



Implemented by



Republika e Kosovës
Republika Kosova-Republic of Kosovo
Qeveria - Vlada - Government
Ministria e Tregtisë dhe Industrisë
Ministarstvo Trgovine i Industrije
Ministry of Trade and Industry

LANAC VREDNOSTI INDUSTRIJE PLASTIKE NA KOSOVU

2019

Sadržaj

Lista skraćenica	3
ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI	3
REZIME	4
UVOD	5
1. METODOLOGIJA.....	6
1.1 Okvir uzorka	6
2. TRENDOVI IZVOZA I TRŽIŠTA.....	7
2.1 Trendovi tržišta – Kratak pregled globalne industrije plastike.....	7
2.2 Trendovi i tržišta bioplastike	10
2.3 Kratak pregled industrije Kosova	11
2.4 Trendovi i tržišta u industriji plastike na Kosovu.....	13
3. ANALIZA LANCA VREDNOSTI.....	17
3.1 Mapa lanca vrednosti sektora	17
3.2 Analiza lanca vrednosti: Snabdevanje	19
3.2.1 Potražnja za sirovinama - perspektiva proizvođača za snabdevanje	19
3.2.2 Snabdevanje sirovinama - perspektiva dobavljača	20
3.3 Analiza lanca vrednosti: Proizvođači	22
3.3.1 Lokalna i izvozna tržišta - Perspektiva proizvođača	24
3.3.2 Prepreke u pogledu proizvodnje i izvoza	27
3.3.3 Promet i zapošljavanje u industriji za proizvodnju plastike	29
3.3.4 Ljudski resursi	31
3.3.5 Inovacije	32
3.4 Analiza lanca vrednosti: Usluge podrške, umrežavanje i transport.....	33
3.4.1 Transport	36
3.5 Izvozna tržišta i zahtevi za izvoz	37
3.6 Analiza lanca vrednosti: Povoljno okruženje	41
3.7 Analiza lanca vrednosti: Glavni mezo akteri	42
4. GLAVNA SEKTORSKA OGRANIČENJA	43
5. GLAVNE PREPORUKE	45
5.1 Okvir za analizu intervencija	45

Lista skraćenica

ABS	Akrilonitril butadien stiren
AMCHAM	Američka privredna komora na Kosovu
PUK	Poreska uprava na Kosovu
BMO	Poslovno udruženje
CEFTA	Centralnoevropski sporazum o slobodnoj trgovini
EU	Evropska unija
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH
HDPE	Polietilen visoke gustoće
HS	Harmonizovani sistemi za opis i kodiranje robe
KAS	Kosovska agencija za statistiku
KIESA	Kosovska agencija za podršku investicija i preduzetništva
KC	Kosovska carina
PKK	Privredna komora Kosova
LDPE	Polietilen niske gustine
MŽSPP	Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja
MTI	Ministarstvo trgovine i industrije
NACE	Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne
PE	Polietilen
PET	Polietilen Tereftalat
PHA	Polihidroksialkanoati
PLA	Polaktična kiselina
PP	Polipropilen
PS	Polistiren
PVC	Polivinil hlorid
MSP	Mala i srednja preduzeća
SPI	Društvo industrije plastike

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI

Ovu studiju je finansirao GIZ. Ova izjava o odricanju odgovornosti obaveštava čitaoca da stavovi i mišljenja izraženi u ovoj studiji pripadaju samo autorima i ne predstavljaju nužno stav GIZ-a.

Izveštaj predstavlja studiju lanca vrednosti, sastavljen je putem ankete sa sektorima MSP-ova duž tri funkcije lanca vrednosti. Stav autora utemeljen je na prikupljenim podacima. Uzorak može biti reprezentativan za uočavanje dinamike tržišnih kretanja i lanca vrednosti; međutim, isti ne može predstavljati ispravan kvantitativni pregled industrije sektora. Autori studije ne mogu biti odgovorni za bilo kakve posledice koje mogu nastati upotrebom podataka u ovom izveštaju od strane treće strane. Ne postoji tvrdnja da su podaci predstavljeni u izveštaju potpuno tačni.

Pripremio: Fisnik Reçica i Gerd Meier zu Köcker

REZIME

Proizvodi od plastike i slični proizvodi obiluju u upotrebi u poslovnom i svakodnevnom životu. Uprkos trenutnoj raspravi o zabrani plastike, smanjenju potrošnje ili kružnosti plastike, mora se priznati da je plastika još uvek jedan od najjeftinijih i najperspektivnijih materijala za mnoge svrhe. Ključna područja su ambalaža, građevinarstvo, automobilska industrija, elektronika ili domaćinstva.

Nema sumnje da je industrija proizvodnje plastike od najveće brige za Republiku Kosovo. Kako bi se osiguralo da ova industrija ostane konkurentna u vremenu pojačane globalizacije i industrijske transformacije, sve je veći interes za bolje razumevanje ovog sektora i srodnih lanaca vrednosti. Sledom toga, Ministarstvo trgovine i industrije (MTI), uz podršku Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GiZ), sprovedo je studiju mapiranja lanca vrednosti kako bi bolje razumelo kako je strukturisana industrija prerade plastike, gde su ključna uska grla i u kom pravcu se kreće celokupna industrija. Nalazi izvedeni iz ove studije temelje se na intervjuiima sa više od 70 MSP-ova, reprezentativnog uzorka lokalne industrije.

Upečatljivi nalazi su da se kosovska industrija prerade plastike sve više specijalizovala u nedavnoj prošlosti. Dok se u uporedivim ekonomijama proizvodi više osnovnih proizvoda od plastike, poput artikala ili osnovne ambalaže, studija je jasno otkrila da se industrija proizvodnje plastike na Kosovu pomera ka fokusu na sektor građevinskog materijala (građevinski proizvodi). Na primer, u strukturi zgrade, plastika doprinosi izolaciji, vratima i prozorima, ožičenju, cevovodima i krovovima. Unutar domova plastika pruža tapete, podove, tende, laminirane kuhinjske površine, cevi, ventile i spojnice.

Većina od više od 530 firmi proizvodi proizvode od plastike. Više od 350 njih uključeno je u sektor građevinskih proizvoda, doprinoseći stalnom rastu izvoza i radnih mesta. Izvoz je obeležio značajan rast, sa oko 11 mil. EUR u 2015. na oko 29 mil. EUR u 2018. Uprkos tome, uvoz je ostao visok, preko šest puta veći od izvoza. Studija je dalje otkrila da su EU i CEFTA regioni ključno izвозno tržište. Međutim, ta se tržišta ponašaju sasvim drugačije. Proizvodi za proizvodnju plastičnih masa čine najveći udeo izvoza na tržište EU, a Švajcarska i Nemačka su glavne izvozne destinacije. Proizvodi od plastike u vidu ambalaže imali su stalni rast izvoza u zemlje CEFTA. Plastične folije, listovi i ploče najviše su izvoženi proizvodi u ovoj kategoriji, uglavnom u Severnu Makedoniju. Na tržištu EU izvoz u Hrvatsku i Rumuniju doprineo je značajnom rastu izvoza u 2018. godini, ali na mnogo nižem nivou.

Uprkos svim tim ohrabrujućim nalazima, studija je takođe ukazala da je industrija u znatnom riziku. Čitava prerađivačka industrija se menja, tradicionalni uzorak uskoro će nestati. Digitalizacija i transformacija industrije uticaće i na kosovsku industriju. Javne rasprave o budućoj upotrebi plastike i nadolazećim zabranama plastike počinju već stvarati uticaj. Glavna ograničenja sa kojima se kompanije suočavaju dok se pokušavaju nositi sa sve većom konkurencijom jesu izazovi u kvalitetu proizvoda, ulaganja u inovacije i mašine, a sve se to odnosi na proizvodne kapacitete i tehnologiju. Iako je Kosovo geografski dobro postavljeno, glavne poteškoće za izvoz sa Kosova su transportni troškovi i vreme isporuke.

Shodno tome, studija je identifikovala šest ključnih ograničenja koja negativno utiču na industriju prerade plastike i mogu kočiti dalji rast

- Slab pristup izvoznom tržištu
- Slabe međusektorske tržišne povezanosti
- Visok udeo proizvoda niske dodate vrednosti
- Nizak kvalitet dostupne reciklirane sirovine
- Slaba organizacija sektora i
- Sve veća nesposobnost da se ispune međunarodni zahtevi

Sledom toga, studija oduzima preporuke i korektivne radnje kako bi se bolje nosila sa nadolazećim izazovima i ključnim ograničenjima. Pravovremena i posledična primena ciljanih mera doprineće održavanju ove važne industrije konkurentnom u budućnosti.

UVOD

Uprkos svim zabrinutostima javnosti o zagađanju plastikom, mora se priznati da su plastični materijali izuzetno efikasni ne samo u fazi proizvodnje, već i u fazi upotrebe. Nadalje, industrija plastike je od ključne važnosti za Evropu. Oko 60.000 kompanija posluje u ovoj industriji pružajući više od 1,5 miliona radnih mesta. Promet ovih kompanija može se izračunati na 350 milijardi EUR. Ukupna evropska industrija plastike ima trgovinski saldo od blizu 15 milijardi EUR u 2016. godini¹. Oko 20% svetske proizvodnje plastike pojavilo se u Evropi (60 miliona tona u 2016.), uglavnom termoplastike, poliuretana i druge plastike, poput termostata, lepka, premaza ili zaptivnih masa. Šest većih evropskih zemalja (Nemačka, Italija, Francuska, Španija, Velika Britanija i Poljska) i Beneluks pokrivaju gotovo 80% evropske potražnje u 2016. godini. Ali, za Republiku Kosovo, proizvodnja plastike igra značajnu ulogu u industrijskom razvoju.

Ipak, evropska industrija prerade plastike izložena je različitim izazovima. S jedne strane postoji javni pritisak da se plastični materijal manje koristi, posebno za jednokratnu upotrebu. Zabrane na nacionalnom nivou, poput Kenije, Ruande i mnogih drugih afričkih zemalja, pružaju prvi uvid u ono što bi moglo čekati Evropu. Nadalje, Evropska komisija predstavila je svoj plan ka dozvoli za upotrebu plastike. U današnje vreme niko ne može proceniti dugoročni uticaj takvih propisa. S druge strane, industrijska transformacija drastično će uticati na industriju prerade plastike. Konvergencija digitalizacije i proizvodnje dovešće do novih mašinskih koncepata (npr. predviđanja za održavanje) i proizvodnih koncepata (npr. ugrađeno digitalno štampanje ili 3D štampanje).

Ovaj Izveštaj o mapiranju lanca vrednosti važan je deo intervencija Ministarstva za trgovinu i industriju Republike Kosovo (MTI) i GiZ-a u cilju podrške konkurentnosti odabranih industrijskih sektora. Plastika je glavna briga. Ne samo zbog značaja lokalne industrije prerade plastike, nego zbog industrije plastike koja se sve više konvergira sa drugim industrijama. Npr. digitalno štampanje i ambalaža za hranu postali su integrisani, ugrađeni pristup u proizvodnji modernih rešenja za pakovanje. Ukratko, postoje nadolazeći globalni trendovi, kosovska proizvodna industrija mora biti svesna da li želi ostati konkurentna i važan partner u globalnim lancima vrednosti.

Ovo je prvi izveštaj o mapiranju lanca vrednosti za industriju proizvodnje plastike za Republiku Kosovo, a treći je ozbiljan Izveštaj o mapiranju lanca vrednosti koji je pokrenuo MTI. Zamišljeno je da se osvetli sektor, koji bi možda bio zaboravljen neko vreme. Nalazi i zaključci ovog izveštaja identifikuju nedostajuće veze, glavne praznine i ograničenja duž odabranog lanca vrednosti. Izveštaj takođe daje zapažanja i razmatranja koja se trebaju uzeti u obzir u predstojećim intervencijama politike.

¹ Udruženje proizvođača plastike, Plastika- činjenice 2017

1. METODOLOGIJA

S obzirom da je krajnji interes podsticanje aktivnosti na dodatoj vrednosti u industriji plastike u Republici Kosovo, korisno je razumeti trenutna i potencijalna tržišna razmatranja lanca vrednosti plastike. U kontekstu krajnjih tržišta, procena lanca vrednosti istražuje kritične faktore uspeha lanaca vrednosti plastike kako bi stekli uvid u srodne nedostatke i razumeli primarne pokretače razvoja lanca vrednosti. Mape lanca vrednosti pokazuju kako se proizvod u industriji kreće od sirovine kroz proizvodnju, preradu i druge korake, dok na kraju ne završi kod krajnjeg potrošača. Mapa ističe raspon aktivnosti koje se događaju u lancu vrednosti.

Slika 13. (s. Poglavlje 3.1) ilustruje lanac vrednosti plastike koji treba uzeti u obzir u okviru ove studije. Sve započinje snabdevanjem polimernih sirovina (ulazne sirovine), koje mogu biti izvorni, fosilni ili reciklirani polimeri. Nakon toga, sirovina se sastavlja i/ili pojačava vlaknima ili drugim dodacima. Nakon toga slede razni postupci proizvodnje, poput istiskivanja, u zavisnosti od krajnje primene. Sastavljanje se može primeniti u slučaju da su plastični delovi integrisani u određene delove ili kombinovani (npr. laminiranje) sa drugim materijalom (npr. ambalažom ili građevinskim sektorom). Između ostalog, mapiranje lanca vrednosti ilustruje jesu li i kako preduzeća pokrivaju različite čvorove ili možda neki čvorovi nisu pravilno pokriveni.

Ovaj istraživački izveštaj razvijen je na osnovu primarnih i sekundarnih izvora. Analiza lanca vrednosti sprovedena je na osnovu primarnih podataka koji su sačinjeni od intervjua sa 71 MSP-om koji predstavljaju industriju plastike na Kosovu, slojevito po podsektoru lanca vrednosti i regionu u kojoj se nalaze kompanije. Nadalje, istraživački tim je obavio detaljne intervjue sa tri sektora preduzeća. Istraživanje je dopunjeno sekundarnom analizom zasnovanom na različitim izvorima kao što su službeni trgovinski podaci Carine Kosova i podaci Poreske uprave Kosova, kao i podaci o globalnom i evropskom tržištu plastike.

Ova istraživačka studija takođe predstavlja tri studije slučaja stvarnih kompanija koje posluju na Kosovu. Te studije slučaja predstavljene su u zasebnim uokvirenim delovima teksta u delu analize lanca vrednosti. Zbog pitanja poverljivosti nazivi kompanija nisu navedeni. Razrađene studije slučaja sačinjene su nakon detaljnih razgovora sa vlasnicima preduzeća. Cilj ovih studija slučaja je ponuditi uvid u istaknute karakteristike, izazove, elemente uspeha, mogućnosti i pretnje za kosovske kompanije za preradu plastike.

Kako se ova studija lanca vrednosti ne temelji samo na kvantitativnoj analizi podataka, metodologija analize je robusna za pružanje valjanih tržišnih trendova i analize lanca vrednosti.

1.1 Okvir uzorka

Okvir uzorka za MSP-ove industrije plastike na Kosovu obezbedilo je kosovsko Ministarstvo trgovine i industrije (MTI). Okvir uzorka čini 258 kompanija koje posluju u industriji proizvodnje plastike na Kosovu. Da bi se uzeo u obzir reprezentativni uzorak industrije plastike, uzorak je stratifikovan na osnovu distribucije kompanija za proizvodnju plastike po podsektorima i regionima. Pored toga, uzorak je osmišljen da obuhvati kompanije iz funkcije lanca vrednosti snabdevanja i transporta. Za analizu lanca vrednosti anketiran je ukupno 71 MSP. Istraživački tim je razvio upitnik u saradnji sa GIZ, MTI i UBO Consulting-om.

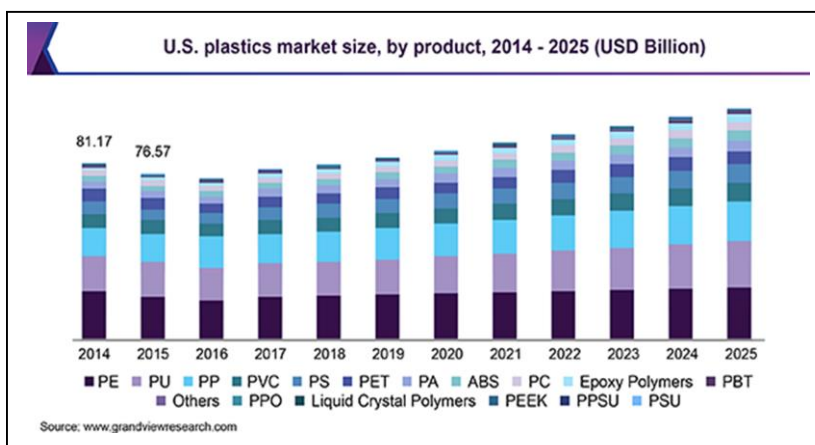
UBO Consulting dodeljen je za sprovođenje istraživanja lanca vrednosti koje se sastojalo od 71 intervjua licem u lice sa malim i srednjim preduzećima. UBO Consulting je odabrao grupu popisivača koji su dobili uputstva da zatraže kontakt informacije dobavljača i prevoznika plastičnih proizvoda od proizvodnih kompanija. Kao takva, anketa sa dobavljačima i prevoznicima zasnivala se na odgovorima proizvođača plastičnih proizvoda.

2. TRENDOWI IZVOZA I TRŽIŠTA

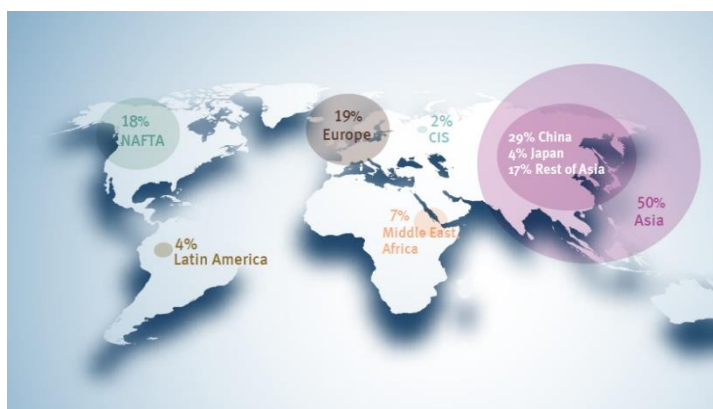
2.1 Trendovi tržišta – Kratak pregled globalne industrije plastike

Plastika je jedan od ključnih materijala za razne primene u industriji i potrošačkoj primeni. Godine 1950. svet je proizvodio samo 2 miliona tona plastike godišnje. Od tada se godišnja proizvodnja povećala gotovo 200 puta, dosegnuvši 336 miliona tona u 2016. godini². Ukupna veličina tržišta plastike u 2017.³ može se proceniti na 522,66 milijardi USD. Spremno je povećati se na CAGR od 4,0% u narednim godinama. Povećana potrošnja plastike u građevinskoj, automobilskoj, elektro i elektronskoj industriji predviđa se kao ključni pokretač. Propisi o smanjenju bruto težine vozila kako bi se poboljšala efikasnost goriva i eventualno smanjila emisija ugljen dioksida dodatno promovišu industrijsku upotrebu plastike kao zamene za metal. Rast građevinske industrije na tržištima u nastajanju, kao što su Brazil, Kina, Indija i Meksiko, bio je ključan za podsticanje potražnje za plastikom tokom 2015. i 2016. Rast tržišta može se pripisati povećanim stranim ulaganjima na domaće građevinsko tržište kao rezultat ublažavanja SDI normi i zahteva za boljom javnom i industrijskom infrastrukturuom.

Azijsko-pacifički region (bez Kine) bio je regionalno tržište plastike sa najbržim rastom u vrednosti od 105,39 milijardi USD u 2017. Brza industrijalizacija i povećana kvalifikovana radna snaga pomažu rastu proizvodnog sektora u regionu, što zauzvrat podstiče razvoj potražnje za plastikom. Visok ekonomski razvoj i posledično porast potrošnje u ekonomijama u nastajanju, poput Indije i Japana, zajedno sa zemljama jugoistočne Azije, dodatno podstiču potražnju robe široke potrošnje.



Slika 1. Veličina tržišta plastike u SAD-u



Slika 2. Distribucija globalne proizvodnje plastičnih materijala, 2016⁴

Pored toga, očekuje se da će se dobro uspostavljena baza za proizvodnju električne i elektronske opreme na Tajvanu i u Južnoj Koreji dobro povećati za tržište u regionu. S druge strane, Indija ima snažnu hemijsku industriju, koja je pojačala proizvodnju u poslednjih nekoliko godina.

Tržište zapadne Afrike smatra se najbrže rastućim. Prema Nemačkom udruženju proizvođača (VDMA)⁴, uvoz plastične tehnologije (uključujući tehnologije proizvodnje plastike) je i dalje visok. Pored Nigerije, Côte d'Ivoire je jedno od najzanimljivijih tržišta.

² Udruženje proizvođača plastike, Plastika - činjenice 2017

³ Prema istraživanju Grand View Research, 2018

⁴ VDMA izveštaj „Tržište plastike u Africi“, 2017

Industrija plastike je od ključne važnosti za Evropu. Oko 60.000 kompanija posluje u ovoj industriji pružajući više od 1,5 miliona radnih mesta. Promet ovih kompanija može se izračunati na 350 milijardi EUR. Ukupna evropska industrija plastike ima trgovinski saldo od blizu 15 milijardi EUR u 2016. godini⁵. Oko 20% svetske proizvodnje plastike pojavilo se u Evropi (60 miliona tona u 2016.), uglavnom termoplastike, poliuretana i druge plastike, poput termostata, lepkova, premaza ili zaptivnih masa. Šest većih evropskih zemalja (Nemačka, Italija, Francuska, Španija, Velika Britanija i Poljska) i Beneluks pokrivaju gotovo 80% evropske potražnje u 2016. godini.

Klasifikaciju različitih vrsta plastike utvrdilo je Društvo industrije plastike (SPI)⁶ 1988. To je učinjeno radi omogućavanja identifikacije i recikliranja različitih vrsta plastike. Sledeća tabela prikazuje sedam plastičnih materijala na osnovu SPI kodova i ukratko opisuje glavne proizvode ovih različitih klasifikacija.

Tabela 1. Različite vrste plastike i njihova klasifikacija

SPI kod	Glavni proizvodi i karakteristike
 PET	Polietilen tereftalat (PET) se obično koristi za proizvodnju boca (vode i bezalkoholnih pića) i drugih predmeta za domaćinstvo, poput medicinskih boca, kanapa, odeće i vlakana tepiha. Ova vrsta plastike obično se reciklira.
 HDPE	Polietilen visoke gustoće (HDPE) koristi se za proizvodnju širokog asortimana proizvoda kao što su boce za mleko i negazirana pića, motorno ulje, šamponi, klima uređaji, boce sapuna, deterdženti i izbeljivači, kutije za užinu, igračke, kante, krute cevi, sanduci, saksije itd. Ova vrsta plastike smatra se vrlo sigurnom i ima veliku upotrebu u proizvodima za hranu i piće. Obično se reciklira, međutim kada se reciklira, nije sigurno ponovo je koristiti za proizvode koji sadrže hranu i piće.
 PVC	Polivinil hlorid (PVC) je osnovni materijal okvira prozora i vrata, koristi se za sve vrste cevi i pločica itd. Ponekad se reciklira.
 LDPE	Polietilen niske gustine (LDPE) koristi se za mnoge proizvode kao što su folije, folije za pakovanje, boce koje se mogu stisnuti, plastične vrećice, vrećice za hranu itd. Ponekad se reciklira.
 PP	Polipropilen (PP) je snažan materijal koji se koristi za izradu vrhova boca, boca za prehrambene proizvode kao što su jogurt, kečap, sirup, zimnica itd., vreće krumpira, kekse, omotača za kekse, gajbica, saksija, slamčice za piće itd. Ova vrsta plastike samo se povremeno reciklira.
 PS	Polistiren (PS) se obično koristi u proizvodima kao što su šoljice za kavu za jednokratnu upotrebu, plastične kutije za hranu, polistirenska pena, posude za seme itd. Ova vrsta plastike obično se reciklira, ali to je teže učiniti.
 OTHER	Ova klasifikacija uključuje ostale plastične materijale koji nisu definisani sa šest ostalih kodova. Uključuje materijale poput polikarbonata i polikartida. Uopšteno, proizvode koji se rade od plastike ove klasifikacije teže je reciklirati.

Polipropilen (PP) i polietilen (PE) ostaju i ostaće jedan od ključnih proizvoda u industriji plastike, a svaki će zadržati udeo od oko 20% u industrijskoj i potrošačkoj primeni⁷. Oba su imala globalnu proizvodnju od preko 80 miliona tona u 2017. Ova proizvodnja se prvenstveno koristi u sektoru ambalaže, koji uključuje posude i boce, plastične vrećice i plastične folije. Primenjuje se u različitim situacijama. Na osnovu njegove molekularne težine postoje različite vrste polimera PE poput HDPE, LDPE i LDPE. Na primer, polimeri male molekularne mase PE pronalaze

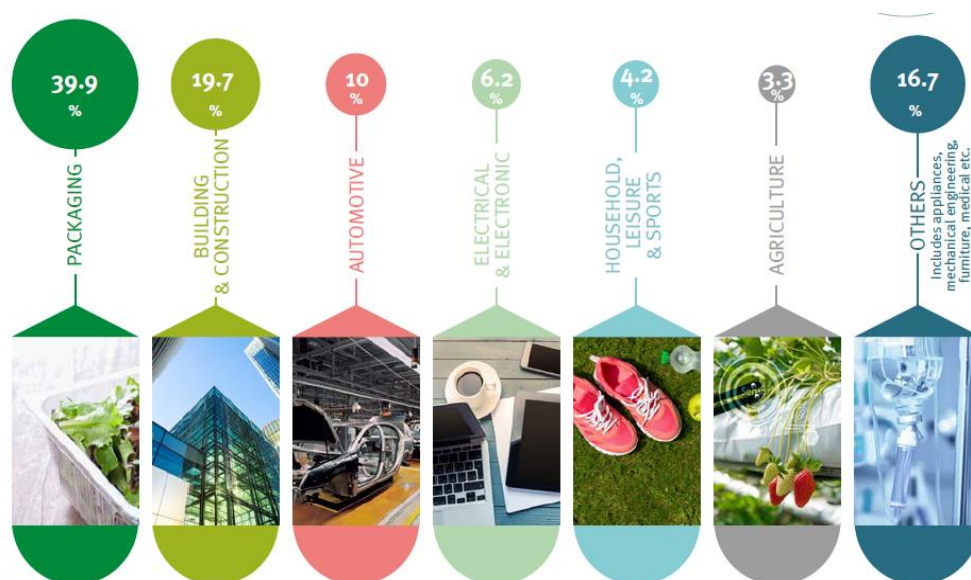
⁵ Udruženje proizvođača plastike, Plastika- činjenice 2017

⁶ Udruženje proizvođača plastike (PLASTIKA)

⁷ PlasticsEurope's Market Research Group (PEMRG), 2016

upotrebu u mazivima, polimeri srednje molekulske težine koriste se kao vosak koji se može mešati sa parafinom, a polimeri visoke molekulske težine se obično koriste u industriji plastike.

Cvetajuća industrija ambalaže, vođena velikom potražnjom potrošača u ekonomijama u nastajanju, igra vitalnu ulogu u jačanju potražnje za plastikom, poput PE i PET. Industrija ambalaže procenjuje se da je najistaknutiji segment primene (videti sliku 3) na tržištu plastike tokom predviđenog perioda. Ovaj će segment činiti više od 35,0% (u celom svetu) ukupnog prihoda do 2025. Međutim, građevinski i potrošački sektor sledeća su najveća područja upotrebe plastike. Sektori tržišta potražnje za prerađivačima plastike u EU slično su strukturisani kao i sektor širom sveta, dok je 40% pretvarača plastike namenjeno sektorima ambalaže, zatim 20% za građevinarstvo i 10% za primene u automobilske industriji⁸. Zemlje Zapadnog Balkana, poput Rumunije (15. mesto proizvođača iz EU27) i Bugarske (20. mesto), igraju manju ulogu.



Slika 3. Sektori tržišta potražnje za prerađenom plastikom ⁶

Globalno tržište je visoko fragmentisane prirode, a najveći udeo zauzimaju srednja i mala preduzeća koja se bave proizvodnjom plastike. Neki od glavnih proizvođača su Evonik Industries AG (Nemačka); BASF SE (Nemačka); Saudi Basic Industries Corporation (Saudijska Arabija); DowDuPont Inc (SAD), Arkema SA (Francuska); Celanese Corporation (SAD); i Toray Industry, Inc. (Japan).

Globalni plastični otpad za 2010. godinu bio je 275 miliona tona. Ovaj iznos premašuje godišnju proizvodnju (270 miliona tona) otpadom plastike iz prethodnih godina. Što se tiče EU28, 42% sakupljenog plastičnog otpada koristi se za oporavak energije, 31% se reciklira, a ostatak (27%) odlazi na deponije⁷. Zanimljivo je napomenuti da je udeo odlagališta smanjen za oko 50% u poslednjih 10 godina, dok je recikliranje poraslo za 80%.

Oko 8 miliona tona (3% globalnog godišnjeg plastičnog otpada) ušlo je u okean. Pre 1980. recikliranje i spaljivanje plastike bilo je zanemarivo; Zbog toga je 100% odbačeno. Od 1980. stopa spaljivanja i 1990 stopa recikliranja su se u proseku povećavale za oko 0,7% godišnje. U 2015. godini odbačeno je oko 55% globalnog plastičnog otpada, 25% je spaljeno, a 20% reciklirano. S obzirom na činjenicu da se trendovi proteklih godina nastavljaju, 2032. moglo bi se reciklirati više plastičnog otpada nego odbaciti⁹.

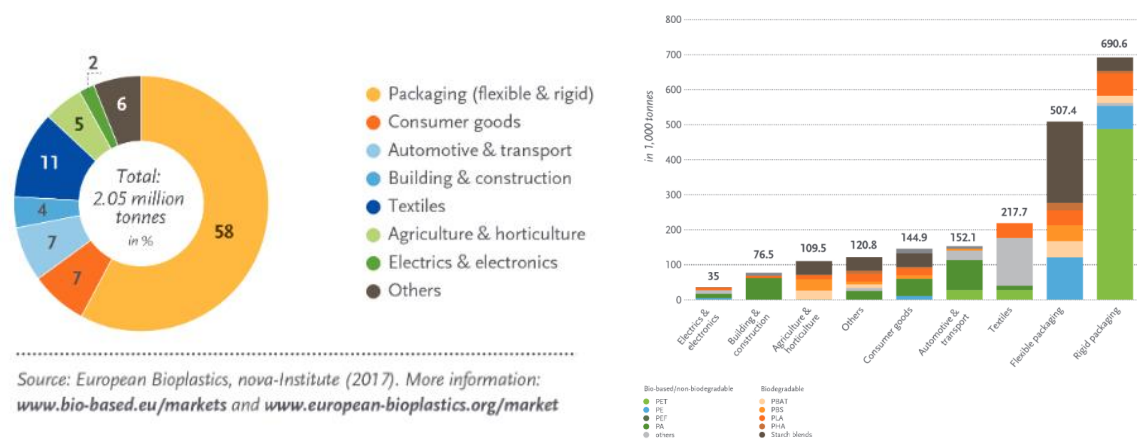
⁸ Udruženje proizvođača plastike, ds- činjenice 2017

⁹ Prema Geyer. et al., (2017)

2.2 Trendovi i tržišta bioplastike

Trenutno bioplastika predstavlja oko 1% plastike proizvedene godišnje. Međutim, kako potražnja raste i sa sofisticiranijim primenama zelene plastike i proizvodima koji se pojavljuju, tržište kontinuirano raste. Prema najnovijim tržišnim podacima koje je prikupila Evropska bioplastika, globalni kapacitet za proizvodnju zelene plastike trebao bi se povećati sa oko 2,05 miliona tona u 2017. na približno 2,44 miliona tona u 2022. godini.

Bioplastika se trenutno koristi na sve većem broju tržišta, od ambalaže, ugostiteljskih proizvoda, elektronike široke potrošnje, automobilske industrije, poljoprivrede/vrtlarstva i igračaka do tekstila i brojnih drugih segmenata. Ambalaža je i dalje najveće područje primene zelene plastike sa gotovo 60% (1,2 miliona tona) ukupnog tržišta zelene plastike u 2017. Povećanje upotrebe zelene plastike u svim segmentima tržišta je podstaknuto povećanom potražnjom za održivim proizvodima od strane potrošača i brendova zbog sve veće svesti o uticaju na životnu sredinu i potrebe za smanjenjem zavisnosti od fosilnih resursa. Omogućeno je i kontinuiranim napretkom i inovacijama industrije bioplastike u nove materijale sa poboljšanim svojstvima i novim funkcionalnostima.



Slika 4. Globalni proizvodni kapaciteti zelene plastike (po tržišnom segmentu)⁹

Inovativni biopolimeri poput PLA (polaktična kiselina) i PHA (polihidroksialkanoati) glavni su pokretači rasta na polju biološki razgradive plastike. PHA su važna polimerna porodica. PHA-ovi su već neko vreme u razvoju, a sada konačno ulaze na tržište komercijalnih razmera, sa tim da će se proizvodni kapaciteti u narednih pet godina utrostručiti. Ovi poliesteri su 100% biološki utemeljeni, biorazgradivi i imaju široku lepezu fizičkih i mehaničkih svojstava u zavisnosti od njihovog hemijskog sastava. Predviđa se da će proizvodni kapaciteti PLA porasti do 50% do 2022. u odnosu na 2017. PLA je vrlo svestran materijal koji ima izvrsna barijerska svojstva i dostupan je u visokoefikasnim PLA razredima koji su izvrsna zamena za PS (polistiren), PP (polipropilen) i ABS (akrilonitril butadien stiren).

Primer lanca vrednosti i učinka alternativnih proizvoda: Nemačka kompanija Fischer Innovative Solution GmbH prvi je proizvođač na svetu koji je ponudio niz sistema za pričvršćivanje zasnovanih na zelenoj (bio) plastici. Najmanje 50% svih proizvoda proizvodi se iz obnovljivih sirovina. Sledeća tabela ilustruje upoređivanje tradicionalnih proizvoda sa zelenom plastikom. Otkriva da je cena materijala za zelenu plastiku veća za 15%, ali proizvodi (klip) mogu se proizvesti na istim mašinama. Ovo je od izuzetne važnosti za izbegavanje velikih

ulaganja proizvođača plastike u nove mašine.

Tabela 2. Tradicionalni u odnosu na zelene plastične proizvode: Fischer-klip

	Klip napravljen od tradicionalne plastike	Klip napravljen od zelene plastike
Plastični materijal	Najlon	Najlon
Sirovi materijal	Fosilni resursi	Točkići/ Ricinusovo ulje
Metod proizvodnje	Kalup za ubrizgavanje	Kalup za ubrizgavanje
Cena	100%	115%

Izvor: DanuBioValNet Radionica o ambalaži zasnovanoj na bio materijalima 2018, sopstvene istrage

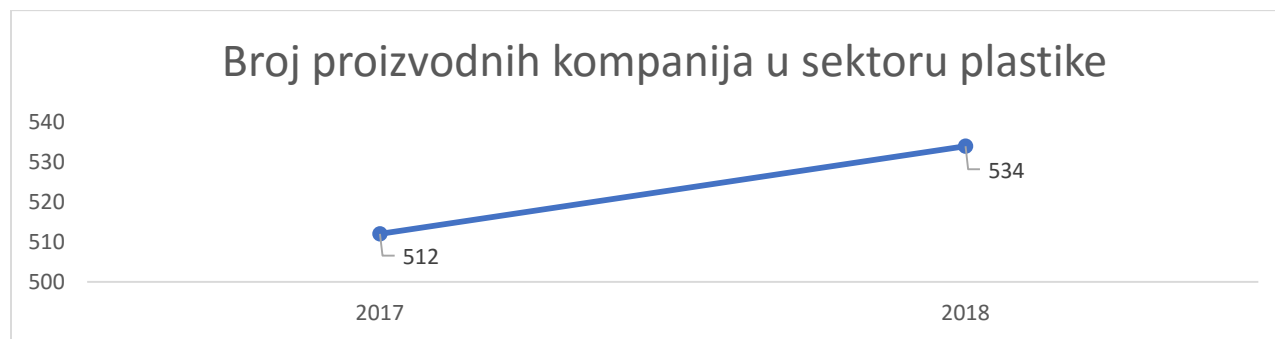
2.3 Kratak pregled industrije Kosova

Postoje vrlo ograničeni zvanični podaci u pogledu veličine sektora plastike na Kosovu. Najvažnije je da ne postoje javne informacije o tržištu plastike na Kosovu. Ova studija koristi dostupne podatke iz izvora kao što su Ministarstvo trgovine i industrije, Kosovska agencija za statistiku i Poreska uprava Kosova kao i nekoliko sekundarnih studija koje obuhvataju ovaj sektor.

Na osnovu primarnog istraživanja i dostupnih sekundarnih informacija o broju kompanija u sektoru, autori ove studije pokušali su proceniti ukupnu tržišnu veličinu sektora. Ove informacije su ključne za privatni sektor, potencijalne investitore, kreatore politika, ostale aktere na Kosovu koji podržavaju razvoj privatnog sektora.

Profil sektorskih kompanija

Dostupni zvanični podaci pokazuju da broj aktivnih preduzeća u sektoru plastike na Kosovu neprestano raste. Prema Kosovskoj agenciji za statistiku, u 2018. godini na Kosovu je bilo oko 534 MSP-ova u sektoru proizvodnje plastike. Broj MSP-ova u 2018. godini je porastao za 4% u odnosu na godinu pre, kada je sektor imao 512 kompanija.



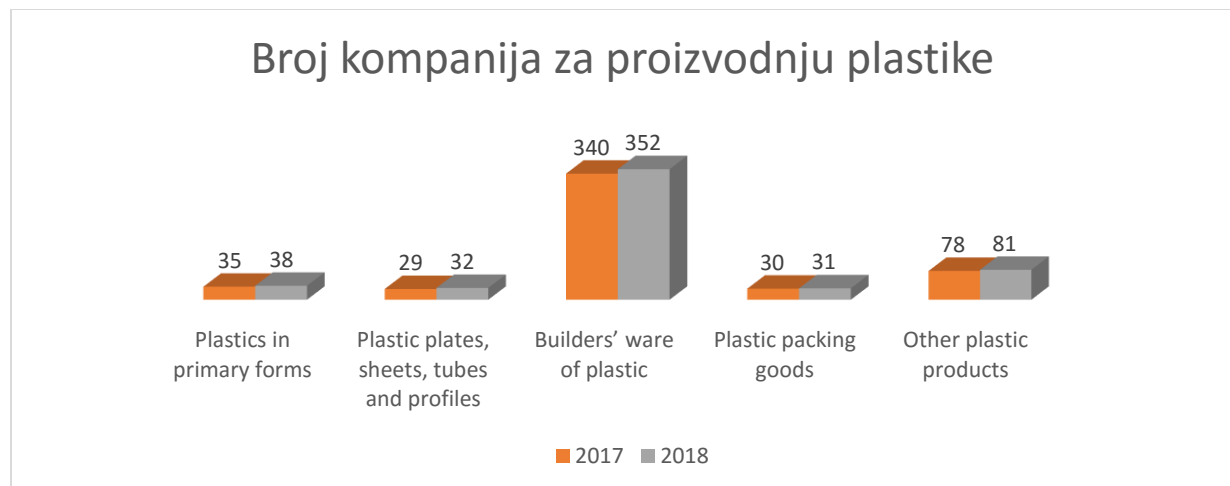
Grafikon 5. Broj proizvodnih kompanija u sektoru plastike na Kosovu, 2016-2018.

Izvor: >Podaci MTI-a i ASK-a, sopstveni obračuni autora

MSP-ovi u sektoru plastike na Kosovu grupisani su u pet glavnih podsektora. To se vrši prema NACE klasifikaciji („Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne“). MSP-ovi na Kosovu posluju uglavnom u sledećih pet podsektora:

1. Proizvodnja plastike u primarnim oblicima (NACE 2016)
2. Proizvodnja ploča, listova, cevi i profila od plastičnih masa (NACE 2221)
3. Proizvodnja predmeta od plastike za građevinarstvo (NACE 2223)
4. Proizvodnja ambalaže od plastike (NACE 2222)
5. Proizvodnja ostalih proizvoda od plastike (NACE 2229)

Prva kategorija, proizvodnja plastike u primarnim oblicima, uključuje proizvodnju polimera, poliamida, fenolnih i granulata, epoksida, alkida, poliestera i polietera, proizvodnje silicijuma, polimera i celuloze. U 2018. godini, kao što je prikazano i na grafikonu 6, u ovoj kategoriji bilo je 38 aktivnih MSP-ova, što je oko 9% više nego u 2017. godini (35 MSP-ova).



Grafikon 6. Raspodela kompanija za proizvodnju plastike po podsektorima

Izvor: Podaci MTI-a i ASK-a, sopstveni obračun autora¹⁰

U drugoj kategoriji, koja uključuje proizvodnju plastičnih ploča, listova, cevi i profila, u 2018. godini bilo je 32 aktivna preduzeća, dok je u 2017. godini ta kategorija brojala 29 kompanija. Ovaj podsektor predstavlja oko 6% ukupnih kompanija iz sektora plastike.

Treća klasifikacija uključuje proizvodnju plastičnih proizvoda za građevinarstvo, kao što su vrata, prozori, profili i drugi proizvodi poput stiropora i sl. koji broji najveće učešće u sektoru plastike, a doprinosi preko 66% ukupnog sektora, sa tim da je ukupan broj preduzeća 352 u 2018. Broj kompanija koje se bave proizvodnjom građevinskih proizvoda od plastike je zabeležio najveći rast broja kompanija u poslednje dve godine, od 340 u 2017. na 352 u 2018. godini.

Četvrti podsektor plastike uključuje proizvodnju ambalaže od plastike, koja uključuje folije, plastične vrećice, plastiku za etiketiranje i pakovanje proizvoda i boce. Ovaj podsektor je imao oko 31 kompaniju u 2018. Međutim, uprkos najnižem udelu u ukupnoj industriji, važno je naglasiti da ovaj podsektor predstavlja najaktivniji lanac vrednosti u zemlji, koji uključuje funkcije kao što su prikupljanje otpada, recikliranje/proizvodnju granulata i proizvodnju finalnih proizvoda.

Konačna klasifikacija sektora plastike uključuje proizvodnju plastičnih proizvoda za kuhinju, rasvetu, kancelarijske, školske materijale, igračke i ostale proizvode koji ne pripadaju prethodnim kategorijama itd. Uz 81 kompaniju u 2018, ovaj podsektor doprinosi sa 15 % kompanija u ukupnom sektoru plastike. Rast ovog podsektora tokom

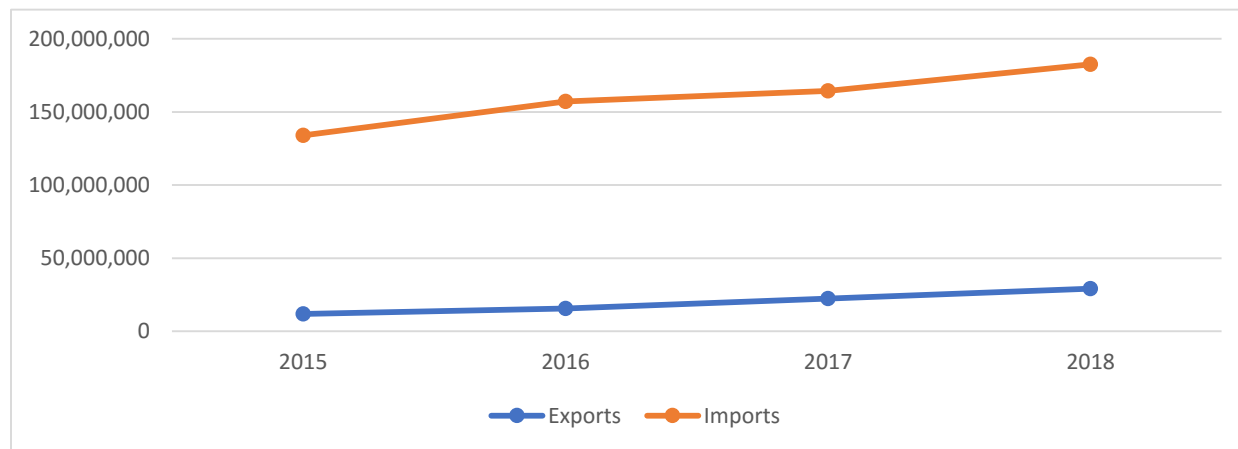
¹⁰ Autori su ekstrapolirali podatke o broju kompanija za podsektor plastika u primarnim oblicima na osnovu podataka Poreske uprave Kosova o broju kompanija u ovom podsektoru od 2014. do 2016. godine - pretpostavljajući konstantan nivo rasta kompanija. Za ostala četiri podsektora autori su prikupili i koristili podatke MTI-a koji se zasnivaju na izvorima ASK-a.

godina pratio je visoki pozitivni trend, sličan ostalim podsektorima, beležeći na godišnjem nivou prosečno povećanje od 4% u broju preduzeća između 2017. i 2018. Budući da ovaj podsektor uključuje proizvodnju „ostale“ plastične robe, sa širokim rasponom proizvoda, teško je razlikovati koji proizvodi i mala i srednja preduzeća dominiraju u ovom podsektoru.

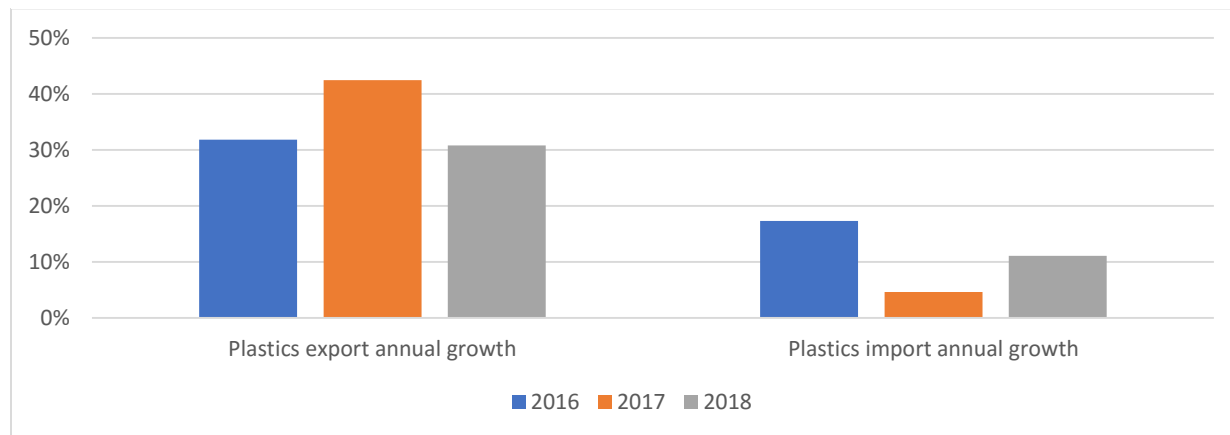
2.4 Trendovi i tržišta u industriji plastike na Kosovu

Trgovina plastikom na Kosovu beleži nagli porast tokom poslednje decenije. Sve veća potražnja za plastikom i primena plastike u svim industrijama pokrenule su kompanije privatnog sektora na Kosovu da ulažu u industriju za prerađu plastike, na šta ukazuje i sve veći broj preduzeća u sektoru plastike, doprinoseći rastu uvoza i izvoza. Međutim, Kosovo uvozi znatno više plastike nego što izvozi.

Kao što je prikazano na grafikonu 7, od oko 133 miliona evra u 2015. ukupni uvoz vezan za plastiku dostigao je 182 miliona evra u 2018. Izvoz je na znatno nižem nivou, ali uz značajan rast, od oko 11 miliona evra u 2015. godini oko 29 miliona evra izvoza u 2018. godini.¹¹



Grafikon 7. Trend uvoza i izvoza sektora plastike na Kosovu, 2015-2018
Izvor: sopstveni obračun autora, podaci Carine Kosova



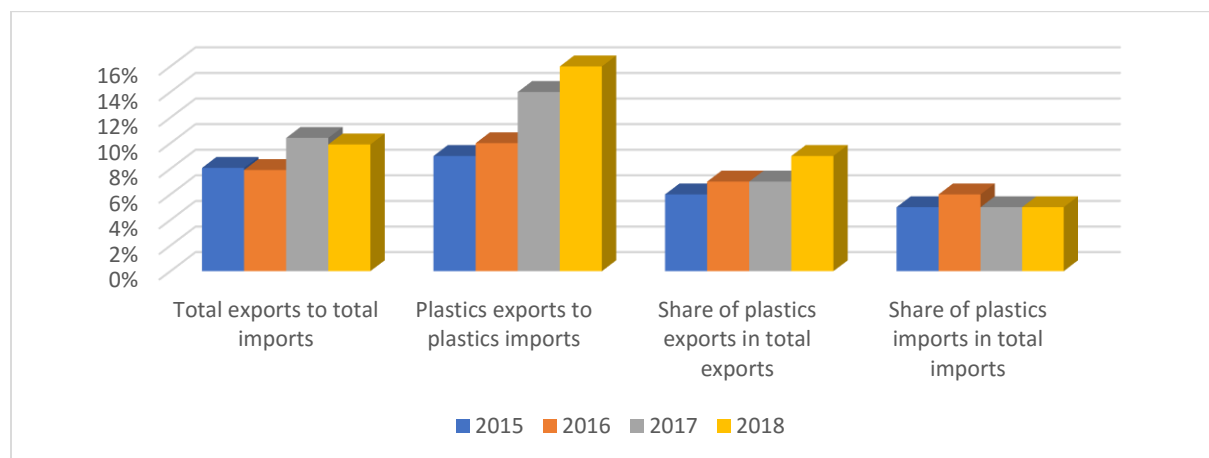
Grafikon 8. Godišnji rast uvoza i izvoza industrije plastike na Kosovu, 2016-2018

¹¹ Podaci o izvozu i uvozu sastavljaju se pomoću kodova proizvoda Carine Kosova u sektoru proizvodnje plastike.

Izvor: sopstveni obračun autora, podaci Carine Kosova

Posmatrajući trend rasta (videti grafikon 8), izvoz plastike pokazuje obećavajuće izgleda, sa prosečnim godišnjim rastom od oko 35% u periodu od 2016. do 2018. Uvoz plastike takođe beleži kontinuirani rast, ali uz znatno niže i opadajuće stope, sa godišnjim prosekom oko 10%.

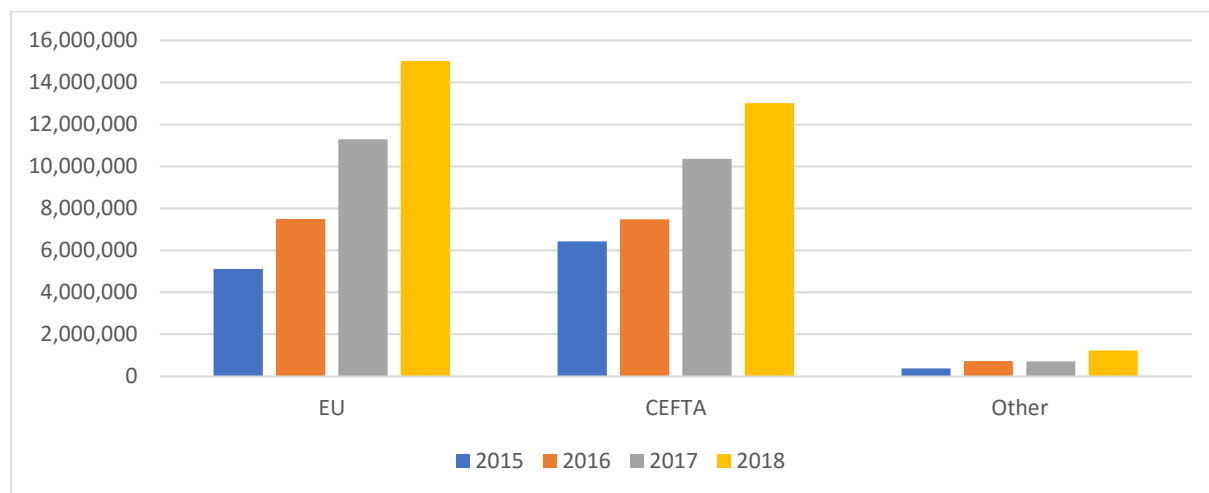
Odnos izvoza proizvoda od plastike i uvoza plastike značajno se povećao, sa oko 8% u 2015. na oko 16% u 2018. (grafikon 9). Izvoz sektora plastike ima mnogo brži rast u odnosu na ukupni trgovinski trend zemlje, jer se odnos ukupnog izvoza na Kosovu u odnosu na uvoz povećao sa oko 8% u 2015. na samo oko 10% u 2018. Dok je uvoz plastike praćen ukupnim trendom uvoza.



Grafikon 9. Industrija plastike na Kosovu, Tržišni trendovi, 2015-2018

Izvor: sopstveni obračun autora, podaci Carine Kosova

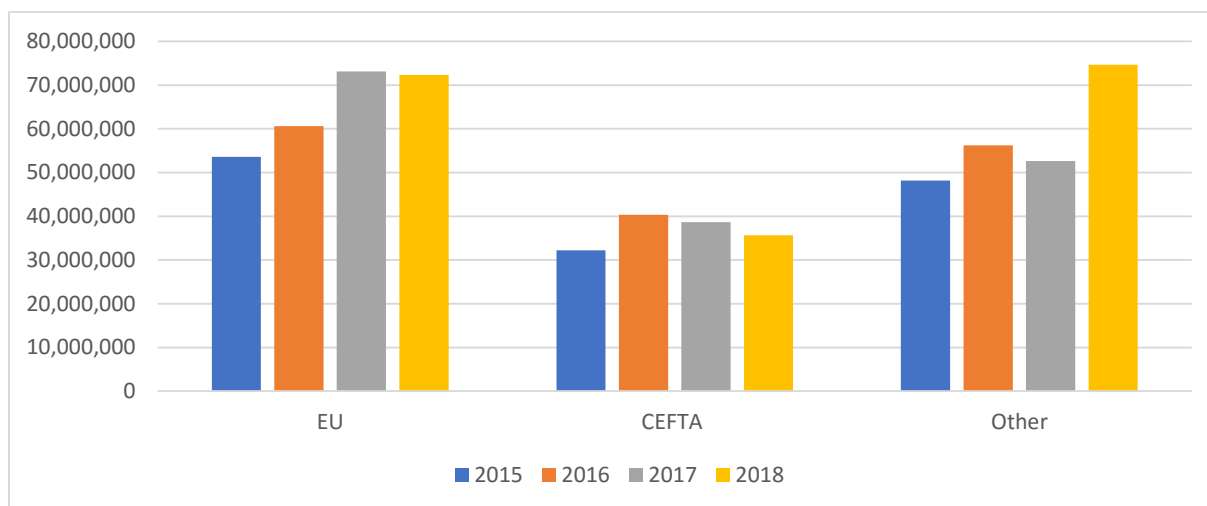
Kada se uzme u obzir izвозno tržište, grafikon 10 pokazuje da su zemlje EU i CEFTA glavna ciljna tržišta za kosovske proizvođače plastike. Izvoz u zemlje EU utrostručio se u poslednje tri godine, sa 5 miliona evra u 2015. na oko 15 miliona evra u 2018. U regionalnim zemljama, uključujući sve zemlje u okviru Centralnoevropskog sporazuma o slobodnoj trgovini (CEFTA), izvoz je porastao sa 6 miliona evra u 2015. godini na oko 13 miliona evra u 2018. Izvoz u svim ostalim zemljama je znatno manji, oko 1,2 miliona evra u 2018. godini.



Grafikon 10. Izvoz sektora plastike na Kosovu, po regionima, 2015-2018

Izvor: sopstveni obračun autora, podaci Carine Kosova

Grafikon 11 u nastavku prikazuje glavna uvozna tržišta. Najveća vrednost plastike u 2018. uvozi se iz trećih zemalja, odnosno oko 74 miliona evra. Drugi najvažniji region za uvoz su zemlje EU, 72 miliona evra u 2018. godini. Uvoz iz regiona se kretao između 32 i 40 miliona evra između 2015. i 2018.

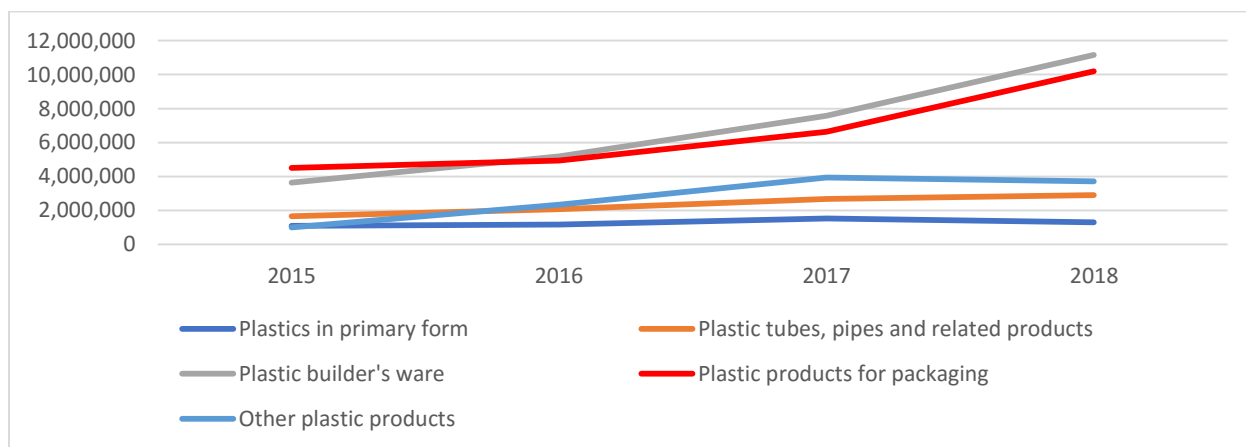


*Grafikon 11. Uvoz sektora plastike na Kosovu, po regionima,, 2015-2018
Izvor: sopstveni obračun autora, podaci Carine Kosova*

Za detaljniju analizu trgovine plastikom ispituju se glavni podsektori. Grupe proizvoda (podsektori) su definisane i analizirane na osnovu šifri proizvoda koje koristi kosovska carina, a koji su usklađeni sa statistikom Ujedinjenih nacija o međunarodnoj trgovini, usklađenim sistemima opisa i kodiranja robe (HS). Prema sistemu šifriranja u HS kosovske carine, analiziraju se sledeće grupe.

1. Proizvodnja plastike u primarnim oblicima
2. Proizvodnja ploča, listova, cevi i profila od plastičnih masa
3. Proizvodnja predmeta od plastike za građevinarstvo (vrata i prozori, okviri, profili, itd)
4. Proizvodnja ambalaže od plastike (folije, tanjiri, listovi, ambalažne folije, plastične vrećice, boce itd)
5. Proizvodnja ostalih proizvoda od plastike (proizvodi od plastike za domaćinstva, toalete, kancelarije, igračke, itd.)

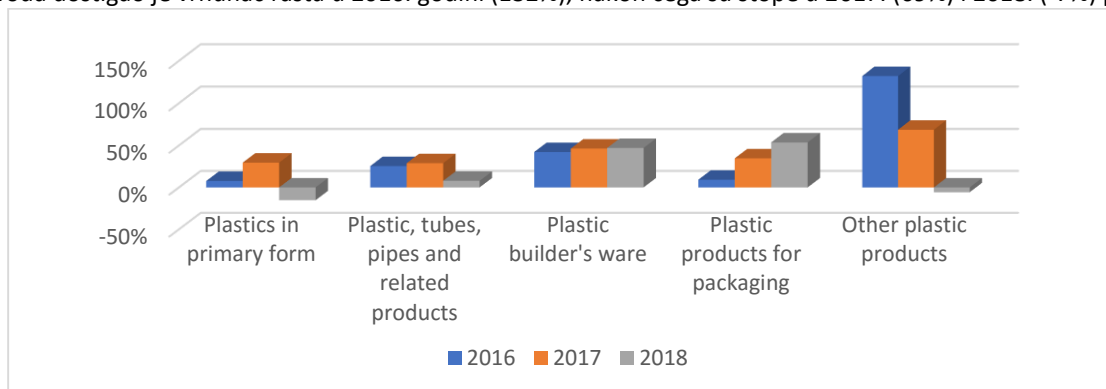
Na grafikonu 12. u nastavku su prikazani trendovi izvoza u pet podsektora plastike između 2015. i 2018. godine. Kontinuirani rast jasno pokazuju dve kategorije proizvoda, a to su **proizvodi od plastike za građevinarstvo i proizvodnja ambalaže od plastike**.



*Grafikon 12 Izvoz sektora plastike, prema podsektorima, 2015-2018
Izvor: Sopstveni obračun autora, Skup podataka Carine Kosova*

Među svim kategorijama **plastična oprema za građevinarstvo je u 2018. godini zabeležila pozitivan neto izvoz, sa preko 11 miliona evra izvoza (7,4 miliona evra uvoza)**. Izvoz ambalaže od plastike dostigao je 10,2 miliona evra u 2018. godini, dok je uvoz oko 40 miliona evra. Plastične cevi, cevi i srodni proizvodi dostigli su oko 2,9 miliona evra izvoza i oko 18 miliona evra uvoza u 2018. Izvoz ostalih plastičnih proizvoda relativno je mali (3,7 miliona evra) u odnosu na uvoz u 2018. (29 miliona evra). Najveći trgovinski deficit ima podsektor plastike u primarnom obliku.

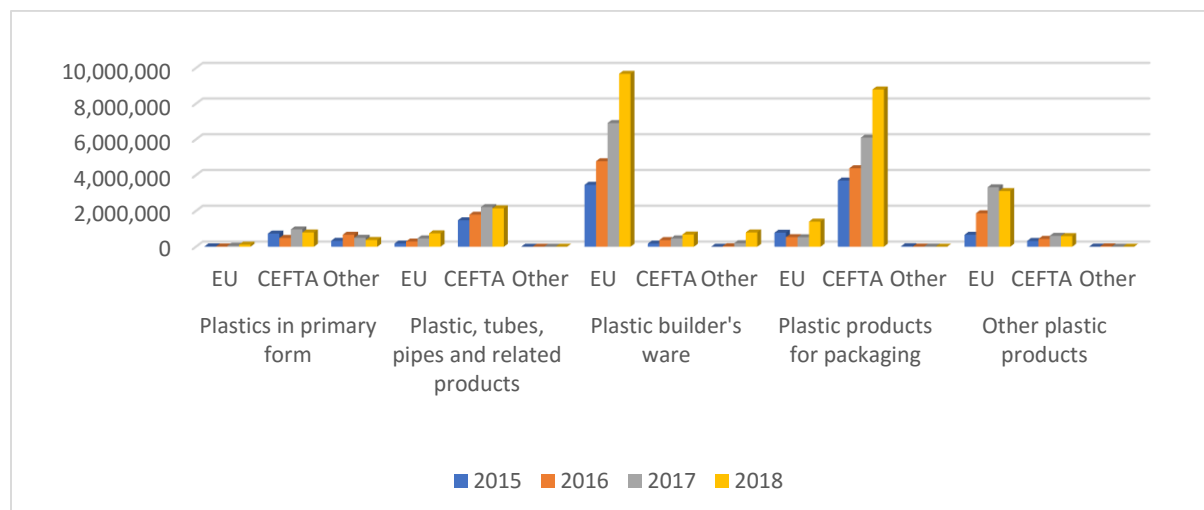
Trendovi rasta izvoza, prema podsektorima, prikazani su na grafikonu 13, pokazuju **vrlo pozitivne izglede za dva od pet podsektora, uglavnom za proizvode od plastike za građevinarstvo i ambalaže od plastike**. Izvoz plastičnih proizvoda za građevinarstvo povećao se prosečnom stopom rasta od 45%, između 2016. i 2018, dok je izvoz ambalaže od plastike zabeležio prosečni godišnji rast od 35%. Izvoz plastičnih cevi i cevčica ima prosečnu stopu rasta od 21% u periodu od 2016. do 2018, ali negativnu stopu rasta u 2018. godini (-5%). Izvoz ostalih plastičnih proizvoda dostigao je vrhunac rasta u 2016. godini (132%), nakon čega su stope u 2017. (69%) i 2018. (-7%) padale.



Grafikon 13. Godišnji rast izvoza plastike, prema podsektorima, 2016-2018

Izvor: sopstveni obračun autora, podaci Carine Kosova.

Izvozna tržišta razlikuju se prema podsektorima (slika 14). **Plastični proizvodi za građevinarstvo čine najveći udeo izvoza na tržištu EU, a Švajcarska i Nemačka su glavne izvozne destinacije**. Mali deo izvoza odlazi u zemlje CEFTA, uglavnom u Albaniju, a ostatak na druga tržišta, gde je Kazahstan glavno odredište. **Plastična vrata i prozori su proizvodi sa najvećom stopom izvoza u ovoj kategoriji**.



Grafikon 14. Izvoz plastike na Kosovu, prema podsektorima i regionu izvoza, 2015-2018

Izvor: sopstveni obračun autora, podaci Carine Kosova

U podsektoru plastičnih cevi, cevčica i srodnih proizvoda, glavni izvoz se odvija u zemljama CEFTA-e, sa mnogo manjim udelom izvoza na tržište EU. Većina plastičnih cevi i cevčica se izvozi u Albaniju, dok je Bugarska država iz EU u kojoj se cevi najviše izvoze.

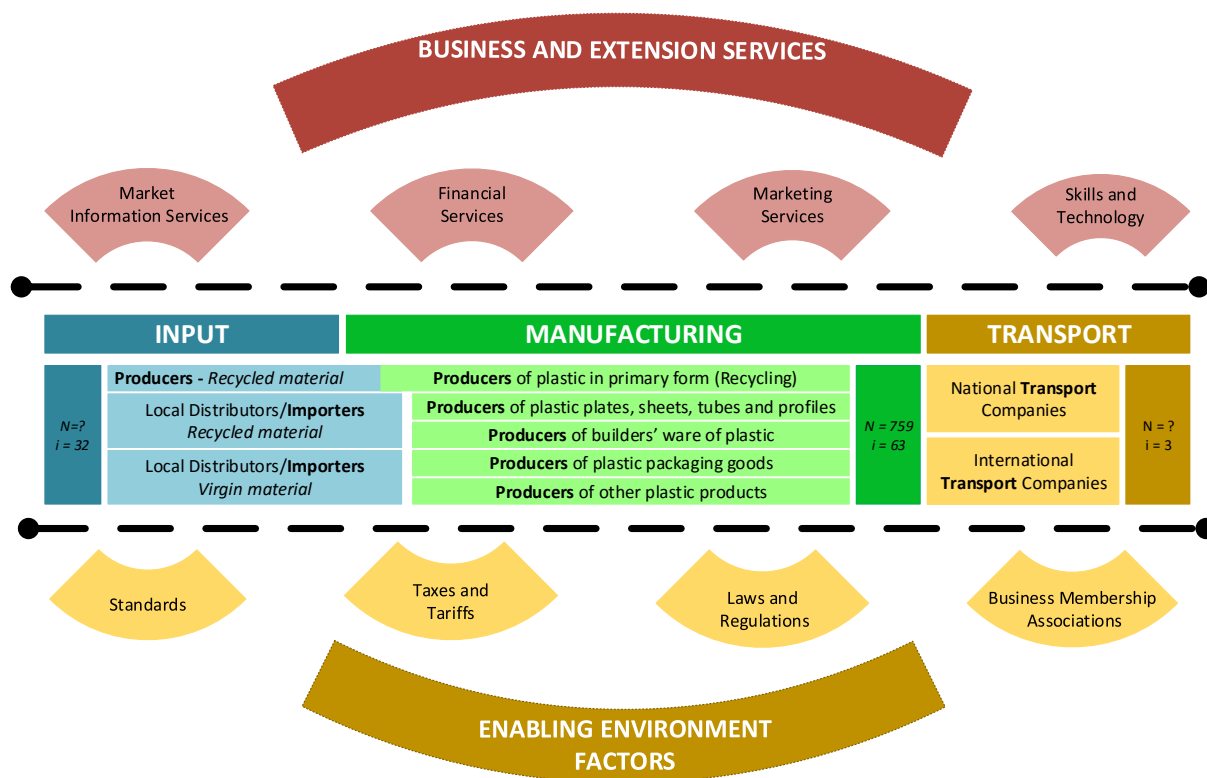
Ambalaža za pakovanje ima stalni rast izvoza u zemlje CEFTA-e. Plastične folije, table i ploče su proizvodi sa najvećom stopom izvoza u ovoj kategoriji, uglavnom u Severnu Makedoniju. Na tržištu EU najveća stopa izvoza je u Hrvatsku i Rumuniju što je doprinelo značajnom rastu izvoza u 2018. godini.

Ostali proizvodi od plastike uglavnom se izvoze u EU (uglavnom u Nemačku). Dok se **plastika u primarnom obliku najviše izvozi u Severnu Makedoniju i Tursku.** Za obe kategorije, s obzirom da je veliki udeo proizvoda kodiran „ostalom“ plastičnom robom, teško je razlikovati proizvode koji dominiraju izvozom.

3. ANALIZA LANCA VREDNOSTI

3.1 Mapa lanca vrednosti sektora

Mapa lanca vrednosti sektora plastike prikazana je na slici 15. Mapa osnovnog lanca vrednosti predstavljena je sa tri glavne funkcije, koje su ujedno bile i fokus studijskog istraživanja. Funkcija inputa se sastoji od dve različite vrste uloga (koje nisu ekskluzivne na Kosovu), kompanije koje se bave reciklažom (koje su i proizvođači plastike u primarnom obliku) kao i uvozne kompanije. MSP-ovi za proizvodnju se mogu naći u pet podsektora. Najzad, postoje transportne kompanije, od kojih su najvažnije one koje prevoze robu za izvoz. Sektor plastike na Kosovu je u velikoj meri neorganizovan, međutim, na tržištu postoje usluge povezane sa finansijama, marketingom, veštinama i tehnologijom i tržišnim informativnim uslugama. Usluge povezane sa finansijama i marketingom koriste se u znatno većem obimu. Na kraju, podsticajno okruženje karakterišu uglavnom zakoni i propisi, kao i porez i tarifni sistem, dok su kompanije samo retko organizovane u poslovno udruženje (BMO), a standardi kvaliteta se ne primenjuju često.

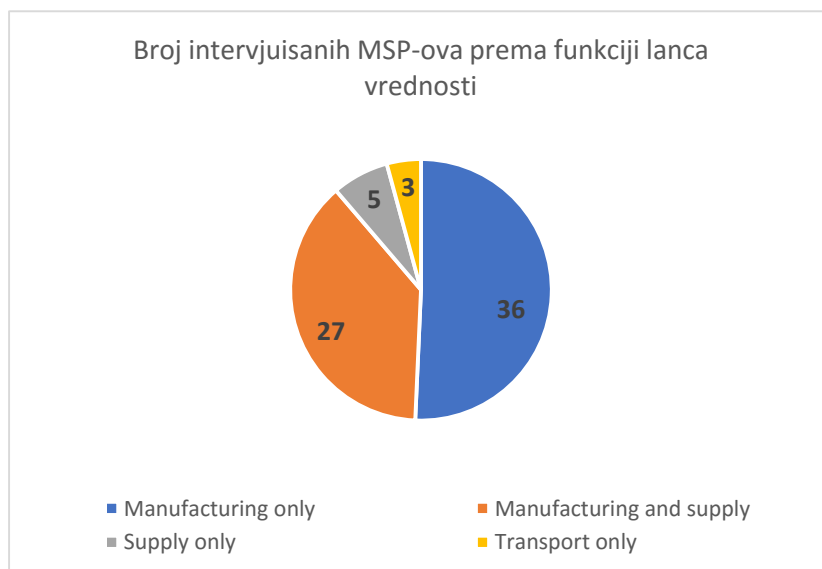


Slika 15. Plastics Sektorska mapa lanca vrednosti

Na slici 16. su prikazani različiti čvorovi lanca vrednosti proizvodnje plastike. Dok prva dva čvora (snabdevanje polimera - sirov ili recikliran materijal kao i mešanje/povećanje vlakana) obično pokrivaju dobavljači, sledeća tri čvora su obično pokrivena od strane proizvođača. Akteri koji pokrivaju čvor primena su krajnji korisnici (kupci). Upravljanje nakon isteka roka trajanja često organizuju kompanije za prikupljanje i/ili reciklažu.



Slika 16. Čvorovi lanca vrednosti proizvodnje plastike



Grafikon 17. Broj MSP-ova prema funkciji lanca vrednosti

Analiza lanca vrednosti se uglavnom zasniva na nalazima iz istraživanja. Neka od 71 intervjuisanog MSP-a imaju više od jedne funkcije lanca vrednosti. Sledeći grafikon prikazuje broj MSP-ova prema funkciji lanca vrednosti, gde jedan MSP može imati više funkcija. Istraživački tim intervjuisao je 36 MSP-ova koji su uključeni samo u ulogu proizvodnje, dok preostalih 27 MSP-ova za proizvodnju takođe organizuje uvoz sirovina i/ili se bavi recikliranjem

plastike. Intervjuisano je pet MSP-ova koji su specijalizovani samo za funkciju snabdevanja i tri koja su uključena u funkciju transporta (grafikon 17).

3.2 Analiza lanca vrednosti: Snabdevanje

Da bi analizirali snabdevanje primarnim plastičnim proizvodima, ovo istraživanje razmatra i proizvodne kompanije i njihove probleme sa snabdevanjem i kompanije koje isporučuju primarne plastične proizvode. MSP-ovi u industriji plastike na Kosovu uglavnom su uključeni kako u funkcije snabdevanja, tako i u proizvodnji. Od 71 ukupno ispitanih MSP-ova, samo 5 MSP-ova (7%) specijalizovano je samo za funkciju snabdevanja, uglavnom oko uvoza i distribucije primarnih plastičnih proizvoda. S druge strane, oko 43% ispitanih proizvodnih MSP-ova takođe je uključeno u snabdevanje primarnim plastičnim proizvodima, što znači da imaju dve funkcije lanca vrednosti.

Postoje dve vrste funkcija snabdevanja. Jedna uključuje uvoz primarnih proizvoda od plastike, koji može uključivati širok spektar proizvoda, ali uglavnom je koncentrisan oko PVC-a, HDPE-a, LDPE-a, polipropilena. U ovoj kategoriji primarni proizvodi se uglavnom uvoze u obliku granula, tabli, folija, profila ili okvira. Druga vrsta funkcije snabdevanja čine kompanije koje recikliraju plastični otpad i proizvode recikliranu plastiku u primarnim oblicima granula ili tabli/folija. Ove funkcije snabdevanja ne upućuju na to da kompanije imaju isključivo jednu ili drugu funkciju, u stvari postoje mnogi slučajevi kada su kompanije uključene u obe funkcije snabdevanja - i uvoznici plastike i proizvođači/reciklaža.

3.2.1 Potražnja za sirovinama - perspektiva proizvođača za snabdevanje

Većina proizvođača plastike na Kosovu posluje preko posrednika u snabdevanju primarnim proizvodom. Na ovo otpada oko 90% ispitanih kompanija. Što se tiče uvoza sirovina, 27% je izjavilo da snabdevanje u potpunosti organizuje (16%) ili delimično (11%) direktno kroz uvoz. Uprkos tome, većina proizvodnih kompanija (85%) smatra da je bolje sami organizovati snabdevanje i uvoz sirovina, dok samo 15% radije radi sa posrednicima.

Najviše prijavljenih sirovina je PVC, kod 37% proizvođača, a slede ga granule, uglavnom u HDPE i LDPE materijalima, sa 18% proizvodnih kompanija. Mnoge kompanije (oko 25%) nisu bile u stanju definisati vrstu materijala, pa su ih nazvale samo „plastika“. Kada se posmatraju podsektori, za proizvodnju cevi, cevčica i srodnih proizvoda potrebni materijali su HDPE i PVC, proizvodi od plastike za građevinarstvo izrađeni su uglavnom na osnovi PVC-a, dok se u slučaju plastičnih proizvoda za ambalažu koriste HDPE, LDPE i PVC kao sirovina za proizvodnju. Ostali proizvođači plastike uglavnom koriste PVC, ali u nekim slučajevima i HDPE, LDPE i PP.

Tabela 3. Glavni materijali koji se koriste, podsektor

Podsektor	Vrsta materijala
Plastične cevi, cevčice i slični proizvodi	HDPE i PVC
Građevinski proizvodi od plastike	PVC uglavnom
Proizvodi od plastike za ambalažu	HDPE, LDPE i treći materijal PVC
Drugi proizvodi od plastike	PVC glavni materijal, u nekim slučajevima HDPE, LDPE i PP

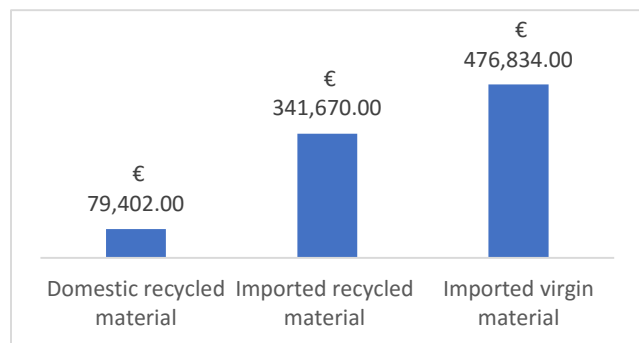
Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

Važan nalaz tiče se porekla sirovina, gde je dominantna zemlja porekla Nemačka. Ostale zemlje porekla sirovina koje se spominju, ali sa vrlo malo učestalosti su: Hrvatska, Grčka, Bugarska, Poljska i Italija. To ukazuje da kosovsko tržište ceni kvalitet sirovina, sa velikom naklonošću ka nemačkim proizvodima.

Važno je napomenuti da se uvezena sirovina iz zemalja EU uglavnom nalazi u obliku gotovih profila i kao neobrađeni materijal (smola). Dok se reciklirana plastika u primarnom obliku uglavnom proizvodi u zemlji ili se uvozi iz regiona.

Proizvodne kompanije ocenjuju nedostatak fleksibilnosti i carinskih administrativnih propisa kao najveće ograničenje u pogledu snabdevanja sirovinama. Nedostatak fleksibilnosti odnosi se na količinu isporuka i modalitet plaćanja, dok se kašnjenje u carini i posebnim zahtevima dokumentacije navodi kao vrlo velika ograničenja. Kvalitet i rok isporuke primarnih proizvoda vrednuju se kao treća i četvrta prepreka, dok se troškovi sirovina doživljavaju kao najmanje ograničenje za snabdevanje sirovinom.

3.2.2 Snabdevanje sirovinama - perspektiva dobavljača

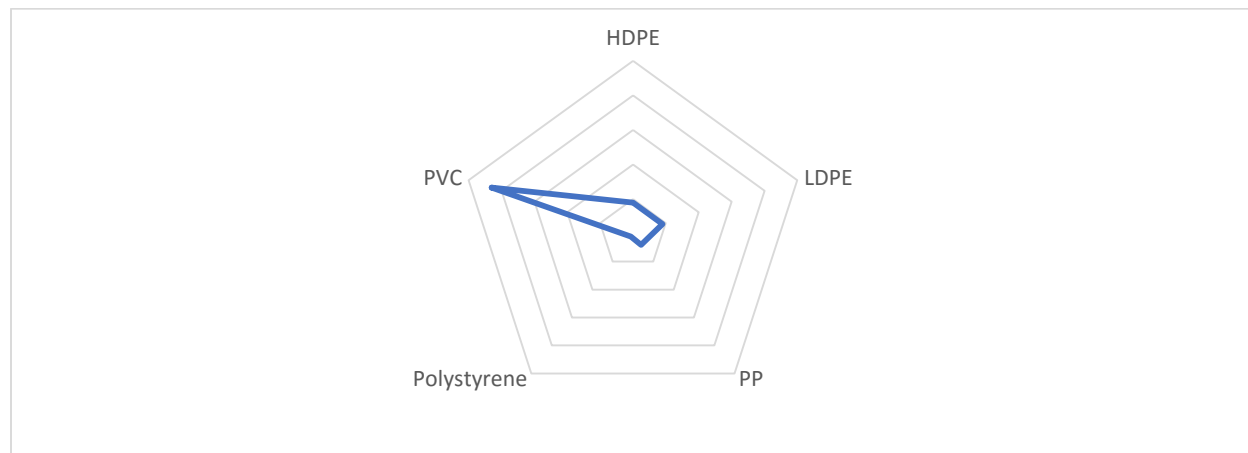


Grafikon 18. Prosečna vrednost isporučene sirovine po MSP-u
Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

Za potrebe ove studije, ispitano je 32 MSP-ova koja deluju u funkciji snabdevanja lanca vrednosti. Od ova 32 MSP-ova, većina njih (84%) posluje i kao proizvođač finalnih proizvoda od plastike, a samo 16% (5 MSP-ova) isključivo je orijentisano na snabdevanje sirovinama. Prijavljena vrednost primarne proizvodnje iznosi 7,6 miliona, od čega je 18% reciklirani domaći materijal, 45% uvozni reciklirani materijal (kojim dominira jedna kompanija) i 38% uvozni neobrađeni materijal. Kao što je prikazano na Grafikonu 18, prosečna vrednost godišnjeg isporučenog domaćeg recikliranog materijala je oko 79.400 evra. Prosečna vrednost

uvezenog recikliranog materijala je 341.670 evra, dok prosečna godišnja vrednost uvezenog neobrađenog materijala prelazi 476.834 evra. **Važno je napomenuti da prosečna vrednost uvezene sirovine premašuje prosečnu vrednost prometa firmi. To može biti slučaj ako pretpostavimo da su kompanije možda povećale vrednost uvoza kako bi zadovoljile sve veću potražnju u narednom periodu. Međutim, podatke treba razmotriti s oprezom u pogledu prijavljenih nominalnih vrednosti.**

Kao što je prikazano na Grafikonu 19, polivinil hlorid (PVC) je daleko najviše korišćen materijal od strane ispitanih kompanija. Naime, PVC koristi 75% ispitanih MSP-ova. Polietilen je drugi korišćeni materijal, gde 19% ispitanih kompanija koristi HDPE, a 16% LDPE. Konačno, polipropilen je najmanje korišćen materijal, samo u 9% slučajeva. Važno je napomenuti da nijedan od ispitanih MSP-ova ne koristi druge plastične materijale poput polistirena (koji se koristi za proizvodnju proizvoda od stiropora) i polietilen tereftalata (koristi se za proizvodnju plastičnih boca).



Grafikon 19. Intenzitet upotrebe materijala

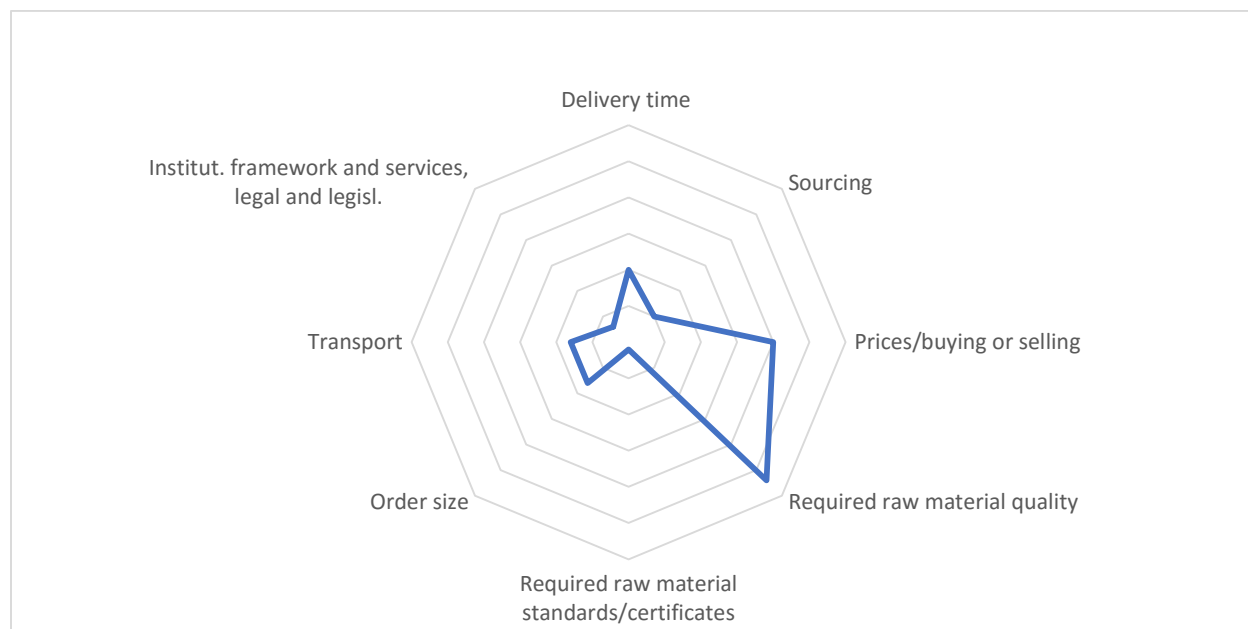
Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

Poreklom uvoza dominira Nemačka. PVC (recikliran) je najčešće uvozni materijal iz Nemačke. Ovo još jednom potvrđuje nalaz da postoji velika prednost nemačkog materijala za PVC proizvode kao što su vrata i prozori. **Druga poželjna zemlja uvoza za dobavljače je Severna Makedonija.** U slučaju Severne Makedonije, postoji snažna tendencija uvoza materijala koji je povezan sa HDPE. Konačno, čini se da su Italija i Turska zemlje porekla sa trećim

najvećim intenzitetom, dok se druge zemlje uvoznog porekla (npr. Albanija, Srbija, Bosna i Hercegovina itd.) spominju o pojedinačnim slučajevima. Povezano sa organizacijom uvoza, polovina anketiranih kompanija prijavljuje da redovno uvozi i čuva proizvode u kući u odnosu na drugu polovinu koji proizvode uvoze po potrebi „na vreme“. **Troškovi prevoza navode se kao glavni troškovi uvoza, a slede carine, uvozne takse i porezi.**

Sledeći deo i grafikoni predstavljaju ograničenja preduzeća koja se bave recikliranjem i proizvodnjom sirovina i kompanija koje uvoze sirovinu. Intervjuisane kompanije koje isporučuju zamoljene su da ocene tri najvažnija ograničenja u njihovoj poslovnoj aktivnosti. Da bi se procenila veličina ograničenja, učestalost ograničenja množila se sa odgovarajućim rangiranjem (gde se rangiranje analizira između 1 i 3, 1 je najniže, a 3 najveće ograničenje).

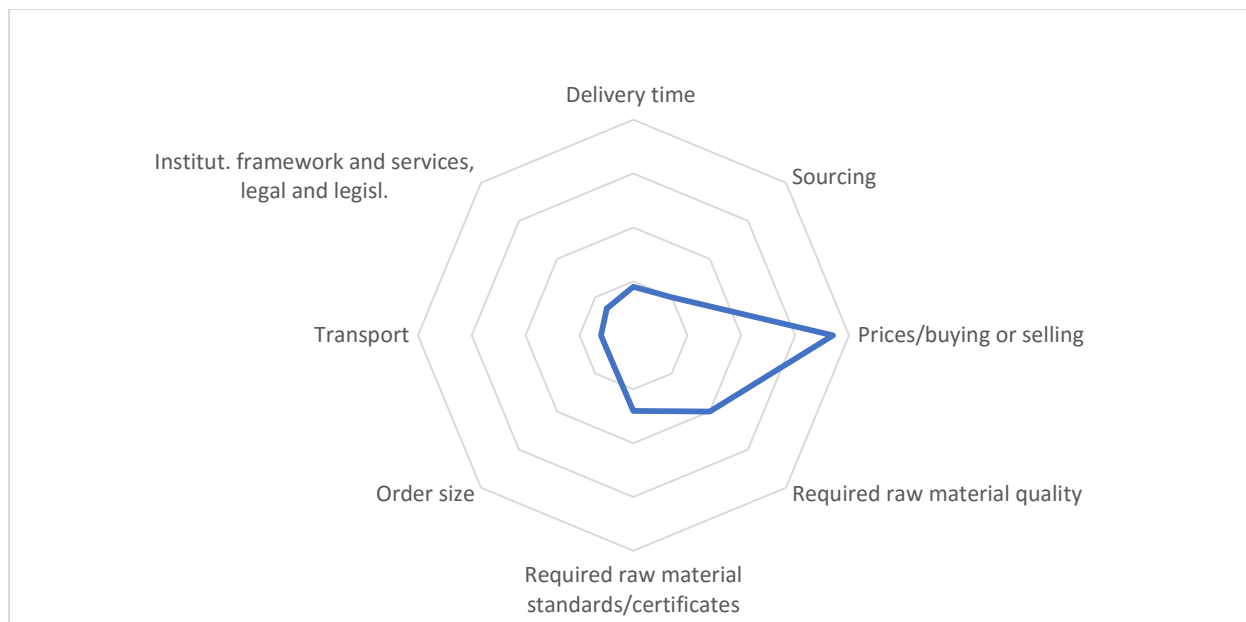
Potrebni kvalitet sirovine je najveće ograničenje za kompanije koje se bave reciklažom (Grafikon 20). Ispitana preduzeća spomenula su da nisu zadovoljna kvalitetom recikliranog proizvoda, a to može biti kako zbog kvaliteta primarnog proizvoda (u ovom slučaju otpada ili granulata), tako i zbog procesa recikliranja i mehanizacije. Ograničenje sa drugim najvećim intenzitetom odnosi se na cene, gde su kompanije za reciklažu naglasile da su ulazne cene vrlo visoke, a cene uopšteno (prodaja i kupovina) nestabilne. Sledeće ograničenje odnosi se na vreme isporuke, pri čemu kompanije izjavljuju da se suočavaju sa kašnjenjem u ispunjavanju naloga. O transportu se navodi da je skup i da je sličnog intenziteta ograničenja sa veličinom porudžbine. Konačno, nestabilnost u snabdevanju električnom energijom takođe je prijavljena kao izazov.



Grafikon 20. Ograničenja za kompanije za reciklažu

Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

Visoke ulazne cene i nestabilnost cena daleko su najčešće prijavljeno ograničenje za kompanije koje uvoze primarne plastične proizvode (Grafikon 21). Kompanije koje uvoze su sa manje intenziteta izvestile da zahtevaju bolju sirovinu. **Treće ograničenje najvećeg intenziteta odnosi se na standarde i potvrde sirovina, gde su neke kompanije navele da nemaju informacije o odgovarajućim standardima za sirovinu.** Ostala ograničenja koja su označena sa manje intenziteta su: kašnjenje u porudžbinama i profesionalnost dobavljača.



Grafikon 21. Ograničenja za snabdevanje iz uvoza

Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

Od intervjuisanih kompanija traženo je da ocene najisplativiji plastični materijal. Zanimljivo je da se PVC pojavljuje kao prvi izbor u 69% slučajeva, a sledi HDPE u 16% slučajeva. Kao drugi profitabilni plastični materijal, 16% kompanija prijavljuje LDPE, dok je zanimljivo da je 28% anketiranih kompanija (bilo kao prvi ili drugi izbor) izjavilo da je aluminijum profitabilan proizvod.

Oko 72% ispitanih kompanija koje dobavljaju plastiku izjavilo je da imaju redovnu poslovnu saradnju, 59% slučajeva sa nacionalnim kompanijama i 13% sa međunarodnim kompanijama. Preostalih 28% kompanija izjasnilo se da nemaju redovnu poslovnu saradnju, što podrazumeva da organizuju snabdevanje za svoje proizvodne svrhe.

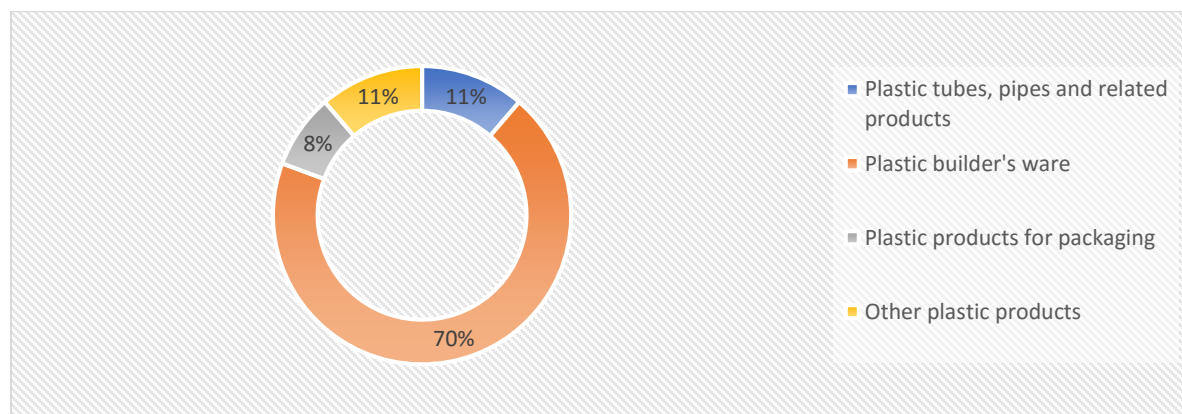
Zanimljiv nalaz odnosi se na korišćenje usluga poslovne podrške, gde nijedna kompanija nema saradnju sa akterima, poput Univerziteta, Instituta/Laboratorija koji pružaju stručnu ekspertizu i srodne prateće usluge. Pored toga, samo 6% intervjuisanih dobavljača su članovi poslovnih udruženja, što ukazuje da je ova funkcija lanca vrednosti u velikoj meri neorganizovana.

Uopšteno, kompanije koje dobavljaju i/ili recikliraju suočene su sa izazovom kvaliteta, kako u pogledu sirovina za recikliranje, tako i uvezenog recikliranog materijala. Transport i logistika su takođe još jedno pitanje koje utiče na učinak sektora. I konačno, ali ne najmanje bitno, formalna sektorska organizacija je vrlo slaba.

3.3 Analiza lanca vrednosti: Proizvođači

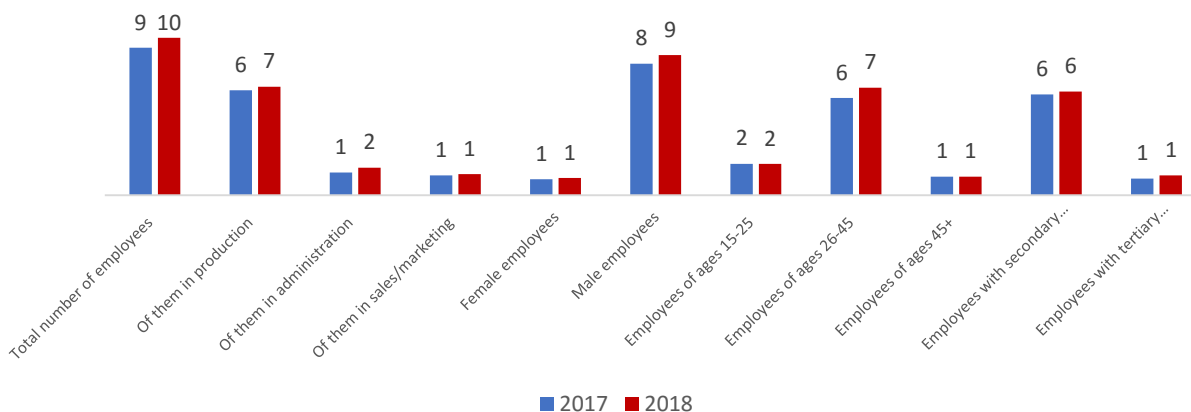
MSP-ovi u industriji plastike na Kosovu su uglavnom uključeni u funkcije snabdevanja i proizvodnje u lancu vrednosti. Od 71 ukupno ispitanih MSP-ova, 63 MSP-ova su uključena u proizvodnju. Na osnovu vrsta proizvoda koje su kompanije prijavile, svrstani su u četiri glavna proizvodna podsektora, kao što je prikazano na Grafikonu 22. Oko 11% ispitanih kompanija proizvodi plastične cevi, cevčice i slične proizvode, a većina kompanija pripada podsektoru građevinskih proizvoda (70%), 8% kompanija proizvodi proizvode za ambalažu od plastike (8%), a 11% kompanija proizvodi ostale plastične proizvode. Kompanije koje pripadaju proizvodnji plastike u primarnom obliku

kategorizovane su u analizi lanca snabdevanja, uključujući samo 5 MSP-ova (7% uzorka) specijalizovanih samo za funkciju snabdevanja, uglavnom oko uvoza i distribucije primarnih plastičnih proizvoda, te oko 4% (27 od 63) ispitanih MSP-ova u proizvodnji uključeno je u snabdevanje primarnim plastičnim proizvodima.



Grafikon 22. Udeo intervjuisanih proizvodnih kompanija po podsektorima
Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

Većina ispitanih kompanija je mikro veličine, sa 6-10 zaposlenih, kao što je prikazano na Grafikonu 23.



Grafikon 23. Prosečan broj zaposlenih, prema kompaniji, odeljenju, starosti, obrazovanju.
Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

U proseku je ukupan broj zaposlenih u 2017. bio devet, dok se taj prosek povećao na oko 10 u 2018. Većina zaposlenih bila je usmerena na proizvodnju, u proseku šest u 2017. i sedam u 2018. Što se tiče pola, prosečni broj zaposlenih muškaraca porastao je od 2017. do 2018., dok prosečni broj zaposlenih žena nije. Nadalje, prosečni broj zaposlenih muškaraca mnogo je veći od žena u ovoj industriji. Većina zaposlenih pripada starosnoj dobi od 26 do 45 godina, od čega prosečno šest u 2017. i sedam u 2018. u proseku, broj zaposlenih sa srednjom stručnom spremom je veći u tim kompanijama, u odnosu na prosečan broj zaposlenih koji imaju osnovno obrazovanje ili visoko obrazovanje. Samo osam kompanija tvrdilo je da imaju zaposlene koji su završili samo osnovno obrazovanje.

Ovo preduzeće ima više od decenije od osnivanja i specijalizovano je za proizvode od polimera, prvenstveno u proizvodnji plastičnih vrećica, vreća, tabli i folija. Lokalno tržište je glavni fokus, sa preko 90% ukupne prodaje, a ostatak proizvoda se izvozi u zemlje regiona i EU. Trenutno preduzeće zapošljava preko 40 stalno zaposlenih radnika i ostvaruje promet od oko 2 miliona evra.

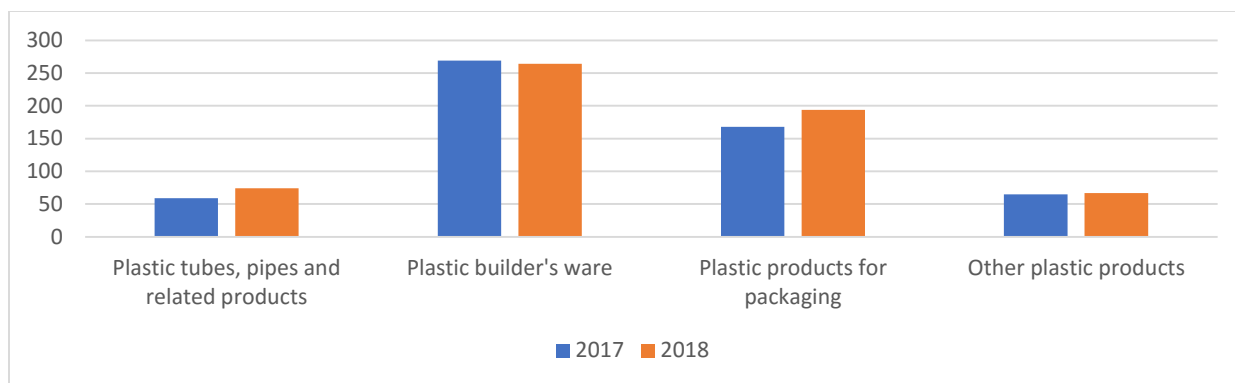
Ulaganje u mašine i postrojenja, iskustvo stečeno godinama i čvrsta distributivna mreža pružaju konkurentsku prednost ovoj kompaniji. Proces proizvodnje plastičnih kesa i vreća za smeće je prisutan na nekoliko nivoa lanca vrednosti u zemlji. Suprotno drugim plastičnim proizvodima na kojima se samo jedan deo proizvodnje obavlja na Kosovu, **proizvodnja plastičnih vrećica uključuje prikupljanje plastike na otpadima u zemlji, recikliranje i proizvodnju granulata, te preradu finalnih proizvoda u kесе i vreće.** Korist može stoga ići do tri nivoa lanca vrednosti. Lokalno tržište nudi ograničene mogućnosti rasta oko supstitucije uvoza. **Mogućnosti oko izvoza su znatno veće, međutim zahtevi za izvozom su mnogo veći u pogledu kvaliteta.** Nadalje, potrebna je opsežna promocija i povezivanja kako bi se dosegli posebno evropski kupci. Ipak, sa trenutnim nivoima plata i poreza, kao i bescarinskim izvozom, kosovske kompanije su vrlo konkurentne za izvoz na evropska tržišta. Uz sve veće zahteve okoline, **kosovske kompanije koje posluju u ovom sektoru imaju priliku da se fokusiraju na proizvode koji se mogu reciklirati i koji su pogodni za životnu sredinu (npr. alternative plastike na biljnoj osnovi).** To se posebno može postići u saradnji sa stranim investitorima, koji proizvođačima mogu garantovati i tržišta.

Poslovanje na lokalnom tržištu gotovo je uvek praćeno problemima sa kašnjenjem u plaćanju. **Kompanije iz ovog sektora suočavaju se s velikim pretnjama koje proizlaze iz potencijalnih regulatornih promena koje bi mogle zabraniti ili ograničiti upotrebu proizvoda na bazi plastike.** Vlada Kosova trenutno traži mogućnosti zabrane ili oporezivanja plastičnih vrećica u svojim naporima da se pozabavi pitanjima zaštite životne sredine. Ovakve akcije bi mogle biti pogubne za preduzeća koja rade u ovom sektoru i iziskivale bi trenutna ulaganja za promenu proizvodnje u proizvode koji su pogodniji za životnu sredinu.

Ova i slična preduzeća koja posluju u ovom sektoru mogla bi uveliko imati koristi od usluga za poboljšanje kvaliteta i konzistentnosti proizvoda i promocije izvoza. Štaviše, **zbog pretnji promene regulatornih propisa, postupno prilagođavanje alternativnim proizvodima koji se potpuno mogu reciklirati, a posebno plastični, predstavlja stratešku perspektivu rasta.** Svesna eventualnih regulatornih promena i podstaknutih promena na globalnom tržištu u industriji plastike, u zajedničkom ulaganju sa međunarodnim investitorom kompanija nastoji uspostaviti novu izvozno orijentisanu proizvodnju plastičnih alternativnih (bio) proizvoda. Iako će se sirovina morati uvoziti, **to će stvoriti buduće mogućnosti u zemlji za proizvodnju na bazi bio plastike (alternativa plastike na biljnoj osnovi) u primarnom obliku.**

3.3.1 Lokalna i izvozna tržišta - Perspektiva proizvođača

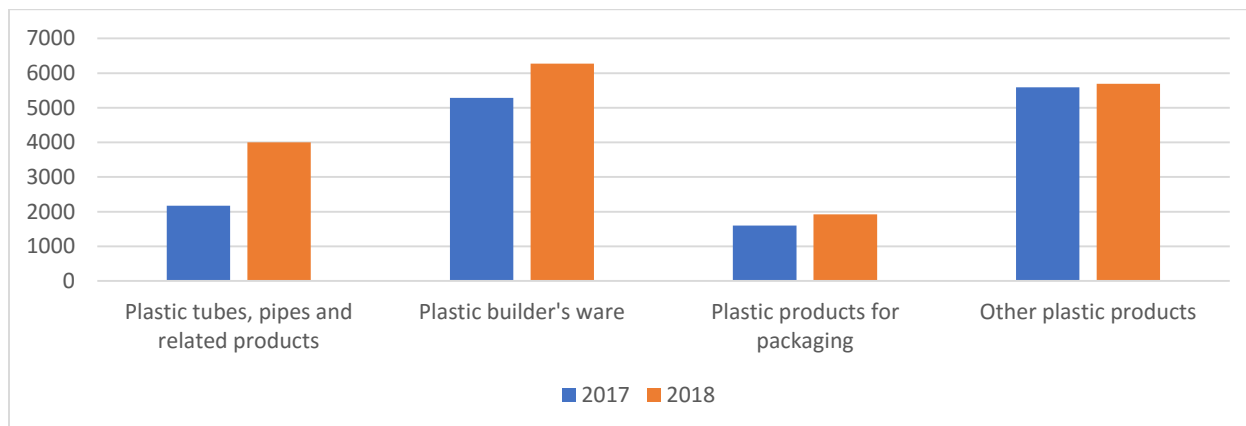
Intervjuisane kompanije u proizvodnom sektoru izvestile su o povećanju zaposlenosti od oko 7% u periodu od 2017. do 2018. Grafikon 24. prikazuje brojke zaposlenosti po svakom podsektoru za 2017. i 2018. Najveći rast beleže plastične cevi, cevčice i druga oprema za njih. od 25%, nakon čega slede plastični proizvodi za ambalažu (oko 15%), dok ostala dva podsektora nisu doživela značajne promene u pogledu zaposlenosti.



Grafikon 24. Broj zaposlenih po podsektorima, 2017 – 2018.

Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

Količina (tona) proizvedene plastike povećala se za 22% između 2017. i 2018. Kao što je prikazano na Grafikonu 25., najveći prosečni porast zabeležen je u podsektoru cevi, cevčica i drugih srodnih proizvoda, a slede kompanije za proizvodnju građevinskih proizvoda. Manji porast prijavljuju kompanije koje proizvode plastične proizvode za ambalažu, dok proizvođači ostalih plastičnih proizvoda gotovo da ne beleže promene.



Grafikon 25. Prosečna količina proizvedene plastike u tonama, 2017-2018

Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

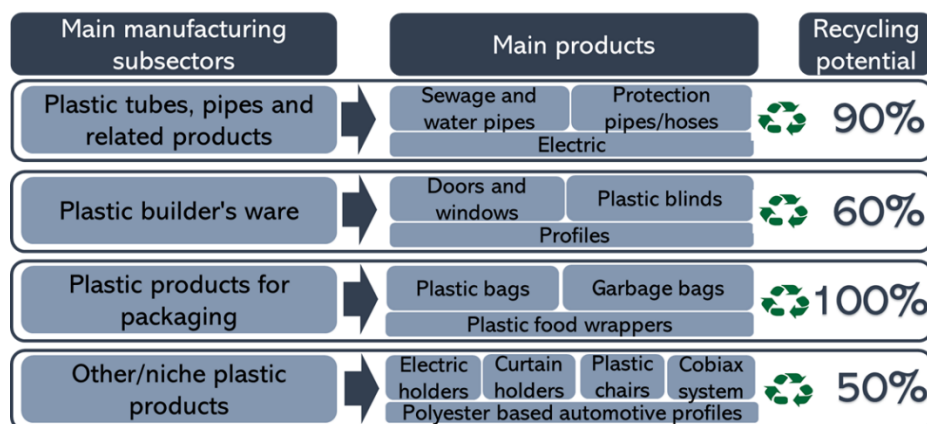
Čini se da je u podsektorima cevi i plastike za ambalažu rast proizvedene količine pokrenuo rast zaposlenosti. Dok to nije slučaj u sektoru proizvodnje građevinskih proizvoda od plastike. Jedno racionalno objašnjenje je da kompanije za proizvodnju građevinskih proizvoda od plastike koriste istu radnu snagu za proizvodnju dodatnih tona plastike ili su efikasnije i produktivnije prilikom rukovanja dodatnim radnim opterećenjem.

Nijedan od podsektora ne koristi u potpunosti kapacitete, u proseku 72%. Najveću iskorišćenost kapaciteta prijavljuju kompanije za plastične proizvode za ambalažu (81%), a najmanju podsektor ostalih proizvođača plastičnih proizvoda (60%). Proizvođači cevi i građevinskih proizvoda od plastike izvestili su o trenutnoj iskorišćenosti kapaciteta za 74%, odnosno 76%. Među glavnim faktorima koji utiču na iskorišćavanje kapaciteta, kao što je prikazano na Grafikonu 26, ispitane kompanije ukazuju da korišćenje proizvodnih kapaciteta uglavnom zavisi od tržišnih prilika i cenovne konkurentnosti. **Ovaj nalaz sugerise da svi proizvođači plastike u svim podsektorima imaju potencijal za rast bez dodatnih ulaganja u kapacitete u kratkom roku, ako se postojeći kapaciteti u potpunosti iskoriste.** Međutim, ako planiraju dalje rasti iznad postojećih kapaciteta, a većina kompanija predviđa rast od preko 30% u narednim periodima, ulaganje, poput tehnologije proizvodnje, proizvodnog prostora, osoblja i nove proizvodne linije biće potrebno.



Grafikon 26. Faktori koji utiču na iskorišćenost kapaciteta
Izvor: Vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

Među glavnim proizvodima, u podsektoru cevi, creva i srodnih proizvoda, glavni su proizvodi **cevi i creva za kanalizaciju, vodu, električnu zaštitu**, ali izgleda da postoji tendencija uvođenja i drugih vrsta proizvoda, poput plastičnih vrećica (Grafikon 27). U podsektoru građevinskih proizvoda od plastike, **vrata i prozori, plastične roletne i profili** su glavni proizvodi, ali kompanije takođe navode da rade sa staklom i aluminijom kao komplementarnim



Slika 27. Glavni proizvodi po podsektorima i njihov potencijal za recikliranje

Izvor: vlastiti proračun autora, podaci iz istraživanja

proizvodima. U podsektoru plastični proizvodi za ambalažu, kompanije uglavnom proizvode **plastične kese, vreće za smeće i proizvode za pakovanje hrane (npr. plastične vrećice)**, ali takođe postoji tendencija uvođenja drugih vrsta proizvoda, kao što su stolice za učenje i proizvodi za ambalažu sa više sloja, papir ili aluminijum (od laminata poput plastične folije u

kombinaciji sa alumijskom folijom). Dok proizvođači plastike za sve ostale proizvode izveštavaju o proizvodnji **držača za električne kablove i zaveses, plastičnih roletni, Cobiax sistema za izgradnju, plastičnih stolica**.

U pogledu recikliranja proizvoda ili materijala, najveći potencijal prijavljuju proizvođači plastičnih proizvoda za ambalažu koji smatraju da su njihovi proizvodi 100% reciklirani nakon upotrebe, a slede cevi i creva (90%), dok plastični građevinski proizvodi i drugi plastični proizvodi imaju niži potencijal recikliranja, 60% i 50%. Izuzeće je za plastične kese napravljene od biorazgradivog materijala (aditivi) koji se ne mogu reciklirati, prema Direktivi

Ministarstva za životnu sredinu i prostorno planiranje Kosova, novembar 2013. godine.¹² Sve u svemu, čini se da su kompanije fokusirane na proizvode iz ovog sektora, oni pripadaju i teže ka specijalizaciji, s tim da nekoliko njih koristi priliku za uvođenje drugih vrsta proizvoda. Rezultati takođe ukazuju na veliki potencijal recikliranja plastičnih proizvoda na Kosovu.

3.3.2 Prepreke u pogledu proizvodnje i izvoza

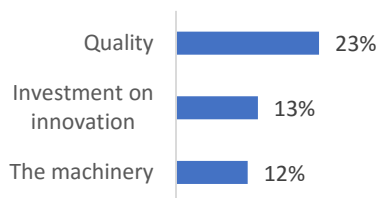
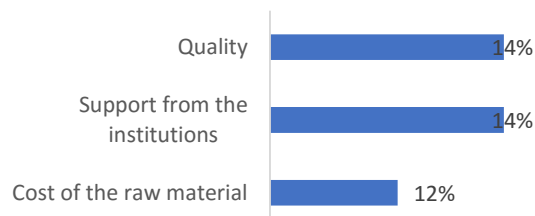


Figure 28. Constraints on achieving better and higher production

Source: Author's own calculation, survey data

Kao što je prikazano na grafikonu 28, glavna ograničenja sa kojima se preduzeća suočavaju dok pokušavaju postići bolju i veću proizvodnju su izazovi sa kvalitetom proizvoda (23%), investiranjem u inovacije (13%) i mašinerijom (13%), a sve se odnosi na kapacitete proizvodnje i tehnologiju. Sva ova ograničenja odnose se na mogućnosti preduzeća da finansira uvođenje novih proizvoda ili mašina. Što se tiče finansijskog sistema, **finansijski sektor je dobro uspostavljen, sa smanjenim kamatnim stopama na komercijalne kredite u poslednjih nekoliko godina.** Pored toga, kao mehanizam za podršku projektima visokog rizika, **Vlada Kosova koju podržavaju Međunarodne donatorske agencije osnovala je Kosovski fond za kreditne garancije, kao mehanizam za otklanjanje rizika koji pokriva 50%**



Grafikon 29. Ograničenja na niže cene

Izvor: Vlastiti obračun autora. podaci ankete

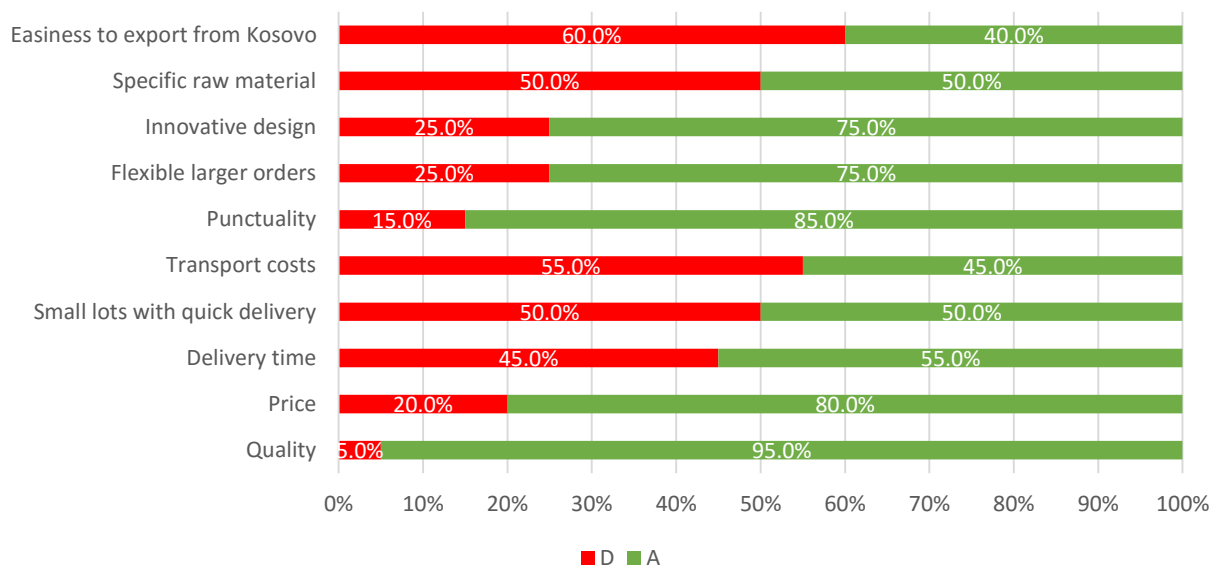
potencijalnog rizika za pojedine kredite izdate od strane komercijalnih banaka, omogućavajući pristupačniji pristup finansiranju za preduzeća iz privatnog sektora.

Što se tiče nižih cena (Grafikon 29.), glavna identifikovana ograničenja bili su kriterijumi kvaliteta kao izvor povećanja troškova (14%), podrška institucija, pretpostavljajući potencijalnu podršku putem grantova ili drugih programa za pružanje podrške koji mogu pokriti deo rizika preduzeća (14%), i troškove sirovina (12%).

Intervjuisani MSP-ovi upitani su o njihovim konkurentnim prednostima u pogledu lokalnog i izvoznog tržišta. Nalazi su prikazani na grafikonu 30, **gde kvalitet proizvoda, cena, preciznost, fleksibilne veće narudžbine i inovativni dizajn predstavljaju glavne prednosti koje su anketirane kompanije istakle za izvozno tržište. S druge strane,**

¹² Prema Direktivi Ministarstva za životnu sredinu i prostorno planiranje Kosova ([https://mmph.rks-gov.net/repository/docs/Ministri-UA-11-2013-1924-13 \(1\) 608800.pdf](https://mmph.rks-gov.net/repository/docs/Ministri-UA-11-2013-1924-13 (1) 608800.pdf)) kompanije treba da koriste specifični dodatak, poznat kao oksorazgradljiv materijal, koji plastični materijal čini proizvod koji se sam može razgraditi. Glavni cilj Direktive bio je kontrola nivoa plastičnog otpada u životnu sredinu. Međutim, postoje argumenti da se samo vidljivi zagađujući plastični proizvod pretvara u nevidljivog zagađivača. Pored toga, smanjuje se potencijal za recikliranje plastičnih kesa. Evropska grupa za bioplastiku (EUBP), udruženje industrije bioplastike u Evropi, već dugo upozorava na štetne posledice oksorazgradljive plastike na životnu sredinu, kao i na potencijalnu štetu u pogledu reputacije i razumevanja stvarnih biorazgradljivih plastika. Potvrđujući takve zaključke, 2018. godine Evropska komisija najavila je postupak ograničavanja upotrebe oksorazgradljive plastike u EU.

poteškoće u izvozu sa Kosova, troškovi prevoza, mala količina uz brzu isporuku i rok isporuke glavni su nedostaci koje su anketirane kompanije istakle u vezi sa izvozom.



Grafikon 30. *Sa sledećeg spiska, koje su vaše glavne konkurentske prednosti za izvozno i lokalno tržište?*
Izvor: Vlastiti obračun autora, podaci ankete

Uokvireni deo teksta 2. STUDIJA SLUČAJA 2: Preduzeće B

Ovo preduzeće osnovano je 2000. godine i isključivo je usmereno na izvoz. Specijalizovano je za poliesterske proizvode kao što su proizvodi za unutrašnjost automobila, proizvodi za određene industrije ili bilo koji drugi specifični poliesterski proizvodi na osnovu potražnje. Na evropskim tržištima fascinantne proizvode proizvodi i izvozi ovo preduzeće, uključujući proizvode za prednju unutrašnjost vozila, delove podova za vozove, delove za velike kontejnere za otpad i tako dalje. Ne postoje praktična ograničenja u vrsti poliesterskih proizvoda koje to preduzeće može proizvesti, obrasci proizvoda ili delova proizvoda dizajnirani su na osnovu zahteva kupaca.

Jedan od glavnih elemenata uspeha ovog procesora je pridružena kompanija koja posluje u istoj industriji u EU. Kompanija je uspešna priča o partnerstvu između Kosova i njegove dijaspor, gde je tržište uglavnom obezbeđeno od strane pridruženog preduzeća u EU i obrada je tada završena kako u kompanijama na Kosovu, tako i u EU. To pruža veliku konkurentsku prednost za kompaniju sa sedištem na Kosovu zbog činjenice da pregovore o proizvodima vodi kompanija povezana sa EU, što predstavlja veću verodostojnost i pouzdanost za potencijalne evropske kupce. **Poslovanje takve kompanije na Kosovu je uspešno zahvaljujući pristupačnoj radnoj snazi i niskim nivoima poreza. Nivo plata i poreza na prihod na Kosovu znatno je niži od nivoa EU. Trošak električne energije takođe može biti prednost; međutim, istovremeno predstavlja pretnju zbog nestabilnosti snabdevanja i relativno visoke industrijske cene električne energije. Ova kompanija uvozi sirovine iz EU, dovršava proizvodni proces na Kosovu, a zatim izvozi konačni proizvod (koji predstavlja polu-prerađeni proizvod za krajnje kupce) u EU. Poreska politika, posebno uvoz sirovina bez carine, takođe je velika prednost koja se nadovezuje na izvoz bez carine u EU koji proizlazi iz SSP sporazuma.**

Neki od glavnih izazova sa kojima se ovo preduzeće suočava su povezani sa kontrolom kvaliteta i praktičnim znanjem. Budući da se proizvodnja proizvoda zasniva na potražnji kupaca, ona obično uključuje vrlo specifične zahteve i potražnje visokog kvaliteta. Ovaj izazov se dodatno naglašava kada se razmatra kvalifikacija radne snage. Na Kosovu postoji nizak nivo iskusnih radnika i nedostaju specijalizovane profesije. Preduzeće je takođe odlučilo da sarađuje sa regionalnom transportnom kompanijom, koja može pružiti veliki broj stabilnih i kvalitetnih usluga u poređenju sa kosovskim kolegama.

Ovo preduzeće predstavlja vrlo uspešan primer industrije. **Beleži izvoz od preko 2 miliona evra i zapošljava oko 100 radnika sa punim radnim vremenom.** Posluje u modernom objektu, koji je u potpunosti izgrađeno 2017. godine.

Iskustvo u pogledu izvoza i specifična proizvodna stručnost pružaju ovom preduzeću velike mogućnosti za izvoz, posebno na tržište EU. **Podrška službama za promociju izvoza može ovom preduzeću olakšati porast, posebno imajući u vidu da ne koristi u potpunosti kapacitete i da ima drugi pogon za proširenje proizvodnje.**

3.3.3 Promet i zapošljavanje u industriji za proizvodnju plastike

43 od 62 proizvodna preduzeća prijavila su promet, na domaćem i izvoznom tržištu, za obe izveštajne godine. Što se tiče izvozne prodaje, 22 od 62 preduzeća (35%) iz sektora proizvodnje plastike prijavila su da su vršila izvoz tokom 2017. i 2018. Međutim, samo 15 od 22 preduzeća pružilo je podatke o vrednosti izvoznog prometa za obe izveštajne godine.

Za analizu prosečnog sektora i prometa preduzeća, preduzeća ($n = 10$) koja su prijavila promet preko deset puta veći ili niži od ukupnog prosečnog prometa smatraju se odstupanjima i isključuju se iz analize. Shodno tome, za analizu smo uzeli u obzir 33 anketirana preduzeća, od kojih su 19 prijavila samo domaći promet i 14 preduzeća koja su prijavila i izvoz, i domaći promet.

Tabela 4. u daljem tekstu prikazuje promet izvoznih preduzeća, preduzeća koja prodaju samo na domaćem tržištu i ukupni ponderisani prosek prometa. Rezultati pokazuju da je prosečni promet preduzeća koja se bave proizvodnjom plastike porastao za 16%, sa 231.588 evra u 2017. godini na 269.056 evra u 2018. godini. Izvozna preduzeća imaju prosečan promet 2,3 puta veći od preduzeća koja posluju samo na domaćem tržištu. Osim toga,

preduzeća orijentisana na izvoz rastu mnogo brže (21% godišnje stope rasta), sa stopom rasta 3,5 puta većom od preduzeća koja su fokusirana na domaće tržište (6% godišnje stope rasta). Prosečni izvozni intenzitet preduzeća koja prijavljuju izvoz i domaći promet iznosi oko 25%, što znači da za izvozna preduzeća izvozni promet predstavlja prosečno 25% od njihove ukupne prodaje.

Tabela 4. Promet sektora proizvodnje plastike

Promet sektora proizvodnje plastike	2017.	2018.	Stopa rasta
Prosečni promet izvoznih preduzeća (izvoz + promet na domaćem tržištu)	€337,492	€407,786	21%
Prosečni promet preduzeća koja prodaju samo na domaćem tržištu (promet na domaćem tržištu)	€162,750	€171,945	6%
Prosečni ponderisani promet = {(Prosečni ukupni promet * Broj izvoznih preduzeća) + (Prosečni promet na domaćem tržištu * Broj preduzeća koja posluju samo na domaćem tržištu)/Ukupan broj preduzeća koja prijavljuju prodaju}	€231,588	€269,056	16%

Izvor: Vlastiti obračun autora, podaci iz istraživanja

U pogledu izvozne prodaje, preduzeća prijavljuju prosečnu godišnju stopu rasta od oko 21% između 2017. i 2018. Taj je rezultat uporediv sa trendom rasta izvoza (31%) izračunatim korišćenjem službenih podataka Carine Kosova, što ukazuje na sličnu stopu rasta na domaćem tržištu.

Da bi se procenila veličina proizvodnog sektora, koriste se nalazi podataka ankete sa populacionim brojem aktivnih firmi iz sektora plastike - što se zasniva na službenim izvorima. Kao što je prikazano u Tabeli 5 u daljem tekstu, broj aktivnih firmi u sektoru plastike za 2018. godinu procenjuje se na oko 534. To predstavlja broj aktivnih formalizovanih preduzeća prema podacima Ministarstva trgovine i industrije koji se zasnivaju na Poreskoj upravi Kosova i Kosovskoj agenciji za statistiku.

Tabela 5. Broj aktivnih preduzeća u sektoru plastike

Broj aktivnih preduzeća u sektoru plastike		
Godina	2017	2018
Broj preduzeća	512	534

Izvor: podaci MTI-a i PUK-a

Da bi se izračunao broj radnika u sektoru, isključeni su zaposleni i primenjen je ponderisani prosek, poput obračuna prometa (gore objašnjeno). Podaci ukazuju na prosečni rast zaposlenosti po preduzeću, sa 7 radnika u 2017. na 8,2 radnika u 2018. godini.

Kao što je prikazano u Tabeli 6, ukupni promet sektora plastike u 2018. godini procenjuje se na 143,676,000 evra, sa oko 4,321 radnika za koje se procenjuje da će biti zaposleno u tom sektoru. U 2017. godini procenjena veličina sektora bila je 118,573,000 evra. Podaci pokazuju da se sektor plastike na Kosovu povećao za preko 21% od 2017. do 2018. godine.

Prema službenim podacima MTI-a (na osnovu Kosovske agencije za statistiku), industrija plastike i gume procenjena je na oko 110.300.000 evra u 2017. godini, dok se učešće industrije gume procenjuje ispod 10%, a podsektor plastike u primarnim oblicima nije uključen. Na osnovu tih podataka može se tvrditi da su službeni podaci i procena prometa industrije koja je ovde predstavljena (koristeći nalaze iz istraživanja) slični, s tim da su

rezultati procene istraživanja nešto veći. Ipak, postoji nešto veća razlika između službene statistike za 2017. godinu i nalaza ove studije o broju zaposlenih. Prema podacima MTI-a, službeni broj zaposlenih u sektoru u 2017. godini bio je 2.320 u odnosu na broj 3.584 koji je procenjen na osnovu podataka iz istraživanja. Uzimajući u obzir sveukupno visok udeo neformalne ekonomije na Kosovu, procenjen između 30% i 40% (Cocojaru, 2017; Hoti, 2016), razlika u prihodu i zaposlenosti može se pripisati neformalnim ekonomskim aktivnostima u sektoru.

Tabela 6. Procenjena veličina sektora plastike

Procenjena veličina sektora plastike	2017	2018
Procena sektora proizvodnje plastike = ponderisani prosečni promet * broj aktivnih kompanija iz sektora	€118,573,056	€143,675,904
Procenjena zaposlenost u sektoru = Ponderisani prosečni broj zaposlenih * Broj aktivnih kompanija iz sektora	3,584	4,379

Prema trgovinski podacima Carine Kosova, vrednost izvoza plastike na Kosovu u 2018. godini iznosi 29.271.227 evra (Tabela 7)).

Tabela 7. Izvoz plastike na Kosovu u 2018. godini

Izvoz plastike ₂₀₁₈
Izvoz plastike₂₀₁₈ =
€29,271,227

Zatim upoređujemo veličinu ukupnog uvoza sa procenjenim prometom industrije plastike. Prosečni prijavljeni troškovi sirovina od strane anketiranih preduzeća iznose 62%, u rasponu između 56% (cevi, creva i povezani proizvodi) i 73% (plastični proizvodi za ambalažu) u svim podsektorima. Na osnovu prijavljenog udela troškova sirovine, ukupna vrednost sirovine procenjuje se na 89,079,000 evra. Kako su anketirana preduzeća prijavila da uvoz sirovina, u proseku, predstavlja oko 82% njihove sirovine, možemo sugerisati da vrednost uvoza kao sirovine za industriju proizvodnje plastike iznosi oko 73,044,000 evra, dok vrednost isporučene sirovine na domaćem nivou iznosi oko 16,034,000 evra.

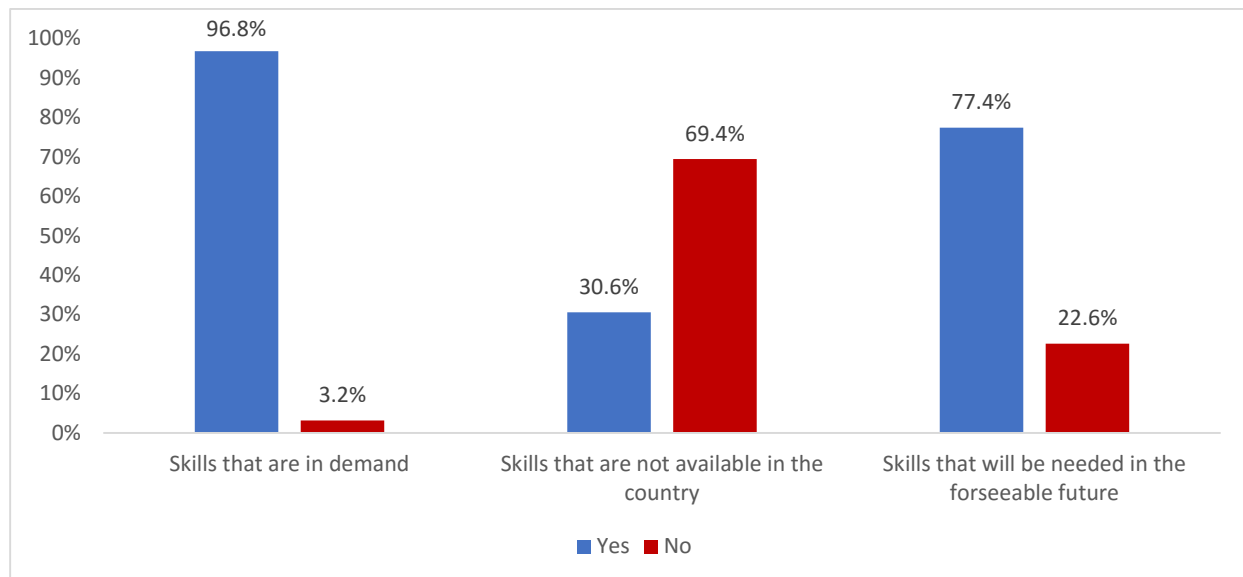
Metodologija za obračunavanje veličine sektora plastike kombinovala je podatke iz službenih izvora sa podacima ankete. Očekujemo da granica dopuštene greške iznosi oko 10%, pa procenjene rezultate treba razmotriti sa oprezom.

3.3.4 Ljudski resursi

Prosečna plata radnika u oblasti proizvodnje iznosi 313 evra, dok je prosečna plata administrativnih radnika 300 evra. Međutim, samo 35 preduzeća, od ukupno 62, tvrdila su da imaju zaposlene administrativne radnike. **Prosečne plate koje plaćaju kosovski proizvođači u poređenju sa regionom i Evropom su niže u proseku, što kosovskim proizvođačima pruža jednu od ključnih konkurentnih-troškovnih prednosti. Uz jeftiniji plastični otpad koji se reciklira u zemlji i komparativne prednosti kosovskog poreskog sistema u odnosu na EU i šire, troškovi rada predstavljaju jedan od ključnih izvora prednosti za kosovske proizvođače plastike.**

Na pitanje o potrebnim veštinama na tržištu, kako je prikazano na Grafikonu 31, većina ispitanika (97%) odgovorila je da radna snaga poseduje stručno znanje i iskustvo koji su traženi. Oko 77% preduzeća izjavilo je da radna snaga poseduje veštine koje će biti potrebne u doglednoj budućnosti. Samo 31% ispitanika tvrdi da raspoloživa radna snaga poseduje veštine koje i nisu toliko česte na tržištu Kosova. Stavovi ispitanika daju vrlo

pozitivnu perspektivu u pogledu veština potrebnih za poboljšanje konkurentnosti na domaćem i međunarodnom tržištu.



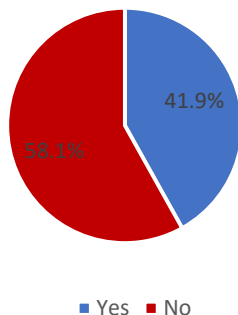
Grafikon 31. Da li raspoloživa radna snaga ima potrebno stručno znanje i iskustvo?

Izvor: vlastiti obračun autora, podaci iz istraživanja

Preduzeća su tvrdila da obuku o proizvodnji, obuku o korišćenju nove tehnologije, obuku o poslovanju i razvoju proizvoda, kao i obuku na novim tržištima i umrežavanje smatraju modulima za obuku ili uslugama koje bi unapredile poslovnu aktivnost, a posebno izvoz. Samo u manjem broju slučajeva (oko 15%) preduzeća pominju i akademske razmene kao faktor koji utiče na njihovu poslovnu aktivnost.

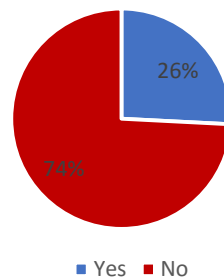
3.3.5 Inovacije

Tri od četiri (74%) preduzeća nisu investirala u aktivnosti istraživanja, razvoja ili inovacija za uvođenje novih proizvoda ili proizvodnih procesa (grafikon32). Za ona preduzeća koja su investirala (ukupno 16 preduzeća), 44% preduzeća (7) izdvaja



Grafikon 32. Da li ste predstavili nove proizvode u poslednjih 36 meseci?

Izvor: vlastiti obračun autora, podaci iz istraživanja



Grafikon 33: Investicije u istraživanje i razvoj ili inovacije

Izvor: vlastiti obračun autora, podaci iz istraživanja

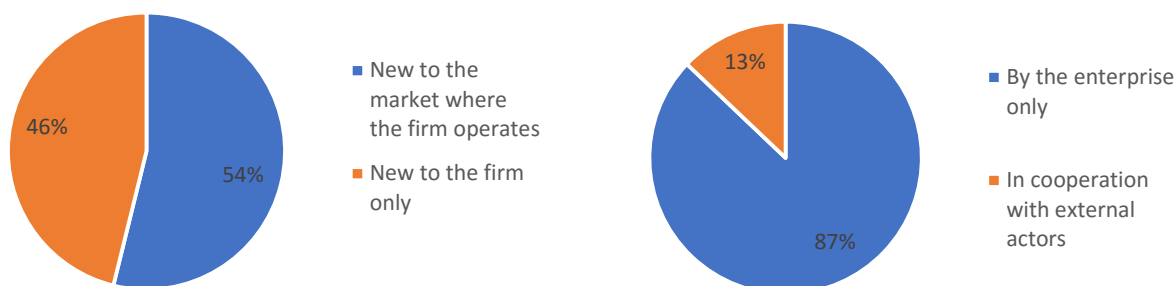
samo oko 10% godišnjeg prometa na istraživanje i razvoj ili inovacije, dok 25% (4) njih izdvaja oko 25% godišnjeg prometa na istraživanje i razvoj. Dok više od polovine preduzeća nije uvelo nove proizvode u poslednjih 36 meseci (videti Grafikon 33).

Za ona preduzeća koja su to učinila, neki od spomenutih proizvoda bile su plastične kese BEAR, mehanizmi vrata proizvedeni uz pomoć novih tehnologija, izolacioni sistemi, novi

profil širine 85 mm, debljine koja se pravi od tri gume i tri stakla, proizvođači automatizacije nove generacije sa PCC kontrolom za dvoslojne nagibne cevi visoke produktivnosti, poboljšane modele cevi, nove modele ograde, itd.

Oko 54% preduzeća tvrdilo je da su novouvedeni proizvodi bili novi na tržištu na kojem preduzeće posluje, dok je 46% preduzeća tvrdilo da su bili novi samo za preduzeće (videti Grafikon 34). Većina preduzeća (87%) tvrdi da inovaciju razvija samo preduzeće, dok samo 13% tvrdi da se inovacija razvija u saradnji sa eksternim preduzećima, samo u jednom slučaju su radila sa pružaocima poslovnih usluga, dok u nekoliko drugih slučajeva preduzeća na Kosovu sarađuju sa partnerskim preduzećima u inostranstvu.

Rezultati pokazuju da proizvođači plastike uopšte imaju tendenciju uvođenja novih inovacija ili novih proizvoda samo za preduzeće. Čak i inovacije koje su prijavljene kao nove na tržištu izgledaju samo nove na kosovskom tržištu, pružajući samo marginalno unapređenje u kvalitetu proizvoda. **Saradnja na razvoju proizvoda sa istraživačkim institutima, laboratorijama i ostalim relevantnim akterima gotovo da i ne postoji, osim u retkim**



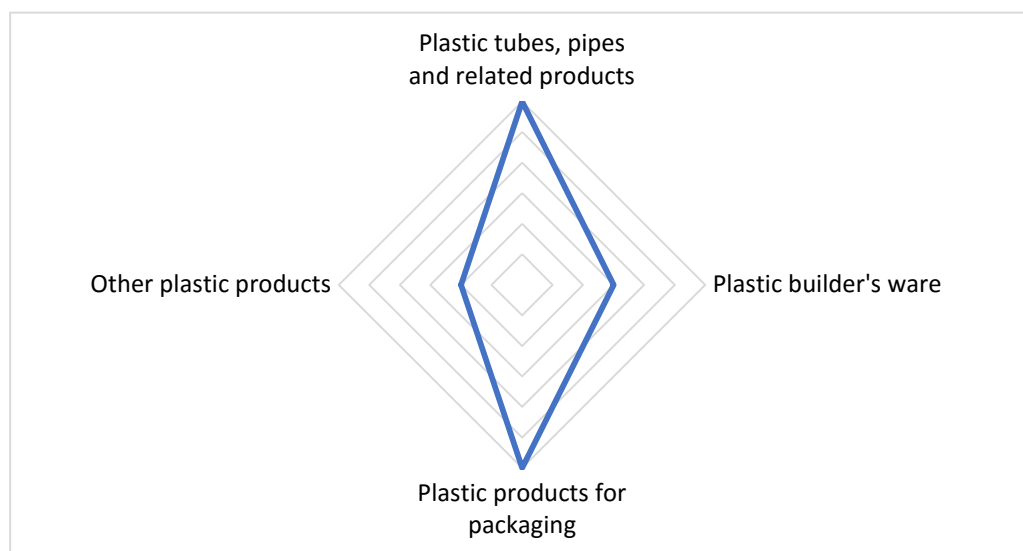
Grafikon 34. Informacije o novoprodukovanim proizvodima

Izvor: vlastiti obračun autora, podaci ankete

slučajevima. Preduzeća su sklona da svoje projekte razvoja proizvoda održavaju u unutrašnjosti, ili u određenim slučajevima da usko sarađuju sa sestrinskim ili partnerskim kompanijama u inostranstvu. Potpuno nedostaje široka saradnja na polju inovacija, uključujući aktere izvan lanca vrednosti, isto kao i sprovođenje otvorenog inovacijskog pristupa.

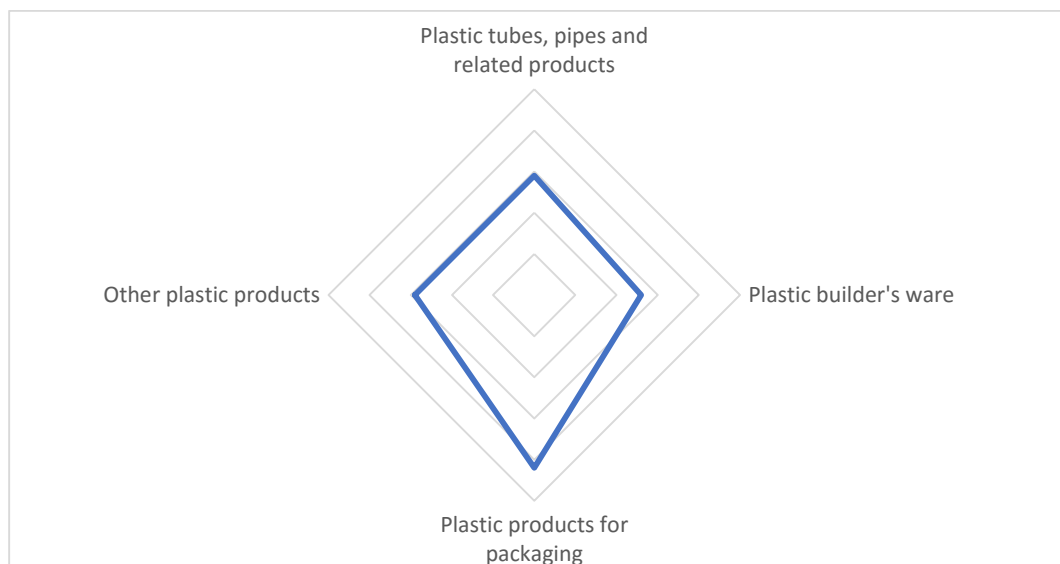
3.4 Analiza lanca vrednosti: Usluge podrške, umrežavanje i transport

Tri od četiri (77%) preduzeća smatraju da je blizina ostalih aktera lanca vrednosti važan faktor njihovog poslovnog rasta. Najčešći akteri sa kojima ove kompanije imaju bliski odnos su neki konkurenti, kao i neki dobavljači, ali i distributeri njihovih proizvoda. Kada se pogleda važnost saradnje, najveći intenzitet beleži se u sektoru cevi i plastične ambalaže (Grafikon 35).



Grafikon 35. Intenzitet saradnje, prema stopi važnosti. (3 su vrlo važna, 1 nije važan)
Izvor: vlastiti obračun autora, podaci iz istraživanja

U pogledu saradnje na podugovaranju, samo 29% preduzeća učestvuje u takvoj saradnji. Jedno od tri preduzeća, koje se bave podugovaranjem, često sarađuje sa drugim preduzećima za proizvodnju većih prodajnih količina. Kao što je prikazano na slici 36, to se najčešće događa u sektoru plastične ambalaže, dok je u drugim podsektorima industrije mnogo manje intenzivno.



Grafikon 36. Intenzitet podugovaranja, za proizvodnju većih prodajnih količina (3 su vrlo važna, 1 nije važan)
Izvor: vlastiti obračun autora, podaci ankete

Od snivanja ovog preduzeća ima više od decenije i specijalizovano je za polimerne proizvode, prvenstveno za proizvodnju plastičnih kesa, vreća, džakova, tabli i folija. Glavni fokus je lokalno tržište, sa preko 90% ukupne prodaje, a ostatak proizvoda se izvozi u zemlje regiona i zemlje EU. Trenutno, preduzeće zapošljava preko 40 radnika sa punim radnim vremenom i ostvaruje promet od oko 2 miliona evra.

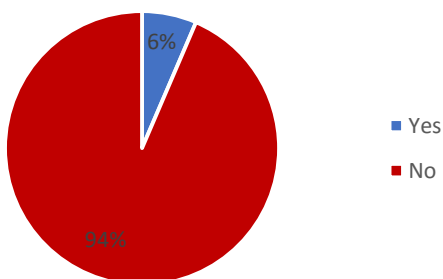
Investiranje u mašine i opremu, iskustvo stečeno godinama i čvrsta distributivna mreža pružaju konkurentsku prednost ovoj kompaniji. Proces proizvodnje plastičnih kesa i vreća prisutan je na nekoliko nivoa lanca vrednosti u zemlji. Suprotno drugim plastičnim proizvodima na kojima se samo jedan deo proizvodnje obavlja na Kosovu, proizvodnja plastičnih kesa uključuje prikupljanje plastičnog otpada, recikliranje i proizvodnju granulata, i preradu finalnih proizvoda u kесе i vreće. Korist stoga može ići do tri nivoa lanca vrednosti. Lokalno tržište nudi ograničene mogućnosti rasta oko supstitucije uvoza. **Mogućnosti izvoza su znatno velike, međutim zahtevi za izvozom u pogledu kvaliteta su mnogo veći.** Osim toga, potrebna je opsežna promocija i povezivanja kako bi se dosegli posebni evropski kupci. Ipak, sa trenutnim nivoima plata i poreza, kao i bescarinskim izvozom, kosovske kompanije su vrlo konkurentne za izvoz na evropska tržišta. Uz sve veće zahteve okoline, **kosovske kompanije koje posluju u ovom sektoru imaju priliku da se fokusiraju na proizvode koji se mogu reciklirati i ekološki prihvatljive proizvode (npr. plastične alternative na biljnoj osnovi).** To se posebno može postići u saradnji sa stranim investitorima, koji proizvođačima mogu garantovati i tržišta.

Poslovanje na lokalnom tržištu gotovo je uvek praćeno problemima sa kašnjenjem u plaćanju. **Kompanije iz ovog sektora suočavaju se sa velikim pretnjama koje proizlaze iz potencijalnih regulatornih promena koje bi mogle zabraniti ili ograničiti upotrebu proizvoda na bazi plastike.** Vlada Kosova trenutno traga za mogućnostima zabrane ili oporezivanja plastičnih kesa ulažući napore za rešavanje pitanja zaštite životne sredine. Ovakve aktivnosti bi mogle biti pogubne za preduzeća koja rade u ovom sektoru i iziskivale bi trenutna investiranja za promenu proizvodnje u ekološki prihvatljivije proizvode.

Ova i slična preduzeća koja posluju u ovom sektoru mogla bi uvelike imati koristi od usluga u poboljšanju kvaliteta i konzistentnosti proizvoda i promocije izvoza. Štaviše, **zbog pretnji promene regulatornih propisa, postupno prilagođavanje alternativnim proizvodima koji se potpuno mogu reciklirati, a posebno plastični, predstavlja stratešku perspektivu rasta.** Svesna eventualnih regulatornih promena i podstaknuta promenama na globalnom tržištu u industriji plastike, u zajedničkom investiranju sa međunarodnim investitorom kompanija nastoji uspostaviti novu izvozno orijentisanu proizvodnju plastičnih alternativnih (bio) proizvoda. Iako će se sirovina morati uvoziti, **to će stvoriti buduće mogućnosti u zemlji za proizvodnju plastike bazirane na bioplastiku (plastične alternative na biljnoj osnovi) u primarnom obliku.**

Kompanijama koje intenzivno ne sarađuju sa drugim kompanijama za veće snabdevanje, postavljeno je pitanje o ključnim preprekama koje im onemogućavaju intenzivniju saradnju. Oko 60% njih je odgovorilo da nisu zainteresovani za saradnju ili da dobro pokriva njihovu sopstvenu proizvodnju. Nekoliko prepreka saradnji pomenutih u nekoliko slučajeva uključuju konkurenciju, nedostatak mašinerije, nedostatak kontakata, nedostatak pristupa tržištu, neprimerene cene itd.

Sa druge strane, kada je kompanijama postavljeno pitanje da li sarađuju i prevoze u malim ili velikim kompanijama, sve kompanije izjavile su da sarađuju sa malim kompanijama, prodajući oko 64% svojih proizvoda malim kompanijama. Oko 46% sarađuje sa velikim kompanijama, pri čemu prosečno 62% proizvoda prodaju velikim kompanijama.



Oko 94% preduzeća ne sarađuje sa akterima koji pružaju profesionalne i srodne prateće usluge (uključujući univerzitete, istraživačke institute/laboratorije itd.), u poređenju sa samo 6% koje to rade (Grafikon 37). Od ovih kompanija koje sarađuju sa takvim akterima, dve rade na lokalnom, a dve na međunarodnom nivou.

Prema ovim kompanijama koje koriste usluge podrške, **najvažniji faktori koji su doprineli rastu kompanije su**

pružaoci usluga istraživanja tržišta za izvozna tržišta i pružaoci usluga za razvoj međunarodnog poslovanja, dok se u nekim slučajevima spominju i konkurencija, univerziteti, udruženja i laboratorije u nizu najvažnijih faktora koji pokreću proširenje kompanije.

Što se tiče organizacije sektora i usluga podrške koje pružaju poslovne organizacije, čini se da je sektor prilično neorganizovan. **Samo oko 7% kompanija članovi su privrednih komora i čini se da su u različitim komorama, čime u potpunosti nedostaju mogućnosti za saradnju.**

Glavna saradnja u sektoru je srodna trgovina, poput poslovanja među preduzećima i prodaja između preduzeća i potrošača, dok je saradnja vezana za razvoj proizvoda i poslovanja specifična za nekoliko slučajeva i uglavnom vođena međunarodnim zajedničkim investicijama ili partnerstvima. Važno je napomenuti da pristup finansijama ili trošak finansiranja komercijalnih zajmova nije istaknut kao jedno od ključnih pitanja u sistemu usluga podrške.

3.4.1 Transport

Ova studija analizira transport plastične robe kroz perspektivu proizvodnih kompanija i mali uzorak transportnih kompanija. Za potonje, intervjuisane su tri kompanije koje nude usluge transporta robe. Studija otkriva da postoje različiti aranžmani za organizovanje transporta plastičnih proizvoda, koji uključuju kompanije koje u potpunosti organizuju sopstveni transport, one koje sarađuju sa transportnim kompanijama i kombinacija dve metode.

Više od polovine preduzeća iz industrije plastike organizuje sopstveni transport plastičnih proizvoda. To znači da ne rade sa transportnim kompanijama. Sa druge strane, oko 35% intervjuisanih MSP-ova izjavilo je da sarađuje sa transportnim kompanijama, gde u proseku sarađuju sa dve transportne kompanije. **Oko 8% MSP-ova koristi svoje prevozno sredstvo i koristi transportne kompanije.** Među najvažnijim kriterijumima o tome kako se ove kompanije odlučuju za odabir transportnih kompanija su preciznost, ponuđena cena, saradnja i tačnost (Grafikon 38).

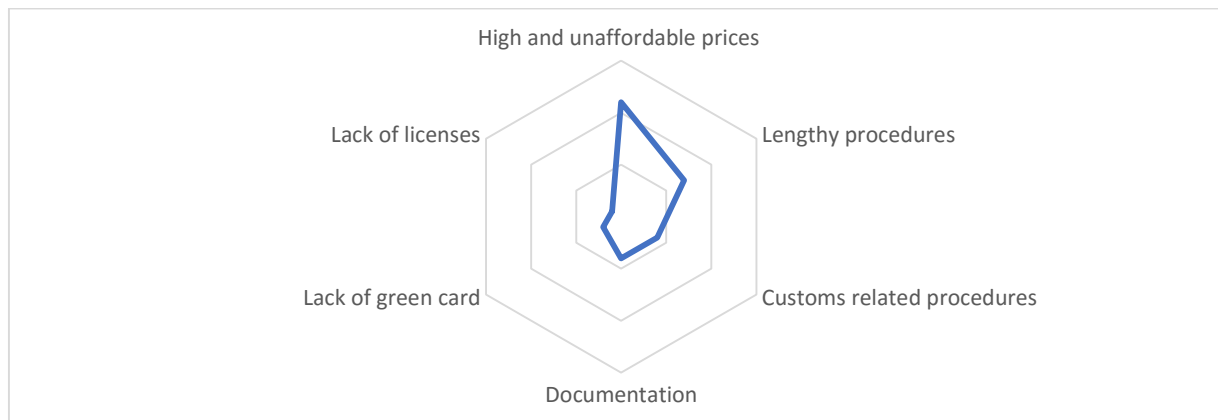


Grafikon 38. Kriterijumi za izbor transportnih kompanija od strane firmi za proizvodnju plastike

Izvor: Autorov sopstveni obračun, podaci iz istraživanja

Kako bismo razumeli troškove povezane sa transportom, intervjuisana je 21 kompanija - od kojih su 3 specijalizovane samo za transport robe. Nalazi pokazuju da **prosečna cena transporta u evropske zemlje iznosi 107 evra po toni**, a kreće se od 20 evra po toni do 300 evra po toni. To odstupanje se može pripisati različitim rastojanjima između evropskih zemalja. Sa druge strane, **prosečni troškovi transporta u regionalnim zemljama iznose 18 evra po toni**. Prema kompanijama koje se bave proizvodnjom plastike, **prosečni troškovi transporta u ukupnim troškovima proizvoda u proseku iznose 15%.**

Na pitanje o ograničenjima povezanim sa transportom, **intervjuisane kompanije su identifikovale visoke i nepristupačne cene kao glavnu prepreku** kao što je prikazano na Grafikonu 39. **Druga najčešće spomenuta prepreka odnosi se na dugotrajne postupke, praćene carinskim postupcima i dokumentacijom.** Kompanije su takođe identifikovale nedostatak dozvoli i nedostatak zelenog kartona kao ograničenja (sa manjim intenzitetom), koja se verovatno odnose na izvoz i transport u zemljama EU, gde vlasnici kosovskih tablica moraju kupiti osiguranje zelenog kartona, dok kosovske vozačke dozvole u velikoj meri nisu priznate. **Kompanije koje nude samo usluge transporta izjavljuju da se suočavaju sa jakom konkurencijom i ograničenim tržištem u privlačenju novih klijenata.**



Grafikon 39. Ograničenja u vezi sa transportom

Izvor: Autorov sopstveni obračun, podaci iz istraživanja

Anketa je takođe imala za cilj da obuhvati elemente koji se tiču organizacije transporta. Gotovo sve kompanije izjavljuju da koriste drumski transport, dok se isti spominje samo jednom. Zanimljivo je da se železnički transport ne koristi ni u jednom slučaju. To se može odnositi na trenutno stanje i povezivanja ili železničku mrežu. Stalna poboljšanja u železničkoj mreži mogla bi otvoriti nove mogućnosti za transport plastičnih proizvoda. **Kompanije uglavnom preferiraju koristiti iste mogućnosti transporta i za izvoz i za uvoz (67% intervjuisanih kompanija), dok oko 33% koristi transport samo za izvoz - dovodeći do većih troškova transporta.**

3.5 Izvozna tržišta i zahtevi za izvoz

Imajući u vidu potencijalna izvozna tržišta za Kosovo, trenutno postoje mali ili ne postoje obavezni zahtevi za izvoz plastičnih proizvoda. To važi za velika tržišta kao što je Evropska unija. Prema CBI-u, ne postoje zakonski uslovi za izvoz u EU. Više je stvar dobavljača - kupca da li moraju biti ispunjeni namenski standardi (npr. ISO 9000ff, ISO 27000 itd.). Štaviše, mnoge zemlje uživaju bescarinske sporazume sa EU, a to važi i za Kosovo sa važećim sporazumom SSP-a. Ipak, zakonski uslovi za izvoz se mogu brzo izmeniti. Kina je nedavno uvela zabranu uvoza većine plastičnih otpadnih materijala. EU je krenula prema prvoj evropskoj strategiji za plastiku u cirkularnoj ekonomiji¹³. Potonje je učinjeno radi postizanja proizvodnje plastike za višekratnu upotrebu i recikliranje i uklanjanje plastike za jednokratnu upotrebu. Ovo određuje budućnost proizvodnje plastike i trebao bi biti vodič za kompanije za proizvodnju i prerađu plastike na Kosovu.

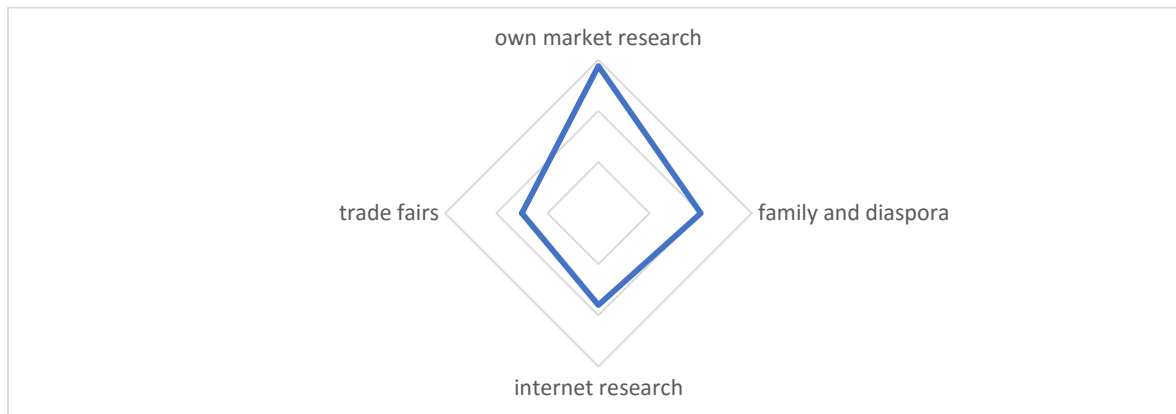
Nemačka, Italija i Francuska su najveći potražitelji plastike i proizvoda od plastike u EU, gde se oko 70% potražnje odnosi na proizvode od plastike za ambalažu, izgradnju i konstrukciju i automobilsku industriju¹⁴. Uprkos lakoći zakonskih i carinskih zahteva, **evropski kupci se pridržavaju strogih zahteva u pogledu kvaliteta i isporuke**

¹³ Evropska Komisija, Evropska strategija za plastiku - 2018

¹⁴ PlasticsEurope, Plastics – the Facts 2018

proizvoda. U mnogim slučajevima, kupci mogu zahtevati od svojih dobavljača da se pridržavaju ISO standarda kao što je ISO TC61.

Od intervjuisanih kompanija koje izvoze (22 od 63) zatraženo je da ocene opcije koje odaberu kako bi pronašli nove klijente i nova tržišta. Od ovih opcija, kako je prikazano na Grafikonu 40 u daljem tekstu, sopstveno istraživanje tržišta ima najveći značaj kako su izvestile kompanije, nakon čega slede porodične i lične veze u dijaspori, koje su, čini se, glavna pokretačka snaga izvoza. Internet istraživanje ocenjeno je kao treće najčešće korišćeno sredstvo za pronalaženje novih klijenata i tržišta, dok je iznenađujuće da se samo u jednom slučaju koriste usluge marketinškog istraživanja za pronalaženje novih klijenata i tržišta.



*Grafikon 40. Kanali za pronalaženje novih klijenata, po intenzitetu značaja
Izvor: Autorov sopstveni obračun, podaci iz istraživanja*

Intervjuisane kompanije najviše izvoze u Nemačku, Albaniju i Švajcarsku, a manje u Italiju, Belgiju i Holandiju. Kao što je prikazano u Tabeli 8 u daljem tekstu, **cevi i spojni delovi se najviše izvoze u Albaniju, sledi ih Bugarska i Severna Makedonija.** Troškovi transporta u odnosu na ukupne troškove cevi i creva, jedan su od ključnih faktora zašto je izvoz najviše orijentisan na regionalne zemlje sa razdaljinom kraćom od 500 km. Od podsektora građevinskih proizvoda, **vrata i prozori se uglavnom izvoze u Nemačku i Švajcarsku, međutim, Albanija takođe postaje atraktivno izвозno tržište.** Kompanije se uglavnom angažuju u odnos preduzeće-klijent, koristeći kosovsku dijasporu kao glavni ulazni kanal za prodor na evropsko tržište. Čini se da glavnu konkurentsku prednost podstiču niski troškovi rada i niska stopa poreza na prihode. U sektoru plastične ambalaže, **plastične kese i štampana folija se najviše izvoze u Holandiju, Nemačku i Albaniju.** Mogućnost recikliranja plastičnog otpada i njegov relativno nizak trošak, uz ostale gore navedene prednosti, daje konkurentnu prednost kosovskim kompanijama u podsektoru ambalaže od plastike. Dok se za ostale proizvode od plastike najzahtevnijim zemljama smatraju Nemačka i Albanija. Ovi nalazi usklađeni su sa statistikom o izvozu plastičnih proizvoda na nivou države. Kao što je prikazano u Tabeli 8, razlozi zbog kojih su ove kompanije bile uspešne u izvoženju ovih proizvoda su kvalitet i pouzdanost isporučenih proizvoda, troškovi i cene koje nude i velika potražnja na izvoznim tržištima. To se po podsektorima ne razlikuje mnogo.

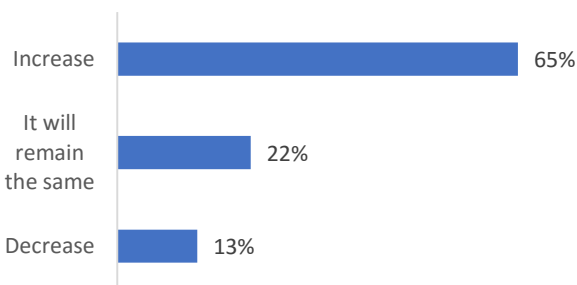
Od 22 kompanije koje izvoze, njih 13 tvrdilo je da ne znaju koji su standardi i sertifikati potrebni za izvoz. Ostali su, kako zahtevaju navedeni standardi ISCO 2008, EN 1347, EN ISO 9969, EN 12201, ISO 4427, EN ISO 15088, ATEST i EN ISO 2015. Kao dobrovoljni standardi spomenuti su BRC, ISO 9001: 2015, BS OHSAS 18001 , PAS 99: 2012, ISO 9001: 2015, ISO 14001: 2015 i OHSAS 18001: 2007.

Tabela 8. Analiza izvoza po podsektoru plastike

Podsektor	Proizvod koji se najviše izvozi	Glavne zemlje izvoza	Razlog uspeha	Sertifikati	Očekivanje rasta izvoza
<i>Cevi i spojni delovi</i>	Cevi: za vodovod, elektro instalaciju	Albanija; Sekundarni: Bugarska: Severna Makedonija	Kvalitet; Cena	Uglavnom da (ISO, EN,) itd	>20%
<i>Građevinski proizvodi</i>	Vrata i prozori	Nemačka, Švajcarska, Francuska, Albanija	Kvalitet; Cena; Pouzdanost	Uglavnom ne; samo 15% je prijavilo da ima sertifikat o kvalitetu	>20%
<i>Plastična ambalaža</i>	Plastične kese; štampana folija	Holandija, Nemačka; Belgija; Albanija	Kvalitet; Cena	Uglavnom ne; samo 25% je prijavilo da ima sertifikat o kvalitetu	>20%
<i>Ostala plastika</i>	Cevi i druga plastika	Nemačka; Albanija	Velika potražnja na izvoznim tržištima	Nema	>20%

Izvor: Autorov sopstveni obračun, podaci iz istraživanja

Oko 65% kompanija predviđa da će im se izvoz povećati u narednih nekoliko godina (Grafikon 41). U svim podsektorima očekuju povećanje od preko 20%. Kada se računa samo za one koji su predvideli rast, on je u proseku veći od 30%.



Grafikon 41. Koja su vaša predviđanja za izvoz u naredne 3 godine

Izvor: Autorov sopstveni obračun, podaci iz istraživanja

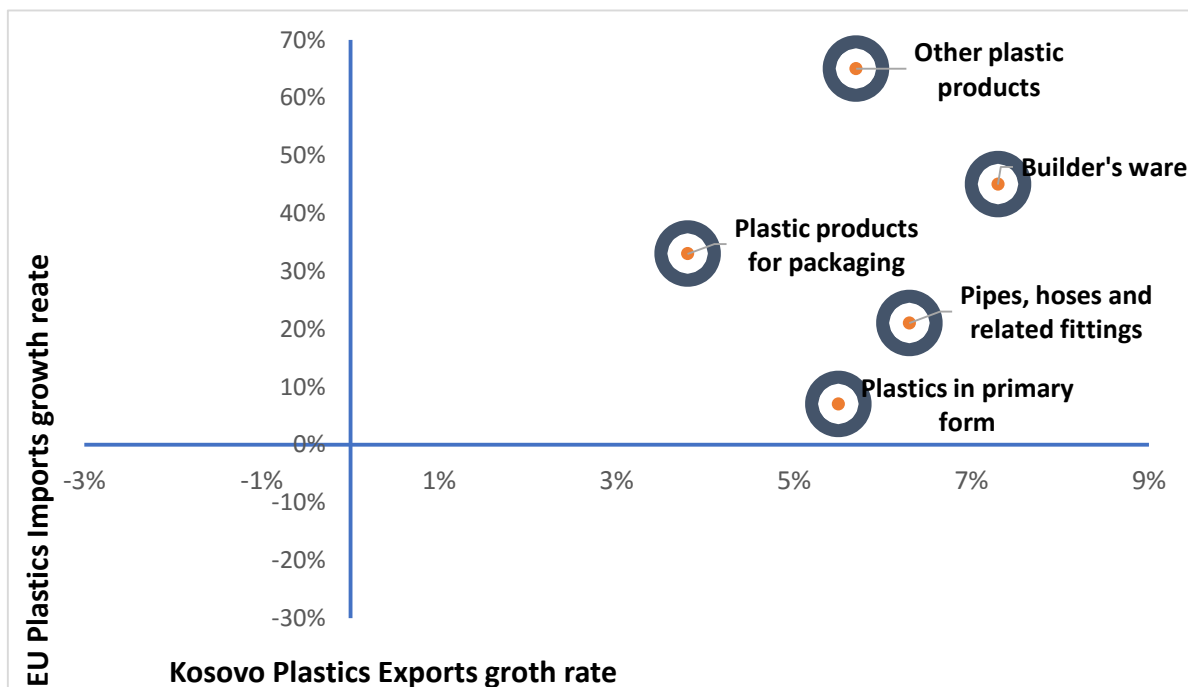
Tri glavna razloga za kompanije koje prodaju na izvoznom tržištu u odnosu na domaće tržište su **cena (70%), osigurano plaćanje (65%) i osigurano tržište (52%)**. Čini se da je istraživanje tržišta glavno ograničenje za više izvozne prodaje, što je identifikovalo 55% anketiranih kompanija. U skladu sa tim, 25% proizvodnih kompanija koje se takođe bave transportom izvezeno robe izvestilo je da je pronalaženje novih klijenata ključan faktor ometanja, a u manjem broju slučajeva razlozi poput visokih

troškova transporta i potrebnih sertifikata za proizvode. To navodi da je za **postizanje ubrzanog rasta izvoza potrebno poboljšati veze među preduzeća kosovskih proizvođača i međunarodnih kupaca**.

Kada kompanije koje izvoze proizvode nisu u mogućnosti ispuniti izvoznju potražnju, 43% njih kontaktira druge kompanije u istom sektoru, dok 57% ne. Kašnjenja, visoki troškovi, cena i troškovi transporta glavni su problemi koji ometaju kompanije da ispune izvozne naloge. **Iako se čini da formalni pravni i administrativni zahtevi za**

izvozna tržišta ne ometaju izvoz, zahtevi, poput doslednog kvaliteta i pravovremene isporuke, izgledaju kao ključni izazovi sa kojima se kompanije trebaju suočiti kako bi ubrzale svoj rast izvoza.

Uokvireni deo teksta 3. Perspektive izvoznika plastike Kosova na tržište Evropske unije



Izvor: Autorov sopstveni obračun, Međunarodni trgovinski centar (ITC) Statistika trgovine i podaci Carine Kosova

Ovaj dijagram ilustruje prosečnu stopu rasta uvoza plastike na tržištu Evropske unije od 2015. do 2018. godine (horizontalne ose) u odnosu na ukupnu prosečnu stopu rasta izvoza plastike na Kosovu od 2015. do 2018. (vertikalne ose), u pet glavnih podsektora proizvodnje. Svaki podsektor prikazan je kružićem. Za svaki podsektor, odgovarajuća vrednost u horizontalnim osama predstavlja prosečnu stopu rasta uvoza u EU između 2015-2018. godine, dok odgovarajuća vrednost u vertikalnim osama predstavlja prosečnu stopu rasta izvoza Kosova u periodu 2015-2018.

Kao što dijagram prikazuje, postoji kontinuirani rast uvoza na tržištu Evropske unije, na tržištu za koje se procenjuje da ima trgovinski bilans od oko 15 milijardi evra. Prosečni rast uvoza najviši je u podsektoru građevinskih proizvoda, oko 7%, zatim ostali plastični proizvodi, cevi, creva i povezani proizvodi, oba u proseku od oko 6%, a plastika u primarnom obliku raste za oko 5,5% u proseku. Nešto niža stopa rasta je u uvozu proizvoda od plastike za ambalažu, koja je u proseku dosegla rast od 4% u periodu između 2015. i 2018.

Imajući u vidu veličinu tržišta EU, to predstavlja ogroman potencijal kao glavno izvozno tržište proizvoda od plastike na Kosovu. Kao što dijagram ilustruje, u svim podsektorima, osim u podsektoru plastike u primarnom obliku, izvoz plastike na Kosovu nadoknađuje visokim stopama rasta. U periodu između 2015. i 2018. godine, u podsektorima građevinskih proizvoda i ostalih proizvoda od plastike, ostvaren je rast u proseku od preko 45%, odnosno 65%, u podsektoru proizvoda od plastike za ambalažu preko 30%, i podsektoru cevi, creva i povezanih proizvoda preko 20%. Najniži rast primećen je u izvozu plastike u primarnom obliku. Sveukupno, izvozni trendovi su vrlo pozitivni, dok tržište EU sve više zahteva proizvode od plastike, što predstavlja jedno od glavnih ciljnih tržišta za budući rast industrije plastike na Kosovu.

3.6 Analiza lanca vrednosti: Povoljno okruženje

Pravni okvir koji utiče na industriju plastike na Kosovu regulišu ministarstva kao što su Ministarstvo trgovine i industrije, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja (MŽSPP), Ministarstvo za inovacije i preduzetništvo i Ministarstvo finansija - pod kojim posluju i Poreska uprava Kosova i Carina Kosova.

Ministarstvo trgovine i industrije odgovorno je za razvoj politika povezanih sa industrijskim sektorom, podsticanje rasta privatnog sektora, sa fokusom na MSP-ove, i promovisanje politika koje poboljšavaju poslovno okruženje. Pod okriljem MTI-a, Kosovska agencija za podršku investicijama i preduzetništvu (KIESA) odgovorna je institucija za promovisanje investicija na Kosovu i izvoze. Između ostalog, KIESA je aktivna u organizovanju izložbi kosovskih kompanija na međunarodnim sajmovima, međutim, postoji vrlo malo aktivnosti na promovisanju rasta sektora plastike. Neke od mera podrške koje kompanije iz sektora plastike takođe mogu da koriste, uključuju finansijske grantove orijentisane na rast, tehničku podršku za sertifikaciju standarda kvaliteta, poslovno savetovanje itd. Agencija za industrijsku svojinu (AIS), kao jedina institucija na Kosovu odgovorna za registraciju i zaštitu prava industrijske svojine takođe funkcioniše pod okriljem MTI-a. Slično tome, Kosovska agencija za standardizaciju (KAS), funkcioniše u okviru MTI-a, kao izvršna institucija odgovorna za standardizaciju i akreditaciju, sa ciljem da doprinese kvalitetu lokalnih proizvoda, usluga i konkurentnosti. Ostale relevantne agencije koje deluju u okviru MTI-a uključuju Kosovsku agenciju za metrologiju (KAM) koja je odgovorna za razvoj, verifikaciju, ispitivanje i kalibraciju nacionalnih mernih sredstava i Kosovsku agenciju za registraciju preduzeća (KARP), odgovornu za registraciju novih preduzeća. Odgovornosti za izradu industrijskih politika i to što je većina agencija povezanih sa industrijom usidrena u MTI-u, čini ga jednim od najvažnijih institucija privatnog sektora, uključujući industriju plastike.

Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja je odgovorna institucija za pitanja zaštite životne sredine. Nakon inicijativa zemalja unutar EU i šire, preuzimaju se inicijative za promovisanje „zelene“ ekonomije, MŽSPP je nedavno započeo promovisanje promena u zakonodavstvu koje bi mogle dovesti do zabrane ili poreza na upotrebu plastičnih kesa. Važno je napomenuti da ovo predstavlja rizik za sektor plastike na Kosovu, budući da postoji značajan broj kompanija koje proizvode plastične kese. Promene u politikama koje se odnose na upotrebu plastičnih kesa direktno će uticati na kompanije u sektoru, stoga je pre uvođenja bilo kakvih promena u politici važno proceniti potencijalne troškove i uvesti mere podrške koje ciljaju potencijalne pogođene kompanije iz privatnog sektora.

Ministarstvo za inovacije i preduzetništvo ima za cilj da podrži inovacije i preduzetništvo u različitim sektorima ekonomija u kojima postoji veći potencijal. Pružanje podrške preduzećima u pogledu znanja i veština, tržišnih mreža, finansijske podrške za inovacije i internih kapaciteta za inovacije su među glavnim ciljevima usmerenim na politiku. Ministarstvo je pokrenulo nekoliko pratećih instrumenata o veštinama i inovacijama za nova i osnovana preduzeća.

Ministarstvo finansija i Poreska uprava Kosova odgovorne su pravne institucije za fiskalne politike i poreze. Važno je napomenuti da se fiskalna politika na Kosovu zasniva na dobrim praksama EU. Carina Kosova odgovorna je za sprovođenje propisa o carini, posebno za naplatu carina, kao i za pregled trgovine i zaštitu trgovačkih marki i ostalog. Budući da Kosovo posluje u skladu sa sporazumima CEFTA-e i teži integraciji u EU, Carina Kosova posluje u skladu sa standardima EU.

3.7 Analiza lanca vrednosti: Glavni mezo akteri

Poslovna udruženja: Sektorsko udruženje prerađivača plastike osnovano je pod okriljem Privredne komore Kosova. 15 kompanija koje proizvode/prerađuju plastičnu masu su članovi udruženja. Glavni cilj i prioritet udruženja je zagovaranje potreba sektora kod kreatora politika, sa ciljem postizanja uticaja na uključivanje sektora plastike kao jednog od glavnih prioritetnih sektora na Kosovu.

Još jedna inicijativa za stvaranje udruženja proizvođača plastike za ambalažne proizvode, uključujući folije, kese i slične proizvode, otkrivena je istraživačima tokom perioda studije. Kako su otkrili nalazi studije, postoje snažni pokazatelji da su sektorske kompanije raštrkane, i da često postaju članovi različitih privrednih komora, predstavljajući tako jednu od glavnih slabosti sektora. Inicijative za udruživanje u malim grupama ili pojedinačno postajanje članom različitih privrednih komora, bez stabilne institucije koja će zastupati interese sektora, zadržaće glas sektora nečujnim.

Posedujući slabu organizacionu mrežu unutar sektora, kompanije su naklonjene članstvu u Privrednim komorama. Privredna komora Kosova (PKK) je najveće poslovno udruženje na Kosovu. Između ostalih većih komora, kompanije za proizvodnju plastike imaju tendenciju da budu povezane i sa Američkom privrednom komorom na Kosovu i Nemačko-kosovskom privrednom komorom. Glavni cilj svih poslovnih organizacija uključuje pružanje usluga članovima, promociju preduzetništva i konkurentnosti, poboljšanje pristupa tržištu i zalaganje za promenu politike i zaštitu interesa privatnog sektora.

Pružaoči obrazovanja: Obrazovni sistem na Kosovu nudi raznovrsne programe na šest javnih univerziteta, preko 80 škola profesionalnog i stručnog obrazovanja i desetak privatnih pružaoca obrazovanja, kako u srednjem, tako i u tercijarnom obrazovanju. Ipak, ne postoji obrazovni program fokusiran na ekspertizu tehničke i inženjerske plastike. Preduzeća iz industrije plastike trenutno traže zaposlene koji su diplomirali na programima hemije ili mašinstva. Programi inženjeringa plastike odgovarali bi srednjoročnim zahtevima industrije za visokokvalifikovanim inženjerima plastike i podržali bi dugoročno održiv rast sektora. Bliža koordinacija predstavnika iz industrije plastike i pružaoca obrazovanja bio bi prvi korak za uticaj na razvoj takvih obrazovnih programa usmerenih prema industriji.

4. GLAVNA SEKTORSKA OGRANIČENJA

Sledeći deo prikazuje analizu glavnih sektorskih problematičnih područja i ograničenja. Ograničenja sektora takođe se koriste kao polazna tačka za razumevanje osnovnih uzroka i predlaganje sektorskih intervencija kroz okvir analize intervencija u sledećem odeljku.

1. **Slab pristup izvoznom tržištu** – Studija ističe rastuće izvozne prodaje i upotrebu izvoznih zahteva kompanija iz sektora plastike, ciljajući regionalne, EU i druge zemlje, ali istovremeno identifikujući nekoliko ograničenja koja je potrebno rešiti kako bi se omogućio veći rast.

Prvo, očigledno je da većinu izvoza, posebno u sektoru građevinskih proizvoda, pokreću pojedinačne veze vlasnika kompanija sa kosovskom dijasporom, uglavnom u Švajcarskoj i Nemačkoj. Ovaj pod-sektor pokreće visokokvalitetna sirovina, proizvedena u Evropi i prepoznatljiva na tržištu EU. Kvalitet izrade domaćih proizvođača takođe je prihvaćen na tržište EU. Kao takav, on ima veliki potencijal za rast izvoza. Međutim, da bi kompanije iz ovog sektora mogle rasti i izvoziti u velikim količinama, potrebne su im veze sa većim distributivnim ili građevinskim kompanijama u Evropi.

Drugo, za ostale pod-sektore, naime plastika za ambalažu i druge proizvode od plastike, potražnja na međunarodnim tržištima nije dobro istražena zbog nemogućnosti pristupa relevantnim kupcima iz EU. Malo je kompanija koje su uspele uspostaviti poslovne veze sa međunarodnim kupcima, ispunile izvozne kriterijume, i po kvalitetu i u količini, što u retkim slučajevima dovodi do dodatnih ulaganja i zajedničkih ulaganja.

Treće, pod-sektor cevi i vodovodnih cevi pokazuje potencijal za rast u regionalnim zemljama, ali uz dobru perspektivu da se proširi i na zemlje EU koje se nalaze u neposrednoj blizini Kosova, kao što je Bugarska.

Trenutno kompanije istražuju izvozna tržišta pojedinačno bez ikakve institucionalne podrške. Iako izvoz plastičnih proizvoda raste velikom brzinom, ne postoji institucionalna podrška za zajedničko učešće na regionalnim ili međunarodnim sajmovima specifičnim za industriju plastike, niti studijske posete niti misije kupaca.

2. **Slabe međusektorske tržišne veze** – Kao što je rečeno u odeljku za analizu trendova međunarodnog tržišta, industrije poput hrane, građevinarstva, automobilske industrije, tekstila, drveta, između ostalog, sve više koriste plastične materijale, bilo za ambalažu, kao kombinovane materijale ili delove finalnih proizvoda. Iako su veze proizvođača plastike i građevinske industrije dobro razvijene, veze sa ostalim sektorima u zemlji još su u početnoj fazi. Dodatni pritisak u tom pogledu dolazi od sve veće konvergencije tehnologija proizvodnje plastike sa drugim, poput digitalnog štampanja, prevlačenja itd.

Među glavnim ograničenjima, većini malih i srednjih preduzeća nedostaje tehnička stručnost i znanje za proizvodnju visokokvalitetnih proizvoda sa dodatnom vrednošću prema kriterijumima drugih industrija, kao što su hrana i piće kao rastuća industrija na Kosovu. Čak i u slučajevima kada pojedine kompanije mogu proizvoditi proizvode za među-sektore, nedostatak saradnje, umrežavanje i razmena između kompanija, ali i pristup kritičnoj masi kompetentnih partnera. Trenutno ne postoji platforma za saradnju na domaćem tržištu na kojoj preduzeća različitih među-sektora mogu razmenjivati i izlagati svoje zahteve ili potencijale za snabdevanje.

3. **Proizvodi niske dodate vrednosti** – Nalazi ove studije prikazuju industriju sa visokom frekvencijom homogenih proizvoda o kojoj izveštavaju kompanije. Na nekoliko kompanija koje ulažu u uvođenje novih proizvoda uglavnom utiče međunarodna stručnost i saradnja. Uopšteno, reč je o sektoru sa tradicionalnim proizvodima i niskim stepenom inovacije. Prijavljene inovacije su uglavnom inkrementalne, poput uvođenja novih unapređenih proizvoda.

Među glavnim ograničenjima za inovacije ili uvođenje proizvoda sa visokom dodatom vrednošću, glavni faktor je ograničeno unutrašnje znanje. Specifična unutrašnja znanja o firmi i domaće znanje o inženjerstvu ili tehničko znanje je ograničeno. Sa druge strane, međunarodno znanje je skupo, tako da kompanije nemaju mogućnost da angažuju takve stručnjake. Ako tome dodamo gotovo nepostojeću saradnju MSP-ova sa profesionalnim i tehničkim institucijama, poput laboratorija, instituta ili univerziteta, mogućnost inovacija još više opada. Nedostatak sistemskog izlaganja novim dostignućima u sektoru plastike, uključujući pristup izlaganju novih proizvoda na međunarodnom nivou ili učešću na sektorskim konferencijama, predstavlja još jedno ograničenje vezano za znanje za sektorske kompanije.

4. **Kvalitet reciklirane sirovine** - je takođe važno ograničenje. Iako reciklirani domaći materijal ima nižu cenu, njegov nizak kvalitet negativno utiče na finalne proizvode. To je zbog slabe infrastrukture za klasifikaciju otpada, niskog kvaliteta sakupljenog otpada i stare tehnologije i mašina za reciklažu. Osim mehanizama komercijalnog tržišta, ne postoji šema podrške za podsticanje malih i srednjih preduzeća na prikupljanje i recikliranje plastike visokog kvaliteta.

Adekvatna mašina za sofisticiraniju proizvodnju veoma je važna kako bi se kompanijama omogućilo uvođenje novih proizvoda. Međutim, pristup finansijama za inovacije u sektoru ozbiljno je ograničenje. Kompanije se mogu kvalifikovati za šemu kreditnih garancija, koju primenjuju komercijalne banke, kao glavni izvor finansiranja. Postoji nekoliko mehanizama za dodelu subvencija za inovacije: Ministarstvo inovacija i preduzetništva, KIESA kao agencija Ministarstva trgovine i industrije, kao i donatorske organizacije, ali se nijedan mehanizam posebno ne fokusira na sektor plastike.

5. **Slaba organizacija sektora** – U ovom sektoru nema formalne i neformalne organizacije. Uprkos postojanju formalnog udruženja sektora plastike, pod okriljem Privredne komore Kosova, kompanije u lancu vrednosti ne aktivno učestvuju u saradnji. Samo nekoliko njih prijavljuje da su članovi različitih privrednih komora. Kompanije se takođe bave pitanjima od interesa vlastitim naporima ili putem privrednih komora u kojima su članice. Ne postoji zajedničko zalaganje i saradnja na pitanjima od zajedničkog interesa, bilo da su podstaknute inicijativama za promenu tržišta, lanca nabavke ili regulatornog okvira. Kada su izloženi regulatornim rizicima koji imaju za cilj zaštitu potrošača i životne sredine, mala i srednja preduzeća u sektoru nisu u mogućnosti da se zalažu za kontra-regulatorne mere koje takođe daju podsticaj za uključivanje plastičnih proizvoda prilagođenim potrošačima, poput biorazgradive zelene plastike.

Neefikasna koordinacija i udruživanje ostavlja sektor bez zalaganja. Zbog toga ne postoji nacionalna strategija za razvoj sektora. Mala i srednja preduzeća u sektoru nemaju koristi od državnih šema podrške za međunarodnu ili domaću promociju, dok su ograničene mogućnosti iskorišćavanja inovacija.

6. **Nemogućnost ispunjavanja međunarodnih zahteva** - Potražnja plastičnih proizvoda na svetskom tržištu je velika i raste. Proizvođači plastike na Kosovu koriste malo kanala kako bi uhvatili korak sa rastućim zahtevima, tako da njihovi izvozi rastu. Ipak, postoje ogromne prepreke koje će sprečiti proizvođače plastike da dugoročno postignu održivi rast.

Kratkoročno gledano, kompanije i dalje mogu povećavati svoju proizvodnju bez potrebe za dodatnim ulaganjima. Međutim, suočeni su sa logističkim problemima. Kada se suoči sa potražnjom za malim količinama, troškovi prevoza postaju skupi i imaju veliko učešće u troškovima proizvoda. Nedostatak kvalitetne sirovine drugo je pitanje kada narudžbine imaju kratke rokove. Podugovaranje sa drugim zainteresovanim stranama iste funkcije lanca vrednosti na velikim izvoznim narudžbama je problem u većini slučajeva.

Dugoročno gledano, u svrhu ispunjavanja međunarodnih zahteva, kompanije se moraju pozabaviti trenutnim ograničenjima vezanim za stare mašine i ograničene kapacitete, poboljšanje

tehničkih veština za nadogradnju i razvoj proizvoda sa dodanom vrednošću, kao i primenu standarda kvaliteta koji zahtevaju međunarodni kupci.

Konačno, da bi zadovoljili zahteve plastične industrije na rastućem tržištu EU, proizvođači plastike, posebno plastičnih proizvoda za ambalažu robe prehrambene industrije, u budućnosti će se suočiti sa zahtevima EU da do 2025. ambalaža hrane (plastične boce za pića) treba da sadrže najmanje 35% reciklirane plastike i da se mogu reciklirati. Iako kosovske kompanije još nisu spremne za prelazak na proizvodnju zelene plastike (alternativne plastike na biljnoj osnovi), ne postoje mehanizmi za podršku i mehanizmi koji utiču na recikliranje visokokvalitetne plastike.

5. GLAVNE PREPORUKE

Na osnovu identifikovanih problema i osnovnih uzroka o kojima je reč u prethodnom odeljku, a kako bi se rešila ta ograničenja, predložene su sektorske intervencije u sledećem okviru analize intervencija.

5.1 Okvir za analizu intervencija

Glavni problem	Glavni uzrok	Predložene intervencije
Slab pristup izvoznom tržištu	-Nedostatak B2B veza. - Nedostatak međunarodne promocije. - Nedostatak inicijativa i platformi za međunarodne promocije.	1. Mere podrške koje imaju za cilj omogućavanje kosovskim proizvođačima da se pridruže međunarodnim mrežama dobavljača. 2. Program sistematske promocije izvoza koji podržava organizaciju misija međunarodnih kupaca/prodavača, čiji je cilj olakšavanje kompanijama u pogledu usluga tržišta izvoza u smislu odgovarajućih izvoznih usluga. 3. Organizacija zajedničke promocije na međunarodnim sajmovima. Uključivanje barem jednog sajma, specifičnog za sektor plastike, u godišnje sajmove koje podržava KIESA.
Slabe međusektorske tržišne veze	- Nedostatak tržišnih informacija i povezivanja. - Nedostatak platformi za razmenu. - Nedostatak kvalitetnog (tehničkog) znanja.	4. Organizacija B2B platformi (sajmovi) ili međusektorske mreže između proizvođača plastike i dobavljača tehnologije kako bi razvili rešenja sa većom dodatom vrednošću za krajnje kupce 5. Uspostavljanje šeme podrške vaučera proizvođačima za korišćenje (međunarodne) tehničke stručnosti.

Proizvodi sa niskom dodatnom vrednošću	- Nedostatak kvalitetnog (tehničkog) znanja. - Nedostatak najnovijeg znanja i inovacija. - Nedostatak mašinerije. - Sirovina niskog kvaliteta (reciklirani otpad).	5. Uspostavljanje šeme podrške vaučera proizvođačima za korišćenje (međunarodne) tehničke stručnosti. 6. Promocija platformi ili mreža za razmenu u cilju prepoznavanja mogućnosti za diversifikaciju u novi asortiman proizvoda. 7. Dizajn i primena programa investiranja u industriju za proizvođače u cilju nadogradnji mašinskih parkova, uklj. sektor plastike. 8. Usklađivanje sakupljača otpada, kompanija za reciklažu, proizvođača i odabranih krajnjih korisnika kako bi se premostili nedostaci i prepreke i za sistematičniji pristup recikliranju.
Slaga sektorska organizacija	- Nedostatak nacionalne strategije za rast sektora. - Slaba sektorska udruženja . - Nedostatak sektorskih programa podrške.	9. Priprema strategije sektora plastike kroz proces inkluzije sa namenskim akcionim planovima, na osnovu rezultata ove studije. 10. Osnaživanje sektorskih udruženja putem koordinacije za mere podrške kao što su B2B platforme (4), međunarodni sajmovi (3) i platforme razmene (6).
Nemogućnost ispunjavanja međunarodne potražnje	- Nedostatak kvalitetnog (tehničkog) znanja. - Nizak kvalitet i konzistentnost proizvoda. - Nedostatak mašinerije. - Nedostatak standarda. - Nedostatak saradnje sa akterima lanca vrednosti (naručivanje većeg izvoza). - Ograničena količina visokokvalitetnih sirovina (reciklirani otpad). - Visoki troškovi transporta (naročito za male porudžbine). - Ograničeni potencijal za prelazak na proizvodnju zelene plastike.	5. Uspostavljanje šeme podrške vaučera proizvođačima za korišćenje (međunarodne) tehničke stručnosti 7. Dizajn i primena programa investiranja u industriju za proizvođače u cilju nadogradnji mašinskih parkova, uklj. sektor plastike.. 11. Pokretanje dijaloga sa javnim ili privatnim pružaocima obrazovanja i osposobljavanja (pružaoci strukovnog obrazovanja kako bi se razvio obrazovni program inženjerstva plastike), uključujući obuku u školi u kombinaciji sa stručno znanje stečeno na radnom mestu. 12. Podrška izvoznim preduzećima i MSP-ovima u sertifikovanju u skladu sa standardima kvaliteta (specifičnim za sektor plastike).

8. Usklađivanje sakupljača otpada, kompanija za reciklažu, proizvođača i odabranih krajnjih korisnika kako bi se premostili nedostaci i prepreke i za sistematičniji pristup recikliranju.

REFERENCE:

- Udruženje proizvođača plastike, (2018). *Plastika – činjenice 2017*. [https://www.plasticseurope.org/application/files/1715/2111/1527/Plastics_the_facts_2017_FINAL_for_website.pdf]
- Udruženje proizvođača plastike, (2019). *Plastika – činjenice 2018*. [https://www.plasticseurope.org/application/files/6315/4510/9658/Plastics_the_facts_2018_AF_web.pdf]
- CBI, 2017. Izvoz plastičnih delova i komponenti u Evropu. [<https://www.cbi.eu/node/2652/pdf>]
- Coccojaru, A., 2017. Dijagnostika poslova na Kosovu. Međunarodna banka za obnovu i razvoj/Svetska banka. Vašington n.
- Evropska komisija, 2018. Evropska strategija za plastiku u cirkularnoj ekonomiji. Evropska komisija, Brisel.
- Evropska komisija, 2008. Statistička klasifikacija ekonomskih aktivnosti u Evropskoj zajednici, Eurostat, NACE, Revizija 2.
- The Grand View Research, Inc., 2019. Izveštaj o analizi veličine tržišta, udela i trendova plastike prema proizvodima.
- Udruženje industrije plastike. [<https://www.plasticsindustry.org/>].
- Geyer, R. i Jambeck, J., 2017. *Proizvodnja, upotreba i sudbina svih proizvedenih plastičnih masa*.
- Hoti, H., Rexha, R. i Ahmeti, R., 2016. Problemi neformalne ekonomije na Kosovu. *Balkan Journal of Interdisciplinary Research*, (Vol. 1, No, 3). IPCCL izdavaštvo, Tirana, Albanija.
- Grupa za istraživanje tržišta plastike (PEMRG), 2017. *Plastika - činjenice 2016*.
- Rizvanolli, A., 2016. *Profil industrije plastike i gume. Ministarstvo trgovine i industrije, Priština, Kosovo*.
- UN Comtrade Robna klasifikacija. Pristupljeno: januar 2019. [<https://unstats.un.org/unsd/tradekb/Knowledgebase/50039/UN-Comtrade-Reference-Tables>]
- VDMA, 2017. *Tržište plastike u Africi*.
- KC, 2019. Trgovinski podaci Carine Kosova. Pristupljeno: februar 2019.
- ASK, 2019. Agencija za statistiku Kosova, Trgovinski podaci. Pristupljeno: Decembar 2019.

- ITC, 2019. Statistika trgovine za razvoj međunarodnog poslovanja, Međunarodni trgovinski centar. Pristupljeno: maj, 2019.
- Detaljni intervjui sa kompanijama za studije slučaja
- Intervjui sa glavnim zainteresovanim stranama