



EKONOMIA QARKORE DHE TRANZICIONI I GJELBËR NË INDUSTRIJËN E TEKSTILIT

QERSHOR 2025



Ky publikim është zbatuar nga Rilindja Gjellbër, menaxhuar nga Fondi për Zhvillimin e Komunitetit (CDF) dhe prodhurar me mbështetjen financiare të Ambasadës Suedeze në Prishtinë. Përmbajtja e tij rrjedh nga përgjigjet e anketave të marra deri në datën e specifikuar në këtë raport dhe është përgjegjësi e vetme e Rilindja Gjellbër, zbatues i projektit "Kthimi i Vlerave në Ekonominë Qarkore" nën kuadrin e programit "Fuqizimi i OSHC-ve Mjedisore në Kosovë".

PËRMBAJTJA

| | |
|---|----|
| Lista e shkurtesave | 5 |
| Lista e figurave | 6 |
| Lista e tabelave | 10 |
| përmbledhje ekzekutive | 11 |
| 1. Hyrje | 12 |
| 2. Metodologjia | 13 |
| 2.1 Limitimet e raportit | 14 |
| 3. Analiza e politikave | 15 |
| 3.1 Strategjitë dhe nxitjet e qeverisë | 17 |
| 3.2 Marrëveshjet dhe Standardet Ndërkombëtare | 19 |
| 4. Profili ekonomik i industrisë së tekstilit | 20 |
| 4.1 Kategorizimi i bizneseve | 20 |
| 4.2 Punësimi | 21 |
| 4.3 Importi dhe eksporti | 23 |
| 4.4 Konsiderata mjedisore | 28 |
| 5. Ekonomia qarkore | 29 |
| 6. Sfidat në sektorin e tekstilit | 30 |
| 7. Rezultatet nga anketat me qytetarë | 32 |
| 7.1 Demografia | 32 |
| 7.2 Furnizimi me produktet e tekstilit | 32 |
| 7.3 Veshmbathjet dhe aksesorët | 46 |
| 7.4 Tekstili shtëpiak | 51 |
| 7.5 Praktikat e ripërdorimit dhe riciklimit | 54 |
| 7.6 Ekonomia qarkore | 59 |
| 7.7 Burimet e informacionit | 62 |
| 8. Rezultatet nga intervistat me biznese | 63 |
| 8.1 Informacioni i përgjithshëm për kompaninë | 63 |
| 8.2 Përdorimi i lëndëve të para për prodhim | 69 |
| 8.3 Menaxhimi i mbeturinave | 73 |
| 8.4 Ekonomia qarkore | 76 |
| 8.5 Ndryshimet klimatike dhe gjurmët e karbonit | 78 |

| | |
|--|-----|
| 8.6 Regullat mjedisore për eksport | 79 |
| 8.7 Interesimi dhe sfidat për riciklim | 79 |
| 9. Rezultatet nga intervistat me politikbërës..... | 86 |
| 9.1 Ministria e Mjedisit – Departamenti për Menaxhim të Mbeturive | 86 |
| 9.2 Komuna e Prishtinës – Drejtoria e Shërbimeve Publike, Mbrojtjes dhe Shpëtimit..... | 87 |
| 9.3 Agjencia për Mbrojtjen e Mjedisit të Kosovës (AMMK) | 88 |
| 9.4 GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) | 89 |
| 9.5 Kompania për Menaxhimin e Deponive në Kosovë (KMDK) | 90 |
| 9.6 Përmbledhje e intervistave | 91 |
| 10. Konkluzion | 92 |
| 11. Rekomandim | 94 |
| Referencat..... | 96 |
| Aneks | 99 |
| Pyetësi për anketat me qytetarë | 99 |
| Pyetësi për intervistat me biznese | 110 |

LISTA E SHKURTESAVE

CDF – Community Development Fund

AMMK – Agjencia për Mbrojtjen e Mjedisit të Kosovës

KMDK – Kompania për Menaxhimin e Deponive të Kosovës

GIZ – Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit

ARBK – Agjencia e Regjistrimit të Bizneseve të Kosovës

USAID – United States Agency for International Development

BE – Bashkimi Evropian

SAA – Marrëveshja e Stabilizim-Asocimit

CEFTA – Marrëveshja për Tregti të Lirë në Evropën Qendrore

EPR – Përgjegjësia e Zgjerruar e Prodhuesit

SKZH-2030 – Strategjia Kombëtare për Zhvillim 2030

ILO – Organizata Ndërkombëtare e Punës

EU4Green – Program i financuar nga BE për zhvillim të qëndrueshëm

MMPHI – Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës

LISTA E FIGURAVE

| | |
|--|----|
| Figura 1. Bizneset në industrinë e tekstit sipas kategorisë | 21 |
| Figura 2. Bizneset në industrinë e tekstit sipas llojit të aktivitetit..... | 21 |
| Figura 3. Vlera e mallrave sipas kategorive për vitin 2024..... | 23 |
| Figura 4. Vlera e mallrave të veshjeve të përdorura për vitin 2024..... | 24 |
| Figura 5. Sasia e mallrave sipas kategorive për vitin 2024 | 24 |
| Figura 6. Sasia e mallrave të veshjeve të përdorura për vitin 2024 | 25 |
| Figura 7. Vlera e mallrave sipas muajve për vitin 2024 | 26 |
| Figura 8. Sasia e mallrave sipas muajve për vitin 2024..... | 26 |
| Figura 9. Vlera e mallrave të importit sipas shteteve për vitin 2024..... | 27 |
| Figura 10. Sasia e mallrave të importeve sipas shteteve për vitin 2024 | 28 |
| Figura 11. Si furnizoheni me produktet e mëposhtme të tekstit – veshmbathje? (Pytje e shumëfishtë)..... | 33 |
| Figura 12. Si furnizoheni me produktet e mëposhtme të tekstit – aksesorë? (Pytje e shumëfishtë) | 33 |
| Figura 13. Si furnizoheni me produktet e mëposhtme të tekstit – shtëpiake? (Pytje e shumëfishtë) | 34 |
| Figura 14. Sa shpesh i blini produktet e mëposhtme-veshmbathje?..... | 35 |
| Figura 15. Sa shpesh i blini produktet e mëposhtme-aksesorë?..... | 35 |
| Figura 16. Sa shpesh i blini produktet e mëposhtme? | 36 |
| Figura 17. Ku i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstit-veshmbathje? (Pytje e shumëfishtë)..... | 37 |
| Figura 18. Ku i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstit- aksesorë? (Pytje e shumëfishtë) | 37 |
| Figura 19. Ku i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstit- shtëpiake? (Pytje e shumëfishtë) | 38 |
| Figura 20. Ne cilat vende jashtë Kosovës i bën këto blerje? | 38 |
| Figura 21. Pse këto produkte vendosni ti blini jashtë Kosove? (Pytje e shumëfishtë) | 39 |
| Figura 22. Si i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstit-veshmbathjet? (Pytje e shumëfishtë)..... | 40 |
| Figura 23. Si i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstit - aksesorë? (Pytje e shumëfishtë) | 40 |
| Figura 24. Si i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstit - shtëpiake? (Pytje e shumëfishtë) | 41 |
| Figura 25. Në çfarë lloj dyqanesh zakonisht i bën këto blerje? (Pytje e shumëfishtë) | 41 |
| Figura 26. Ne cilat platforma i bëni zakonisht blerjet online? | 42 |

| | |
|---|----|
| Figura 27. Çfarë lloji te produkteve te mëposhtme te tekstilit blini - veshmbathje? (Pytje e shumëfishtë)..... | 42 |
| Figura 28. Çfarë lloji te produkteve te mëposhtme te tekstilit blini - aksesor? (Pytje e shumëfishtë) | 43 |
| Figura 29. Çfarë lloji te produkteve te mëposhtme te tekstilit blini – tekstil shtëpiak? (Pytje e shumëfishtë)..... | 43 |
| Figura 30. Si i blini zakonisht produktet e ripërdorura (second-hand) te tekstilit? | 44 |
| Figura 31. Cilat janë arsyet që nuk blini produkte të ripërdorura? (Pytje e shumëfishtë) | 44 |
| Figura 32. Në një shkallë nga 1 deri në 7, ku 1-aspak i gatshëm dhe 7-shumë i gatshëm, sa jeni të gatshëm të bleni produkte të ripërdorura në të ardhmen? | 45 |
| Figura 33. Cilat janë arsyet që do ta konsideroni blerjen e produkteve të ripërdorura (second-hand) në të ardhmen? (Pytje e shumëfishtë) | 45 |
| Figura 34. Cilat janë arsyet e ripërdorimit te produkteve te tekstilit nga anëtarët e familjes tuaj? (Pytje e shumëfishtë) | 46 |
| Figura 35. Çfarë lloji të veshmbathjeve dhe aksesorëve preferoni ta blini me shume? (Pytje e shumëfishtë)..... | 46 |
| Figura 36. Cilat janë tre faktorët që ndikojnë me me shume ne vendimin tuaj për te zgjedhur veshmbathje apo aksesore që blini? (Pytje e shumëfishtë) | 47 |
| Figura 37. Sa jeni te informuar për konceptin fast fashion (mode e shpejt)? | 47 |
| Figura 38. Sa mendoni se blini me shpesh veshmbathje apo aksesore për shkak të ndikimit te fast fashion (moda e shpejt)?..... | 48 |
| Figura 39. Si i menaxhoni veshmbathjet dhe aksesorët që nuk i përdorni me? (Pytje e shumëfishtë)..... | 48 |
| Figura 40. Specifikoni ku, i dhuroni te familjet me nevojë? - veshmbathjet dhe aksesorët (Pytje e shumëfishtë)..... | 49 |
| Figura 41. Specifikoni vendin ku?(I hidhi si mbeturina veshmbathjet dhe aksesorët) | 50 |
| Figura 42. Përafërsisht sa kilogram veshmbathje i hidhni gjatë një viti?..... | 50 |
| Figura 43. Në cilat raste zakonisht blini produkte të reja të tekstilit shtëpiak? (Pytje e shumëfishtë) | 51 |
| Figura 44. Cilët janë tre faktorët që ndikojnë më shumë në vendimin tuaj për të zgjedhur produktet e tekstilit shtëpiak që blini? (Pytje e shumëfishtë) | 51 |
| Figura 45. A keni ndryshuar zakonet tuaja të blerjes së produkteve të tekstilit shtëpiak viteve të fundit? | 52 |
| Figura 46. Si i menaxhoni produktet e tekstilit shtëpiak që nuk i përdorni më? (Pytje e shumëfishtë) | 52 |
| Figura 47. Specifikoni vendin ku?(I dhuroj për familje në nevojë tekstillin shtëpiak) | 53 |
| Figura 48. Specifikoni vendin ku?(I hidhi si mbeturina tekstillin shtëpiak)..... | 54 |

| | |
|---|----|
| Figura 49. A keni njohuri për ndikimin që kanë në mjedis prodhimi dhe asgjësimi i produkteve të tekstilit? | 55 |
| Figura 50. Sa mendoni se është i rëndësishëm ky problem? | 55 |
| Figura 51. Cili mendoni se është shkaku kryesor i mos informimit tuaj mbi këtë çështje? (Pytje e shumëfishtë)..... | 56 |
| Figura 52. Sa shpesh i ripërdorni dhe ricikloni produktet tuaja të tekstilit? | 56 |
| Figura 53. A përballeni me vështirësi gjatë procesit të ripërdorimit dhe riciklimit të produkteve të tekstilit? | 57 |
| Figura 54.Çfarë ndryshimesh do t'ju inkurajonin të ripërdornit dhe riciklonit produktet e tekstilit më shpesh? (Pytje e shumëfishtë) | 57 |
| Figura 55. Në cilat aspekte lidhur me ripërdorimin dhe riciklimin e produkteve të tekstilit dëshironi të merrni më shumë informacion? (Pytje e shumëfishtë) | 58 |
| Figura 56. A keni informacion për ndonjë iniciativë të riciklimit të produkteve të tekstilit? | 59 |
| Figura 57. Në një shkallë nga 1 deri në 7, ku 1-aspak i gatshëm dhe 7-shumë i gatshëm, sa do të ishit të gatshëm të përfshiheni në procese të riciklimit të produkteve të tekstilit | 59 |
| Figura 58.Sa keni njohuri për konceptin e ekonomisë qarkore? | 60 |
| Figura 59. A do të ishit të gatshëm të ndryshoni zakonet tuaja të furnizimit me produkte të tekstilit për të kontribuar në ekonominë qarkore? | 60 |
| Figura 60. Sa jeni të gatshëm të merrni pjesë në evente të shkëmbimit të rrobave (swapping clothes event)? | 61 |
| Figura 61. Çfarë ju motivon më shumë për t'u bërë pjesë e nismave të tilla? (Pytje e shumëfishtë) | 61 |
| Figura 62. Cilat burime të informacionit i përdorni për të marrë informatat në lidhje me tekstilin dhe blerjen e produkteve të tekstilit? (Pytje e shumëfishtë) | 62 |
| Figura 63. Cilat nga rrjetet sociale i përdorni më së shpeshti për informim dhe blerje të produkteve të tekstilit? (Pytje e shumëfishtë) | 63 |
| Figura 64. Veprimtaria e kompanisë..... | 64 |
| Figura 65. Gjinia e pronarëve të kompanisë | 64 |
| Figura 66. Numri i punëtorëve në kompani sipas gjinisë | 65 |
| Figura 67. Vlerat e deklaruara të eksportit dhe importit të kompanive | 65 |
| Figura 68. Në cilat shtete keni eksportuar në vitin 2024? | 66 |
| Figura 69. Në cilat shtete keni importuar në vitin 2024? | 67 |
| Figura 70. Ku furnizohet kompania juaj me lëndën e parë? | 67 |
| Figura 71. Specifikoni vendin ku jashtë Kosovës? | 68 |
| Figura 72. Cila ka qenë forma kryesore e shitjes në kompaninë tuaj në vitin 2024? | 68 |
| Figura 73. Cili është aktiviteti kryesor i kompanisë tuaj? | 69 |

| | |
|--|----|
| Figura 74. Nëse kompania juaj është prodhuese, cilat produkte i prodhoni? (Pytje e shumëfishtë) | 70 |
| Figura 75. Nëse kompania juaj ofron shërbime, cilat janë shërbimet kryesore që ofroni? (Pytje e shumëfishtë) | 70 |
| Figura 76. Nëse kompania juaj është shitës me pakicë/shumicë, cilat produkte kryesore shisni? (Pytje e shumëfishtë) | 71 |
| Figura 77. Cila është lënda e parë që përdorni për produktet e prodhuara? | 72 |
| Figura 78. Cilat janë materialet që kërkohen më shumë nga klientët tuaj dhe që kanë më shumë shitje? (Pytje e shumëfishtë) | 73 |
| Figura 79. Praktikat e menaxhimit të mbeturinave: Si i menaxhon kompania juaj mbeturinat e materialeve në procesin e prodhimit? (Pytje e shumëfishtë) | 74 |
| Figura 80. Nëse po, sa herë i grumbullojnë mbeturinat e materialit? | 74 |
| Figura 81. Cilat janë llojet kryesore të mbeturinave që gjeneroni gjatë procesit të punës? | 75 |
| Figura 82. Sa ton mbetje tekstili gjeneron kompania juaj në vit? | 75 |
| Figura 83. A ka kompania juaj një sistem për ripërdorimin e materialeve të mbetura brenda procesit të prodhimit? | 76 |
| Figura 84. Ju lutem përshkruani shkurtimisht sistemin për ripërdorimin e materialeve të mbetura brenda procesit të prodhimit? | 76 |
| Figura 85. A keni dëgjuar për konceptin e ekonomisë qarkore? | 77 |
| Figura 86. Sa jeni të shqetësuar për ndotjen që veprimtaria e kompanisë suaj shkakton në mjedis? | 78 |
| Figura 87. A jeni të gatshëm të investoni në përmirësimin e praktikave për të reduktuar ndikimin mjedisor dhe gjurmët e karbonit? | 78 |
| Figura 88. Për kompanitë eksportuese në BE: A jeni të gatshëm të investoni për të përmbushur kriteret mjedisore që kërkohen për eksport? | 79 |
| Figura 89. A është kompania juaj aktualisht e përfshirë në ndonjë iniciativë ripërdorimi dhe riciklimi për mbeturinat pas prodhimit? | 80 |
| Figura 90. Nëse jo, pse nuk jeni të përfshirë? | 80 |
| Figura 91. A bashkëpunon kompania juaj me ndonjë kompani riciklimi për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit? | 81 |
| Figura 92. A do të ishte e interesuar kompania juaj për të bashkëpunuar me një kompani riciklimi që specializohet në menaxhimin e mbeturinave të veshjeve? | 81 |
| Figura 93. Ju lutem specifikoni pengesat kryesore që ka kompania juaj në lidhje me bashkëpunimin me një kompani të riciklimit. | 82 |
| Figura 94. Cilat zgjidhje për menaxhimin e mbeturinave do të preferonte kompania juaj? (Pytje e shumëfishtë) | 82 |
| Figura 95. Sa e rëndësishme është mirëmbajtja e ambientit në kompaninë tuaj? | 83 |

| | |
|--|----|
| Figura 96. A ka kompania juaj në plan për të zbatuar ndonjë iniciativë të re për të përmirësuar menaxhimin e mbeturinave dhe mirëmbajtjen e ambientit? | 83 |
| Figura 97. A do të ishit të hapur për të siguruar informacion shtesë ose për të marrë pjesë në diskutimet e mëtejshme lidhur me menaxhimin e mbeturinave dhe iniciativat e riciklimit në kompaninë tuaj? | 83 |
| Figura 98. A merr pjesë kompania juaj në panairë të tekstilit dhe teknologjisë për tekstil? | 84 |
| Figura 99. A do të ishit të interesuar të merrnit informacione për panairë dhe konferenca që lidhen me veprimtarinë tuaj? | 84 |
| Figura 100. A do të ishit të interesuar që të angazhoni stafin tuaj në trajnime për riciklim të tekstilit? | 85 |

LISTA E TABELAVE

| | |
|--|----|
| Tabela 1. Numri i punëtorëve në sektorin e tekstilit sipas komunave | 22 |
| Tabela 2. Specifikoni vendin ku dhe nëse keni dyqan? (I shes në tregje të dorës së dytë veshmbathjet dhe aksesoret) | 49 |
| Tabela 3. Specifikoni vendin ku? (I dhuroj për riciklim tekstilin shtëpiak) | 53 |
| Tabela 4. Specifikoni vendin ku dhe nëse keni dyqan? (I shes në tregje të dorës së dytë tekstilin shtëpiak) | 54 |
| Tabela 5. A është kompania juaj e gatshme të fillojë me riciklim dhe të zbatojë praktikatat e ekonomisë qarkore? | 77 |
| Tabela 6. A do të ishit të interesuar për pjesëmarrje në trajnime për ekonominë qarkore për biznesin dhe punëtorët tuaj? | 77 |

PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE

Ky hulumtim është zhvilluar si pjesë e projektit **“Kthimi i Vlerave në Ekonominë Qarkore”**, i zbatuar nga **Rilindja e Gjelbër** përmes programit **“Fuqizimi i OSHC-ve Mjedisore në Kosovë”** menaxhuar nga **Community Development Fund (CDF)** dhe i mbështetur financiarisht nga **Ambasada Suedeze në Prishtinë**. Për këtë qëllim Rilindja e Gjelbër ka kontraktuar UBO Consulting për të realizuar vlerësimin vjetor në industrinë e tekstitit dhe menaxhimin e mbeturinave të tekstitit në Kosovë.

Qëllimi kryesor i këtij projekti është të promovojë dhe lehtësojë kalimin nga modeli linear “merre-prodho-hidhe” në një ekonomi qarkore që rigjeneron burimet, me fokus në sektorin e tekstitit. Projekti gjithashtu synon të forcojë kulturën e konsumimit të përgjegjshëm dhe të rrisë ndërgjegjësimin për ripërdorim, riciklim dhe reduktim të mbeturinave.

Për të mbështetur këtë qëllim është përdorur një metodologji e kombinuar që përfshin: rishikim të dokumenteve strategjike, legjislativë dhe literaturë shtesë, anketa me 400 qytetarë, intervista me 100 biznese nga sektori i tekstitit nga vende të ndryshme të Kosovës dhe intervista me pesë (5) politikbërës kyç. Të dhënat e mbledhura ndihmojnë në kuptimin e sasisë së tekstitit të importuar, prodhuar dhe trajtuar në Kosovë, duke identifikuar gjithashtu praktikatat aktuale të menaxhimit të mbeturinave të tekstitit.

Rezultatet e këtij studimi paraqesin bazë të fortë për ndërmarrjen e politikave dhe praktikave të reja që synojnë zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit të tekstitit dhe përfshirjen aktive të parimeve të ekonomisë qarkore në Kosovë.

1. HYRJE

Industria e tekstitit dhe veshjeve në Kosovë përfaqëson një potencial të konsiderueshëm për zhvillim ekonomik dhe transformim të qëndrueshëm nëpërmjet adoptimit të parimeve të ekonomisë qarkore. Me një trashëgimi të gjatë prodhuese dhe avantazhe strategjike si fuqia punëtore me kosto konkurruese dhe afërsia me tregjet evropiane, ky sektor ka kapacitetin të bëhet një shtyllë e rëndësishme e zhvillimit afatgjatë dhe gjithëpërfshirës. Megjithatë, përballja me sfida strukturore si mungesa e mbështetjes institucionale, qasja e kufizuar në financa, mungesa e të dhënave të besueshme dhe ndikimi i ekonomisë jo-formale, ka kufizuar aftësinë e industrisë për të përqaftuar plotësisht praktikatat e qëndrueshme dhe për të maksimizuar avantazhet ekzistuese.

Ky raport ka për qëllim të adresojë këto sfida duke vënë theksin në tranzicionin e industrisë së tekstitit drejt një modeli ekonomik më të qëndrueshëm, të bazuar në ekonominë qarkore. Përmes analizës së kornizës politike, legjislativë dhe ekonomike të sektorit, studimi shqyrton se si mund të integrohen praktikatat qarkore në prodhim, menaxhim të mbeturinave në zinxhirin e vlerës së tekstitit. Vëmendje e veçantë i kushtohet identifikimit të mekanizmave rregullatorë dhe strategjive qeveritare që mundësojnë këtë tranzicion, si dhe rolin të marrëveshjeve tregtare në nxitjen e inovacionit të qëndrueshëm.

Përtej analizës së kapaciteteve aktuale të prodhimit dhe kontributit ekonomik të sektorit, raporti synon të ofrojë rekomandime të zbatueshme për përmirësimin e menaxhimit të mbeturinave të tekstitit, promovimin e ripërdorimit dhe riciklimit, dhe përforcimin e lidhjes ndërmjet zhvillimit ekonomik dhe mbrojtjes së mjedisit. Në një kontekst të sfidave mjedisore globale dhe presionit për tranzicion të gjelbër, ky raport pozicionon industrinë e tekstitit në Kosovë si një aktor kyç në ndërtimin e një ekonomie më qarkore, më të drejtë dhe më rezistente.

Mbeturinat e tekstitit të cilat zakonisht përfundojnë në deponi paraqesin një sfidë serioze për mjedisin dhe shëndetin publik (AMMK, 2023). Mungesa e infrastrukturës për riciklim, nivel i ulët i vetëdijes për konsum të qëndrueshëm, politika të fragmentuara rreth menaxhimit të mbeturinave, si dhe mungesa e një politike specifike për menaxhimin e mbeturinave të tekstitit e bëjnë të domosdoshme ndërhyrjen në këtë drejtim. Prandaj, studimi shqyrton me vëmendje ciklin jetësor të produkteve të tekstitit në Kosovë duke filluar nga importi dhe prodhimi, te përdorimi dhe menaxhimi pas përdorimit e më pas duke analizuar mekanizmat ekzistues dhe boshllëqet që pengojnë zhvillimin e një qasjeje të qëndrueshme.

Ky raport u zhvillua për vlerësimin vjetor të industrisë së tekstitit në Kosovë për vitin 2024, në kuadër të projektit "Kthimi i Vlerave në Ekonominë Qarkore", që synon të nxisë kalimin nga modeli tradicional ekonomik linear drejt një modeli qarkor, ku mbeturinat trajtohen si burime ku i zgjatet jeta produkteve nëpërmjet ripërdorimit dhe riciklimit. Projekti zbatohet nga Rilindja e Gjelbër përmes mbështetjes financiare nga Ambasada Suedeze në Prishtinë dhe menaxhuar nga Community Development Fund (CDF).

Hulumtimi synon jo vetëm të pasqyrojë situatën aktuale të industrisë së tekstitit në Kosovë, por edhe të kontribuojë në hartimin e politikave të bazuara në të dhëna, që përkrah zhvillim ekonomik qarkor dhe të qëndrueshëm, krijimin e vendeve të reja të punës, mbrojtjen e mjedisit dhe promovimin e një kulture të re të konsumit të përgjegjshëm dhe të qëndrueshëm. Rezultatet dhe

rekomandimet e raportit mund të shërbejnë si pikënisje për ndërhyrje strategjike nga institucionet publike, sektori privat, shoqëria civile, donatorët dhe investitorët, për të ndërtuar një industri të tekstit më konkurruese dhe më të përgjegjshme ndaj mjedisit.

2. METODOLOGJIA

Qasja metodologjike për të realizuar vlerësimin vjetor të industrisë së tekstit dhe praktikave të menaxhimit të mbeturinave të tekstit në Kosovë gjatë vitit 2024 ka qenë e kombinuar. Metodologjia është zbatuar në mënyrë të strukturuar për të mundësuar mbledhjen e të dhënave të besueshme dhe analizën e tyre, me qëllim ndjekjen dhe vlerësimin e ndryshimeve në kuadër të praktikave të ekonomisë qarkore në këtë sektor. Kemi zhvilluar një hulumtim të thelluar përmes rishikimit të dokumenteve strategjike, legjislativë dhe literaturë shtesë për të analizuar kuadrin ligjor dhe profilin ekonomik dhe mjedisor të industrisë së tekstit në Kosovë. Në kuadër të kësaj faze janë shqyrtuar:

- Politikat dhe korniza ligjore dhe rregullative që rregullojnë prodhimin, menaxhimin e mbeturinave dhe qëndrueshmërinë në sektorin e tekstit
- Strategjitë dhe nxitjet qeveritare për zhvillimin e industrisë së tekstit
- Marrëveshjet dhe standardet ndërkombëtare që ndikojnë në këtë industri, përfshirë ato të Bashkimit Evropian.

Gjithashtu, kemi analizuar **të dhënat nga Dogana e Kosovës** dhe **Agjencia e Regjistrimit të Bizneseve të Kosovës** për të ndërtuar një pasqyrë të qartë të strukturës së bizneseve në industrinë e tekstit dhe atë të ndikimit ekonomik të këtij sektori, duke përfshirë punësimin dhe qarkullimin tregtar.

Për të kuptuar qëndrimet dhe sjelljet e qytetarëve ndaj konsumit të tekstit dhe menaxhimit të mbeturinave, kemi realizuar një anketë kuantitative me **400 qytetarë të moshës mbi 18** në të gjitha komunat e Kosovës përmes panelit të hulumtimeve. Marzha e gabimit statistik është $\pm 4.9\%$ në një interval besimi prej 95%, gjë që garanton një shkallë të mirë besueshmërie për interpretimin e rezultateve. Mostra është përzgjedhur në mënyrë të rastësishme duke respektuar përfaqësimin gjinor, të moshës dhe atij gjeografik. Pyetësi përfshinte rreth 40 pyetje, duke kombinuar pyetje të mbyllura për analizë statistikore dhe disa pyetje të hapura për të kuptuar më mirë perceptimet individuale. Mbledhja e të dhënave është bërë në muajin Shkurt 2025.

Për të mbledhur të dhëna të drejtpërdrejta nga sektori, kemi realizuar **100 intervista me biznese** që operojnë në industrinë e tekstit në Kosovë, të përzgjedhura nga **Regjistri i Bizneseve i ARBK-së**. Këto biznese përfshijnë prodhues, shitës me shumicë e pakicë, si dhe kompani të angazhuara në shërbime të tjera. Intervistat kanë pasur për qëllim të krijojnë një pasqyrë gjithëpërfshirëse të industrisë përmes identifikimit të akterëve kyç si importues, eksportues, prodhues dhe riciklues, si dhe të mbledhin të dhëna të detajuara mbi sasinë e të tekstit të importuar, eksportuar, të prodhuar të përpunuar dhe të ricikluar. Vëmendje e veçantë i është kushtuar ndjekjes së ciklit jetësor të materialeve dhe mënyrës së trajtimit të mbeturinave. Gjithashtu, intervistat kanë ndihmuar në vlerësimin e praktikave të menaxhimit të mbeturinave të tekstit, ndikimit mjedisor dhe nismave ekzistuese për riciklim brenda sektorit.

Gjithashtu, janë realizuar **5 intervista me përfaqësues të institucioneve kyçe** që ndikojnë në zhvillimin e politikave për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit. Intervistat janë zhvilluar me përfaqësues nga:

- Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturë – Departamenti për Menaxhim të Mbeturinave (MMPHI)
- Komuna e Prishtinës – Drejtoria e Shërbimeve Publike, Mbrojtjes dhe Shpëtitimit
- Agjencia për Mbrojtjen e Mjedisit të Kosovës (AMMK)
- GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)
- Kompania për Menaxhimin e Deponive të Kosovës (KMDK)

Këto intervista kanë ndihmuar në identifikimin e sfidave institucionale, mangësive strategjike dhe mundësive për mbështetje të mëtejshme të sektorit në drejtim të zhvillimit të qëndrueshëm dhe qarkor.

2.1 LIMITIMET E RAPORTIT

Pavarësisht përpjekjeve për të siguruar një analizë gjithëpërfshirëse dhe të besueshme, ky raport përmban disa kufizime që duhet të merren parasysh gjatë interpretimit të rezultateve. Një nga sfidat kryesore ka qenë mungesa e të dhënave të plota, të përditësuara dhe të standardizuara për industrinë e tekstilit dhe menaxhimin e mbeturinave në Kosovë. Në disa raste, informacioni ishte i fragmentuar ose nuk ekzistonte fare, gjë që ka ndikuar në thellësinë dhe saktësinë e disa analizave.

Një tjetër kufizim ka të bëjë me përfaqësueshmërinë e mostrës. Edhe pse janë respektuar kriteret statistikore në përzgjedhjen e qytetarëve dhe bizneseve të anketuara, ekziston rreziku që disa aktorë të rëndësishëm, sidomos ata që operojnë në mënyrë informale ose jashtë sistemit të regjistrimit zyrtar, të mos jenë përfshirë në mënyrë adekuate. Kjo mund të ketë ndikuar në pasqyrimin e plotë të realitetit në terren.

Gjithashtu, intervistat me politikbërës dhe përfaqësues të institucioneve përmbajnë elemente subjektiviteti, pasi bazohen në përvoja dhe perceptime individuale. Edhe pse këto kontribuojnë në ndërtimin e një panorame të përgjithshme, ato nuk mund të konsiderohen përfaqësuese për të gjitha nivelet institucionale apo për politikatat zyrtare.

Së fundmi, mungesa e një politike të veçantë për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit ka përbërë një pengesë në ndërtimin e një kornize të qartë analitike. Në mungesë të rregulloreve të dedikuara, analiza institucionale është mbështetur kryesisht në legjisllacionin e përgjithshëm për menaxhimin e mbeturinave, gjë që ka kufizuar saktësinë e interpretimit të sfidave dhe nevojave specifike të këtij nënsektori.

3. ANALIZA E POLITIKAVE

Industria e tekstilit në Kosovë operon në një mjedis të ndikuar nga dinamikat globale si globalizimi, përafrimi me standardet e BE-së dhe zhvillimet teknologjike të shpejta. Megjithëse mungon një legjislacion i dedikuar për tekstilin, sektori rregullohet nga politika të përgjithshme industriale dhe tregtare që kanë potencial për t'u orientuar drejt një ekonomie më të qëndrueshme dhe qarkore.

Politika Industriale e Kosovës 2030, në përputhje me Strategjinë Kombëtare të Zhvillimit, synon të nxisë rritjen ekonomike, punësimin dhe qëndrueshmërinë mjedisore. Ajo promovon transformimin strukturor të industrive përmes inovacionit dhe rritjes së produktivitetit, ndërsa përfshin objektiva për përmirësimin e efikasitetit energjetik dhe reduktimin e ndotjes—parime kyçe të ekonomisë qarkore. Megjithatë, këto objektiva mbeten të përgjithshme dhe jo të veçanta për tekstilin, dhe mungesa e udhëzimeve konkrete për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit përbën një boshllëk të rëndësishëm në politikëbërje.

Rregulloret ekzistuese mbështesin:

- **Standardet e prodhimit:** me fokus në cilësinë dhe certifikimin ndërkombëtar, por pa theks të mjaftueshëm në gjurmën ekologjike të produkteve.
- **Qëndrueshmërinë:** përmes inkurajimit të efikasitetit energjetik dhe reduktimit të CO₂, por pa një sistem të integruar për parandalimin dhe trajtimin e mbetjeve të tekstilit.

Në kuadër të Marrëveshjes së Stabilizim-Asociimit me BE-në, Kosova ka detyrim të përafrojtë legjislacionin me standardet e BE-së, duke përfshirë edhe aspektet mjedisore dhe ato që lidhen me qarkullimin e materialeve dhe menaxhimin e mbeturinave—komponentë kyçe për ndërtimin e një ekonomie qarkore të vërtetë.

Nga aspekti tregtar, sektori përfiton nga një regjim liberal me tarifa të favorshme për import/eksport dhe përjashtime doganore për makineri dhe lëndë të para. Këto stimuj janë të dobishëm për rritjen industriale, por aktualisht nuk janë të kushtëzuara me standarde të gjelbra ose me praktika qarkore, duke e lënë pa orientim të qartë kalimin e industrisë drejt qëndrueshmërisë.

Ligji për menaxhimin e mbeturinave (Nr. 04/L-060 dhe ndryshimet përkatëse) nuk përfshin specifikisht mbeturinat e tekstilit, duke e lënë këtë kategori jashtë një kornize të integruar për riciklim dhe ripërdorim. Udhëzimet administrative aktuale janë të fokusuar sipas llojit të mbetjeve, por nuk trajtojnë ciklin e plotë të vlerës së tekstilit.

Politika Industriale e Kosovës 2030 shërben si një dokument themelor për orientimin e zhvillimit industrial. Ajo integron objektivat e Strategjisë Kombëtare të Zhvillimit 2030 (SKZH-2030), duke u fokusuar në rritjen ekonomike, krijimin e vendeve të punës dhe qëndrueshmërinë mjedisore. Kjo politikë nënvizon rëndësinë e transformimit strukturor dhe inovacionit brenda industrive, me synimin për të rritur produktivitetin dhe për të krijuar një bazë prodhuese më të integruar në tregun global (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Kjo politikë promovon përshtatjen e legjislacionit vendor me standardet e BE-së, veçanërisht në kuadër të Marrëveshjes së Stabilizim-Asocimit, për të lehtësuar integrimin në tregjet ndërkombëtare (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Spektori i tekstilit në Kosovë përfiton nga një regjim tregtar liberal, me një tarifë të sheshtë doganore prej 10 përqind për importet dhe tarifa zero për eksportet. Qeveria ofron përjashtime nga detyrimet doganore për makineri specifike dhe lëndë të para të ndërmjetme të destinuara për ri-eksport, që kanë qëllim nxitjen e prodhimit industrial. Legjislacioni në draftin e projektligjit për ndryshimet në Ligjin nr. 04/L-069 parashikon reduktime shtesë të tarifave për lëndët e para të përdorura në prodhimin e tekstilit (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014).

Ligjet e punës në Kosovë kanë fleksibilitet dhe janë në përputhje me standardet ndërkombëtare, përfshirë ato të Organizatës Ndërkombëtare të Punës (ILO), duke vendosur kontribute minimale për punëdhënësit (5 përqind për kontributet pensionale). Megjithatë mungojnë mbështetje specifike për sektorin e tekstilit, masa të përgjithshme si shtyrja e TVSH-së për importin e makinerive dhe skemat e lehtësimit të eksporteve (p.sh., përpunimi i brendshëm dhe i jashtëm) synojnë të fuqizojnë aktivitetet industriale.

Kosova gëzon gjithashtu qasje preferenciale në tregjet kryesore ndërkombëtare përmes marrëveshjeve si CEFTA, Preferencat Autonome Tregtare të BE-së dhe programet GSP të SHBA-së. Megjithatë, bizneset përballen me sfida në përmbushjen e standardeve ndërkombëtare të cilësisë, pasi infrastruktura për certifikim mbetet e pazhvilluar, duke kufizuar rritjen e eksporteve (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014).

USAID ka mbështetur industrinë e veshjeve në Kosovë duke adresuar sfidat rregullatore indirekte dhe duke lehtësuar integrimin në tregjet ndërkombëtare. Një nga nismat kryesore ishte themelimi i Shoqatës së Marketingut të Veshjeve në Kosovë (KAMA), e cila avokon për sektorin e veshjeve pranë Qeverisë së Kosovës. KAMA gjithashtu përfaqëson industrinë në tregjet e huaja, duke mundësuar një përafrim më të mirë me standardet dhe politikat ndërkombëtare (USAID, 2020).

Përmes projektit EMPOWER Private Sector, USAID ka punuar për të rritur konkurrueshmërinë e bizneseve të veshjeve në Kosovë, duke i përgatitur ato për qasje në tregjet globale që janë në përputhje me marrëveshjet e tregtisë së lirë të Kosovës, si qasja pa tarifa doganore në tregjet e BE-së dhe SHBA-së. Këto përpjekje janë thelbësore për të kapërcyer mangësitë në kuadrin rregullator dhe institucional, të cilat përndryshe do të kufizonin rritjen e industrisë (USAID, 2020).

Në anën tjetër Kosova aktualisht nuk ka një ligj specifik për mbeturinat e tekstilit. Legjislacioni për menaxhimin e mbeturinave bazohet në Ligjin Nr. 04/L-060 për Mbeturinat i miratuar nga (Kuvendi i Republikës së Kosovës, 2012), si dhe ndryshimet dhe plotësimet e Ligjit në vitin 2022 dhe 2024. Gjithashtu, ekzistojnë Udhëzime Administrative për Menaxhimin e Mbeturinave, varësisht nga lloji i tyre, të cilët përcaktojnë përgjegjësitë e zotëruesve të mbeturinave por jo një Udhëzim Administrativ specifik për mbeturinat e tekstilit.

3.1 STRATEGJITË DHE NXITJET E QEVERISË

Industria e tekstilit në Kosovë vazhdon të përballet me mungesë të mbështetjes institucionale. Studimi (USAID, 2020) thekson mungesën e mbështetjes institucionale për industrinë e tekstilit. Rreth 80 përqind e bizneseve të anketuara raportuan se nuk kanë mbështetje institucionale, ndërsa 13 përqind e tyre treguan për mbështetje sporadike. Nëse do të ofroheshin burime institucionale, bizneset do të përqendroheshin në investime në:

- Përditësimin e teknologjisë (39%)
- Punësimin e punonjësve të kualifikuar nga jashtë (57%)
- Sigurimin e lëndëve të para (4%).

Përveç kësaj, bizneset kryesisht mbështeten në kreditë bankare për rritje, por përballen me sfida për shkak të normave të larta të interesit dhe qasjes të kufizuar në kapitalin për investime.

Strategjitë e Kosovës sipas Politikës Industriale janë të orientuara që:

1. Të nxisin inovacionin dhe digjitalizimin brenda prodhimit.
2. Të reduktojnë deficitin tregtar industrial duke promovuar prodhimin vendor dhe diversifikimin e eksporteve.
3. Të adresojnë shqetësimet mjedisore duke mbështetur adaptimin e teknologjive të gjelbra dhe përmirësimin e proceseve të riciklimit dhe ripërdorimit.
4. Të krijojnë parqe industriale ekologjike dhe të ofrojnë mekanizma financiarë si lehtësira financimi për eksportet për të mbështetur bizneset orientuara drejt eksporteve (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Sektorët prioritetizuar e të identifikuar për mbështetje strategjike përfshijnë tekstilin, përveç sektorëve të tjerë të nën ndërmarrjeve prodhuese (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Gjatë viteve të fundit janë ndërmarrë disa hapa konkretë drejt zhvillimit të një ekonomie më të qëndrueshme dhe qarkore. Fillimisht, nga projekti **“Shërbime të Qëndrueshme Komunale”** (2017–2023), i zbatuar nga GIZ, janë bërë përpjekje për përmirësimin e shërbimeve komunale të menaxhimit të mbeturinave, me fokus në zgjerimin e mbulimit me shërbime dhe eliminimin e deponive ilegale (GIZ, 2024).

Këto përpjekje janë pasuar me miratimin e **Strategjisë së Integruar për Menaxhimin e Mbeturinave 2021–2030**, e cila për herë të parë përfshiu objektiva të qarta për zhvillimin e ekonomisë qarkore në nivel kombëtar, duke ndjekur përputhshmërinë me përpjekjet e Bashkimit Evropian (Qeveria e Republikës së Kosovës, 2021).

Asnjëra nga bizneset e anketuara nuk ka raportuar plane për investime në aplikimin e teknologjisë për trajtim të mbeturinave.

Po ashtu **Projekti "SEREC"** (2022–2024), i përkrahur nga Zyra e Bashkimit Evropian në Kosovë dhe i zbatuar nga organizata "Rilindja Gjelbër," ish-Let's do it Peja, është një iniciativë që mbështet zhvillimin e ndërmarrësisë sociale në komunën e Pejës përmes aplikimit të koncepteve të ekonomisë qarkore. Projekti synon rritjen e punësimit të grupeve të margjinalizuara, kryesisht të grave dhe të rinjve. Një nga aktivitetet kryesore të tij është grumbullimi dhe ripërpunimi i materialeve dhe rrobave të tekstitit, duke kontribuar në zvogëlimin e mbeturinave të tekstitit dhe promovimin e ripërdorimit dhe riciklimit. (Serec, 2024).

Më tej, për të përforcuar kornizën strategjike, është hartuar dhe miratuar **"Udhërrëfytesë e Kosovës për Ekonominë Qarkore"** (2023), një dokument udhëzues që identifikon sektorët strategjikë për zhvillim dhe vendos bazat për tranzicionin drejt një ekonomie më të qëndrueshme (Zyra e Kryeministrit, 2023).

Udhëzimi Administrativ për Mbeturinën e Paketimit (2023), që synon reduktimin e përdorimit të plastikës dhe vendosjen e një sistemi të kthimit të depozitave për paketimet e pijeve (Qeveria e Republikës së Kosovës, 2023). Për të mbështetur zbatimin e këtyre politikave, është lansuar projekti rajonal **"EU4Green"** (nga 2023 e tutje), një iniciativë e financuar nga BE dhe e koordinuar nga Zyra e Kryeministrit, që synon të forcojë sektorin e riciklimit në Kosovë, duke ofruar mbështetje teknike dhe financiare për ndërmarrjet dhe institucionet përkatëse (EU4Green, 2023).

Për të mbështetur zbatimin e këtyre politikave, është lansuar projekti rajonal **"EU4Green"** (nga 2023 e tutje), një iniciativë e financuar nga BE dhe e koordinuar nga Zyra e Kryeministrit, që synon të forcojë sektorin e riciklimit në Kosovë, duke ofruar mbështetje teknike dhe financiare për ndërmarrjet dhe institucionet përkatëse (EU4Green, 2023).

Ndërkohë, është hartuar edhe **Strategjia e re për Menaxhimin e Mbeturinave 2024–2035**, e cila zgjeron dukshëm përmbajtjen e dokumentit paraprak dhe parashikon investime të mëdha në infrastrukturën për riciklim, reduktimin e mbeturinave që përfundojnë në deponi dhe arritjen e objektivave ambiciozë për riciklim (Ministria e Mjedisit e Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës, 2025).

Një tjetër hap domethënës është fillimi i projektit **"Zhvillimi Qarkor Urban – Kosovo4Green"** (2024–2027), i zbatuar nga GIZ, që mbështet zbatimin praktik të ekonomisë qarkore dhe përgatit terrenin për përfshirjen e fraksioneve të ndryshme të mbeturinave, përfshirë edhe tekstitin (Swiss Confederation, 2024).

Aktualisht, është në proces hartimi **Ligji i Ri për Mbeturina** (2024–2025), i cili do të krijojë një bazë të fortë ligjore për zbatimin e mekanizmave të qëndrueshëm, si **Përgjegjësia e Zgjeruar e Prodhuesit (PZP)** dhe **Sistemi për Rimbursimin e Depozitave (SRD)**, që në të ardhmen mund të aplikohen edhe për tekstitin.

Në kuadër të këtyre zhvillimeve, është paraparë edhe **pilotimi i sistemit për rimbursimin e depozitave**, që pritet të fillojë në vitin 2025 dhe do të zgjasë 18 muaj, përmes të cilit qytetarët do të shpërblehen për kthimin e materialeve të riciklueshme në qendrat tregtare (Qeveria e Republikës së Kosovës, 2021).

Këto iniciativa përbëjnë një bazë solide për ndërtimin e një ekonomie qarkore funksionale në Kosovë dhe krijojnë mundësi reale për përfshirjen më të strukturuar të sektorit të tekstitit në këtë drejtim.

3.2 MARRËVESHJET DHE STANDARDET NDËRKOMBËTARE

Marrëveshja e Stabilizim-Asocimit (SAA) me Bashkimin Evropian është thelbësore, duke ofruar rregulla tregtare preferenciale dhe udhëzime për përputhjen me standardet. Përshtatja e Kosovës me (European Commission, 2020) CEFTA dhe marrëveshje të tjera rajonale gjithashtu ofron një kuadër për uljen e barrierave tregtare dhe për forcimin e bashkëpunimit rajonal (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Në këtë drejtim, duhet theksuar edhe rëndësia e Marrëveshjes së Sofjes për Ballkanin Perëndimor (2020), e cila nënvizon qartë angazhimin e vendeve të rajonit, përfshirë Kosovën, për të zbatuar ekonominë qarkore si pjesë e Agjendës së Gjelbër për Ballkanin Perëndimor. Kjo marrëveshje kërkon që vendet të ndërmarrin hapa konkretë në menaxhimin e mbeturinave, përdorimin më efikas të burimeve dhe promovimin e praktikave të riciklimit dhe ripërdorimit, duke përfshirë këtu edhe sektorin e tekstilit (The Regional Cooperation Council, 2020).

Megjithatë, Kosova ende nuk ka të zhvilluara politika dhe standarde të plota kombëtare të harmonizuara me dokumentet kryesore të Bashkimit Evropian për ekonominë qarkore, veçanërisht ato që lidhen me sektorin e tekstilit dhe menaxhimin e mbeturinave të tij. Përfshirja e kufizuar në programe të riciklimit dhe përgjegjësisë së zgjeruar të prodhuesit (EPR), e lë vendin prapa në krahasim me përparimet që po bëhen në BE.

Plani i Veprimit për Ekonominë Qarkore të BE-së (European Commission, 2020) dhe Strategjia për Tekstil të Qëndrueshme dhe Qarkore (European Commission, 2022) ofrojnë korniza të qarta për dizajnin e qëndrueshëm, riciklimin dhe reduktimin e mbeturinave. Direktiva Kornizë për Mbetjet (WFD) urdhëron që nga viti 2025, Shtetet Anëtare të BE-së duhet të krijojnë sisteme të ndara të mbledhjes për tekstilet e përdorura (European Commission, 2023). Po ashtu, rishikimi i Direktivës së Kuadrit për Mbeturat (European Commission, 2023), që përfshin skema të detyrueshme EPR për tekstilin, dhe Rregullorja për Dërgimin e Mbeturinave (European Commission, 2021) që kufizon eksportet jashtë BE-së, janë dokumente që vendet si Kosova do të duhej t'i përshtatnin në legjislacionin e tyre për të garantuar përputhshmëri dhe integritet të suksesshëm në tregun evropian. Komisioni Evropian ka propozuar të harmonizojë rregulloret për Përgjegjësinë e Zgjeruar të Prodhuesit (EPR) për tekstilet. Kjo iniciativë synon të krijojë një ekonomi të fokusuar në mbledhjen, klasifikimin, ripërdorimin dhe riciklimin e tekstileve, duke siguruar gjithashtu që produktet të jenë të dizajnuara duke pasur parasysh qarkullueshmërinë (European Commission, 2023).

Mungesa e këtyre standardeve përbën jo vetëm një pengesë për qasjen në tregje ndërkombëtare, por edhe një sfidë për zhvillimin e qëndrueshëm industrial në vend.

Zhvillimi dhe zbatimi i politikave kombëtare që përafrohen me legjislacionin e BE-së është i domosdoshëm për të mundësuar tranzicionin e Kosovës drejt një ekonomie qarkore, ku produktet dizajnohen për jetëgjatësi, riciklimi promovohet, dhe mbeturinat trajtohen si burim i ri.

4. PROFILI EKONOMIK I INDUSTRIË SË TEKSTILIT

Industria e tekstit në Kosovë paraqet një sektor me rëndësi në zhvillimin ekonomik dhe punësimin në vend. Ky seksion ofron një analizë të strukturës së sektorit përmes kategorizimit të bizneseve dhe ndikimit të tyre në tregun e punës. Të dhënat për këtë pjesë janë marrë nga (Open Data Kosovo, 2023) ku të dhënat janë të përditësuara vetëm deri në Qershor 2023. Në analizë janë përfshirë të gjitha bizneset që kanë të regjistruar së paku njërën nga aktivitetet e mëposhtme, të cilat përfaqësojnë hallkat kryesore të zinxhirit të vlerës në industrinë e tekstit.

- Tregtia me pakicë e veshjeve në dyqane të specializuara
- Prodhimi i veshjeve të tjera të jashtme
- Tregtia me shumicë e tekstit
- Prodhimi i veshjeve të tjera p.k.t
- Larja (pastrimi kimik) dhe tharja e tekstit dhe produkteve të gëzofit
- Tregtia me shumicë e veshjeve dhe këpucëve
- Prodhimi i veshjeve të tjera dhe atyre plotësuese (dorëza, kapela, shalle etj.)
- Proceset përfundimtare të përpunimit të tekstit
- Aktivitetet e ndërmjetësimit për shitjen e tekstit, veshjeve, gëzofit, këpucëve dhe artikujve prej lëkure
- Aktivitetet e ndërmjetësimit për shitjen e lëndëve të para bujqësore, kafshëve të gjalla, lëndëve të para të tekstit dhe mallrave gjysmë të gatshme
- Tregtia me pakicë në tezgja dhe tregje të tekstit, veshjeve dhe këpucëve
- Prodhimi i artikujve të tekstit të konfeksionuar përveç veshjeve
- Endja e tekstit
- Prodhimi i veshjeve të tjera teknike dhe industriale
- Tregtia me shumicë e makinerive të industrisë dhe të makinave të qepjes dhe thurjes
- Prodhimi i artikujve nga gëzofi
- Prodhimi i makinerive për prodhimin e veshjeve dhe lëkurave

Për vlerësimin e aktivitetit tregtar ndërkombëtar të sektorit, janë analizuar të dhënat e siguruara nga Dogana e Kosovës për vitin 2024 (Dogana e Kosovës, 2024). Analiza përfshin importin dhe eksportin e 330 kodeve tarifore, të cilat përmbledhin produkte të ndryshme të industrisë së tekstit dhe që për qëllim të analizës janë klasifikuar si veshmbathje, aksesorë dhe tekstil shtëpiak. Këto të dhëna ndihmojnë në kuptimin e shkallës së qarkullimit tregtar dhe ndikimit të sektorit në ekonominë kombëtare.

4.1 KATEGORIZIMI I BIZNESEVE

Sipas (Open Data Kosovo, 2023), sektori i tekstit përfshin **4519 kompani aktive**, nga të cilat 99.2 përqind janë mikro-ndërmarrje (më pak se 10 punonjës). Ndërmarrjet e vogla përbëjnë 0.7 përqind, ndërsa ato të mesme vetëm 0.2 përqind. Shumica e kompanive kanë aktivitet kryesor tregtinë me pakicë të tekstit (63.6%) dhe tregtinë me shumicë (13.9%) dhe 22.5 përqind e tyre e mbetur kanë aktivitete kryesore tjera si prodhimin, aktivitetet e ndërmjetësimit, endjen e tekstit, pastrimin kimik e të ngjashme.



Figura 1. Bizneset në industrinë e tekstilit sipas kategorisë

Industria e tekstilit në Kosovë dominohet nga tregtia, e cila përfaqëson 77.3 përqind të bizneseve. Vetëm 19.5 përqind e tyre merren me prodhim, duke reflektuar kapacitete të kufizuara prodhuese dhe varësi nga produktet e gatshme. Ndërkohë, 3.2 përqind e bizneseve janë të përfshira në shërbime pastrimi, që zënë një pjesë të vogël të sektorit. Kjo strukturë nënvizon nevojën për më shumë investime në prodhim për të rritur vlerën e shtuar brenda vendit.

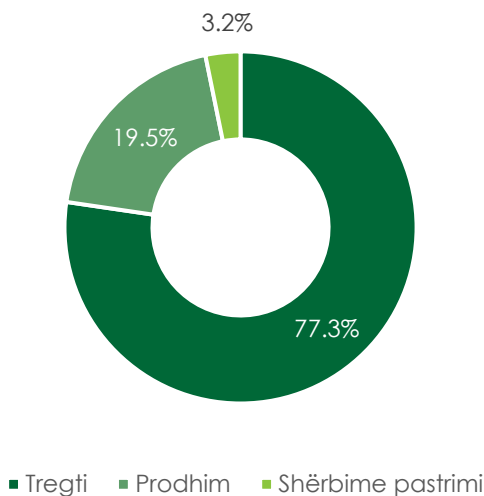


Figura 2. Bizneset në industrinë e tekstilit sipas llojit të aktivitetit

4.2 PUNËSIMI

Sipas (*Open Data Kosovo, 2023*) sektori i industrisë së tekstilit ka gjithsejt 7,181 punëtorë të regjistruar, ku 28.8 përqind i takojnë komunës së Prishtinës, 11.6 përqind punojnë në komunën e Gjakovës dhe 9.8 përqind komunës së Prizrenit.

Tabela 1. Numri i punëtorëve në sektorin e tekstilit sipas komunave

| Komuna | Përqindja e punëtorëve |
|---------------|-------------------------------|
| Prishtinë | 28.8% |
| Gjakovë | 11.6% |
| Prizren | 9.8% |
| Ferizaj | 8.4% |
| Gjilan | 7.1% |
| Pejë | 5.5% |
| Mitrovicë | 3.5% |
| Podujevë | 3.3% |
| Fushë Kosovë | 3.0% |
| Vushtri | 1.8% |
| Graçanicë | 1.5% |
| Viti | 1.5% |
| Lipjan | 1.4% |
| Rahovec | 1.3% |
| Malishevë | 1.1% |
| Klinë | 1.0% |
| Skënderaj | 1.0% |
| Deçan | 0.7% |
| Kamenicë | 0.7% |
| Istog | 0.6% |
| Kaçanik | 0.6% |
| Obiliq | 0.6% |
| Shtime | 0.6% |
| Dragash | 0.4% |
| Shtërpcë | 0.3% |
| Leposaviq | 0.2% |
| Mamushë | 0.2% |
| Hani i Elezit | 0.1% |
| Junik | 0.1% |
| Kllokot | 0.1% |
| Novobërdë | 0.0% |
| Zveçan | 0.0% |
| I panjohur | 3.3% |

Sa i përket aktiviteteve të kompanisë, rreth 60.9 përqind e këtyre punëtorëve punojnë në kompani që aktivitetin kryesor e kanë tregtinë me pakicë.

4.3 IMPORTI DHE EKSPORTI

Të dhënat e paraqitura në vazhdim janë marrë nga Dogana e Kosovës dhe i referohen vitit 2024. Analiza fokusohet në qarkullimin e mallrave të sektorit të tekstilit, përfshirë kategoritë si veshmbathje, aksesorë dhe tekstil për përdorim shtëpiak. Qëllimi është të paraqitet një pasqyrë e qartë mbi strukturën e importeve dhe eksporteve, duke u bazuar në vlerën monetare dhe sasinë fizike të mallrave në kilogram (kg), si dhe në ndarjen sipas shteteve partnere. Ky fokus mbi qarkullimin ndihmon të kuptohet burimi i potencialit të mbeturinave të tekstilit në Kosovë.

Analizimi i vlerës së përgjithshme të mallrave të kategorizuara në veshmbathje, aksesorë dhe tekstil për përdorim shtëpiak tregon një dominim të theksuar të importit ndaj eksportit në të gjitha segmentet. Në veçanti, veshmbathjet përbëjnë pjesën më të madhe të importit, me një vlerë prej rreth 190 milionë euro, ndërsa eksporti në këtë kategori është vetëm rreth 18.36 milionë euro. Edhe në kategorinë e aksesorëve, importi është dukshëm më i lartë, me mbi 12.29 milionë euro, krahasuar me një eksport prej vetëm 331 mijë euro. Sa i përket tekstilit shtëpiak, ndonëse diferenca është më e vogël, përsëri importi prej rreth 16.92 milionë euro tejkalon ndjeshëm eksportin prej 3.39 milionë euro. Kjo pabarazi në tregti reflekton një varësi të lartë nga produktet e jashtme, të cilat pas përdorimit kontribuojnë në sasi të mëdha mbeturinash, veçanërisht në mungesë të mekanizmave funksionale të riciklimit në vend.

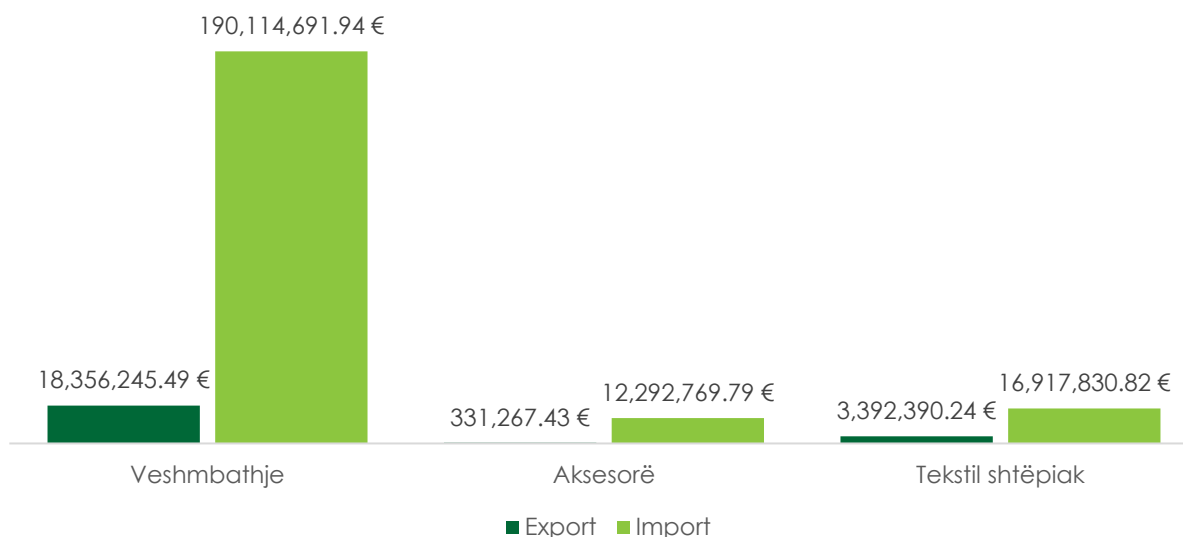


Figura 3. Vlera e mallrave sipas kategorive për vitin 2024

Nga kjo është analizuar në veçanti edhe vlera e mallrave për veshjet e përdorura, ku importi me një vlerë prej afro 1.9 milion euro ka qenë dukshëm më i lartë se eksporti me vetëm rreth 44 mijë euro.

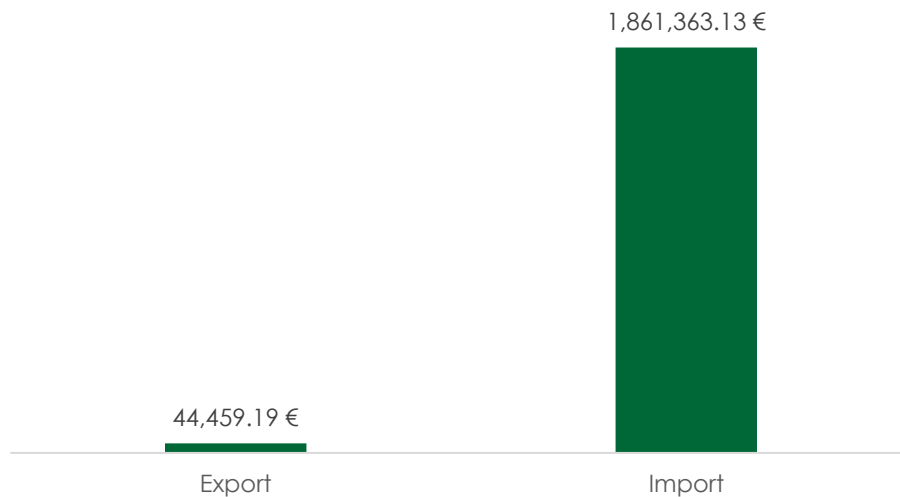


Figura 4. Vlera e mallrave të veshjeve të përdorura për vitin 2024

Vërehet se importet jo vetëm kanë vlerë më të lartë monetare, por edhe sasi më të madhe fizike, çka tregon për një dominim të qartë të produkteve të huaja në tregun vendor. Kjo sasi e madhe fizike ndikon në rritje të konsiderueshme të sasisë së mbeturinave tekstile, duke krijuar sfida të mëdha për menaxhimin, grumbullimin dhe përpunimin e tyre në nivel vendor. Për shembull, te kategoria e veshmbathjeve, importet arrijnë në rreth 19.36 milionë kg, që korrespondon me një vlerë prej mbi 190 milionë euro në grafikun e parë. E njëjta përpunje shihet edhe te aksesorët dhe tekstili shtëpiak, duke konfirmuar se bilanci negativ tregtar i Kosovës në këtë sektor është i pranishëm si në aspektin sasior, ashtu edhe në atë financiar. Kjo mbingarkesë me produkte të huaja e paaftëruar me strategji riciklimi ose zgjatje të jetës së produktit krijon presion të madh mjedisor.

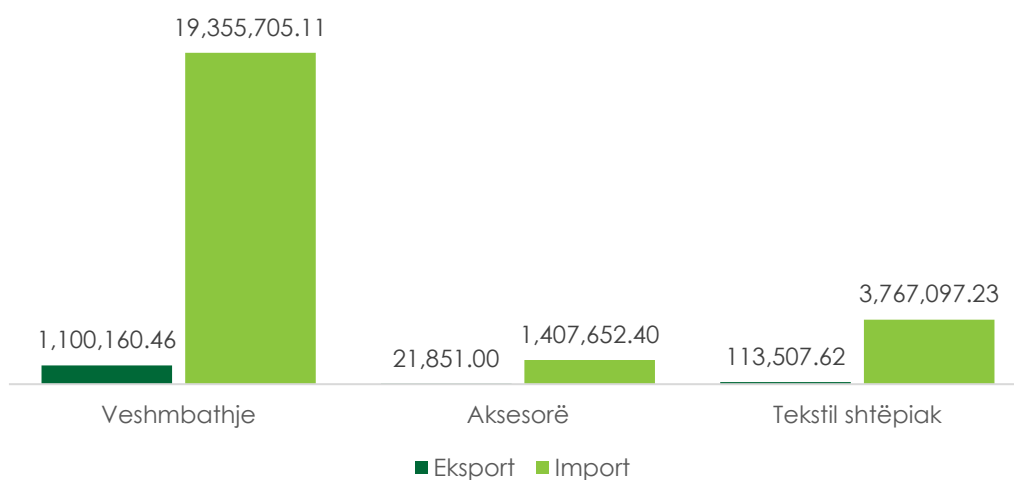


Figura 5. Sasia e mallrave sipas kategorive për vitin 2024

Të dhënat tregojnë se Kosova ka importuar **rreth 24.5 milionë kilogramë** tekstil në 2024 dhe ka eksportuar vetëm **rreth 1.2 milionë kg**, duke rezultuar në një **tepricë prej më shumë se 23.2 milionë kg tekstil që mbeten brenda vendit**.

Pjesa më e madhe e këtij bilanci negativ vjen nga veshmbathjet, të cilat përbëjnë afërsisht 77 përqind të gjithë sasisë që mbetet në Kosovë. Ky fluks i madh tekstilësh që hyn dhe nuk del nga vendi është një indikator i drejtpërdrejtë për sasinë potenciale të mbeturinave tekstile, sidomos kur kombinohet me mungesën e sistemeve të mirëfillta të riciklimit dhe ripërdorimit.

Nëse analizojmë më tutje, veshjet e përdorura gjatë vitit 2024 janë eksportuar rreth 25 mijë kilogram ndërsa janë importuar mbi 1.3 milion kilogram. Ky disproporcion i thellë e bën të qartë se veshjet e përdorura nuk përfshihen në një cikël të plotë qarkor, por më tepër përfundojnë si mbeturina, duke kontribuar në ndotje dhe konsum të panevojshëm të hapësirave të deponimit.

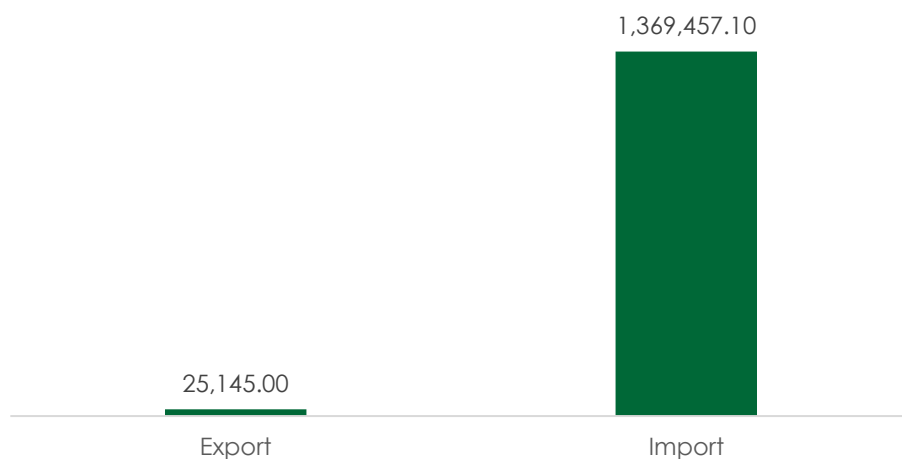


Figura 6. Sasia e mallrave të veshjeve të përdorura për vitin 2024

Gjatë vitit 2024, vërehet një mospërputhje e theksuar mes eksporteve dhe importeve në çdo tremujor. Importet janë vazhdimisht më të larta, duke arritur kulmin në tremujorin e tretë me mbi 62 milionë euro, ndërsa eksportet mbeten në nivele shumë më të ulëta, nga 4.7 deri në 6.2 milionë euro. Pavarësisht disa luhatjeve, deficiti tregtar vazhdon të jetë i pranishëm përgjatë gjithë vitit.

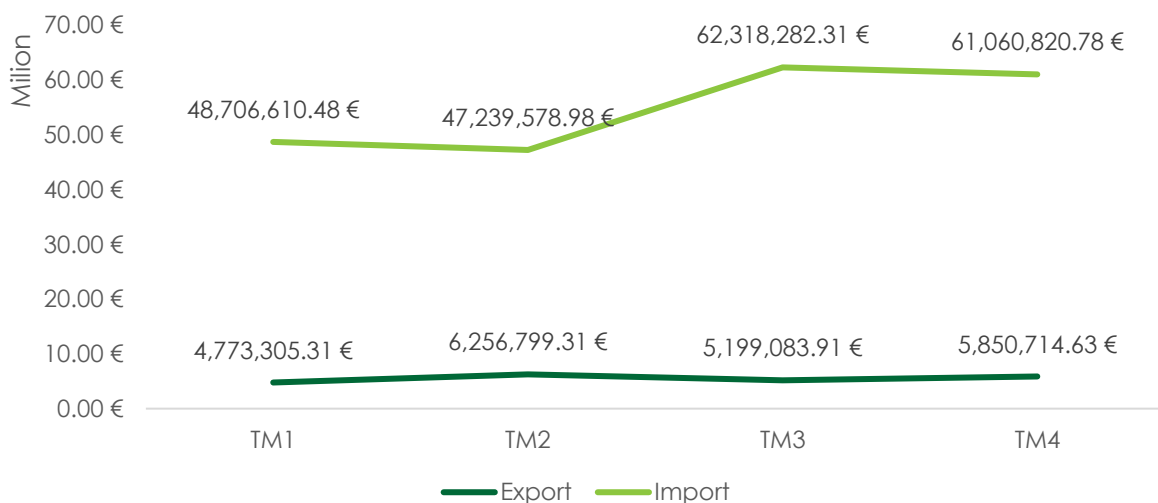


Figura 7. Vlera e mallrave sipas muajve për vitin 2024

Ky trend i vlerës së mallrave përkon me sasinë, duke treguar se rritja e importeve dhe eksportit në vlerë shoqërohet edhe me rritje në sasi. Gjatë vitit 2024, importet në sasi janë rritur gradualisht nga 5.39 milionë kg në tremujorin e parë në 6.72 milionë kg në tremujorin e katërt, duke reflektuar një rritje të kërkesës për mallra të huaja. Eksportet, megjithatë, kanë mbetur në nivele të ulëta, me një rritje të lehtë në tremujorin e dytë (667 mijë kg) dhe një rënie të vazhdueshme më pas. Përderisa importet vazhdojnë të rriten dhe eksportet stagnojnë, kjo situatë forcon një cikël negativ mjedisor, ku mbeturinat nga produktet e huaja nuk rikthehen në qarkullim, por akumulohen si mbeturina.

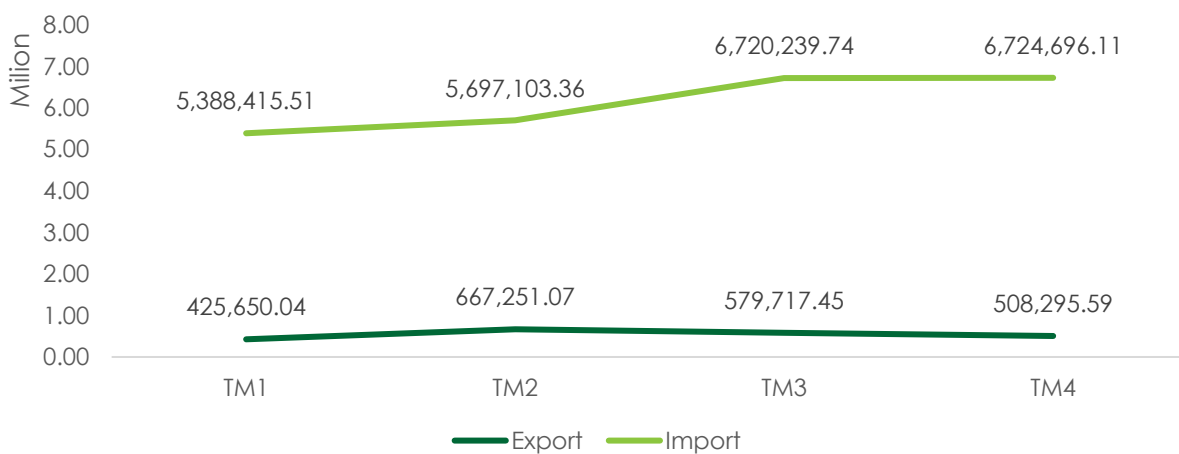


Figura 8. Sasia e mallrave sipas muajve për vitin 2024

Në vazhdim janë analizuar 10 shtetet me vlerat më të larta të importit. Partnerët kryesorë tregtarë për import kanë qenë Turqia, me një vlerë totale prej 84,799,302.88 euro, dhe Kina, me 59,575,796.50 euro, duke u renditur dukshëm mbi vendet e tjera. Duke qenë se një pjesë e madhe

e materialeve të importuara nga këto vende përfshin produkte me jetëgjatësi të kufizuar, kjo rrit potencialin për krijimin e mbeturinave të paqëndrueshme dhe vështirë të riciklueshme në Kosovë.

Ndër vendet me vlera më të ulëta të importeve janë Vietnami (7.06 milionë euro), Kamboxha, Pakistani, Maroku, dhe India, me importe që variojnë nga rreth 4.2 deri në 5 milionë euro. Më poshtë renditen Indonezia, Italia dhe Kroacia, me vlera që shkojnë deri në 1.9 milionë euro.

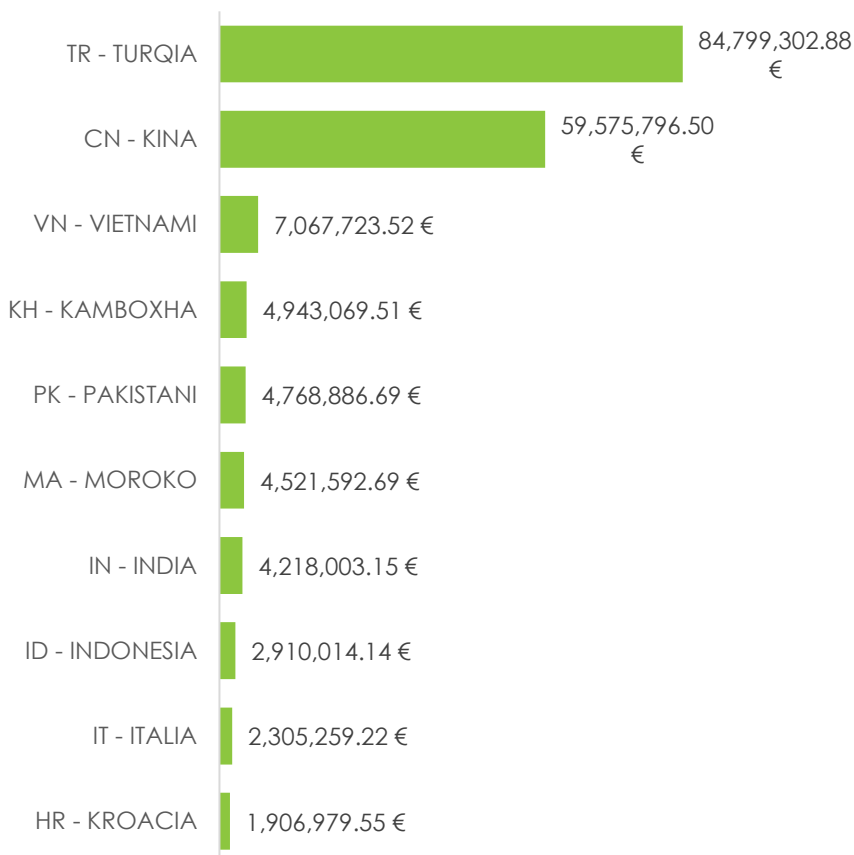


Figura 9. Vlera e mallrave të importit sipas shteteve për vitin 2024

Struktura e importeve ndryshon sipas natyrës së mallrave. Në vitin 2024, sasia e mallrave të importuara në kilogramë nuk përputhet plotësisht me vlerën e tyre. Kina dhe Turqia mbeten dy furnitorët kryesorë, si për sasi ashtu edhe për vlerë, duke dëshmuar një lidhje të drejtpërdrejtë mes këtyre dy treguesve.

Ndërkohë, vende si Zvicra, India dhe Gjermania kanë sasi të larta importi, por nuk figurojnë në top-listën për vlerë, gjë që sugjeron se importohen mallra me çmime më të ulëta për njësi. Importimi i mallrave me çmime të ulëta, që shpesh kanë cilësi të diskutueshme, rrit rrezikun e konsumit të shpejtë dhe rritjes së mbeturinave të padurueshme për riciklim.

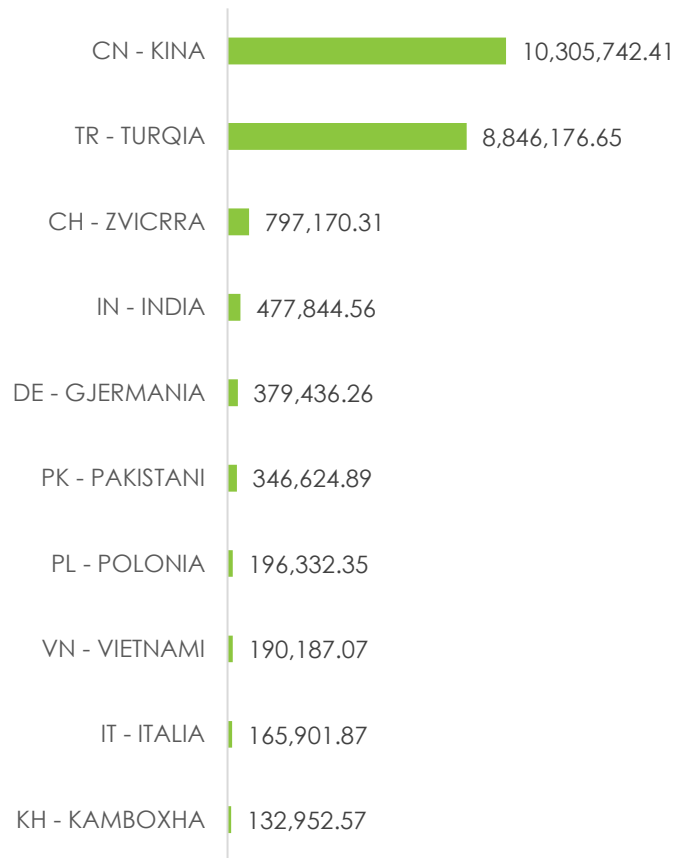


Figura 10. Sasia e mallrave të importeve sipas shteteve për vitin 2024

Këto të dhëna tregojnë një dominim të qartë të importeve ndaj eksporteve, si në aspektin sasior ashtu edhe në atë financiar, përgjatë vitit 2024. Ky disbalancë është i dukshëm në të gjitha kategoritë kryesore të mallrave dhe në shumicën e marrëdhënieve tregtare me partnerët ndërkombëtarë. Mospërputhjet mes sasisë dhe vlerës së mallrave theksojnë ndryshimet në strukturën dhe natyrën e produkteve të tregtuara, duke nënvizuar nevojën për politika që nxisin prodhimin dhe eksportin e mallrave me vlerë të shtuar.

Në kontekstin e ekonomisë qarkore, kjo situatë nënvizon domosdoshmërinë që Kosova të zhvillojë kapacitete për përpunimin, riciklimin dhe ripërdorimin e tekstilit të importuar, për të minimizuar ndikimin mjedisor dhe për të rritur vlerën e shtuar brenda vendit dhe potencialisht të rritë eksportin.

4.4 KONSIDERATA MJEDISORE

Sektori i prodhimit është një konsumator i rëndësishëm i energjisë dhe ndotës mjedisor. Megjithatë, janë duke u ndërmarrë iniciativa për rritjen e efecencës energjetike, me përmirësime vjetore në intensitetin e emetimeve të CO₂ dhe një theks të veçantë në kalimin drejt modeleve të prodhimit me karbon të ulët (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Këto përpjekje janë të rëndësishme për sektorin e tekstilit, pasi prodhimi i materialeve të reja dhe përpunimi i tekstilit kërkon sasi të konsiderueshme energjie dhe shkakton emetime të mëdha të karbonit. Rritja e efikasitetit energjetic jo vetëm që ndihmon në uljen e kostove operacionale, por gjithashtu kontribuon në reduktimin e ndikimit negativ në mjedis, duke mbështetur objektivat e ekonomisë qarkore dhe të qëndrueshmërisë klimatike.

Për të përballuar konkurrencën, kompanitë i japin përparësi çmimeve të ulëta (31%), dizajnit të produkteve (32%) dhe përpjekjeve të marketingut (21%). Megjithatë, përmirësimi i cilësisë së produkteve (16%) mbetet një strategji e nën përdorur (Hana Gashi, 2019).

Fokusi i ulët në cilësi ndikon gjithashtu në mjedis, pasi produktet më pak të qëndrueshme kanë një jetëgjatësi më të shkurtër, duke rritur kërkesën për prodhim të ri dhe duke shtuar sasinë e mbeturinave të tekstilit. Ndërtimi i strategjive që favorizojnë cilësinë dhe jetëgjatësinë e produkteve do të mund të kontribuonte në reduktimin e ndotjes dhe në forcimin e qarkullimit të materialeve në sektor.

5. EKONOMIA QARKORE

Ekonomia qarkore përfaqëson një model ekonomik që synon të reduktojë mbeturinat dhe të maksimizojë përdorimin e burimeve nëpër cikle të mbyllura. Ky koncept kontraktet me modelin linear "merr-përdor-hedh", duke promovuar strategji të ripërdorimit, riciklimit dhe regjenerimit të materialeve dhe produkteve (Martin Geissdoerfer, 2017). Ekonomia qarkore bazohet në tri parime themelore:

- Eliminimi i mbeturinave dhe ndotjes: Parandalimi i krijimit të mbeturinave duke dizajnuar produkte dhe procese efikase.
- Ri mbajtja e produkteve dhe materialeve në përdorim: Promovimi i ripërdorimit, riparimit dhe riciklimit.
- Regjenerimi i sistemeve natyrore: Përdorimi i materialeve që mund të rikuperohen në mënyrë të natyrshme (Ellen MacArthur Foundation, 2013).

Ky model ofron përfitime të shumta në aspekte të ndryshme. Ekonomikisht, ai kontribuon në uljen e kostove të prodhimit përmes rritjes së efikasitetit në përdorimin e burimeve dhe reduktimit të varësisë nga lëndët e para. Në aspektin mjedisor, ndihmon në uljen e ndotjes dhe të konsumit të energjisë përmes zgjatjes së jetës së produkteve dhe minimizimit të mbeturinave. Në anën sociale, ekonomia qarkore krijon mundësi të reja punësimi, veçanërisht në sektorët e riparimit, riciklimit dhe inovacionit të qëndrueshëm (Ellen MacArthur Foundation, 2015).

Megjithatë, pavarësisht përfitimeve të mëdha, zbatimi i ekonomisë qarkore përballet me disa sfida. Së pari, kufizimet teknologjike e bëjnë të vështirë riciklimin e disa materialeve, veçanërisht ato të përziera ose me përbërje komplekse. Së dyti, mungesa e një kornize të qartë ligjore dhe mbështetëse në shumë vende pengon zhvillimin e strategjive efektive të ekonomisë qarkore. Së fundmi, sjellja e konsumatorëve përbën një sfidë të vazhdueshme, ku mungesa e edukimit dhe

vetëdijes për konsum të qëndrueshëm shpesh e ngadalëson procesin e tranzicionit (Julian Kirchherr, 2017).

Shembuj praktikë të këtij modeli janë tashmë të pranishëm në industrinë globale. Një rrjet i njohur i shitblerjes së mobiljeve dhe produkteve të tekstilit shtëpiak ka zbatuar strategji për riparimin dhe kthimin e produkteve të saj, duke promovuar një model konsumi të qëndrueshëm. Ndërkohë, Renault përdor pjesë të ricikluara në prodhimin e automjeteve dhe ka investuar në qendra për ripërpunimin dhe rinovimin e komponentëve të makinave (Stahel, 2016).

Industria e tekstilit ofron disa praktika të suksesshme të zbatimit të parimeve të ekonomisë qarkore nëpërmjet bashkëpunimit ndër-sektorial. Dy rrjete liderë ndërkombëtarë të modës me vlerë të lartë të shitjeve, kanë bashkëpunuar në një studim të përbashkët për të rritur riciklueshmërinë e tekstilit duke identifikuar dhe eliminuar substancat kimike të dëmshme, duke kontribuar kështu në krijimin e një qarku të mbyllur për tekstilin dhe promovimin e praktikave të qëndrueshme në modën globale (Inter IKEA newsroom, 2019). Një tjetër iniciativë novatore vjen nga një kompani holandeze e specializuar në dhënie me qira të veshjeve, e cila ka zbatuar një model unik të qirasë së xhinseve: klientët mund të marrin me qira një palë xhinse për një periudhë të caktuar dhe t'i kthejnë më pas për riciklim, duke promovuar një model konsumimi qarkor dhe reduktuar mbeturinat (MUD Jeans, 2013).

Një tjetër praktikë e suksesshme është ajo e një kompanie prodhuese të veshjeve dhe aksesorëve me bazë në Los Anxhelos, e cila përdor tekstil të përdorur për të krijuar produkte të reja përmes ripërdorimit dhe upcycling, duke zvogëluar në mënyrë të ndjeshme mbeturinat e tekstilit (Suay Sew Shop, 2017). Po ashtu, një kompani spanjolle e specializuar në prodhimin e fibrave të pambukut të ricikluar, një kompani nga Spanja, specializohet në prodhimin e fibrave të pambukut të ricikluar nëpërmjet proceseve mekanike, duke ulur varësinë nga lëndët e para të reja dhe ndikimin mjedisor të industrisë (Recover Textile Systems, 2020). Këto shembuj konkretë dëshmojnë se ekonomia qarkore jo vetëm që është e zbatueshme në industrinë e tekstilit, por edhe sjell përfitime të dukshme ekonomike, mjedisore dhe sociale.

Në Kosovë, zbatimi i parimeve të ekonomisë qarkore në industrinë e tekstilit është ende në një fazë të hershme dhe i fragmentuar, me mungesë të qasjeve të mirëstrukturuara dhe mungesë të politikave të dedikuara për këtë sektor. Në mungesë të iniciativave të gjera institucionale, praktikat qarkore në industrinë e tekstilit janë të izoluara, të udhëhequra nga disa organizata të shoqërisë civile dhe ndërmarrje të vogla që angazhohen në projekte për ripërdorim apo riciklim artizanal të tekstilit, shpesh me mbështetje nga donatorë ndërkombëtarë. Megjithatë, këto nuk përbëjnë ende një sistem të konsoliduar që mund të ndikojë në mënyrë të ndjeshme në strukturën aktuale të zinxhirit të furnizimit apo menaxhimit të mbeturinave në industri (WeBalkans.eu, 2021).

6. SFIDAT NË SEKTORIN E TEKSTILIT

Sektori i tekstilit në Kosovë përballlet me një sërë sfidash strukturore dhe zhvillimore që ndikojnë në rritjen dhe konkurrueshmërinë e tij. Në vijim paraqiten disa nga sfidat kryesore të identifikuara:

- Mbështetja në prodhimin me vlerë të ulët shton kufizime për konkurrueshmërinë.
- Qasja e kufizuar në financim dhe burime teknologjike për bizneset e vogla.

- Presionet për përputhshmërinë me mjedisin kërkojnë investime të konsiderueshme në teknologji të reja.
- Menaxhimi Strategjik: Zbatimi i strategjive gjithëpërfshirëse, përfshirë analizat SWOT dhe PEST, mund të ndihmojë bizneset të identifikojnë mundësi rritjeje dhe të zvogëlojnë rreziqet. (Hana Gashi, 2019).
- Pozicionimi në treg: Kompanitë kanë shprehur gatishmërinë (61%) për bashkëpunim ndërkombëtar, duke treguar potencial për integrim global. (Hana Gashi, 2019).
- Prioritizimi i investimeve: me mbështetje institucionale, fokusi në teknologji dhe punëtorë të kualifikuar mund të përmirësojë produktivitetin dhe konkurrueshmërinë. (Hana Gashi, 2019).

Spektori përballlet me konkurrencë të fortë nga bizneset informale, të cilat i nënçmojnë bizneset formale me çmimet. Kufizimet financiare janë një pengesë kryesore, me normat e interesit për kreditë e reja që arrijnë në mesatarisht 11.7 përqind, duke kufizuar aftësinë e ndërmarrjeve të vogla për të modernizuar (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014). Mungesa e fuqisë punëtore është një tjetër problem kritik, me ndërmarrjet që theksojnë mungesën e aftësive të specializuara, si menaxhimi i prodhimit, kontrolli i cilësisë dhe profesione të tjera specifike për tekstilin. Këto sfida janë përkeqësuar nga mungesa e trajnimeve profesionale të duhura, duke i detyruar shumë biznese të mbështeten në zhvillimin e aftësive brenda kompanisë (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014).

Spektori i veshjeve në Kosovë përballlet me sfida për t'u bërë plotësisht i gatshëm për eksport. Shumë biznese kanë vështirësi në zgjerimin në tregjet ndërkombëtare për shkak të burimeve të kufizuara për të marrë pjesë në panairë tregu dhe për të përmbushur standardet ndërkombëtare të cilësisë. Edhe pse ndërhyrjet e USAID-it kanë përmirësuar këto aspekte, mbështetja e mëtejshme është e nevojshme për të siguruar suksesin afatgjatë. Po ashtu, zhvillimi i fuqisë punëtore mbetet një sfidë, pasi shumë kompani kërkojnë ndihmë në trajnimin e punonjësve për të përmbushur kërkesat e prodhimit. (USAID, 2020).

Pavarësisht këtyre sfidave, ekzistojnë mundësi të konsiderueshme për sektorin. Krijimi i KAMA-s ka siguruar një zë të bashkuar për industrinë, duke mundësuar që bizneset të avokojnë për politikat më të mira dhe të bashkëpunojnë në strategjitë e eksportit. Grantet e drejtuara nga USAID-i kanë mundësuar që firmat të investojnë në pajisje të reja dhe të zgjedhin linjat e prodhimit, duke i bërë ato më konkurruese ndërkombëtarisht. Me mbështetje të shtuar, bizneset e veshjeve në Kosovë mund të shfrytëzojnë pozicionin e tyre strategjik dhe afërsinë me tregjet evropiane, të cilat ofrojnë përparësi logjistike krahasuar me konkurrentët në Azi. Suksesi i firmave si Menakon dhe SSPrint tregon aftësinë e sektorit për të u rritur dhe shumëfishuar me resurset e duhura (USAID, 2020).

Këto sfida strukturore dhe zhvillimore me të cilat përballlet sektori i tekstilit në Kosovë kanë ndikim të drejtpërdrejtë në aftësinë e bizneseve për të aplikuar praktikën e ripërdorimit dhe riciklimit të tekstilit. Mbështetja e kufizuar institucionale, mungesa e financimit dhe e teknologjive moderne, e bëjnë të vështirë për kompanitë të investojnë në pajisje dhe procese që mundësojnë grumbullimin, ndarjen dhe përpunimin e mbeturinave të tekstilit në mënyrë efikase.

Megjithatë, aplikimi i këtyre praktikave mund të ndihmojë në zgjidhjen e disa prej këtyre sfidave: duke ulur kostot e prodhimit, reduktuar varësinë nga importet dhe rritur vlerën e produktit për

tregjet ndërkombëtare. Përveç kësaj, ato krijojnë mundësi të reja punësimi dhe trajnimi në fusha si dizajni i qëndrueshëm dhe përpunimi i materialeve të mbetura. Në këtë mënyrë, ekonomia qarkore nuk duhet parë vetëm si një model mjedisor, por edhe si një strategji zhvillimi për sektorin, që ndihmon në tejkalimin e barrierave ekzistuese dhe nxit rritjen dhe konkurrueshmërinë afatgjatë të industrisë së tekstit në Kosovë.

7. REZULTATET NGA ANKETAT ME QYTETARË

Në vazhdim paraqiten rezultatet e anketës së realizuar me qytetarët, me qëllim të kuptimit të mendimeve dhe qëndrimeve të tyre në fusha të ndryshme. Përmes analizës së të dhënave të mbledhura, synohet të identifikohen tendencat kryesore dhe preferencat e pjesëmarrësve, duke mundësuar një pasqyrë më të qartë mbi çështjet e trajtuara.

7.1 DEMOGRAFIA

Analiza demografike e pjesëmarrësve në anketë ofron të dhëna kyçe mbi gjininë, moshën, arsimin dhe statusin e tyre socio-ekonomik. Pjesëmarrësit janë kryesisht femra (54.5%), duke treguar një pjesëmarrje pak më të lartë krahasuar me meshkujt (45.5%). Grupmosha më e përfaqësuar është ajo 25-34 vjeç, e ndjekur nga grupi 35-44 vjeç, duke sugjeruar një dominim të individëve në moshë pune dhe profesionalisht aktivë.

Shumica e pjesëmarrësve janë të martuar (58.8%), ndërsa rreth 37.8 përqind janë beqarë, dhe vetëm një përqindje shumë e vogël janë të divorcuar apo të ve. Për sa i përket numrit të anëtarëve në familje, pjesa më e madhe (68.8%) jetojnë në familje deri në 6 persona, ndërsa 18 përqind raportojnë familje më të mëdha, me mbi 6 anëtarë. Në aspektin ekonomik, për të ardhurat mujore familjare, shumica gjenden në intervalin 401-1200 euro (41.9%).

Pjesëmarrësit kryesisht jetojnë në zona urbane (55.5%), por edhe zonat rurale kanë një përfaqësim domethënës (44.5%). Sa i përket nivelit arsimor, pothuajse gjysma e pjesëmarrësve kanë përfunduar arsimin universitar (48%), ndërsa një numër më i vogël kanë përfunduar shkollën e mesme (21.8%) apo studimet master (17.5%). Vetëm 1.5 përqind kanë nivel doktorature.

Në lidhje me punësimin, shumica janë të punësuar në sektorin privat (25.8%) dhe publik (23.8%). Një pjesë e konsiderueshme janë të papunë në kërkim të punës (21%) ose studentë (10.3%). Përqindja e të vetëpunësuarve dhe amvisave është më e ulët, respektivisht 4.8 përqind dhe 4.5 përqind.

Shumica e pjesëmarrësve kanë arsim universitar (48%), ndërsa shumica janë të punësuar në sektorin privat ose publik (49.6%), por një pjesë e konsiderueshme janë edhe të papunë (21%).

7.2 FURNIZIMI ME PRODUKTET E TEKSTIT

Një aspekt i rëndësishëm i këtij studimi ishte mënyra se si qytetarët furnizohen me produkte të tekstit. Ky seksion shqyrton burimet kryesore të blerjeve, qasjen në treg dhe faktorët që ndikojnë në vendimet e konsumatorëve kur zgjedhin ku dhe si të blejnë këto produkte.

Nga rezultatet e marra të anketuarit blejnë kryesisht vetë veshjet e tyre duke filluar nga maicat, këmishat, bluzat dhe të ngjajshme (86%), deri tek çorapet (81.5%). Veshjet sportive janë ndër veshjet më pak të përdorura (13.6%).

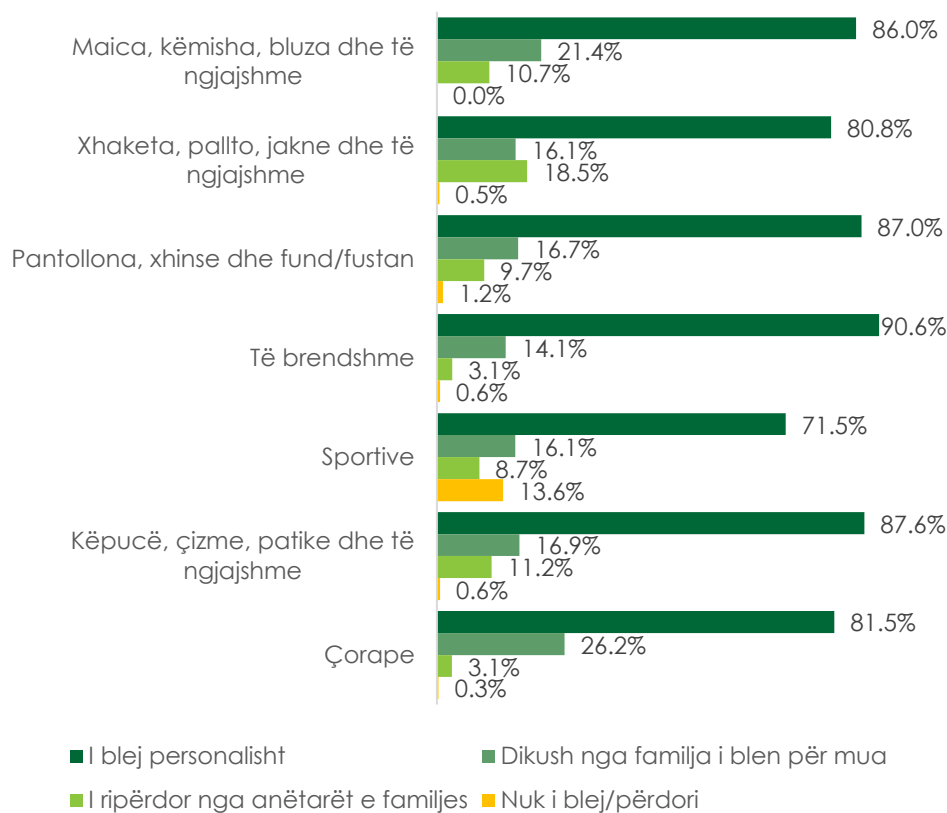


Figura 11. Si furnizoheni me produktet e mëposhtme të tekstitit – veshmbathje? (Pytje e shumëfishtë)

Shumica e njerëzve i blejnë personalisht çantat (71.2%), kapelat (63.1%) dhe shallat/dorëzat (62.5%), ndërsa një pjesë më e vogël i merr nga familjarët ose nuk i përdor fare.

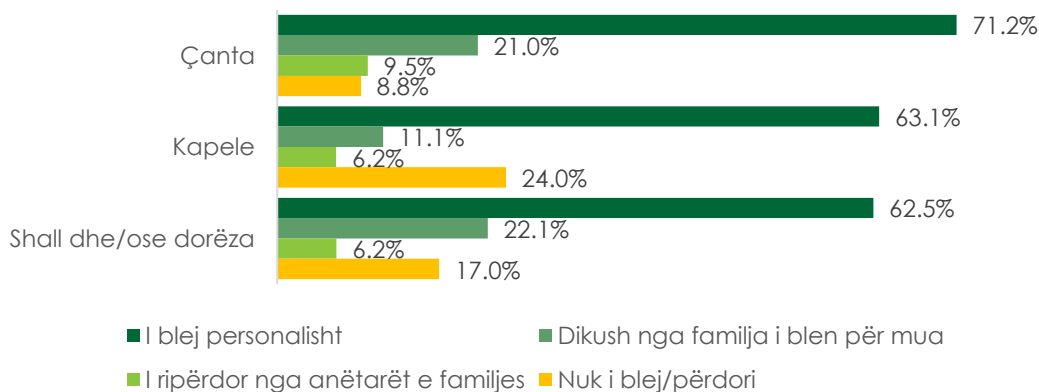


Figura 12. Si furnizoheni me produktet e mëposhtme të tekstitit – aksesore? (Pytje e shumëfishtë)

Për produktet e tekstilit për shtëpi, shumica e të anketuarve kanë deklaruar se i blejnë personalisht, por një pjesë e konsiderueshme kanë deklaruar se i blen dikush nga familja për ta, duke filluar nga 40.1 përqind për qilima deri në 43.5 përqind për mbulesa të shtratit.

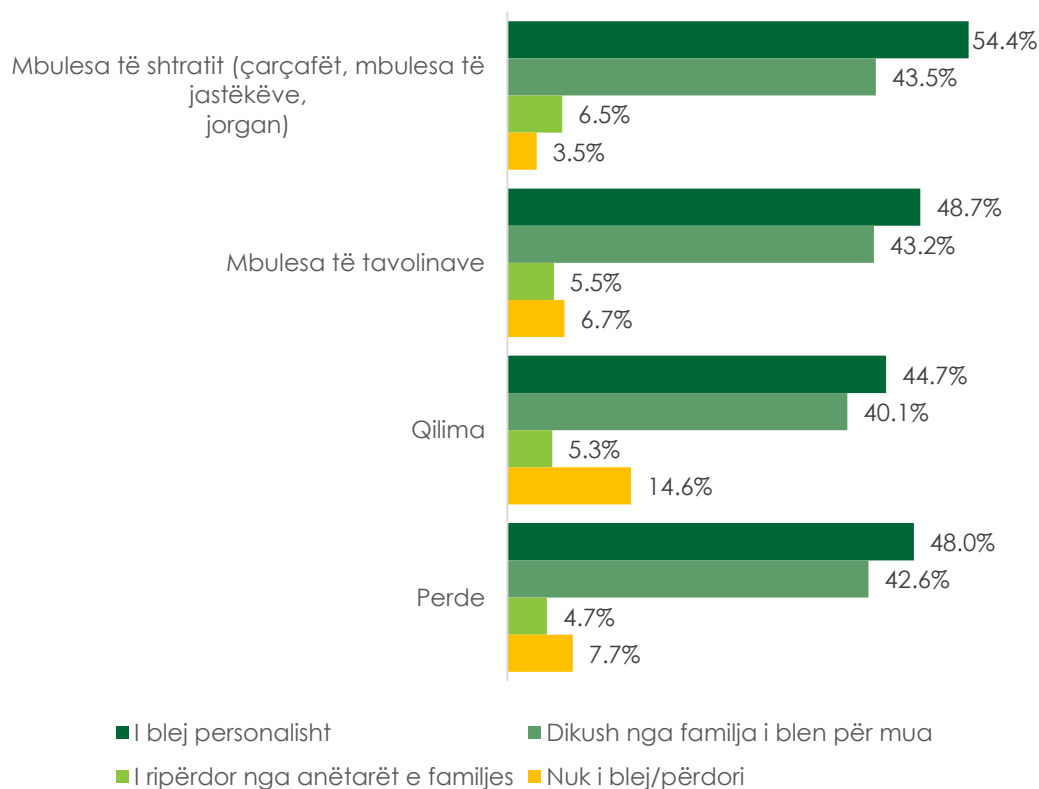


Figura 13. Si furnizoheni me produktet e mëposhtme të tekstilit – shtëpiake? (Pytje e shumëfishtë)

Sa i përket frekuencës së blerjeve, çorapet janë produkti që blehen më së shpeshti (54.7% të paktën një herë në muaj), pastaj bluzat dhe këmisha blihen disa herë në muaj nga 15.9 përqind e të anketuarve, ndërsa 35.4 përqind i blejnë çdo 2-3 muaj. Të brendshmet janë ndër produktet që blihen më shpesh, me 18 përqind që i blejnë disa herë në muaj dhe 24.5 përqind një herë në muaj. Nga ana tjetër, xhaketat dhe palltot blihen më rrallë, me 46.4 përqind të të anketuarve që i blejnë më rrallë se çdo 6 muaj. Një trend i ngjashëm vërehet edhe për këpucët dhe çizmet, të cilat 40.9 përqind e të anketuarve i blejnë më rrallë se çdo 6 muaj.

Blerjet e shpeshta të artikujve të lirë e të përditshëm (si bluzat dhe çorapet) kontribuojnë në modelin e konsumit të tepruar dhe krijimin e mbeturinave më të shpeshta. Këto produkte janë më të prirura të përfundojnë në mbeturina pasi që edhe janë ndër produktet të raportuara se ripërdoren shumë pak.

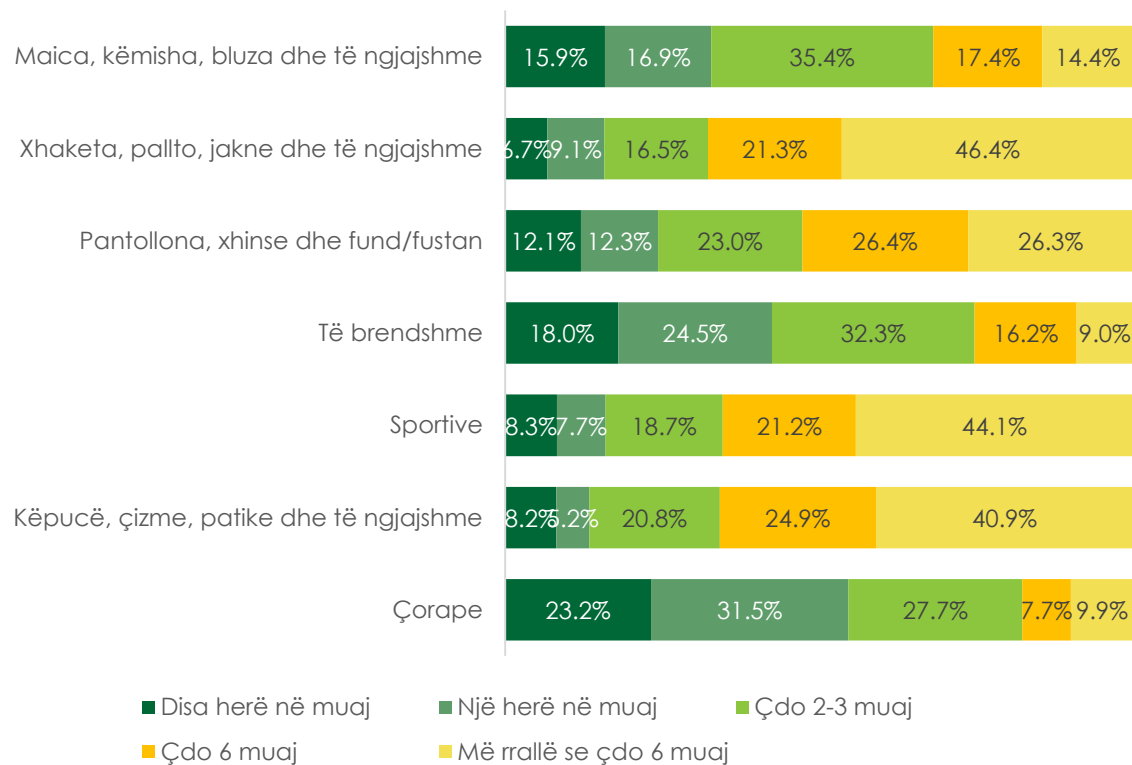


Figura 14. Sa shpesh i blini produktet e mëposhtme-veshmbathje?

Aksesorët si çantat, kapelet dhe shalli e dorëzat blihen më rrallë se çdo 6 muaj nga më shumë se gjysma e të anketuarëve.

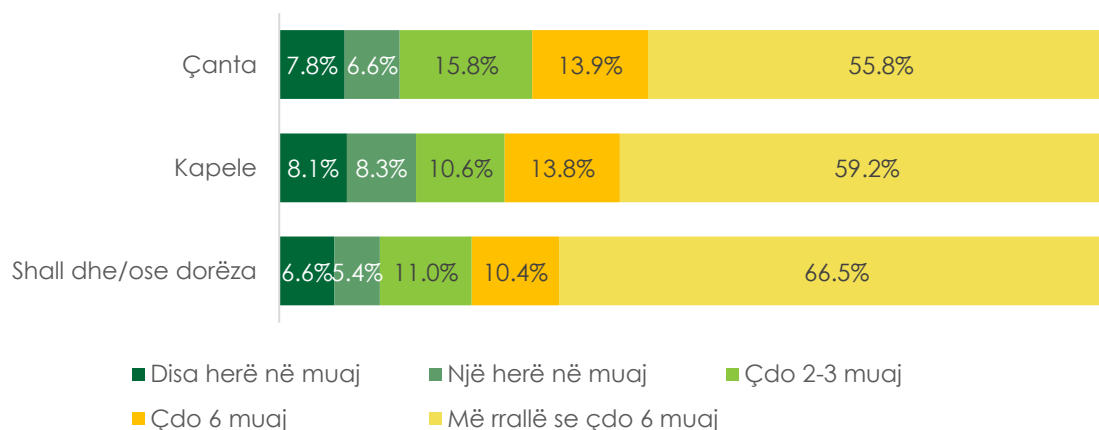


Figura 15. Sa shpesh i blini produktet e mëposhtme-aksesor?

Të anketuarit i blejnë mbulesat e shtratit, mbulesat e tavolinave, qilimat dhe perdet rrallë, kryesisht më pak se çdo 6 muaj. Perdet dhe qilimat blihen edhe më rrallë krahasuar me produktet e tjera.

Nga ana tjetër, mbulesat e shtratit dhe ato të tavolinave blihen më shpesh, zakonisht çdo 2-3 muaj ose çdo 6 muaj, ndërsa blerjet mujore apo më të shpeshta janë më pak të zakonshme.

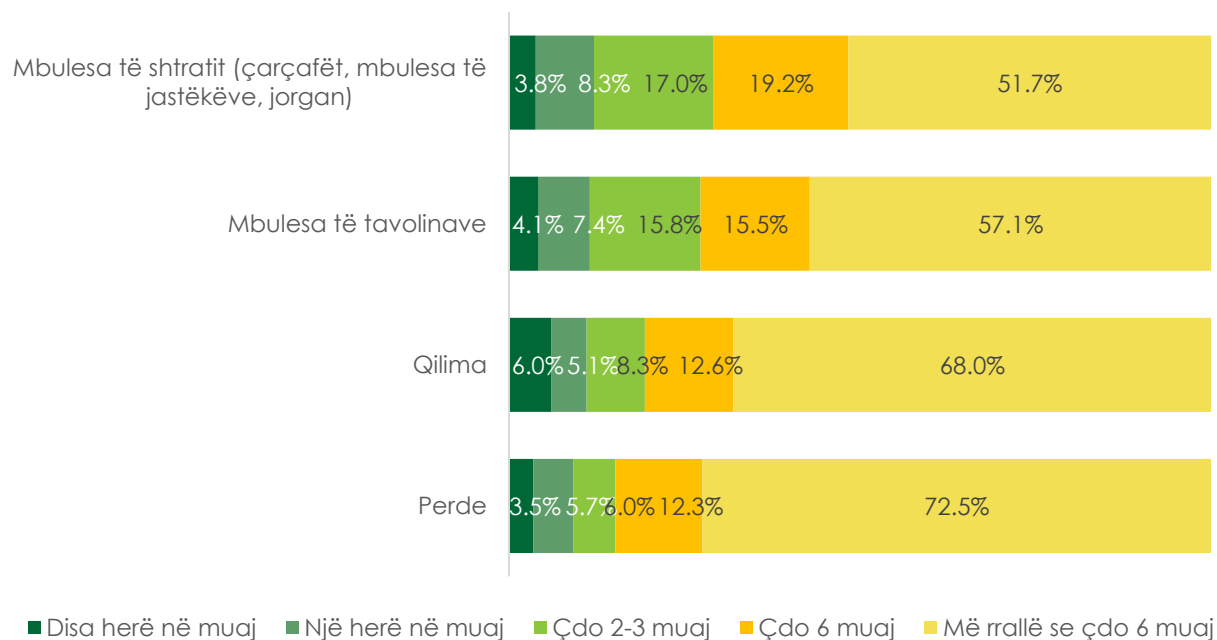


Figura 16. Sa shpesh i blini produktet e mëposhtme?

Shumica e të anketuarve blejnë produktet e tekstilit brenda Kosovës, ndërsa vetëm një përqindje e vogël i blejnë jashtë vendit. Artikujt si të brendshmet dhe çorapet preferohen kryesisht në tregun vendor.

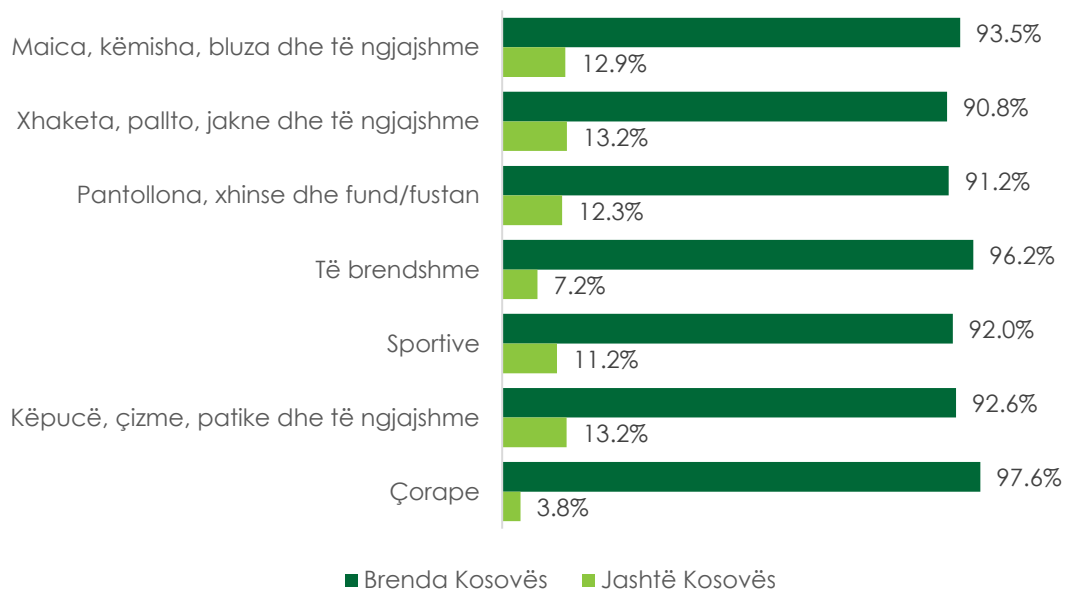


Figura 17. Ku i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstilit-veshmbathje? (Pytje e shumëfishtë)

Blerja e produkteve të aksesorëve bëhet në të shumtën e kohës brenda Kosovës, mbi 92.9 përqind. Një pjesë më e vogël i blen këto produkte jashtë Kosovës.

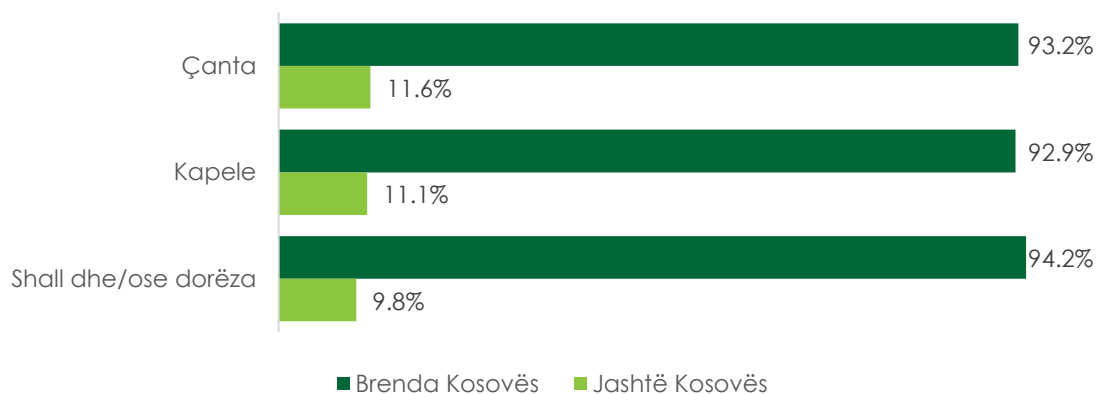


Figura 18. Ku i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstilit- aksesor? (Pytje e shumëfishtë)

Ngjajshëm, të anketuarit zakonisht i blejnë produktet e tekstilit për shtëpi në dyqane brenda Kosovës, ndërsa një pjesë më e vogël preferon t'i blejë jashtë vendit.

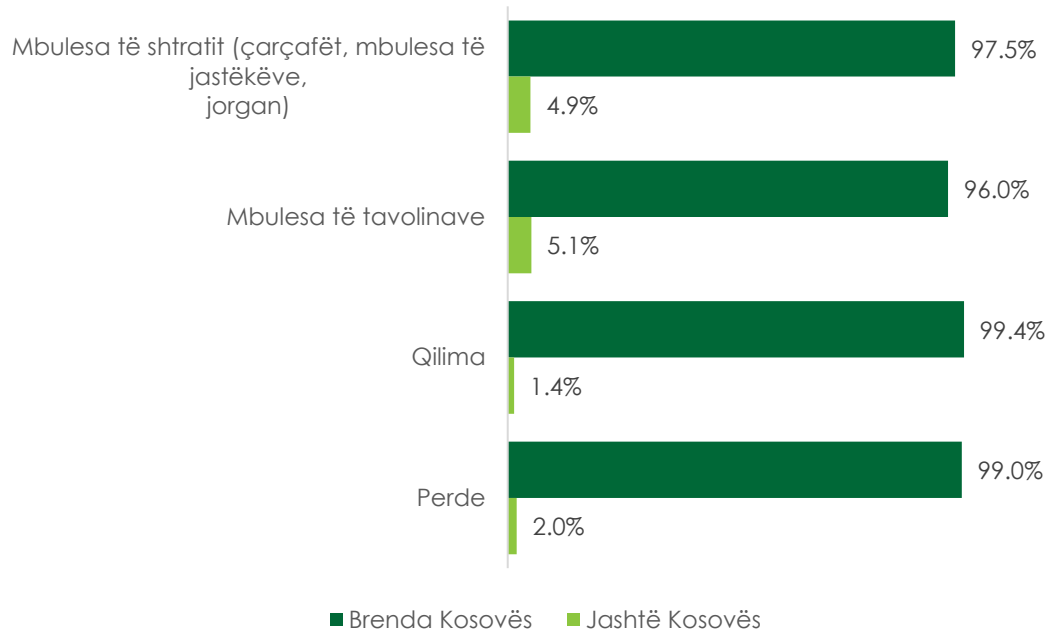


Figura 19. Ku i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstilit- shtëpiake? (Pytje e shumëfishtë)

Të anketuarit që kanë deklaruar se blejnë jashtë vendit kanë përmendur vendet ku ata blejnë. Gjermania është destinacioni kryesor i blerjeve jashtë Kosovës (52.4%), pasuar nga Zvicra (26.6%) dhe Turqia (11.2%).

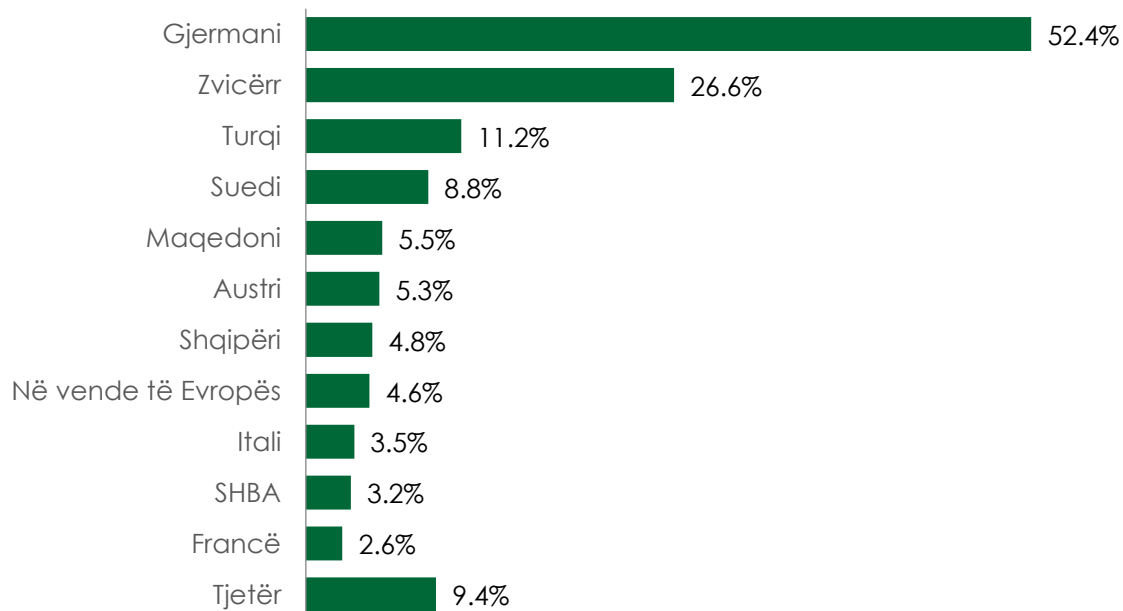


Figura 20. Ne cilat vende jashtë Kosovës i bën këto blerje?

Arsyet kryesore pse ata bëjnë këto blerje janë sepse mendojnë se cilësia e produkteve është më e lartë jashtë vendit (57.9%), kurse çmimet e produkteve janë më të arsyeshme në raport me cilësinë (45.2%) dhe sepse në Kosovë nuk i gjejnë ato produkte që ata kërkojnë (32.6%).



Figura 21. Pse këto produkte vendosni ti blini jashtë Kosove? (Pytje e shumëfishtë)

Shumica e të anketuarve preferojnë të blejnë produkte tekstili në dyqane fizike, ku përqindja varion nga 86.2 përqind deri në 98.1 përqind në varësi të produktit. Veshjet e përditshme dhe të brendshmet blihen pothuajse ekskluzivisht në dyqane fizike, ndërsa blerjet online janë më të zakonshme për veshjet sportive (25.1%), këpucë, çizme dhe të ngjajshme (20.7%) dhe bluzat/këmishët (22.5%).

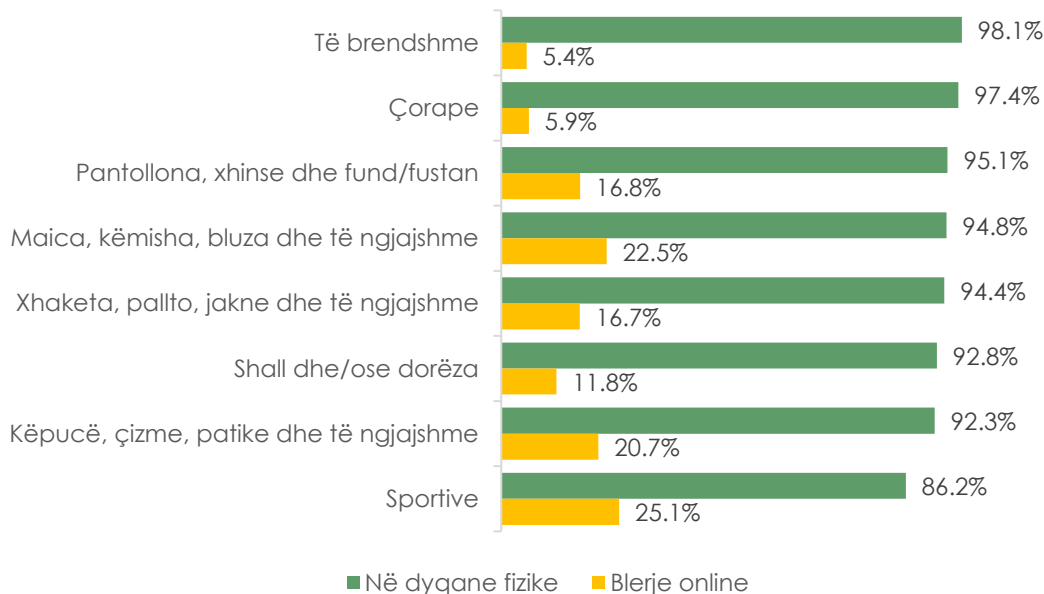


Figura 22. Si i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstilit-veshmbathjet? (Pytje e shumëfishtë)

Të dhënat tregojnë se aksesorët e tekstilit blihen kryesisht në dyqane fizike, me një përqindje të vogël të blerjeve që ndodhin përmes platformave online. Kjo tregon se konsumatorët shfaqin një prirje të fortë për të zgjedhur blerje të drejtpërdrejta si për veshje ashtu edhe për aksesorë, duke e favorizuar kontaktin me produktin përpara blerjes. Vetëm çantat janë produkti që blihen më shumë online (22.1%) në krahasim me të tjerat.

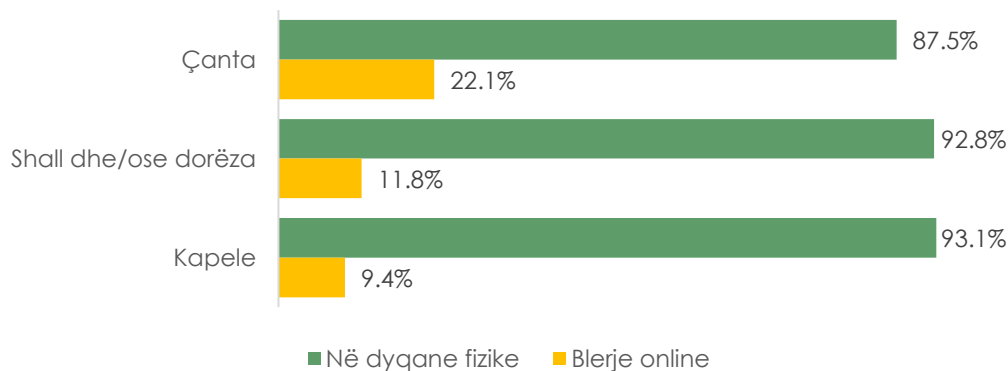


Figura 23. Si i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstil - aksesorë? (Pytje e shumëfishtë)

Produktet e tekstilit për shtëpi, si mbulesat dhe qilimat, blihen po ashtu më së shumti në dyqane. Një pjesë e vogël e konsumatorëve preferon të blejë ato online, ku mbulesat e shtratit janë produkti me përqindjen më të lartë (19.5%) për blerje online në krahasim me produktet e tjera të tekstilit.

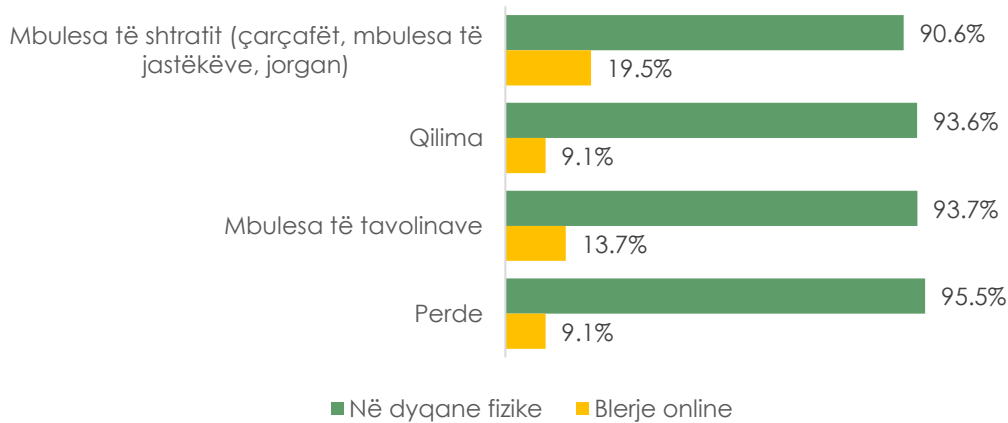


Figura 24. Si i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstil - shtëpiake? (Pytje e shumëfishtë)

Të anketuarit që bëjnë blerje në dyqane fizike janë pyetur se në cilat lloje të dyqaneve i bëjnë këto blerje, shumica e të anketuarve (88%) preferojnë të blejnë në qendrat tregtare, më pas rreth 39.7 përqind preferojnë dyqanet ndërkombëtare. Dyqanet lokale dhe tregjet e hapura përbëjnë një pjesë më të vogël të zgjedhjeve (17.8 përqind dhe 13.7%) dhe dyqanet e dorës së dytë përdoren nga vetëm 11.1 përqind e pjesëmarrësve.

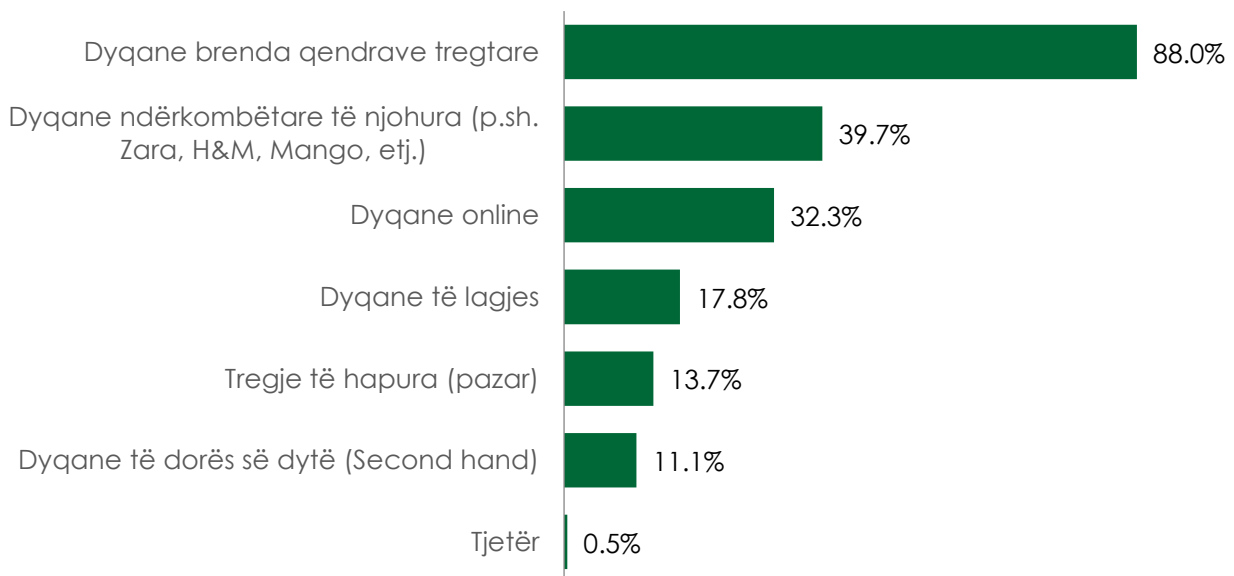


Figura 25. Në çfarë lloj dyqanesh zakonisht i benë këto blerje? (Pytje e shumëfishtë)

Në anën tjetër nga të dhënat prej atyre që blejnë online kuptojmë se brendet franshizë janë më të preferuarat për blerjet online, të përmendura në 27.5 të rasteve. Brendet vendore gjithashtu luajnë një rol të rëndësishëm të përmendura në 23.2 përqind të rasteve. Rrjetet sociale janë po ashtu një kanal i përdorur për blerje online ku Instagrami përdoret në 20.4 përqind të rasteve, ndërsa Facebook-u në 16.2 përqind të rasteve.

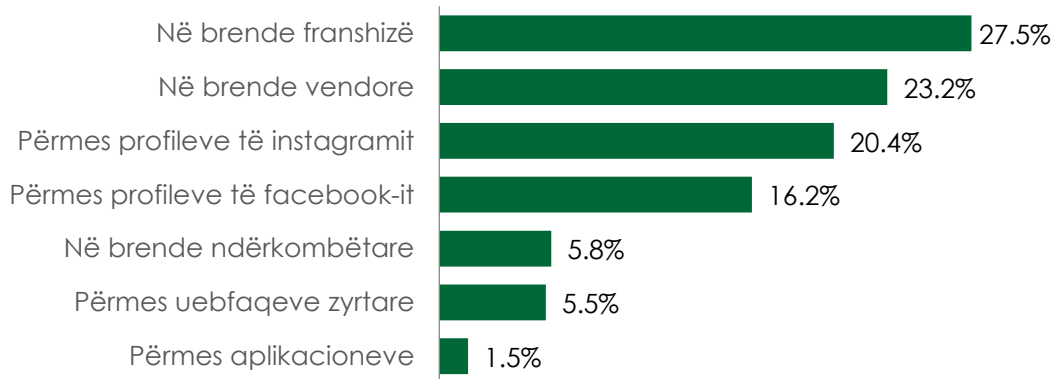


Figura 26. Ne cilat platforma i bëni zakonisht blerjet online?

Shumica e të anketuarve preferojnë të blejnë produkte të reja tek veshmbathjet, veçanërisht çorapet (99.2%) dhe të brendshmet (99.1%). Veshjet sportive dhe këpucët janë ndër produktet më të blera si second-hand. Në anën tjetër numri i pjesëmarrësve që preferojnë këto produkte ti blejnë si të ricikluara është shumë i vogël për të gjitha produktet.

Përqindja e lartë e blerjeve të reja, e kombinuar me mungesën e tregut për artikuj të ripërdorur, kontribuon në rritjen e konsumit dhe krijimin e mbeturinave që nuk qarkullojnë në sistemin ekonomik.

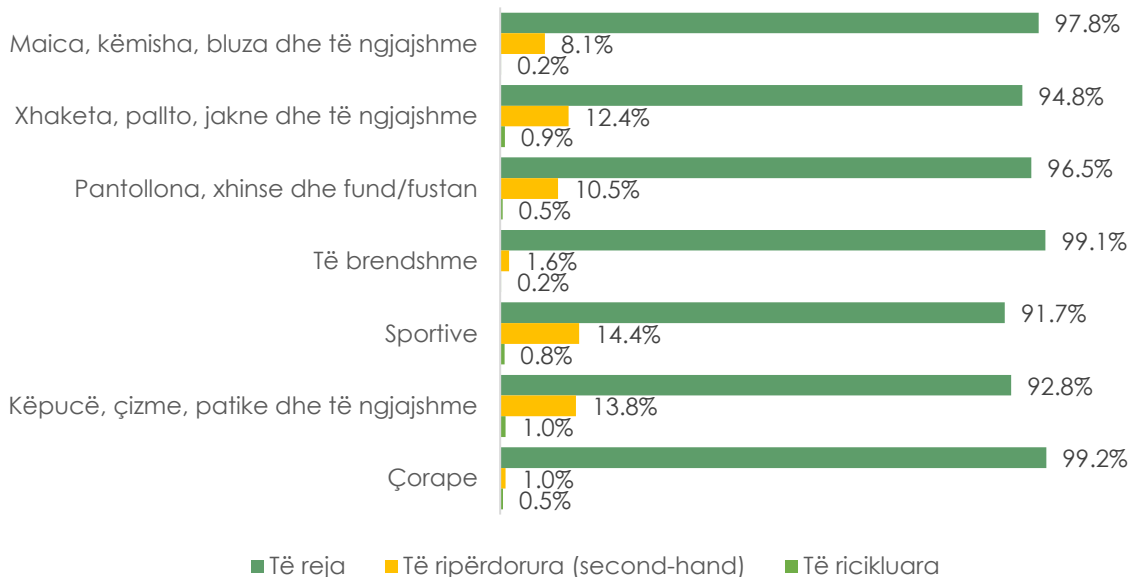


Figura 27. Çfarë lloji te produkteve te mëposhtme te tekstilit bliu - veshmbathje? (Pytje e shumëfishtë)

Në anën tjetër sa i përket aksesorëve, konsumatorët ngjajshëm preferojnë të blejnë aksesorët e tekstilit, si çantat, kapelat dhe shallat/dorëzat, kryesisht si produkte të reja. Blerjet e artikujve të ricikluar ose të ripërdorur mbeten të kufizuara për të gjitha produktet e grupit të aksesorëve.

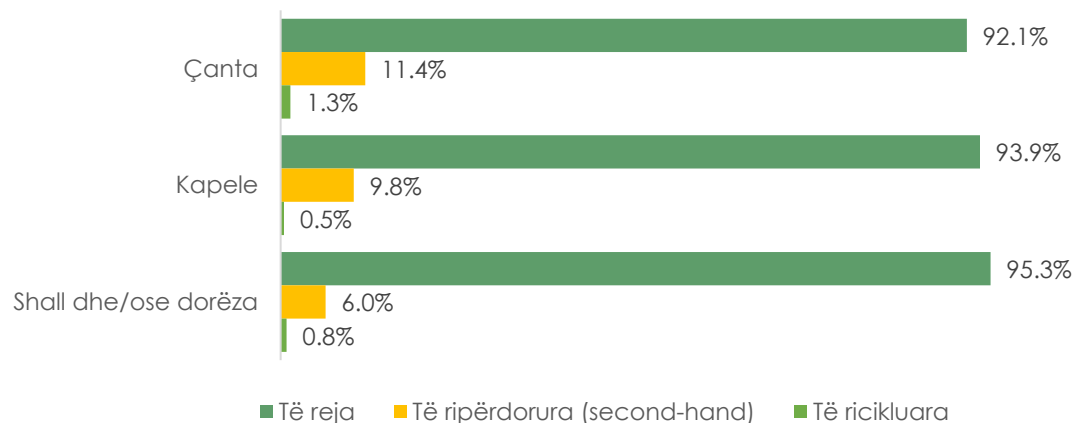


Figura 28. Çfarë lloji te produkteve te mëposhtme te tekstilit blini - aksesori? (Pytje e shumëfishtë)

Kur bëhet fjalë për tekstilin shtëpiak, shumica e blerësve zgjedhin produkte të reja, përfshirë mbulesat e shtratit, mbulesat e tavolinave, qilimat dhe perdet. Artikujt e ricikluar ose të dorës së dytë përdoren rrallë, duke ndjekur trendin e ngajshëm sikur tek veshmbathjet dhe aksesoret e tekstilit.

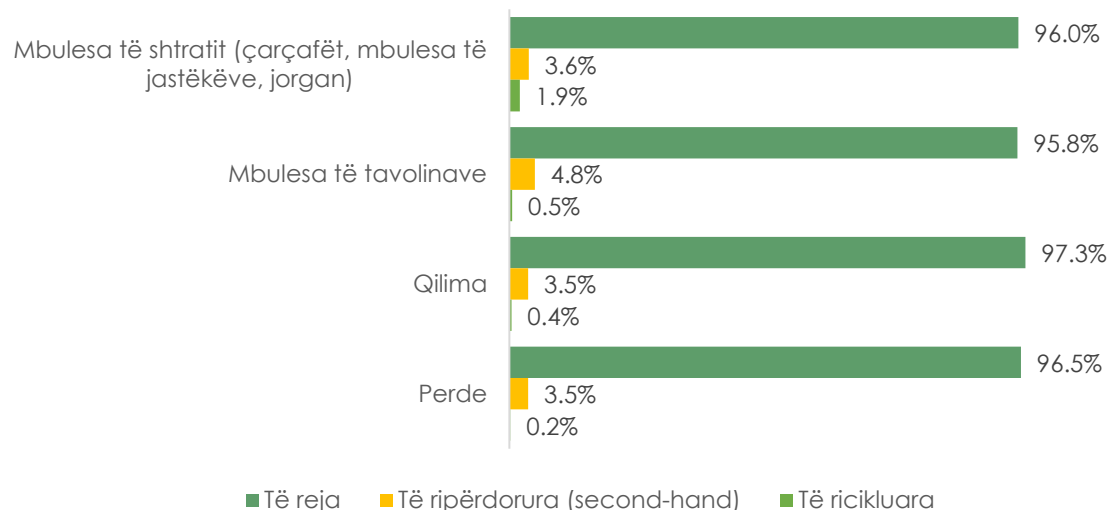


Figura 29. Çfarë lloji te produkteve te mëposhtme te tekstilit blini – tekstil shtëpiak? (Pytje e shumëfishtë)

Të anketuarit që kanë deklaruar se blejnë produkte të ripërdorura janë pyetur më tutje se si i blejnë këto produkte. Të dhënat tregojnë se shumica e atyre që blejnë produkte të përdorura i preferojnë dyqanet fizike (89.1%), ndërsa një përqindje shumë më e vogël (10.9%) bën blerje online.

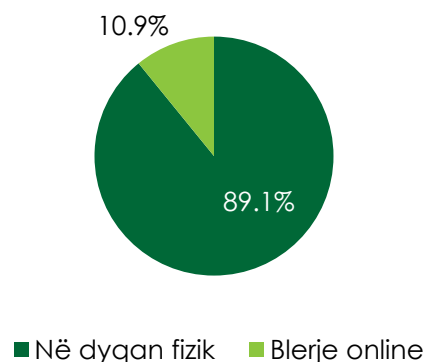


Figura 30. Si i blini zakonisht produktet e ripërdorura (second-hand) te tekstillit?

Të anketuarit që nuk blejnë produkte të ripërdorura të tekstillit kanë dhënë arsyet e tyre lidhur me këtë çështje. Arsyet kryesore lidhen kryesisht me higjienën dhe idenë e përdorimit të diçkaje të përdorur më parë nga dikush tjetër. Koncretisht, 44 përqind e rasteve tregojnë shqetësime për pastërtinë dhe higjienën, ndërsa 43.6 përqind e rasteve nuk e pëlqejnë idenë e përdorimit të një produkti të mëparshëm nga dikush tjetër. Gjithashtu, 30 përqind e të anketuarve deklaruan se këto produkte nuk përputhen me shijet e tyre, 25.3 përqind e rasteve kanë vështirësi në gjetjen e produkteve të përshtatshme, dhe 23.7 përqind e rasteve dyshojnë në cilësinë e tyre.

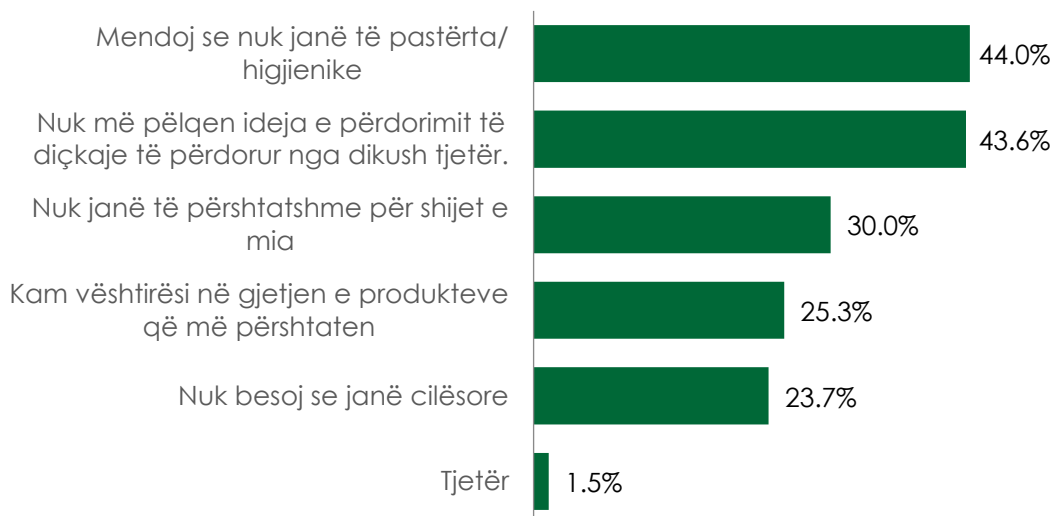


Figura 31. Cilat janë arsyet që nuk blini produkte të ripërdorura? (Pytje e shumëfishtë)

Gatishmëria për të blerë produkte të ripërdorura në të ardhmen rezulton të jetë e ulët, ku të anketuarit në një shkallë nga 1 deri në 7, ku 1 do të thotë aspak i gatshëm dhe 7 shumë i gatshëm, gatishmërinë e kanë vlerësuar me një mesatare prej 3.1, që është nën mesatare dhe nuk paraqet gatishmëri të mirëfilltë.



Figura 32. Në një shkallë nga 1 deri në 7, ku 1-aspak i gatshëm dhe 7-shumë i gatshëm, sa jeni të gatshëm të bleni produkte të ripërdorura në të ardhmen?

Nga ana tjetër, ka disa faktorë që mund t'i nxisin konsumatorët të blejnë produkte të ripërdorura në të ardhmen. Çmimi më i ulët (65.8%) është arsyeja kryesore, e ndjekur nga mundësia për të gjetur produkte unike ose me vlerë historike (49.2%). Gjithashtu, 45.8 përqind e rasteve do të konsideronin këtë opsion për shkak të aksesit në produkte që nuk janë më të disponueshme si të reja, ndërsa 23.6 përqind e shohin këtë praktikë si një mënyrë për të reduktuar mbeturinat dhe për të ndikuar pozitivisht në mjedis.

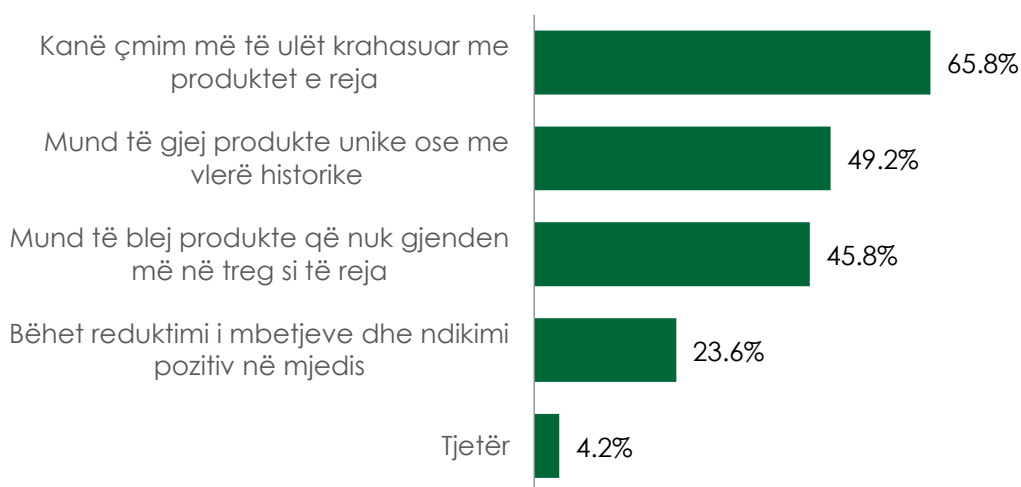


Figura 33. Cilat janë arsyet që do ta konsideroni blerjen e produkteve të ripërdorura (second-hand) në të ardhmen? (Pytje e shumëfishtë)

Për më tej, të anketuar që ripërdorin veshjet e tekstilit kanë deklaruar se e bëjnë këtë kryesisht sepse rrobat janë ende në gjendje të mirë (64.8 përqind e rasteve) ose për të kursyer para (53.4 përqind e rasteve). Një pjesë më e vogël e të anketuarve nuk ndejnë nevojën për të blerë rroba të reja (22.3 përqind e rasteve), ndërsa për disa, ripërdorimi i veshjeve është një traditë familjare (13.5 përqind e rasteve). Mirëpo një përqindje e vogël (12%) e sheh këtë praktikë si një mënyrë për të reduktuar mbeturinat dhe për të kontribuar pozitivisht në mjedis. Kjo tregon se arsyet financiare luajnë një rol të rëndësishëm ashtu si në blerjen e produkteve të ripërdorura dhe në ripërdorimin e tyre nga anëtarët e familjes.

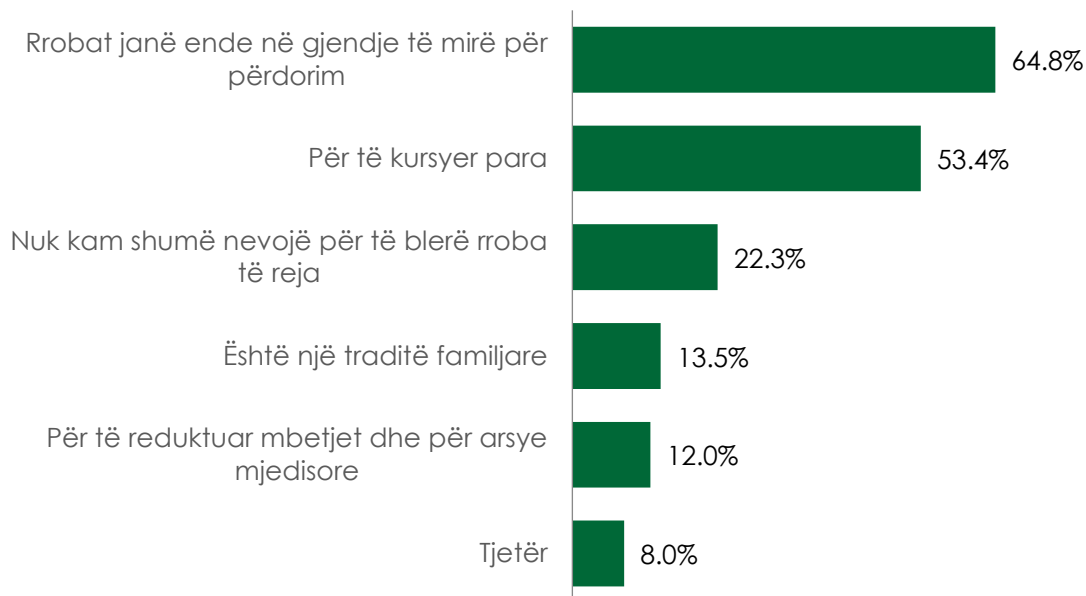


Figura 34. Cilat janë arsyet e ripërdorimit të produkteve të tekstilit nga anëtarët e familjes tuaj? (Pytje e shumëfishtë)

7.3 VESHMBATHJET DHE AKSESORËT

Në vazhdim trajtohen preferencat e qytetarëve në lidhje me veshmbathjet dhe aksesoret që ata zgjedhin të blejnë. Analiza fokusohet në llojet e produkteve më të kërkuara, faktorët që ndikojnë në zgjedhjen e tyre dhe rëndësinë e markave apo trendëve të fundit në vendimmarrjen e konsumatorëve.

Të dhënat tregojnë se shumica e të anketuarve preferojnë të blejnë veshje të përditshme (casual), të cilat përbëjnë 76.6 përqind të rasteve. Pas tyre, veshjet sportive janë zgjedhja e dytë më e popullarizuar, në 27.3 përqind të rasteve, ndërsa veshjet formale përbëjnë 23.4 përqind të rasteve. Veshjet për festa ose evente speciale përfaqësojnë rreth 15.5 përqind të rasteve. Këto rezultate sugjerojnë se konsumatorët japin përparësi rehatisë dhe praktikës në blerjet e tyre të veshjeve.

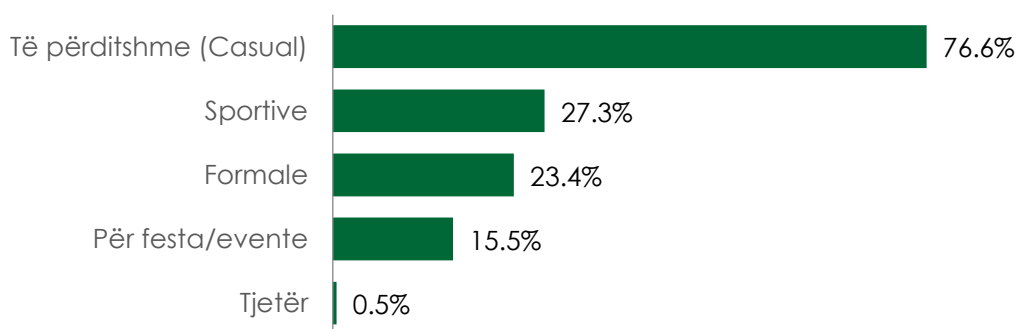


Figura 35. Çfarë lloji të veshmbathjeve dhe aksesoreve preferoni ta blini me shume? (Pytje e shumëfishtë)

Në vendimmarrjen për blerjen e veshmbathjeve dhe aksesorëve, faktori më i rëndësishëm për shumicën e të anketuarve është çmimi (80.9 përqind e rasteve), i ndjekur nga cilësia (51.5 përqind e rasteve) dhe materiali (44.2 përqind e rasteve). Faktorë të tjerë si dizajni (24 përqind e rasteve) dhe marka (18.3 përqind e rasteve) kanë gjithashtu një ndikim, por në një shkallë më të ulët. Trendi dhe vendi i prodhimit janë faktorët më pak të rëndësishëm në këtë zgjedhje, përkatësisht 11.7 përqind dhe 8.1 përqind e rasteve. Këto rezultate tregojnë se konsumatorët kryesisht e bazojnë zgjedhjen e tyre në raportin mes çmimit dhe cilësisë në blerjen e veshmbathjeve dhe aksesorëve.

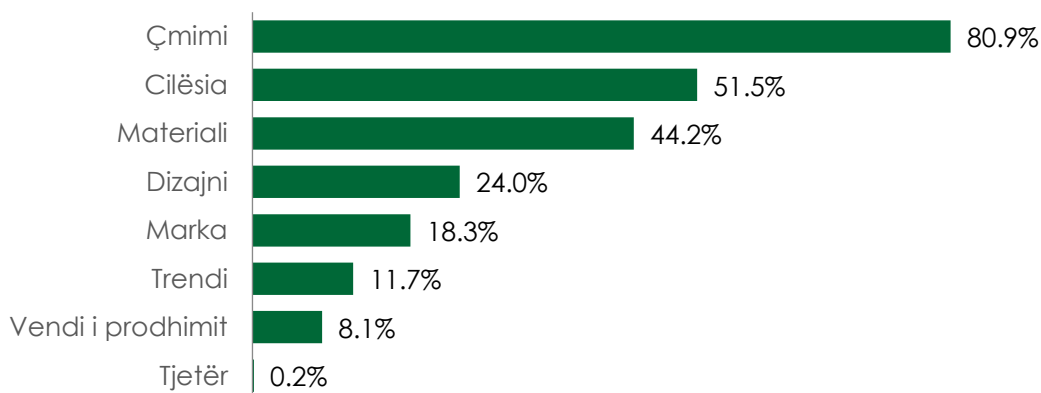


Figura 36. Cilat janë tre faktorët që ndikojnë më shumë në vendimin tuaj për të zgjedhur veshmbathje apo aksesore që blini? (Pylje e shumëfishtë)

Edhe pse trendi përbënte vetëm 11.7 përqind të rasteve si faktor në përzgjedhjen e veshmbathjeve dhe aksesorëve, njohja konceptin e fast fashion (moda e shpejtë) dhe ndikimi i tij janë më i lartë. Fast fashion është një model i prodhimit dhe konsumit të veshjeve që karakterizohet nga prodhimi i shpejtë, me kosto të ulët dhe ndjekja e shpejtë e trendëve të modës, shpesh në dëm të mjedisit dhe etikës së punës (Niinimäki, 2020).

Njohuritë mbi konceptin e Fast Fashion janë deri diku të kufizuara mes të anketuarve. Rreth 33.5 përqind e të anketuarve janë pak të informuar, 31.2 përqind janë deri diku të informuar, ndërsa 30.5 përqind nuk kanë fare njohuri mbi këtë fenomen. Vetëm 4.8 përqind e tyre raportojnë se janë shumë të informuar.

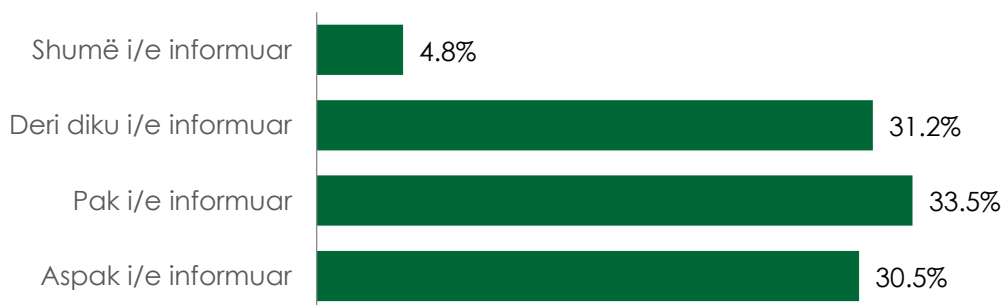


Figura 37. Sa jeni të informuar për konceptin fast fashion (mode e shpejtë)?

Lidhur me ndikimin e Fast Fashion në sjelljen e blerjes, shumica e të anketuarve (53.7%) mendojnë se ky fenomen nuk ndikon sa shpesh blejnë veshje apo aksesore. Një pjesë e konsiderueshme (25.1%) thonë se për shkak të Fast Fashion ata blejnë pak më shpesh, ndërsa 16 përqind pohojnë se blejnë më rrallë. Vetëm një përqindje e vogël, 5.2 përqind, deklarojnë se blejnë shumë më shpesh për shkak të ndikimit të Fast Fashion. Këto të dhëna sugjerojnë se, edhe pse Fast Fashion ka një ndikim të caktuar te disa individë, shumica e të anketuarve nuk e shohin atë si një faktor vendimtar në sjelljet e tyre të blerjes.

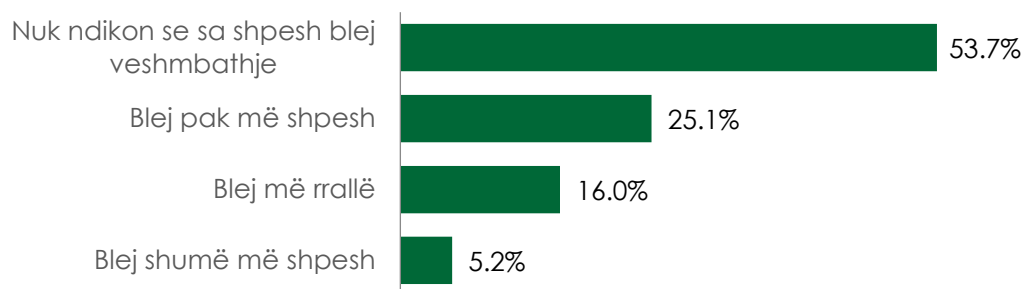


Figura 38. Sa mendoni se blini me shpesh veshmbathje apo aksesore për shkak të ndikimit të fast fashion (moda e shpejt)?

Sa i përket mënyrës se si menaxhohen veshjet dhe aksesoret e papërdorur, dhurimi tek familjarët është alternativa më e zakonshme, e përzgjedhur nga 62.8 përqind e të anketuarve. Një pjesë e madhe e tyre (37.9%) zgjedhin t'i dhurojnë për familje në nevojë, ndërsa 23.8 përqind i ruajnë për ripërdorim në të ardhmen. Hedhja si mbeturina është një praktikë e ndjekur nga 19.9 përqind e pjesëmarrësve, ndërsa vetëm një përqindje e vogël i shet në tregje të dorës së dytë (2%). Opsioni më pak i përzgjedhur është dhurimi për riciklim, me vetëm 0.5 përqind të përgjigjeve. Këto të dhëna sugjerojnë se shumica e njerëzve përpiqen të gjejnë mënyra të dobishme për të menaxhuar veshjet e papërdorura, duke i dhuruar ose ruajtur për përdorim të ardhshëm, ndërsa një përqindje më e vogël i trajton si mbeturina.

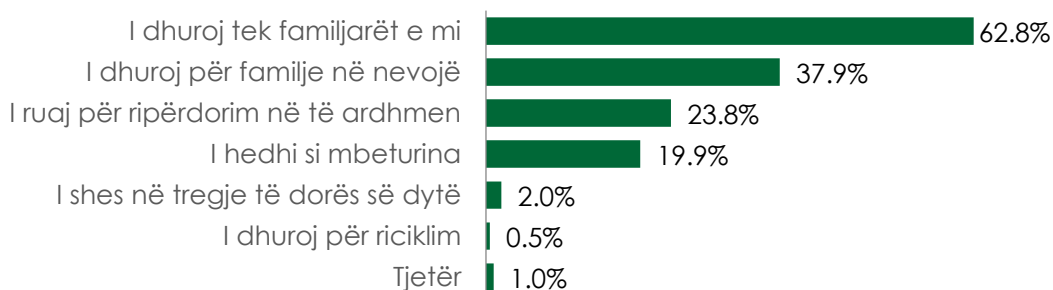


Figura 39. Si i menaxhoni veshmbathjet dhe aksesoret që nuk i përdorni me? (Pytje e shumëfishtë)

Duket se shumë pak persona (0.5%) zgjedhin të dhurojnë veshjet ose aksesoret për riciklim. Vetëm dy të anketuar kanë dhënë një përgjigje të qartë për këtë çështje: njëri i dërgon aksesoret në qendrat për riciklimin e hekurit, ndërsa tjetri ka dhuruar në një shoqatë në Prishtinë.

Kur bëhet fjalë për dhurimin e veshjeve për familjet në nevojë, shumica e të anketuarve zgjedhin t'i japin ato drejtpërdrejt familjeve që i njohin dhe që kanë nevojë (35.3%). Kryqi i Kuq është gjithashtu një opsion i njohur (34.9%), ndërsa dhurimet përmes organizatave humanitare (8.5%), xhamive (7.3%) dhe fqinjëve (5.8%) përbëjnë një përqindje më të vogël. Një numër i vogël zgjedhin metoda alternative si qendrat rinore, rrjetet sociale ose ndihmat direkte për njerëzit në nevojë.



Figura 40. Specifikoni ku, i dhuroni te familjet me nevojë? - veshmbathjet dhe aksesorët (Pytje e shumëfishtë)

Sa i përket shitjes së veshjeve dhe aksesorëve të përdorur në tregje të dorës së dytë, katër të anketuar raportojnë se shesin përmes rrjeteve sociale, dy të tjerë në tregje lokale ndërsa pjesa tjetër kanë përmendur vende të tjera si shitjen në dyqane të lagjes, dhe dyqane të specializuara për produkte second-hand.

Tabela 2. Specifikoni vendin ku dhe nëse keni dyqan?(1 shes në tregje të dorës së dytë veshmbathjet dhe aksesorët)

| Vendi | Frekuenca |
|-----------------------|-----------|
| Në rrjete sociale | 4 |
| Treg lokal | 2 |
| Në dyqan të lagjes | 1 |
| Në dyqane Second Hand | 1 |

Lidhur me hedhjen e veshjeve të përdorura si mbeturina, shumica e të anketuarve deklarojnë se i hedhin rrobat e tyre në mbeturinat shtëpiake (56.6%) ose në kontejnerët e mbeturinave të qytetit (42.6%). Vetëm një përqindje e vogël (0.8%) i dërgon në deponim të mbeturinave. Kjo sjellje tregon

mungesë të mekanizmave për ndarje të mbeturinave të tekstilit nga rrjedhat e zakonshme të mbeturinave. Përfundimi i tyre në mbeturina të përziera ndikon në humbjen e mundësisë për ripërdorim apo riciklim dhe kontribuon në ndotjen afatgjatë të mjedisit.

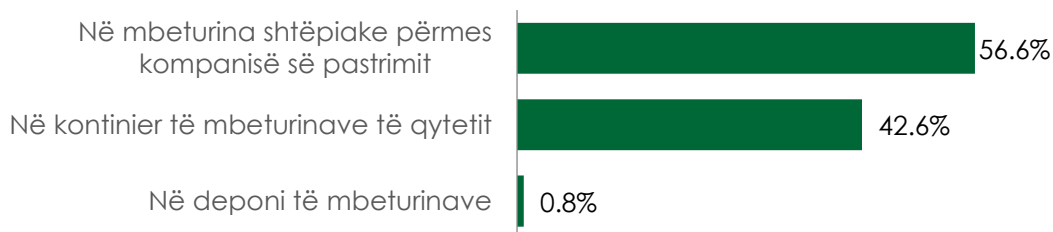


Figura 41. Specifikoni vendin ku?(I hidhi si mbeturina veshmbathjet dhe aksesorët)

Në lidhje me sasinë e veshjeve të hedhura gjatë një viti, shumica e të anketuarve (44.7%) raportojnë se hedhin sasi shumë të vogël të mbeturinave të tilla, për afërsisht 1-5 kg rroba në vit. Një pjesë më e vogël (21.8%) deklarojnë se hedhin 11-15 kg, ndërsa 18.1 përqind raportojnë se hedhin 6-10 kg. Vetëm 6.8 përqind thonë se hedhin 15-30 kg, dhe një përqindje e vogël (8.6%) nuk janë të sigurt për sasinë. Në total këta qytetarë kanë raportuar se hudhin rreth 1,137 kg veshmbathje si mbeturina gjatë një viti.

Bazuar në këto të dhëna, është kryer një kalkulim për të vlerësuar sasinë e mbeturinave tekstile të gjeneruara nga qytetarët. Nga të anketuarit, 19.9% deklaruan se hedhin veshmbathje në mbeturina, duke raportuar një total prej 1137 kg në vit. Kjo i korrespondon një mesatareje prej rreth **16.01 kg për person në vit** brenda këtij grupi. Duke e aplikuar këtë mesatare mbi popullsinë që përfaqëson këtë sjellje, vlerësohet që qytetarët në Kosovë gjenerojnë afërsisht **5,132.56 ton mbeturina tekstili në vit** nga veshmbathjet.

Kjo mesatare është në përputhje me nivelin e raportuar nga (European Environment Agency, 2024), ku mesatarja e mbeturinave të tekstilit për një vit në Evropë është rreth 16 kilogram për person. Megjithatë, është e rëndësishme të theksohet se ky është një **vlerësim i përafërt** dhe jo një shifër zyrtare, për shkak të mungesës së të dhënave reale dhe të strukturuar për nivelin kombëtar.

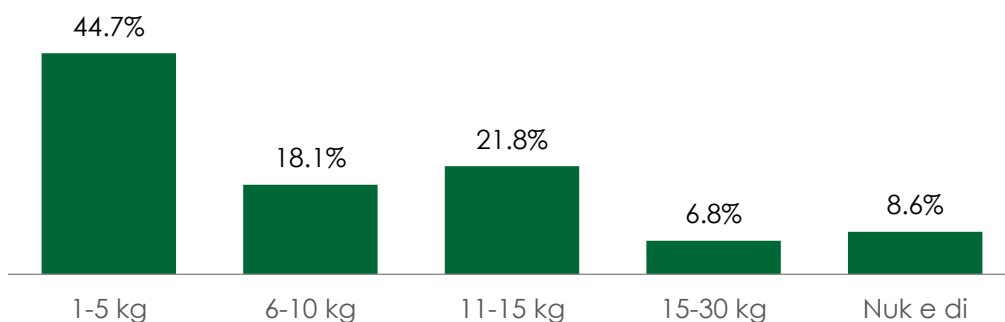


Figura 42. Përafërsisht sa kilogram veshmbathje i hidhi gjatë një viti?

7.4 TEKSTILI SHTËPIAK

Përveç veshjeve, një pjesë e anketës fokusohet në tekstilin e përdorur në shtëpi. Ky seksion eksploron preferencat për mbulesa, perde, qilima dhe produkte të tjera të ngjashme, duke ofruar një pasqyrë mbi kriteret që ndikojnë në blerjen e tyre.

Shumica e të anketuarve blejnë produkte të tekstilit shtëpiak kur kanë nevojë për zëvendësim (67.1%) ose gjatë ofertave sezonale (37.9%). Gjithashtu, një pjesë e konsiderueshme e të anketuarve (30.7%) i blejnë produktet e tekstilit shtëpiak kur dëshirojnë të rinovojnë dekorin e shtëpisë, ndërsa 17.9 përqind e bëjnë këtë gjatë festave ose eventeve speciale. Këto të dhëna sugjerojnë se shumica e blerjeve janë të motivuara nga nevoja dhe përfitimi nga ofertat financiare, ndërsa aspektet estetike dhe festive luajnë një rol më të vogël.

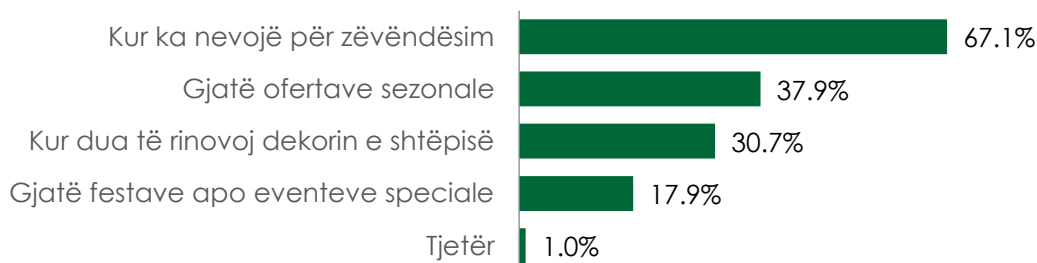


Figura 43. Në cilat raste zakonisht blini produkte të reja të tekstilit shtëpiak? (Pytje e shumëfishtë)

Në procesin e zgjedhjes së produkteve të tekstilit shtëpiak, ngjajshëm sikur tek veshmbathjet dhe aksesoret, çmimi është faktori më i rëndësishëm për shumicën e të anketuarve (67.1%), i ndjekur nga cilësia e produktit (53.7%). Materiali i përdorur është gjithashtu një kriter i rëndësishëm për 47.6 përqind të të anketuarve, ndërsa faktorë të tjerë si qëndrueshmëria (35.7%), dizajni (29.8%) dhe vendi i prodhimit (7.7%) kanë ndikim më të vogël. Marka dhe trendët duket se luajnë rolin më të parëndësishëm në këtë proces vendimmarrjeje.

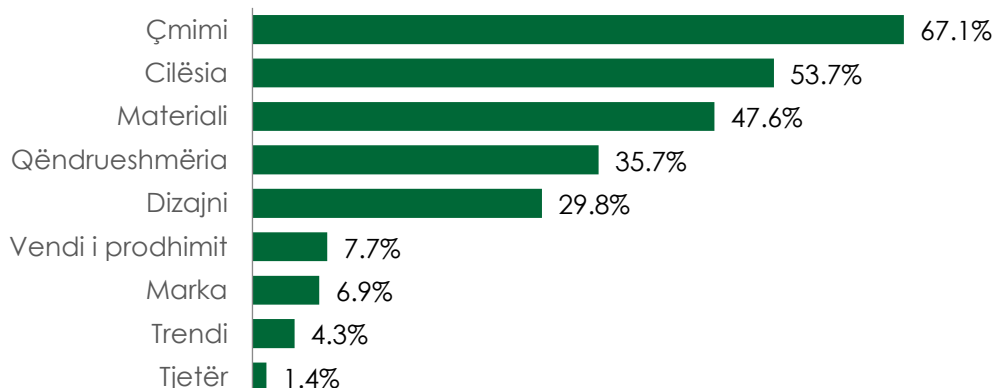


Figura 44. Cilët janë tre faktorët që ndikojnë më shumë në vendimin tuaj për të zgjedhur produktet e tekstilit shtëpiak që blini? (Pytje e shumëfishtë)

Ndryshimet në sjelljen e konsumatorëve për blerjen e produkteve të tekstilit shtëpiak gjatë viteve të fundit janë të dukshme. Sipas të dhënave, 45.9 përqind e të anketuarve thonë se zakonet e tyre të blerjes nuk kanë ndryshuar, ndërsa 33.2 përqind raportojnë se blejnë më rrallë dhe 20.9 përqind thonë se blejnë më shpesh.

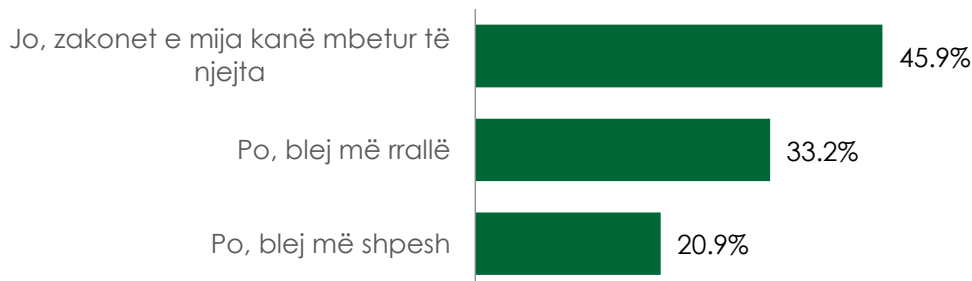


Figura 45. A keni ndryshuar zakonet tuaja të blerjes së produkteve të tekstilit shtëpiak viteve të fundit?

Lidhur me menaxhimin e produkteve të tekstilit shtëpiak që nuk përdoren më, shumica e të anketuarve i dhurojnë familjarëve (47.5%) ose familjeve në nevojë (28.9%). Një pjesë e konsiderueshme (27.7%) i hedhin si mbeturina, ndërsa një përqindje më e vogël (17.9%) i ruan për ripërdorim në të ardhmen. Praktikrat e shitjes në tregjet e dorës së dytë (1.4%) dhe dhurimi për riciklim (1.2%) mbeten shumë të kufizuara. Këto të dhëna tregojnë se shumica e konsumatorëve preferojnë t'u japin një mundësi të dytë këtyre produkteve përmes dhurimit ose ruajtjes për përdorim të mëvonshëm, ndërkohë që një pjesë ende zgjedh t'i eliminojë si mbeturina, e cila është më e madhe në krahasim me ata që i hudhin si mbeturina veshmbathjet dhe aksesoret. Dhurimi është praktikë pozitive për zgjatjen e jetës së produktit, por përqindja e lartë e hedhjes si mbeturinë tregon mungesë opsionesh të strukturuar për grumbullim dhe riciklim.

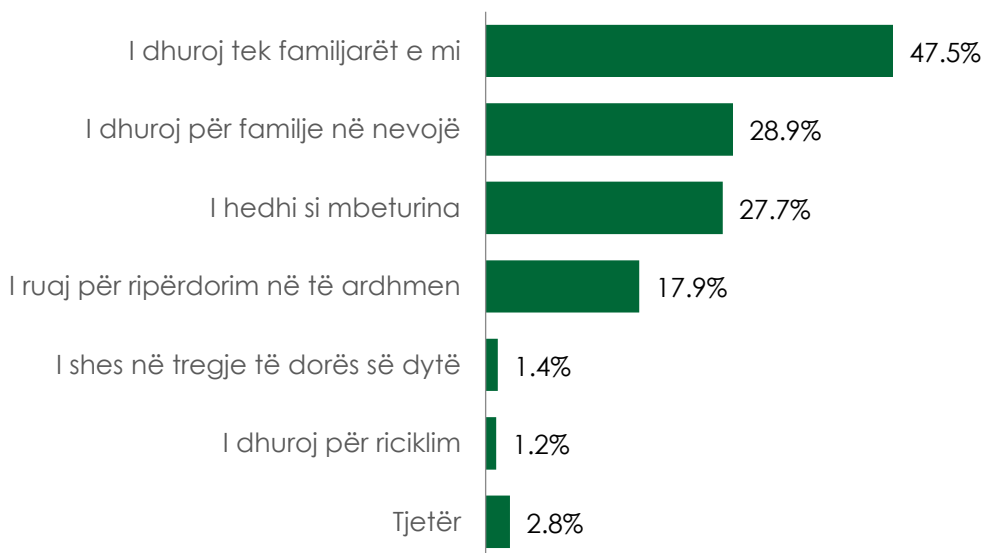


Figura 46. Si i menaxhoni produktet e tekstilit shtëpiak që nuk i përdorni më? (Pytje e shumëfishtë)

Praktika e riciklimit të produkteve të tekstilit shtëpiak mbetet shumë e kufizuar, duke qenë se përbëjnë vetëm 1.2 përqind e rasteve. Ndër ata që e kanë këtë praktikë, vendet e përmendura prej tyre janë dhurimi në vende ku pranohen për këtë qëllim dhe dhurimi në dyqane të dorës së dytë.

Tekstili shtëpiak shpesh është i përmasave të mëdha dhe me jetëgjatësi të gjatë. Hedhja e tij në mbeturina përfaqëson një humbje të madhe të potencialit për ripërdorim ose transformim funksional, duke ndikuar negativisht në kapacitetin për zvogëlim të mbeturinave në mjedis.

Tabela 3. Specifikoni vendin ku?(I dhuroj për riciklim tekstitin shtëpiak)

| Vendet | Frekuenca |
|-------------------------|-----------|
| Në vende ku i pranojnë | 3 |
| Dyqane të dorës së dytë | 1 |

Sa i përket dhurimit të produkteve të tekstilit shtëpiak për familjet në nevojë, shumica e të anketuarve zgjedhin t'i japin ato direkt familjeve që i njohin dhe që kanë nevojë (35.8%). Një numër i madh preferon t'i dhurojë përmes Kryqit të Kuq (29.5%), ndërsa fqinjët dhe komunitetet lokale përfaqësojnë 10.3 përqind të rasteve. Dhurimi përmes xhamive (8.2%) ose organizatave humanitare (7.2%) është gjithashtu i pranishëm, por në një shkallë më të vogël.

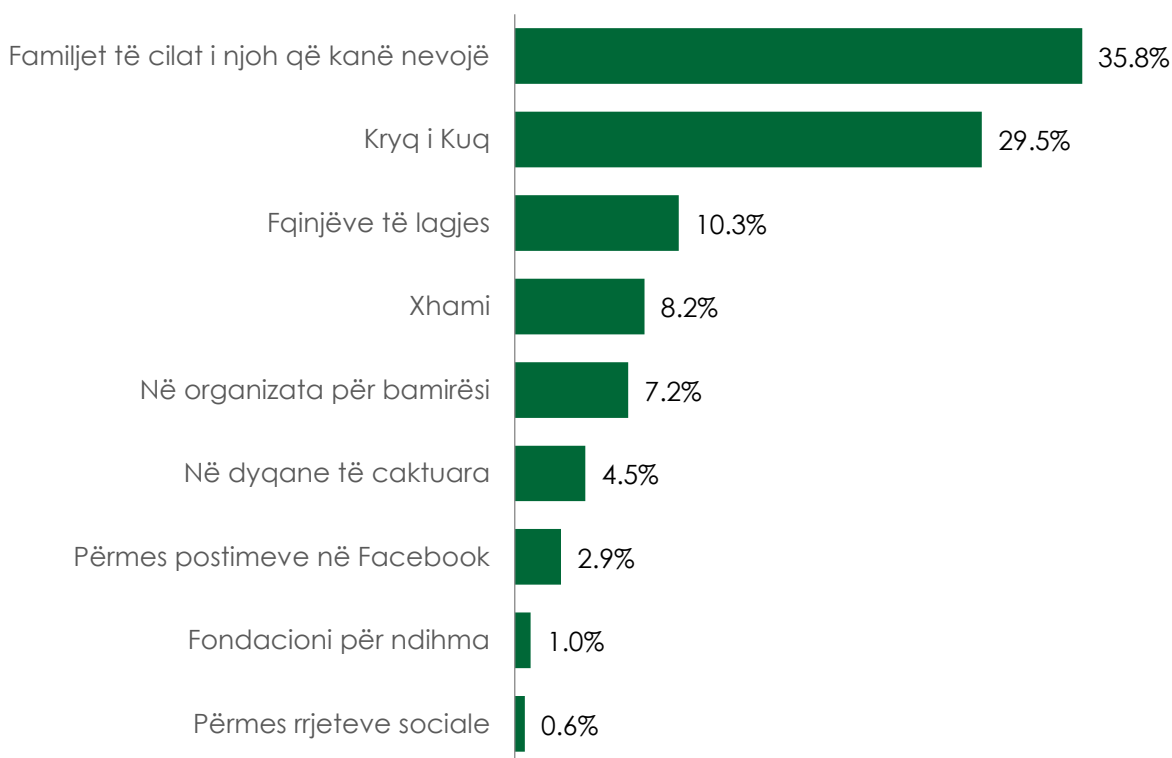


Figura 47. Specifikoni vendin ku?(I dhuroj për familje në nevojë tekstitin shtëpiak)

Shitja e produkteve të tekstilit shtëpiak të përdorur nuk është një praktikë e zakonshme mes të anketuarve. Vetëm 1.4 përqind raportojnë se kanë shitur produkte të tilla, kryesisht në lagje, Pazar, përmes shoqërisë, etj.

Tabela 4. Specifikoni vendin ku dhe nëse keni dyqan? (I shes në tregje të dorës së dytë tekstilin shtëpiak)

| Vendi | Frekuenca |
|---------------------------|-----------|
| Nuk kam një vend specifik | 2 |
| Në lagje | 1 |
| Pazar | 1 |
| Përmes shoqërisë | 1 |
| Dyqan i dorës së dytë | 1 |
| Xhami | 1 |

Eliminimi i tekstilit të përdorur si mbeturina mbetet një opsion i zakonshëm për një pjesë të konsiderueshme të të anketuarve (27.7%). Nga ata që i hedhin, shumica (73.8%) i vendosin në mbeturinat shtëpiake të menaxhuara nga kompania e menaxhimit të mbeturinave, 20 përqind i dërgojnë në deponitë e mbeturinave të qytetit, ndërsa 6.2 përqind kanë deklaruar se i djegin.

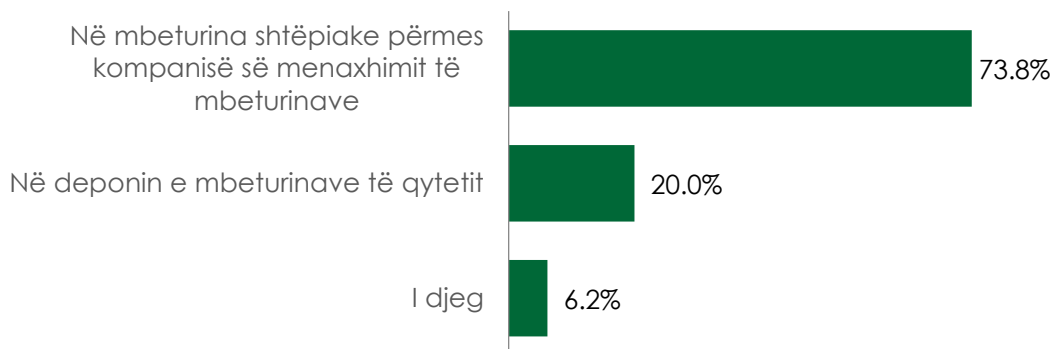


Figura 48. Specifikoni vendin ku?(I hidhi si mbeturina tekstilin shtëpiak)

7.5 PRAKTIKAT E RIPËRDORIMIT DHE RICIKLIMIT

Me rritjen e vetëdijes për ndikimin mjedisor të industrisë së tekstilit, ky seksion shqyrton sa dhe si qytetarët angazhohen në ripërdorimin dhe riciklimin e produkteve të tekstilit. Rezultatet ndihmojnë në kuptimin e nivelit të ndërgjegjësimit dhe barrierave kryesore që ndikojnë në këto praktika.

Sipas rezultateve, më shumë se gjysma e të anketuarve (53.9%) kanë deklaruar se kanë njohuri për ndikimin që kanë në mjedis prodhimi dhe asgjësimi i produkteve të tekstilit, megjithatë një

pjesë e konsiderueshme (46.1%) kanë mungesë të këtyre informatave, gjë që ndikon dhe në numrin e ulët të respondentëve që praktikojnë ripërdorimin dhe riciklimin e produkteve të tekstilit.

Mungesa e praktikave të ripërdorimit dhe riciklimit tregon për një hendek mes vetëdijes dhe veprimit. Pa mekanizma konkretë që e bëjnë këtë praktikë të lehtë dhe të motivuar, tekstili përfundon si mbeturinë dhe humb vlerën e tij potenciale brenda ciklit të qëndrueshëm ekonomik.

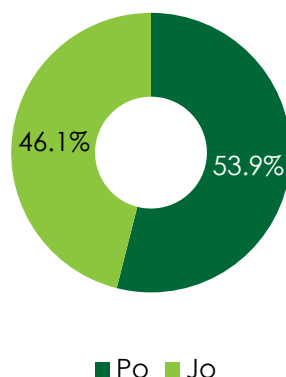


Figura 49. A keni njohuri për ndikimin që kanë në mjedis prodhimi dhe asgjësimi i produkteve të tekstilit?

Shumica e të anketuarve e konsiderojnë ndikimin e industrisë së tekstilit në mjedis si një problem të rëndësishëm. Konkretisht, 67.6 përqind e vlerësojnë këtë çështje si shumë të rëndësishme, ndërsa 30.6 përqind e shohin atë si të rëndësishme. Nga ana tjetër, një përqindje shumë e vogël (rreth 1.5 përqind) e konsideron këtë problem pak ose aspak të rëndësishëm. Këto rezultate sugjerojnë se ndër ata që kanë informacion mbi ndikimin e tekstilit në mjedis, shumica janë të vetëdijshëm për seriozitetin e këtij problemi.

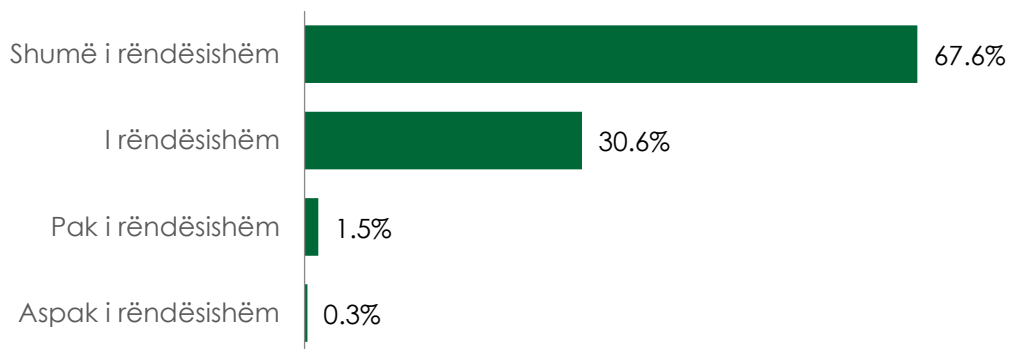


Figura 50. Sa mendoni se është i rëndësishëm ky problem?

Mungesa e informacionit në media është faktori kryesor që ndikon në mos informimin e publikut mbi këtë çështje, në 66.2 përqind të rasteve të anketuarit e përmendin këtë si arsye kryesore. Një tjetër faktor i rëndësishëm është mungesa e fushatave ndërgjegjësuese, e cila është përmendur në 32.4 përqind të rasteve. Për më tepër, në 23.7 përqind të rasteve, të anketuarit pranojnë se nuk

kanë pasur interes për këtë temë, ndërsa në 9.7 përqind të rasteve nuk e konsiderojnë ndikimin e tekstilit në mjedis si një problem me rëndësi. Këto rezultate tregojnë nevojën për më shumë informacion dhe ndërgjegjësim mbi këtë çështje përmes mediave dhe institucioneve relevante.

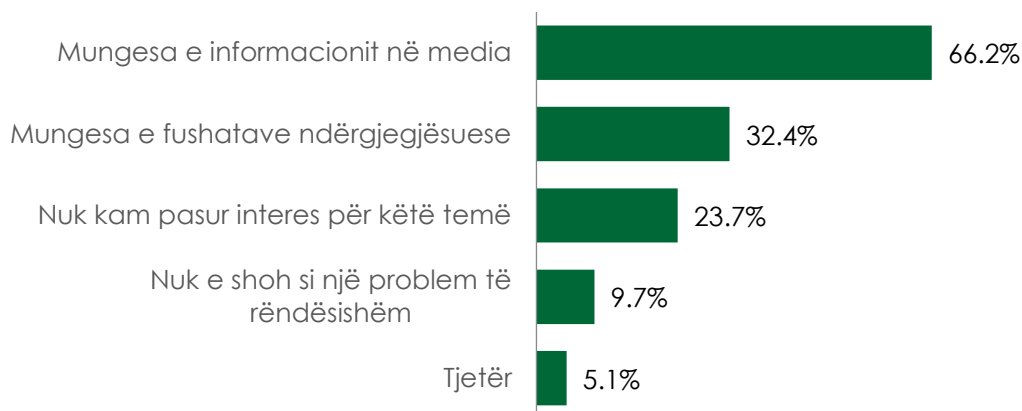


Figura 51. Cili mendoni se është shkaku kryesor i mos informimit tuaj mbi këtë çështje? (Pytje e shumëfishtë)

Sa i përket frekuencës së ripërdorimit dhe riciklimit të produkteve të tekstilit, të dhënat tregojnë se shumica e të anketuarve nuk e praktikojnë këtë rregullisht. Konkretisht, 34.2 përqind e pjesëmarrësve deklarojnë se nuk i ripërdorin apo riciklojnë kurrë produktet e tekstilit, ndërsa 28.4 përqind e bëjnë këtë rrallë. Nga ana tjetër, 27.4 përqind e të anketuarve raportojnë se i ripërdorin apo riciklojnë ndonjëherë, ndërsa vetëm 9.9 përqind e bëjnë këtë shpesh. Këto të dhëna sugjerojnë se ripërdorimi dhe riciklimi i tekstilit ende nuk është një praktikë e zakonshme për shumicën e njerëzve. Përqindja e ulët e ripërdorimit dhe riciklimit i vendos produktet e tekstilit në rrezik të shndërrimit të menjëhershëm në mbeturina.

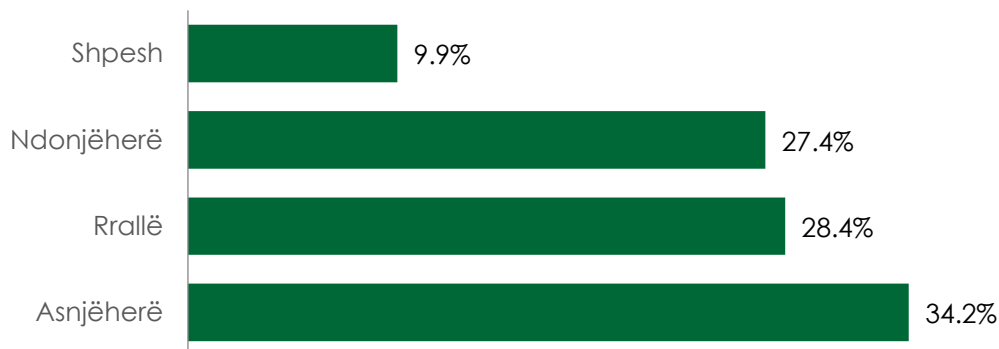


Figura 52. Sa shpesh i ripërdorni dhe ricikloni produktet tuaja të tekstilit?

Një pjesë e madhe e të anketuarve përballët me vështirësi gjatë procesit të ripërdorimit dhe riciklimit të tekstilit. Konkretisht, 34.7 përqind e pjesëmarrësve raportojnë se kanë pasur vështirësi, ndërsa 34.3 përqind kanë pasur vështirësi ndonjëherë. Nga ana tjetër, 31 përqind thonë se nuk kanë hasur në ndonjë vështirësi të veçantë.

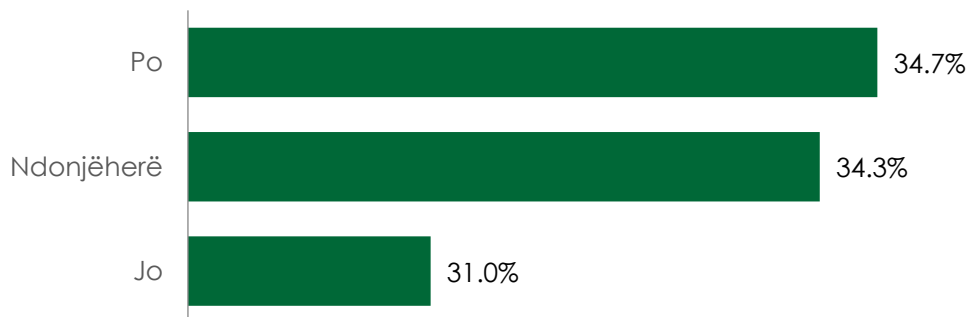


Figura 53. A përballemi me vështirësi gjatë procesit të ripërdorimit dhe riciklimit të produkteve të tekstilit?

Faktorët që do t'i inkurajonin të anketuarit të ripërdornin dhe riciklonin më shpesh produktet e tekstilit lidhen kryesisht me përmirësimin e infrastrukturës dhe rritjen e ndërgjegjësimit. Në më shumë se një të tretën e rasteve (39.9%), të anketuarit do të preferonin pika të dedikuara për riciklimin e rrobave, ndërsa në 34.2 përqind të rasteve kërkojnë më shumë informacion mbi procesin e ripërdorimit dhe riciklimit. Gjithashtu, në 30.8 përqind të rasteve sugjerojnë që më shumë opsione për dhurimin e rrobave për njerëzit në nevojë do të ndihmonin në rritjen e këtij procesi. Përveç kësaj, në 27.2 përqind të rasteve e pjesëmarrësve do të ndiheshin më të motivuar nëse do të kishte zbritje ose shpërblime për riciklimin e të tekstilitve. Ndërkohë, në 16.4 përqind të rasteve mendojnë se fushatat e ndërgjegjësimit mbi rëndësinë e riciklimit do të kishin një ndikim pozitiv. Këto gjetje sugjerojnë se ndërhyrjet strukturore dhe informuese mund të luajnë një rol kyç në promovimin e praktikave më të qëndrueshme për menaxhimin e të tekstilitve. Ekziston një gatishmëri bazë për riciklim, por ajo pengohet nga mungesa e infrastrukturës dhe informimit. Kjo përforcon nevojën për ndërtimin e sistemit të grumbullimit të tekstilit dhe ofrimin e mundësive për sjellje të qëndrueshme.

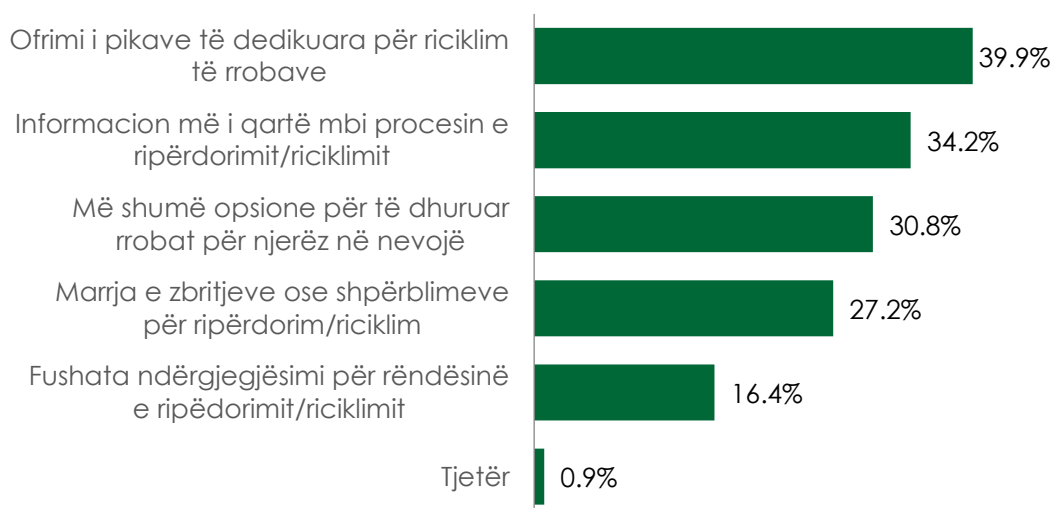


Figura 54. Çfarë ndryshimesh do t'ju inkurajonin të ripërdornit dhe riciklonit produktet e tekstilit më shpesh? (Pytje e shumëfishtë)

Shumë nga të anketuarit shprehin interes për të marrë më shumë informacion mbi ripërdorimin dhe riciklimin e tekstilit. Më e rëndësishmja për ta është të kenë njohuri mbi vendndodhjen dhe qendrat e dedikuara për këto procese, e cila përmendet nga në 47.6 përqind të rasteve. Një pjesë e konsiderueshme (39.9 përqind e rasteve) dëshiron të mësojë më shumë rreth identifikimit të materialeve që mund të ripërdoren ose riciklohen. Përfitimet mjedisore të këtyre praktikave janë një tjetër aspekt me interes, i përmendur në 30 përqind të rasteve. Gjithashtu, në 29.5 përqind të rasteve ata shprehin nevojën për udhëzime mbi kujdesin ndaj rrobave para ripërdorimit ose riciklimit, ndërsa në 23.9 përqind të rasteve duan të mësojnë më shumë rreth vetë proceseve të ripërdorimit dhe riciklimit të tekstilit. Këto të dhëna tregojnë rëndësinë e edukimit dhe informimit për të rritur ndërgjegjësimin dhe pjesëmarrjen në praktika më të qëndrueshme të menaxhimit të tekstilitve.

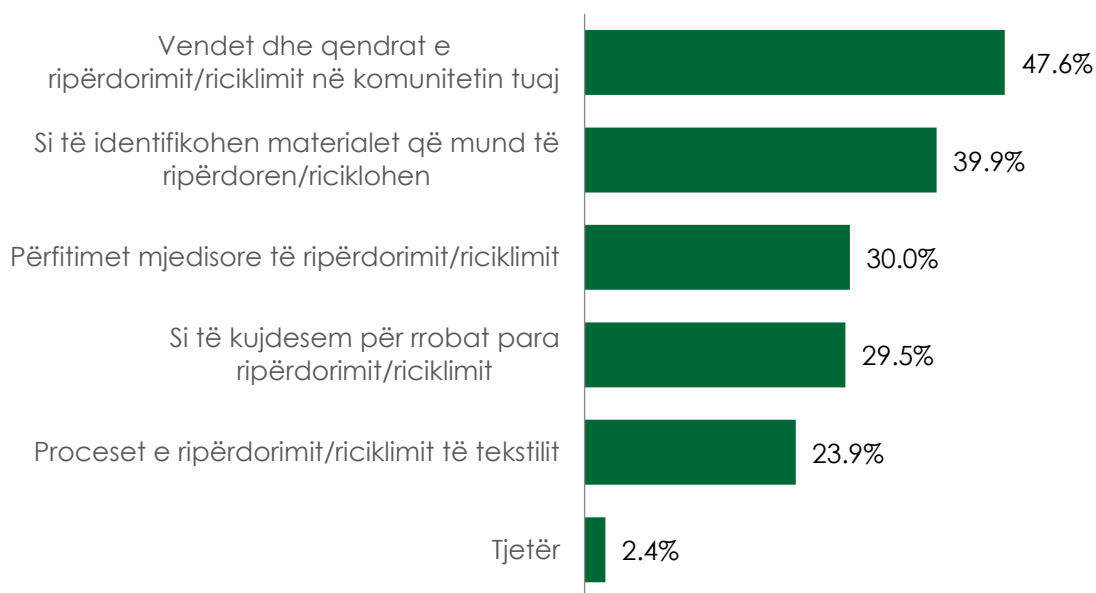


Figura 55. Në cilat aspekte lidhur me ripërdorimin dhe riciklimin e produkteve të tekstilit dëshironi të merrni më shumë informacion? (Pytje e shumëfishtë)

Një mungesë e konsiderueshme informacioni mbi iniciativat e riciklimit të produkteve të tekstilit është vënë re tek të anketuarit. Vetëm 2 përqind e tyre kanë dijeni për ndonjë iniciativë të tillë, ndërsa 98 përqind nuk kanë informacion mbi këto nisma. Kjo tregon nevojën për më shumë fushata ndërgjegjësimi dhe informimi për të promovuar praktikën e ripërdorimit dhe riciklimit në industrinë e tekstilit.

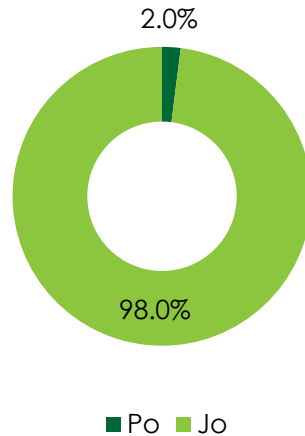


Figura 56. A keni informacion për ndonjë iniciativë të riciklimit të produkteve të tekstilit?

Për më tepër, të anketuarit që e kanë këtë informacion kanë përmendur disa iniciativa të riciklimit të tekstilit. Komuna e Suharekës është përmendur si një nga vendet ku ka një program për mbledhjen e rrobave. Gjithashtu, disa e njohin mundësinë e dhurimit të rrobave në dyqanet ndërkombëtare. Një tjetër iniciativë ka qenë vendosja e kontejnerëve për klasifikimin e gjësendeve që mund të ripërdoren.

Megjithatë, gatishmëria për tu përfshirë në procese të riciklimit të produkteve të tekstilit është mbi mesatare, me një mesatare prej 4.4, ku të anketuarit e kanë dhënë vlerësimin e tyre në një shkallë nga 1 deri në 7, ku 1 do të thotë aspak i gatshëm dhe 7 shumë i gatshëm. Kjo tregon se përkundër mungesës së informacionit, qytetarët janë të gatshëm të jenë aktiv dhe të përfshirë në këto procese, mirëpo që ka hapsirë për përmirësimin dhe rritjen e kësaj gatishmërie në shkallë më të lartë. Është e domosdoshme që institucionet dhe ndërmarrjet të krijojnë infrastrukturë dhe mekanizma praktikë që e bëjnë këtë përfshirje të mundshme dhe të lehtë për qytetarët.



Figura 57. Në një shkallë nga 1 deri në 7, ku 1-aspak i gatshëm dhe 7-shumë i gatshëm, sa do të ishit të gatshëm të përfshiheni në procese të riciklimit të produkteve të tekstilit

7.6 EKONOMIA QARKORE

Ekonomia qarkore është një model ekonomik që synon të reduktojë mbeturinat dhe të maksimizojë përdorimin e burimeve duke i mbajtur produktet, materialet dhe burimet në përdorim për sa më gjatë që të jetë e mundur. Ajo bazohet në parimet e ripërdorimit, riparimit, riciklimit dhe reduktimit të mbeturinave, duke krijuar një sistem më të qëndrueshëm dhe më efikas në krahasim

me modelin tradicional linear të "merr, prodho, përdor dhe hidhe" (Ellen MacArthur Foundation, 2013).

Ky segment trajton konceptin e ekonomisë qarkore dhe ndikimin e saj në sjelljen e konsumatorëve. Analiza përfshin perceptimet e qytetarëve mbi rëndësinë e qarkullimit të produkteve dhe gatishmërinë e tyre për të adoptuar modele të qëndrueshme të konsumit.

Njohuritë mbi konceptin e ekonomisë qarkore janë të kufizuara mes të anketuarve. Sipas të dhënave, 56 përqind e pjesëmarrësve nuk e njohin fare këtë koncept, ndërsa 38.4 përqind kanë dëgjuar për të, por nuk kanë njohuri të detajuara. Vetëm një përqindje e vogël (5.6%) deklarojnë se e njohin mirë ekonominë qarkore. Këto rezultate tregojnë një mungesë të gjerë informimi mbi këtë koncept, duke sugjeruar nevojën për ndërgjegjësim dhe edukim më të madh në këtë fushë.

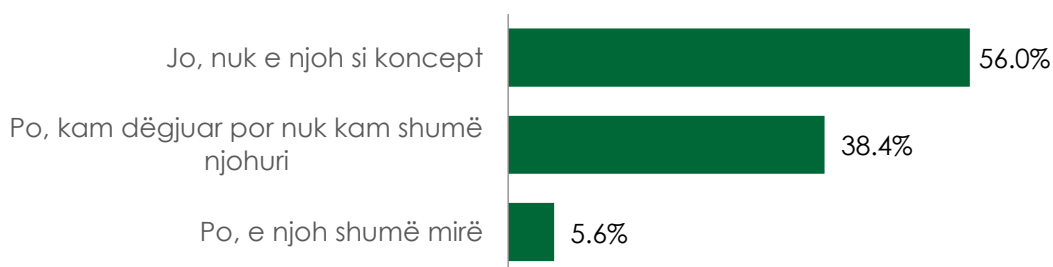


Figura 58. Sa keni njohuri për konceptin e ekonomisë qarkore?

Lidhur me gatishmërinë e njerëzve për të ndryshuar zakonet e tyre të furnizimit me produkte tekstili për të kontribuar në ekonominë qarkore, 28.9 përqind e të anketuarve janë plotësisht të gatshëm të bëjnë ndryshime në sjelljen e tyre, ndërsa 67 përqind shprehen se janë deri diku të gatshëm. Vetëm një përqindje e vogël (4.1%) nuk janë aspak të gatshëm për të ndryshuar zakonet e tyre. Këto rezultate sugjerojnë se ndërgjegjësimi dhe edukimi mbi ekonominë qarkore mund të nxisin ndryshime më të mëdha në sjelljen e konsumatorëve.

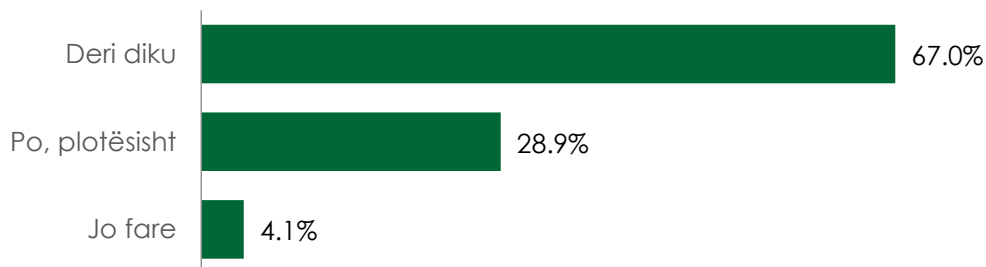


Figura 59. A do të ishit të gatshëm të ndryshoni zakonet tuaja të furnizimit me produkte të tekstilit për të kontribuar në ekonominë qarkore?

Interesi për pjesëmarrje në evente të shkëmbimit të rrobave (swapping clothes events) është gjithashtu i moderuar. Sipas të dhënave, 24.8 përqind e të anketuarve janë shumë të gatshëm për të marrë pjesë në këto evente, ndërsa 49.9 përqind janë disi të gatshëm. Nga ana tjetër, 25.2

përçind nuk kanë fare dëshirë të marrin pjesë në nisma të tilla. Përçindja kumulative tregon se 74.8 përçind e pjesëmarrësve janë të paktën disi të interesuar për këto evente, duke reflektuar një nivel të moderuar të gatishmërisë për të përfituar nga praktikat e ekonomisë qarkore.

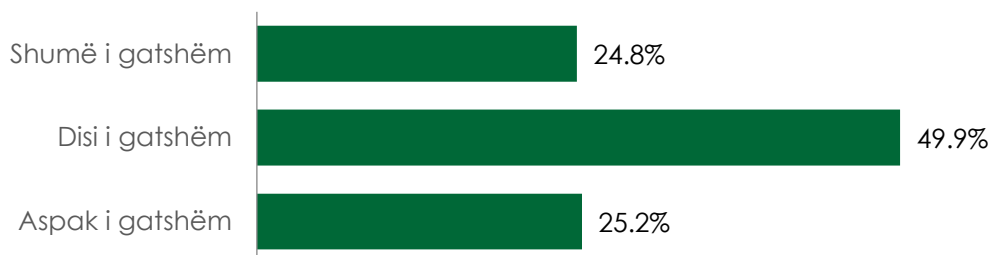


Figura 60. Sa jeni të gatshëm të merrni pjesë në evente të shkëmbimit të rrobave (swapping clothes event)?

Sa i përket faktorëve që i motivojnë njerëzit të marrin pjesë në nisma të tilla, arsyet kryesore lidhen me përfitimet financiare. Konkretisht, 48.3 përçind e të anketuarve deklarojnë se kursimet financiare janë faktori kryesor që i shtyn të marrin pjesë në evente të shkëmbimit të rrobave. Përveç kësaj, ndikimi social është gjithashtu një arsye e rëndësishme, e përmendur nga 41.1 përçind e të anketuarve. Një pjesë tjetër (37.8%) e shohin këtë si mundësi për të fituar ose shkëmbyer produkte të reja, ndërsa 26.6 përçind e vlerësojnë këtë praktikë për përmirësimin e stilit të jetesës. Vetëm 11.2 përçind e të anketuarve i konsiderojnë përfitimet mjedisore si arsye kryesore për të marrë pjesë në këto nisma.

Edhe pse përfitimet mjedisore nuk janë faktori kryesor për shumicën, potenciali ekziston për të ndikuar përmes edukimit dhe përfitimeve ekonomike. Praktikrat që kombinojnë lehtësira financiare me qëllime mjedisore mund të jenë më të suksesshme në nxitjen e ndryshimit të sjelljes.

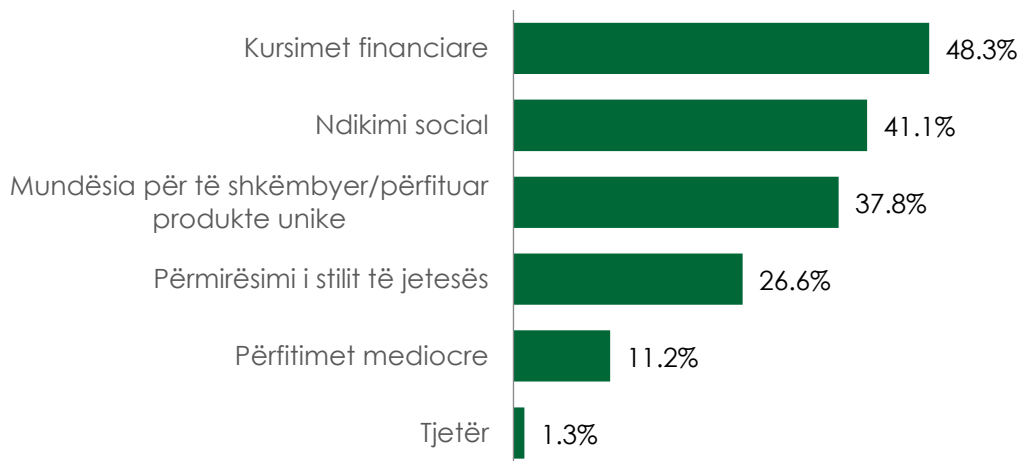


Figura 61. Çfarë ju motivon më shumë për t'u bërë pjesë e nismave të tilla? (Pytje e shumëfishtë)

7.7 BURIMET E INFORMACIONIT

Një tjetër aspekt kyç i raportit është identifikimi i burimeve kryesore nga të cilat qytetarët marrin informacion mbi produktet e tekstitit. Kjo pjesë eksploron rolin e rrjeteve sociale, mediave tradicionale dhe rekomandimeve personale në procesin e vendimmarrjes për blerje.

Burimet e informacionit mbi tekstitin dhe blerjen e produkteve të tekstitit janë kryesisht rrjetet sociale, të cilat përdoren në 61.2 përqind të rasteve. Pas tyre, faqet e internetit janë një tjetër burim i rëndësishëm informacionit, të përdorura në 52.9 përqind të rasteve. Bisedat me familjarët dhe miqtë gjithashtu luajnë një rol të rëndësishëm, duke shërbyer si burim informacioni për 37.2 përqind të rasteve. Në krahasim me mediat digjitale, televizioni ka një ndikim më të vogël (24.8 përqind të rasteve), ndërsa fletëpalosjet dhe broshurat përdoren nga vetëm 13.5 përqind të rasteve. Radioja ka ndikim minimal, në vetëm 3.2 përqind të rasteve të pjesëmarrësve që e përdorin si burim informacioni. Këto të dhëna tregojnë se informacioni mbi tekstitin dhe blerjet e produkteve të tekstitit përhapet kryesisht përmes kanaleve digjitale dhe komunikimit ndër personal, ndërsa mediat tradicionale luajnë një rol më të vogël.

Dominimi i rrjeteve sociale si burim informacioni krijon mundësi të mëdha për fushata të targetuara që promovojnë riciklimin dhe ripërdorimin. Nëse informacionet mjedisore kanalizohen në këto platforma, ndikimi potencial mbi sjelljen e konsumatorëve do të ishte i rëndësishëm.

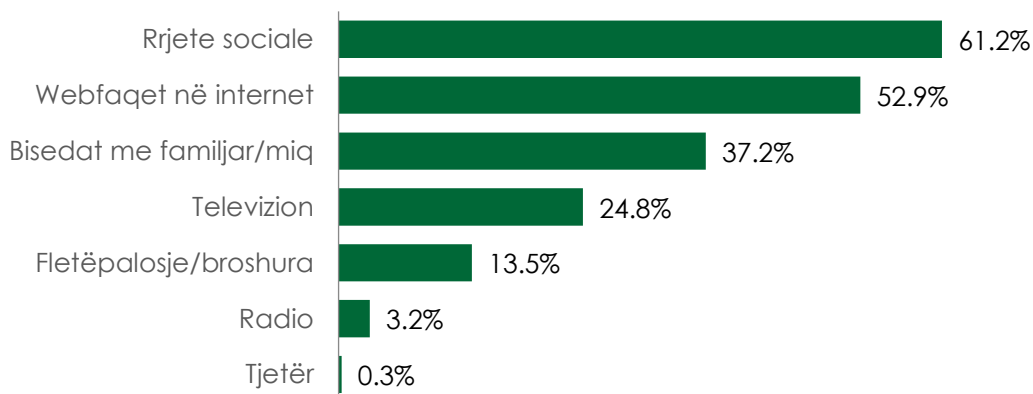


Figura 62. Cilat burime të informacionit i përdorni për të marrë informatat në lidhje me tekstitin dhe blerjen e produkteve të tekstitit? (Pytje e shumëfishtë)

Lidhur me rrjetet sociale që përdoren më shpesh për informim dhe blerje të produkteve të tekstitit, Facebook-u është platforma më e përdorur, e zgjedhur në 77 përqind të rasteve, i ndjekur nga Instagram-i me 71.7 përqind të rasteve. TikTok-u është gjithashtu një platformë e njohur, por përdorimi i tij është më i kufizuar (22.9 përqind të rasteve). YouTube gjithashtu ka një rol modest në këtë proces, në 15.6 përqind të rasteve që e përdorin për të marrë informacion mbi tekstitin. Ndërkohë, platforma të tjera si Snapchat (4.5 përqind të rasteve), Twitter (3.4 përqind të rasteve) dhe LinkedIn (3.1 përqind të rasteve) kanë një ndikim të vogël. Këto të dhëna tregojnë se platformat Facebook dhe Instagram, mbeten më të preferuarat për informim dhe blerje të produkteve të tekstitit.

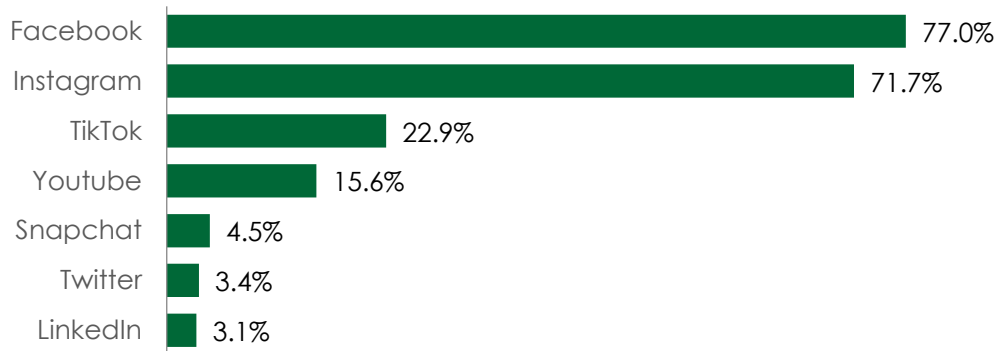


Figura 63. Cilat nga rrjetet sociale i përdorni më së shpeshti për informim dhe blerje të produkteve të tekstilit? (Pytje e shumëfishtë)

8. REZULTATET NGA INTERVISTAT ME BIZNESE

Ky seksion do të përfshijë analizën e të dhënave të mbledhura përmes anketës së zhvilluar me kompani që operojnë në sektorin e veshmbathjes dhe tekstilit shtëpiak në Kosovë. Të dhënat do të ndihmojnë në identifikimin e praktikave aktuale, sfidave dhe potencialeve për përmirësim në drejtim të menaxhimit të mbeturinave, riciklimit dhe ekonomisë qarkore në këtë sektor.

8.1 INFORMACIONI I PËRGJITHSHËM PËR KOMPANINË

Në vazhdim prezantohet profili bazë i kompanive të intervistuar, duke përfshirë aktivitetin ekonomik, strukturën e pronësisë dhe fuqinë punëtore. Ky informacion është i rëndësishëm për të kuptuar kontekstin operacional dhe kapacitetet e sektorit për të përfshirë praktika të ekonomisë qarkore.

Kompanitë e intervistuar për studimin me biznese kanë aktivitete të ndyshme, ku numri më i madh i tyre ka si aktivitet kryesor prodhimin e veshjeve të tekstilit (47%), pasuar nga qepja e veshjeve me 18 përqind të kompanive dhe tregtia me shumicë dhe pakicë (12%). Ndër këto kompani janë përfshirë edhe ato që vetëm furnizohen me tekstil, rreth 11 përqind e tyre, për shkak se janë një grup i nevojshëm për të hulumtuar se si bizneset e këtij lloji i menaxhojnë mbeturinat e tekstilit.



Figura 64. Veprimtaria e kompanisë

Sa i përket gjinisë së pronarit të kompanisë, në 58 përqind të rasteve këto kompani kanë pronarë meshkuj, ndërsa në 48 përqind të rasteve kanë pronare femra. Në këtë përfshihen edhe rastet kur kompanitë kanë më shumë se një pronar.

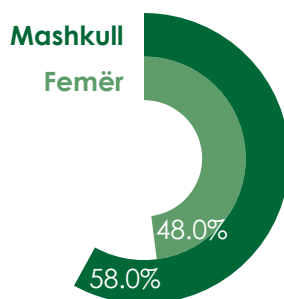


Figura 65. Gjinia e pronarëve të kompanisë

Këto kompani kanë deklaruar në total 2,114 punëtor, ku 1,642 punëtore (apo 77.7% e tyre) janë femra ndërsa vetëm 472 janë meshkuj (22.3%).

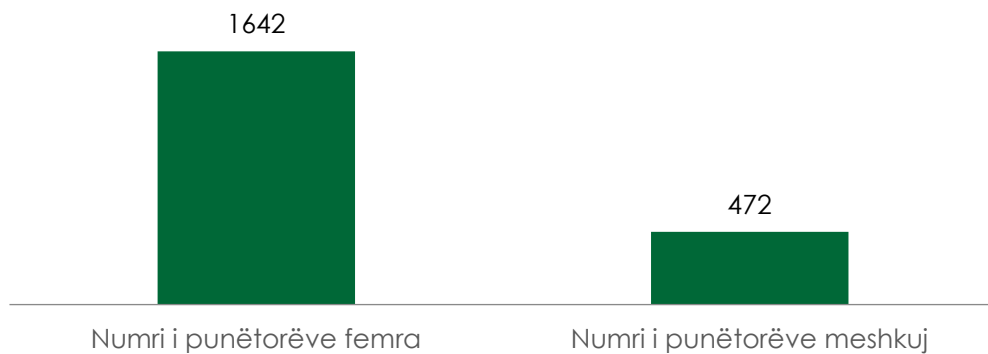


Figura 66. Numri i punëtorëve në kompani sipas gjinisë

Vetëm 43 përqind e kompanive kanë pranuar të deklarojnë qarkullimin vjetor të tyre për vitin 2024. Në total këto kompani kanë një qarkullim vjetor prej rreth 109.6 milion euro.

Në përgjithësi, rreth 21 përqind e këtyre kompanive kanë deklaruar se kanë eksportuar në vitin 2024 dhe vlera totale e këtyre eksporteve është 21.4 milion euro. Në anën tjetër rreth 29 përqind e kompanive kanë deklaruar se kanë importuar në këtë periudhë dhe vlera totale e importeve është rreth 46.1 milion euro. Kjo përkon me të dhënat e gjithë industrisë ku vlera e importit është më e lartë se ajo e eksportit.

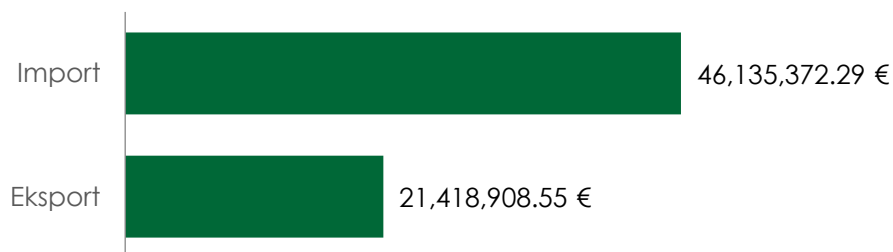


Figura 67. Vlerat e deklaruar të eksportit dhe importit të kompanive

Prej atyre që kanë deklaruar se kanë eksportuar në vitin 2024, vendi me sasinë më të madhe të eksportit është Turqia me rreth 300 ton eksport, pasuar nga Serbia me rreth 265 ton eksport dhe Shqipëria me rreth 157 ton eksport.

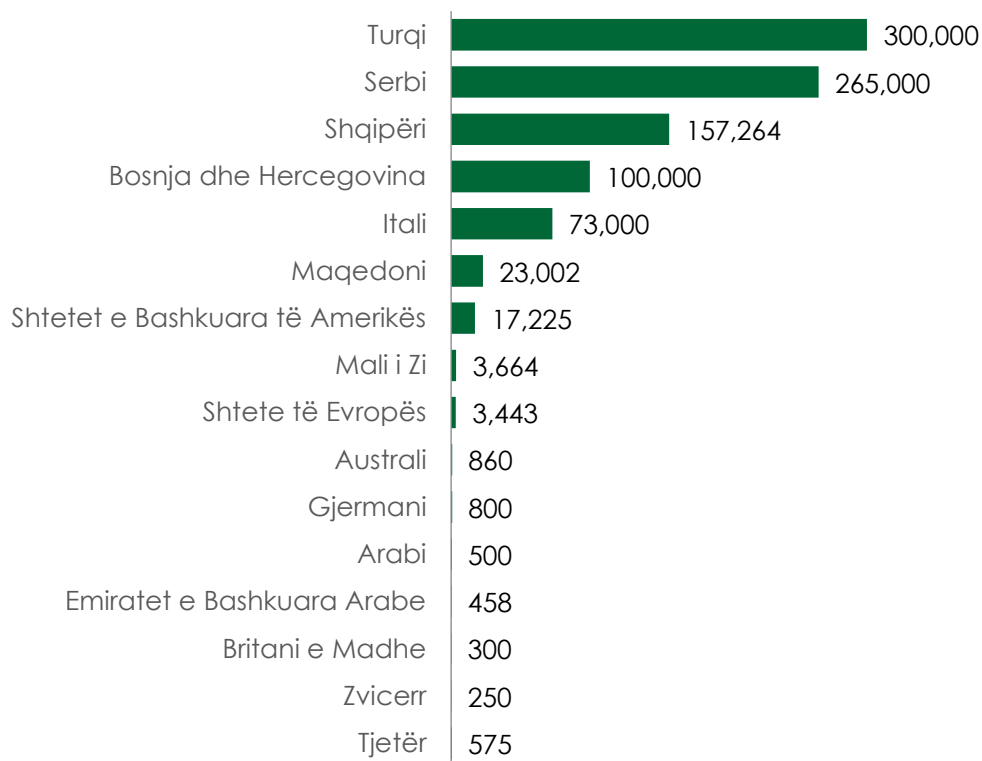


Figura 68. Në cilat shtete keni eksportuar në vitin 2024?

Në anën tjetër, shteti ku këto kompani kanë importuar më së shumti është Kina, me rreth 2.6 mijë ton, pasuar nga Turqia me rreth 1.7 mijë ton. Në shtetet e tjera në radhë si Rumania dhe Lituania, sasia e importuar është dukshëm më e ulët (46 ton dhe 40 ton përkatësisht).

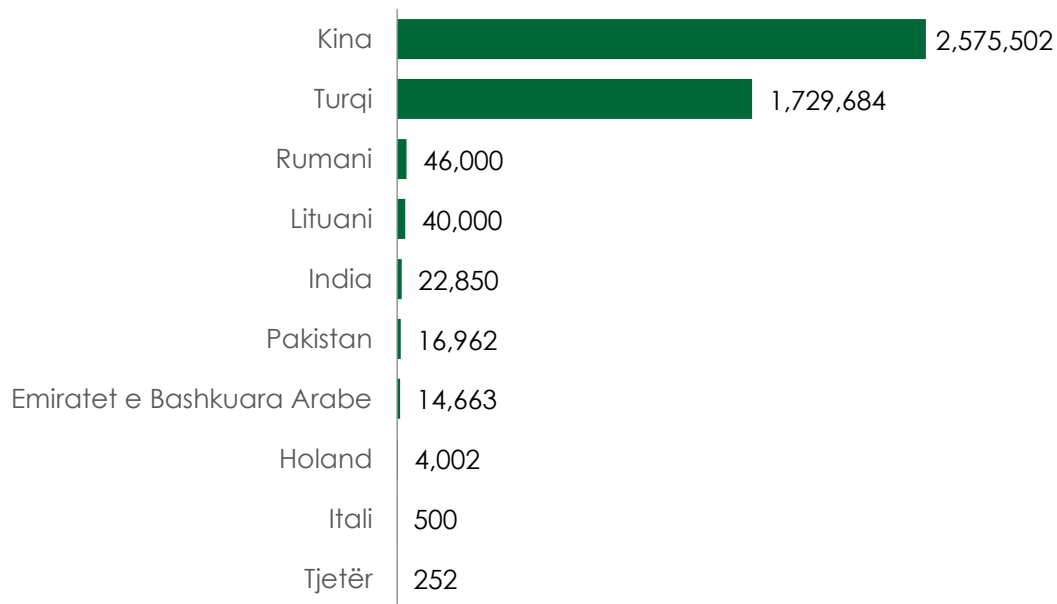


Figura 69. Në cilat shtete keni importuar në vitin 2024?

Shumica e kompanive (68%) për lëndën e parë furnizohen në Kosovë, ndërsa pjesa e mbetur furnizohen jashtë Kosovës (32%). Në këtë pjesë si lëndë e parë llogariten edhe produktet e finalizuara të cilat merren nga kompanitë që bëjnë më pas vetëm shitjen e tyre me shumicë ose pakicë.

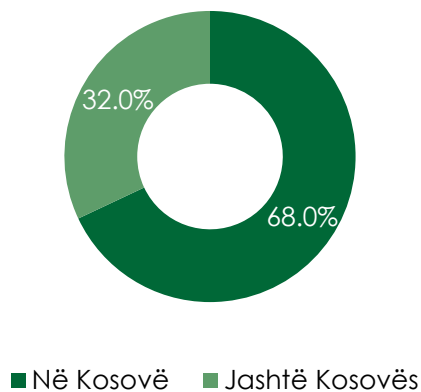


Figura 70. Ku furnizohet kompania juaj me lëndën e parë?

Prej atyre kompanive që kanë deklaruar se furnizohen jashtë Kosovës, rreth 69 përqind kanë deklaruar se vendi prej nga furnizohen më së shumti është Turqia. Kina dhe India janë vendet tjera ndër më të zgjedhurat, prej 24.1 përqind të tyre në të dy rastet. Këto shtete janë të njohura për eksportin e materialeve të tekstilit jo biodegraduese, si polyesteri, nyloni dhe elastani, të cilat

përbëjnë një rrezik mjedisor për shkak të vështirësisë në riciklim dhe kohëzgjatjes shumë të gjatë të dekompozimit në natyrë.

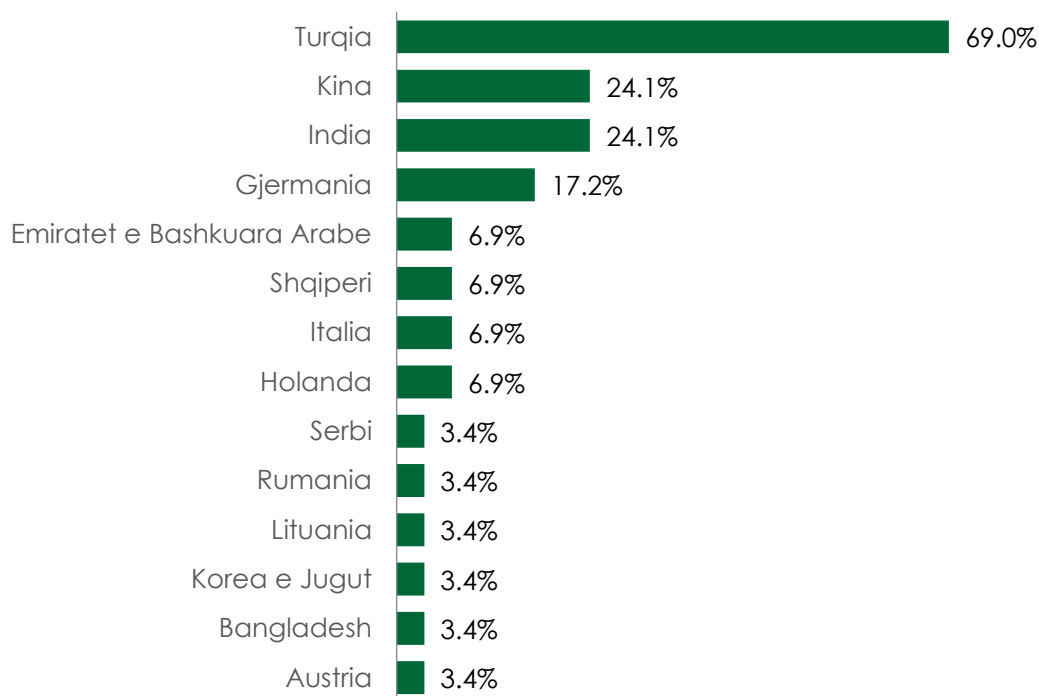


Figura 71. Specifikoni vendin ku jashtë Kosovës?

Më shumë se gjysma e kompanive (53%) kanë deklaruar se forma kryesore e shitjes së tyre në vitin 2024 ka qenë me pakicë. Rreth 27 përqind e tyre kanë bërë shitje me shumicë ndërsa pjesa tjetër (20%) kanë bërë shitje në të dy format. Dominimi i shitjeve me pakicë tregon një orientim drejt konsumatorëve individualë, që zakonisht përfshin prodhim më të lartë të ambalazhimit dhe më shumë produkte të shpërndara në njësi të vogla. Kjo rritë potencialin për gjenerimin e mbeturinave, si nga paketimet ashtu edhe nga vetë produktet në fund të përdorimit të tyre.

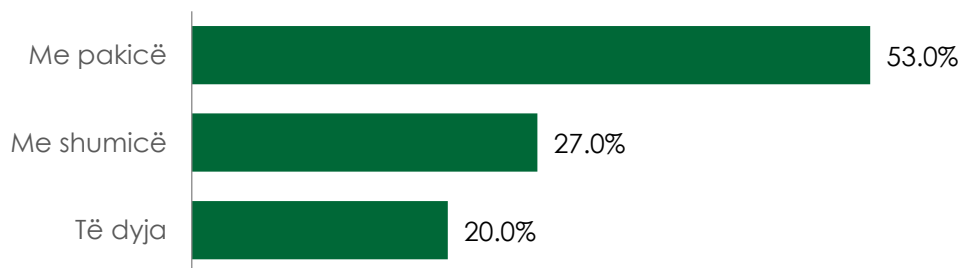


Figura 72. Cila ka qenë forma kryesore e shitjes në kompaninë tuaj në vitin 2024?

8.2 PËRDORIMI I LËNDËVE TË PARA PËR PRODHIM

Zgjedhja e materialeve të produkteve të tekstilit ndikon drejtpërdrejt në mjedis. Për këtë arsye, në këtë pjesë analizohet se cilat lëndë të para përdoren më shumë nga kompanitë, si dhe preferencat e konsumatorëve që formësojnë këtë kërkesë.

Shumica e kompanive (42%) kanë si aktivitet kryesor prodhimin, rreth 23 përqind i kanë shërbimet si dizajnimi, rregullimi i tekstilit, përshtatja e tekstilit e të ngajshme. Vetëm 6 përqind e tyre kanë deklaruar se si aktivitet kryesor e zhvillojnë ripërpunimin e tekstilit. Duke qenë se shumica e kompanive fokusohen në prodhim të ri, kjo ka ndikim të drejtpërdrejtë në rritjen e sasisë së mbeturinave të tekstilit, pasi mungon një qarkullim i mbyllur i materialeve.

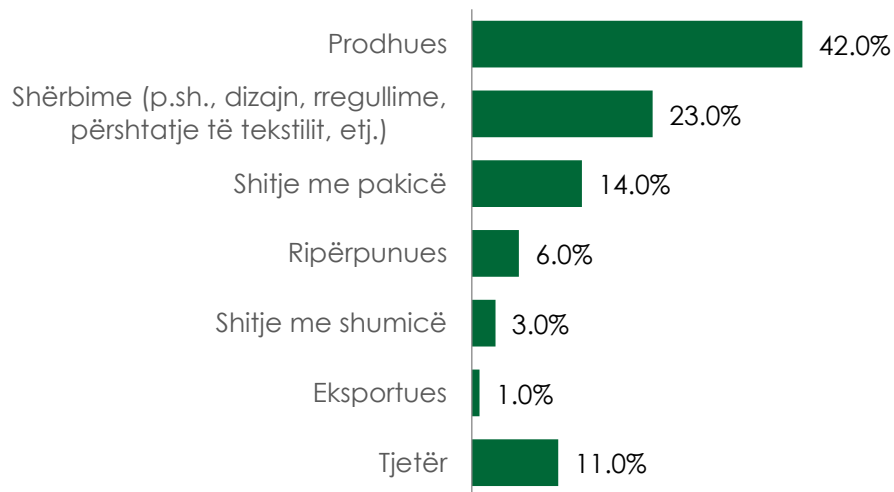


Figura 73. Cili është aktiviteti kryesor i kompanisë tuaj?

Prodhuesit në 42.7 përqind të rasteve kanë deklaruar se prodhojnë veshje dasmash dhe eventesh. Një përqindje më e ulët (16%) kanë përmendur tekstilin shtëpiak, ndërsa 14.7 përqind kanë raportuar se prodhojnë uniforma të punës. Produktet e tjera si kostumet, veshjet sportive, të brendshme dhe rrobat për fëmijë janë produktet e tjera me radhë por që më pak prodhohen nga këto kompani.

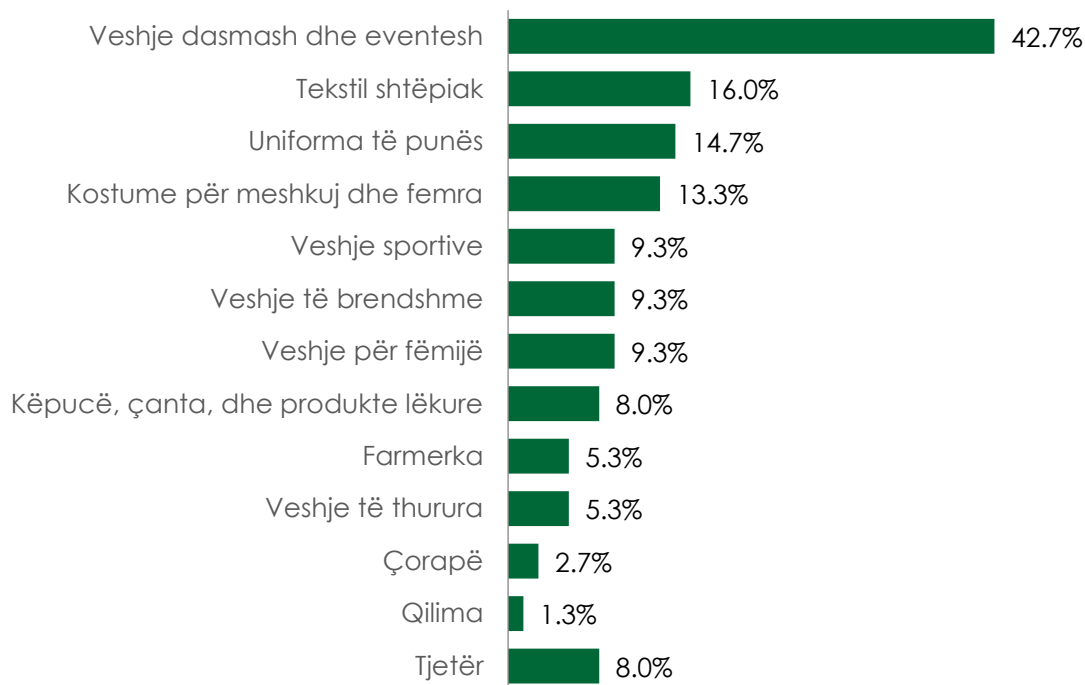


Figura 74. Nëse kompania juaj është prodhuese, cilat produkte i prodhoni? (Pytje e shumëfishtë)

Në anën tjetër ofruesit e shërbimeve kanë deklaruar në 48.6 përqind të rasteve si shërbim që ofrojnë dizajnin e tekstit, më pas në 23 përqind të rasteve është përmendur riparimi i veshjeve dhe në një përqindje pak më të ulët (18.9%) është personalizimi i produkteve si qëndisje, printim, etj. Konsulenca për mode ose tekstil është shërbimi që ofrohet më së paku, me vetëm 6.8 përqind të rasteve.

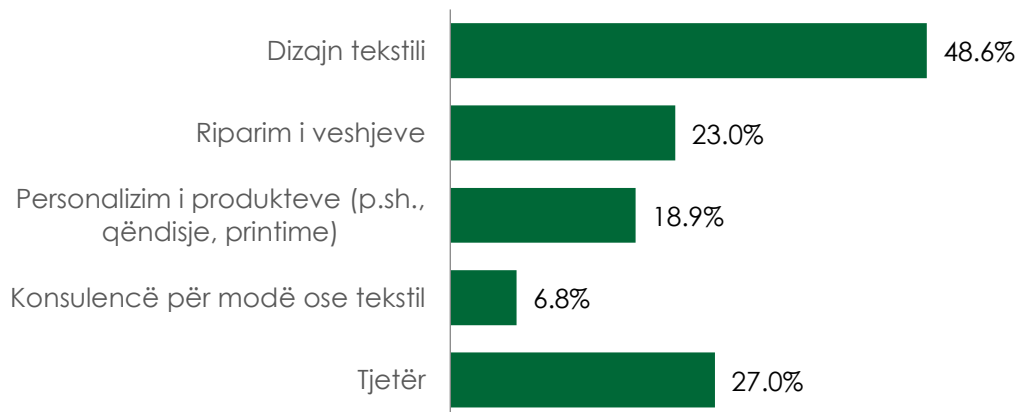


Figura 75. Nëse kompania juaj ofron shërbime, cilat janë shërbimet kryesore që ofroni? (Pytje e shumëfishtë)

Shitësit me pakicë/shumicë kanë deklaruar që shesin më së shumti veshje dasmash dhe eventesh, e zgjedhur në 40.8 përqind të rasteve, pasuar nga uniformat e punës (19.7% të rasteve) dhe veshjet e brendshme e tekstili shtëpiak (14.5% të rasteve).

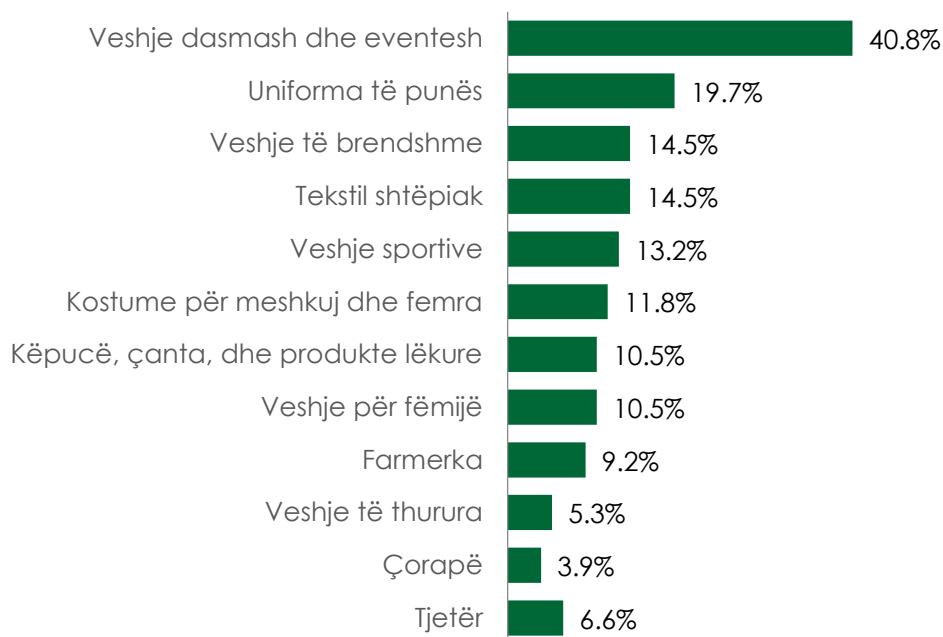


Figura 76. Nëse kompania juaj është shitës me pakicë/shumicë, cilat produkte kryesore shisni? (Pytje e shumëfishtë)

Sa i përket materialeve të cilat përdoren për produktet e prodhura, në 63.3 përqind të rasteve kompanitë përdorin pambuk. Në rreth 48.3 përqind të rasteve ato përdorin polyester dhe në 38.3 përqind të rasteve përdorin material sintetik si nylon, elastan, etj. Përdorimi i lartë i pambukut ka ndikim pozitiv në mjedis pasi që është material natyral dhe i biodegradueshëm. Ndërsa polyesteri dhe materialet sintetike si nylon dhe elastan janë jo biodegraduese dhe kontribuojnë ndjeshëm në ndotjen mjedisore, sidomos si mbeturina plastike që nuk degradohen lehtë.

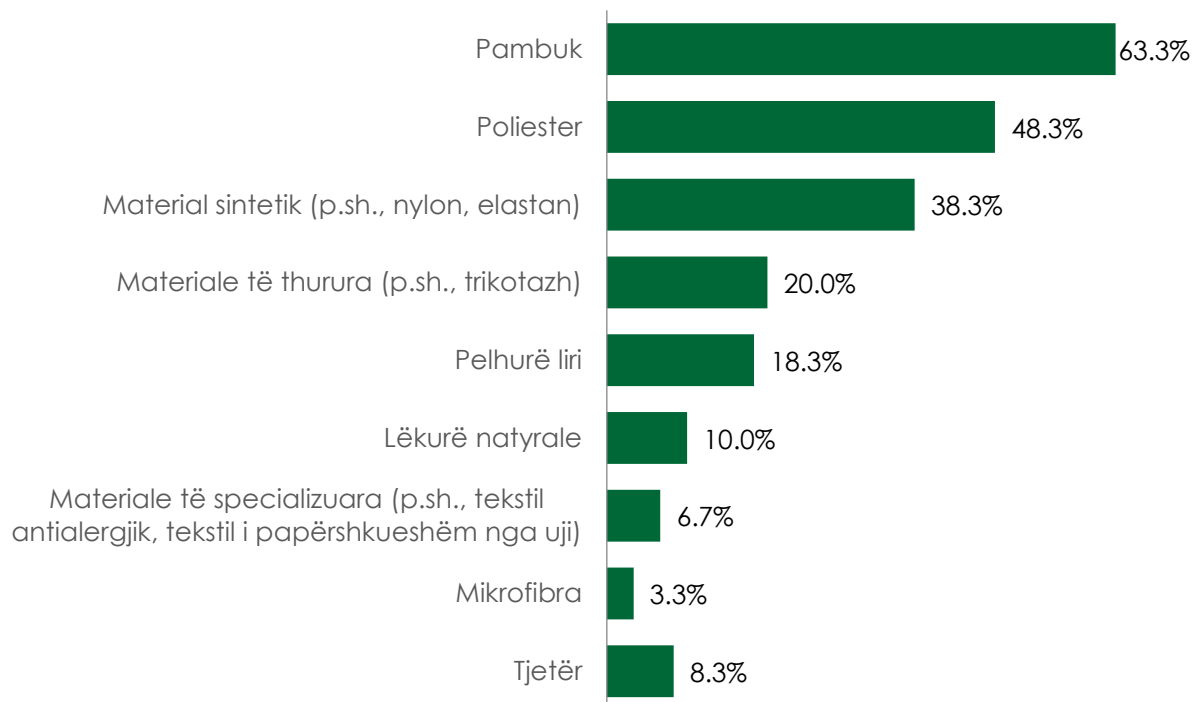


Figura 77. Cila është lënda e parë që përdorni për produktet e prodhuara?

Ngjajshëm edhe materialet që kërkohen më shumë nga klientët dhe kanë më shumë shitje janë pambuku (61% të rasteve), poliester (46% të rasteve) dhe materialet sintetike (28% të rasteve). Kërkesa e lartë për materiale jo-biodegraduese si poliesteri dhe fibrat sintetike, dhe duke qenë se 20 përqind e qytetarëve i hedhin veshjet e tyre direkt si mbeturina, ndikojnë në një rritje të konsiderueshme të sasisë së mbeturinave të tekstile që mbeten në mjedis.

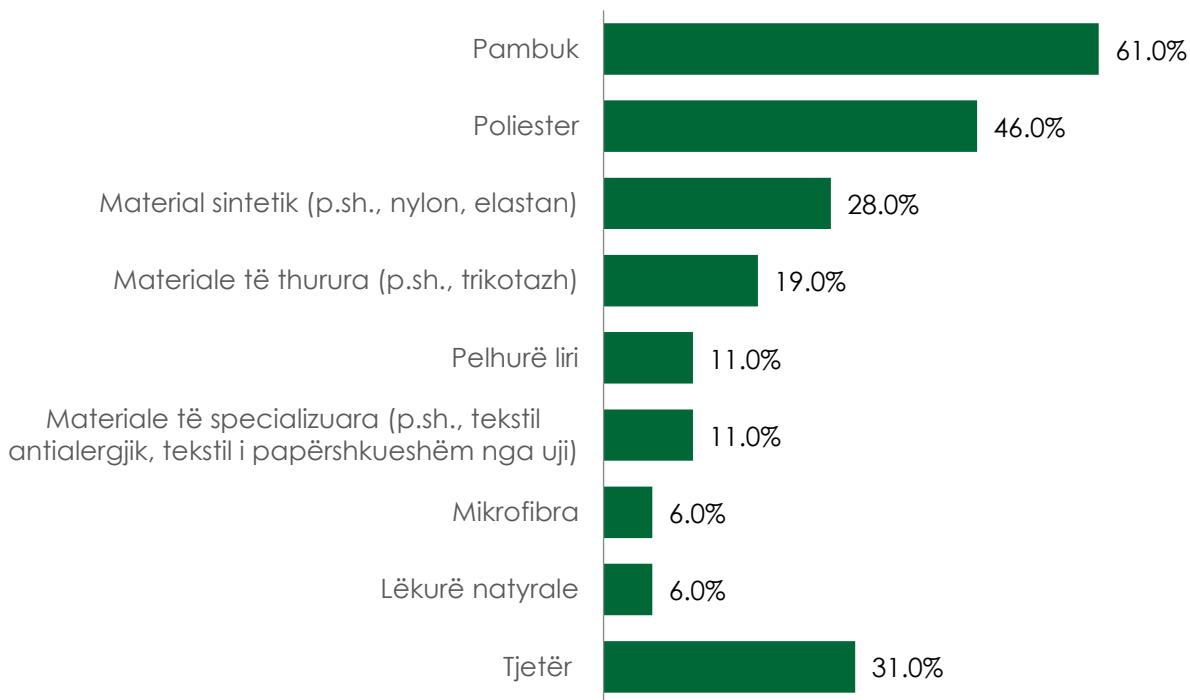


Figura 78. Cilat janë materialet që kërkohen më shumë nga klientët tuaj dhe që kanë më shumë shitje? (Pytje e shumfishtë)

8.3 MENAXHIMI I MBETURINAVE

Mënyra si kompanitë menaxhojnë mbeturinat e tyre është kyçe për të vlerësuar ndikimin mjedisor dhe potencialin për ripërdorim dhe riciklim. Në vazhdim analizohen praktikat aktuale dhe hapësirat për përmirësim në këtë drejtim.

Në shumicën e rasteve (61%) kompanitë i menaxhojnë mbeturinat e materialeve nga procesi i prodhimit përmes mbledhjes nga deponitë komunale. Në 37 përqind të rasteve ata i përdorin këto materiale të mbetura, ndërsa në vetëm 10 përqind të rasteve kanë deklaruar se bashkëpunojnë me iniciativat për rishfrytëzim të materialit dhe në 6 përqind të rasteve i riciklojnë. Në rreth 18 përqind të rasteve kanë përmendur praktika të tjera si asgjësimi, dhurimi i tyre, përdorimi i tyre për prodhim të aksesorëve, etj.

Ky rezultat tregon se menaxhimi i mbeturinave të tekstilit nga kompanitë mbetet kryesisht pasiv, pasi që shumica e kompanive varen nga deponitë komunale, gjë që shpesh përfundon në depozitime pa riciklim apo rishfrytëzim efektiv dhe ndikim negativ në mjedis. Këto kompani kanë deklaruar se mesatarisht në vit paguajnë rreth 185.42 euro për këtë shërbim.

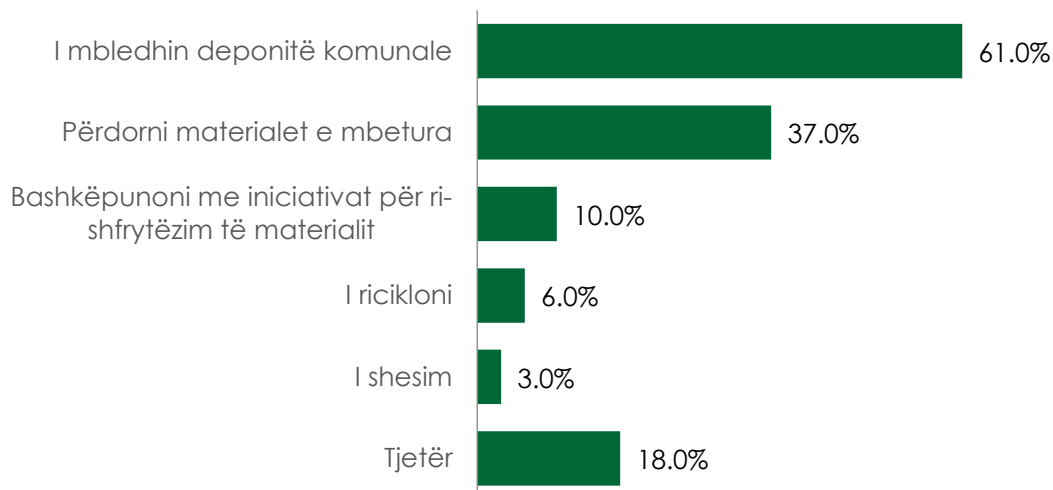


Figura 79. Praktikët e menaxhimit të mbeturinave: Si i menaxhon kompania juaj mbeturinat e materialeve në procesin e prodhimit? (Pytje e shumëfishhtë)

Më shumë se gjysma e kompanive (60.3%) që i menaxhojnë mbeturinat përmes deponive komunale kanë deklaruar se grumbullimi i tyre bëhet çdo ditë. Rreth 31 përqind kanë deklaruar se këtë praktikë e zhvillojnë një herë në javë, ndërsa pjesa e mbetur kanë deklaruar se praktika zhvillohet më rrallë se një herë në javë. Grumbullimi i përditshëm i mbeturinave nga deponitë komunale nga shumica e kompanive tregon një ritëm të lartë të gjenerimit të mbeturinave, që është shqetësues sidomos nëse këto mbeturina përmbajnë materiale jo biodegraduese.

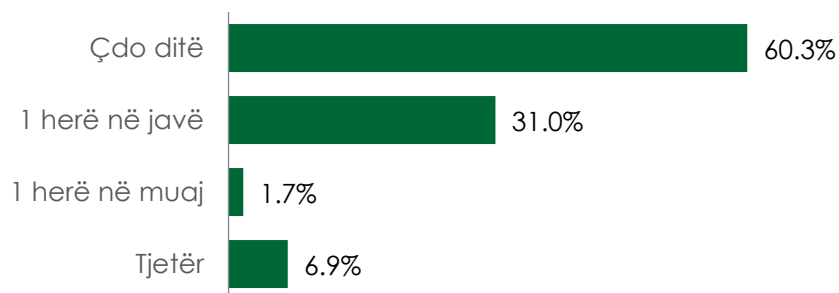


Figura 80. Nëse po, sa herë i grumbullojnë mbeturinat e materialit?

Në të shumtën e rasteve kompanitë gjenerojnë mbeturina të tekstilit si copëza, mbeturina prerjeje e të ngjajshme (73%). Kjo lidhet ngushtë edhe me faktin se materialet më të përdorura nga kompanitë janë pambuku, poliesteri dhe fibra të tjera sintetike. Mbeturinat e tekstilit që dalin nga procesi i prerjes dhe prodhimit përbëhen kryesisht nga këto materiale, prej të cilave fibrat sintetike si poliesteri dhe elastani janë veçanërisht problematike për mjedisin,

Mbeturinat nga ambalazhi i lëndës së parë dhe ato të letrës apo kartonit janë më të pakta në raste (20% dhe 19% përkatësisht), ndërsa më të rrallat janë mbeturinat nga ambalazhimi i produkteve finale (8%) dhe plastika (5%).

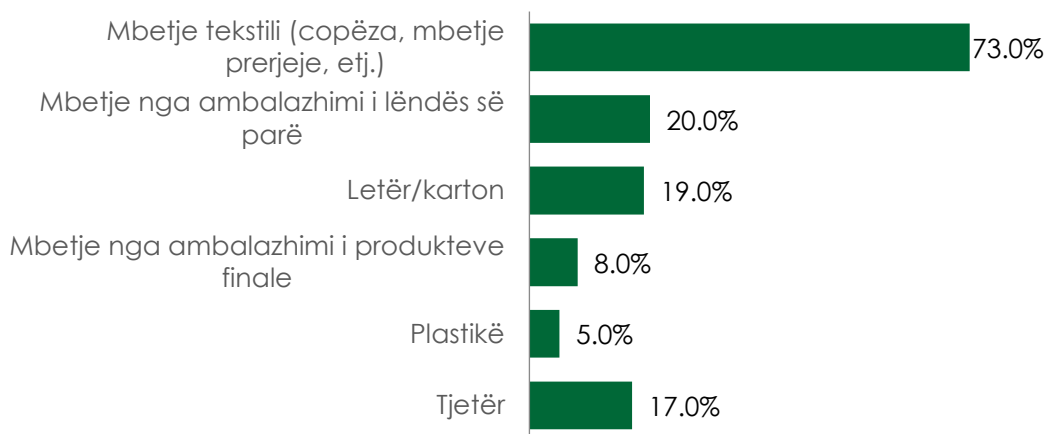


Figura 81. Cilat janë llojet kryesore të mbeturinave që gjeneroni gjatë procesit të punës?

Rreth 56 përqind e kompanive kanë deklaruar se nuk kanë njohuri se sa ton mbeturina tekstili gjeneron kompania tyre në vit, pasi që nuk bëjnë ndonjë matje për këtë aspekt. Ndërsa nga kompanitë e tjera (43%) që kanë dhënë informata, në total janë raportuar rreth 22.8 ton mbeturina tekstili gjatë një viti.

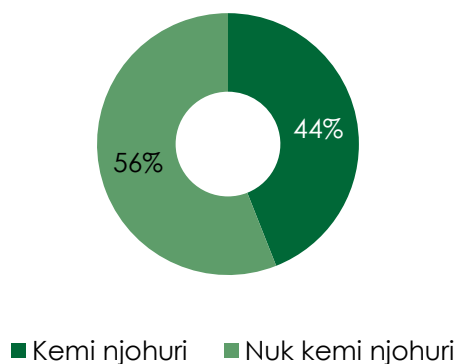


Figura 82. Sa ton mbetje tekstili gjeneron kompania juaj në vit?

Nga këto të dhëna për sektorin e bizneseve të tekstilit është kalkuluar në mënyrë të përafërt gjenerimi i përgjithshëm i mbeturinave të tekstilit. Duke marrë mesataret e deklaruara për sektorët përkatës (tregti, prodhim dhe kategori të tjera) me shpërndarjen aktuale të bizneseve aktive në Kosovë, dhe duke e shkallëzuar mbi 61% të tyre që deklarojnë se prodhojnë mbetje, vlerësohet se bizneset gjenerojnë rreth **13,832.84 ton mbeturina tekstili në vit**.

Ky kalkulim përfaqëson një **vlerësim indikativ**, duke qenë se mungojnë të dhëna sistematike dhe zyrtare mbi menaxhimin e mbetjeve tekstile në sektorin privat në Kosovë.

Një numër edhe më i vogël (27%) ka raportuar se kanë një sistem për ripërdorimin e materialeve të mbetura brenda procesit të prodhimit.

Kjo tregon një mungesë të theksuar të monitorimit dhe menaxhimit të mbeturinave në shumicën e kompanive, praktikat e qëndrueshme ende nuk janë të institucionalizuara, dhe se ka hapësirë të madhe për përmirësim në drejtim të ekonomisë qarkore, riciklimit dhe reduktimit të mbeturinave që përfundojnë në deponi.

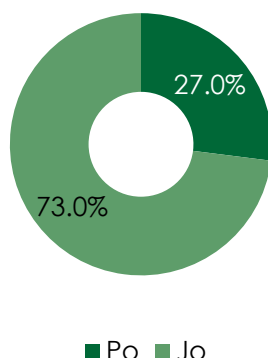


Figura 83. A ka kompania juaj një sistem për ripërdorimin e materialeve të mbetura brenda procesit të prodhimit?

Më shumë se gjysma e kompanive (59.3%) kanë deklaruar se sistemi që ata kanë është për ripërdorimin e materialeve të mbetura për produkte tjera të reja apo aksesore të tekstitit. Rreth 33.3% kanë thënë se bëjnë vazhdimisht optimizim në përdorimin e materialit dhe shtrytëzimin e tij me maturi. Ndërsa vetëm 7.4 përqind kanë deklaruar se bashkëpunojnë me palë të treta si kompani, shkolla apo institucione tjera që i përdorin mbeturinat e tyre të tekstitit.

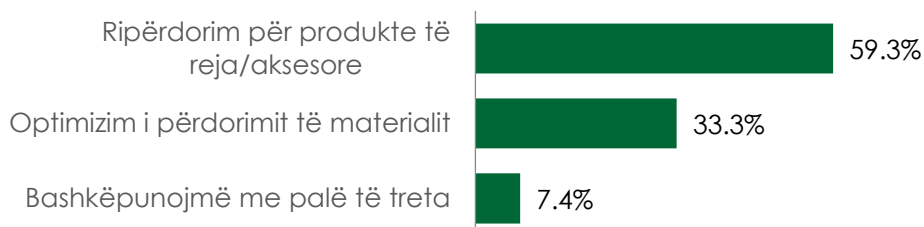


Figura 84. Ju lutem përshkruani shkurtimisht sistemin për ripërdorimin e materialeve të mbetura Brenda procesit të prodhimit?

8.4 EKONOMIA QARKORE

Për të kuptuar gatishmërinë e sektorit për të kaluar drejt modeleve të qëndrueshme, është e rëndësishme të vlerësojmë njohuritë dhe interesimin e kompanive për ekonominë qarkore. Në lidhje me njohuritë për ekonominë qarkore, vetëm 18 përqind e kompanive kanë thënë se kanë dëgjuar për konceptin e ekonomisë qarkore. Nga këto kompani 88.9 përqind (apo 16 kompani) kanë shprehur interesim për aplikimin e parimeve të ekonomisë qarkore në kompanin e tyre. Kjo

tregon se niveli i ulët i njohurive për ekonominë qarkore e pengon adoptimin e këtyre praktikave nga kompanitë.

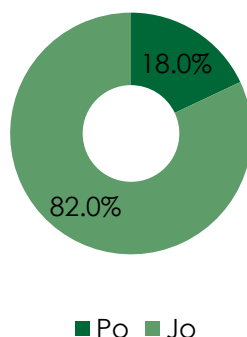


Figura 85. A keni dëgjuar për konceptin e ekonomisë qarkore?

Nga kompanitë që kanë njohuri rreth ekonomisë qarkore, dhjetë (nga 18) prej tyre kanë deklaruar se kanë interesim por nuk kanë filluar ende zbatimin e këtyre praktikave. Ndërsa gjashtë prej tyre kanë thënë që nuk e kanë prioritet për momentin ose nuk janë të sigurt akoma. Vetëm dy kompani kanë raportuar se veçse kanë filluar me riciklimin dhe zbatimin e tyre.

Tabela 5. A është kompania juaj e gatshme të fillojë me riciklim dhe të zbatojë praktikat e ekonomisë qarkore?

| Përgjigjet | Frekuenca |
|---|-----------|
| Po, kemi interesim, por nuk kemi filluar ende | 10 |
| Jo, nuk është prioritet për momentin | 3 |
| Nuk jam i/e sigurt | 3 |
| Po, kemi filluar tashmë | 2 |

Trajnimet për ekonominë qarkore për biznese janë cilësuar si të nevojshme ku tetë (nga 18) kompanitë kanë thënë që trajnime të tilla ju duhet për stafin menaxhues dhe për punëtorët në prodhim, ndërsa gjashtë kanë deklaruar se këto trajnime janë të nevojshme vetëm për stafin e tyre menaxhues dhe dy i kanë vlerësuar të nevojshme vetëm për punëtorët në prodhim. Vetëm dy kompani kanë deklaruar se nuk kanë interesim.

Tabela 6. A do të ishit të interesuar për pjesëmarrje në trajnime për ekonominë qarkore për biznesin dhe punëtorët tuaj?

| Përgjigjet | Frekuenca |
|------------------------------|-----------|
| Po, për të dyja kategoritë | 8 |
| Po, për stafin menaxhues | 6 |
| Po, për punëtorët në prodhim | 2 |
| Jo, nuk kemi interesim | 2 |

8.5 NDRYSHIMET KLIMATIKE DHE GJURMËT E KARBONIT

Në vazhdim studimi shqyrton sa të vetëdijshme janë kompanitë për ndikimin që shkaktojnë dhe sa të gatshme janë ato të marrin masa për të ulur gjurmën e tyre të karbonit.

Kur u pyetën për shqetësimin lidhur me ndikimin mjedisor të aktivitetit të tyre, vetëm 10 përqind të kompanive u shprehën si shumë të shqetësuar dhe 20 përqind si të shqetësuar. Pjesa më e madhe, 35 përqind, mbajtën qëndrim neutral, ndërsa 13 përqind thanë se janë jo shumë të shqetësuar dhe 22 përqind aspak të shqetësuar. Ky shpërndarje tregon se çështjet mjedisore nuk janë ende prioritet për shumicën e kompanive, duke reflektuar nevojën për ndërgjegjësim më të madh dhe mbështetje për zbatim të praktikave të qëndrueshme.

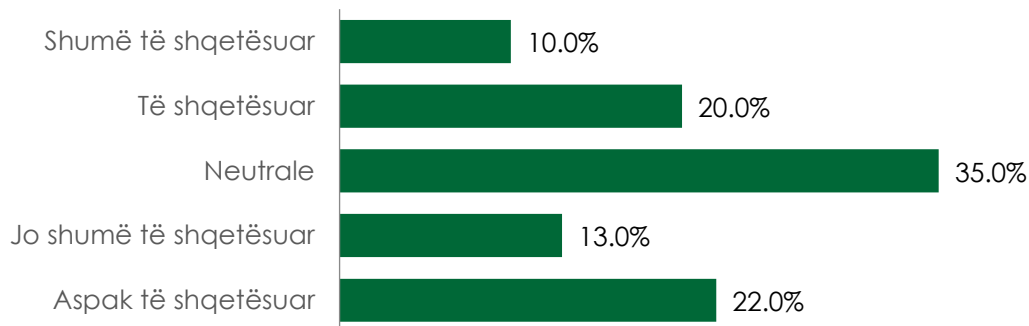


Figura 86. Sa jeni të shqetësuar për ndotjen që veprimtaria e kompanisë suaj shkakton në mjedis?

Rreth 70 përqind e kompanive janë të gatshme të investojnë në përmirësimin e praktikave të tyre për të reduktuar ndikimin mjedisor dhe gjurmën e karbonit, ndërsa 30 përqind nuk kanë shprehur një gatishmëri të tillë. Kjo tregon një prirje pozitive drejt qëndrueshmërisë, me shumicën e bizneseve që shfaqin vullnet për të ndërmarrë hapa konkretë në këtë drejtim. Megjithatë, fakti që një e treta e tyre nuk janë të gatshme të investojnë nënvizon nevojën për stimulime shtesë dhe ndërgjegjësim mbi përfitimet afatgjata të investimeve mjedisore.

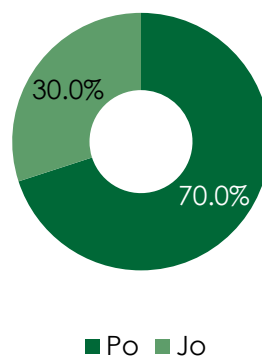


Figura 87. A jeni të gatshëm të investoni në përmirësimin e praktikave për të reduktuar ndikimin mjedisor dhe gjurmët e karbonit?

8.6 REGULAT MJEDISORE PËR EKSPORT

Rritja e standardeve mjedisore në tregjet ndërkombëtare kërkon që kompanitë eksportuese të përmbushin kritere të qarta për qëndrueshmëri. Ky nënseksion vlerëson shkallën e përgatitjes së bizneseve kosovare për të operuar në këtë kuadër të ri.

Kompanitë që eksportojnë në BE treguan një qasje tejte pozitive për investim në përmbushjen e kritereve mjedisore që kërkohen për eksport, ku 66.7 përqind e tyre treguan gatishmëri për këtë, ndërsa 23.8 përqind deklaruan se nuk kanë informata të mjaftueshme për këtë çështje.

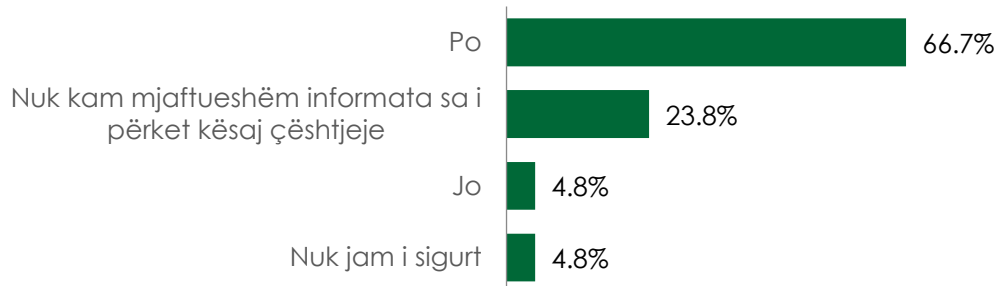


Figura 88. Për kompanitë eksportuese në BE: A jeni të gatshëm të investoni për të përmbushur kriteret mjedisore që kërkohen për eksport?

8.7 INTERESIMI DHE SFIDAT PËR RICIKLIM

Ndërmarrjet që operojnë në sektorin e tekstilit kanë një rol të rëndësishëm në zhvillimin e zinxhirit të riciklimit. Në këtë pjesë, analizohen pengesat kryesore dhe niveli aktual i angazhimit të tyre në praktikën e ripërdorimit dhe riciklimit të mbeturinave.

Vetëm 4 përqind e kompanive janë të përfshira në iniciativë për ripërdorim dhe riciklim, ndërsa shumica (60%) nuk janë të angazhuara fare. Një përqindje e konsiderueshme (36%) nuk janë të sigurtë, gjë që tregon mungesë informimi. Nga kompanitë që kanë raportuar angazhim, iniciativat përfshijnë dhënien e mbeturinave të prodhimit shkollave të trajnimit, ripërdorimin e copëzave për krijimin e produkteve të reja dhe pjesëmarrjen në panairë vendore, si dhe nisma të vogla riciklimi të zhvilluara brenda kompanisë. Kjo tregon përpjekje të izoluar, por thekson nevojën për mbështetje më të gjerë dhe politika që nxisin përfshirje më të madhe në praktika të qëndrueshme.

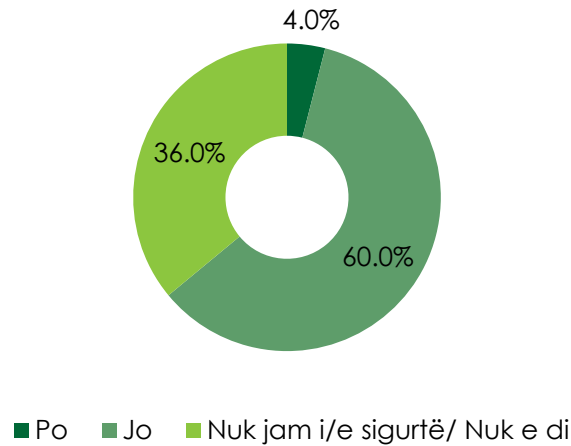


Figura 89. A është kompania juaj aktualisht e përfshirë në ndonjë iniciativë ripërdorimi dhe riciklimi për mbeturinat pas prodhimit?

Arsyet më të zakonshme pse kompanitë nuk janë të përfshira në iniciativa për riciklim dhe ripërdorim lidhen kryesisht me mungesën e informacionit, ku 53.3 përqind e tyre deklarojnë se nuk kanë informata për ndonjë iniciativë riciklimi. Ndërkohë, 18.3 përqind nuk kanë interesim, dhe 13.3 përqind e konsiderojnë veten biznese të vogla që nuk gjenerojnë mbeturina të shumta. Pjesë të tjera përmendin pengesa si kostot e larta (1.7%), mungesën e mundësive për riciklim të lëndës së tyre në Kosovë (3.3%), apo që nuk e dinë arsyen e mospërfshirjes (5.0%). Vetëm 3.3% kanë shprehur se janë duke shqyrtuar përfshirjen në të ardhmen, ndërsa një kompani (1.7%) ka deklaruar se i ripërpunon vetë mbeturinat. Këto të dhëna theksojnë nevojën për edukim, informim dhe mbështetje teknike, sidomos për bizneset e vogla, në mënyrë që të rritet përfshirja në praktika të qëndrueshme mjedisore.

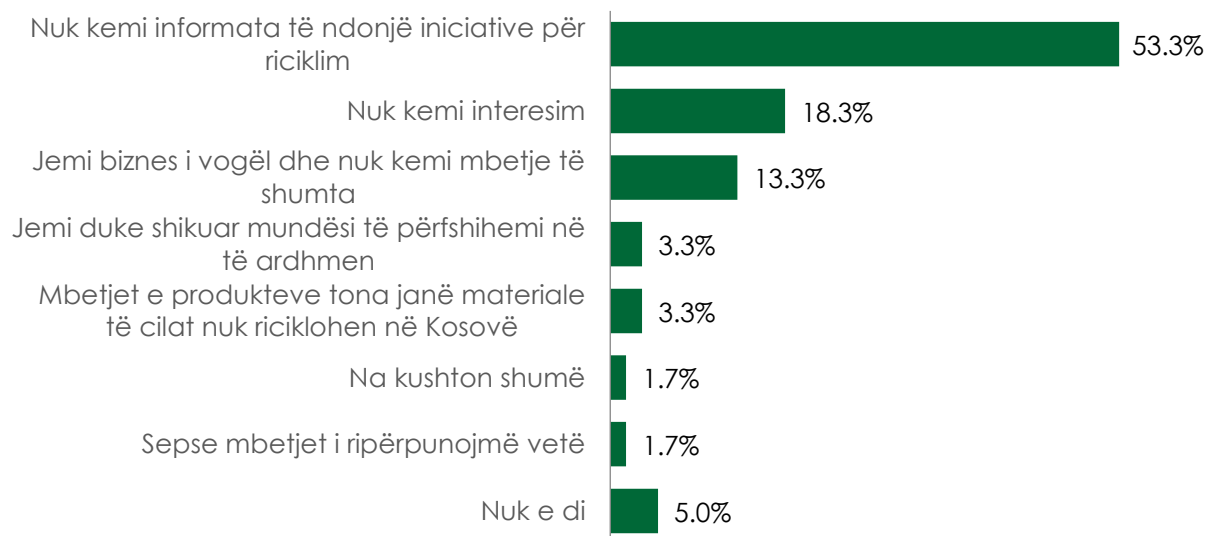


Figura 90. Nëse jo, pse nuk jeni të përfshirë?

Të dhënat tregojnë se vetëm 2 përqind e kompanive bashkëpunojnë aktualisht me kompani riciklimi për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit. Shumica dërmuese, 62 përqind, nuk kanë asnjë formë bashkëpunimi, ndërsa 18 përqind janë të interesuara, por ende nuk janë të angazhuara. Po ashtu, 18 përqind e kompanive nuk janë të informuara nëse ekzistojnë kompani të tilla për riciklim.

Ky rezultat reflekton një mungesë të theksuar të lidhjes mes prodhuesve dhe zinxhirit të riciklimit, dhe njëkohësisht tregon mungesë të informacionit dhe qasjes në zgjidhje të qëndrueshme për menaxhimin e mbeturinave.

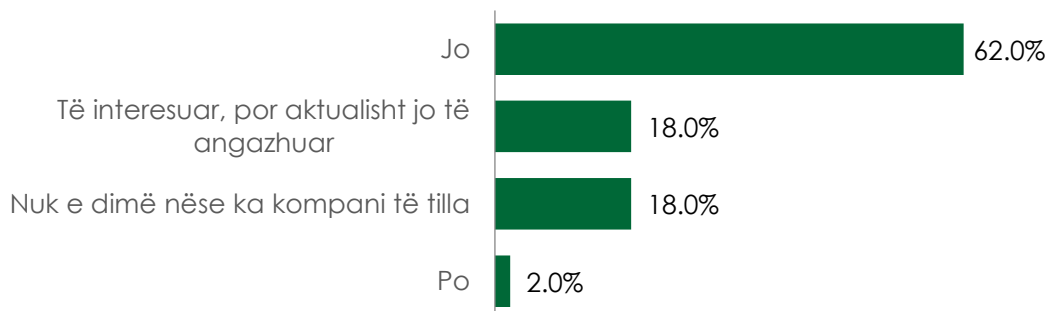


Figura 91. A bashkëpunon kompania juaj me ndonjë kompani riciklimi për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit?

Pavarësisht nivelit të ulët aktual të bashkëpunimit me kompani riciklimi, kompanitë e tekstilit tregojnë një interes të lartë potencial për këtë bashkëpunim në të ardhmen. Konkretisht, 67% e kompanive janë të interesuara ose shumë të interesuara për të bashkëpunuar me kompani riciklimi që specializohen në menaxhimin e mbeturinave të veshjeve.

Kjo tregon se ekziston vullnet dhe gatishmëri për përfshirje në praktika të qëndrueshme, nëse ofrohen mundësitë e duhura dhe informacioni përkatës. Megjithatë, 17% e kompanive nuk shprehin interes, dhe 16% janë të pasigurtë, çka sugjeron se barrierat si mungesa e njohurive, kostot apo mungesa e ofertës së qartë në treg vazhdojnë të jenë të pranishme.

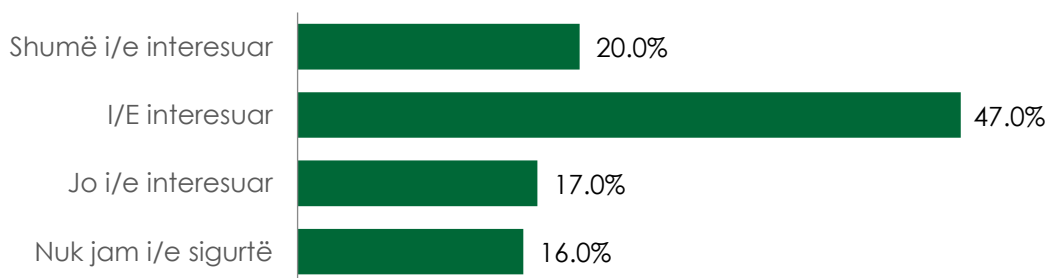


Figura 92. A do të ishte e interesuar kompania juaj për të bashkëpunuar me një kompani riciklimi që specializohet në menaxhimin e mbeturinave të veshjeve?

Interesi i lartë i kompanive për të bashkëpunuar me kompani riciklimi, i pasqyruar në pyetjen paraprake, përballet me disa pengesa të qarta që kufizojnë veprimin konkret. Sipas të dhënave, pengesa kryesore është mungesa e informacionit për shërbimet e disponueshme të riciklimit, e cila është përmendur nga 77 përqind e kompanive. Kjo tregon se shumë kompani thjesht nuk dinë se ku të drejtohen apo çfarë opsionesh ekzistojnë. Përveç kësaj, 17 përqind e kompanive i konsiderojnë kostot si të papërballueshme, ndërsa 8 përqind përmendin sfida logjistike si pengesë për bashkëpunim.

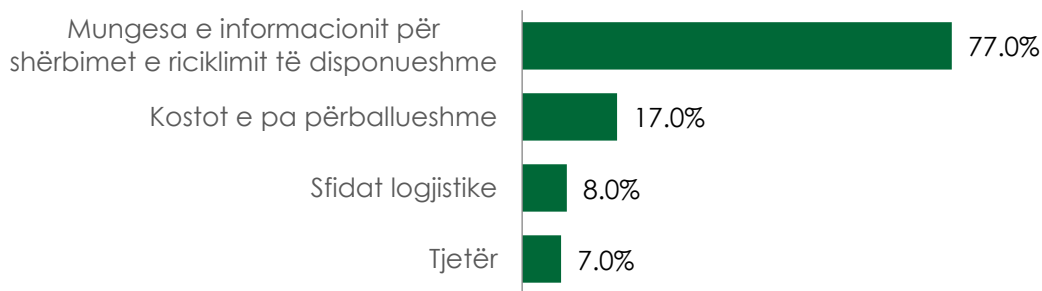


Figura 93. Ju lutem specifikoni pengesat kryesore që ka kompania juaj në lidhje me bashkëpunimin me një kompani të riciklimit.

Kompanitë janë të ndara në mënyrë të barabartë sa i përket preferencave për menaxhimin e mbeturinave: 66 përqind e rasteve do të preferonin të zhvillonin programe të zvogëlimit të mbeturinave brenda kompanisë, ndërsa po aq (66% e rasteve) do të preferonin bashkëpunimin me kompani të jashtme të riciklimit. Kjo baraspeshë tregon se kompanitë e shohin si të rëndësishme si menaxhimin e brendshëm, ashtu edhe bashkëpunimin e jashtëm në përpjekjet për të reduktuar mbeturinat. Kjo është një mundësi e mirë për të zhvilluar strategji të kombinuara që përfshijnë optimizim të proceseve të brendshme dhe krijim të partneriteteve për riciklim.

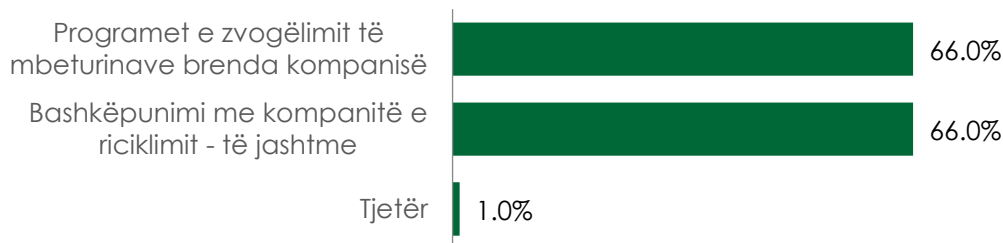


Figura 94. Cilat zgjidhje për menaxhimin e mbeturinave do të preferonte kompania juaj? (Pytje e shumëfishtë)

Pothujse të gjithë përfaqësuesit e kompanive (95%) e cilësuan si shumë të rëndësishëm mirëmbajtjen e ambientit në kompaninë e tyre. Mirëpo vetëm një nga ta tha se kanë në plan të zbatojnë iniciativa të reja për të përmirësuar menaxhimin e mbeturinave dhe mirëmbajtjen e ambientit dhe ky plan ishte të investonin në makineri të riciklimit.

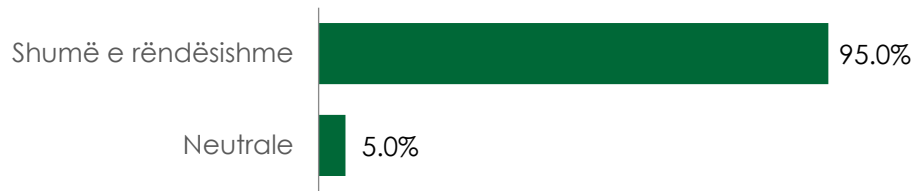


Figura 95. Sa e rëndësishme është mirëmbajtja e ambientit në kompaninë tuaj?

Vetëm njëra nga kompanitë (1%) ka deklaruar se ka plan për iniciativa të reja për të përmirësuar menaxhimin e mbeturinave dhe mirëmbajtjen e ambientit. Pjesa tjetër (99%) nuk kanë plane të tilla.

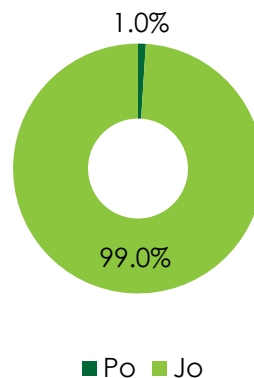


Figura 96. A ka kompania juaj në plan për të zbatuar ndonjë iniciativë të re për të përmirësuar menaxhimin e mbeturinave dhe mirëmbajtjen e ambientit?

Rezultatet tregojnë një nivel të lartë interesi për zhvillim të mëtejshëm dhe përmirësim të praktikave mjedisore, ku shumica e kompanive (84%) janë të hapura për të marrë më shumë informacion ose për të marrë pjesë në diskutime të mëtejshme mbi menaxhimin e mbeturinave dhe iniciativat për riciklim brenda kompanisë.

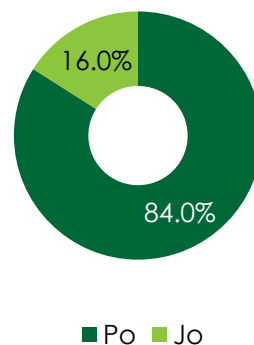


Figura 97. A do të ishit të hapur për të siguruar informacion shtesë ose për të marrë pjesë në diskutimet e mëtejshme lidhur me menaxhimin e mbeturinave dhe iniciativat e riciklimit në kompaninë tuaj?

Sa i përket pjesëmarrjes në panairë të tekstilit dhe teknologjisë për tekstil, 45 përqind e kompanive marrin pjesë herë pas here, ndërsa vetëm 11 përqind marrin pjesë rregullisht. Ndërkohë, 44 përqind nuk marrin pjesë fare. Kjo tregon se, edhe pse ekziston një nivel i moderuar përfshirjeje, pjesëmarrja ende nuk është e institucionalizuar për shumicën e tyre, dhe ka vend për nxitje të mëtejshme që kompanitë të qëndrojnë të lidhura me zhvillimet teknologjike në industri.

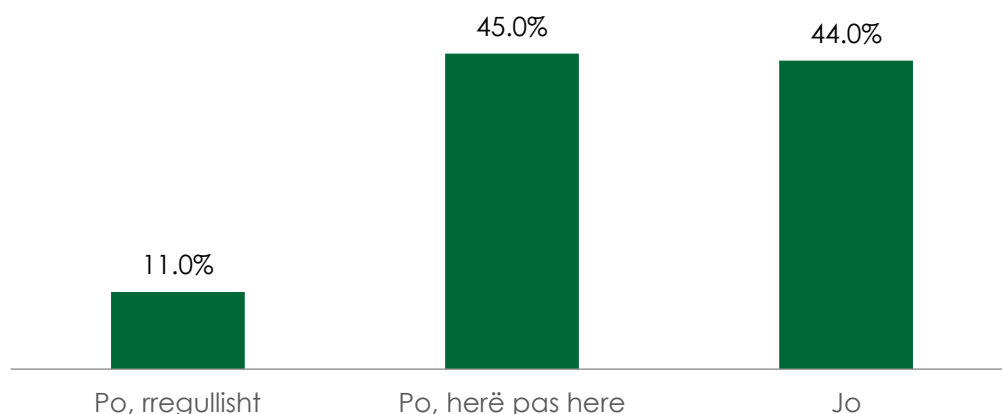


Figura 98. A merr pjesë kompania juaj në panairë të tekstilit dhe teknologjisë për tekstil?

Për pjesëmarrjen në konferenca dhe panairë, 90 përqind e kompanive janë të interesuara për të marrë informacione, çka tregon një gatishmëri të fortë për të ndjekur zhvillimet dhe mundësitë në sektorin e tyre. Ky interes mund të shfrytëzohet për të përhapur praktika të qëndrueshme dhe për të ndërtuar rrjete bashkëpunimi mes aktorëve të ndryshëm të industrisë.

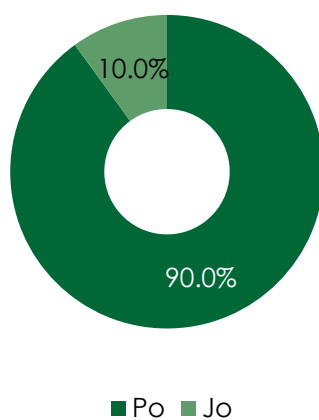


Figura 99. A do të ishit të interesuar të merrnit informacione për panairë dhe konferenca që lidhen me veprimtarinë tuaj?

Kur bëhet fjalë për trajnimin e stafit në riciklim të tekstilit, 62 përqind e kompanive shprehin interes për t'u angazhuar, ndërsa 14 përqind nuk janë të interesuara dhe 24 përqind nuk janë të sigurta. Kjo sugjeron se, ndonëse ka një bazë pozitive për përfshirjen në trajnime, nevojiten më shumë

informim dhe motivim për t'i bindur edhe ata që janë të pavendosur apo hezitues për përfitimet e këtyre trajnimeve.

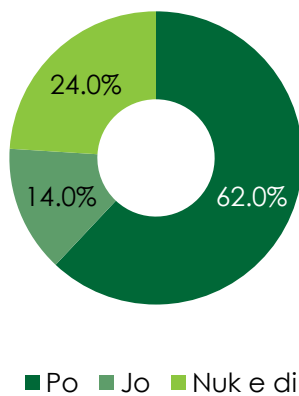


Figura 100. A do të ishit të interesuar që të angazhoni stafin tuaj në trajnime për riciklim të tekstilit?

9. REZULTATET NGA INTERVISTAT ME POLITIKBËRËS

Për të kuptuar më mirë sfidat, boshllëqet dhe mundësitë në menaxhimin e mbeturinave të tekstit dhe zbatimin e ekonomisë qarkore në Kosovë, janë realizuar pesë (5) intervista me përfaqësues nga institucione shtetërore dhe organizata ndërkombëtare që luajnë rol kyç në këtë fushë. Intervistat janë zhvilluar me: Ministrinë e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturë, Kompaninë për Menaxhimin e Deponive të Kosovës (KMDK), Komunën e Prishtinës, Agjencinë për Mbrojtjen e Mjedisit të Kosovës (AMMK), dhe GIZ-in. Në vazhdim paraqiten gjetjet kryesore nga secila intervistë si dhe një përmbledhje e përgjithshme krahasuese.

9.1 MINISTRIA E MJEDISIT – DEPARTAMENTI PËR MENAXHIM TË MBETURINAVE

Intervista me përfaqësuesin e Departamentit për Menaxhim të Mbeturinave në kuadër të Ministrisë së Mjedisit ka ndihmuar në kuptimin më të thellë të situatës aktuale ligjore dhe institucionale që lidhet me menaxhimin e mbeturinave të tekstit në Kosovë. Aktualisht, nuk ekziston një ligj specifik që rregullon në mënyrë të drejtpërdrejtë menaxhimin e mbeturinave të tekstit. Korniza ligjore në fuqi përbëhet nga Ligji Nr. 04/L-060 për Mbeturinën dhe disa akte nënligjore përkatëse, të cilat nuk trajtojnë tekstin si kategori të veçantë. Edhe pse përmendet që direktivat dhe rregulloret e Bashkimit Evropian shërbejnë si referencë, ato nuk janë ende të integruara në mënyrë të strukturuar në legjislacionin përkatës.

Procesi për ndryshimin apo përditësimin e kornizës ligjore ndjek një procedurë institucionale ku iniciimi zakonisht bëhet nga departamenti përgjegjës. Ky proces mund të përfshijë edhe nivelet më të larta si Ministria, Qeveria apo Kuvendi i Kosovës, varësisht nga natyra e ndryshimit. Për rastet që kërkojnë harmonizim me standardet e Bashkimit Evropian, merren parasysh praktikat e vendeve anëtare, por aktualisht nuk ka një mekanizëm të mirëpërcaktuar për këtë harmonizim. Sfidat kryesore të identifikuara në zbatimin e rregulloreve ekzistuese janë të shumta dhe përfshijnë:

- Mungesa e stafit dhe kapaciteteve teknike në departamenteve përkatëse, e cila ndikon në cilësinë e hartimit dhe zbatimit të politikave.
- Mungesa e një baze të qartë ligjore për menaxhimin e mbeturinave të tekstit.
- Kontrolli i dobët doganor për mallërat e importuara të tekstit, sidomos rrobat e dorës së dytë.
- Ndërgjegjësim i ulët i qytetarëve dhe bizneseve për përgjegjësitë që lidhen me mbeturinat e tekstit.

Ministria ka nisur hartimin e një Ligji të ri për Mbeturinën, në të cilin po shqyrtohet mundësia e përfshirjes së tekstit si kategori specifike. Po ashtu, është duke u konsideruar hartimi i një ligji të veçantë për mbeturinat e tekstit, i cili do të përafrohej me qasjen e ekonomisë qarkore. Megjithatë, ekonomia qarkore në Kosovë është ende në faza të hershme. Deri tani, janë ndërmarrë disa projekte pilot në bashkëpunim me ndërmarrje private, dhe është publikuar një udhëzues orientues për këtë koncept, por mungon një plan gjithëpërfshirës dhe i integruar për menaxhimin e mbeturinave të tekstit.

Sa i përket strategjive për zvogëlimin e mbeturinave të tekstit, aktualisht nuk ekziston një strategji e dedikuar në nivel qeveritar. Janë raportuar disa raste sporadike të interesimit nga kompani të industrisë së tekstit për të bashkëpunuar me institucionet, por këto kanë qenë të izoluara dhe pa një qasje të qëndrueshme institucionale.

Përfaqësuesi institucional përmendi disa praktika të Bashkimit Evropian që konsiderohen të rëndësishme për t'u zbatuar në Kosovë, por që ende mungojnë në realitetin aktual:

- Krijimi i qendrave të posaçme për grumbullimin e mbeturinave të tekstit ku qytetarët mund t'i dorëzojnë rrobat e përdorura.
- Vendosja e sistemit të përgjegjësive së zgjeruar të prodhuesit (EPR), për të angazhuar prodhuesit/importuesit në mbështetjen financiare të menaxhimit të mbeturinave.
- Zhvillimi i një sistemi të kontrolluar për asgjësimin e tekstit të papërdorshëm, që aktualisht përfundon në deponi të zakonshme.

Në aspektin e bashkëpunimit me sektorin privat, ekzistojnë disa kompani të licencuara që merren me menaxhimin e mbeturinave të tekstit. Megjithatë, ky bashkëpunim nuk është i strukturuar në nivel kombëtar dhe zakonisht ndodh në bazë të marrëveshjeve individuale midis institucioneve dhe operatorëve privatë të autorizuar. Në rastet kur ndalohen mallra të dyshimta apo të falsifikuara nga doganat, procedurat për asgjësimin e tyre varen nga mundësia e bashkëpunimit me këto kompani.

9.2 KOMUNA E PRISHTINËS – DREJTORIA E SHËRBIMEVE PUBLIKE, MBROJTJES DHE SHPËTIMIT

Intervista me përfaqësues të Komunës së Prishtinës ka nxjerrë në pah një mungesë të politikave të dedikuara për menaxhimin e mbeturinave të tekstit në nivel lokal. Sipas përfaqësuesve të DSHPMSH, deri më sot nuk është zhvilluar ndonjë politikë e veçantë apo dokument strategjik që trajton mbeturinat e tekstit si një kategori më vete. Kjo tregon se kjo çështje nuk është ende e institucionalizuar në nivel komunal, dhe për momentin nuk trajtohet me prioritet.

Komuna ka pasur përvoja me projekte të mëhershme që synonin riciklimin e mbeturinave të tekstit, por sipas deklarimeve, ato nuk kanë funksionuar dhe nuk kanë pasur vazhdimësi. Aktualisht, nuk ekziston ndonjë projekt aktiv apo program konkret që synon riciklimin e tekstit apo përmirësimin e trajtimit të këtij lloji të mbeturinave.

Gjithashtu, Komuna e Prishtinës deri më tani nuk ofron ndihmë specifike apo mbështetje për bizneset që janë të interesuara të merren me riciklim, qoftë përmes subvencioneve, partneriteteve, apo formave të tjera të bashkëpunimit. Kjo përforcon mungesën e një qasjeje të strukturuar për të përfshirë sektorin privat në menaxhimin e qëndrueshëm të mbeturinave të tekstit. Në lidhje me zbatimin e ekonomisë qarkore, përfaqësuesit e komunës konfirmuan se termi është prezantuar në dokumente dhe diskutime, por në praktikë aplikimi i saj vetëm sa ka filluar. Një nga përpjekjet konkrete është përmendur një projekt për kompostimin, që ndonëse nuk lidhet direkt me tekstit, tregon një përpjekje drejt qasjeve më të qëndrueshme për menaxhimin e mbeturinave në përgjithësi.

Komuna ka shfaqur gatishmëri për përfshirje dhe konsultim me komunitetin dhe sektorin privat gjatë hartimit të dokumenteve të rregullores dhe planit për menaxhimin e mbeturinave. Sipas përfaqësuesve, janë organizuar konsultime publike dhe janë marrë mendimet nga bizneset për të dhënë kontributin e tyre në proces. Kjo formë e bashkëpunimit është ende në zhvillim dhe ka nevojë për thellim të mëtejshëm, veçanërisht në raport me menaxhimin e mbeturinave të tekstilit.

Ndryshe nga riciklimi, ku mungojnë veprime konkrete, Komuna është më e përqendruar te ripërdorimi i tekstilit, si një mënyrë alternative për të zbutur ndikimin mjedisor. Kjo tregon një fokus më të madh në shmangien e gjenerimit të mbeturinës përmes zgjatjes së ciklit të jetës së produktit, megjithëse edhe kjo praktikë është ende në nivele fillestare.

9.3 AGJENCIA PËR MBROJTJEN E MJEDISIT TË KOSOVËS (AMMK)

Intervista është zhvilluar me përfaqësues të Agjencisë për Mbrojtjen e Mjedisit të Kosovës (AMMK), me fokus në vlerësimin e progresit institucional në zbatimin e ekonomisë qarkore dhe menaxhimit të mbeturinave në Kosovë, përfshirë edhe fraksionin e tekstilit.

Ekonomia qarkore në Kosovë është një proces në zhvillim e sipër dhe ka nisur të marrë formë konkrete që nga viti 2021, me miratimin e Strategjisë së parë të integruar për menaxhimin e mbeturinave (2021–2030). Në këtë dokument janë përcaktuar katër objektiva kryesorë, ku një ndër ta është edhe zhvillimi i ekonomisë qarkore, e cila përfshin nëntë nën-objektiva të detajuar. Strategjia është në përputhje me përpjekjet e Bashkimit Evropian, ku ekonomia qarkore ka filluar të funksionojë zyrtarisht që nga viti 2015.

Në vitin 2023, është hartuar dhe aprovuar "*Udhërrëfytyesi për Ekonominë Qarkore*", i cili përfshin gjashtë sektorë strategjikë të zhvillimit. Po në të njëjtin vit, Ministria e Mjedisit ka miratuar edhe një udhëzim administrativ për mbeturinat e paketimit, i cili synon reduktimin e përdorimit të qeseve plastike dhe vendosjen e një sistemi kthimi të depozitave për shishe plastike, kanaqe dhe qelq. Megjithëse procesi ka hasur në vonesa për shkak të sfidave administrative, është tashmë në fazën finale, me një propozim të dorëzuar nga një OJQ për zbatimin e sistemit. Pritet që ky sistem të pilotohet në 18 muajt e ardhshëm, duke përfshirë makina riciklimi në qendrat tregtare dhe shpërblime për qytetarët që kthejnë shishe.

Përveç kësaj, në vitin 2024 është miratuar Strategjia e re për Menaxhimin e Mbeturinave (2024–2035), e cila zgjeron dukshëm përmbajtjen e dokumentit paraprak dhe përfshin objektiva ambiciozë për riciklim dhe reduktim të mbeturinave. Strategjia parasheh:

- Investim prej 40 milionë eurosh për infrastrukturën e riciklimit,
- Investim prej 400 milionë eurosh për sistemin e menaxhimit të mbeturinave,
- Arritjen e një norme riciklimi prej 50 përqind deri në vitin 2045, dhe
- Reduktimin e mbeturinave që përfundojnë në deponi në vetëm 10 përqind.

Në lidhje me tekstilin, sektori është ende në fazat e para të zhvillimit. Nuk ka ende një sistem funksional të riciklimit të tekstilit në nivel kombëtar. Megjithatë, një iniciativë premtuese është projekti "Serec", që ka hapur zyra në Prishtinë dhe Pejë, dhe ka vendosur kabina për grumbullimin e rrobave të përdorura, të cilat pastrohen, ridizajnohen dhe më pas ripërdoren. Edhe pse ky është

një hap pozitiv, sfidë kryesore mbetet ndërgjegjësimi i qytetarëve, të cilët shpesh përziejnë rrobat me mbeturina të tjera në këto kabina, duke e bërë procesin joefektiv.

Riciklimi në përgjithësi në Kosovë është i dominuar nga kompanitë private, të cilat funksionojnë në mënyrë të pavarur dhe shpesh eksportojnë mbeturinat e riciklueshme jashtë vendit. Nuk ekziston ende një sistem i konsoliduar i mbështetjes institucionale për këto kompani. Ndërkohë, projekti EU4Green, një iniciativë rajonale e mbështetur nga BE dhe Zyra e Kryeministrit, synon të ofrojë ndihmë financiare dhe logjistike për sektorin e riciklimit. Një nga sfidat më të mëdha është mungesa e ndarjes së mbeturinave në burim, që bën që shumë mbeturina potencialisht të riciklueshme të përfundojnë në të njëjtat deponi. Mungesa e shtrirjes së plotë të mbulimit komunal për shërbimet e mbeturinave gjithashtu ndikon negativisht. Rritja e numrit të deponive ilegale (nga 2,500 në mbi 7,000) tregon për problemin serioz në implementimin e sistemit ekzistues.

Në këtë kuadër, bashkëpunimi ndërmjet AMMK-së dhe komunave është thelbësor. AMMK është në komunikim të vazhdueshëm me komunat përmes takimeve dhe raporteve, duke mbështetur shpërndarjen e pajisjeve, shportave dhe makinerive sipas nevojave. Ky bashkëpunim është pjesë e përpjekjeve për të forcuar implementimin e ekonomisë qarkore në nivel lokal.

9.4 GIZ (DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT)

Intervista me përfaqësues të GIZ ofroi një pasqyrë të qartë mbi rolin e organizatës në mbështetjen e sektorit të menaxhimit të mbeturinave në Kosovë, si dhe mbi perspektivat për zhvillimin e mëtejshëm të ekonomisë qarkore. Që nga viti 2017, GIZ ka implementuar projektin “Shërbime të qëndrueshme komunale”, të bashkëfinancuar nga Ministria Federale Gjermane për Bashkëpunim dhe Zhvillim Ekonomik dhe Bashkimi Evropian. Ky projekt ka pasur për qëllim përmirësimin e shërbimeve bazike të menaxhimit të mbeturinave, me fokus në shtrirjen e shërbimit në nivel kombëtar, eliminimin e deponive ilegale dhe përmirësimin e sistemit të tarifimit dhe arkëtimit. Pavarësisht se fokusi kryesor ka qenë mbi mbeturinat komunale të përziera, janë zhvilluar edhe projekte pilot për mbeturinat e ndërtimit dhe rrënimin.

Ndërkohë, nga viti 2024, GIZ ka filluar projektin e ri “Zhvillimi Qarkor Urban – Kosovo4Green”, i cili mbështet zbatimin e ekonomisë qarkore dhe zhvillimin e mëtejshëm të menaxhimit të integruar të mbeturinave. Edhe pse deri më tani nuk ka pasur aktivitete konkrete për mbeturinat e tekstilit, projekti i ri synon të adresojë edhe këtë fraksion në kuadër të objektivave të përgjithshme të qarkullimit të materialeve dhe reduktimit të mbeturinave.

Në lidhje me mbeturinat e tekstilit, GIZ theksoi se aktualisht nuk ekziston një sistem funksional për riciklimin efektiv të këtij fraksioni në Kosovë. Megjithatë, sipas Strategjisë së rishikuar për Menaxhimin e Integruar të Mbeturinave, e cila u miratua në dhjetor të vitit 2024 me mbështetjen e GIZ, janë vendosur baza për zhvillimin e sistemeve që inkurajojnë ripërdorimin dhe riciklimin e tekstilit. Strategjia parashikon përcaktimin e objektivave të reja për grumbullim të ndarë dhe përgatitje për riciklim, përfshirë fraksionin tekstil.

GIZ gjithashtu ka luajtur një rol kyç në mbështetjen e Ministrisë së Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës (MMPHI) për zhvillimin e bazës ligjore dhe institucionale për ekonominë qarkore. Ky bashkëpunim ka filluar vite më parë dhe ka marrë një hov të ri gjatë periudhës 2023–2024, me

fokus në rishikimin e Strategjisë Kombëtare dhe përafrimin e saj me objektivat e qarkullimit të burimeve. Në këtë kuadër, GIZ ka promovuar edhe bashkëpunimin ndërkomunal në nivel lokal, duke mbështetur hartimin e planeve të përbashkëta për menaxhimin e mbeturinave, në përputhje me prioritetet strategjike kombëtare.

Në aspektin praktik të ekonomisë qarkore, GIZ aktualisht mbështet themelimin dhe zbatimin e dy mekanizmave kyç:

- **Përgjegjësia e Zgjeruar e Prodhuesit (PZP)** – për fraksione si mbeturinat e automjeteve, pajisjet elektrike dhe bateritë, që në të ardhmen mund të shtrihet edhe te tekstili.
- **Sistemi për Rimbursimin e Depozitave (SRD)** – që përfshin kthimin e shisheve të plastikës, qelqit dhe aluminit për rimbursim, me qëllim rritjen e riciklimit dhe reduktimin e mbeturinave në ambient.

Në të njëjtën kohë, GIZ është duke mbështetur hartimin e Ligjit të Ri për Mbeturina, i cili do të shërbejë si bazë ligjore për avancimin e ekonomisë qarkore dhe për integrimin e mekanizmave të qëndrueshëm në të gjithë sektorin e menaxhimit të mbeturinave – përfshirë potencialisht edhe tekstillin.

9.5 KOMPANIA PËR MENAXHIMIN E DEPONIVE NË KOSOVË (KMDK)

Intervista me përfaqësues të Kompanisë për Menaxhimin e Deponive në Kosovë (KMDK) ndihmoi në kuptimin e praktikave aktuale për trajtimin e mbeturinave të tekstitit dhe për të identifikuar sfidat që lidhen me përfshirjen e tyre në sistemin e menaxhimit të mbeturinave. Një nga vërejtjet kryesore është se mbeturinat e tekstitit përfaqësojnë vetëm një fraksion të vogël të përbërjes së mbeturinave që arrijnë në deponi. Edhe pse një studim mbi përbërjen e mbeturinave është realizuar më parë nga GIZ, ai fokusohet më tepër në mbeturinat ndërtimore, ndërsa të dhënat për tekstillin janë të kufizuara.

Përfaqësuesit theksuan se, sipas rregullativave aktuale ligjore, mbeturinat e tekstitit nuk lejohen të deponohen si pjesë e përzier me mbeturina të tjera, pasi kërkohet ndarja e tyre sipas katalogut të kategorizimeve. Megjithatë, kjo nuk zbatohet në praktikë për shkak të mungesës së infrastrukturës për ndarjen në burim dhe mungesës së hapësirave të veçanta për trajtimin e këtij fraksioni.

KMDK konfirmoi se aktualisht nuk ka ndonjë metodë specifike për ndarjen e mbeturinave të tekstitit në procesin e përpunimit apo grumbullimit. Po ashtu, nuk ekziston një sistem funksional ose ndonjë bashkëpunim aktiv me kompani apo organizata që merren me riciklimin ose ripërdorimin e tekstitit. Ky boshllëk u përmend si një fushë me potencial të madh për zhvillim në të ardhmen.

Përsa i përket sfidave, përfaqësuesit përmendën disa prej tyre që ndikojnë në pamundësinë për të menaxhuar tekstillin në mënyrë të qëndrueshme:

- Mungesa e ndarjes së tekstitit në pikën e burimit (pra, në fazën e grumbullimit).
- Mungesa e infrastrukturës së veçantë për deponimin ose trajtimin e këtij lloji të mbeturinave.
- Moszbatimi në praktikë i ndalimit për deponimin e tekstitit si fraksion i përzier.

Aktualisht nuk ka stimuj qeveritarë që do të mbështesin ose nxisin përmirësimin e menaxhimit të tekstilit në nivel të deponive. Përfaqësuesi theksoi se përveç mungesës së statistikave dhe planifikimit të strukturuar, nuk ekziston as ndonjë strategji konkrete e orientuar posaçërisht drejt këtij fraksioni. Megjithatë, u përmend se në dokumentet strategjike ekzistuese, sidomos në plane që lidhen me menaxhimin e mbeturinave të vëllimshme si gomat, vajrat, mbeturinat ndërtimore dhe medicinale, ekziston hapësira për të përfshirë edhe tekstilin në të ardhmen.

Sipas përfaqësuesve të KMDK-së, një nga drejtimet që mund të eksplorohej është vendosja e pagesave të posaçme për prodhuesit, në mënyrë që ata të kontribuojnë financiarisht në trajtimin e mbeturinave të gjeneruara nga produktet e tyre, duke ndjekur parimin e përgjegjësisë së zgjeruar të prodhuesit. Kjo do të krijonte një mekanizëm të qëndrueshëm për financimin e sistemeve të posaçme për tekstilin, por do të kërkonte mbështetje ligjore dhe institucionale.

Përfundimisht, përfaqësuesit e KMDK-së e vlerësuan mbeturinën e tekstilit si një fraksion me kompleksitet të lartë në trajtim, për shkak të përbërjes dhe kohëzgjatjes së dekompozimit të saj, që në disa raste mund të jetë edhe më e gjatë se ajo e plastikës. U shpreh nevoja për të shqyrtuar mundësi të reja për ndërtimin e infrastrukturës për trajtim dhe riciklim, si dhe për të avancuar qasjen strategjike ndaj këtij problemi.

9.6 PËRMBLEDHJE E INTERVISTAVE

Të gjitha intervistat tregojnë se menaxhimi i mbeturinave të tekstilit në Kosovë është ende në faza fillestare dhe nuk trajtohet si kategori e veçantë në kornizën ligjore ekzistuese. Ministria e Mjedisit konfirmon mungesën e një ligji specifik, ndërsa KMDK dhe Komuna e Prishtinës nuk kanë sisteme të organizuara për ndarjen apo riciklimin e tekstilit.

Ekonomia qarkore, ndonëse e përfshirë në strategjitë kombëtare dhe dokumentet udhëzuese, zbatohet shumë pak në praktikë. GIZ dhe AMMK kanë mbështetur hartimin e dokumenteve strategjike dhe ligjore, si "*Udhërrëfyesi për Ekonominë Qarkore*" dhe Strategjia e re 2024–2035, e cila parashikon përfshirjen e tekstilit dhe objektiva ambiciozë për riciklim.

Riciklimi i tekstilit mbetet i pazhvilluar, me përjashtim të disa iniciativave si "Serec", që megjithatë përballen me sfida në ndërgjegjësimin e qytetarëve. Pra, mungon një sistem shtetëror i mbështetjes për riciklim.

Sfidat kryesore përfshijnë:

- Mungesën e bazës ligjore për tekstilin,
- Kapacitetet e kufizuara institucionale,
- Mungesën e ndarjes në burim dhe ndërgjegjësimin të qytetarëve,
- Mungesa e bashkëpunimeve strukturore me sektorin privat.

Mundësitë për përmirësim përfshijnë zbatimin e Ligjit të ri për mbeturinat, investimet për riciklim përmes projekteve si EU4Green dhe GIZ, si dhe zgjerimin e bashkëpunimeve ndërkomunale dhe me sektorin privat për zhvillimin e sistemeve të qëndrueshme për menaxhimin e tekstilit.

10. KONKLUZION

Industria e tekstilit në Kosovë përbën një komponent të rëndësishëm të ekonomisë vendore për shkak të kapaciteteve të punësimit dhe potencialit për zhvillim. Megjithatë, rezultatet e këtij studimi theksojnë qartë sfidat e mëdha në aspektin e menaxhimit të mbeturinave, ndikimit mjedisor dhe aplikimit të parimeve të ekonomisë qarkore.

Bazuar në të dhënat e mbledhura nga anketat me qytetarë, intervistat me përfaqësues të bizneseve dhe bisedat me politikëbërësit relevantë, janë nxjerrë disa përfundime të rëndësishme që tregojnë sfidat dhe potencialin për zhvillimin e qëndrueshëm të industrisë së tekstilit në Kosovë.

Bazuar në të dhënat e mbledhura përmes anketave me qytetarë dhe biznese, vlerësohet se **në Kosovë gjenerohen afërsisht 18,965 ton mbeturina tekstili në vit**. Ky është një përlogaritje e përafërt, për shkak të mungesës së statistikave zyrtare për këtë kategori, por ndihmon të kuptohet përmasa e problemit. Krahas kësaj, në vitin 2024, Kosova ka importuar mbi 24.5 milionë kg tekstil dhe ka eksportuar vetëm 1.2 milionë kg, duke krijuar një tepriçë prej **mbi 23 milionë kg tekstil që mbeten në vend**. Këto të dhëna nënvizojnë nevojën urgjente për politika të strukturuar dhe sisteme efektive për menaxhimin e mbetjeve tekstile.

Së i përket rezultateteve të anketës me qytetarë, ato tregojnë një nivel të ulët të vetëdijes dhe praktikave për ripërdorim dhe riciklim të tekstilit. Shumica e konsumatorëve i blejnë produktet e tekstilit si të reja, dhe hedhja e veshjeve dhe tekstilit shtëpiak si mbeturina është praktikë e zakonshme. Vetëm një numër i vogël i qytetarëve i ripërdorin apo i riciklojnë këto produkte. Arsyet kryesore për këtë përfshijnë mungesën e informacionit, mosbesimin në cilësinë e produkteve të ripërdorura dhe mungesën e infrastrukturës për riciklim. Megjithatë, pjesa më e madhe e qytetarëve kanë shprehur gatishmëri për të ndryshuar sjelljet e tyre, nëse ofrohet më shumë informacion dhe qasje në shërbime për ripërdorim dhe riciklim.

Nga ana tjetër sektori i tekstilit në Kosovë ka një rëndësi të konsiderueshme për ekonominë, pasi që përfaqëson një pjesë të rëndësishme të aktivitetit industrial në vend, duke gjeneruar qarkullim të lartë financiar dhe duke pasur potencial për rritje të eksporteve në tregjet rajonale dhe evropiane. Megjithatë, industria përballet me një sërë sfidash që pengojnë zhvillimin e saj të qëndrueshëm dhe integrimin në ekonomi qarkore. Rezultatet nga intervistat me biznese tregojnë mungesë të theksuar të praktikave për menaxhimin efikas të mbeturinave të tekstilit, me shumicën e kompanive që mbështeten në deponitë komunale si zgjidhje e vetme. Vetëm një përqindje e vogël e tyre janë të përfshira në iniciativa për riciklim apo ripërdorim, dhe shumica nuk e matin fare sasinë e mbeturinave që gjenerojnë. Kjo tregon mungesë të sistemit të brendshëm për menaxhim të mbeturinave dhe mungesë të lidhjes me zinxhirin e riciklimit.

Bizneset në përgjithësi kanë këto dobësi në menaxhimin e mbeturinave:

- Mungesa e sistemit të brendshëm për ripërdorim ose ndarje të materialeve në burim.
- Varësia e lartë nga deponitë komunale dhe mungesa e bashkëpunimit me kompani të riciklimit.

- Mungesa e vetëdijes për ndikimin mjedisor të mbeturinave të tekstilit.
- Përdorimi i lartë i materialeve jo-biodegraduese si poliesteri dhe elastani.
- Pothuajse asnjë kompani nuk mat sasinë e mbeturinave që gjeneron gjatë vitit.

Nevojat për ngritjen e kapaciteteve të tyre përfshijnë:

- Informim dhe ndërgjegjësim për përfitimet e ekonomisë qarkore dhe ndikimin mjedisor të sektorit.
- Trajnime të specializuara për menaxhimin e mbeturinave.
- Mbështetje financiare dhe teknike për implementimin e teknologjive të riciklimit.
- Politika dhe udhëzime të dedikuara për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit dhe aplikimin e PZP-së (Përgjegjësisë së Zgjeruar të Prodhuesit).
- Krijimi i rrjeteve të bashkëpunimit mes sektorit privat dhe ofruesve të shërbimeve të riciklimit.

Për më tepër, nga intervistat me politikëbërësit, u vërejt se nuk ekziston ende një politikë e qartë dhe gjithëpërfshirëse për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit apo për nxitjen e aplikimit të parimeve të ekonomisë qarkore në këtë sektor. Megjithëse ka gatishmëri për bashkëpunim dhe përkrahje, por mungesa e burimeve dhe prioritetet e tjera në agjendat institucionale po e shtyjnë këtë çështje në plan të dytë. Gjithashtu, mungojnë mbështetjet financiare, subvencionet ose skemat e granteve që do të inkurajonin kompanitë të investojnë në teknologji të riciklimit apo të dizajnit të qëndrueshëm.

Përgjithësisht, industria e tekstilit në Kosovë ka një potencial të konsiderueshëm për zhvillim në drejtim të qëndrueshmërisë, por aktualisht ekzistojnë boshllëqe serioze në menaxhimin e mbeturinave, në zinxhirin e riciklimit dhe në vetëdijen kolektive për ndikimin mjedisor. Ky boshllëk mund të tejkalohet vetëm përmes një qasjeje të integruar që përfshin trajnime për biznese, ndërhyrje politike dhe rregullatore, zhvillimin e infrastrukturës për riciklim dhe sensibilizimin e publikut për rëndësinë e ekonomisë qarkore.

11. REKOMANDIM

Në vazhdim janë dhënë rekomandimet për secilin nga akterët e përfshirë, duke filluar nga bizneset e tekstilit e deri tek donatorët ndërkombëtarë.

Për institucionet publike:

- Të hartojnë një politikë kombëtare dhe lokale për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit, e harmonizuar me direktivat e BE-së, duke përfshirë tekstilin në skemën e Përgjegjësisë së Zgjeruar të Prodhuesit - PZP.
- Të integrojnë mbështetjen në programet e subvencioneve dhe granteve për ndërmarrjet prodhuese që aplikojnë parimet e ekonomisë qarkore,
- Të krijoj skema të përkrahjes së drejtëpërdrejtë financiare për iniciativat që aplikojnë parimet e ekonomisë qarkore dhe riciklimin në sektorin e tekstilit.
- Të vendosin kërkesa ligjore për raportimin vjetor të gjenerimit të mbeturinave nga bizneset e mëdha të tekstilit.
- Të promovojnë ndarjen në burim të mbeturinave përmes pikave të dedikuara për tekstilin sipas direktivës të Bashkimit Europian për grumbullim të mbeturinave të tekstilit.
- Të forcojnë monitorimin e importit të tekstilit, me fokus në materialet jo-biodegraduese dhe ndikimin e tyre mjedisor.

Për institucionet edukative arsimore:

- Të fillojnë të ligjerojnë ekonominë qarkore në institucionet para-universitare dhe universitete.
- Të krijojnë skema të nxitjes së kreativitetit dhe inovacionit për gjetjen e mënyrave të avancuara të menaxhimit të mbeturinave në sektorin e tekstilit.

Për bizneset e tekstilit:

- Të fillojnë me matjen e sasisë së mbeturinave të gjeneruara dhe të gjejnë mënyra inovative për ripërdorim dhe riciklim të materialeve të mbetura.
- Të vendosin mekanizma të brendshëm për ndarjen e mbeturinave sipas llojit dhe t'i lidhin me operatorët e riciklimit.
- Të investojnë në trajnime për dizajn të qëndrueshëm dhe menaxhim të mbeturinave.
- Të kërkojnë mundësi për bashkëpunim me shkolla teknike dhe OJQ për projekte pilot të riciklimit.

Për organizatat e shoqërisë civile dhe joqeveritare:

- Të zhvillojnë fushata vetëdijesimi dhe informimi për publikun dhe bizneset mbi ndikimin e tekstilit dhe mundësitë për riciklim.
- Të organizojnë panairë shkëmbimi dhe nisma për veshmbathje të dorës së dytë.
- Të ndër marrin hulumtime të vazhdueshme dhe të publikojnë informata praktike për aplikimin e praktikave të ekonomisë qarkore.

Për donatorët:

- Të mbështesin me grante ose kredi me kushte të lehtësuara për kompani që investojnë në riciklim, upcycling apo prodhim të qëndrueshëm.
- Të financojnë programe për zhvillim të zinxhirit të riciklimit dhe ndërtim të infrastrukturës për ndarjen e mbeturinave.

Për investitorët:

- Të investojnë në teknologji për riciklim dhe përpunim të tekstilit, duke adresuar mungesën aktuale të infrastrukturës për menaxhimin e mbeturinave në këtë sektor.
- Të mbështesin zhvillimin e ndërmarrjeve të reja që fokusohen në dizajn të qëndrueshëm, riparim dhe upcycling të produkteve të tekstilit.
- Të krijojnë partneritete me biznese vendore për ngritjen e qendrave të dedikuara për ndarjen, grumbullimin dhe përpunimin e tekstilit.
- Të shfrytëzojnë skemat ekzistuese të bashkëfinancimit nga BE dhe donatorët ndërkombëtarë për të ulur rrezikun dhe për të siguruar mbështetje teknike dhe financiare.
- Të mbështesin certifikimin dhe standardizimin e produkteve të ricikluara për të mundësuar akses më të lehtë në tregjet ndërkombëtare dhe rajonale.

Kombinimi i këtyre veprimeve të koordinuara nga të gjithë akterët do të mundësonte ndërtimin e një sektori të tekstilit që jo vetëm është konkurrues ekonomikisht, por edhe do të kontribonte ndjeshëm në uljen e sasisë së mbeturinave, rritjen e aplikimit të praktikave të ekonomisë qarkore, mbrojtjen e mjedisit dhe përmirësimin e mirëqenies sociale në Kosovë.

REFERENCAT

- AMMK. (2023). *Annual Report on the State of the Environment*.
- Dogana e Kosovës. (2024). *Bilanci Tregtar*. Retrieved from <https://dogana.rks-gov.net/OpenData/Index?id=4>
- Ellen MacArthur Foundation. (2013). *Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition*.
- Ellen Macarthur Foundation. (2015). *TOWARDS A CIRCULAR ECONOMY: BUSINESS RATIONALE FOR AN BUSINESS RATIONALE*.
- EU4Green. (2023). *EU4Green Kosovo*. Retrieved from <https://eu4green.eu/economy/kosovo/>
- European Commision. (2020). *Circular economy action plan*.
- European Commision. (2021). *Proposal for a new regulation on waste shipments*.
- European Commision. (2022). *EU strategy for sustainable and circular textiles*.
- European Commision. (2023). *Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL amending Directive 2008/98/EC on waste*.
- European Commission. (2023, Korrik 5). *Circular economy for textiles: taking responsibility to reduce, reuse and recycle textile waste and boosting markets for used textiles*. Retrieved from Press corner: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_3635
- European Commission. (2023). *Waste Framework Directive*. Retrieved from Environment: https://environment.ec.europa.eu/topics/waste-and-recycling/waste-framework-directive_en
- European Environment Agency. (2024). *Textile waste management in Europe's circular economy. European Topic Centre on Circular economy and resource use*.
- GIZ. (2024). *Developing sustainable municipal waste services*. Retrieved from <https://www.giz.de/en/worldwide/128945.html>
- Hana Gashi, R. G. (2019). *Strategic Management as Key Influencer on the Development of Textile Industry in the Country of Kosovo. European Journal of Marketing and Economic*.
- Inter IKEA newsroom. (2019). *Study sheds new light on opportunities for recycled textiles*. Retrieved from Newsroom: <https://www.ikea.com/global/en/newsroom/sustainability/study-by-ikea-and-hm-group-sheds-new-light-on-the-opportunities-for-recycled-textiles-191017/>
- Julian Kirchherr, D. R. (2017). *Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. Resources, Conservation and Recycling*, 221-232.

- Kuvendi i Republikës së Kosovës. (2012, Qershor 29). *LIGJI NR. 04/L-060 PËR MBETURINA - SHTOJCA*. Retrieved from <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=2829>
- Martin Geissdoerfer, P. S. (2017). The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 757-768.
- Ministria e Financave, Punës dhe Transfereve. (2024). Retrieved from Ministria e Financave, Punës dhe Transfereve: <https://dogana.rks-gov.net/OpenData/Index?id=4>
- Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë. (2023). *Strategy for Industrial Development and Business Support 2030*. Prishtine.
- Ministria e Mjedisit e Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës. (2025). *STRATEGJIA (2024-2035) PËR MENAXHIMIN E INTEGRUAR TË MBETURINAVE NË KOSOVË DHE PLANI I VEPRIMIT (2024-2026)*. Retrieved from <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=100754>
- Ministria e Tregtisë dhe Industrisë. (2014). *Profili i sektorit të industrisë së tekstilit*.
- MUD Jeans. (2013). *Sustainability*. Retrieved from <https://mudjeans.eu/pages/lease-a-jeans>
- Niinimäki, K. P. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 189-200.
- Open Data Kosovo. (2023, Qershor). <https://biznesetehapura.com/companies>. Retrieved from Open Data nga ARBK: <https://biznesetehapura.com/info>
- Qeveria e Republikës së Kosovës. (2021). *STRATEGJIA (2021-2030) DHE PLANI I VEPRIMIT (2021-2023) PËR MENAXHIMIN E INTEGRUAR TË MBETURINAVE NË KOSOVË*. Retrieved from <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=42930>
- Qeveria e Republikës së Kosovës. (2021). *STRATEGJIA (2021-2030) DHE PLANI I VEPRIMIT (2021-2023) PËR MENAXHIMIN E INTEGRUAR TË MBETURINAVE NË KOSOVË*. Retrieved from <https://gzk.rks-gov.net/ActDocumentDetail.aspx?ActID=42930>
- Qeveria e Republikës së Kosovës. (2023). *UDHËZIM ADMINISTRATIV (QRK) NR. 07/2023 PËR AMBALAZHIN DHE MBETURINAT E AMBALAZHIT*. Retrieved from <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=80807>
- Recover Textile Systems. (2020). *Recycled cotton fiber innovation*. Retrieved from <https://recoverfiber.com/>
- Serec. (2024). *Serec Project*. Retrieved from <https://www.facebook.com/serecproject>
- Stahel, W. R. (2016). The circular economy. *Nature*, 435–438.
- Suay Sew Shop. (2017). *Suay it forward*. Retrieved from <https://suayla.com/pages/suay-it-forward>
- Swiss Confederation. (2024). *Urban Development - Kosovo4Green*. Retrieved from <https://www.eda.admin.ch/countries/kosovo/en/home/international->

cooperation/projects.html/content/dezaprosjeks/SECO/en/2024/UR01386/phase1?oldPagePath=/content/countries/kosovo/en/home/internationale-zusammenarbeit/projekte.html

The Regional Cooperation Council. (2020). *Sofia Declaration on the Green Agenda for the Western Balkans*.

USAID. (2020). Retrieved from USAID: https://2017-2020.usaid.gov/results-data/success-stories/kosovos-apparel-industry-works-together-explore-new-markets?utm_source=chatgpt.com

WeBalkans.eu. (2021). *Making recycling fashionable in Kosovo*. Retrieved from <https://webalkans.eu/en/stories/making-recycling-fashionable-in-kosovo/>

Zyra e Kryeministrit. (2023). *Udhërrëfyty i Kosovës për Ekonominë Qarkore*. Retrieved from <https://konsultimet.rks-gov.net/viewConsult.php?ConsultationID=41749>

Seksioni 1. Furnizimi me produktet e tekstilit

1. Si furnizoheni me produktet e mëposhtme të tekstilit? (Pytje e shumëfishtë)

| | I blej personalisht | Dikush nga familja i blen për mua | I ripërdor nga anëtarët e familjes | Nuk i blej/përdori |
|--|--------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| Veshmbathje | | | | |
| Maica, këmisha, bluza dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Xhaketa, pallto, jakne dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pantollona, xhinse dhe fund/fustan | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Të brendshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sportive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Këpucë, çizme, patike dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Çorape | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aksesorë | | | | |
| Çanta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kapele | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Shall dhe/ose dorëza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tekstil shtëpiak | | | | |
| Mbulesa të shtratit (çarçafët, mbulesa të jastëkëve, jorgan) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mbulesa të tavolinave | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qilima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Perde | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2. Sa shpesh i blen produktet e mëposhtme të tekstilit? (Vendos produktet e zgjedhura tek opsioni I blej personalisht ose Dikush nga familja i blen për mua)

| | Disa herë në muaj | Një herë në muaj | Çdo 2-3 muaj | Çdo 6 muaj | Më rrallë se çdo 6 muaj |
|--|-------------------|------------------|--------------|------------|-------------------------|
|--|-------------------|------------------|--------------|------------|-------------------------|

| Veshmbathje | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Maica, këmisha, bluza dhe të ngjajshme | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Xhaketa, pallto, jakne dhe të ngjajshme | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pantollona, xhinse dhe fund/fustan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Të brendshme | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sportive | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Këpucë, çizme, patike dhe të ngjajshme | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Çorape | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Aksesorë | | | | | |
| Çanta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kapele | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Shall dhe/ose dorëza | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tekstil shtëpiak | | | | | |
| Mbulesa të shtratit (çarçafët, mbulesa të jastëkëve, jorgan) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mbulesa të tavolinave | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Qilima | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Perde | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

3. Ku i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstitit? (Vendos produktet e zgjedhura tek opsioni *I* blej personalisht ose *Dikush nga familja i blen për mua*) (Pytje e shumëfishtë)

| | Brenda Kosovës | Jashtë Kosovës |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Veshmbathje | | |
| Maica, këmisha, bluza dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Xhaketa, pallto, jakne dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pantollona, xhinse dhe fund/fustan | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Të brendshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sportive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Këpucë, çizme, patike dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Çorape | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aksesorë | | |
| Çanta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kapele | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Shall dhe/ose dorëza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tekstil shtëpiak | | |
| Mbulesa të shtratit (çarçafët, mbulesa të jastëkëve, jorgan) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mbulesa të tavolinave | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qilima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Perde | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

4. (Nëse P3=Jashtë Kosovës) Në cilat vende jashtë Kosovës i bën këto blerje?

5. (Nëse P3=Jashtë Kosovës) Pse këto produkte vendosni ti bleni jashtë Kosovës? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
- Në Kosovë nuk i gjej ato produkte që i kërkoj
 - Mendoj që cilësia e produkteve jashtë Kosovës është më e mirë
 - Preferoj marka ndërkombëtare që nuk janë në Kosovë
 - Modelet janë më të reja jashtë vendit
 - Reputacioni i dyqaneve ndërkombëtare është më i mirë
 - Çmimet e produkteve janë të arsyeshme në raport me cilësinë
 - Tjetër (specifikoni) _____
6. Si i blen zakonisht produktet e mëposhtme të tekstilit? (Vendos produktet e zgjedhura tek opsioni I blej personalisht ose Dikush nga familja i blen për mua) (Pytje e shumëfishtë)

| | Në dyqane fizike | Blerje online |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Veshmbathje | | |
| Maica, këmisha, bluza dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Xhaketa, pallto, jakne dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pantollona, xhinse dhe fund/fustan | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Të brendshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sportive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Këpucë, çizme, patike dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Çorape | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| Aksesorë | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Çanta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kapele | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Shall dhe/ose dorëza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tekstil shtëpiak | | |
| Mbulesa të shtratit (çarçafët, mbulesa të jastëkëve, jorgan) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mbulesa të tavolinave | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qilima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Perde | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7. (Nëse P3=Brenda Kosovës dhe P6=Në dyqane fizike) Në çfarë lloj dyqanesh i bën zakonisht këto blerje? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
- Dyqane brenda qendrave tregtare
 - Dyqane të lagjes
 - Dyqane online
 - Dyqane të dorës së dytë (Second hand)
 - Tregje të hapura (pazar)
 - Dyqane ndërkombëtare të njohura (p.sh. Zara, H&M, Mango, etj.)
 - Tjetër (specifikoni) _____
8. (Nëse P6=Blerje online) Në cilat platforma bëni zakonisht blerje online?

9. Çfarë lloji të produkteve të mëposhtme të tekstit i bleni? (Vendos produktet e zgjedhura tek opsioni I blej personalisht ose Dikush nga familja i blen për mua) (Pytje e shumëfishtë)

| | Të reja | Të ripërdorura (second-hand) | Të ricikluara |
|---|--------------------------|------------------------------|--------------------------|
| Veshmbathje | | | |
| Maica, këmisha, bluza dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Xhaketa, pallto, jakne dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pantollona, xhinse dhe fund/fustan | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Të brendshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sportive | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Këpucë, çizme, patike dhe të ngjajshme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Çorape | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aksesorë | | | |
| Çanta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kapele | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Shall dhe/ose dorëza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tekstil shtëpiak | | | |

| | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Mbulesa të shtratit (çarçafët, mbulesa të jastëkëve, jorgan) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mbulesa të tavolinave | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qilima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Perde | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Nëse P9 = Të ripërdorura (second-hand) vazhdo P10, tjerët P11

10. Si I bleni zakonisht produktet e ripërdorura të teksilit (second-hand)?

- a) Në dyqan fizik
- b) Blerje online

Nëse P9 != Të ripërdorura (second-hand) vazhdo P11

11. Cilat janë arsyet që nuk blini produkte të ripërdorura (second-hand) të tekstitit? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)

- a) Nuk besoj se janë cilësore
- b) Nuk janë të përshtatshme për shijet e mia
- c) Mendoj se nuk janë të pastërta/higjienike
- d) Kam vështirësi në gjetjen e produkteve që më përshtaten
- e) Nuk më pëlqen ideja e përdorimit të diçkaje të përdorur nga dikush tjetër.
- f) Tjetër (specifikoni) _____

12. Në një shkallë nga 1 deri në 7, ku 1-aspak i gatshëm dhe 7-shumë i gatshëm, sa jeni të gatshëm të bleni produkte të ripërdorura në të ardhmen?

Nëse P12>4 vazhdo P13, tjerët P14

13. Cilat janë arsyet pse do ta konsideronit blerjen e produkteve të ripërdorura të tekstitit (second-hand) në të ardhmen? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)

- a) Kanë çmim më të ulët krahasuar me produktet e reja
- b) Bëhet reduktimi i mbetjeve dhe ndikimi pozitiv në mjedis
- c) Mund të gjej produkte unike ose me vlerë historike
- d) Mund të blej produkte që nuk gjenden më në treg si të reja
- e) Tjetër (specifikoni) _____

Nëse P1 = I ripërdor nga anëtarët e familjes vazhdo P14, tjerët P15

14. Cilat janë arsyet e ripërdorimit të produkteve të teksilit nga anëtarët e familjes suaj? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)

- a) Për të kursyer para
- b) Për të reduktuar mbetjet dhe për arsye mjedisore
- c) Rrobat janë ende në gjendje të mirë për përdorim
- d) Nuk kam shumë nevojë për të blerë rroba të reja
- e) Është një traditë familjare
- f) Tjetër (specifikoni) _____

Seksioni 2. Veshmbathjet dhe aksesoret

Nëse P1 = **I blej personalisht** ose **Dikush nga familja i blen për mua** në **Veshmbathje** ose **Aksesorë** vazhdo P15, tjerët P17

15. Çfarë lloji të veshmbathjeve dhe aksesorëve preferoni ta blini më shumë? (Pytje e shumëfishtë)
- Të përditshme (Casual)
 - Formale
 - Për festa/evente
 - Sportive
 - Tjetër (specifikoni) _____
16. Cilët janë tre faktorët që ndikojnë më shumë në vendimin tuaj për të zgjedhur veshmbathje apo aksesorë që bleni? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
- Çmimi
 - Trendi
 - Marka
 - Dizajni
 - Cilësia
 - Materiali
 - Vendi i prodhimit
 - Tjetër (specifikoni) _____
17. Sa jeni të informuar për konceptin e Fast Fashion (moda e shpejtë)?
- Shumë i/e informuar
 - Deri diku i/e informuar
 - Pak i/e informuar
 - Aspak i/e informuar (kalo tek P19)
18. Sa mendoni se bleni më shpesh veshmbathje apo aksesorë për shkak të ndikimit të Fast Fashion (moda e shpejtë)?
- Blej shumë më shpesh
 - Blej pak më shpesh
 - Nuk ndikon se sa shpesh blej veshmbathje
 - Blej më rrallë
19. Si i menaxhoni veshmbathjet dhe aksesorët që nuk i përdorni më? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
- I dhuroj tek familjarët e mi
 - I dhuroj për riciklim (specifikoni vendin ku: _____)
 - I dhuroj për familje në nevojë (specifikoni vendin ku: _____)
 - I shes në tregje të dorës së dytë (specifikoni vendin ku dhe nese keni dyqan: _____)
 - I ruaj për ripërdorim në të ardhmen
 - I hedhi si mbeturina (specifikoni vendin ku: _____)
 - Tjetër (specifikoni) _____

Nëse P19=f vazhdo P20, tjerët P21

20. Përafërsisht sa kilogram veshmbathje i hudhni gjatë një viti?

Seksioni 3. Tekstili shtëpiak

Në tekstil shtëpiak hyjnë mbulesa të shtratit (çarçafët, mbulesa të jastëkëve, jorgan), mbulesa të tavolinave, qilima, perde dhe produkte tjera të ngjajshme.

Nëse P1 = **I blej personalisht** ose **Dikush nga familja i blen për mua** në **Tekstil shtëpiak** vazhdo P21, tjerët P24

21. Në cilat raste zakonisht bleni produkte të reja të tekstilit shtëpiak? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
 - a) Gjatë ofertave sezonale
 - b) Kur ka nevojë për zëvendësim
 - c) Gjatë festave apo eventeve speciale
 - d) Kur dua të rinovoj dekorin e shtëpisë
 - e) Tjetër (specifikoni) _____

22. Cilët janë tre faktorët që ndikojnë më shumë në vendimin tuaj për të zgjedhur produktet e tekstilit shtëpiak që bleni? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
 - a) Çmimi
 - b) Trendi
 - c) Marka
 - d) Dizajni
 - e) Cilësia
 - f) Materiali
 - g) Qëndrueshmëria
 - h) Vendi i prodhimit
 - i) Tjetër (specifikoni) _____

23. A keni ndryshuar zakonet tuaja të blerjes së produkteve të tekstilit shtëpiak viteve të fundit?
 - a) Po, blej më shpesh
 - b) Po, blej më rrallë
 - c) Jo, zakonet e mija kanë mbetur të njëjta

24. Si i menaxhoni produktet e tekstilit shtëpiak që nuk i përdorni më? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
 - a) I dhuroj tek familjarët e mi
 - b) I dhuroj për riciklim (specifikoni vendin ku: _____)
 - c) I dhuroj për familje në nevojë (specifikoni vendin ku: _____)
 - d) I shes në tregje të dorës së dytë (specifikoni vendin ku dhe nëse keni dyqan: _____)
 - e) I ruaj për ripërdorim në të ardhmen
 - f) I hedhi si mbeturina (specifikoni vendin ku: _____)
 - g) Tjetër (specifikoni) _____

Seksioni 4. Praktikrat e ripërdorimit dhe riciklimit

Ripërdorimi dhe riciklimi i tekstilit përfshin procesin e mbledhjes dhe dhurimit të produkteve të tekstilit për qëllime ripërdorimi ose riciklimi.

25. A keni njohuri për ndikimin që kanë në mjedis prodhimi dhe asgjësimi i produkteve të tekstilit?
a) Po
b) Jo
26. (Nëse P25=a) Sa mendoni se është i rëndësishëm ky problem?
a) Shumë i rëndësishëm
b) I rëndësishëm
c) Pak i rëndësishëm
d) Aspak i rëndësishëm
27. (Nëse P25=b) Cili mendoni se është shkaku kryesor i mosinformimit tuaj mbi këtë çështje? (Pytje e shumëfishtë)
a) Mungesa e informacionit në media
b) Mungesa e fushatave ndërgjegjësuese
c) Nuk kam pasur interes për këtë temë
d) Nuk e shoh si një problem të rëndësishëm
e) Tjetër (specifikoni) _____
28. Sa shpesh i ripërdorni dhe ricikloni produktet tuaja të tekstilit?
a) Shpesh
b) Ndonjëherë
c) Rrallë
d) Asnjëherë (Kalo P30)
29. A përballeni me vështirësi gjatë procesit të ripërdorimit dhe riciklimit të produkteve të tekstilit?
a) Po
b) Jo
c) Ndonjëherë
30. (Nëse P28=d) Çfarë ndryshimesh do t'ju inkurajonin të ripërdornit dhe riciklonit produktet e tekstilit më shpesh? (Pytje e shumëfishtë)(Me rotacion)
a) Ofrimi i pikave të dedikuara për riciklim të rrobave
b) Marrja e zbritjeve ose shpërblimeve për ripërdorim/riciklim
c) Fushata ndërgjegjësimi për rëndësinë e ripërdorimit/riciklimit
d) Informacion më i qartë mbi procesin e ripërdorimit/riciklimit
e) Ofrimi i shërbimit për mbledhjen e rrobave nga shtëpia
f) Më shumë opsione për të dhuruar rrobat për njerëz në nevojë
g) Tjetër (specifikoni) _____
31. Në cilat aspekte lidhur me ripërdorimin dhe riciklimin e produkteve të tekstilit dëshironi të merrni më shumë informacion? (Pytje e shumëfishtë)(Me rotacion)
a) Proceset e ripërdorimit/riciklimit të tekstilit

- b) Vendet dhe qendrat e ripërdorimit/riciklimit në komunitetin tuaj
 - c) Përfitimet mjedisore të ripërdorimit/riciklimit
 - d) Si të identifikohen materialet që mund të ripërdoren/riciklohen
 - e) Si të kujdesem për rrobat para ripërdorimit/riciklimit
 - f) Tjetër (specifikoni) _____
32. A keni informacion për ndonjë iniciativ të riciklimit të produkteve të tekstilit?
- a) Po (Ju lutem specifikoni _____)
 - b) Jo
33. Në një shkallë nga 1 deri në 7, ku 1-aspak i gatshëm dhe 7-shumë i gatshëm, sa do të ishit të gatshëm të përfshiheni në procese të riciklimit të produkteve të tekstilit?

Seksioni 5. Ekonomia qarkore

34. Sa keni njohuri për konceptin e ekonomisë qarkore?
- a) Po, e njoh shumë mirë
 - b) Po, kam dëgjuar por nuk kam shumë njohuri
 - c) Jo, nuk e njoh si koncept

Nëse P34=c vazhdo P36

35. A do të ishit të gatshëm të ndryshoni zakonet tuaja të furnizimit me produkte të tekstilit për të kontribuar në ekonominë qarkore?
- a) Po, plotësisht
 - b) Deri diku
 - c) Jo fare
36. Sa jeni të gatshëm të merrni pjesë në evente të shkëmbimit të rrobave (swapping clothes event)?
- a) Shumë i gatshëm
 - b) Disi i gatshëm
 - c) Aspak i gatshëm

Nëse P36=c vazhdo P38

37. Çfarë ju motivon më shumë për t'u bërë pjesë e nismave të tilla? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
- a) Përfitimet mediocre
 - b) Kursimet financiare
 - c) Ndikimi social
 - d) Përmirësimi i stilit të jetesës
 - e) Mundësia për të shkëmbyer/përfitur produkte unike
 - f) Tjetër (specifikoni) _____

Seksioni 6. Burimet e informacionit

38. Cilat burime të informacionit i përdorni për të marrë informatat në lidhje me tekstilin dhe blerjen e produkteve të tekstilit? (Pytje e shumëfishtë) (Me rotacion)
- a) Rrjete sociale
 - b) Televizion
 - c) Radio

- d) Webfaqet në internet
- e) Bisedat me familjar/miq
- f) Fletëpalosje/broshura
- g) Tjetër (specifikoni) _____

Nëse P38=a vazhdo P39, tjetër Demografia

39. Cilat nga rrjetet sociale i përdorni më së shpeshti për informim dhe blerje të produkteve të tekstit? (Pytje e shumëfishtë)
- a) Facebook
 - b) Instagram
 - c) Twitter
 - d) TikTok
 - e) LinkedIn
 - f) Youtube
 - g) Snapchat

Seksioni 7. Demografia

D1. GJINIA

- a) Femër
- b) Mashkull

D2. MOSHA (vjet)

--

D3. (STATUSI MARTESOR) Cili është statusi juaj martesor?

- a) Beqar/e
- b) I/E martuar
- c) I/E divorcuar
- d) I/E ve
- e) Bashkëjetesë

D4. (FAMILJA) Numri i anëtarëve të familjes: _____

D5. (TË ARDHURAT PERSONALE) Sa janë të ardhurat tuaja mujore personale (Neto)?

- a) Nuk kam të ardhura
- b) Deri 150 euro
- c) 151-300 euro
- d) 301-450 euro
- e) 451-600 euro
- f) 601-750 euro
- g) 751-900 euro
- h) 901-1200 euro

- i) 1201-1500 euro
- j) 1501-2000 euro
- k) 2001 – 2500 euro
- l) 2501 – 3000 euro
- m) 3000+ euro
- n) Refuzoj të përgjigjem

D6. (TË ARDHURAT FAMILJARE) Sa janë të ardhurat mujore të familjes tuaj (Neto)?

- a) Nuk kemi të ardhura
- b) Deri 200 euro
- c) 201-400 euro
- d) 401-600 euro
- e) 601-900 euro
- f) 901-1200 euro
- g) 1201-1500 euro
- h) 1501-2000 euro
- i) 2001-2500 euro
- j) 2501-3000 euro
- k) 3001 - 4000 euro
- l) 4001 – 5000 euro
- m) 5000+
- n) Refuzoj të përgjigjem

D9. KOMUNA _____

D10. (VENDBANIMI) Në çfarë vendbanimi jetoni?

- a) Urban
- b) Rurale

D11. (EDUKIMI) Cili është niveli më i lartë i shkollimit që keni përfunduar?

- a) Pa edukim/shkollim të përfunduar
- b) Shkollë fillore (8 apo 9 vjeçare)
- c) Shkollë e mesme
- d) Shkollë e lartë
- e) Universitet (Bachelor)
- f) Master
- g) Doktoratë

D12. (PUNËSIMI) Cili është statusi juaj i punësimit?

- a) I/E papunësuar – duke kërkuar punë
- b) I/E papunësuar – duke mos kërkuar punë

- c) I/E vetëpunësuar
- d) I/E punësuar në sektorin publik
- e) I/E punësuar në sektorin privat
- f) I/E punësuar kohë pas kohe
- g) Pensionist/e
- h) Amvis/e
- i) Student/e
- j) Tjetër, ju lutem specifikoni: _____

PYETËSORI PËR INTERVISTAT ME BIZNESE

INFORMACIONI I PËRGJITHSHËM PËR KOMPANINË

1. Emri i kompanisë: _____
2. Emri i brendit/markës: _____
3. Veprimtaria e kompanisë: _____
4. Gjinia e pronarëve të kompanisë: (Nëse ka më shumë pronarë me gjini të ndryshme, kliko në aq sa janë)
 - a) Femër: _____
 - b) Mashkull: _____
5. Numri i punëtorëve në kompani dhe ndarja sipas gjinisë:

| Gjinia | Numri i punëtorëve |
|----------|--------------------|
| Femër | |
| Mashkull | |

6. Komuna: (listohen si dropdown list të gjitha komunat)
7. Kontakti:
 - a) Email: _____
 - b) Nr. i telefonit: _____
 - c) Adresa: _____
8. Qarkullimi vjetor për sektorin tuaj i deklaruar në vitin 2024 në ATK: (Shkruaj shumën në Euro ashtu siç keni deklaruar në Administratën Tatimore të Kosovës) [Nëse biznesi nuk e ka informacionin për vitin 2024, pyet për vitin 2023]

9. Sa ka qenë vlera e eksporteve të kompanisë tuaj në vitin 2024?
 - a) Eksporti (Shëno vlerën në €): _____
 - b) Nuk kam eksportuar në vitin 2024 [kaloje pyetjen 11]
10. Sa ka qenë vlera e importeve të kompanisë tuaj në vitin 2024?
 - a) Importi (Shëno vlerën në €): _____
 - b) Nuk kam importuar në vitin 2024 [kaloje pyetjen 12]

11. Në cilat shtete keni eksportuar në vitin 2024? (Shëno shtetet në të cilat keni eksportuar në vitin 2024)

| Shteti | Sasia në KG |
|--------|-------------|
| | |

12. Nga cilat shtete keni importuar në vitin 2024?

| Shteti | Sasia në KG |
|--------|-------------|
| | |

13. Ku furnizohet kompania juaj me lëndën e parë?

- a) Në Kosovë
- b) Jashtë Kosovës: Ju lutem specifikoni shtetet _____

14. Cila ka qenë forma kryesore e shitjes në kompaninë tuaj në vitin 2024?

- a) Me pakicë
- b) Me shumicë
- c) Të dyja

15. Sa ka qenë sasia e produkteve të përpunuara nga kompania juaj në vitin 2024?

- a) Sasia totale e përpunuar (në KG): _____
- b) Lloji i produkteve të përpunuara: _____
- c) Nuk aplikohet

PËRDORIMI I LËNDËVE TË PARA PËR PRODHIM

16. Cili është aktiviteti kryesor i kompanisë tuaj?

- a) Prodhues
- b) Ripërpunues
- c) Shitje me pakicë
- d) Shitje me shumicë
- e) Importues
- f) Eksportues
- g) Shërbime (p.sh., dizajn, rregullime, përshtatje të tekstilit, etj.)
- h) Tjetër (Ju lutem specifikoni: _____)

17. Nëse kompania juaj është prodhuese, cilat produkte i prodhoni? [Mund të zgjedhni më shumë se një opsion]

- a) Veshje sportive
- b) Veshje të brendshme
- c) Farmerka
- d) Uniforma të punës
- e) Këpucë, çanta, dhe produkte lëkure
- f) Çorapë
- g) Veshje për fëmijë
- h) Veshje dasdash dhe eventesh

- i) Kostume për meshkuj dhe femra
- j) Tekstil shtëpiak
- k) Perde
- l) Qilima
- m) Veshje të thurura
- n) Nuk aplikohet
- o) Tjetër (Ju lutemi specifikoni): _____

18. Nëse kompania juaj ofron shërbime, cilat janë shërbimet kryesore që ofroni? [Mund të zgjedhni më shumë se një opsion]

- a) Dizajn tekstili
- b) Riparim i veshjeve
- c) Personalizim i produkteve (p.sh., qëndisje, printime)
- d) Konsulencë për modë ose tekstil
- e) Nuk aplikohet
- f) Tjetër (Ju lutem specifikoni: _____)

19. Nëse kompania juaj është shitës me pakicë/shumicë, cilat produkte kryesore shisni? [Mund të zgjedhni më shumë se një opsion]

- a) Veshje sportive
- b) Veshje të brendshme
- c) Farmerka
- d) Uniforma të punës
- e) Këpucë, çanta, dhe produkte lëkure
- f) Çorapë
- g) Veshje për fëmijë
- h) Veshje dasmash dhe eventesh
- i) Kostume për meshkuj dhe femra
- j) Tekstil shtëpiak
- k) Perde
- l) Qilima
- m) Veshje të thurura
- n) Tjetër (Ju lutem specifikoni: _____)
- o) Nuk aplikohet

20. Cila është lënda e parë që përdorni për produktet e prodhuara? [kompanitë përgjigjen vetëm për produktet që i prodhojnë]

21. Cilat janë materialet që kërkohen më shumë nga klientët tuaj dhe që kanë më shumë shitje? [Mund të zgjedhni më shumë se një opsion]

- a) Pambuk
- b) Poliester
- c) Pelhurë liri

- d) Mikrofibra
- e) Materiale të thurura (p.sh., trikotazh)
- f) Lëkurë natyrale
- g) Material sintetik (p.sh., nylon, elasthan)
- h) Materiale të specializuara (p.sh., tekstil antialergjik, tekstil i papërshkueshëm nga uji)
- i) Tjetër (Ju lutem specifikoni: _____)

MENAXHIMI I MBETURINAVE

22. Praktikrat e menaxhimit të mbeturinave: Si i menaxhon kompania juaj mbetjet e materialeve në procesin e prodhimit? [Mund të zgjedhni më shumë se një opsion]
- a) I mbledhin deponitë komunale
 - b) I ricikloni
 - c) Përdorni materialet e mbetura
 - d) I djegim
 - e) I groposim
 - f) I hedhim në natyrë (lumenj, ambiente të hapura)
 - g) Bashkëpunoni me iniciativat për ri-shfrytëzim të materialit
 - h) I shesim
 - i) Tjetër (Ju lutem specifikoni: _____)
23. Nëse mbetjet e materialeve i mbledhin deponitë komunale, sa paguani në vit? [Nëse 22=a]
- _____
24. Nëse po, sa herë i grumbullojnë mbetjet e materialit? [Nëse 22=a]
- a) Çdo ditë
 - b) 1 herë në javë
 - c) 1 herë në muaj
 - d) Nuk aplikohet
 - e) Tjetër (Ju lutem specifikoni: _____)
25. Sa ton mbetje tekstili gjeneron kompania juaj në vit? _____
26. Cilat janë llojet kryesore të mbeturinave që gjeneroni gjatë procesit të punës?
- a) Mbetje tekstili (copëza, mbetje prerjeje, etj.)
 - b) Mbetje nga ambalazhimi i lëndës së parë
 - c) Mbetje nga ambalazhimi i produkteve finale
 - d) Letër/karton
 - e) Metal
 - f) Plastikë
 - g) Dru
 - h) Tjetër (specifikoni: _____)
27. A ka kompania juaj një sistem për ripërdorimin e materialeve të mbetura brenda procesit të prodhimit? _____
- a) Po (Ju lutem përshkruani shkurtimisht: _____)

b) Jo

EKONOMIA QARKORE

28. A keni dëgjuar për konceptin e ekonomisë qarkore?
- a) Po
 - b) Jo [kalo te pyetja 32]
29. A jeni të interesuar të aplikoni parimet e ekonomisë qarkore në kompaninë tuaj?
- a) Po
 - b) Jo
30. A është kompania juaj e gatshme të fillojë me riciklim dhe të zbatojë praktikën e ekonomisë qarkore?
- a) Po, kemi filluar tashmë
 - b) Po, kemi interesim, por nuk kemi filluar ende
 - c) Jo, nuk është prioritet për momentin
 - d) Nuk jam i/e sigurt
31. A do të ishit të interesuar për pjesëmarrje në trajnime për riciklim të tekstilit dhe ekonominë qarkore për biznesin dhe punëtorët tuaj?
- a) Po, për stafin menaxhues
 - b) Po, për punëtorët në prodhim
 - c) Po, për të dyja kategoritë
 - d) Jo, nuk kemi interesim

NDRYSHIMET KLIMATIKE DHE GJURMËT E KARBONIT

32. Sa jeni të shqetësuar për ndotjen që veprimtaria e kompanisë suaj shkakton në mjedis?
- a) Shumë të shqetësuar
 - b) Të shqetësuar
 - c) Neutrale
 - d) Jo shumë të shqetësuar
 - e) Aspak të shqetësuar
33. A jeni të gatshëm të investoni në përmirësimin e praktikave për të reduktuar ndikimin mjedisor dhe gjurmët e karbonit?
- a) Po
 - b) Jo

RREGULLAT MJEDISORE PËR EKSPORT

34. Për kompanitë eksportuese në BE: A jeni të gatshëm të investoni për të përmbushur kriteret mjedisore që kërkohen për eksport?

- a) Po
- b) Jo
- c) Nuk jam i sigurt
- d) Nuk kam mjaftueshëm informata sa i përket kësaj çështjeje

INTERESIMI DHE SFIDAT PËR RICIKLIM

35. A është kompania juaj aktualisht e përfshirë në ndonjë iniciativë ripërdorimi dhe riciklimi për mbeturinat pas prodhimit? _____
- a) Po
 - b) Jo [kalo tek pyetja 37]
 - c) Nuk jam i/e sigurtë/ Nuk e di
36. Nëse po, ju lutem përshkruani shkurtimisht iniciativat e riciklimit të ndërmarra _____
37. Nëse jo, pse nuk jeni të përfshirë? _____
38. A bashkëpunon kompania juaj me ndonjë kompani riciklimi për menaxhimin e mbeturinave të tekstilit?
- a) Po
 - b) Jo
 - c) Të interesuar, por aktualisht jo të angazhuar
 - d) Nuk e dimë nëse ka kompani të tilla
39. A do të ishte e interesuar kompania juaj për të bashkëpunuar me një kompani riciklimi që specializohet në menaxhimin e mbeturinave të veshjeve?
- a) Shumë i/e interesuar
 - b) I/E interesuar
 - c) Jo i/e interesuar
 - d) Nuk jam i/e sigurtë
40. Ju lutem specifikoni pengesat kryesore që ka kompania juaj në lidhje me bashkëpunimin me një kompani të riciklimit.
- a) Mungesa e informacionit për shërbimet e riciklimit të disponueshme
 - b) Kostot e pa përballueshme
 - c) Sfidat logjistike
 - d) Tjetër (Ju lutem specifikoni: _____)
41. Cilat zgjidhje për menaxhimin e mbeturinave do të preferonte kompania juaj?
- a) Programet e zvogëlimit të mbeturinave brenda kompanisë
 - b) Bashkëpunimi me kompanitë e riciklimit - të jashtme
 - c) Tjetër (Ju lutem specifikoni: _____)
42. Sa e rëndësishme është mirëmbajtja e ambientit në kompaninë tuaj?
- a) Shumë e rëndësishme

- b) Neutrale
- c) Jo shumë e rëndësishme
- d) Aspak e rëndësishme

43. A ka kompania juaj në plan për të zbatuar ndonjë iniciativë të re për të përmirësuar menaxhimin e mbeturinave dhe mirëmbajtjen e ambientit?

- a) Po (Ju lutem elaboroni: _____)
- b) Jo

44. A do të ishit të hapur për të siguruar informacion shtesë ose për të marrë pjesë në diskutimet e mëtejshme lidhur me menaxhimin e mbeturinave dhe iniciativat e riciklimit në kompaninë tuaj?

- a) Po
- b) Jo

45. A merr pjesë kompania juaj në panairë të tekstilit dhe teknologjisë për tekstil?

- a) Po, rregullisht
- b) Po, herë pas here
- c) Jo

46. A do të ishit të interesuar të merrnit informacione për panairë dhe konferenca që lidhen me veprimtarinë tuaj?

- a) Po
- b) Jo

47. A do të ishit të interesuar që të angazhoni stafin tuaj në trajnime për riciklim të tekstilit?

- a) Po
- b) Jo
- c) Nuk e di

Shprehim mirënjohjen tonë të thellë për të gjithë kontribuesit që kanë marrë pjesë në realizimin e këtij hulumtimi. Falënderojmë bizneset që ndanë kohën dhe përvojën e tyre, qytetarët që dhanë mendimet e tyre me sinqeritet, si dhe përfaqësuesit institucionalë që ofruan njohuri të vlefshme dhe perspektiva të rëndësishme. Kontributi i tyre ka qenë thelbësor për pasqyrimin real të situatës dhe për formulimin e rekomandimeve që synojnë përmirësimin e sektorit të tekstilit në Kosovë.

Ky publikim është zbatuar nga Rilindja Gjelbër, menaxhuar nga Fondi për Zhvillimin e Komunitetit (CDF) dhe prodhurar me mbështetjen financiare të Ambasadës Suedeze në Prishtinë. Përmbajtja e tij rrjedh nga përgjigjet e anketave të marra deri në datën e specifikuar në këtë raport dhe është përgjegjësi e vetme e Rilindja Gjelbër, zbatues i projektit “Kthimi i Vlerave në Ekonominë Qarkore” nën kuadrin e programit “Fuqizimi i OSHC-ve Mjedisore në Kosovë”.

