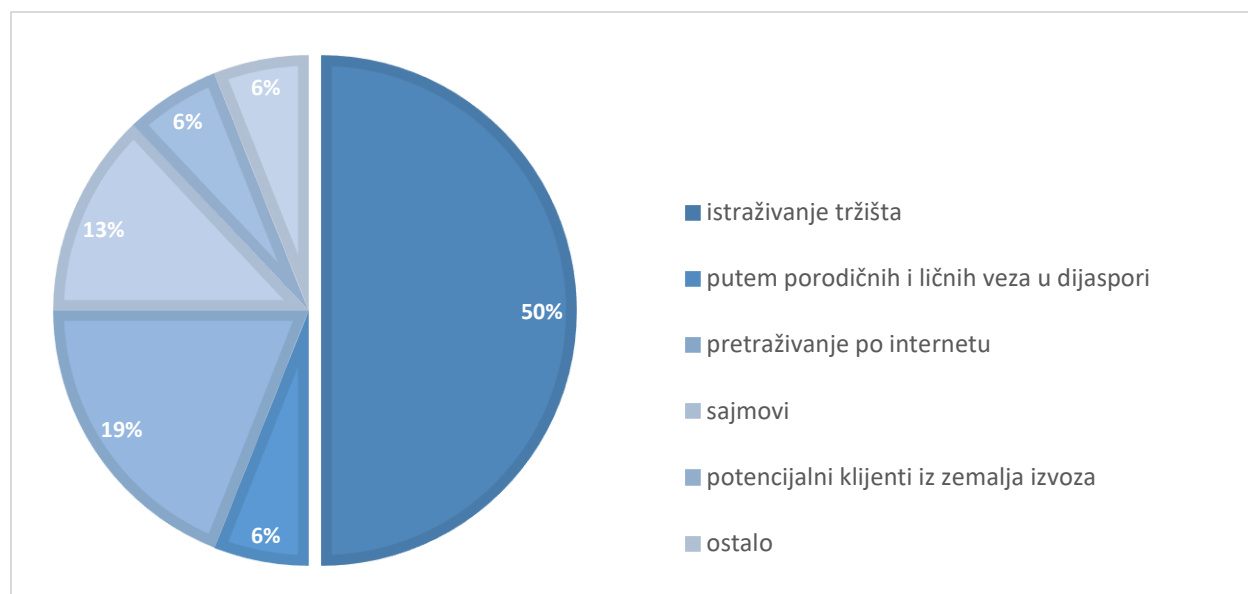
Dok neki od sertifikat pomenutih od intervjuisanih preduzeća koje su potrebne za izvoz su:

- ISO 9001: 2015 (precizira zahteve sistema za upravljanje kvalitetom)

- BSCI sertifikat (BSCI je evropski sistem socijalnog praćenja etičkih resursa pokrenut od Udruženja za spoljnu trgovinu (FTA) sa sedištem u Briselu);
- JCS sertifikat (jedno je od glavnih organa sertifikacije trećih strana koji se bavi oblašću sertifikacije sistema za upravljanje);
- Sertifikat žig;

Identifikacija novih klijenata i/ ili širenje na nova tržišta izuzetno je važan proces za uspeh preduzeća. Prema tome, preduzeća smatraju istraživanje tržišta jednim od najuspešnijih načina za postizanje ciljeva u identifikaciji novih klijenata ili širenju tržišta. Nakon toga slede pretraživanja na internetu, način koji je veoma koristan za preduzetnike u ovom sektoru. Sajmovi se smatraju trećim najčešće korišćenim alatom za pronalaženje novih klijenata i tržišta, dok su ostali izjavili da koriste porodične i lične veze u dijaspori kao i potencijalne klijente iz zemalja izvoza sa kojima imaju kontakt za izgradnju novih veza.

Grafikon 3.16. Identifikacija klijenata



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Intervjuisana preduzeća izvoze uglavnom u Italiju, Severnu Makedoniju, Švajcarsku, Albaniju, Nemačku, Švedsku a manje u druge zemlje kao što su Slovenija, Saudijska Arabija, Izrael, Dubai itd. Po sektorima, kao što je prikazano u donjoj tabeli (3.4), odgovarajuća odeća se uglavnom izvozi u Albaniju, Švajcarsku, zatim u Nemačku, Holandiju, Severnu Makedoniju i Crnu Goru. Među glavnim razlozima zbog kojih je izvoz orijentisan na regionalni nivo, direktno su vezani za vrednost prevoznih troškova kao i standarde koji se zahteva u ovim zemljama, a neki od njih su: ISO 9001: 2015, sadržaj i poreklo robe, itd.

Iz sektora kožnih proizvoda oni se uglavnom izvoze u Francusku i Italiju. Među glavnim konkurentskim prednostima ovog sektora prema nalazima istraživanja je kvalitet proizvoda, ali koji

u isto vreme prati atraktivnija prednost, a to su niski troškovi i nizak porez na prihod. Među glavnim zahtevanim standardima su: ISO, BSCI, JCS i STEMA.

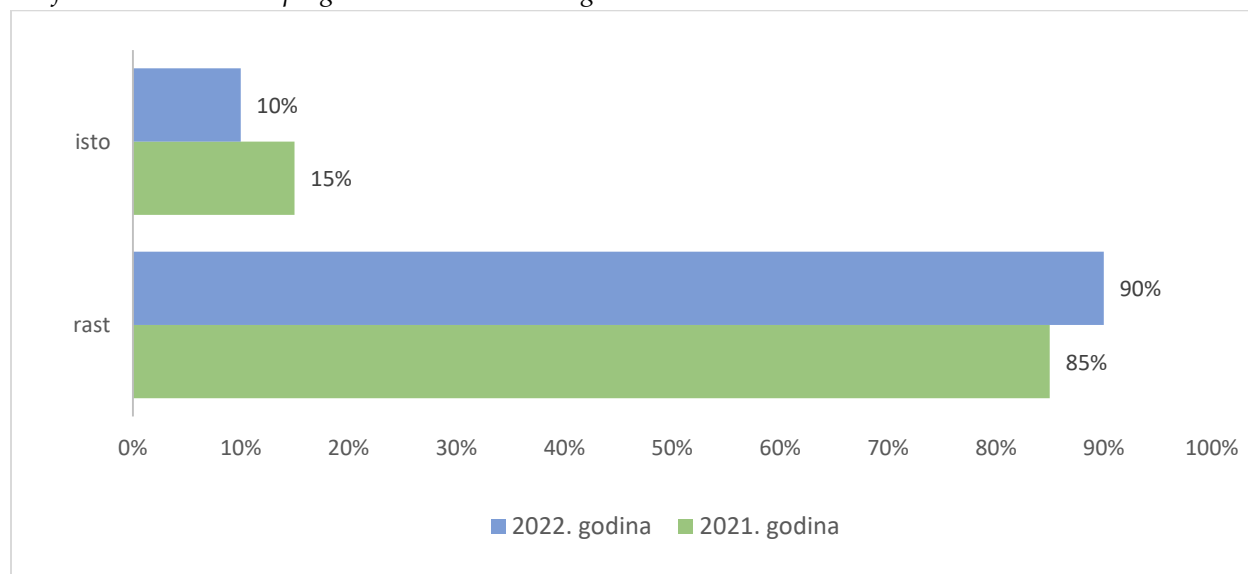
Tabela 3. 4. Izvoz po sektorima, proizvodima i zemljama izvoza

Sektor	Izvozni proizvodi	Glavne zemlje za izvoz	Razlozi za uspeh	Sertifikati
Odeća	Haljine, džemperi, maske za lice itd.	Švajcarska, Albanija, Crna Gora, Nemačka, Severna Makedonija i Holandija	Kvalitetni proizvod i cena	ISO 9001
Kožni proizvodi	Obuća	Francuska i Italija	Kvalitet, cena i profesionalizam	ISO, BSCI, JCS, STEMA

Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Predviđanja preduzeća za protok izvoza 2021. i 2022. godine su pozitivna očekivanja rasta izvoza u gore navedenim sektorima. U 2021. godini predviđa se prosečan rast izvoza od 25% od 85% ispitanika dok 15% ne očekuje bilo koju promenu u tom pogledu. U 2022. godini 90% preduzeća izrazilo je optimizam da očekuje prosečno povećanje izvoza od 40%, dok 10% ne očekuje bilo koju promenu u protoku izvoza.

Grafikon 3.17. Izvozna prognoza za 2021. i 2022. godinu

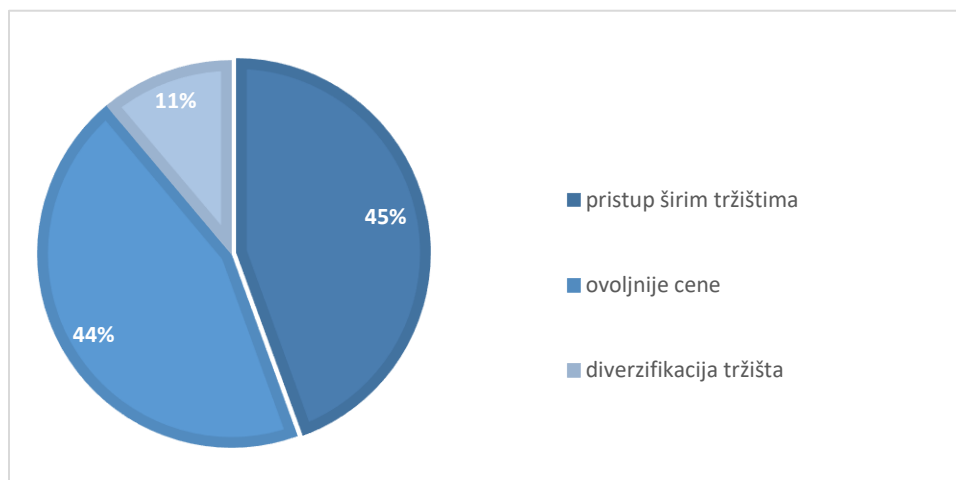


Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Među glavnim motivima koji podstiče domaća preduzeća da ciljaju inostrano tržište (izvoz) je pristup širim tržištima sa (45%) preduzeća, što rezultira skoro polovinom ispitanika. Povoljnije cene

(marže) (44%), kao i diversifikacija tržišta sa (11%). Glavne uočene konkurentske prednosti ovih preduzeća su kvalitet proizvedenih proizvoda sa 62% i cena sa 38%.

Slika 3.18. Razlozi za prodaju na spoljnim tržištima



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Poslovno okruženje

Pravni okvir koji utiče na sektor tekstila, odeće i kože se reguliše od strane Ministarstva industrije, preduzetništva i trgovine, Ministarstva prostornog planiranja i infrastrukture i Ministarstva finansija i transfera, pod kojima posluju i Poreska administracija Kosova i Carina Kosova.

Slika 3.19. Pravni okvir i omogućavanje okruženja



Ministarstvo industrije, preduzetništva i trgovine je odgovorno za razvoj politika koje se odnose na sektor industrije, podsticanje rasta privatnog sektora, sa fokusom na MSP, i promovisanje politika koje poboljšavaju poslovno okruženje.

Ministarstvo prostornog planiranja i infrastrukture je institucija odgovorna za pitanja vezana za životnu sredinu. Uzimajući u obzir društveni i institucionalni pritisak, u isto vreme i društvenu svest uopšte, razvoj poslovnih praksi se mora prilagoditi trenutnim zahtevima u pogledu zaštite životne sredine. Sektori tekstila, odeće i kože igraju važnu ulogu u poboljšanju opšteg zagađenja životne sredine.

Ministarstvo finansija i transfera i Poreska uprava Kosova su pravne institucije odgovorne za fiskalne politike i poreze. Važno je napomenuti da je fiskalna politika na Kosovu zasnovana na dobrim praksama EU. Carina Kosova je odgovorna za sprovođenje carinskih propisa, posebno za naplatu carinskih dažbina, kao i za opis tržišta i zaštitu trgovačkih marki i drugih. Pošto Kosovo deluje u skladu sa sporazumima CEFTA i teži ka integraciji u EU, Carina Kosova deluje u saglasnosti sa standardima EU.

Umrežavanje (Perspektiva preduzeća)

Saradnja sa različitim udruženjima/institucijama omogućava kompanijama da komuniciraju sa ljudima koji dele slične ideje, koji mogu biti izvor informacija i podrške – koje rezultiraju povećanjem broja klijenata preduzeća. Članstvo preduzeća u udruženjima odličan je način da se doprinese rastu sektora uopšte i preduzeća posebno.

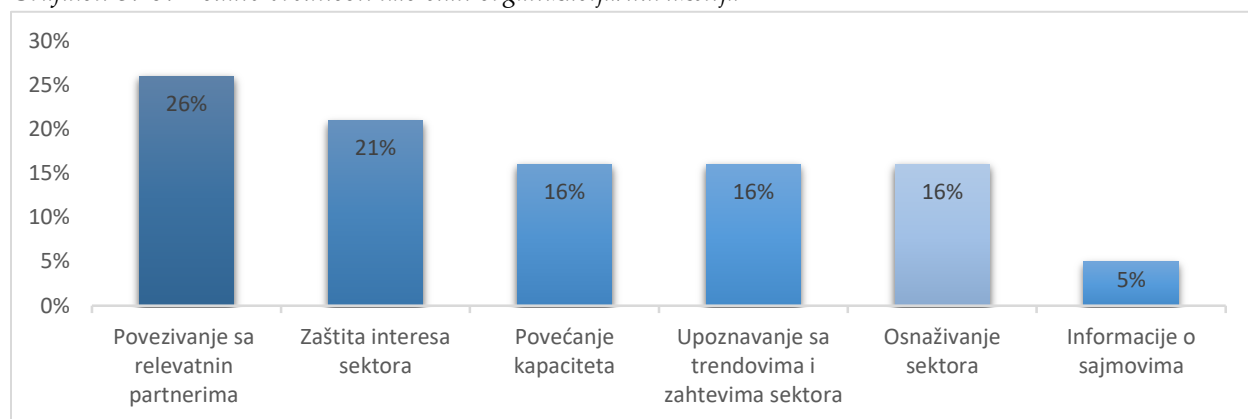
Od intervjuisanih preduzeća u sektorima tekstila, odeće i kože, samo 11% preduzeća su članovi organizacija kao što su: KAMA, Privredna komora Kosova i Poslovna komora Kosova.

Kosovsko udruženje za marketing odeće i obuće (KUMOO) - KAMA je organizacija usredsređena na sektor odeće i obuće, koja promoviše umrežavanje između lokalnih i međunarodnih preduzeća u sektoru odeće i obuće. Aktivnosti KAMA imaju za cilj olakšavanje razmene stručnog znanja i iskustva. Njihova vizija je da predvode napore aktera u industriji odeće i obuće na Kosovu da one zauzmu mesto na mapi evropskog tržišta i šire.

Privredna komora Kosova doprinosi razvoju preduzeća, takođe svojim profesionalizmom i odlučnošću doprinosi približavanju kosovskog biznisa i kosovskog društva evropskim vrednostima. Privredna komora Kosova - PKK je poslovna organizacija koja se finansira kroz članstvo, usluge, događaje i posebne projekte. PKK svoju delatnost fokusira na četiri glavna stuba koji uključuju: zastupanje, razvoj, poslovne usluge i umrežavanje. Jedna od glavnih usluga koje PKK pruža preduzećima je umrežavanje i lobiranje u prevazilaženju prepreka na koje se susreću tokom regionalne i međunarodne saradnje. Da bi se to postiglo, komora je sklopila sporazume o saradnji sa komorama iz regiona.

Što se tiče dodatne vrednosti članstva u ovim organizacijama/poslovnim udruženjima, povezivanje sa relevantnim partnerima je među uslugama koje pomažu njihovom preduzeću radi povećanja intenziteta rada što predstavlja 26% odgovora. Zatim sledi zaštita interesa sektora sa 21%, jačanje kapaciteta preduzeća sa 16%, upoznavanje sa trendovima i zahtevima sektora sa 16%, jačanje sektora sa 16%, kao i informacija za sajmove koja predstavlja 5% odgovora u vezi sa dodatnom vrednošću članstva u organizacijama/udruženjima.

Grafikon 3.19. Dodate vrednosti kao član organizacija/udruženja



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Kosovski obrazovni sistem nudi različite programe na sedam javnih univerziteta, preko 80 stručnih škola i škola za obuku i desetinu privatnih pružalaca obrazovanja, kako u srednjem tako i u visokom obrazovanju. U ovim stručnim školama postoje i odeljenja tekstila koja poseduju sve potrebne elemente počev od mašina za šivenje, presavijenih materijala do ostalih potrebnih detalja.

Uprkos mogućnostima koje stručne škole nude za osposobljavanje u krojačkom zanatu, treba napomenuti da postoji nedostatak interesovanja mlađih generacija za njihovo pohađanje. Saradnja preduzeća sa akterima/partnerima koji pružaju stručnu ekspertizu i relevantne usluge podrške (univerziteti, istraživački instituti/laboratorije, konsultantske kompanije, itd.), obuhvata 14% ispitanika, koji se koriste kao partneri za ekspertizu tržišta i koji dolaze uglavnom sa Kosova, dok je 86% izjavilo da nemaju takvu saradnju ni sa jednim od aktera ili njihovim partnerima.

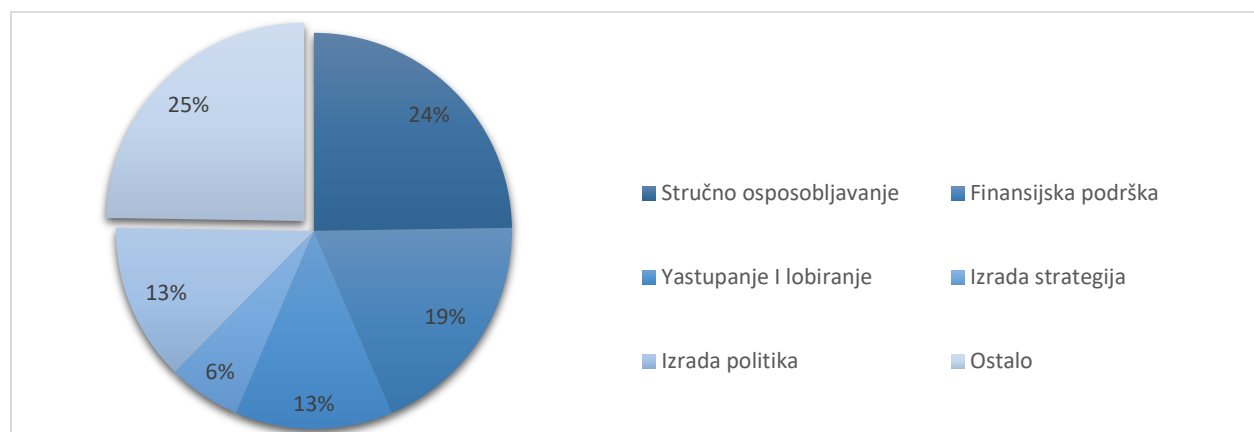
Podrška sektora tekstila, odeće i obuće i kože od strane relevantnih aktera

Glavni cilj i prioritet udruženja/institucija je da zastupaju potrebe sektora ka kreatorima politika, kako bi se uticalo na uključivanje tekstilnog sektora kao jednog od prioriternih sektora na Kosovu.

Nalazi ovog istraživanja zasnovani su na podacima dobijenim iz intervjua sa predstavnicima institucija/organizacija, iz kojih smo shvatili da je 78% ispitanika podržavalo sektore tekstila, odeće i obuće i kože, dok je 22% negiralo da su ikada podržavali ove sektore.

Neki od načina podrške ovih sektora koje su spomenuli ispitanici su: stručna obuka koja ima najveći intenzitet izveštavanja od strane institucija/organizacija, praćena finansijskom podrškom, uslugama zastupanja i lobiranja, izradom strategija i izradom politika.

Grafikon 3.20. Oblici podrške za sektore tekstila, odeće i obuće i kože



Izvor: Podaci iz istraživanja, proračun autora

Neki od projekata koje podržavaju intervjuisane institucije/organizacije su:

- Programi aktivnih mera tržišta rada;
- Stručno usavršavanje na radnom mestu; kao i
- Razna mentorstva i obuke.

U pogledu budućih planova da li će biti uključeni projekti koji podržavaju ovaj sektor, 62% ispitanika izjavilo je da njihovi planovi uključuju podršku sektorima tekstila, odeće i obuće i kože, dok je 38% negiralo da imaju bilo šta konkretno u svojim planovima po ovom aspektu. Ovim udruženjima/institucijama je postavljeno i pitanje o tome koliko registrovanih članova pripada sektoru tekstila, odeće i obuće i kože, pri čemu je manje sa od 40% odgovorila većina njih, što predstavlja 75% odgovora i sa 50% registrovanih članova, iz ovog sektora odgovorilo je 25% institucija/organizacija.

STUDIJA SLUČAJA - PREDUZEĆE A I PREDUZEĆE B

STUDIJA SLUČAJA 1: PREDUZEĆE A

Preduzeće koje je deo studije slučaja u ovom istraživanju, osnovano je 1992. godine, ista je u naredne 4 godine kao osnovnu delatnost imalo samo trgovinu robom, dok je od 1996. godine počela sa proizvodnjom različitih vrsta obuće.

U početku je njen glavni fokus bila maloprodaja na lokalnom tržištu, ali je nakon ostvarenog uspeha počela širenje svojih usluga za izvoz i prodaju B2B.

Ista je počela sa prodajom na veliko od 2002. godine, a na domaćem i stranom tržištu njeni se proizvodi izlažu na prodaju u većim kompanijama.

Neprekidno ulaganje u najnoviju mašineriju na tržištu, omogućilo je da se proizvodni proces odvija sa velikom preciznošću. Kao rezultat toga, ova kompanija je do sada proizvela preko 2000 modela cipela za prodaju, a istovremeno je sklopila ugovore sa stranim kompanijama za proces proizvodnje, pri čemu su neke od njih činile 49% procesa proizvodnje obuće a sa nekoliko drugih preduzeća je započelo proizvodnju finalnih proizvoda za obuću prema sporazumu.

Ovo preduzeće ima oko 249 zaposlenih, od kojih su 80% radnici u proizvodnom sektoru, 12% njih radi u sektoru prodaje, a preostalih 8% u sektoru administracije.

Osim što godinama ulaže u polovnu mehanizaciju, ista nastavlja sa ulaganjem u osoblje angažovano u proizvodnom sektoru, kojima kontinuirano nudi obuku o proizvodnom procesu, korišćenju novih mašina, efikasnosti rada i još mnogo toga kojima doprinosi količini i proizvedenom kvalitetu.

Put kompanije tokom godina, pored dosadašnjih uspeha, imao je i niz izazova, među kojima je vredno istaći nezainteresovanost radne snage za rad u fabrici uprkos uslovima koji se nude.

STUDIJA SLUČAJA 2: PREDUZEĆE B

Ovo preduzeće je osnovano 2016. godine, ali je zvanično počelo sa radom u maju 2017. godine.

Preduzeće proizvodi različite odevne predmete za klijente u skladu sa njihovim očekivanjima u pogledu vremena, kvaliteta i količine, koristeći lokalne i globalne izvore snabdevanja. U skladu sa očekivanjima tržišta, dizajnerski tim ne samo da podržava klijente sa novim idejama o nitima, ukrasima i detaljima za šivenje, već i kreira kataloške kolekcije na određeno vreme kako bi klijente držao u korak sa trendovima.

U ovom preduzeću cela jedinica generisanja proizvoda posvećena je razvoju novih stilova. Ona poseduje potpuno kompjuterizovanu tehnologiju i talentovan komunikacioni tim. Prostorija za uzorke ima kapacitet za proizvodnju 4 modela i 12 uzoraka dnevno. Ukupan mesečni proizvodni kapacitet (pletanje, šivenje i dorada) je oko 10.000 komada.

Preduzeće planira, organizuje i proizvodi na najefikasniji način. Produktivnost operatera u proizvodnoj jedinici se redovno meri. Ovo preduzeće kontinuirano razvija i sprovodi projekte smanjenja troškova kako bi moglo da pruži najkonkurentnije cene i obezbeđuje najveće zadovoljstvo klijenata. Fabričke linije za pletanje kombinuju kvalifikovane ljudske veštine sa razvijenim sistemom i naprednom tehnologijom.

Preduzeće je uložilo velika sredstva u tehnologiju i automatizaciju kako bi postigla maksimalnu produktivnost u proizvodnji pletenih odevnih predmeta.

Ovo preduzeće ima oko 90 zaposlenih, što je svrstava u srednja preduzeća. Glavni izazov je nemogućnost kvalifikacije radne snage, ali i kolebanja radnika koji nisu stabilni za rad u proizvodnom sektoru.

Preduzeće u pitanju ne radi sa lokalnim ili drugim preduzećima, ima ugovore samo sa jednim klijentom i navodi da postoji dovoljan promet od tog preduzeća i ne izražava interes za saradnju sa drugim preduzećima.

GLAVNA OGRANIČENJA SEKTORA

Ova studija takođe razrađuje glavna ograničenja sektora tekstila, odeće i obuće i kože. Možda ova ograničenja mogu poslužiti kao polazna tačka za dalje udubljivanje u osnovne uzroke, kao i predloge za adekvatne intervencije.

Ograničenja identifikovana u ovoj studiji su sledeća:

1. Ljudski resursi i stručno usavršavanje zaposlenih u proizvodnji;
2. Pristup tržištu i prepreke u procesu izvoza;
3. Kvalitet poslovnih radnji;
4. Poteškoće u snabdevanju sirovinama;
5. Nedostatak industrijskih zona u svim opštinama Kosova;
6. Pandemija Covid-19.

Ljudski resursi i stručno usavršavanje zaposlenih u proizvodnji: Ova studija ukazuje na neophodnost stručnog usavršavanja zaposlenih, posebno onih koji su uključeni u proizvodnim procesima. Za početak, veoma naglašen izazov predstavljalo je nezainteresovanost radnika da se obuče i razviju svoje veštine u procesu proizvodnje tekstilnih, odevnih i kožnih proizvoda.

Drugo, smatrajući sektore tekstila, odeće i obuće i kože, kao sektore sa potencijalom za povećanje broja zaposlenih, nedostaju znanje, veština i kvalifikacija za posao koji nisu u skladu sa zahtevima proizvođača ili dobavljača. Preduzeća se žale na nedostatak obučenog osoblja, nedostatak iskusnog administrativnog i menadžerskog osoblja, preduzeća se takođe suočavaju sa nedostatkom specijalizovanih menadžera. Programi obuke za stručno obrazovanje i obuku (SOU) često su više orijentisani na ponudu nego na potražnju, iako regionalni centri za zapošljavanje nastoje da poboljšaju saradnju sa preduzećima. Preferencije pri zapošljavanju su često članovi porodice umesto zapošljavanja zasnovanog na potrebama, kao i standardne strukture plata (fiksna plata), ne nude se nikakvi drugi oblici podsticaja motivacije kao što su oni zasnovani na učinku ili drugi.

Pristup tržištu i prepreke u procesu izvoza: Studija lanca vrednosti za sektor tekstila, odeće i obuće i kože predstavlja interes preduzeća za izvoz u zemlje EU i druge zemlje, ali uprkos tome nailaze na brojna ograničenja koja usporavaju ovaj proces. Među njima je i način pronalaženja novih tržišta za izvoz, jer su skoro sva preduzeća koja učestvuju u istraživanju izjavila da pronalaze nove klijente ili tržišta sopstvenim istraživanjem tržišta, istraživanjem preko interneta, i sajмова. Takođe, nema dovoljno tržišnih podataka i oni su i nepouzdati. Podaci tržišta i segmenti klijenata nisu dovoljno poznati u različitim ciljnim zemljama EU, što dovodi do nejasnih marketinških proizvoda i strategija komunikacije sa klijentima. Rezultat toga je reaktivna segmentacija i pozicioniranje na tržištima i korišćenje trenutnih veza ili porodičnih poznanstva. Zbog loše analize i istraživanja tržišta, njeni potencijali ostaju neiskorišćeni.

Većina kosovskih tekstilnih preduzeća nema odgovarajuće specijalizovano osoblje za pripremu ili održavanje veb usluga i marketinga novih medija u okviru preduzeća. Takođe, one nedovoljno koriste nove kanale komunikacije i prodaje.

Sektori tekstila, odeće i obuće i kože u Republici Kosovo imaju veliki potencijal za zaključenje sporazuma sa drugim preduzećima iz zemalja EU, bilo za proces proizvodnje proizvoda preduzeća sa kojim sarađuje ali i za izlaganje proizvoda koje proizvodi i dizajnira lokalno preduzeće. Vredi napomenuti da nedostaje institucionalna podrška za učešće na regionalnim ili međunarodnim sajmovima specifičnim za ovaj sektor i studijske posete. Paralelno sa tim, veoma važan izazov je tačno ispunjenje i prilagođavanje zahteva za izvoz, uključujući kvalitet, količinu i blagovremeni dolazak proizvodnje prema porudžbini.

Kvalitet poslovnih radnji: S obzirom na neuravnoteženu dodelu ulaganja, ima stagnacija u ključnim aktivnostima koje utiču na razvoj preduzeća. Ulaganja u istraživanje i razvoj proizvoda su nedovoljna, posebno kada je u pitanju proširenje izvoza na nova tržišta, kao i mala ulaganja u zdrave marketinške, komunikacione i prodajne strategije.

Uočen je nedostatak strateškog poslovnog planiranja, pri čemu većina preduzeća radi bez poslovnog plana, uključujući plan marketinga i izvoza. Preduzeća nemaju jasnu viziju i ciljeve i često rade na reaktivnoj osnovi. Upravljanje inovacijama i davanje prioriteta inovacionim merama nisu dovoljno razvijeni u svim sektorima.

Mali kapaciteti kosovskih preduzeća ograničavaju mogućnosti za ispunjavanje većih izvoznih porudžbina. Zbog niskih proizvodnih kapaciteta, većina preduzeća ima ograničenu mogućnost da ispuni izvozne zahteve.

Poteškoće u snabdevanju sirovinama: Ceo proizvodni proces preduzeća ovih sektora zavisi od uvoza sirovina i materijala potrebnih za proizvodnju. Kao rezultat toga, često dolazi do kašnjenja, stoga ova činjenica obustavlja proizvodnu aktivnost preduzeća u celini.

U mnogim slučajevima, lokalna preduzeća vide jedna drugu kao glavnu konkurenciju, a ne kao potencijalnog partnera za poboljšanje izvoznih mogućnosti.

Nedostatak industrijskih zona u svim opštinama Kosova: Jedan od izazova identifikovanih ovom studijom je nedostatak industrijskih zona u svim opštinama Republike Kosovo. S obzirom na prednosti koje donose industrijske zone, uključujući obezbeđivanje prostora potrebnog za proizvodnju, pristupačniju kiriju i obezbeđivanje električne energije. Ovo bi bilo ulaganje ne samo za sektor tekstila, odeće i obuće i kože, već i za sve druge relevantne sektore.

Pandemija Covid-19: Pandemija se takođe smatra ograničenjem preduzeća ovog sektora. Kao rezultat pogoršanja situacije sa pandemijom Covid-19, prethodna godina je generalno bila manje profitabilna. Osim što je manje isplativa, ova situacija je izazvala paniku i uticala na efikasnost radnika.

PREPORUKE

Na osnovu podataka ove studije, identifikovane su poteškoće i ograničenja sektora tekstila, odeće i obuće i kože o kojima je bilo reči. Takođe, kao sastavni deo su uključene i preporučene intervencije za svaku od identifikovanih poteškoća, koje će direktno uticati na unapređenje ovih sektora.

POTEŠKOĆE	OGRANIČENJA	PREPORUČENE INTERVENCIJE
Ljudski resursi i stručno osposobljavanje zaposlenih u proizvodnji:	▪ Radno znanje, veštine i kvalifikacije nisu u skladu sa zahtevima proizvođača ili dobavljača. Preduzeća se žale na nedostatak obučenog osoblja. Nastavni planovi i programi obuke su više orijentisani na ponudu nego na potražnju, iako regionalni centri za zapošljavanje pokušavaju da poboljšaju saradnju sa preduzećima. ▪ Nedostatak iskusnog administrativnog i rukovodećeg osoblja. Preduzeća se suočavaju sa nedostatkom specijalizovanih menadžera. Preferencije pri zapošljavanju su često članovi porodice umesto zaposlenja zasnovanog na potrebama. ▪ Standardna struktura plata (fiksna plata), ne nude se nikakvi drugi podsticaji u obliku motivacije kao što su oni zasnovani na učinku ili drugi.	✓ Pored teorijske obuke, obučavanje je praktičan dodatak koji omogućava polaznicima obuke da bolje primene svoje nove veštine i steknu više odgovornosti na svom radnom mestu. ✓ Redovna procena potreba za obukom na osnovu zahteva tržišta. ✓ Poboljšanje javno-privatne saradnje između škola za obuku i preduzeća. ✓ Ažuriranje nastavnih planova i programa na osnovu zahteva tržišta. ✓ Testiranje inovativnih struktura plata, proučavanje i analiza ovih mera i njihovog uticaja koji pokazuje trenutnu i željenu produktivnost, merenje učinka, trošak/korist i statistiku kvaliteta. ✓ Izgradnja kapaciteta kroz internu i eksternu obuku za rukovodeće osoblje. ✓ Sprovođenje atraktivnih šema plaćanja za ključno rukovodeće osoblje u izvozno fokusiranim preduzećima.
Pristup tržištu i prepreke u procesu izvoza	▪ Nedovoljni i nepouzdana podaci o tržištu. Podaci tržišta i segmenti klijenata nisu dovoljno poznati u različitim ciljnim zemljama EU, što dovodi do nejasnih marketinških, proizvoda i strategija komunikacije sa klijentima. ▪ Reaktivna segmentacija i pozicioniranje na tržištima, korišćenjem trenutnih linkova ili poznanstva.	✓ Organizovanje obuka i podrška izvoznih preduzeća u povećanju svojih kapaciteta u odnosu na istraživanje tržišta i za njegovo prenošenje na marketinške strategije i unapređenje segmentiranih konkurentskih prednosti. ✓ Usklađivanje zahteva tržišta sa ponuđenim nastavnim planovima i programima, kao i jačanje kapaciteta postojećih pružalaca usluga. ✓ Obavljanje redovnih sektorskih razgovora sa predstavnicima svih zainteresovanih strana uključenih u LV, u cilju poboljšanja veza,

	▪ Većina kosovskih tekstilnih preduzeća nema odgovarajuće specijalizovano osoblje za pripremu ili održavanje u okviru preduzeća za veb usluge i marketinga novih medija. Takođe, nedovoljno koriste nove kanale komunikacije i prodaje. ▪ Zbog loše analize i istraživanja tržišta, njeni potencijali ostaju neiskorišćeni.	restrukturiranja troškova i uštede lanca snabdevanja/logistike i drugih pitanja koja mogu poboljšati trenutnu situaciju. ✓ Uključivanje novih kurseva obuke medija i komunikacija u SOO strukturu za industrijsku primenu. ✓ Jačanje prisustva društvenih medija u marketinške svrhe i razvoj komunikacije. ✓ Sprovođenje sistematske strategije izvoznog marketinga, počevši od segmentacije tržišta, a zatim ciljanja/diferencijacije na tržištu i pozicioniranje na tržištu, praćeno marketinškim miksom posebno prilagođenim svakom segmentu klijenata ili definisanom tržištu.
Poslovne operacije	▪ Loša raspodela ulaganja - ulaganja u istraživanje i razvoj proizvoda su nedovoljna, posebno kada se teži proširenju izvoza na nova tržišta. Takođe mala ulaganje u pravi marketing, komunikaciju i prodajne strategije. ▪ Mali kapacitet preduzeća za ispunjavanje većih izvoznih porudžbina. Zbog male veličine najvećeg broja kosovskih preduzeća, veličina izvoznih porudžbina je ograničena. ▪ Nedostatak strateškog poslovnog planiranja – većina preduzeća posluje bez poslovnog plana, uključujući plan marketinga i izvoza. Preduzeća nemaju jasnu viziju i ciljeve i često rade na reaktivnoj osnovi. ▪ Upravljanje inovacijama i davanje prioriteta inovacionim merama nisu dovoljno razvijeni u svim sektorima. Preduzeća često ne prave razliku između različitih potencijala za inovaciju proizvoda i procesa.	✓ Izgradnja kapaciteta kroz obuku preduzeća o planiranju ulaganja i strategijama ulaganja, koje su integrisane u poslovno planiranje. ✓ Izgradnja kapaciteta kroz internu i eksternu obuku ili konsultantske usluge koje uključuje izvoz, osnovni miks marketing i marketinško budžetiranje. ✓ Omogućavanje obuke za preduzeća za izradu strateških dokumenata, izradu poslovnih planova koristeći savremene tehnike. ✓ Izgradnja kapaciteta udruženja za pružanje usluga koje pomažu preduzećima da se integrišu i budu u stanju da ispune veće izvozne narudžbine, otvarajući tako mogućnosti sa alternativnim segmentima klijenata. ✓ Uspostavljanje veće i bolje saradnje između preduzeća i podizvođača kroz redovne sastanke između operatera Lanca vrednosti ovih sektora (kreiranje klastera). ✓ Pokretanje inovativnih praksi u sektoru tekstila, odeće i kože, kroz organizovanje okruglih stolova koji bi vodili napred ovu agendu. Procena trenutne situacije, analiziranje trendova i orijentisanje sektora i način na koji lokalna preduzeća treba da pristupe i da imaju koristi.
Nedostatak snabdevanja sirovinama:	▪ Ceo proizvodni proces preduzeća ovih sektora zavisi od uvoza sirovina i materijala potrebnih za proizvodnju. Kao rezultat toga, često dolazi do kašnjenja, pa ova činjenica obustavlja proizvodnu aktivnost preduzeća u celini u nedostatku	✓ Što je bliža njihova saradnja, preduzeća će moći da vrše veće narudžbe a istovremeno da primaju ponude po povoljnijim cenama. Promovisanje veza pomaže boljoj integraciji LV-a za sirovine.

	sirovina i materijala potrebnih za proizvodnju. ▪ U mnogim slučajevima, lokalna preduzeća vide jedna drugu kao glavnu konkurenciju, a ne kao potencijalnog partnera za poboljšanje izvoznih mogućnosti.	
Usluge podrške lancu vrednosti	▪ Nedostatak finansiranja za razvoj izvoza, uspostavljanje veza (kroz sajmove), promociju imidža i inovacije. ▪ Ograničen pristup finansijama. ▪ Nedostatak besplatne obuke iz adekvatnih centara, orijentisanih na zahteve tržišta, a ne iz unapred određenih projekata ili na licu mesta. ▪ Ograničena podrška relevantnih institucionalnih predstavnika za izvoz. ▪ Zanemarivanje malih proizvođača, pošto je fokus na velikim preduzećima.	✓ Izrada zajedničkih koncepata privatnog sektora i pružalaca usluga koji mogu poboljšati pristup finansijama. ✓ Razvoj kampanja za podizanje svesti o uspesima koje žene postižu u ovom sektoru, kao i podizanje svesti o njihovoj podršci u poslovanju. ✓ Pružanje institucionalne podrške udruženjima ovih sektora koje bi doprinelo unapređenju modela članstva, povećanju poslovnih usluga za članove i drugo. ✓ Jačanje udruženja u sektoru tekstila, odeće i obuće i kože kako bi se povećao kapacitet za podršku izvoznim preduzećima.
Nedostatak industrijskih zona u svim opštinama Kosova	▪ Jedan od izazova identifikovanih ovom studijom je nedostatak industrijskih zona u nekoliko opština Republike Kosovo sa ciljem stvaranja podobne fizičke infrastrukture, ▪ S obzirom na prednosti koje donose industrijske oblasti, uključujući obezbeđivanje prostora potrebnog za proizvodnju, pristupačniju rentu i obezbeđivanje električne energije jer se za mnoga preduzeća njegovo odsustvo smatra ograničenjem koje utiče na ukupan proizvodni proces.	✓ Izgradnja industrijskih zona u svim opštinama Republike Kosovo omogućiće povoljnije uslove za obavljanje poslovnih aktivnosti, ne samo za ove sektore. ✓ Identifikacija opština sa većim potencijalom u ovom i sektoru i šire za izgradnju ovih zona. ✓ Pospešivanje bliže saradnje sa relevantnim lokalnim i centralnim institucijama za ostvarivanje i pružanje poslovnog okruženja. ✓ Uključivanje malih preduzeća u aktivnosti sektora, kao i njihovo osnaživanje kroz razmenu različitih iskustava, ideja i prepreka. ✓ U ovim industrijskim oblastima treba uspostaviti centre za obuku i pružiti neophodne usluge za preduzeća koja koriste ove prostorije.
Pandemija Covid-19.	▪ Pandemija se takođe smatra kao ograničenje preduzeća ovog sektora. ▪ Kao rezultat pogoršanja situacije sa pandemijom Covid-19, prethodna godina je generalno bila manje profitabilna. ▪ Osim što je manje profitabilna, ova situacija je izazvala paniku i uticala na efikasnost radnika.	✓ Pružanje institucionalne podrške preduzećima u ovim sektorima. ✓ Prilagođavanje poslovnih strategija i poslovanje uporedo sa trenutnim trendovima pogođenim pandemijom Covid-19. ✓ Izgradnja kapaciteta kroz obuku i konsultacije o oblicima za komunikaciju preko interneta.

REFERENCE

- United Nations Industrial Development Organization, (2020). Industrial Development Report – ([UNIDO IDR2020-English overview.pdf](#))
- Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing, (2020). Annual Report April 2019 – March 2020. ([WIEGO AnnualReport 2019 2020 Interactive.pdf](#))
- Castaneda-Navarrete J, Hauge J, Lopez-Gomez C. (2020), Covid-19's impact on global value chains, as seen in the apparel industry. ([Covid-19 impact on global value chains as seen in the apparel industry.pdf](#)).
- EFC, COTAGE, EURATEX, INDUSTRY ALL-EUROPEAN TRADE UNION, Joint statement, Brussels, May 2021.
- Ujedinjeno Kraljevstvo, Zajednička komora, Komitet za reviziju životne sredine, 2019.
- FEM (Fondacija Ellen Macarthur). Nova tekstilna ekonomija: Redizajniranje budućnosti mode, 2017– (<https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>)
- Sharpe, Samantha A. 2017. Environmental Scoping Study: Decent Work in the Garment Sector Supply Chains in Asia (https://labordoc.ilo.org/discovery/fulldisplay?vid=41ILO_INST:41ILO_V1&search_scope=MyInst_and_CI&tab=Everything&docid=alma995109493102676&lang=en&context=L&adaptor=Local%20Search%20Engine&query=sub,exact,work%20organization&offset=10)
- International Labour Organization (ILO) – (Maj 2021) – Reducing the footprint? Hot to access carbon emissions in the garment sector in Asia. (https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/asiarobangkok/documents/publication/wcms_781938.pdf).
- International Trade Centre – Impact of Covid19 on the Global Market and Local Industry of Textile and Clothing – (December 2020) - [ImpactofCovidonTCindustry_Egypt_eng.pdf](#)
- International Monetary Fund – (2021) - World Economic Outlook Update - [IMF Updated version 2021.pdf](#)
- Hauge J. – Industrial policy in era of global value chains: Towards a developmentalist framework drawing on the industrialization experiences of South Korea and Taiwan - [Hague 2020.pdf](#)
- The World Bank Development Research Group Trade and Integration Team – The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis – Challenges and Opportunities for Developing Countries – April 2010 - [The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis 2010.pdf](#)
- Sektor industrije za preradu tekstila, odeće i kože, Kiesa, 2019.-<https://kiesa.rks.gov.net/page.aspx?id=1,103>