



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

ZINXHIRI I VLERËS I INDUSTRIËS SË PLASTIKËS NË KOSOVË

2019

Tabela e Përmbajtjes

Lista e Shkurtesave	3
MOHIM I PËRGJEGJËSISË	3
PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE.....	4
HYRJE.....	5
1. METODOLOGJIA	6
1.1 Korniza e Mostrës	6
2. EKSPORTI DHE TRENDET E TREGUT	7
2.1 Trendet e Tregut – Pasqyrë e Industrisë së Plastikës Globale	7
2.2 Trendet Bioplastike dhe Tregjet.....	10
2.3 Pasqyrë e industrisë së Kosovës	11
2.4 Trendet dhe tregjet e industrisë plastike të Kosovës	13
3. ANALIZAT E ZINGJIRTI TË VLERËS.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Harta e Zinxhirit të Vlerës së Sektorit	17
3.2 Analizat e Zinxhirit të Vlerës: Furnizim	19
3.2.1 Kërkesa për lëndën e parë - Perspektiva e prodhuesve të furnizimit	19
3.2.2 Furnizimi me lëndë të parë - Perspektiva e furnitorëve	20
3.3 Analizat e Zinxhirit të Vlerës: Prodhuesit.....	23
3.3.1 Tregjet vendore dhe ato eksportuese - Perspektiva e prodhuesve	25
3.3.2 Pengesat në prodhim dhe eksport	27
3.3.3 Qarkullimi i Industrisë të Prodhimit të Plastikës dhe Punësimi	29
3.3.4 Burimet Njerëzore.....	31
3.3.5 Inovacioni	33
3.4 Analizat e Zinxhirit të Vlerës: Shërbime Mbështetëse, Rrjetëzim dhe Transport.....	34
3.4.1 Transporti.....	37
3.5 Tregjet e eksportit dhe kërkesat për eksport	38
3.6 Analiza e Zinxhirit të Vlerave: Mundësimi i Mjedisit	42
3.7 Analiza e Zinxhirit të Vlerave: Aktorët e mesëm kryesorë.....	42
4. KUFIZIMET E SEKTORIT KRYESOR	44
5. REKOMANDIMET KRYESORE	Error! Bookmark not defined.
5.1 Korniza e Analizimit për Intervenim	46
REFERENCA:.....	48

Lisa e Shkurtesave

ABS	Akronitril Butadin Stiren
OEAK	Oda Ekonomike Amerikane e Kosovës
ATK	Administrata Tatimore e Kosovës
OBA	Organizatë Biznesi me Anëtarësim
CEFTA	Marrëveshja për Tregti të Lirë në Evropën Qendrore
BE	Bashkimi Evropian
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH
HDPE	Polietilen me Densitet të Lartë
HS	Sistemet e Harmonizuara të Përshkrimit dhe Kodimit të Mallrave
ASK	Agjencia e Statistikave të Kosovës
KIESA	Agjencia për Investime dhe Përkrahjen e Ndërmarrjeve në Kosovë
DK	Dogana e Kosovës
OEK	Oda Ekonomike e Kosovës
LDPE	Polietilen me Densitet të Ulët
MMPH	Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor
MTI	Ministria e Tregtisë dhe Industrisë
NACE	Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne
PE	Polietileni
PET	Polietilen Tereftalat
PHAs	Polihidroksalkanoate
PLA	Acidi polilaktik
PP	Polipropileni
PS	Polistireni
PVC	Polivinil kloruri
NVM	Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme
SPI	Shoqëria e Industrisë të Plastikës

MOHIM I PËRGJEGJËSISË

Ky studim është financuar nga GIZ-i. Ky mohim informon lexuesit se pikëpamjet, mendimet dhe opinionet e shprehura në këtë studim i përkasin vetëm autorëve dhe nuk përfaqësojnë domosdoshmërisht pikëpamjen e GIZ-it. Raporti përfaqëson një studim të zinxhirit të vlerave. Raporti është hartuar përmes një sondazhi me NVM-ve sektoriale përgjatë tri funksioneve të zinxhirit të vlerës. Pikëpamja e autorëve është bazuar në të dhënat e mbledhura. Mostra mund të jetë përfaqësuese për kapjen e dinamikës së tendencave të tregut dhe të zinxhirit të vlerës; megjithatë, kjo nuk mund të përfaqësojë një pasqyrë të saktë sasiore të industrisë së sektorit. Autorët e studimit nuk mund të jenë përgjegjës për ndonjë pasojë që mund të lindë duke përdorur informacionin në këtë raport nga një palë e tretë. Nuk ka asnjë pretendim se informacioni i paraqitur në raport është plotësisht i saktë.

Përgatitur nga: Fisnik Reçica dhe Gerd Meier zu Köcker

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE

Plastika dhe produktet e ndërlidhura me të janë të bollshme në biznes dhe në jetën e përditshme. Përkundër debatit aktual rreth ndalimit të plastikës, zvogëlimit të konsumit plastik ose qarkullimit, duhet të pranojmë se plastika është ende një nga materialet më të lira dhe më premtuese për shumë qëllime. Fushat kyçe janë paketimi, ndërtimi, automobilistika, elektronika apo pajisjet shtëpiake.

Nuk ka dyshim se industria e prodhimit të plastikës është një shqetësim i madh për Republikën e Kosovës. Për të siguruar që kjo industri mbetet konkurruese në kohën e rritjes së globalizimit dhe transformimit industrial, ekziston një interes në rritje për të kuptuar më mirë këtë sektor dhe zinxhirët e lidhur me vlerat. Rrjedhimisht, Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI), e mbështetur nga Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), kreu një studim të zinxhirit të vlerave për të kuptuar më mirë se si është strukturuar industria e prodhimit plastik, ku janë pengesat kyçe dhe ku është duke shkuar e tërë industria. Të gjeturat e nxjerra nga ky studim bazohen në intervistat me më shumë se 70 NVM, një mostër përfaqësuese e industrisë vendase.

Është për tu habitur se industria kosovare e prodhimit të plastikës u bë gjithnjë e më e specializuar gjatë viteve të kaluara. Ndërsa në ekonomitë e krahasueshme prodhohen produkte plastike më themelore, si mallra ose paketim bazë, studimi tregoi qartë se industria prodhuese plastike e Kosovës po zhvendoset për t'u fokusuar në sektorin e materialeve ndërtimore (produktet e prodhuesit). Për shembull, brenda strukturës së ndërtimit, plastika kontribuon në izolimin, dyert dhe dritaret, instalime elektrike, tubacionet dhe mbulim. Brenda shtëpive, plastika siguron tapete, dysheme, strehë, sipërfaqet e laminuara të kuzhines, tuba, valvola dhe pajisje.

Shumica e më shumë se 530 firmave prodhojnë produkte plastike. Më shumë se 350 prej tyre janë të përfshirë në sektorin e prodhuesit të produkteve, duke kontribuar në rritjen e qëndrueshme në drejtim të eksportit dhe vendeve të punës. Eksportet shënuan një rritje të ndjeshme, nga rreth 11 Mil EUR në vitin 2015 në rreth 29 Mil EUR në 2018. Përkundër kësaj, importet kanë mbetur të larta, mbi gjashtë herë më shumë se eksportet. Studimi më tej zbuloi se rajoni i BE dhe CEFTA janë tregjet kryesore të eksportit. Megjithatë, këto tregje sillen mjaft ndryshe. Plastika që përdoret në ndërtimtari përbën pjesën më të madhe të eksporteve në tregun e BE, me Zvicrën dhe Gjermaninë si destinacionet kryesore eksportuese. Prodhimet plastike për paketim kanë pasur rritje të vazhdueshme të eksporteve në vendet e CEFTA-s. Filmat plastik, fletët dhe pllakat janë produktet më të eksportuara në këtë kategori, kryesisht në Maqedoninë Veriore. Në tregun e BE-së, eksportet në Kroaci dhe Rumani kanë kontribuar në një rritje të konsiderueshme të eksporteve në 2018, por në një nivel shumë më të ulët.

Përkundër të gjitha këtyre zbulimeve inkurajuese, studimi tregoi gjithashtu se industria është në një rrezik të konsiderueshëm. E gjithë industria prodhuese po ndryshon, modeli tradicional është në zhdukje. Dixhitalizimi dhe industritë transformuese gjithashtu do të ndikojnë edhe në industrinë kosovare. Debatet publike për përdorimin e plastikës në të ardhmen dhe ndalimet e përdorimit të saj të cilat ndalesa do të zbatohen në të ardhmen, tashmë fillojnë të kenë ndikim. Kufizimet kryesore me të cilat përballen kompanitë ndërsa përpiqen të përballojnë rritjen e konkurrencës janë sfida me cilësinë e produkteve, investimet në inovacion dhe makineritë të gjitha të lidhura me kapacitetet prodhuese dhe teknologjinë. Megjithëse Kosova është e pozicionuar gjeografikisht, vështirësitë kryesore për eksport nga Kosova janë kostoja e transportit dhe koha e dorëzimit.

Rrjedhimisht, studimi identifikoi gjashtë kufizime kyçe që ndikojnë negativisht në industrinë e prodhimit plastik dhe mund të pengojnë rritjen e mëtejshme

- Qasje e dobët e tregut të eksportit
- Lidhjet e dobëta të tregut ndër sektorial
- Pjesa e lartë e produkteve me vlerë të ulët të shtuar
- Cilësi e dobët e lëndës së parë të ricikluar
- Organizimi i dobët i sektorit dhe
- Rritja e pamundësisë për të përmbushur kërkesat ndërkombëtare

Rrjedhimisht, studimi zbret rekomandimet dhe veprimet korrigjuese për të përballuar më mirë sfidat e ardhshme dhe kufizimet kryesore të identifikuar. Zbatimi në kohë dhe me konsekuencë i masave të synuara do të kontribuojë për ta mbajtur këtë industri të rëndësishme konkurruese në të ardhmen.

HYRJE

Pavarësisht nga shqetësimet e publikut për ndotjen plastike, duhet të pranojmë se materialet plastike janë shumë efikase në burime jo vetëm në fazën e tyre të prodhimit, por edhe gjatë fazës së përdorimit të tyre. Për më tepër, industria e plastikës është me rëndësi kyçe për Evropën. Rreth 60,000 kompani veprojnë në këtë industri duke siguruar mbi 1,5 milion vende pune. Qarkullimi i këtyre kompanive mund të llogaritet me 350 miliardë euro.

Industria e përgjithshme evropiane e plastikës ka një bilanc tregtar prej afro 15 miliardë euro në 2016¹. Rreth 60% e prodhimit të plastikës botërore u shfaqën në Evropë (60 milion ton në vitin 2016), kryesisht termoplastikë, polyurethanes dhe plastike të tjera, si termosets, ngjitëse, veshës ose mbështjellës. Gjashtë vendet më të mëdha evropiane (Gjermania, Italia, Franca, Spanja, Mbretëria e Bashkuar dhe Polonia) dhe Beneluksit mbulojnë pothuajse 80% të kërkesës evropiane në vitin 2016. Por edhe për Republikën e Kosovës, prodhimi plastik dhe plastik po luan një rol të rëndësishëm në zhvillimin industrial.

Megjithatë, industria evropiane e prodhimit të plastikës është e ekspozuar ndaj sfidave të ndryshme. Në njërën anë, ekziston presioni publik për të përdorur më pak materiale plastike, veçanërisht për përdorim të vetëm. Ndalimet në nivel kombëtar, si në Kenia, Ruanda dhe shumë vende të tjera afrikane ofrojnë së pari brenda asaj që mund të jetë përpara Evropës. Për më tepër, Komisioni Evropian paraqiti udhërrëfyesin e vet drejt përdorimit të plastikës. Sot, askush nuk mund të vlerësojë ndikimin afatgjatë të këtyre rregulloreve. Nga ana tjetër, transformimi industrial do të ndikojë në mënyrë dramatike në industrinë e prodhimit plastik. Konvergenca e digjitalizimit dhe prodhimit do të çojë në koncepte të reja makine (p.sh. mirëmbajtja parashikuese) dhe konceptet e prodhimit (p.sh. shtypjen digjitale të ngulitur ose shtypjen 3D).

Raporti aktual i hartës së zinxhirit të vlerave është një pjesë e rëndësishme e ndërhyrjeve nga Ministria për Tregti dhe Industri e Republikës së Kosovës (MTI) dhe GiZ me qëllim të mbështetjes së konkurrueshmërisë së sektorëve të zgjedhur industrial. Plastika është një brengë madhore. Jo vetëm për shkak të rëndësisë së industrive vendore të prodhimit të plastikës por edhe të industrive plastike që janë gjithnjë e më shumë konvergjente me industritë e tjera. P.sh.. shtypja digjitale dhe paketimi i ushqimit u bënë një qasje e integruar dhe e integruar në prodhimin modern të paketimit. Me pak fjalë, ka trende të ardhshme globale, industria prodhuese kosovare duhet të jetë e vetëdijshme nëse synon të qëndrojë konkurruese dhe të mbetet një partner i rëndësishëm në zinxhirët e vlerave globale.

Ky është raporti i parë i Vlerësimit të Zinxhirit të Vlerës për industrinë e prodhimit të plastikës për Republikën e Kosovës dhe i treti i raportit serioz të hartimit të zinxhirit të vlerave të iniciuar nga MTI. Ka për qëllim të hedhë dritë mbi një sektor, i cili mund të ketë qenë i anashkaluar për një kohë. Gjetjet dhe konkluzionet e këtij raporti identifikojnë lidhjet që mungojnë, boshllëqet kryesore dhe kufizimet përgjatë zinxhirit të zgjedhur të vlerës. Raporti gjithashtu siguron vëzhgime dhe konsiderata që duhen marrë parasysh për ndërhyrjet e ardhshme të politikave.

¹ Shoqta e prodhuesve të Plastikës – Faktet 2017

1. METODOLOGJIA

Duke marrë parasysh se interesi përfundimtar është të stimulojë aktivitetet me vlerë të shtuar në industrinë e plastikës në Republikën e Kosovës, është e dobishme të kuptohet konsiderata aktuale dhe potenciale e tregut për zinxhirin e vlerës të plastikës. Në kontekstin e tregjeve të fundit, vlerësimi i zinxhirit eksploron faktorët kryesorë të suksesit të zinxhirëve të vlerave plastike për të kuptuar boshllëqet e ndërlidhura dhe për të kuptuar drejtuesit kryesorë të zhvillimit të zinxhirit të vlerës. Hartat e zinxhirit të vlerave tregojnë se si një produkt në një industri lëviz nga lënda e parë përmes prodhimit, përpunimit dhe hapave të tjerë, derisa përfundimisht përfundon me konsumatorin përfundimtar. Harta thekson gamën e aktiviteteve që ndodhin brenda zinxhirit të vlerës.

Figura 13 (kapitulli 3.1) ilustron zinxhirin e vlerave të plastikave që do të merren parasysh brenda këtij studimi. Fillon me furnizimin me lëndë të para të polimerit, të cilat mund të jenë tpolimere të pastra, të bazuara në fosile ose të riciklueshme. Pas kësaj, lënda e parë është e përbërë dhe/ose rritur me fibra ose shtesa të tjera. Ndiqet nga procedura të ndryshme të prodhimit, si nxjerrje, varësisht nga aplikimi përfundimtar. Mbledhja mund të zbatohet në rastet kur komponentët plastike janë të integruara në pjesë të caktuara ose të kombinuara (p.sh. petëzim) me materiale të tjera (p.sh. paketimi ose sektori i ndërtimit). Ndër të tjera, harta e zinxhirit të vlerave ilustron nëse dhe si nyjet e ndryshme mbulohen nga ndërmarrjet ose nëse disa nyje mund të mos jenë mbuluar siç duhet.

Ky raport hulumtues është zhvilluar bazuar në burimet primare dhe sekondare. Analiza e zinxhirit të vlerave u krye në bazë të të dhënave primare, të cilat përbëheshin nga intervista me 71 NVM që përfaqësonin industrinë e plastikës në Kosovë, të shtresëzuara nga nënsektori i zinxhirit të vlerave dhe rajoni ku janë vendosur firmat. Për më tepër, ekipi hulumtues ka kryer intervista të thella me tre ndërmarrje sektoriale. Hulumtimi është plotësuar me analiza dytësore të bazuara në burime të ndryshme të tilla si të dhënat zyrtare të tregtisë së Doganave të Kosovës dhe të dhënat e Administratës Tatimore të Kosovës, si dhe të dhënat për tregun global dhe evropian të plastikës.

Ky studim hulumtues gjithashtu paraqet tre studime të rasteve të kompanive të vërteta që veprojnë në Kosovë. Këto studime të rasteve janë paraqitur në kuti të veçanta në pjesën e analizës së zinxhirit të vlerës. Për çështjet e konfidencialitetit, emrat e kompanive nuk janë paraqitur. Studimet e rasteve të përpunuara janë përpiluar pas intervistave të thella me pronarët e ndërmarrjeve. Qëllimi i këtyre rasteve është të ofrojë informata për pikat kryesore të karakteristikave, sfidave, elementeve të suksesit, mundësive dhe kërcënimeve për kompanitë e përpunimit plastik të Kosovës.

Meqë ky studim i zinxhirit të vlerës nuk bazohet vetëm në analizën sasiore të të dhënave, metodologjia e analizës është e fuqishme për sigurimin e trendeve të vlefshme të tregut dhe analizës së zinxhirit të vlerës.

1.1 Korniza e Mostrës

Korniza e mostrës për industrinë e plastikës së NVM-ve në Kosovë është siguruar nga Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI) e Kosovës. Korniza e mostrës përbëhet nga 258 kompani që operojnë në industrinë e prodhimit të plastikës në Kosovë. Për të marrë parasysh mostrën përfaqësuese të industrisë së plastikës, mostra është shtresuar në bazë të shpërndarjes së kompanive prodhuese të plastikës sipas nën-sektorëve dhe rajonit. Përveç kësaj, mostra është dizajnuar që të përfshijë kompani nga funksioni i zinxhirit të vlerave të furnizimit dhe të transportit. Gjithsej, 71 NVM u intervistuan për analizën e zinxhirit të vlerës. Pyetësi u zhvillua nga ekipi hulumtues në bashkëpunim me GIZ, MTI dhe UBO Consulting.

UBO Consulting u caktua për kryerjen e anketës së analizës së zinxhirit të vlerës, i cili përbëhej nga 71 intervista sy më sy me NVM-të. Një grup i të regjistruarëve u përzgjedhën nga UBO Consulting, të cilët u udhëzuan të kërkonin informacionin e kontaktit të furnizuesve dhe transportuesve të produkteve plastike nga kompanitë prodhuese. Si e tillë, anketa me furnizuesit dhe transportuesit u bazua në përgjigjet e prodhuesve të produkteve plastike.

2. EKSPORTI DHE TRENDET E TREGUT

2.1 Trendet e Tregut – Pasqyrë e Industrisë së Plastikës Globale

Plastika është një nga materialet kryesore për aplikime të ndryshme në industrinë dhe aplikacionet e konsumit. Në vitin 1950, bota prodhoi vetëm 2 milionë tonë plastikë në vit. Që atëherë, prodhimi vjetor është rritur gati 200-fish, duke arritur në 336 milion ton në vitin 2016². Madhësia e tregut global të plastikës mund të vlerësohet në 522.66 miliardë dollarë amerikanë në vitin 2017³. Është gati të zgjerohet në një CAGR prej 4.0% gjatë viteve të ardhshme. Rritja e konsumit plastik në industrinë e ndërtimit, automobilistike dhe elektrike dhe elektronike është projektuar si një faktor kryesor. Rregulloret për të ulur peshën bruto të automjeteve për të përmirësuar efikasitetin e karburantit dhe përfundimisht zvogëlimin e emetimeve të karbonit janë duke nxitur më tej përdorimin industrial të plastikës si një zëvendësim për metalet. Rritja e industrisë së ndërtimit në tregjet në zhvillim, si Brazili, Kina, India dhe Meksika ka qenë i dobishëm në nxitjen e kërkesës për plastikë gjatë vitit 2015 dhe 2016. Rritja e tregut mund t'i atribuohet rritjes së investimeve të huaja në tregjet vendase të ndërtimit si rezultat i lehtësimit të normave dhe kërkesave të FDI-së për një infrastrukturë më të mirë publike dhe industriale.

Rajoni i Azisë Pacifike (me përjashtim të Kinës) ishte tregu rajonal me rritje më të shpejtë për plastikë me vlerë 105.39 miliardë dollarë në vitin 2017. Industrializimi i shpejtë dhe rritja e fuqisë punëtore të kualifikuar janë duke përfituar nga rritja e sektorit të prodhimit në rajon. Kërkesa për plastikë, zhvillimi i lartë ekonomik dhe rritja konsekuente e shpenzimeve të konsumit në ekonomitë në zhvillim, si India dhe Japonia së bashku me vendet e Azisë Juglindore po nxisin më tej kërkesën për mallra të konsumit.

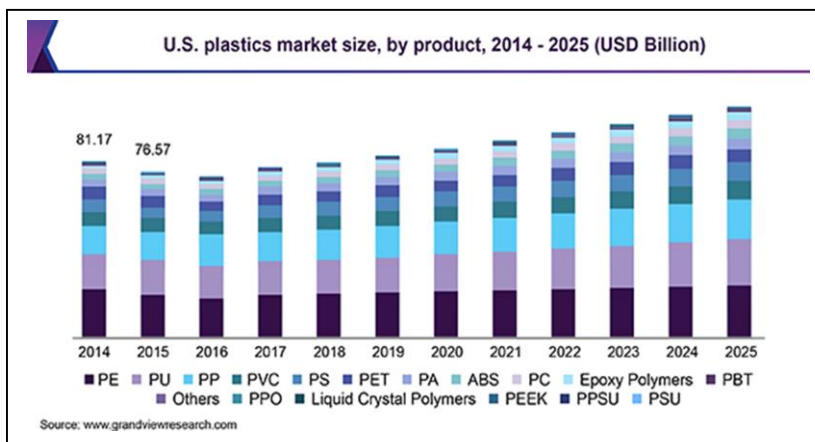


Figure 1. Madhësia e tregut të plastikës në SHBA

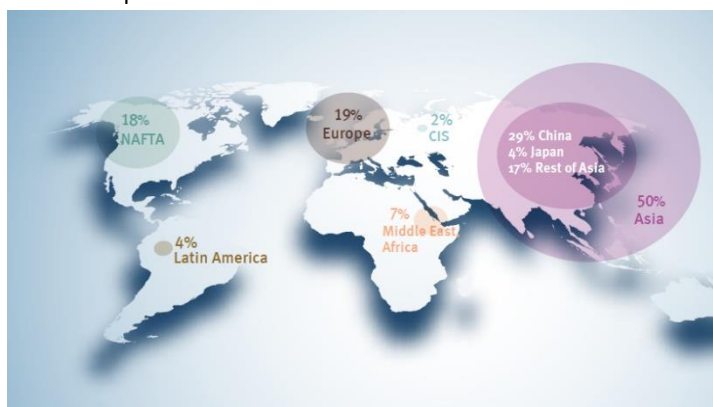


Figure 2. Distribution of the global plastic material production, 2016⁴

Përveç kësaj, një bazë prodhuese elektrike dhe elektronike e mirë themeluar në Tajvan dhe Korenë e Jugut parashikohet të jetë e gatshme për tregun në rajon. India, nga ana tjetër, ka një industri kimike të fortë, e cila e forcoi prodhimin e saj në vitet e fundit. Tregu i Afrikës Perëndimore konsiderohet të jetë në rritje më të shpejtë. Sipas gjermanëve Shoqata për Prodhuesit (VDMA)⁴, importet e teknologjisë plastike (përfshirë teknologjitë e prodhimit të plastikës) mbeten të larta. Përveç Nigerisë, Bregu i Fildishtë është ndër tregjet më interesante.

² Shoqata e prodhuesve të Plastikës – Faktet 2017

³ Sipas hulumtimit Grand View, 2018

⁴ Raporti VDMA, "Tregu i Plastikës në Afrikë", 2017

Industria e plastikës është me rëndësi kyçe për Evropën. Rreth 60,000 kompani veprojnë në këtë industri duke siguruar mbi 1,5 milion vende pune. Qarkullimi i këtyre kompanive mund të llogaritet me 350 miliardë euro. Industria e përgjithshme evropiane e plastikës ka një bilanc tregtar prej afro 15 miliardë eurosh në 2016⁵. Rreth 60% e prodhimit të plastikës botërore u shfaqën në Evropë (60 milion ton në vitin 2016), kryesisht kryesisht termoplastikë, polyurethanes dhe plastike të tjera, si termosets, ngjitëse, veshës ose mbështjellës. Gjashtë vendet më të mëdha evropiane (Gjermania, Italia, Franca, Spanja, Mbretëria e Bashkuar dhe Polonia) dhe Beneluksi mbulojnë gati 80% të kërkesës evropiane në 2016.

Klasifikimi i llojeve të ndryshme të plastikës u krijua nga Shoqëria e Plastikës (SPI) ⁶ në vitin 1988. Kjo u bë për lehtësimin e identifikimit dhe riciklimit të llojeve të ndryshme të plastikës. Tabela e mëposhtme paraqet shtatë materiale plastike të bazuara në kodet SPI dhe përshkruan shkurtimisht produktet kryesore të këtyre klasifikimeve të ndryshme.

Tabela 1. Llojet e ndryshme të Plastikës dhe Klasifikimi i tyre

Kodi SPI	Produktet kryesore dhe karakteristikat
 PET	Polietilen Tereftalat (PET) zakonisht përdoret për prodhimin e shisheve (ujit dhe pijeve joalkoolike) dhe pajisjeve të tjera shtëpiake si kavanoza mjekësore, litar, veshmbathje dhe fibra qilimash. Ky lloj i plastikës zakonisht riciklohet.
 HDPE	Polietilen me Densitet të Lartë (HDPE) është përdorur për të prodhuar një gamë të gjerë të produkteve të tilla si qumështi dhe pije jo të gazuara, shishe, vaj motorik, shapon, zbutës, shishe sapuni, detergjente dhe zbardhues, kuti për ushqime snak, lodra, kova, tuba të ngurtë, etj. Ky lloj i plastikës konsiderohet si shumë i sigurt dhe përdoret shumë në produktet ushqimore dhe pije. Zakonisht riciklohen, megjithatë, kur riciklohen, nuk është e sigurt që të ripërdoret për produktet që përmbajnë ushqime dhe pije.
 PVC	Polinivil Kloruri (PVC) është materiali bazë i kornizave të dritareve dhe dyerve, përdoret për të gjitha llojet e tubave dhe pllakave, etj. Nganjëherë riciklohet.
 LDPE	Polietilen me Densitet të Ulët (LDPE) përdoret për shumë produkte të tilla si, filma, filma paketimi, shishe shtrydhëse, çantat plastike për ushqim, çanta për ushqim, etj. Nganjëherë riciklohet.
 PP	Polipropileni (PP) është një material i fortë dhe përdoret për të bërë kapakët e shisheve, shishet për produkte ushqimore si për jogurt, keçap, shurup, recetë etj., qese të patateve krisp, mbështjellës të biskotave, arka, vazo për bimë, pipa për pije, etj. Ky lloj plastike riciklohet vetëm herë pas here.
 PS	Polestireni (PS) përdoret zakonisht në produkte të tilla si gotat një përdoruese për kafe, kutitë plastike për ushqim, shumë polistereni, tabaka të farave etj. Ky lloj i plastikës zakonisht riciklohet, por është më i vështirë të riciklohet.
 OTHER	Ky klasifikim përfshin materiale të tjera plastike që nuk janë përcaktuar nga gjashtë kodet e tjera. Përfshin materiale të tilla si Polikarbonat dhe Polilaktid. Në përgjithësi, produktet që janë bërë nga plastika të këtij klasifikimi janë më të vështira për t'u ricikluar.

Polipropileni (PP) dhe polietileni (PE) janë dhe do të mbeten një nga produktet kryesore në industrinë e plastikës, secili duke mbajtur një pjesë prej rreth 20%. në aplikimin⁷ industrial dhe të konsumatorit. Të dyja kishin një prodhim

⁵ Shoqta e prodhuesve të Plastikës – Faktet 2017

⁶ Shoqata e Industrisë të Plastikës (PLASTIKAT)

⁷ Grupi i Kërkimeve të Tregut të PlastikësEurope (PEMRG), 2016

global prej mbi 80 milion ton në vitin 2017. Ky prodhim përdoret kryesisht në sektorin e paketimit, i cili përfshin enë dhe shishe, qese plastike dhe filma plastikë. Ajo gjen përdorim në aplikacione të ndryshme. Bazuar në peshën molekulare të saj, ekzistojnë lloje të ndryshme të polimereve të PE si HDPE dhe LDPE. Për shembull, polimeret e peshës molekulare të ulët të PE gjejnë përdorim në lubrifikantë, polimeret e peshës molekulare të mesme përdoren si dylli i përzier me parafin, dhe polimeret me peshë të lartë molekulare përdoren zakonisht në industrinë e plastikës.

Industria e lulëzuar e paketimit, e nxitur nga kërkesa e lartë nga konsumatorët në ekonomitë në zhvillim, po luan një rol jetësor në nxitjen e kërkesës për plastika si PE dhe PET. Industria e paketimit vlerësohet të jetë segmenti më i shquar i aplikimit (shih Figurën 3) në tregun e plastikës gjatë gjithë periudhës së parashikimit. Ky segment do të përbëjë më shumë 35.0% (në mbarë botën) të të ardhurave të përgjithshme deri në vitin 2025. Megjithatë, ndërtimet si dhe sektorët e konsumit janë fushat e ardhshme më të mëdha të përdorimit të plastikës. Sektorët e tregut të kërkesës për konvertimin e plastikës së BE 28 janë strukturuar në mënyrë të ngjashme si sektori në mbarë botën, ndërsa 40% e konvertimit të plastikës është dedikuar për sektorët e paketimit, e ndjekur nga 20% për ndërtim dhe 10% për aplikimet e automobilistike⁸. Vendet e Ballkanit Perëndimor, si Rumania (vendi i 15-të i prodhuesve të BE27) dhe Bullgaria (vendi i 20-të) luajnë një rol të vogël.

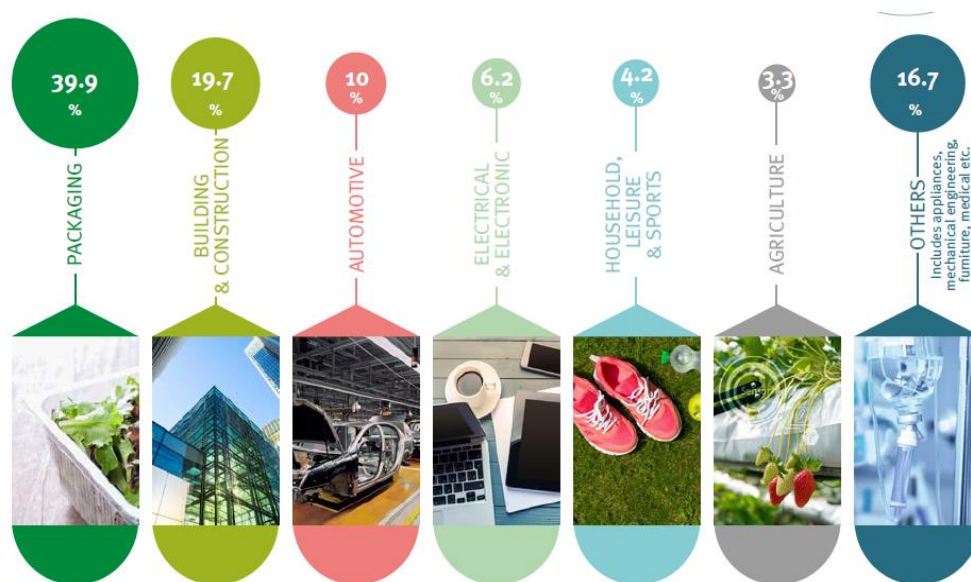


Figure 3. Plastic converter demand market sectors⁶

Tregu global është shumë i fragmentuar në natyrë me pjesën më të madhe të zënë nga ndërmarrjet e mesme dhe të vogla të angazhuara në prodhimin e plastikës. Disa nga prodhuesit kryesorë janë Industria Evonik AG (Gjermani); BASF SE (Gjermani); Korporata e Industrisë në Arabi Saudite (Arabia Saudite); DowDuPont Inc (SHBA), Arkema SA (Francë); Korporata Celanese (SHBA); dhe Industria Toray, përfshirë. (Japoninë).

Mbetjet plastike globale për vitin 2010 ishin 275 milion ton. Kjo shumë tejkalon prodhimin vjetor (270 milion ton) përmes humbjes së plastikës nga vitet e mëparshme. Sa i përket EU28, 42% e mbeturinave të grumbulluara plastike përdoren për rimëkëmbjen e Energjisë, 31% është ricikluar dhe pjesa tjetër (27%) e vendosur nga landfill. Është interesante të theksohet se pjesa e deponimit është zvogëluar rreth 50% gjatë 10 viteve të fundit, ndërsa riciklimi është rritur me 80%.

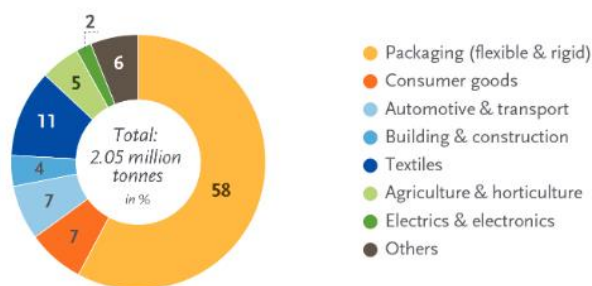
⁸ Association of Plastics Manufacturers, ds – the Facts 2017

Rreth 8 milion ton (3% e mbetjeve plastike vjetore globale) hynë në oqean. Para 1980, riciklimi dhe djegia e plastikës ishte e papërfillshme; 100% u hodh poshtë. Nga 1980 për djegien dhe 1990 për riciklim, normat u rritën mesatarisht me rreth 0.7% në vit. Në vitin 2015, rreth 55% e mbeturinave plastike globale u hodhën poshtë, 25% u dogjën dhe 20% u riciklohen. Duke pasur parasysh faktin se tendencat gjatë viteve të kaluara vazhdojnë, në vitin 2032 mund të ketë më shumë mbeturina plastike të ricikluara sesa hedhur poshtë⁹.

2.2 Trendet Bioplastike dhe Tregjet

Aktualisht, bioplastika përfaqëson rreth 1% të plastikës të prodhuar çdo vit. Sidoqoftë, me rritjen e kërkesës dhe me aplikacione më të sofistikuara plastike të gjelbra dhe produkte të reja, tregu po rritet vazhdimisht. Sipas të dhënave të fundit të tregut të hartuara nga Bioplastikat Evropiane, kapaciteti global i prodhimit të plastikës së gjelbër do të rritet nga rreth 2.05 milion ton në vitin 2017 në rreth 2.44 milion ton në vitin 2022.

Aktualisht, bioplastika përdoret në një numër në rritje të tregjeve, nga paketi, produktet e hotelerisë, konsumit të elektronikës, automobilistikës, bujqësisë/hortikulturës dhe lodrave tek tekstilet dhe një numër segmentesh të tjera. Paketimi mbetet fusha më e madhe e aplikimit për plastikën e gjelbër me pothuajse 60% (1.2 milion ton) të tregut total të gjelbër të plastikës në vitin 2017. Rritja e përdorimit të plastikës së gjelbër në të gjitha segmentet e tregut është nxitur nga rritja e kërkesës për produkte të qëndrueshme konsumatorëve dhe markave, për shkak të vetëdijes në rritje të ndikimit në mjedis dhe nevojës për të zvogëluar varësinë nga burimet fosile. Ajo është e mundur më tej nga avancimet dhe inovacionet e vazhdueshme të industrisë së bioplastikës në materiale të reja me përmirësime të pronave dhe funksionalitete të reja.



Source: European Bioplastics, nova-Institute (2017). More information: www.bio-based.eu/markets and www.european-bioplastics.org/market

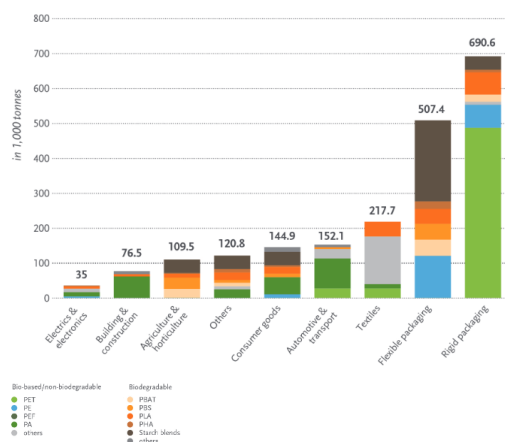


Figura 4. Kapacitetet globale të prodhimit të plastikës së gjelbër (sipas segmentit të tregut)⁹

Biopolimeret inovative si PLA (acid polilaktik) dhe PHA (polihidroksialkanoate) janë nxitësit kryesorë të kësaj rritjeje në fushën e plastikës bio-bazë të biodegradueshme. PHAs janë një familje e rëndësishme e polimerit. PHA-të kanë qenë në zhvillim për një kohë dhe tani më në fund hyjnë në treg në shkallë komerciale me kapacitetet e prodhimit të vlerësuar në trefish në pesë vitet e ardhshme. Këto poliestere janë 100% bio-bazë, të biodegradueshme, dhe shfaqë një koleksion të gjerë të pronave fizike dhe mekanike në varësi të përbërjes së tyre kimike. Kapacitetet prodhuese të PLA parashikohet gjithashtu të rriten me 50% në 2022 krahasuar me vitin 2017. PLA është një material shumë versatil që përmban vetitë e shkëlqyera penguese dhe është në dispozicion në klasën PLA me performancë të lartë që janë një zëvendësim i shkëlqyeshëm për PS (polistiren), PP (polypropilen), dhe ABS (acrylonitril butadiene stirenit).

⁹ Sipas Geyer. et al., (2017)

Shembull Zinxhirët e vlerave dhe performancën e produkteve alternative: Firma me bazë gjermane Fischer Innovative Solution GmbH është prodhuesi i parë në botë që ofron një gamë të sistemeve të gjelbër të bazuara në plastikë bazuar në plastikën e gjelbër. Të paktën 50% e të gjitha produkteve prodhohen me lëndë të parë të rinovueshme. Tabela në vijim ilustron një krahasim mes produkteve tradicionale dhe plastikës së gjelbër të bazuar. Tregon se çmimi për materialin e gjelbër plastike është 15% më i lartë, por produktet (dowels) mund të prodhohen në të njëjtat makina. Kjo është me rëndësi të jashtëzakonshme për të shmangur investimet e mëdha nga prodhuesit e plastikës në makina të reja.

Tabela 2. Produkte tradicionale plastike vs produktet e gjelbra plastike: Fowler Fischer

	Kunj të punuar nga plastika tradicionale	Kunj të punuar nga plastika e gjelbër
Materiale plastike	Najllon	Najllon
Lënda e parë	Burime fosile	Enëz /vaj ricinusi
Metoda e prodhimit	Kallëp injektues	Kallëp injektues
Çmimi	100%	115%

Burimi: DanuBioValNet, BioBased Packaging Workshop 2018, own investigations

2.3 Pasqyrë e industrisë së Kosovës

Ka shumë të dhëna të kufizuara zyrtare në lidhje me madhësinë e sektorit të plastikës në Kosovë. Më e rëndësishmja, nuk ka informacion publik për qarkullimin e plastikës në Kosovë. Ky studim përdor të dhënat e disponueshme nga burime të tilla si Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Agjencia e Statistikave të Kosovës dhe Administrata Tatimore e Kosovës, si dhe disa studime sekondare që mbulojnë këtë sektor.

Bazuar në hulumtimin primar dhe informacionin sekondar të disponueshëm për numrin e kompanive në sektor, autorët e këtij studimi janë përpjekur të vlerësojnë madhësinë e përgjithshme të tregut të sektorit. Ky informacion është vendimtar për sektorin privat, investitorët potencialë, politikëbërësit dhe aktorët e tjerë në Kosovë që mbështesin zhvillimin e sektorit privat.

Profili i kompanive sektoriale

Të dhënat zyrtare të disponueshme tregojnë se numri i ndërmarrjeve aktive në sektorin e plastikës në Kosovë po rritet vazhdimisht. Sipas Agjencisë së Statistikave të Kosovës, në vitin 2018, kishte rreth 534 NVM në sektorin e prodhimit të plastikës në Kosovë. Numri i NVM-ve në vitin 2018 është rritur me 4% krahasuar me një vit më parë, kur sektori numëronte 512 kompani.

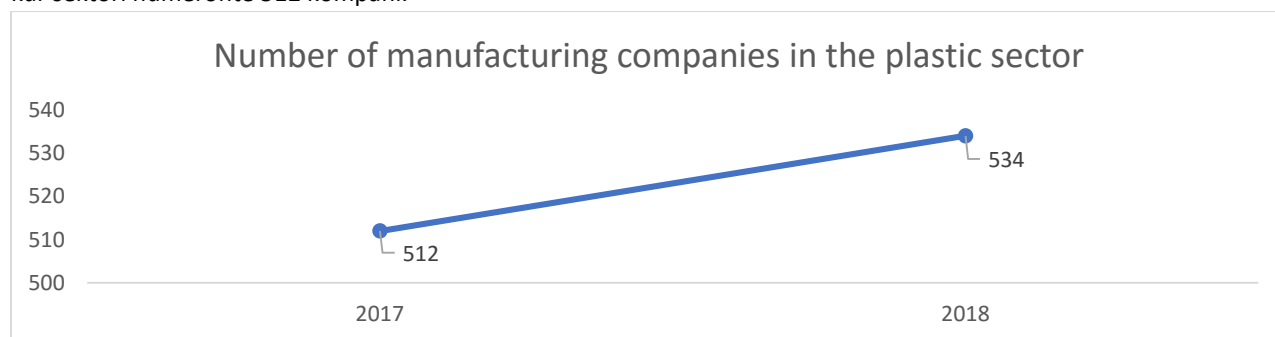


Figure 5. Number of manufacturing companies in the plastics sector in Kosovo, 2016-2018.

Source: MTI and KAS Data, Author's own calculation

NVM-të në sektorin e plastikës në Kosovë janë grupuar në pesë nënsektorë kryesorë. Kjo bëhet sipas klasifikimit të NACE ('Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne'). NVM-të e Kosovës operojnë kryesisht në pesë nën-sektorët e mëposhtëm:

1. Prodhimi i plastikës në format primare (NACE 2016)
2. Prodhimi i pllakave, fletëve, tubave dhe profileve plastike (NACE 2221)
3. Prodhimi i produkteve nga plastika (NACE 2223)
4. Prodhimi i mallrave të paketimit plastike (NACE 2222)
5. Prodhimi i produkteve të tjera plastike (NACE 2229)

Kategoria e parë, prodhimi i plastikës në forma primare, përfshin prodhimin e polimereve, poliamidave, fenoleve dhe granulave, epoksidit, alkidit, poliestrës dhe polieterit, silicit, polimerit dhe prodhimit të celulozës. Në vitin 2018, siç shihet në figurën 6, në këtë kategori kishte 38 NVM aktive, rreth 9% më shumë se në vitin 2017 (35 NVM).

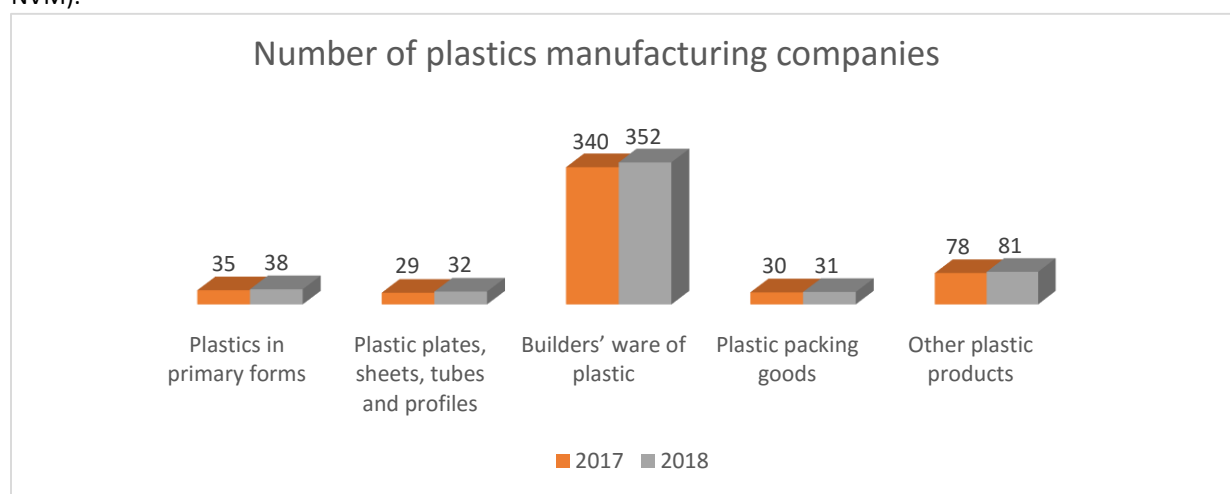


Figure 6. Distribution of plastics manufacturing companies per sub-sector

Source: MTI and KAS Data, Author's own calculation¹⁰

Në kategorinë e dytë, e cila përfshin prodhimin e pllakave plastike, fletëve, tubave dhe profileve, në vitin 2018 kishte 32 kompani aktive, ndërsa në vitin 2017 kjo kategori numëronte 29 kompani. Ky nënsektor përfaqëson rreth 6% të totalit të kompanive të sektorit të plastikës.

Klasifikimi i tretë përfshin prodhimin e produkteve plastike për ndërtim, siç janë dyert, dritaret, profilet dhe produktet e tjera si stiropor etj., që numëron pjesëmarrjen më të lartë në sektorin e plastikës, duke kontribuar në mbi 66% të sektorit të përgjithshëm. një numër i përgjithshëm prej 352 kompanive në vitin 2018. Numri i kompanive në prodhimin e ndërsektorëve të plastikës në sektorin e plastikës ka shënuar rritjen më të madhe në numrin e kompanive gjatë dy viteve të fundit, nga 340 në vitin 2017 në 352 në vitin 2018.

Nën-sektori i katërt i plastikës përfshin prodhimin e mallrave për paketim, që përfshin fletë, filma, çanta plastike, plastike për etiketimin e produkteve dhe paketimin, dhe shishet. Ky nënsektor ka numëruar rreth 31 kompani në vitin 2018. Megjithatë, pavarësisht nga një përqindje më e ulët në industrinë e përgjithshme, është e rëndësishme

¹⁰ Autorët kanë nxjerrë të dhënat në lidhje me numrin e kompanive për nën-sektorin Plastikë në forma primare të bazuara në të dhënat e Administratës Tatimore të Kosovës për numrin e kompanive në këtë nënsektor nga viti 2014-2016 - duke supozuar një nivel konstant të rritjes së kompanive. Për pjesën tjetër të katër nënsektorëve, autorët kanë mbledhur dhe shfrytëzuar të dhëna nga MTI të cilat janë të bazuara në burimet e ASK-së.

të theksohet se ky nënsektor përfaqëson zinxhirin më aktiv të vlerave në vend, duke përfshirë funksione të tilla si grumbullimin e mbeturinave, riciklimi / prodhimin e granulates, dhe prodhimin e produkteve përfundimtare.

Klasifikimi përfundimtar i sektorit të plastikës përfshin prodhimin e produkteve plastike për kuzhinë, ndriçim, zyrë, materiale shkollore, lodra dhe produkte të tjera që nuk i përkasin kategorive të mëparshme etj. Me 81 kompani në vitin 2018 ky nënsektor kontribuon me 15 % e kompanive në sektorin e përgjithshëm të plastikës. Rritja e këtij nënsektori gjatë viteve ka ndjekur një prirje të lartë pozitive, ngjashëm me nënsektorët e tjerë, duke shënuar një rritje mesatare vjetore prej 4% në numrin e ndërmarrjeve ndërmjet viteve 2017 dhe 2018. Duke qenë se ky nënsektor përfshin prodhimin e " mallrave të tjera plastike, me një gamë të gjerë produktesh, është e vështirë të dallosh produktet dhe NVM-të që dominojnë këtë nënsektor.

2.4 Trendet dhe tregjet e industrisë plastike të Kosovës

Tregtia e Kosovës e produkteve plastike ka shënuar një rritje të mprehtë gjatë dekadës së fundit. Rritja e kërkesës për plastikë dhe zbatueshmëria e plastikës në të gjitha industritë ka ndikuar kompanitë e sektorit privat në Kosovë që të investojnë në industrinë e përpunimit të plastikës, siç shihet nga rritja e numrit të bizneseve në sektorin e plastikës, duke kontribuar në rritjen e importit dhe eksportit. Megjithatë, Kosova importon gjithsej më shumë plastike sesa eksportet.

Siç është paraqitur në figurën 7, nga rreth 133 Mil EUR në vitin 2015, importet e përgjithshme të plastikës kanë arritur në 182 Mil EUR në 2018. Eksportet janë në një nivel shumë më të ulët, por me një rritje të konsiderueshme, nga rreth 11 Mil EUR në vitin 2015 duke regjistruar rreth 29 Mil EUR e eksporteve në vitin 2018.¹¹

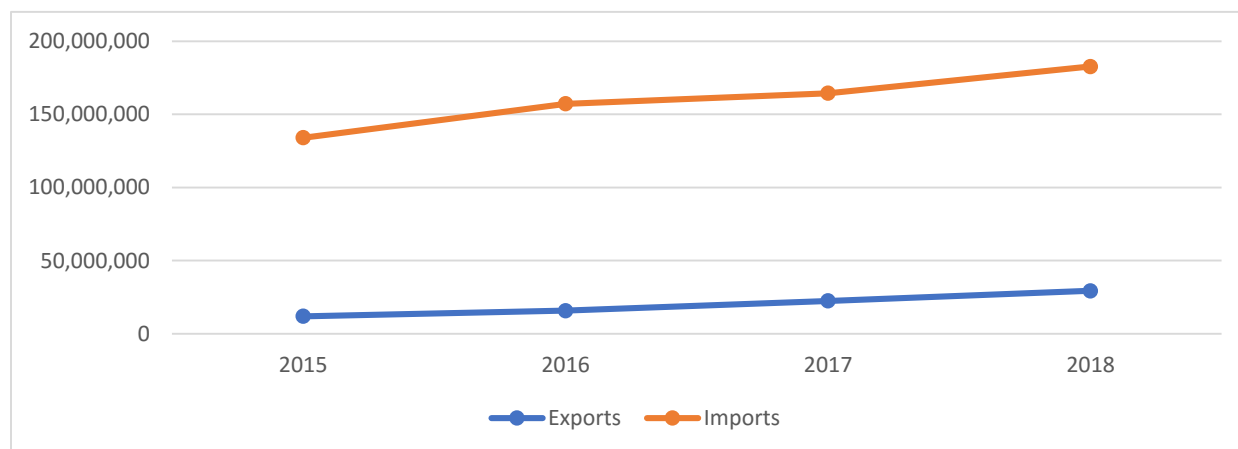


Figure 7. Kosovo plastics sector imports and exports trend, 2015-2018
Source: Author's own calculation, Kosovo Customs Data

¹¹ Të dhënat e eksportit dhe importit janë përpiluar duke përdorur kodet e të dhënave të doganave të Kosovës, nën sektorin e Prodhimit të Plastikës..

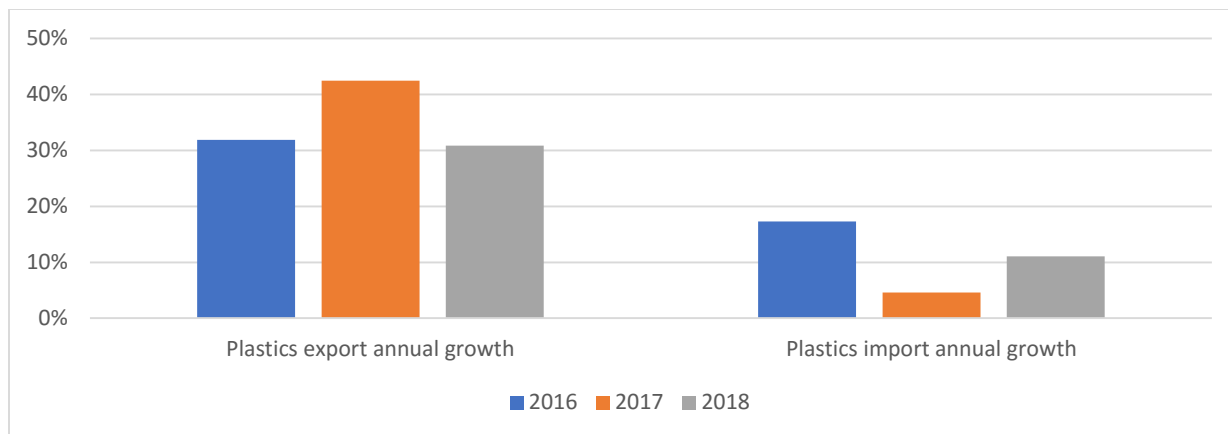


Figure 8. Kosovo Plastics Industry Import and Export annual growth, 2016-2018

Source: Author's own calculation, Kosovo Customs Data

Duke parë tendencën e rritjes (shih Figurën 8), eksportet e plastikës tregojnë një perspektivë premtuese, me një rritje mesatare vjetore prej rreth 35% midis 2016 dhe 2018. Importi i plastikës gjithashtu ka shënuar një rritje të vazhdueshme, por me norma shumë më të ulëta dhe në rënie, me një mesatare vjetore prej rreth 10%.

Raporti i eksporteve të mallrave të plastikës në importet e plastikës është rritur ndjeshëm, nga rreth 8% në 2015 në rreth 16% në vitin 2018 (Figura 9). Eksportet e sektorit të plastikës po arrijnë shumë më shpejt krahasuar me trendin e gjithmbarshëm të tregtisë së vendit, pasi raporti i totalit të eksporteve të Kosovës ndaj importeve u rrit nga rreth 8% në vitin 2015 në vetëm rreth 10% në vitin 2018. Ndërsa importet e plastikës po ndjekin trendët e përgjithshme të importit.

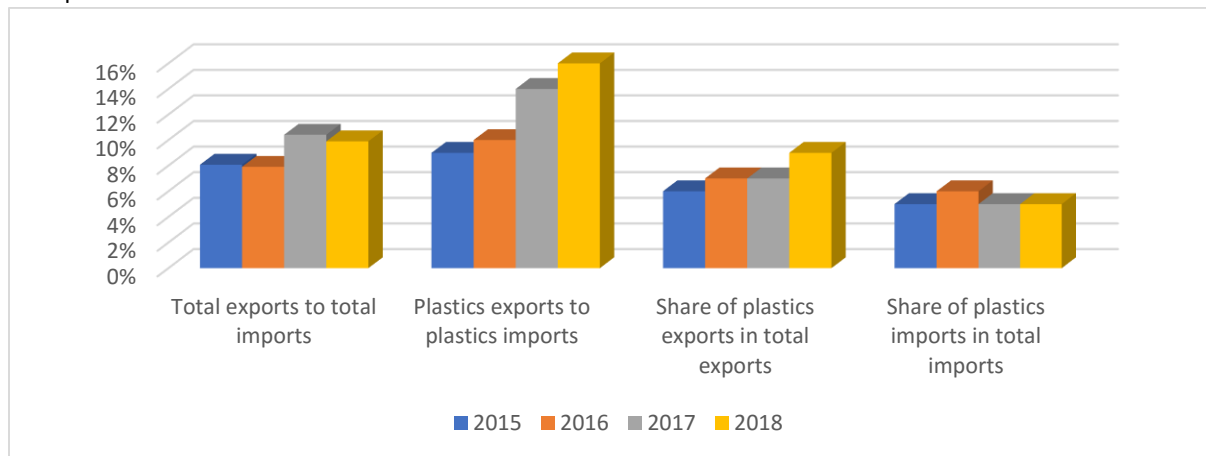


Figure 9. Kosovo Plastics Industry, Market Trends, 2015-2018

Source: Author's own calculation, Kosovo Customs Data

Duke marrë parasysh tregjet e eksportit, Figura 10, tregon se vendet e BE dhe CEFTA janë tregjet kryesore të synuara për produktet plastike të Kosovës. Eksporti në vendet e BE është trefishuar gjatë tre viteve të fundit, nga 5 Mil EUR në 2015 në rreth 15 Mil EUR në vitin 2018. Në vendet e rajonit, duke përfshirë të gjitha vendet nën Marrëveshjen e Tregtisë së Lirë të Evropës Qendrore (CEFTA), eksportet u rritën nga 6 Mil EUR në vitin 2015 në rreth 13 Mil EUR në vitin 2018. Eksporti në të gjitha vendet e tjera është shumë më i ulët, duke arritur në rreth 1.2 Mil EUR në vitin 2018.

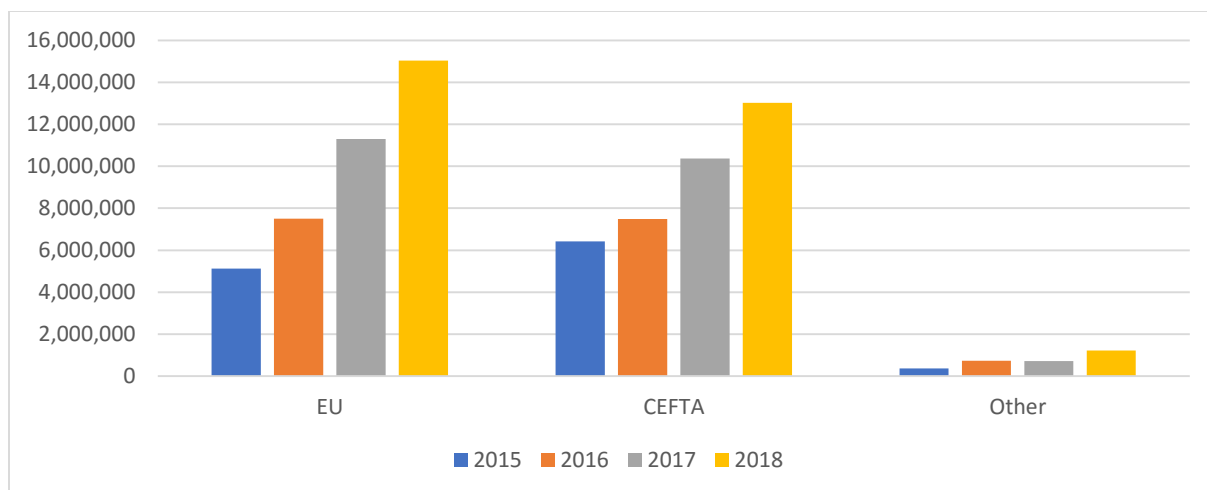


Figure 10. Kosovo plastics sector export, by region, 2015-2018

Source: Author's own calculation, Kosovo Customs Data

Figura 11 më poshtë përshkruan tregjet kryesore të importit. Vlera më e lartë e plastikës në vitin 2018 importohet nga vendet e treta, ose rreth 74 Mil EUR. Rajoni i dytë më i rëndësishëm për importet janë vendet e BE-së, të cilat në vitin 2018 llogariten për 72 Mil EUR. Importet nga rajoni ndryshonin midis 32 dhe 40 Mil EUR ndërmjet 2015 dhe 2018.

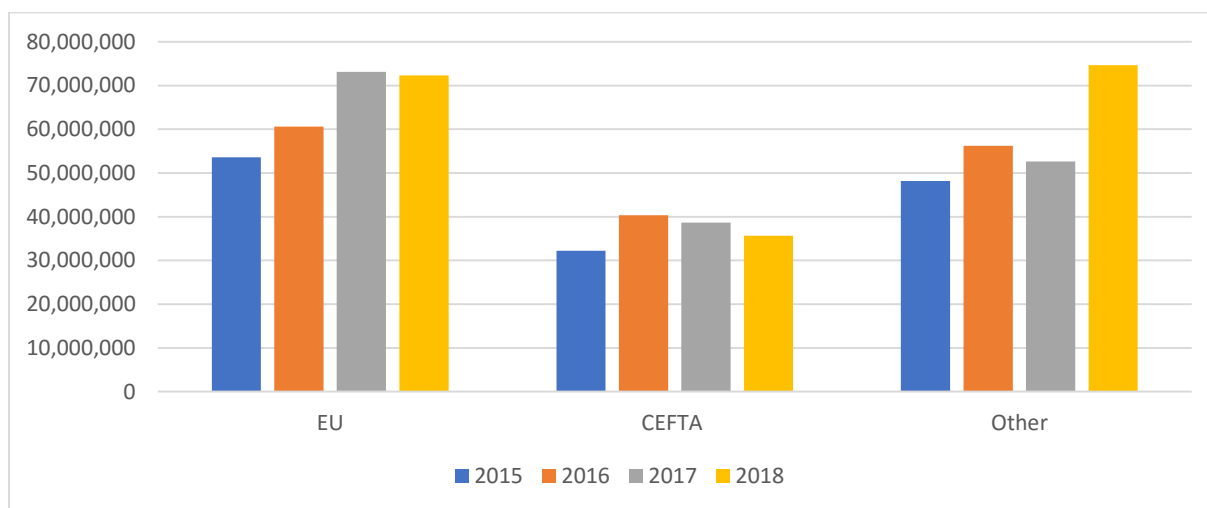


Figure 11. Kosovo plastics sector imports, by region, 2015-2018

Source: Author's own calculation, Kosovo Customs Data

Për një analizë më të detajuar të tregtisë së industrisë së plastikës shqyrtohen nënsektorët kryesorë. Grupet e produktit (nënsektorët) përcaktohen dhe analizohen duke ndjekur kodet e produkteve të përdorura nga Dogana e Kosovës, të cilat janë të harmonizuara me Statistikat e Tregtisë Ndërkombëtare të Kombeve të Bashkuara, Sistemet e Përshkrimit të Harmonizuar të Mallrave dhe Kodet (HS). Sipas sistemit të kodimit HS të Doganës së Kosovës, analizohen grupet në vijim.

1. Prodhimi i plastikës në formë primare
2. Prodhimi i tubave, gypave, tubave dhe pajisje të tyre plastike
3. Prodhimi i ndërtuesve të plastikës (dyer dhe dritare, pajisje, profile, etj)
4. Prodhimi i paketimeve plastike (Produkte plastike për paketim (filma, pllaka, fletë, fletë paketimi, qese plastike, shishe, etj)
5. Prodhimi i produkteve të tjera plastike (Produkte plastike për amvisëri, tualete, zyra, lodra, etj)

Figura 12 më poshtë tregon tendencat e eksportit në pesë nën-sektorët e plastikës, midis 2015-2018. Një rritje e vazhdueshme tregohet qartë nga dy kategori produktesh, siç janë **Plastika që përdoret në ndërtimtari dhe produktet e plastikës për paketim**.

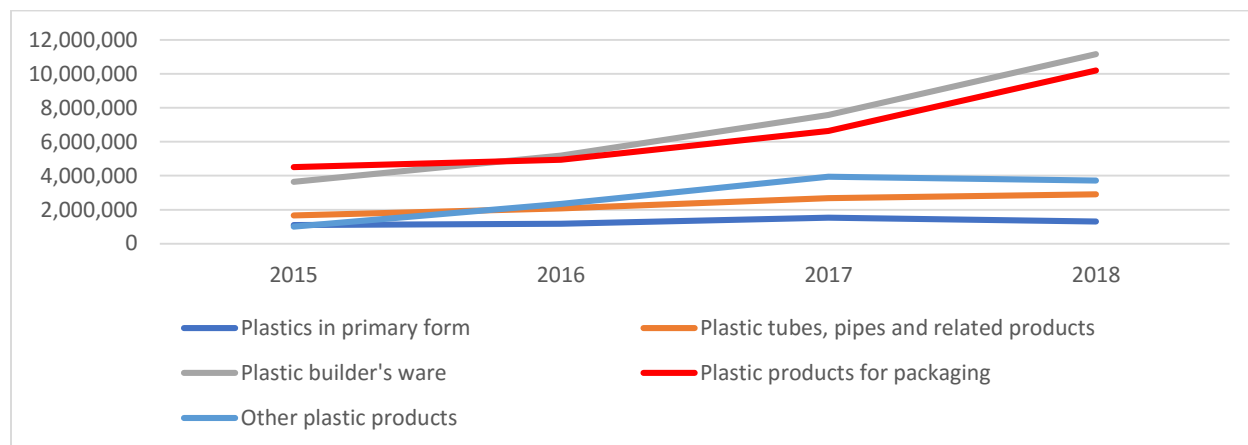


Figure 12 Plastics sector exports, by sub-sector, 2015-2018

Source: Author's own calculations, Kosovo Customs Dataset

Ndër të gjitha kategoritë, Plastika që përdoret në ndërtimtari ka shënuar eksporte pozitive neto në 2018, me mbi 11 Mil EUR të eksporteve (7.4 Mil EUR të importeve). Eksporti i produkteve plastike për paketim ka arritur në 10.2 Mil EUR në 2018, ndërsa importon rreth 40 Mil Eur. Tubat e plastikës, tubacionet dhe produktet e lidhura me to, kanë arritur rreth 2.9 Mil EUR të eksporteve dhe rreth 18 Mil EUR importet në vitin 2018. Eksportet e produkteve të tjera plastike janë relativisht të vogla (3.7 Mil EUR) krahasuar me importet në vitin 2018 (29 Mil EUR) Deficiti më i madh tregtar është në nënsektorin e plastikës në formë primare.

Trendet e rritjes së eksportit, sipas nënsektorit, të paraqitura në Figurën 13, tregojnë një pikëpamje shumë pozitive për dy nga pesë nënsektorët, kryesisht për plastikën që përdoret në ndërtimtari dhe produktet plastike për paketim. Eksportet e artikujve të ndërtuesve plastike u rritën me një normë mesatare rritjeje prej 45%, midis 2016 dhe 2018, ndërsa eksportet e produkteve plastike për paketim kanë shënuar një rritje mesatare vjetore prej 35%. Eksportet e tubave dhe gypave të plastikës kanë një normë mesatare rritjeje prej 21% midis 2016 dhe 2018, por një rritje negative në 2018 (-5%). Eksportet e produkteve të tjera plastike arritën kulmin e rritjes në vitin 2016 (132%), pasuar nga normat në rënie në 2017 (69%) dhe 2018 (-7%).

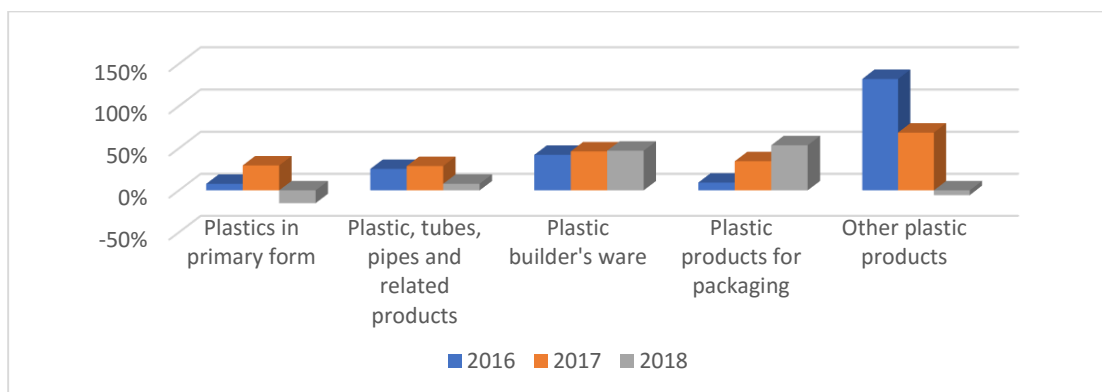


Figure 13. Plastics exports annual growth, by sub-sector, 2016-2018

Source: Author's own calculation, Kosovo Customs Data.

Tregjet e eksporteve ndryshojnë në të gjithë nënsektorët (Figura 14). **Plastika që përdoret në ndërtimtari përbën pjesën më të madhe të eksporteve në tregun e BE, me Zvicrën dhe Gjermaninë si destinacionet kryesore eksportuese.** Një pjesë e vogël e eksporteve po futen në vendet e CEFTA-s, kryesisht në Shqipëri, dhe pjesa tjetër në tregje të tjera, ku Kazakistani është destinacioni kryesor. **Dyert plastike dhe dritaret janë produktet më të eksportuara në këtë kategori.**

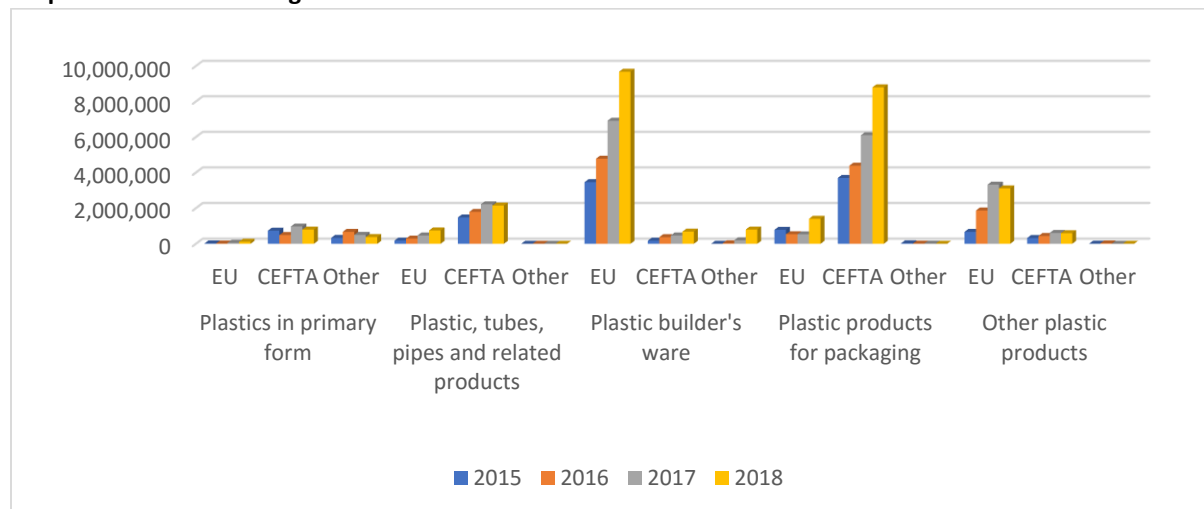


Figure 14. Kosovo plastics exports, by sub-sector and export region, 2015-2018

Source: Author's own calculation, Kosovo Customs Data

Në nënsektorin e tubave plastike, gypave dhe produkteve të ndërlidhura, eksportet kryesore janë në vendet e CEFTA-s, me një përqindje shumë më të vogël të eksporteve në tregun e BE-së. Shumica e tubave dhe gypave plastike po eksportohen në Shqipëri, ndërsa Bullgaria është përgjegjëse për shumicën e gypave të eksportuara në BE. **Prodhimet plastike për paketim kanë pasur rritje të vazhdueshme të eksporteve në vendet e CEFTA-s. Filmat plastike, fletët dhe pllakat janë produktet më të eksportuara në këtë kategori, kryesisht në Maqedoninë Veriore.** Në tregun e BE, eksportet në Kroaci dhe Rumani kanë kontribuar në një rritje të konsiderueshme të eksporteve në 2018.

Produktet e tjera plastike kryesisht eksportohen në BE (kryesisht në Gjermani). Ndërsa **plastika në formë primare kryesisht eksportohet në Maqedoninë Veriore dhe Turqi.** Për të dy kategoritë, pasi një pjesë e madhe e produkteve është koduar 'mallra të tjera' plastike, është e vështirë të dallosh produktet që mbizotërojnë eksportet.

3. ANALIZAT E ZINGJIRIT TË VLERËS

3.1 Harta e Zinxhirit të Vlerës së Sektorit

Harta e zinxhirit të vlerës së sektorit të plastikës është përshkruar më poshtë në Figurën 15. Harta kryesore e zinxhirit të vlerave paraqitet me tri funksione kryesore, të cilat gjithashtu kanë qenë fokusi i anketës së studimit. Funkcioni i hyrjes përbëhet nga dy lloje të ndryshme të roleve (të cilat nuk janë ekskluzive në Kosovë), kompanitë e riciklimit (që janë gjithashtu prodhuesit e plastikës në formë primare) si dhe kompanitë e importit. NVM-të prodhuese mund të gjenden në pesë nën-sektore. Së fundi, ka kompani të transportit, më të rëndësishmet nga të cilat janë ato që transportojnë mallra për eksport. Sektori i plastikës në Kosovë është kryesisht i paorganizuar, megjithatë ka shërbime në treg në lidhje me financat, marketingun, aftësitë dhe teknologjinë dhe shërbimet e informacionit të tregut. Shërbimet në lidhje me financimin dhe marketingun përdoren në një masë të konsiderueshme të madhe. Përfundimisht, mjedisi i përshtatshëm karakterizohet kryesisht nga ligjet dhe rregulloret, si dhe sistemi i taksave dhe tarifave, ndërkohë që kompanitë janë organizuar rrallë në shoqatat e anëtarësimit të biznesit (BMOs) dhe standardet e cilësisë nuk zbatohen shumë shpesh.

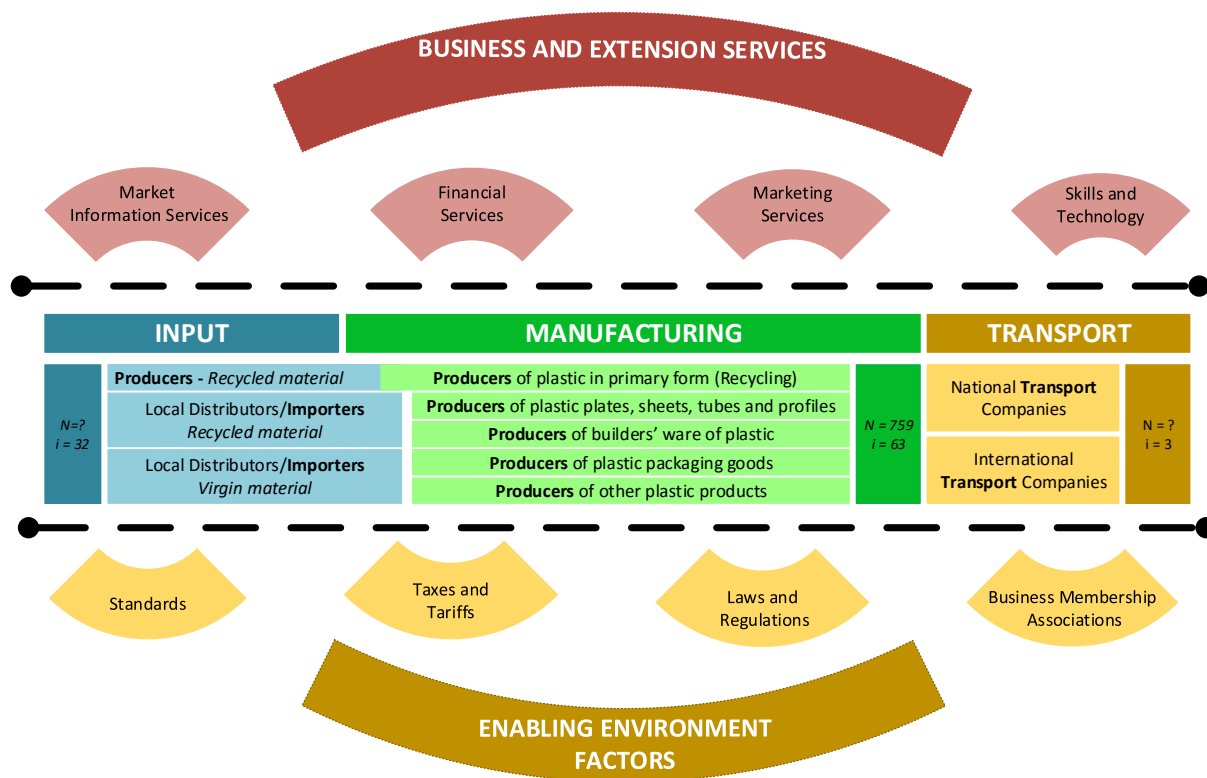


Figura 15. Harta e zinxhirit të vlerës së sektorit të plastikës

Nyjet e ndryshme të zinxhirit të vlerës së prodhimit të plastikës ilustrohen në figurën 16. Ndërsa të dyja nyjet e para (polimeri i furnizimit - materiali i papërpunuar ose i ricikluar, si dhe përzjerja / zgjerimi i fibrave) zakonisht mbulohen nga furnizuesit, tre nyjet e ardhshme zakonisht mbulohen nga prodhuesit. Aktorët që mbulojnë nyjen e aplikacionit janë përdoruesit e fundit (blerësit). Menaxhimi i pajisjeve të përdorura shpesh organizohet nga grumbulluesit dhe / ose firmat e riciklimit.

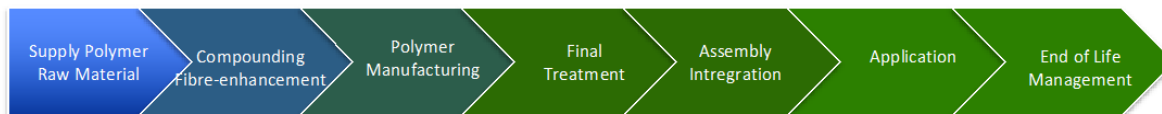


Figura 15. Nyjet e një zinxhiri të vlerës prodhuese të plastikës

Analiza e zinxhirit të vlerës bazohet kryesisht në gjetjet

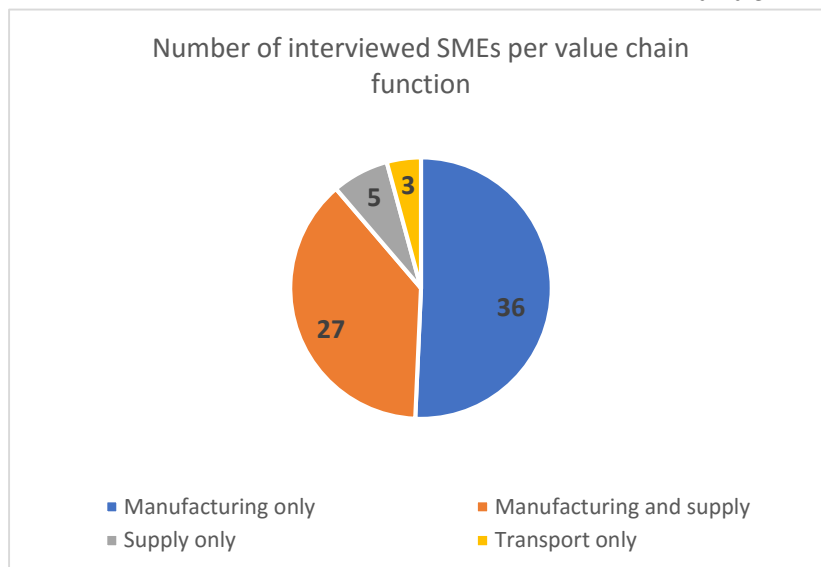


Figure 16. Number of SMEs per value chain function

nga anketa. Disa nga 71 ndërmarrjet e intervistuar kanë më shumë se një funksion zinxhiri të vlerës. Grafiku vijues paraqet numrin e SME-ve për funksionin e zinxhirit të vlerës, ku një NVM mund të ketë më shumë se një funksion. Ekipi i anketimit ka intervistuar 36 NVM që janë të përfshirë vetëm në rolin e prodhimit, ndërsa 27 ndërmarrjet e mbetura prodhuese gjithashtu organizojnë importin e lëndës së parë dhe / ose janë të përfshirë në riciklimin e plastikës. Janë intervistuar pesë NVM që specializohen vetëm në funksionin e furnizimit dhe tre janë të përfshirë vetëm në funksionin e transportit. (Figura 17).

3.2 Analizat e Zinxhirit të Vlerës: Furnizim

Për të analizuar furnizimin me produkte plastike primare, ky studim shikon të dy kompanitë prodhuese dhe çështjet e tyre me furnizimin dhe kompanitë që furnizojnë produktet primare plastike. Industria e plastikës NVM-të në Kosovë në përgjithësi janë të përfshirë në të dyja funksionet e furnizimit dhe prodhimit. Nga 71 NVM të intervistuar, vetëm 5 NVM (7%) janë të specializuara vetëm në funksionin e furnizimit, kryesisht rreth importit dhe shpërndarjes së produkteve primare plastike. Nga ana tjetër, rreth 43% (27 nga 63) të ndërmarrjeve të intervistuar të NVM-ve gjithashtu janë të përfshirë në furnizimin me produkte plastike primare, që do të thotë se ato kanë dy funksione të zinxhirit të vlerës.

Në përgjithësi, ekzistojnë dy lloje të funksioneve të furnizimit. Njëra përfshin importin e produkteve primare plastike, të cilat mund të përfshijnë një gamë të gjerë produktesh, por kryesisht përqendrohen në PVC, HDPE, LDPE, Polypropylene. Në këtë kategori, produktet primare përgjithësisht importohen në formën e granulave, fletëve, filmave, profileve ose kornizave. Lloji i dytë i funksionit të furnizimit përbëhet nga kompanitë që riciklojnë mbeturinat plastike dhe prodhojnë plastikë të ricikluar në format primare të granulave ose fletëve/filmave. Këto funksione të furnizimit nuk tregojnë se kompanitë kanë vetëm një ose funksion tjetër, në të vërtetë ka shumë raste kur kompanitë janë të përfshira në të dyja funksionet e furnizimit - si importues të plastikës dhe prodhuesit/ricikluesit.

3.2.1 Kërkesa për lëndën e parë - Perspektiva e prodhuesve të furnizimit

Shumica e prodhuesve të plastikës në Kosovë punojnë nëpërmjet ndërmjetësve për furnizimin me produkt primar. Kjo përbën rreth 90% të kompanive të intervistuar. Sa i përket importeve të lëndëve të para, 27% kanë deklaruar se e organizojnë furnizimin plotësisht (16%) ose pjesërisht (11%) direkt përmes importeve. Përkundër kësaj, shumica e kompanive prodhuese (85%) mendojnë se është më mirë të organizohet furnizimi dhe importi i lëndës së parë, ndërsa vetëm 15% preferojnë të punojnë me ndërmjetësuesit.

Materiali më i lartë i lëndës së parë i raportuar është PVC, në 37% të prodhuesve, e ndjekur nga granula, kryesisht në materialet HDPE dhe LDPE, me 18% të kompanive prodhuese. Shumë kompani (rreth 25%) nuk ishin në gjendje të përcaktojnë llojin e materialit, prandaj duke iu referuar vetëm si 'plastike'. Kur shikojmë nënsektorët, për të

prodhuar tuba, gypa dhe produkte të ngjashme, HDPE dhe PVC janë materialet kryesore të kërkuara, prodhuesi e produkteve nga plastika janë me bazë PVC, ndërsa në rastin e produkteve plastike për paketim përdoren HDPE, LDPE dhe PVC si lëndë e parë për prodhim. Prodhuesit e tjerë të plastikës përdorin kryesisht PVC, por në raste edhe HDPE, LDPE dhe PP.

Tabela3. Materialet kryesor të përdorur, nënsektori

Nën-sektorët	Type of material
Tuba plastike, gypa dhe produkte të ngjashme	HDPE dhe PVC
Plastika që përdoret në ndërtimtari	Kryesisht PVC
Produkte plastike për paketim	HDPE, LDPE dhe materiali i tretë PVC
Produkte të tjera plastike	PVC materiali kryesor, në raste HDPE, LDPE dhe PP

Source: Author's own calculation, survey data

Një gjetje e rëndësishme ka të bëjë me origjinën e lëndëve të para, ku vendi dominues i origjinës është Gjermania. Përmenden materiale të lëndëve të para me origjinë nga vende të tjera, por në shumë pak frekuenca janë: Kroacia, Greqia, Bullgaria, Polonia dhe Italia. Kjo tregon se tregu i Kosovës vlerëson cilësinë e lëndës së parë, me një preferencë të fortë në produktet gjermane.

Është e rëndësishme të theksohet se lënda e parë e importuar nga vendet e BE-së është kryesisht në formë të profileve të gatshme dhe si material i pastër (rrëshirë). Ndërsa plastika e ricikluar në formë primare kryesisht prodhohet në vend ose importohet nga rajoni.

Kompanitë prodhuese, mungesën e fleksibilitetit dhe rregullat administrative të doganës i vlerësojnë si kufizimet më të mëdha në lidhje me furnizimin me lëndë të parë. Mungesa e fleksibilitetit ka të bëjë me sasinë e dërgesave dhe mënyrën e pagesave, ndërkohë që vonesat në dogana dhe kërkesat specifike të dokumentacionit raportohen si pengesa shumë të larta. Cilësia dhe koha e dorëzimit të produkteve primare vlerësohen si barriera e tretë dhe e katërt, ndërsa kostoja e lëndës së parë është perceptuar si pengesa më i vogël për furnizimin me lëndë të parë.

3.2.2 Furnizimi me lëndë të parë - Perspektiva e furnitorëve

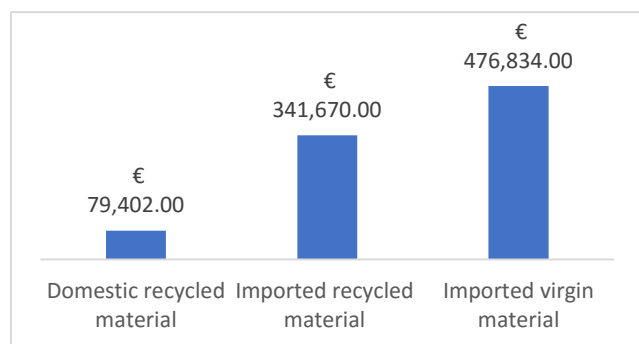


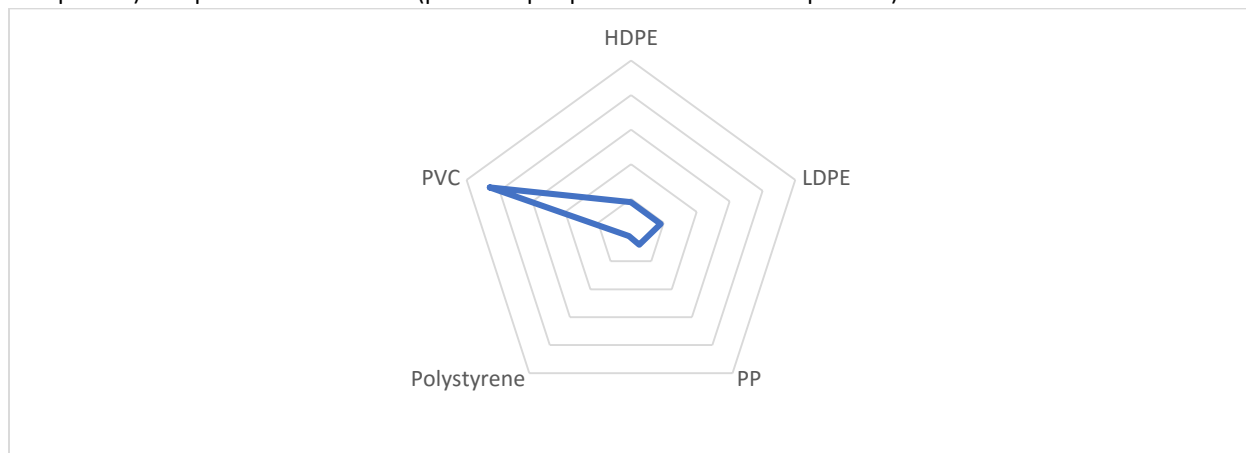
Figure 17. Average value of supplied raw material per SME

Source: Author's own calculation, survey data

është rreth 79,400 euro. Vlera mesatare e materialit të ricikluar të importuar është 341,670 euro, ndërsa vlera mesatare vjetore e materialit të pastër të importuar është 476,834 euro. **Është e rëndësishme të theksohet se vlera mesatare e lëndës së parë të importuar tejkalon vlerën mesatare të qarkullimit të firmave.** Kjo mund të jetë një rast nëse supozojmë se firmat mund të kenë rritur vlerën e importeve për të përmbushur një kërkesë në rritje për periudhën e ardhshme. Megjithatë, të dhënat duhet të konsiderohen me kujdes në raport me vlerat nominale të raportuara.

Për qëllimet e këtij studimi, janë intervistuar 32 NVM që veprojnë në funksionin e furnizimit të zinxhirit të vlerës. Nga këto 32 NVM-të, shumica e tyre (84%) punojnë gjithashtu si prodhues për produkte plastike përfundimtare dhe vetëm 16% (5 NVM) janë fokusuar ekskluzivisht në furnizimin me lëndë të parë. Vlera e raportuar e prodhimit primar është 7.6 milionë, nga të cilat 18% i shtohen materialit të ricikluar vendas, 45% llogaritet për materialin e ricikluar të importuar (të dominuara nga një kompani) dhe 38% për materialin e importuar të pastër. Siç shihet nga Figura 18, vlera mesatare e materialit vjetor të ricikluar të furnizuar

Siç shihet në Figurën 19, polivinilklorid (PVC) është material i cili përdoret më së shumti nga kompanitë e intervistuar. Veçanërisht, PVC përdoret nga 75% e NMV-ve të intervistuar. Polietileni është materiali i dytë i shfrytëzuar, ku 19% e kompanive të intervistuar përdorin HDPE dhe 16% LDPE. Së fundi, Polypropylene është materiali më pak i përdorur, vetëm në 9% të rasteve. Është me rëndësi të përmendet se asnjëra nga NVM-të e intervistuar nuk përdorin materiale të tjera plastike, të tilla si polistireni (përdoret për prodhimin e produkteve të stiroporave) dhe polietileni tereftalat (përdoret për prodhimin e shisheve plastike).



*Figura 19. Intensiteti i përdorimit të materialeve
Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit*

Origjina e importeve është kryesisht Gjermania. PVC (riciklohen) është materiali më i importuar nga Gjermania. Kjo përsëri konfirmon gjetjen se ka një preferencë të fortë në materialin gjerman për produkte të lidhura me PVC, siç janë dyert dhe dritaret. **Vendi i dytë i preferuar i importit për furnizuesit është Maqedonia Veriore.** Në rastin e Maqedonisë Veriore, ekziston një tendencë e fortë për të importuar materiale të lidhura me HDPE. Së fundi, Italia dhe Turqia duket se janë vende me origjinë me intensitet të tretë më të lartë, ndërsa vendet e tjera me origjinë të importit (p.sh. Shqipëria, Serbia, Bosnja dhe Hercegovina, etj.) përmenden në raste individuale. Lidhur me organizimin e importit, gjysma e kompanive të intervistuar raportojnë të importojnë në baza të rregullta dhe të ruajnë produktet në shtëpi krahasuar me gjysmën tjetër që importon produkte "vetëm në kohë" sipas rasteve të nevojave. **Kostoja e transportit raportohet si kostoja kryesore e importit, e ndjekur nga dogana, detyrimet e importit dhe taksat.**

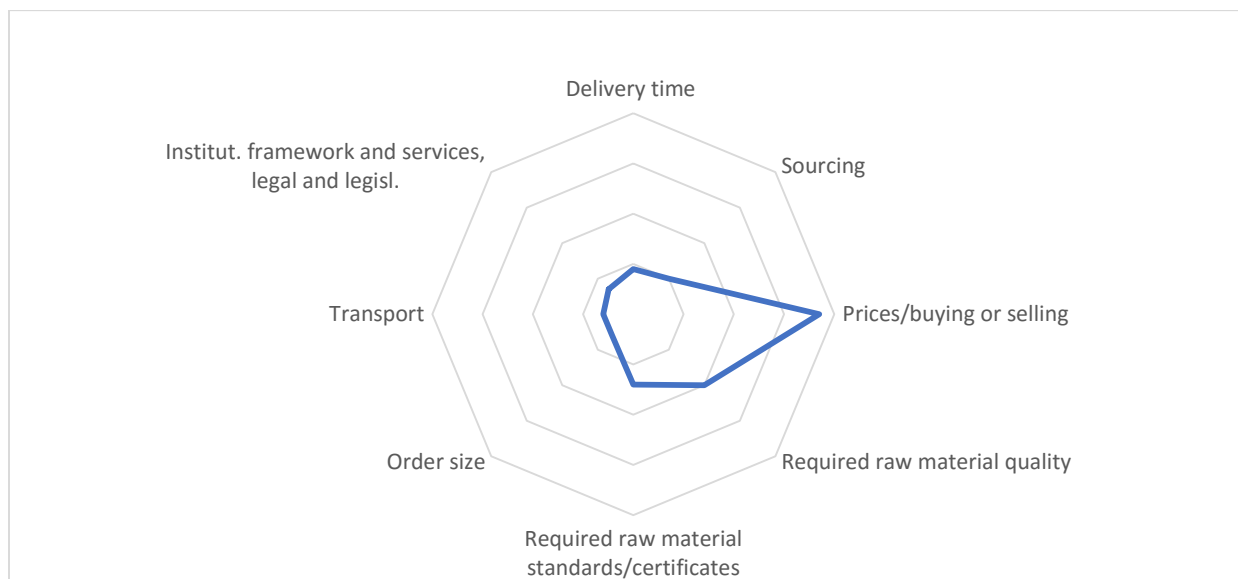
Pjesa e mëposhtme dhe grafikët e mëposhtëm paraqesin kufizimet e kompanive që merren me riciklimin dhe prodhimin e lëndës së parë dhe kompanitë që importojnë lëndë të para. Nga kompanitë e intervistuar furnizimi u kërkua që të rendisin tre kufizimet më të rëndësishme për aktivitetin e tyre të biznesit. Për të vlerësuar madhësinë e kufizimit, frekuenca e kufizimit u shumëzua me renditjen përkatëse (ku racionalizmi është analizuar ndërmjet 1 dhe 3, 1 është më i ulëti dhe 3 kufizimi më i madh).

Cilësia e kërkuar e lëndës së parë është kufizimi më i lartë për kompanitë e riciklimit (Figura 20). Ndërmarrjet e intervistuar kanë përmendur se nuk janë të kënaqur me cilësinë e produktit të ricikluar dhe kjo mund të jetë si për shkak të cilësisë së produktit primar (në këtë rast mbeturinave apo granulave) ashtu edhe për shkak të procesit të riciklimit dhe makinerisë. Kufizimi me intensitetin e dytë më të lartë ka të bëjë me çmimet, ku kompanitë e riciklimit kanë theksuar se çmimet e inputeve janë shumë të larta dhe çmimet në përgjithësi (shitja dhe blerja) janë të paqëndrueshme. Pengesa e mëposhtme ka të bëjë me kohën e dorëzimit, ku kompanitë deklarojnë se ata përballen me vonesa në përmbushjen e urdhrave. Transporti raportohet si i kushtueshëm dhe është i kufizimit të intensitetit të ngjashëm me madhësinë e porosisë. Së fundi, edhe paqëndrueshmëria me furnizimin me energji elektrike është raportuar si një sfidë.



*Figura 20. Kufizime për kompanitë e riciklimit
Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e sondazhit*

Çmimet e larta të inputeve dhe paqëndrueshmëria e çmimeve deri tani është kufizimi më i shpeshtë i raportuar për kompanitë që importojnë produkte primare plastike (Figura 21). Kompanitë importuese kanë raportuar, me më pak intensitet, se kërkojnë më shumë lëndë të para. **Kufizimi i tretë më i lartë i intensitetit ka të bëjë me standardet dhe certifikatat e lëndës së parë, ku disa kompani kanë theksuar se nuk kanë informacion të standardeve të përshtatshme për lëndën e parë.** Kufizimet e tjera, që janë shënuar me më pak intensitet janë: vonesat në urdhrat dhe profesionalizmin e furnizuesve.



*Figura 21. Kufizimet për furnizimin e importeve
Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e sondazhit*

Ndërmarrjeve të intervistuar i'u kërkua që të radhitnin materialin më fitimprurës. Interesante, PVC duket si zgjedhja e parë në 69% të rasteve, e shoqëruar nga HDPE në 16% të rasteve. Si një material plastik fitimprurës me zgjedhje të dytë, 16% e kompanive raportojnë LDPE, ndërsa është për tu habitur që 28% e kompanive të intervistuar raportojnë (ose si zgjedhje e parë ose e dytë) se alumini është një produkt fitimprurës.

Rreth 72% e ndërmarrjeve të intervistuar që merren me furnizim me plastikë kanë treguar se kanë bashkëpunim të rregullt të biznesit, 59% të rasteve me kompanitë kombëtare dhe 13% me kompanitë ndërkombëtare. Pjesa tjetër e 28% e kompanive kanë deklaruar se nuk kanë ndonjë bashkëpunim të rregullt të biznesit, gjë që nënkupton se ata organizojnë furnizimin për qëllimet e tyre të prodhimit.

Një gjetje interesante është në lidhje me përdorimin e shërbimeve të mbështetjes së biznesit, ku asnjëra prej kompanive nuk bashkëpunon me aktorë, si Universitetet, Institutet Kërkimore / Laboratorët, të cilat ofrojnë ekspertizë profesionale dhe shërbime mbështetëse të ngjashme. Për më tepër, vetëm 6% e furnizuesve të intervistuar janë anëtarë të organizatave të anëtarësimit të biznesit, të cilat tregojnë se ky funksion i zinxhirit të vlerave të industrisë është kryesisht i paorganizuar.

Në përgjithësi, kompanitë e furnizimit dhe/ose riciklimit, ballafaqohen me sfidën e cilësisë, si në aspektin e lëndëve të para për riciklim dhe materialit të ricikluar të importuar. Transporti dhe logjistika gjithashtu janë një çështje tjetër që ndikon në performancën e sektorit. E fundit por jo më pak, organizimi i sektorit formal është shumë i dobët.

3.3 Analizat e Zinxhirit të Vlerës: Prodhuesit

NVM-të e Industrisë të plastikës në Kosovë në përgjithësi janë të përfshira në të dyja funksionet e furnizimit dhe prodhimit në zinxhirin e vlerës. Nga 71 NVM të intervistuar gjithsej, 63 NVM janë të përfshira në prodhim. Bazuar në llojet e produkteve që kompanitë kanë raportuar, ato janë kategorizuar në katër nënsektorë kryesorë të prodhimit, siç ilustron Figura 22. Rreth 11% e kompanive të intervistuar prodhojnë tuba plastikë, tubacione dhe produkte të ndërlidhura, shumica e kompanive i takon nënsektorit të prodhuesve të produkteve nga plastika (70%), 8% e kompanive prodhojnë produkte të paketimit të plastikës (8%) dhe 11% të kompanive prodhojnë produkte të tjera plastike. Kompanitë që i përkasin prodhimit të plastikës në formë primare kategorizohen në analizën e zinxhirit të furnizimit, duke përfshirë vetëm 5 NVM (7% të mostrës) të specializuar vetëm në funksionin e furnizimit, kryesisht rreth importit dhe shpërndarjes së produkteve plastike primare dhe rreth 4% (27 nga 63) të NVM të prodhimit të intervistuar janë të përfshirë në furnizimin me produkte plastike primare.

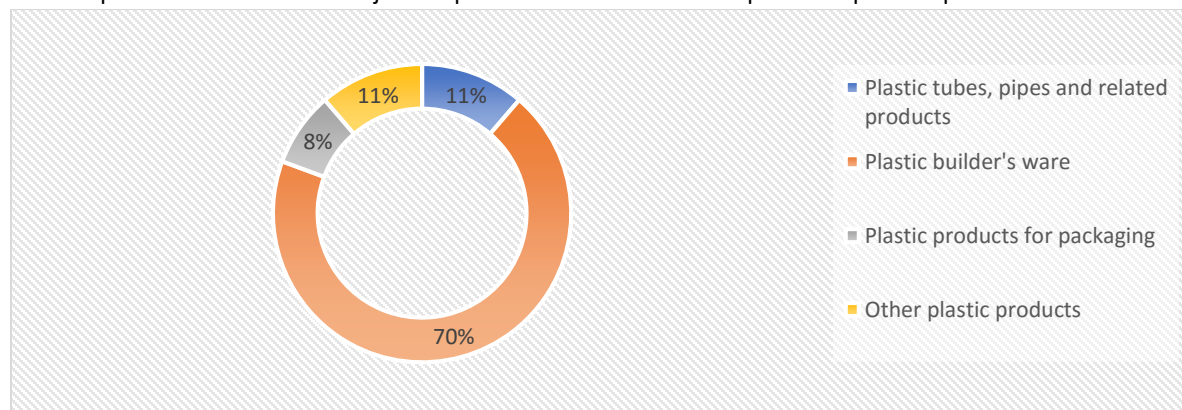


Figura 22. Akcionet e kompanive të prodhimit të intervistuar sipas nënsektorit
Burimi: Përlogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Shumica e kompanive të intervistuar janë të një madhësie të vogël, me 6-10 punonjës, siç shihet në Figurën 23.

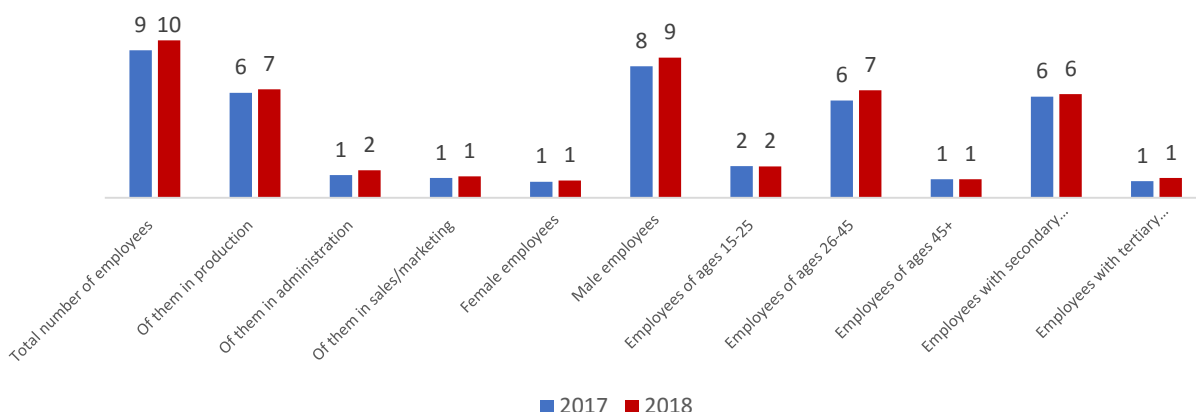


Figura 23. Numri mesatar i të punësuarve, sipas kompanisë, departamentit, moshës, edukimit.
Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Kutia 1. STUDIMI I RASTIT 1: Ndërmarrja A

Kjo ndërmarrje ka më shumë se një dekadë që nga krijimi dhe është e specializuar në produktet e polimereve, kryesisht në prodhimin e qeseve plastike, thasë, fletëve dhe filmave. Tregu lokal është fokusi kryesor, me mbi 90% të shitjeve të përgjithshme, dhe pjesa tjetër e produkteve eksportohet në vendet rajonale dhe në BE. Aktualisht ndërmarrja punëson mbi 40 punëtorë me orar të plotë dhe ka një qarkullim prej rreth 2 milionë euro.

Investimet në makineri dhe objekte, përvoja e fituar gjatë viteve dhe rrjeti i shpërndarjes solide ofrojnë një avantazh konkurrues për këtë kompani. Procesi i prodhimit të qeseve plastike dhe qeseve për mbeturina është i pranishëm në disa nivele të zinxhirit të vlerës brenda vendit. Në kundërshtim me produktet e tjera plastike ku bëhet vetëm një pjesë e prodhimit në Kosovë, prodhimi i qeseve plastike përfshin në mbledhjen e mbeturinave të vendit, riciklimin dhe prodhimin e grimcave dhe përpunimin e produkteve finale në thasë dhe thasë. Prandaj, përfitimi mund të shkojë deri në tre nivele të zinxhirit të vlerës. Tregu lokal ofron mundësi të kufizuara rritjeje rreth zëvendësimit të importit.

Mundësitë rreth eksportit janë dukshëm më të larta, megjithatë kërkesat për eksport janë shumë më të larta në aspektin e cilësisë. Për më tepër, kërkesat promovime dhe lidhje të gjera për të arritur veçanërisht blerësit evropianë. Megjithatë, me nivelet e pagave dhe të taksave aktuale, si dhe eksportin pa doganë, kompanitë kosovare janë shumë konkurruese për eksport në tregjet evropiane. Me kërkesat mjedisore në rritje, kompanitë kosovare që veprojnë në këtë sektor kanë një mundësi të përqëndrohen në produkte të riciklueshme dhe ekologjike (p.sh. alternativat plastike të bazuara në fabrikë). Kjo mund të arrihet veçanërisht në bashkëpunim me investorët e huaj, gjë që gjithashtu mund të garantojë tregjet për prodhuesit.

Operimi në tregun lokal pothuajse gjithmonë shoqërohet me probleme me pagesat e vonuara. Kompanitë në këtë sektor përballen me kërcënime të mëdha që rrjedhin nga ndryshimet e mundshme rregullatore që mund të ndalojnë ose kufizojnë përdorimin e produkteve me bazë plastike. Qeveria e Kosovës po kërkon aktualisht mundësi për të ndaluar ose taksuar qeset plastike në përpjekjet e tyre për të adresuar çështjet mjedisore. Veprime të tilla mund të jenë shkatërruese për ndërmarrjet që punojnë në këtë sektor dhe do të kërkojnë investime të menjëhershme për ndryshimin e prodhimit në produkte më miqësore ndaj mjedisit.

Kjo dhe ndërmarrjet e ngjashme që veprojnë në këtë sektor mund të përfitojnë shumë nga shërbimet në përmirësimin e cilësisë dhe qëndrueshmërisë së produktit dhe promovimin e eksporteve. Për më tepër, për shkak të kërcënimeve të ndryshimit rregullator, duke u përshtatur gradualisht drejt produkteve plotësisht të riciklueshme dhe sidomos plastike është një perspektivë e rritjes strategjike. Duke qenë i vetëdijshëm për ndryshimet eventuale rregullatore dhe shkaktuar nga ndryshimet e tregut global në industrinë e plastikës, në një investim të përbashkët me një investor ndërkombëtar, kompania synon të krijojë një prodhim të ri të orientuar nga eksporti i produkteve

Mesatarisht, numri i përgjithshëm i të punësuarve në vitin 2017 ishte nëntë, ndërsa mesatarja u rrit në 10 në vitin 2018. Shumica e punonjësve u fokusuan në prodhim, mesatarisht gjashtë në 2017 dhe shtatë në 2018. Sa i përket gjinisë, numri mesatar i punonjësve meshkuj është rritur nga 2017 deri 2018, ndërkohë që numri mesatar i femrave të punësuar nuk është rritur. Për më tepër, numri mesatar i meshkujve të punësuar është shumë më i lartë se femrat në këtë industri. Shumica e punonjësve i përkasin moshës 26-45 vjeç, me gjashtë mesatarisht në vitin 2017 dhe shtatë mesatarisht në vitin 2018. Mesatarisht, numri i të punësuarve me arsim të mesëm është më i lartë në këto kompani, krahasuar me numrin mesatar të punonjësve që kanë arsim fillor ose arsimin terciar. Vetëm tetë kompani pretendonin se kishin punonjës që kishin përfunduar vetëm arsimin fillor.

3.3.1 Tregjet vendore dhe ato eksportuese - Perspektiva e prodhuesve

Ndërmarrjet e intervistuar në sektorin e prodhimit kanë raportuar rreth 7% rritje në punësim nga viti 2017 deri në vitin 2018. Figura 24 tregon shifrat e punësimit për secilin nën-sektor për 2017 dhe 2018, tubat plastike, gypat dhe pajisjet e tjera të ngjashme përbëjnë rritjen më të lartë, duke raportuar një rritje prej 25%, pasuar nga produktet plastike për paketim (rreth 15%), ndërsa dy nënsektorët e tjerë nuk kanë përjetuar ndryshime të rëndësishme në aspektin e punësimit.

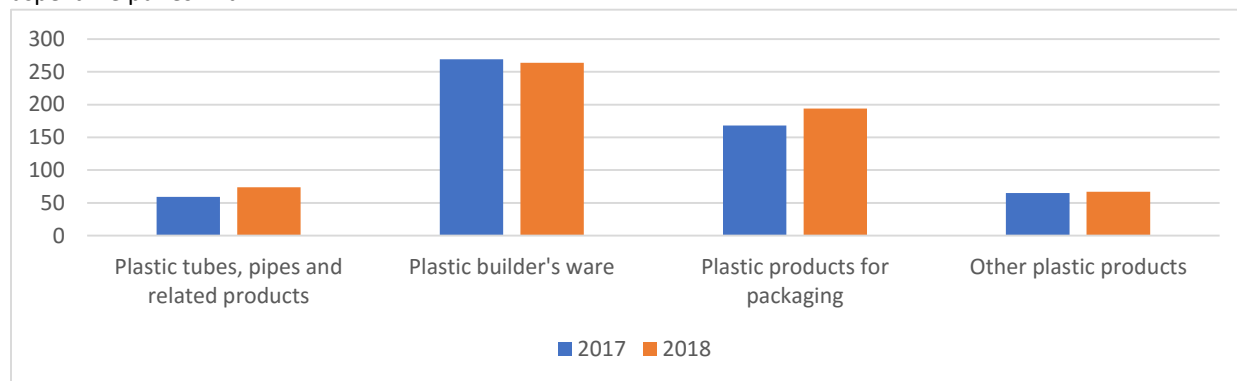


Figura 24. Numri i të punësuarve sipas nënsektorit, 2017 - 2018.

Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Sasia (tonet) e plastikës së prodhuar është rritur me 22% midis 2017 dhe 2018. Siç është paraqitur në figurën 25, rritja mesatare më e madhe raportohet në nënsektorin e tubave, gypave dhe produkteve të tjera të ndërlidhura. Një rritje më e ulët raportohet nga kompanitë që prodhojnë produkte plastike për paketim, ndërkohë që pothuajse asnjë ndryshim nuk raportohet nga prodhuesit e tjerë të plastikës.

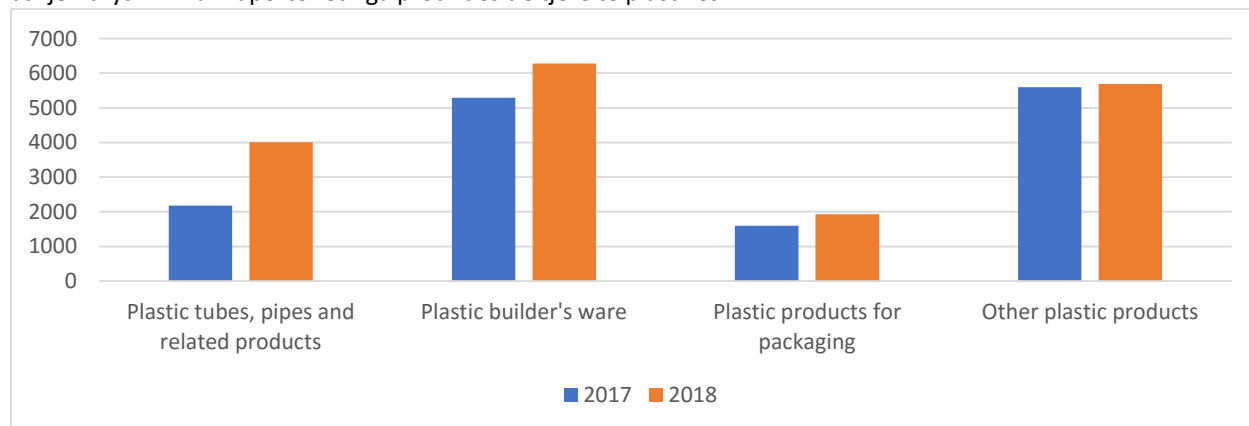


Figura 25. Sasia mesatare e plastikës së prodhuar në ton, 2017-2018

Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Duket se në nënsektorët e tubave dhe plastikës për paketim një rritje në sasinë e prodhuar ka nxitur rritje në punësim. Ndërsa, ky nuk është rasti në sektorin e prodhuesit të produkteve nga plastika. Një shpjegim racional është se kompanitë e produkteve nga plastika po përdorin forcën e njëjtë të punës për të prodhuar më shumë lëndë plastike, ose janë më efikase dhe produktive kur merren me punë shtesë. Asnjë nga nënsektorët nuk shfrytëzon plotësisht kapacitetet, me një mesatare prej 72%. Shfrytëzimi më i lartë i kapaciteteve është raportuar nga kompanitë në paketimin e produkteve plastike (81%) dhe më e ulëta nga nënsektori i prodhuesit tjetër plastik (60%). Prodhuesit e tubave dhe kompanitë ndërvepruese të ndërtuesit kanë raportuar shfrytëzimin aktual të kapaciteteve me 74% dhe 76% respektivisht. Ndër faktorët kryesorë që ndikojnë në shfrytëzimin e kapaciteteve, siç tregohet në Figurën 26, kompanitë e anketuara tregojnë se përdorimi i kapaciteteve prodhuese kryesisht varet nga mundësitë e tregut dhe konkurrueshmëria e çmimeve. **Këto gjetje sugjerojnë që në të gjithë prodhuesit e plastikës të nën-sektorit kanë potencial për rritje pa investime të mëtutjeshme në kapacitete në një afat të shkurtër, nëse kapacitetet ekzistuese shfrytëzohen plotësisht. Sidoqoftë, nëse planifikojnë të rriten më tej kapacitetet ekzistuese dhe shumica e firmave parashikojnë një rritje prej mbi 30% në periudhat e ardhshme, investimi, si në teknologjinë e prodhimit, hapësirën prodhuese, stafin dhe do të jetë e nevojshme një linjë e re e prodhimit.**



Figure 18. Factors affecting capacity utilisation
Source: Author's own calculation, survey data

Ndër produktet kryesore, në nënsektorin e tubave, gypave dhe produkteve të ndërlidhura, **tuba dhe zorrë të përdorura për ujërat e zeza, uji, mbrojtja elektrike janë produktet kryesore**, por duket se ka tendencë për të prezantuar edhe lloje të tjera të produkteve siq janë qeset plastike (Figura 27). Në nënsektorin e prodhuesit të

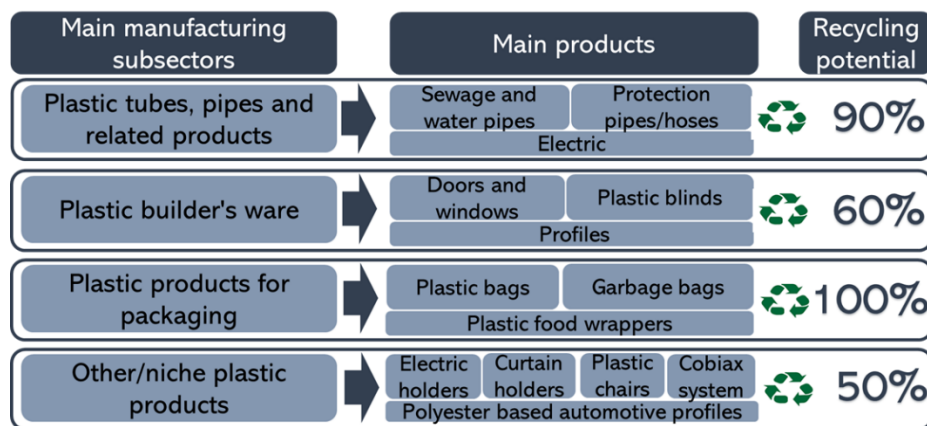


Figura 27. Produktet kryesore, sipas nënsektorit dhe potenciali i tyre i riciklimit
Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e sondazhitBurimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

produkteve nga plastika, **dyert dhe dritaret, roleta dhe profilet plastike**, janë produkte kryesore, por kompanitë gjithashtu raportojnë të punojnë me xham dhe alumin si produkte plotësuese. Në prodhimet plastike për paketim, kompanitë kryesisht prodhojnë qese plastike, qese për mbeturina dhe produkte të paketimit të ushqimit (p.sh. mbështjellës

plastikë), por gjithashtu ka tendencë për të futur lloje të tjerë të produkteve, si karriget për studim dhe produktet e paketimit të bëra nga shumë shtresa, **letër ose alumin (of laminates like plastic film combined with aluminium film)**. Ndërsa prodhuesit plastikë të të gjitha produkteve të tjera raportojnë prodhimin e mbajtësve elektrikë dhe të perdeve, roletë plastikë, sistemin kobix për ndërtim, karrige plastike.

Sa i përket riciklimit të produkteve apo materialeve, potenciali më i lartë raportohet nga prodhuesit e produkteve plastike për paketim që konsiderojnë se produktet e tyre janë 100% të riciklueshme pas përdorimit të tyre, pasuar nga tuba dhe gypat (90%), ndërsa produktet që i përkasin plastikës që përdoret në ndërtimtari dhe produkte të tjera plastike kanë potencial më të ulët të riciklueshmërisë, respektivisht 60% dhe 50%. Një përjashtim është për qeset plastike të bëra nga materiali bio-degradues (aditivë), të cilat nuk mund të riciklohen, sipas Direktivës të Ministrisë së Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor të Kosovës, nëntor 2013¹². **Në përgjithësi, kompanitë duket se kanë fokus në produktet e sektorit që ata i përkasin, duke u përpjekur që të specializohen, me disa prej tyre duke shfrytëzuar mundësinë të prezantojnë lloje të tjera të produkteve. Rezultatet gjithashtu sugjerojnë për një potencial të lartë për riciklimin e produkteve plastike në Kosovë.**

3.3.2 Pengesat në prodhim dhe eksport

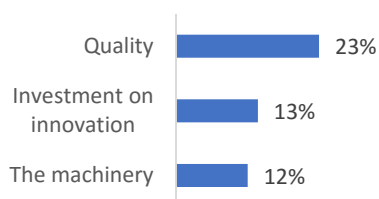


Figura 28. Kufizime në arritjen e prodhimit më të mirë dhe më të lartë

Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Siç shihet në Figurën 28, kufizimet kryesore me të cilat përballen kompanitë gjatë përpjekjeve për të arritur prodhim më të mirë dhe më të lartë janë sfidat me cilësinë e produkteve (23%), investimet në inovacion (13%) dhe makineritë (13%), të gjitha të lidhura me kapacitetin e prodhimit dhe teknologjinë. **Të gjitha këto kufizime lidhen me aftësitë e ndërmarrjes për të financuar futjen e produkteve të reja ose makinerisë.** Sa i përket sistemit financiar, **sektori i financave është i vendosur mirë, me një rënie të normave të interesit për kreditë tregtare gjatë viteve të fundit.** Përveç kësaj, si një mekanizëm mbështetës për projektet me rrezik të lartë, **Qeveria e**

Kosovës, e mbështetur nga Agjencitë Ndërkombëtare Donatore, ka themeluar Fondin për Garantimin e Kredive të Kosovës, si rrezik mekanizëm blerjeje që mbulon 50% të rrezikut potencial për kreditë përkatëse të lëshuara nga bankat tregtare. qasje më të lirë në financa për kompanitë e sektorit privat.

Sa i përket çmimeve më të ulëta (Figura 29), kufizimet kryesore të identifikuar ishin kriteret e cilësisë si burim rritës kostoje (14%), mbështetje nga institucionet, marrja e mbështetjes potenciale përmes granteve ose skemave të tjera mbështetëse që mund të mbulojnë një pjesë të rrezikut të ndërmarrjes 14%), dhe kostot e lëndës së parë (12%). NVM-të e intervistuar u pyetën për avantazhet e tyre konkurruese në lidhje me tregun lokal dhe atë të eksportit. Gjetjet janë paraqitur në Figurën 30, **ku cilësia e produkteve, çmimi, përpikëria, urdhrat e mëdha**

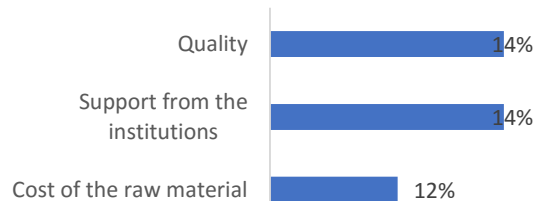


Figura 29. Kufizimet për çmime më të ulëta
Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

¹² Sa i përket Direktivës së Ministrisë së Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor të Kosovës ([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)) kompanitë duhet të përdorin një aditiv specifik, i njohur si material oxo-degradues, që e bën materialin plastik një produkt të vetë degradueshëm. Qëllimi kryesor i Direktivës ishte kontrolli i nivelit të mbeturinave të plastikës në mjedis. Sidoqoftë, ka argumente, se ai vetëm konverton një produkt plastik ndotës të dukshëm në një ndotës të padukshëm. Përveç kësaj, ajo zvogëlon potencialin për riciklimin e qeseve plastike. Bioplastika Evropiane (EUBP), shoqata e industrisë së bioplastikës në Evropë, prej kohësh paralajmëron për efektet e dëmshme të plastikës oksiduese në mjedis, si dhe dëmtimin e mundshëm të reputacionit dhe të kuptuarit të plastikës me të vërtetë të biodegradueshme. Duke pranuar konkluzione të tilla, në vitin 2018, Komisioni Evropian ka njoftuar një proces për të kufizuar përdorimin e okso-plastikës në BE.

fleksibël dhe dizajni inovativ janë përparësitë kryesore që kompanitë e intervistuar kanë theksuar për tregun e eksportit. Nga ana tjetër, vështirësitë për të eksportuar nga Kosova, shpenzimet e transportit, shumë të vogla me ofrimin e shpejtë dhe kohën e dorëzimit janë disavantazhet kryesore që kompanitë e intervistuar kanë theksuar në lidhje me eksportimin.

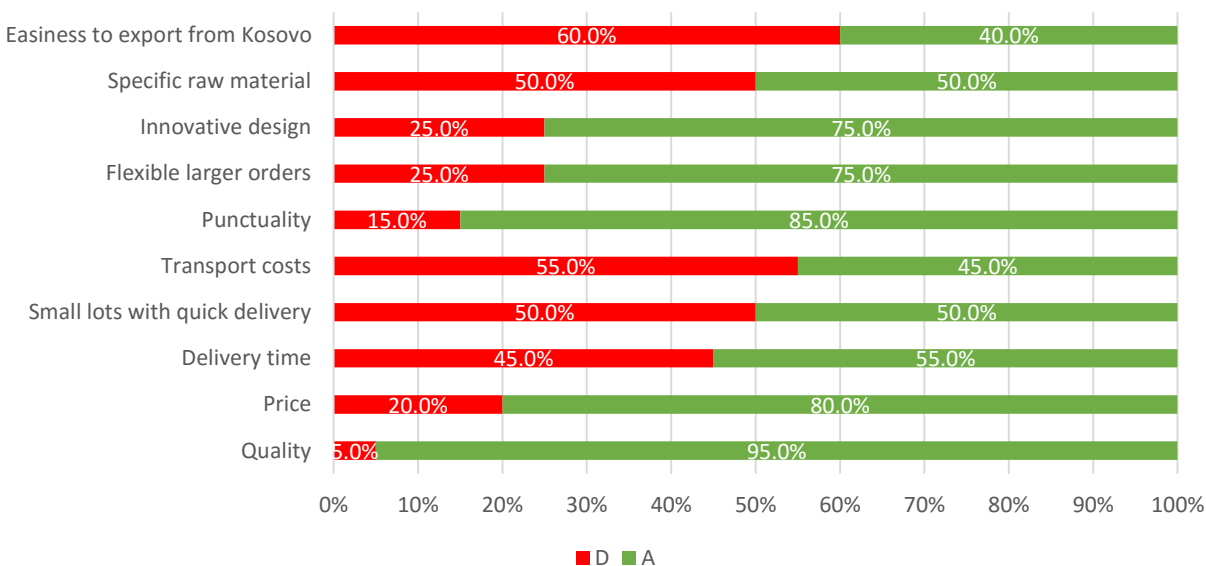


Figura 19. Nga lista e mëposhtme, cilat janë avantazhet kryesore konkurruese për eksportin dhe tregun lokal?
Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e sondazhit

Kutia 2. STUDIMI I RASTIT 2: Ndërmarrja B

Kjo ndërmarrje është themeluar në vitin 2000 dhe përqendrohet vetëm në eksportet. Është e specializuar në produktet e poliestrës, siç janë produktet e brendshme të automobilave, produktet për industrinë specifike ose produktet e tjera specifike të poliestrës sipas kërkesës. **Produkte fascinuese janë prodhuar dhe eksportuar në tregjet evropiane nga kjo ndërmarrje, duke përfshirë produktet e brendshme dhe të përparme të automjeteve, pjesët e dyshemeve për trena, pjesët për kontejnerë të mëdhenj të mbeturinave, e kështu me radhë.** Nuk ka kufizime praktike në çfarë lloji të produkteve të poliestrës kjo ndërmarrje mund të prodhojë, forma të produktit ose pjesëve të produktit janë të dizajnuara në bazë të kërkesës së blerësve.

Një nga elementët kryesorë të suksesit për këtë procesor është një kompani filial që vepron në të njëjtën industri në BE. **Kompania është një histori e suksesshme e një partneriteti midis Kosovës dhe diasporës së saj, ku tregu sigurohet kryesisht nga ndërmarrja degë në BE dhe përpunimi përfundon në të dy kompanitë në Kosovë dhe në BE.** Kjo siguron një avantazh të madh konkurrues për kompaninë me bazë në Kosovë për shkak të faktit se negociatat për produkte kryhen nga kompania e lidhur me BE, e cila paraqet një kredibilitet dhe besueshmëri më të lartë për blerësit e mundshëm evropianë. **Operimi i një kompanie të tillë në Kosovë është i suksesshëm për shkak të përballueshmërisë së fuqisë punëtore dhe nivelit të ulët të taksave.** Niveli i pagave dhe tatimit mbi të ardhurat në Kosovë është dukshëm më i ulët në nivelin e BE-së. Kostoja e energjisë elektrike mund të jetë gjithashtu një avantazh; megjithatë, ajo paraqet një kërcënim në të njëjtën kohë për shkak të paqëndrueshmërisë së furnizimit dhe çmimit relativisht të lartë të energjisë elektrike. **Kjo kompani importon lëndën e parë nga BE, përfundon procesin e prodhimit në Kosovë dhe pastaj eksporton produktin përfundimtar (i cili përfaqëson një produkt gjysëm të përpunuar për blerësit e fundit) në BE.** Politikatat tatimore, veçanërisht importet pa taksë për lëndën e parë, janë gjithashtu një avantazh i madh, i cili plotësohet nga eksporti pa doganë në BE që rrjedh nga marrëveshja e MSA-së.

Disa nga sfidat kryesore me të cilat ballafaqohet kjo ndërmarrje lidhen me kontrollin e cilësisë dhe njohuritë. Për shkak se prodhimi i produkteve bazohet në kërkesën e blerësve, zakonisht përfshin kërkesa shumë specifike dhe kërkesa me cilësi të lartë. Kjo sfidë theksohet më tej kur merret parasysh kualifikimi i fuqisë punëtore. **Ekziston një nivel i ulët i punëtorëve të aftë në Kosovë dhe mungesa e profesioneve të specializuara.** **Ndërmarrja gjithashtu ka vendosur të punojë me kompaninë rajonale të transportit, e cila mund të ofrojë shërbime shumë të qëndrueshme dhe cilësore krahasuar me homologët kosovarë.**

Kjo ndërmarrje paraqet një shembull shumë të suksesshëm të industrisë. **Ajo regjistron eksportet mbi 2 milion Eur dhe punëson rreth 100 punëtorë me orar të plotë.** Vepron në një objekt modern, i cili është ndërtuar plotësisht në vitin 2017.

Përvoja e eksportit dhe ekspertiza specifike e prodhimit i ofrojnë kësaj ndërmarrje mundësi të mëdha për eksport, veçanërisht në tregun e BE. **Mbështetja me shërbimet e promovimit të eksportit mund t'i a lehtësojë kësaj ndërmarrjeje rritjen, veçanërisht duke pasur parasysh se nuk shfrytëzon plotësisht kapacitetet dhe posedon një strukturë të dytë për zgjerimin e prodhimit.**

3.3.3 Qarkullimi i Industrisë të Prodhimit të Plastikës dhe Punësimi

43 nga 62 firmat prodhuese kanë raportuar qarkullim, në tregjet e brendshme dhe të eksportit për të dy vitet e raportimit. Sa i përket shitjeve të eksportit, 22 nga 62 kompani (35%) të sektorit të prodhimit të plastikës kanë raportuar se kanë eksportuar gjatë vitit 2017 dhe 2018. Megjithatë, vetëm 15 nga 22 kompani kanë dhënë informacion mbi vlerën e qarkullimit të eksportit për të dy vitet raportuese.

Për analizën e sektorit mesatar dhe qarkullimit të kompanisë, firmat (n = 10) që kanë raportuar qarkullimin mbi dhjetë herë më të lartë ose më të ulët se qarkullimi mesatar i përgjithshëm konsiderohen si të jashtme dhe përjashtohen nga analiza. Rrjedhimisht, për analizë ne marrim në konsideratë 33 firma të anketuara, 19 që raportojnë vetëm qarkullimin vendor dhe 14 raportojnë edhe eksportin ashtu edhe qarkullimin vendor.

Tabela 4 më poshtë tregon qarkullim për kompanitë eksportuese, kompanitë që shesin vetëm në tregun e brendshëm dhe mesataren e qarkullimit të përgjithshëm. Rezultatet tregojnë se qarkullimi mesatar i firmave plastike është rritur me 16%, nga 231,588 euro në vitin 2017 në 269,056 euro në 2018. Kompanitë eksportuese kanë qarkullim mesatar prej 2.3 herë më të lartë se kompanitë që veprojnë vetëm në tregun e brendshëm. Përveç kësaj, kompanitë e orientuara drejt eksportit po rriten shumë më shpejt (norma vjetore e rritjes 21%), me një normë rritjeje 3.5 herë më të lartë se firmat e përqendruara në tregun e brendshëm (norma vjetore e rritjes 6%). Intensiteti mesatar i eksportit të kompanive që raportojnë si eksportet ashtu edhe qarkullimin vendor është rreth 25%, që do të thotë se për firmat eksportuese, qarkullimi i eksportit përfaqëson mesatarisht 25% të shitjeve të tyre të përgjithshme.

Tabela 4. Qarkullimi i sektorit të prodhimit të plastikës

Qarkullimi i Sektorit të Prodhimit të Plastikës	2017	2018	Shkalla e rritjes
Qarkullimi mesatar i firmave eksportuese (eksport + qarkullimi i tregut vendor)	€337,492	€407,786	21%
Qarkullimi mesatar i firmave që shesin vetëm në tregun e brendshëm (qarkullimi i tregut të brendshëm)	€162,750	€171,945	6%
Qarkullimi mesatar i matur = {(Qarkullimi i mesatar i përgjithshëm * Nr i firmave eksportuese) + (Qarkullimi mestara i tregut të brendshëm * Nr. i kompanive, vetëm të tregut vendas)/ Nr. i përgjithshëm i kompanive që raportojnë shitje}	€231,588	€269,056	16%

Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Sa i përket shitjeve të eksporteve, kompanitë raportojnë një rritje mesatare vjetore prej rreth 26% në periudhën nga viti 2017 dhe 2018. Ky rezultat është i krahasueshëm me trendin e rritjes së eksporteve (31%) të llogaritur duke përdorur të dhënat zyrtare të tregtisë doganore të Kosovës, duke treguar për një rritje të ngjashme në tregun e brendshëm.

Për të vlerësuar madhësinë e sektorit të prodhimit, gjetjet e të dhënave të hulumtimit shfrytëzohen me numrin e popullsisë së firmave aktive të plastikës - të cila bazohet në burimet zyrtare. Siç tregohet në Tabelën 5 më poshtë, numri i kompanive aktive në sektorin e plastikës në vitin 2018 vlerësohet të jetë rreth 534. Kjo përfaqëson numrin e bizneseve aktive të formalizuara sipas të dhënave të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë të cilat janë të bazuara në Administratën Tatimore të Kosovës dhe Agjencinë e Statistikave të Kosovës.

Tabela 5. Numri i bizneseve aktive në sektorin e plastikës

Numri i firmave aktive në sektorin e plastikës		
Viti	2017	2018
Numri i kompanive	512	534

Burimi: Të dhënat e MTI-së dhe ATK-së

Për të llogaritur numrin e punëtorëve në sektor, të jashmit janë përjashtuar dhe është aplikuar një mesatare e matur, siç është llogaritja e qarkullimit (shpjeguar më sipër). Të dhënat tregojnë një rritje mesatare të punësimit për një kompani, nga 7 punëtorë në 2017 në 8.2 punëtorë në 2018.

Siç shihet në Tabelën 6, qarkullimi i përgjithshëm i sektorit të plastikës në vitin 2018 vlerësohet të jetë 143,676,000 €, me rreth 4,321 punëtorë që vlerësohet të jenë të punësuar në këtë sektor. Në vitin 2017, madhësia e vlerësuar e sektorit ishte 118,573,000 €. Të dhënat tregojnë se sektori i plastikës në Kosovë është rritur me mbi 21% nga viti 2017 deri në vitin 2018.

Sipas të dhënave zyrtare të MTI-së (bazuar në Agjencinë e Statistikave të Kosovës), industria e Plastikës dhe Gomës vlerësohet në rreth 110,300,000 € në 2017, ku pjesëmarrja e industrisë së gomës vlerësohet nën 10% ndërsa nënsektori i plastikës në formularët primar nuk përfshihen. Bazuar në këtë informacion, mund të argumentohet se të dhënat zyrtare dhe vlerësimi në lidhje me qarkullimin e industrisë së paraqitur këtu (duke shfrytëzuar gjetjet nga anketa) janë të ngjashme, ndërsa rezultatet e vlerësimit të anketës janë pak më të mëdha. Megjithatë, ekziston pak më shumë ndryshim midis statistikave zyrtare për vitin 2017 dhe gjetjeve të këtij studimi për numrin e të punësuarve. Sipas të dhënave të MTI, numri zyrtar i të punësuarve në sektor në vitin 2017 ishte 2.320 krahasuar me 3.584 të vlerësuar në bazë të të dhënave të anketës. Duke marrë parasysh një përqindje të lartë të ekonomisë joformale në Kosovë, vlerësuar në mes të 30% dhe 40% (Cocojaru, 2017; Hoti, 2016), diferenca në të ardhurat dhe në punësim mund t'i atribuohet aktiviteteve ekonomike joformale në këtë sektor.

6. Madhësia e vlerësuar e sektorit të plastikës

Madhësia e Vlerësuar e Sektorit të Prodhimit të Plastikës 2017		2018
Vlerësimi i Sektorit për Prodhimin e Plastikës = Qarkullimi mestar i matur * Numri i kompanive me sektorë aktiv	€118,573,056	€143,675,904
Vlerësimi i Punësimit në Sektor = Numri mestara i matur i punonjësve * Numri i kompanive me sektorë aktiv	3,584	4,379

Sipas të dhënave të tregtisë së Doganës së Kosovës, vlera e eksporteve të plastikës në Kosovë në vitin 2018 është 29,271,227 € (Tabela 7).

Tabela 7. Eksportet e plastikës të Kosovës në vitin 2018

Exporti i Plastikave ₂₀₁₈	
Eksporti i Plastikave ₂₀₁₈ =	€29,271,227

Në vazhdim, ne krahasojmë madhësinë e importeve totale me qarkullimin e vlerësuar të industrisë së plastikës. Kostot mesatare të raportuara të lëndëve të para nga ana e kompanive të anketuara janë 62%, që variojnë midis 56% (tuba, gypa dhe produkte të ngjashme) dhe 73% (produkte plastike për paketim) në nënsektorë. Bazuar në pjesën e raportuar të kostove të lëndës së parë, vlera e përgjithshme e lëndës së parë vlerësohet të jetë 89,079,000 €. Ndërsa firmat e anketuara kanë raportuar se importet e lëndës së parë, mesatarisht, përfaqësojnë rreth 82% të lëndës së parë, mund të sugjerojmë që vlera e importeve si lëndë e parë për industrinë e prodhimit të plastikës është rreth 73,044,000 €, ndërsa vlera e lëndës së parë të furnizuar brenda vendit është rreth 16,034,000 €. Metodologjia për llogaritjen e madhësisë së sektorëve të plastikës ka kombinuar të dhënat nga burimet zyrtare me të dhënat e anketës. Ne presim një diferencë gabimi prej rreth 10%, kështu që rezultatet e vlerësuar duhet të merren parasysh me kujdes.

3.3.4 Burimet Njerëzore

Paga mesatare e punonjësve të prodhimit është 313 euro, ndërsa paga mesatare e punonjësve administrativë është 300 euro. Megjithatë, vetëm 35 kompani nga 62 pretendojnë se kanë punësuar punonjës administrativë. **Pagat mesatare të paguara nga prodhuesit e Kosovës në krahasim me rajonin dhe Evropën janë më të ulëta mesatarisht, duke siguruar kështu një nga përparësitë kyçe të konkurrencës kosovare për prodhuesit e Kosovës. Së bashku me mbetjet plastike më të lira të ricikluara në vend dhe avantazhet krahasuese të sistemit tatimor të Kosovës krahasuar me BE dhe më gjerë, kostot e punës përfaqësojnë një nga burimet kryesore të avantazhit për prodhuesit e plastikës të Kosovës.**

Kur u pyetën rreth shkathtësive të nevojshme në treg, siç paraqitet në Figurën 31, shumica e të anketuarve (97%) u përgjigjën se fuqia punëtore ka njohuritë dhe përvojën profesionale që janë në kërkesë. Rreth 77% e kompanive thanë se fuqia punëtore ka aftësitë që do të nevojiten në të ardhmen e parashikueshme. Vetëm 31% e të anketuarve pohuan se fuqia punëtore në dispozicion ka aftësi që nuk janë aq të zakonshme në tregun e Kosovës. **Pikëpamjet e të anketuarve ofrojnë një perspektivë shumë pozitive në lidhje me aftësitë e nevojshme për të përmirësuar konkurrencën në tregun vendas dhe atë ndërkombëtar.**

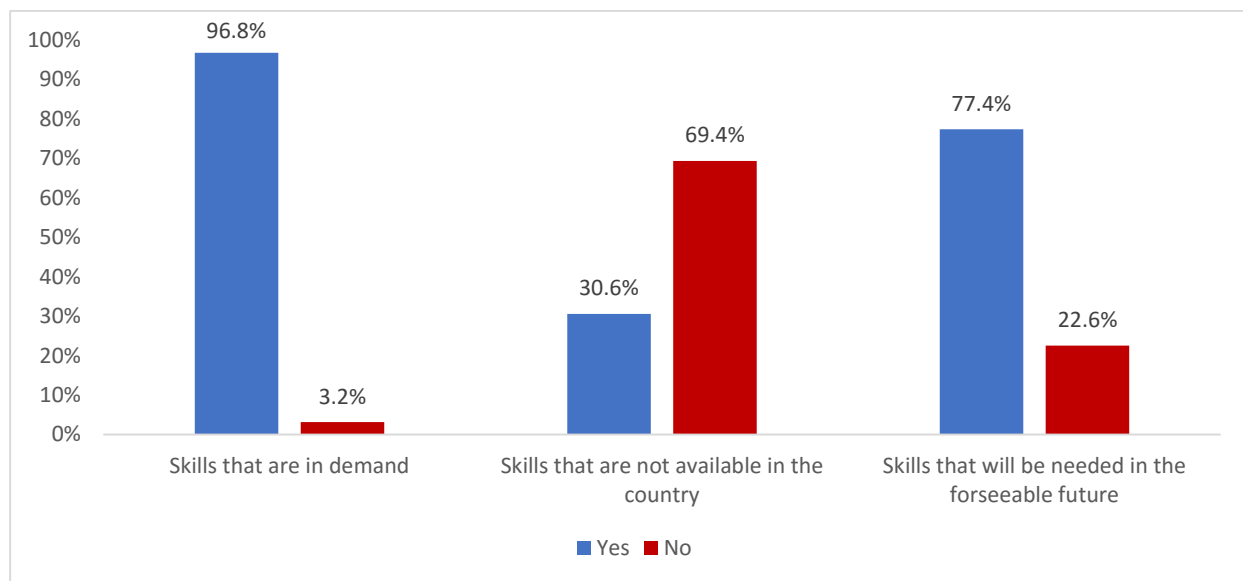


Figura 31. A i ka njohuritë dhe përvojat e kërkuara profesionale fuqia punëtore e cila është në dispozicion?

Burimi: Përllogaritja e vetë autorit, të dhënat e sondazhit

Kompanitë pretendojnë se trajnimet për prodhimin, trajnimet për përdorimin e teknologjisë së re, trajnimet për biznesin dhe zhvillimin e produkteve, dhe trajnimet në tregje të reja dhe rrjetëzim konsiderohen nga kompanitë si module trajnimi ose shërbime që do të përmirësonin aktivitetin e biznesit në përgjithësi dhe eksportet në mënyrë specifike. Vetëm në pak raste (rreth 15%) kompanitë përmendën edhe shkëmbimet akademike si një faktor që ndikon në aktivitetin e tyre të biznesit.

3.3.5 Inovacioni

Tre nga katër (74%) kompani nuk kanë investuar në aktivitete lidhur me kërkimin, zhvillimin inovacionin për futjen e produkteve të reja ose proceseve të prodhimit (figura 32). Për ato që kanë (16 kompani në total), 44% e kompanive (7)

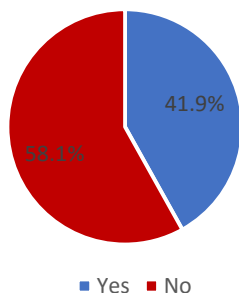


Figura 33. A keni futur produkte të reja në 36 muajt e fundit?

Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e

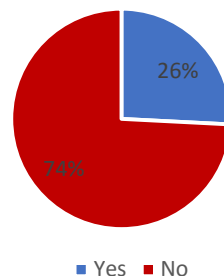


Figura 32: Investimet në R & D apo inovacion

Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

dedikohen vetëm rreth 10% të qarkullimit vjetor në R & D ose inovacion, ndërsa 25% (4) prej dedikojnë rreth 25% të qarkullimit vjetor në R & D. Ndërkaq, më shumë se gjysma e kompanive nuk prezantuan produkte të reja gjatë 36 muajve të fundit (shih Figurën 33). Për ata që e kanë bërë këtë, disa prej produkteve të përmendura ishin qese plastike BEAR, mekanizma

për derë duke ndjekur teknologjitë e reja, sisteme të izolimit, profile të reja të gjera 85 mm, trashësi që është bërë nga tre goma dhe tre gota, prodhuesit e automatizimit të gjeneratës së re me kontrollin PCC për dy tuba me pjerrësi të niveluar me produktivitet të lartë, modele të përmirësuara të tubave, modele të reja të kangjellave etj.

Rreth 54% e kompanive thanë se produktet e sapo prezantuara ishin të reja në tregun ku vepron firma, ndërsa 46% pohuan se ishin të reja vetëm për firmën (shih Figurën 34). Shumica e kompanive (87%) thanë se inovacioni është zhvilluar vetëm nga ndërmarrja, ndërsa vetëm 13% pohuan se inovacioni është zhvilluar në bashkëpunim me kompanitë e jashtme, vetëm në një rast ka punuar me ofruesit e shërbimeve të biznesit, ndërsa në pak raste të tjera kompanitë në Kosovë bashkëpunojnë me kompanitë partnere jashtë vendit.

Rezultatet tregojnë se në përgjithësi, prodhuesit e plastikës kanë tendencë për të futur risi shtesë, ose produkte të reja vetëm për firmën. Edhe inovacionet e raportuara si të reja në treg, duket se janë të reja vetëm në tregun e

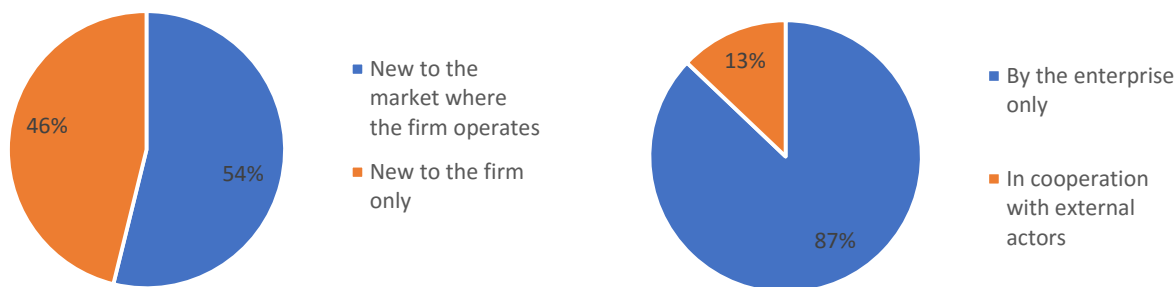


Figura 34. Informacionet për produktet e sapo prodhuara
Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Kosovës, duke ofruar vetëm një përmirësim marginal në cilësinë e produkteve. Bashkëpunimi në zhvillimin e produkteve me institutet kërkimore, laboratorët dhe aktorët e tjerë relevantë, pothuajse nuk ekziston, përveç në disa raste. Kompanitë janë të prirura të mbajnë brenda projektet e tyre të zhvillimit të produktit ose në raste të veçanta bashkëpunojnë ngushtë me kompanitë si motër ose kompanitë partnere jashtë vendit. Një bashkëpunim më i gjerë mbi inovacionin, duke përfshirë aktorët jashtë zinxhirit të vlerës, mungon plotësisht, njësoj si zbatimi i një qasjeje të hapur inovative.

3.4 Analizat e Zinxhirit të Vlerës: Shërbime Mbështetëse, Rrjetëzim dhe Transport

Tre nga katër (77%) kompani e konsiderojnë afërsinë me aktorët e tjerë të zinxhirit të vlerave një faktor të rëndësishëm për rritjen e biznesit të tyre. Aktorët më të shpeshtë që këto kompani kanë afërsinë janë konkurrentët, si dhe disa furnizues, por edhe shpërndarës të produkteve të tyre. Kur shqyrtohet rëndësia e bashkëpunimit, intensiteti më i lartë është raportuar në tubacionet dhe sektorin e paketimit të plastikës (Figura 35).

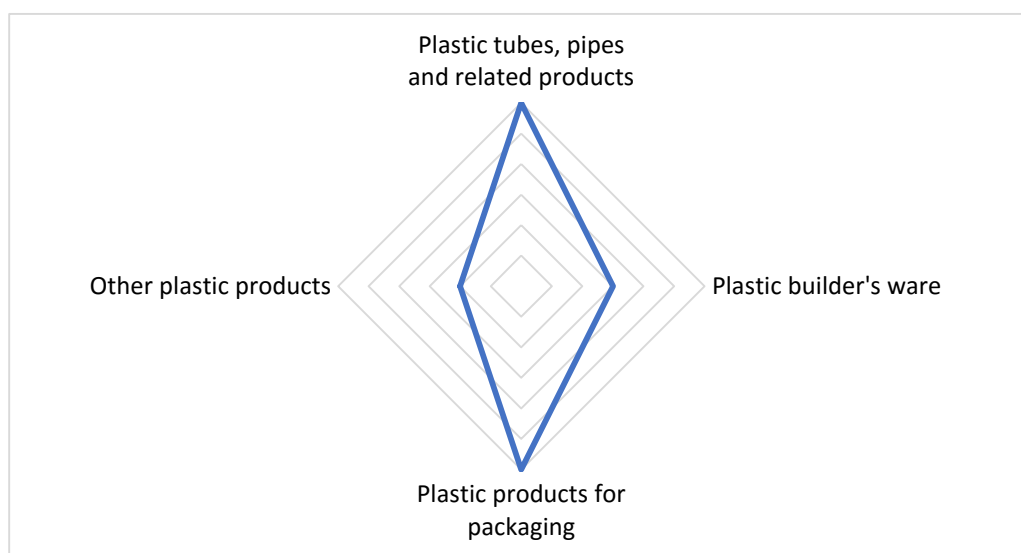


Figura 35. Intensiteti i bashkëpunimit, sipas normës së rëndësisë. (3 janë shumë të rëndësishme, 1 nuk janë të rëndësishme)

Burimi: Përlogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Sa i përket bashkëpunimit në nënkontraktimin, vetëm 29% e kompanive angazhohen në një bashkëpunim të tillë. Një në tre kompani që angazhohen në nënkontraktim bashkëpunon shpesh me kompani të tjera për prodhimin e

shitjeve më të mëdha. Siç është paraqitur në Figurën 36, kjo ndodh kryesisht në sektorin e paketimit të plastikës, ndërsa është shumë më pak intensive në nënsektorët e tjerë të industrisë.

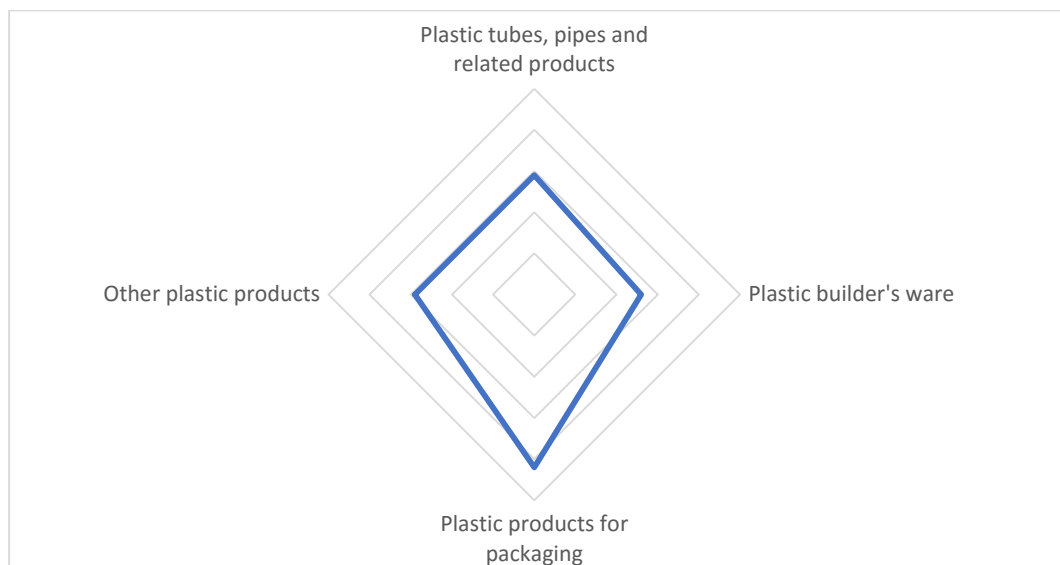


Figura 36. Intensiteti i nënkontraktimit, për prodhimin e shitjeve më të mëdha. (3 janë shumë të rëndësishme, 1 nuk janë të rëndësishme)

Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Kutia 3. STUDIMI I RASTIT 3: Ndërmarrja C

Kjo ndërmarrje ka më shumë se një dekadë që nga krijimi dhe është e specializuar në produktet e polimereve, kryesisht në prodhimin e qeseve plastike, thasëve, fletëve dhe filmave. Tregu lokal është fokusi kryesor, me mbi 90% të shitjeve të përgjithshme, dhe pjesa tjetër e produkteve eksportohet në vendet rajonale dhe në BE. Aktualisht ndërmarrja punëson mbi 40 punëtorë me orar të plotë dhe ka një qarkullim prej rreth 2 milionë euro.

Investimet në makineritë dhe objektet, përvoja e fituar gjatë viteve dhe rrjeti i shpërndarjes solide ofrojnë një avantazh konkurrues për këtë kompani. Procesi i prodhimit të qeseve plastike dhe thasëve është i pranishëm në disa nivele të zinxhirit të vlerës brenda vendit. Në kundërshtim me produktet e tjera plastike ku bëhet vetëm një pjesë e prodhimit në Kosovë, **prodhimi i qeseve plastike përfshin mbledhjen e mbeturinave të vendit, riciklimin dhe prodhimin e grimcave dhe përpunimin e produkteve finale në thasë dhe qese.** Prandaj, përfitimi mund të shkojë deri në tre nivele të zinxhirit të vlerës. Tregu lokal ofron mundësi të kufizuara rritjeje rreth zëvendësimit të importit. **Mundësitë rreth eksportit janë dukshëm më të larta, megjithatë kërkesat për eksport janë shumë më të larta në aspektin e cilësisë.** Për më tepër, kërkojnë promovime dhe lidhje të gjera për të arritur veçanërisht blerësit evropianë. Megjithatë, me nivelet e pagave dhe të taksave aktuale, si dhe eksportin pa doganë, kompanitë kosovare janë shumë konkurruese për eksport në tregjet evropiane. Me kërkesat mjedisore në rritje, **kompanitë kosovare që veprojnë në këtë sektor kanë një mundësi të përqëndrohen në produkte të riciklueshme dhe ekologjike (p.sh. alternativat plastike të bazuara në fabrikë).** Kjo mund të arrihet veçanërisht në bashkëpunim me investitorët e huaj, gjë që gjithashtu mund të garantojë tregjet për prodhuesit.

Operimi në tregun lokal pothuajse gjithmonë shoqërohet me probleme me pagesat e vonuara. **Kompanitë në këtë sektor përballen me kërcënime të mëdha që rrjedhin nga ndryshimet e mundshme rregullatore që mund të ndalojnë ose kufizojnë përdorimin e produkteve me bazë plastike.** Qeveria e Kosovës po kërkon aktualisht mundësi për të ndaluar ose taksuar qeset plastike në përpjekjet e tyre për të adresuar çështjet mjedisore. Veprime të tilla mund të jenë shkatërruese për ndërmarrjet që punojnë në këtë sektor dhe do të kërkojnë investime të menjëhershme për ndryshimin e prodhimit në produkte më miqësore ndaj mjedisit.

Kjo dhe ndërmarrjet e ngjashme që veprojnë në këtë sektor mund të përfitojnë shumë nga shërbimet në përmirësimin e cilësisë dhe qëndrueshmërisë së produktit dhe promovimin e eksporteve. Për më tepër, **për shkak të kërcënimeve të ndryshimit rregullator, duke u përshtatur gradualisht drejt produkteve plotësisht të riciklueshme dhe sidomos produkteve plastike është një perspektivë e rritjes strategjike.** Duke qenë i vetëdijshëm për ndryshimet eventuale rregullatore dhe shkaktuar nga ndryshimet e tregut global në industrinë e plastikës, në një investim të përbashkët me një investitor ndërkombëtar, kompania synon të krijojë një prodhim të ri të orientuar nga eksporti i produkteve plastike alternative (bio). Megjithëse materiali i papërpunuar do të duhet të importohet, kjo do të krijojë mundësi të ardhshme në vend për prodhimin e plastikës plastike në formë primare.

Kompanitë që nuk bashkëpunojnë intensivisht me kompani të tjera për furnizime më të mëdha, u pyetën mbi pengesat kryesore që i pengojnë ata të kenë bashkëpunim më intensiv. Rreth 60% e tyre thanë se nuk kanë interes për bashkëpunim apo që mbulojnë mirë prodhimin e tyre. Disa barrierat e bashkëpunimit të përmendura në pak raste përfshijnë konkurrencën, mungesën e makinerive, mungesën e kontakteve, mungesën e qasjes në treg, çmimet e papërshtatshme etj.

Nga ana tjetër, kur kompanitë u pyetën nëse bashkëpunojnë dhe transportojnë në kompani të vogla apo të mëdha, të gjitha kompanitë deklaruan se bashkëpunojnë me kompani të vogla, duke shitur rreth 64% të produkteve të tyre tek kompanitë e vogla. Rreth 46% bashkëpunojnë me kompani të mëdha, me një mesatare prej 62% të produkteve të shitura për kompanitë e mëdha.

Rreth 94% e bizneseve nuk bashkëpunojnë me aktorët që ofrojnë ekspertizë profesionale dhe shërbime mbështetëse (duke përfshirë universitetet, institutet/laboratorët hulumtues etj.). Krahasuar me vetëm 6% që e bëjnë këtë (Fig. 37). Nga ato kompani që bashkëpunojnë me aktorë të tillë, dy prej tyre bashkëpunojnë në nivel lokal dhe dy

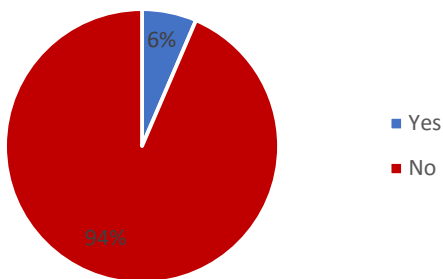


Figura 37. A bashkëpunoni me aktorë që ofrojnë ekspertizë profesionale dhe shërbime mbështetëse të ngjashme Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit

ndërkombëtarë. Sipas këtyre kompanive që përdorin shërbime mbështetëse, faktorët më të rëndësishëm që kanë kontribuar në rritjen e kompanisë janë ofruesit e hulumtimit të tregut për tregjet e eksportit dhe ofruesit e shërbimeve të zhvillimit ndërkombëtar të biznesit, ndërsa në pak raste përmenden edhe konkurrenca, universitetet, shoqatat dhe laboratorët si disa nga faktorët më të rëndësishëm që nxisin zgjerimin e kompanisë.

Sa i përket organizimit të sektorit dhe shërbimeve mbështetëse të ofruara nga organizatat e anëtarësimit të biznesit, sektori duket të jetë mjaft i paorganizuar. Vetëm rreth 7% e kompanive janë anëtarë të dhomave të tregtisë, dhe duket se janë në dhomat e ndryshme, kështu që mungojnë plotësisht mundësitë për bashkëpunim.

Bashkëpunimi kryesor në këtë sektor është lidhur me tregtinë, si biznesi në biznes dhe biznesi me shitjet e klientëve, ndërsa bashkëpunimi në lidhje me zhvillimin e produktit dhe biznesit është specifik për disa raste dhe kryesisht i nxitur nga investimet ose partneritetet e përbashkëta ndërkombëtare. Është e rëndësishme të përmendet se qasja në financa, ose kostoja e financimit për kreditë tregtare nuk është theksuar si një nga çështjet kritike në sistemin e shërbimeve mbështetëse.

3.4.1 Transporti

Ky studim analizon transportin e mallrave plastike përmes perspektivës së kompanive prodhuese dhe një mostre të vogël të kompanive të transportit. Për këtë të fundit, janë intervistuar tre kompani që ofrojnë shërbime për transportimin e mallrave. Studimi tregon se ekzistojnë aranzhime të ndryshme për organizimin e transportit të produkteve plastike, të cilat përfshijnë kompani që organizojnë plotësisht transportin e tyre, ato që bashkëpunojnë me kompanitë e transportit dhe një përzierje të dy metodave.

Më shumë se gjysma e ndërmarrjeve të industrisë së plastikës organizojnë transportin e tyre për prodhimet plastike. Kjo do të thotë se ata nuk punojnë me kompanitë transportuese. Nga ana tjetër, rreth 35% e NVM-ve të intervistuar kanë deklaruar se bashkëpunojnë me kompanitë transportuese, ku ata kanë një mesatare prej dy kompanive transportuese me të cilat punojnë. Rreth 8% e NVM-ve përdorin të dy mjetet e tyre të transportit dhe shfrytëzojnë kompanitë e transportit. Ndër kriteret më të rëndësishme se si këto kompani vendosin për përzgjedhjen e kompanive të transportit janë saktësia, çmimi i ofruar, bashkëpunimi dhe përpikmëria (Figura 38).



Figure 20. Criteria for selection of transportation companies by plastics manufacturing firms
Source: Author's own calculation, survey data

Për të kuptuar kostot që lidhen me transportin, janë intervistuar 21 kompani, nga të cilat 3 janë të specializuara vetëm në transportin e mallrave. Gjetjet tregojnë se kostoja **mesatare e transportit në vendet evropiane është 107 euro për ton**, që varion nga 20 euro për ton në 300 euro për ton. Kjo mospërputhje mund t'i atribuohet distancës së ndryshme midis vendeve evropiane. Nga ana tjetër, **kostoja mesatare e transportit në vendet e rajonit është 18 euro për ton**. Sipas kompanive prodhuese të plastikës, **kostoja mesatare e transportit në koston e përgjithshme të produkteve llogaritet mesatarisht për 15%**.

Kur u pyetën për kufizimet në lidhje me transportin, **kompanitë e intervistuar kanë identifikuar çmime të larta dhe të papërbalueshme si barriera kryesore** siç përshkruhet në Figurën 39. **Barriera e dytë më e përmendur ka të bëjë me procedurat e gjata, të ndjekura nga procedurat doganore dhe dokumentacioni**. Kompanitë gjithashtu kanë identifikuar mungesën e licencave dhe mungesën e kartës së gjelbër si kufizime (me një intensitet më të ulët), të cilat supozohet se zbatohen veçanërisht në eksportimin dhe transportimin në vendet e BE-së, ku mbajtësit e pllakave të Kosovës duhet të blejnë sigurimin e kartave të gjelbra dhe licencat e shoferëve kosovarë janë kryesisht panjohur. **Kompanitë që ofrojnë vetëm shërbimet e transportit deklarojnë se ata përballen me konkurrencë të ashpër dhe treg të kufizuar në tërheqjen e klientëve të rinj**.

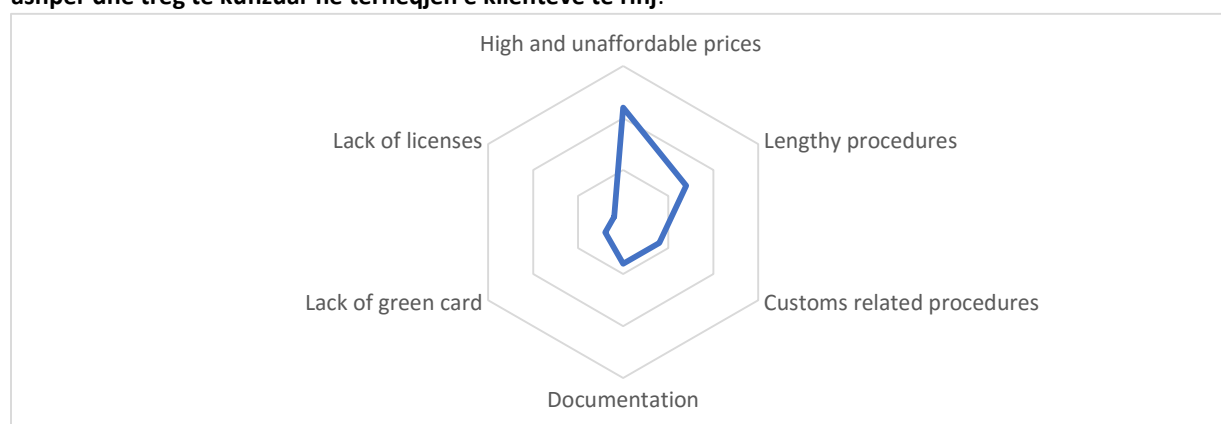


Figure 21. Transportation related constraints
Source: Author's own calculation, survey data

Sondazhi ka synuar gjithashtu të kapë elementë në lidhje me organizimin e transportit. Pothuajse të gjitha kompanitë deklarojnë se përdorin transportin rrugor, ndërsa transporti përmendet vetëm një herë. Është interesante që transporti hekurudhor nuk përdoret në asnjë nga rastet. Kjo mund të lidhet me gjendjen aktuale dhe lidhjet ose rrjetin hekurudhor. Përmirësimet e vazhdueshme në rrjetin hekurudhor mund të hapin mundësi të reja për transportin e produkteve plastike. **Kompanitë në përgjithësi preferojnë të përdorin të njëjtat mundësi të transportit për eksport dhe import (67% të kompanive të intervistuar), ndërsa rreth 33% përdorin vetëm transportin për eksportet - gjë që kontribuon në kostot më të larta të transportit**.

3.5 Tregjet e eksportit dhe kërkesat për eksport

Duke pasur parasysh tregjet e mundshme të eksportit për Kosovën, aktualisht ekzistojnë pak ose aspak kërkesa të detyrueshme për eksportimin e produkteve plastike. Kjo është e vlefshme për tregjet kryesore si Bashkimi Evropian. Sipas CBI, nuk ka kërkesa ligjore për eksport në BE. Është më shumë çështje e furnizuesit blerës nëse duhet të plotësohen standardet e dedikuara (p.sh. ISO 9000ff, ISO 27000 etj). Për më tepër, shumë vende gëzojnë marrëveshje pa doganë me BE-në dhe kjo është gjithashtu e vlefshme për Kosovën me marrëveshjen e MSA-së në fuqi. Megjithatë, kërkesat ligjore për eksport mund të ndryshojnë shpejt. Kina ka futur kohët e fundit një ndalim për importimin e materialeve më të shumta të mbetjeve plastike. BE ka lëvizur drejt strategjisë së parë evropiane për

plastikë në një ekonomi rrethuese¹³. Ky i fundit është bërë për të lëvizur drejt plastikeve të ripërdorshme dhe të riciklueshme dhe eliminimin e plastikës që përdoret vetëm një herë. Kjo përcakton të ardhmen e prodhimit plastik dhe duhet të jetë një udhëzues për kompanitë e prodhimit dhe përpunimit të plastikës të Kosovës.

Gjermania, Italia dhe Franca janë kërkesat më të mëdha për plastikë dhe prodhimet plastike në BE, ku rreth 70% e kërkesës ka të bëjë me prodhimet plastike për paketim, ndërtim dhe konstruktiv dhe automobilistikë¹⁴. Megjithatë lehtësimin e kërkesave ligjore dhe të punës, **blerësit evropianë kanë kërkesa të rrepta të buta në lidhje me cilësinë e produktit dhe shpërndarjen**. Në rastet, blerësit mund të kërkojnë që furnitorët e tyre të jenë në përputhje me standardet ISO si ISO TC61.

Ndërmarrjet e intervistuar që eksportuan (22 nga 63) u kërkuar të vlerësonin opsionet që ata zgjedhin për të gjetur klientë të rinj dhe tregje të reja. Nga këto opsione, siç paraqitet në Figurën 40 më poshtë, hulumtimi i tregut ka intensitetin më të lartë të raportuar nga kompanitë, e ndjekur nga lidhjet familjare dhe personale në diasporë, që duket të jetë forca kryesore drejt eksporteve. Hulumtimi në internet vlerësohet si mjeti i tretë më i përdorur për të gjetur klientë dhe tregje të reja, ndërsa çuditërisht, vetëm në një rast është raportuar të përdorë shërbimet e kërkimit të marketingut për gjetjen e klientëve dhe tregjeve të reja.

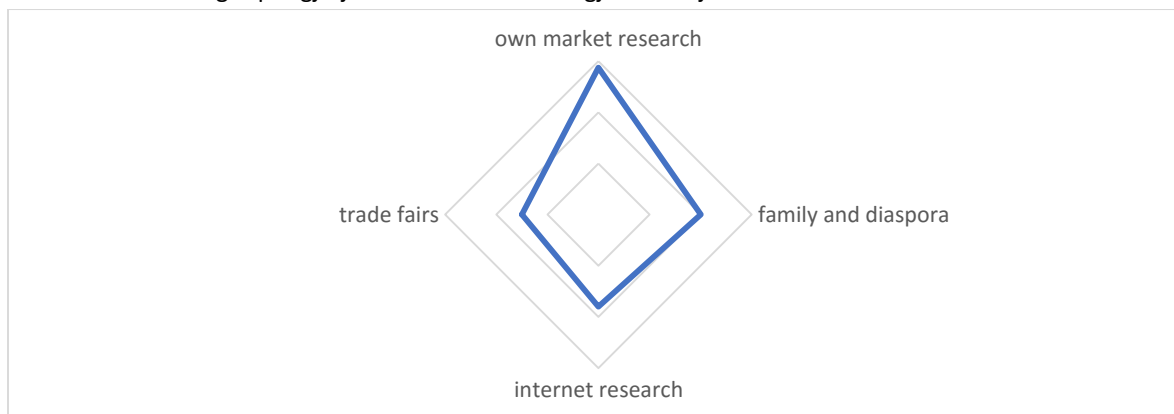


Figure 22. Channels for finding new clients, by intensity of importance
Source: Author's own calculation, survey data

Kompanitë e intervistuar eksportojnë kryesisht në Gjermani, Shqipëri dhe Zvicër, dhe më pak në Itali, Belgjikë dhe Holandë. Siç shihet në tabelën më poshtë, Tabela 8, **gypat dhe pajisjet përkatëse eksportohen kryesisht në Shqipëri, pastaj Bullgari dhe Maqedoni të Veriut.** Kostot e transportit në krahasim me kostot e përgjithshme të tubave dhe gypave, janë një nga faktorët kryesorë përse eksportet janë kryesisht të orientuara në vendet e rajonit me një distancë më të shkurtër se 500 km. Nga plastika që përdoret në ndërtimtari, **dyert dhe dritaret, eksportohen kryesisht në Gjermani dhe Zvicër, me Shqipëri e cila gjithashtu po bëhet një treg atraktiv për eksport.** Kompanitë kryesisht janë të angazhuara në marrëdhënie biznesi me klientin, duke përdorur diasporën kosovare si kanalin kryesor të hyrjes për depërtim në tregun evropian. Përparësia kryesore konkurruese duket të jetë e shtyrë nga puna me kosto të ulët dhe taksa me të ardhura të ulëta. Në sektorin e paketimit të plastikës, **qeset plastike dhe fletët e shtypura eksportohen kryesisht në Holandë, Gjermani dhe Shqipëri.** Potenciali i riciklueshmërisë së mbeturinave plastike dhe kostoja e tij relativisht e ulët, së bashku me avantazhet e tjera të përmendura më lart, u jep një avantazh konkurrues kompanive kosovare në nënsektorin e paketimit të produkteve plastike. **Ndërsa për produktet e tjera plastike, Gjermania dhe Shqipëria paraqiten si vendet më kërkuese.** Këto gjetje janë në përputhje me statistikat e

¹³ Komisioni Evropian, Strategjia Evropiane për Plastikë - 2018

¹⁴ PlasticsEurope, Plastika – Faktet 2018

nivelit të vendit për eksportin e produkteve plastike. Siç është dhënë në Tabelën 8 më poshtë, arsyet që këto kompani kanë qenë të suksesshme në eksportimin e këtyre produkteve janë cilësia dhe besueshmëria e produkteve të furnizuara, kostot dhe çmimet që ato ofrojnë dhe kërkesa e lartë në tregjet e eksportit. Kjo nuk ndryshon shumë për nënsektorët.

Nga 22 kompanitë që eksportojnë, 13 prej tyre pretendonin se nuk dinin cilat standarde dhe certifikata janë të nevojshme për eksport. Pjesa tjetër, sipas standardeve të kërkuara, përmenden ISCO 2008, EN 1347, EN ISO 9969, EN 12201, ISO 4427, EN ISO 15088, ATEST dhe EN ISO 2015. Sipas standardeve vullnetare janë përmendur BRC, ISO 9001: 2015, BS OHSAS 18001, PAS 99: 2012, ISO 9001: 2015, ISO 14001: 2015 dhe OHSAS 18001: 2007.

Tabela 8. Analiza e eksportit për nënsektorin e plastikës

Nën-sektori	Produktet më të eksportuara	Vendet kryesore për eksport	Arsyeja e suksesit	Certifikatat	Pritjet për rritjen e eksportit
<i>Tuba dhe pajisje të ngjashme</i>	Tuba: ujë, elektrike	Shqipëria; Dytësore: Bullgaria: Maqedonia e Veriut	Cilësia, Çmimi	Në përgjithësi po (ISO, EN,) etj	>20%
<i>Plastika që përdoret në ndërtimtari</i>	Dyer dhe Dritare	Gjermani, Zvicërr, Francë, Shqipëri	Cilësia, Çmimi; Besueshmëria	Në përgjithësi jo; vetëm 15% raportohet të kenë vërtetim të cilësisë	>20%
<i>Paketim plastik</i>	Qese plastike; fletë të shtypura	Holandë, Gjermani; Belgjikë; Shqipëri	Cilësia, Çmimi	Në përgjithësi jo; vetëm 25% raportohet të kenë vërtetim të cilësisë	>20%
<i>Plastika të tjera</i>	Tuba dhe plastka të tjera	Gjermani; AShqipëri	Kërkesa e lartë në tregjet e eksportit	Nuk ka	>20%

Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Rreth 65% e kompanive parashikojnë se eksporti i tyre do të rritet gjatë viteve të ardhshme (Figura 41). Në të gjithë nën-sektorët, ata presin një rritje mbi 20%, kur llogariten vetëm ata që kanë parashikuar rritjen, është më e madhe se 30% mesatarisht.

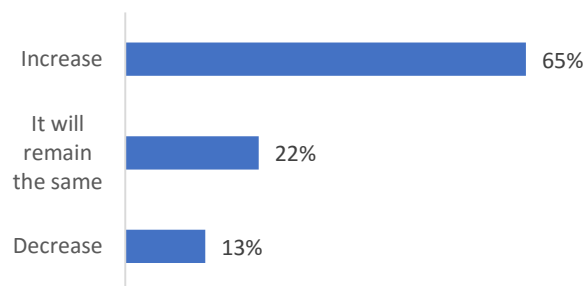


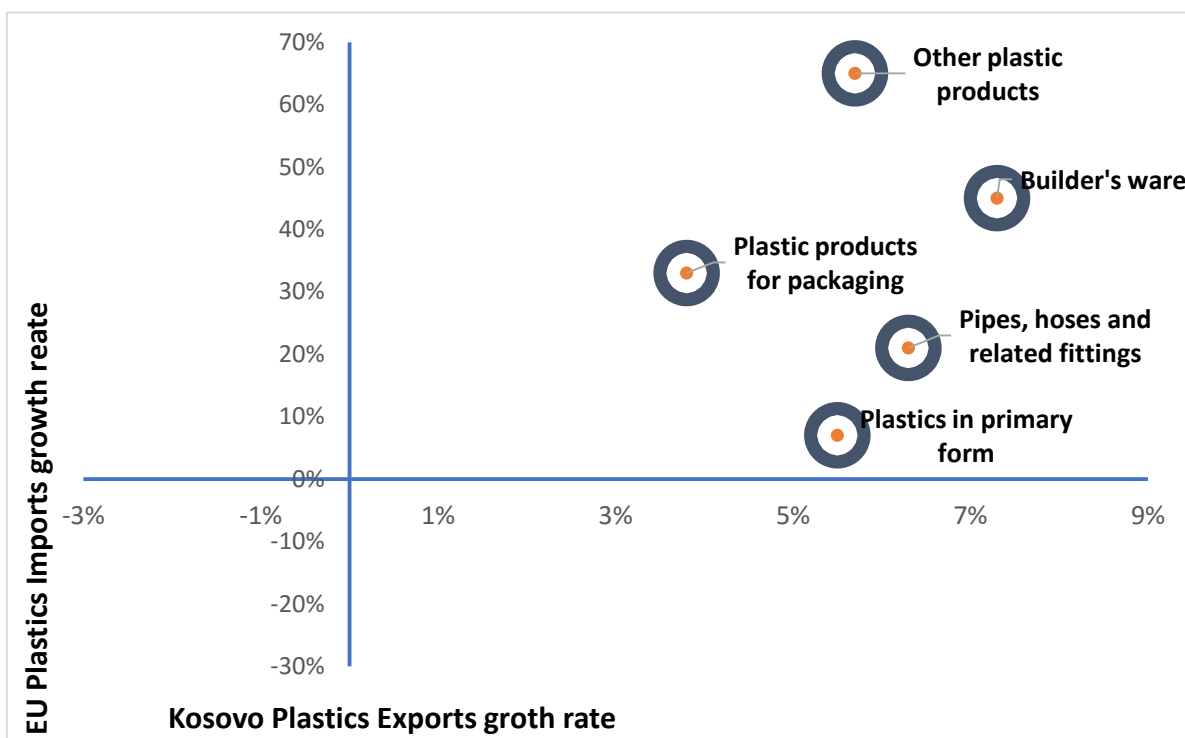
Figura 41 Cila është parashikimi juaj për eksport gjatë 3 viteve të ardhshme Burimi: Përlllogaritja e vetë autorit, të dhënat e anketimit

Tre arsye kryesore për kompanitë për të shitur në tregun e eksportit në krahasim me tregun kombëtar janë çmimi (70%), pagesa e siguruar (65%) dhe tregu i siguruar (52%). Hulumtimi i tregut duket të jetë pengesa kryesore për më shumë shitje të eksportit, siç është identifikuar nga 55% e kompanive që përgjigjen. Në të njëjtën linjë, 25% e kompanive prodhuese që merren edhe me transportin e mallrave të eksportuara kanë raportuar se gjetja e klientëve të rinj është një faktor kritik pengues dhe në pak raste arsye si shpenzimet e larta të transportit dhe certifikatat e kërkuara për produktet. Kjo sugjeron që për të arritur një rritje

të përshpejtuar të eksportit, lidhjet e biznesit me atë të biznesit midis prodhuesve të Kosovës dhe blerësve ndërkombëtarë duhet të rriten.

Kur kompanitë që eksportojnë produktet nuk janë në gjendje të plotësojnë kërkesën për eksport, 43% e tyre kontaktojnë kompanitë e tjera në të njëjtin sektor, ndërsa 57% nuk e bëjnë këtë. Vonesat, kostot e larta, çmimi dhe kostot e transportit janë problemet kryesore që pengojnë kompanitë nga përmbushja e urdhrave të eksportit. **Megjithëse kërkesat formale ligjore dhe administrative për tregjet e eksportit duket se nuk janë një faktor pengues për eksportin, kërkesat e buta, të tilla si cilësia e qëndrueshme dhe shpërndarja në kohë, duket të jenë sfida kritike që kompanitë duhet t'i adresojnë për ta përshpejtuar rritjen e tyre të eksportit.**

Box 2. Perspectives of Kosovo Plastics Manufacturing Exporters to the European Union Market



Source: Author's own calculation, International Trade Center (ITC) Trade Statistics and Kosovo Customs data

Ky diagram ilustron normën mesatare të rritjes së importeve të plastikës në tregun e Bashkimit Evropian nga viti 2015 deri në vitin 2018 (akset horizontale) kundrejt normës mesatare të rritjes së eksporteve të plastikës të prodhimit të Kosovës nga viti 2015 deri në vitin 2018 (akset vertikale) nën-sektorët. Çdo nënsektor përshkruhet nga një filluskë. Për secilin nënsektor vlera korresponduese në akset horizontale përfaqëson normën mesatare të rritjes së importeve të BE-së në periudhën 2015-2018, ndërsa vlera korresponduese në akset vertikale përfaqëson normën mesatare të rritjes së eksporteve të Kosovës në periudhën 2015-2018.

Siç përshkruhet në diagram, ka një rritje të vazhdueshme të importeve në tregun e Bashkimit Evropian, një treg që vlerësohet të ketë një bilanc tregtar prej rreth 15 miliardë euro. Rritja mesatare e importeve është më e lartë në nënsektorin e ndërgjegjshëm të ndërtuesve ", rreth 7%, pasuar nga prodhime të tjera plastike, tuba, hoses dhe produkte të ngjashme, të cilat rriten mesatarisht me rreth 6% dhe plastika në formën primare që rritet me rreth 5.5% mesatarisht. Një normë pak më e ulët e rritjes është në importet e produkteve plastike për paketim, të cilat mesatarisht janë rritur me 4% midis 2015 dhe 2018.

Duke pasur parasysh madhësinë e tregut të BE-së, ai paraqet një potencial të madh si tregu kryesor i eksportit për produktet plastike të Kosovës. Siç ilustron diagrami, në të gjithë nën-sektorët, me përjashtim të plastikës në formën primare, eksportet plastike të Kosovës po arrijnë ritme të larta rritjeje. Plastika që përdoret në ndërtimtari dhe në nën-sektorët e produkteve të tjera plastike, të dyja me rritje mbi 45% dhe 65%, mesatarisht, prodhimet plastike për paketim mbi 30% dhe tubacione, gypat dhe produkte të ngjashme në rritje mesatarisht mbi 45% dhe 65%, në periudhën midis 2015 dhe 2018. Rritja më e ulët është vërejtur në eksportet e plastikës në formë primare. Në tërësi, tendencat eksportuese janë shumë pozitive, ndërsa tregu i BE kërkon gjithnjë e më shumë produkte plastike, që përfaqësojnë një nga tregjet kryesore të synuara për një rritje të ardhshme të industrisë së plastikës në Kosovë.

3.6 Analiza e Zinxhirit të Vlerave: Mundësimi i Mjedisit

Korniza ligjore që ndikon në industrinë e plastikës në Kosovë rregullohet nga ministri të tilla si Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor (MMPH), Ministria e Inovacionit dhe Sipërmarrjes dhe Ministria e Financave - sipas të cilave operojnë edhe Administratën Tatimore të Kosovës dhe Doganat e Kosovës.

Ministria e Tregtisë dhe Industrisë është përgjegjëse për zhvillimin e politikave të lidhura me sektorin industrial, nxitjen e rritjes së sektorit privat, me fokus në NVM dhe promovimin e politikave që përmirësojnë mjedisin e biznesit. Nën ombrellën e MTI-së, Agjencia Kosovare për Investime dhe Përkrahje Ndërmarrjeve në Kosovë (KIESA) është institucioni përgjegjës për promovimin e investimeve në Kosovë dhe eksporteve. Ndër të tjera, KIESA është aktive në ekspozitën organizative të kompanive të Kosovës në panaire ndërkombëtare, megjithatë ka shumë pak aktivitete në promovimin e rritjes së sektorit të plastikës. Disa nga masat mbështetëse për të cilat edhe kompanitë e sektorit të plastikës kanë të drejtë të përfitojnë, përfshijnë grante financiare të orientuara drejt rritjes, mbështetje teknike për certifikimin e standardeve të cilësisë, këshillim afarist etj. Agjencia e Pronësisë Industriale (IPA), si institucioni i vetëm në Kosovë përgjegjës për regjistrimin dhe mbrojtjen e të drejtave të pronësisë industriale, gjithashtu funksionon nën ombrellën e MTI-së. Ngjashëm, Agjencia Kosovare e Standardizimit (ASK) funksionon në kuadër të MTI-së, si një institucion ekzekutiv përgjegjës për standardizimin dhe akreditimin, me qëllim që të kontribuojë në cilësinë e produkteve, shërbimeve dhe konkurrencës vendore. Agjencitë tjera relevante që funksionojnë nën MTI, përfshijnë Agjencinë e Metrologjisë së Kosovës (AMK), përgjegjëse për zhvillimin, verifikimin, testimin dhe kalibrimin e mjeteve matëse kombëtare dhe Agjencinë Kosovare të Regjistrimit të Biznesit (ARBK), përgjegjëse për regjistrimin e bizneseve të reja. Përgjegjësitë për zhvillimin e politikave industriale dhe që kanë shumicën e agjencive të lidhura me industrinë të vendosura në MTI, e bëjnë atë një nga institucionet më të rëndësishme për sektorin privat, përfshirë industrinë e plastikës.

Ministria e Mjedisit si Planifikim Hapësinor është institucioni përgjegjës për çështjet mjedisore. Pas iniciativave të vendeve brenda BE-së dhe më gjerë po ndërmarrin iniciativa për promovimin e ekonomive "të gjelbëra", MMPH ka filluar së fundmi të promovojë ndryshime në legjislacion që mund të çojnë në ndalimin ose taksat mbi përdorimin e qeseve plastike. Është e rëndësishme të theksohet se kjo paraqet rrezik për sektorin e plastikës në Kosovë, pasi ka një numër të konsiderueshëm kompanish që prodhojnë qese plastike. Ndryshimet në politikat me implikime në përdorimin e qeseve plastike do të ndikojnë drejtpërsëdrejti në kompanitë në sektor, prandaj para se të paraqiten ndonjë ndryshim në politikat është e rëndësishme të vlerësohen kostot potenciale dhe të prezantohen masat mbështetëse që synojnë kompanitë e mundshme të sektorit privat të prekur.

Ministria e Inovacionit dhe Sipërmarrjes synon të mbështesë inovacionin dhe sipërmarrjen në sektorë të ndryshëm të ekonomive ku ka potencial më të lartë. Mbështetja e ndërmarrjeve mbi njohuritë dhe aftësitë, rrjetet e tregut, mbështetja financiare për inovacionin dhe kapacitetet e brendshme për inovacionin janë ndër qëllimet kryesore të nxitura nga politika. Ministria ka nisur disa instrumente mbështetëse për ndërmarrjet e reja dhe të themeluara, për aftësitë dhe inovacionin.

Ministria e Financave dhe Administrata Tatimore e Kosovës janë institucionet ligjore përgjegjëse për politikat dhe taksat fiskale. Është e rëndësishme të përmendet se politika fiskale në Kosovë bazohet në praktikat e mira të BE-së. Dogana e Kosovës është përgjegjëse për zbatimin e rregulloreve doganore, veçanërisht për mbledhjen e detyrimeve doganore, si dhe përshkrimin e tregtisë dhe mbrojtjen e mbrojtjes së markave tregtare dhe të tjerave. Meqenëse Kosova vepron sipas marrëveshjeve CEFTA dhe integritit aspirues në BE, Dogana e Kosovës vepron në përputhje me standardet e BE.

3.7 Analiza e Zinxhirit të Vlerave: Aktorët e mesëm kryesorë

Shoqatat e biznesit: Shoqata e Sektorëve të Përpunuesve të Plastikës është themeluar nën ombrellën e Odës Ekonomike të Kosovës. 15 kompani që prodhojnë/përpunojnë masën plastike janë anëtarë të shoqatës. Qëllimi dhe prioriteti kryesor i shoqatës është të avokojë nevojat e sektorit drejt hartuesve të politikave, me qëllim që të ndikojë përfshirjen e sektorit të plastikës si një nga sektorët me prioritet kryesor në Kosovë.

Një tjetër iniciativë për të krijuar një shoqatë të prodhuesve plastikë të produkteve të paketimit, përfshirë filma, qese dhe produkte të ngjashme, i'u shpalos studiuesve gjatë periudhës së studimit. Siç u shpalosën gjetjet e studimit, ekziston një tregues i fuqishëm se kompanitë sektoriale janë të shpërndara, shpesh duke u bërë anëtarë të dhomave të ndryshme të tregtisë, duke përfaqësuar kështu një nga dobësitë kryesore të sektorit. Iniciativat për të shoqëruar në grupe të vogla, ose individualisht të bëhen anëtarë të Dhomave të Tregtisë të ndryshme, pa një institucion të fortë ankorimi që do të përfaqësojë interesat e sektorit, do ta mbajë zërin e sektorit të padëgjuar.

Duke pasur rrjete të dobëta organizative brenda sektorit, kompanitë janë të prirura për t'u bërë anëtarë të Dhomave të Tregtisë. Oda Ekonomike e Kosovës (OEK) është organizata më e madhe e anëtarësimit në biznes në Kosovë. Ndër dhomat e tjera më të mëdha, kompanitë e industrisë së plastikës priren të lidhen gjithashtu me Odën Ekonomike Amerikane në Kosovë dhe Dhomën Tregtare Gjermano-Kosovare. Qëllimi kryesor i të gjitha organizatave të biznesit përfshin ofrimin e shërbimeve për anëtarët e tyre, promovimin e sipërmarrjes dhe konkurrencës, përmirësimin e qasjes në treg dhe avokimin për ndryshimet e politikave dhe mbrojtjen e interesave të sektorit privat.

Ofruesit e Arsimit: Sistemi arsimor i Kosovës ofron programe të ndryshme në gjashtë universitete publike, mbi 80 shkolla profesionale dhe trajnuese dhe dhjetëra ofrues të arsimit privat, si në arsimin e mesëm dhe të lartë. Megjithatë, nuk ka një program arsimor të fokusuar në ekspertizën teknike dhe inxhinierike të plastikës. Ndërmarrjet e industrisë së plastikës aktualisht kërkojnë për punonjësit që kanë diplomuar në programet e kimisë ose të makinerive. Programet e inxhinierisë së plastikës do t'u përgjigjen kërkesave afatmesme të industrisë për inxhinierë plastike me kualifikim të lartë dhe do të mbështesin një rritje të qëndrueshme afatgjatë të sektorit. Një koordinim më i ngushtë ndërmjet përfaqësuesve të industrisë së plastikës dhe ofruesve të arsimit do të ishte një hap i parë drejt ndikimit në zhvillimin e programeve të tilla arsimore të orientuara kah industria.

4. KUFIZIMET E SEKTORIT KRYESOR

Pjesa në vijim paraqet një analizë të fushave dhe kufizimeve kryesore të sektorit. Pengesat e mëposhtme të sektorit gjithashtu përdoren si një pikë hyrjeje për të kuptuar shkaqet themelore dhe propozimin e ndërhyrjeve të sektorit përmes një kuadri të analizës së intervenimeve në seksionin në vijim.

1. **Qasja e dobët e Tregut për Eksport** – Studimi thekson rritjen e eksporteve në rritje dhe shfrytëzimin e kërkesave të eksportit nga kompanitë e sektorit të plastikës, duke synuar vendet rajonale, BE dhe vende të tjera, por në të njëjtën kohë identifikon disa kufizime që duhet të adresohen për të mundur një rritje më të lartë.

Së pari, është e qartë se shumica e eksporteve, veçanërisht plastika që përdoret në ndërtimtari, janë të shtyrë nga lidhjet individuale të pronarëve të kompanive me diasporën kosovare, kryesisht në Zvicër dhe Gjermani. Ky nënsektor udhëhiqet nga materiale të papërpunuara me cilësi të lartë, të prodhuara në Evropë dhe të njohura nga tregu i BE. Cilësia e prodhimit nga prodhuesit vendas është gjithashtu e pranuar nga tregu i BE. Si i tillë, ajo ka potencial të lartë për rritjen e eksporteve. Megjithatë, në mënyrë që kompanitë e këtij sektori të rriten dhe të eksportojnë në sasi të mëdha, atyre ju nevojiten lidhje me kompanitë më të mëdha shpërndarëse ose ndërtuese në Evropë.

Së dyti, për nënsektorët e tjerë, domethënë plastika për paketim dhe produkte të tjera plastike, kërkesa në tregjet ndërkombëtare nuk është e hulumtuar mirë nga kompanitë për shkak të pamundësisë për të pasur qasje tek blerësit relevant të BE-së. Pak kompani që kanë arritur të krijojnë lidhje biznesi me blerësit ndërkombëtarë kanë përmbushur kriteret e eksportit, si në aspektin e cilësisë dhe sasisë, e cila në pak raste po çon në investime shtesë dhe sipërmarrje të përbashkëta.

Së treti, nënsektori i tubave dhe gypave tregon potencial për rritje në vendet e rajonit, por me perspektivë të mirë për t'u zgjeruar edhe në vendet e BE që janë në afërsi më të afërt me Kosovën, si Bullgaria.

Aktualisht, kompanitë po eksplorojnë tregjet e eksportit individualisht pa asnjë mbështetje institucionale. Megjithatë eksportet e produkteve plastike po rriten me ritme të larta, nuk ka mbështetje institucionale për pjesëmarrje të përbashkët në panairt rajonale apo ndërkombëtare të veçanta për industrinë e plastikës, as vizita studimore, as misionet e blerësve.

2. **Lidhjet e Dobëta e Ndërsektorit të Tregut** – Siç është diskutuar në seksionin e analizave të tendencave të tregut ndërkombëtar, industri të tilla si ushqimi, ndërtimi, automjeti, tekstili, druri, ndër të tjera, po përdorin gjithnjë materialet plastike, qoftë për paketim, si materiale të kombinuara ose pjesë të produkteve përfundimtare. Ndërsa lidhjet ndërmjet prodhuesve të plastikës dhe industrisë së ndërtimit janë zhvilluar mirë, lidhjet me sektorët e tjerë ndër-sektorë në vend janë ende në një fazë të re. Presioni i mëtejshëm në këtë drejtim vjen nga një konvergencë në rritje nga teknologjitë e prodhimit të plastikës me të tjera, si shtypja digjitale, shtresat etj.

Ndër kufizimet kryesore, shumica e NVM-ve të sektorit nuk kanë ekspertizë teknike dhe njohuri për të prodhuar produkte me vlerë të shtuar me cilësi të lartë sipas kriterëve të industrive të tjera, të tilla si ushqimi dhe pijet si një industri në rritje në Kosovë. Edhe në rastet kur kompanitë individuale mund të prodhojnë produkte për ndër-sektorë, mungesa e bashkëpunimit, rrjetëzimi dhe shkëmbimi ndërmjet kompanive, por edhe qasja në një masë kritike të partnerëve kompetentë. Aktualisht nuk ka një platformë bashkëpunimi të tregut të brendshëm ku bizneset e sektorëve të ndryshëm mund të shkëmbejnë dhe t'i ekspozojnë kërkesat e tyre ose të ofrojnë potencialet.

3. **Produkte me vlera të ulëta** - Gjetjet e këtij studimi tregojnë një industri me frekuencë të lartë të produkteve homogjene të raportuara nga kompanitë. Pak kompani që investojnë në futjen e produkteve të reja ndikohen kryesisht nga ekspertiza dhe bashkëpunimi ndërkombëtar. Në përgjithësi, është një sektor

me produkte tradicionale dhe një shkallë e ulët e inovacionit. Inovacionet e raportuara në përgjithësi janë në rritje, siç janë prezantimet e produkteve të reja të përmirësuara.

Ndër kufizimet kryesore për inovacionin ose prezantimin e produkteve me vlerë të shtuar të lartë, njohuria e kufizuar e brendshme është faktori kryesor. Njohuritë specifike të firmës së brendshme dhe njohuritë e brendshme të njohurive ose njohurive teknike janë të kufizuara. Nga ana tjetër, ekspertiza ndërkombëtare është e shtrenjtë, kështu që kompanitë nuk kanë mundësi të angazhojnë ekspertë të tillë. Duke shtuar se një bashkëpunim pothuajse i pashmangshëm i NVM-ve me institucione profesionale dhe teknike, si laboratorët, institutet apo universitetet, mundësia për të inovuar sërish zvogëlohet edhe më tej. Mungesa e ekspozimit sistematik ndaj zhvillimeve të reja në sektorin e plastikës, duke përfshirë qasjen në ekspozita të produkteve të reja në nivel ndërkombëtar ose pjesëmarrjen në konferenca të lidhura me sektorin, paraqet një tjetër kufizim lidhur me njohuritë për kompanitë e sektorit.

4. **Cilësia e lëndëve të para të ricikluara** - është gjithashtu një pengesë e rëndësishme. Ndërsa materiali i brendshëm i ricikluar ka një kosto më të ulët, cilësia e ulët e saj ka një ndikim negativ në produktet finale. Kjo është për shkak të infrastrukturës së dobët për klasifikimin e mbeturinave, cilësinë e ulët të mbeturinave të mbledhura dhe teknologjinë e vjetër të riciklimit dhe makineritë. Përveç mekanizmave të tregut komercial, nuk ka skemë mbështetëse për të stimuluar NVM-të për të mbledhur dhe ricikluar plastikë me cilësi më të lartë.

Makineria adekuate për prodhim më të sofistikuar është shumë e rëndësishme për t'u mundësuar kompanive që të prezantojnë produkte të reja. Megjithatë, qasja në financa për inovacione në këtë sektor është një kufizim serioz. Kompanitë mund të kualifikohen për skemën e garancisë së kredisë, të aplikuar nga bankat tregtare, si burim kryesor i financimit. Pak mekanizma të granteve të inovacionit janë në vend, nga Ministria e Inovacionit dhe Sipërmarrjes, KIESA si agjencia e Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, si dhe organizatat e donatorëve, por asnjëra prej tyre nuk fokusohet në sektorin e plastikës.

5. **Organizimi i Dobët i Sektorit** – Sektorit i mungon organizimi formal dhe joformal. Pavarësisht nga ekzistenca e një shoqate të mëparshme të sektorit të plastikës, nën ombrellën e Odës Ekonomike të Kosovës, kompanitë në zinxhirin e vlerës nuk angazhohen në mënyrë aktive në bashkëpunim. Vetëm pak prej tyre raportojnë të jenë anëtarë të dhomave të ndryshme të tregtisë. Kompanitë gjithashtu adresojnë çështje me interes nëpërmjet përpjekjeve të tyre ose nëpërmjet dhomave të tregtisë ku ata janë anëtarë. Ekziston mungesa e avokimit të përbashkët dhe bashkëpunimit për çështje me interes të përbashkët, qoftë të nxitur nga tregu, zinxhiri i furnizimit ose iniciativat për ndryshimin e kuadrit rregullator. Kur ekspozohen ndaj rreziqeve rregullatore që synojnë të mbrojnë konsumatorët dhe mjedisin, NVM-të e sektorit nuk janë në gjendje të avokojnë për masat kundër-rregulluese që gjithashtu ofrojnë stimuj për t'u angazhuar në produkte plastike miqësore me konsumatorin, siç është plastika jeshile e biodegradueshme.

Duke pasur një koordinim dhe shoqatë joefektive e lë sektorin pa një zë të fuqishëm avokimi. Prandaj, nuk ka strategji kombëtare për zhvillimin e sektorit. Sektorët e NVM-ve nuk përfitojnë nga skemat mbështetëse të qeverisë për promovimin ndërkombëtar apo vendor, ndërsa ka mundësi të kufizuara për të përfituar nga grantet e inovacionit.

6. **Pamundësia për të përmbushur kërkesat ndërkombëtare** - Kërkesa e tregut ndërkombëtar botëror për produkte plastike është e lartë dhe po rritet. Prodhuesit e plastikës në Kosovë po përdorin disa kanale për të kapur kërkesën në rritje, kështu që eksportet e tyre po rriten. Megjithatë, ka pengesa të mëdha që do të parandalojnë prodhuesit e plastikës për të arritur një rritje të qëndrueshme afatgjatë.

Në një perspektivë afatshkurtër, kompanitë mund të rritin prodhimin e tyre pa pasur nevojë për investime shtesë. Megjithatë, ata janë përballur me probleme logjistike. Kur përballen me kërkesën për sasi të vogla, kostoja e transportit bëhet e shtrenjtë dhe ka një pjesë të madhe në kostot e produktit. Mungesa e lëndës së parë cilësore është një çështje tjetër kur urdhrat kanë afate të shkurtra kohore. Nënkontraktimi

me aktorët e tjerë të funksionit të një zinxhiri të vlerave të njëjta në urdhërat e mëdha të eksportit është një çështje në shumicën e rasteve.

Në një perspektivë afatgjatë, për të përmbushur kërkesat ndërkombëtare, kompanitë duhet të adresojnë kufizimet aktuale në lidhje me makineritë e kapaciteteve të vjetra dhe të kufizuara, përmirësimin e aftësive teknike për përmirësimin dhe zhvillimin e produkteve me vlerë të lartë të shtuar, si dhe zbatimin e standardeve të cilësisë që janë të kërkuara nga blerësit ndërkombëtarë.

Së fundmi, për të plotësuar kërkesën e industrisë së plastikës në tregun e BE-së në rritje, prodhuesit e plastikës, veçanërisht të produkteve plastike për paketimin e mallrave të industrisë ushqimore, në të ardhmen do të ballafaqohen me kërkesat e BE-së që deri në vitin 2025 paketimi i ushqimit (shishet plastike për pijet) duhet të përmbajnë të paktën 35% të plastikës së ricikluar dhe duhet të jenë të riciklueshme. Ndërsa kompanitë e Kosovës nuk janë ende gati për kalimin në prodhimin e gjelbër plastik (alternativat plastike të bazuara në fabrikë), nuk ka mbështetje dhe mekanizma të nxitjes për të ndikuar në riciklimin e plastikës me cilësi të lartë.

5. REKOMANDIMET KRYESORE

Bazuar në problemet e identifikuar dhe shkaqet themelore të diskutuara në seksionin e mëparshëm, dhe për të adresuar këto kufizime, ndërhyrjet e sektorit janë propozuar në kuadrin e mëposhtëm të analizës së ndërhyrjes.

5.1 Korniza e Analizimit për Intervenim

Problemet kryesore	Shkaqet kryesore themelore	Ndërhyrjet e propozuara
Qasja e dobët e tregut të eksportit	- Mungesa e lidhjeve B2B. - Mungesa e promovimit ndërkombëtar. - Mungesa e iniciativave dhe platformave për promovime ndërkombëtare.	1. Përkrahja e masave për të lejuar prodhuesit kosovarë të bashkohen me rrjetet ndërkombëtare të furnizuesve 2. Programi i promovimit sistematik të eksporteve që mbështet organizimin e misionëve ndërkombëtarë të blerësve / shitësve, me qëllim lehtësimin e kompanive me shërbime të tregut të burimit të eksportit në shërbimet e përputhjes së eksporteve. 3. Organizimi i promovimit të përbashkët në panairë ndërkombëtare. Përfshirja e të paktën një panairi, specifik për sektorin e plastikës, në panairë vjetore të mbështetura nga KIESA.
Lidhjet e dobëta të sektorit të tregut	- Mungesa e informacionit dhe lidhjeve të tregut. - Mungesa e platformave të këmbimit. - Mungesa e njohurive teknike	4. Organizimi i platformave B2B (panairë inversi) ose rrjeteve ndërsektoriale midis prodhuesve plastike dhe ofruesve të teknologjisë për të zhvilluar zgjidhje më të larta me vlerë të shtuar për blerësit e fundit.

		5. Krijimi i skemës së mbështetjes së bonove për prodhuesit për shfrytëzimin e ekspertizës (ndërkombëtare) teknike.
Produktet me vlera të ulëta	- Mungesa e njohurive teknike (teknike). - Mungesa e ekspozimit ndaj njohurive dhe inovacionit. - Mungesa e makinerive. - Materiale të papërpunuara me cilësi të ulët (mbetje të riciklueshme).	5. Krijimi i skemës së mbështetjes së bonove për prodhuesit për shfrytëzimin e ekspertizës (ndërkombëtare) teknike. 6. Promovimi i platformave ose rrjeteve të këmbimit për të identifikuar mundësitë për të diversifikuar në shkallët e produkteve të reja 7. Hartimi dhe zbatimi i programit të investimeve industriale për prodhuesit për të përmirësuar parqet e makinerive, përfshirë. sektori i plastikës 8. Përputhja e grumbulluesve të mbeturinave, ricikluesve, prodhuesve dhe përdoruesve të fundit për të krijuar urëlidhëse për të mbushur boshllëqet dhe pengesat për një qasje më sistematike të riciklimit.
Organizimi i Dobët i Sektorit	- Mungesa e strategjisë kombëtare për rritjen e sektorit. - Shoqatat e dobëta sektoriale. - Mungesa e skemave të mbështetjes së sektorit.	9. Përgatitja e një strategjie të sektorit të plastikës nëpërmjet një procesi përfshirës me plane veprimi të dedikuara, bazuar në gjetjet e këtij studimi. 10. Fuqizimi i shoqatave të sektorit përmes koordinimit për masat mbështetëse siç janë platformat B2B (4), panaire ndërkombëtare (3) dhe platforma të këmbimit (6).
Pamundësia për përmbushjen e kërkesave ndërkombëtare	- Mungesa e njohurive teknike - Cilësi e ulët produkti dhe konsistencë - Mungesa e makinerive - Mungesa e standardeve - Mungesa e bashkëpunimit me aktorët e zinxhirit të vlerës (në urdhërat më të mëdhenj të eksportit) - Sasi e kufizuar e lëndës së parë të kualitetit të lartë (mbetjet e riciklueshme) - Shpenzime të larta të transportit (sidomos për porosi të vogla) - Potenciali i kufizuar për kalim në prodhimet e gjelbra plastike	5. Krijimi i skemës mbështetëse të kuponave për shfrytëzimin e ekspertizës teknike (ndërkombëtare) 7. Hartimi dhe zbatimi i programit të investimeve industriale për prodhuesit për të përmirësuar parqet e makinerive, përfshirë sektorin e plastikës. 11. Inicimi i dialogut me ofruesit e arsimit publik dhe privat dhe ofruesit e trajnimeve (ofruesit e arsimit profesional) për të zhvilluar një program inxhinierik të inxhinierisë plastike), duke përfshirë

trajnimin në shkollë të kombinuar me ekspertizën e firmës.

12. Mbështetje për eksportimin e NVM-ve për certifikim me standardet e cilësisë (specifike për sektorin e plastikës)

8. Përputhësit e grumbulluesve, ricikluesve, prodhuesve dhe përdoruesve të përzgjedhur për mbeturina, për të mbushur boshllëqet dhe pengesat për një qasje më sistematike të riciklimit

REFERENCAT:

- Association of Plastics Manufacturers, (2018). *Plastics – the Facts 2017*. [https://www.plasticseurope.org/application/files/1715/2111/1527/Plastics_the_facts_2017_FINAL_for_website.pdf]
- Association of Plastics Manufacturers, (2019). *Plastics – the Facts 2018*. [https://www.plasticseurope.org/application/files/6315/4510/9658/Plastics_the_facts_2018_AF_web.pdf]
- CBI, 2017. *Exporting plastic parts and components to Europe*. [<https://www.cbi.eu/node/2652/pdf>]
- Coccojaru, A., 2017. *Jobs Diagnostics Kosovo*. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Washington.
- European Commission, 2018. *A European Strategy for Plastics in a Circular Economy*. European Commission, Brussels.
- European Commission, 2008. Statistical Classification of economic activities in the European Community, Eurostat, NACE Revision 2.
- The Grand View Research, Inc., 2019. *Plastics Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product*.
- The Plastics Industry Association. [<https://www.plasticsindustry.org/>].
- Geyer, R. and Jambeck, J., 2017. *Production, use, and fate of all plastics ever made*.
- Hoti, H., Rexha, R. and Ahmeti, R., 2016. The problems of the informal economy in Kosovo. *Balkan Journal of Interdisciplinary Research*, (Vol. 1, No. 3). IPCCL Publishing, Tirana, Albania.
- Plastics Europe's Market Research Group (PEMRG), 2017. *Plastics – the Facts 2016*.
- Rizvanolli, A., 2016. *Profile of the Plastics and Rubber Industries*. Ministry of Trade and Industry, Prishtina, Kosovo.

- UN Comtrade Commodity Classification. Accessed: January 2019.
<https://unstats.un.org/unsd/tradekb/Knowledgebase/50039/UN-Comtrade-Reference-Tables>
- VDMA, 2017. *The Plastics Market in Africa*.
- KC, 2019. Kosovo Customs Trade Data. Accessed: February 2019.
- KAS, 2019. Kosovo Agency of Statistics, Trade Data. Accessed: December 2019.
- ITC, 2019. Trade Statistics for International Business Development, International Trade Center. Accessed: May, 2019.
- Intervista të thella me kompanitë për rastet studimore
- Intervistat me aktorët kryesorë