



# CIRKULARNA EKONOMIJA I ZELENA TRANZICIJA U TEKSTILNOJ INDUSTRIJI

JUN 2025



*Ovu publikaciju je sproveda organizacija Rilindja Gjelibër, u okviru programa „Jačanje ekoloških organizacija civilnog društva na Kosovu“ kojom upravlja Fond za Razvoj Zajednica (CDF), a izrađena je uz finansijsku podršku Ambasade Švedske u Prištini. Njen sadržaj je izveden iz odgovora na anketu primljenih do datuma navedenog u ovom izveštaju i isključiva je odgovornost Rilindja Gjelibër, koja sprovodi projekat „Vraćanje vrednosti cirkularnoj ekonomiji“.*

## SADRŽAJ

Lista skraćenica.....	5
Lista ilustracija.....	6
Lista tabela.....	10
Izvršni rezime.....	11
1. Uvod.....	12
2. Metodologija.....	13
2.1 Ograničenja izveštaja.....	14
3. Analiza politika.....	14
3.1 Strategije i podsticaji vlade.....	16
3.2 Međunarodni sporazumi i standardi.....	18
4. ekonomski Profil tekstilne industrije.....	19
4.1 Kategorizacija preduzeća.....	20
4.2 zapošljavanje.....	21
4.3 Uvoz i izvoz.....	22
4.4 Ekološka razmatranja.....	27
5. Cirkularna Ekonomija.....	28
6. Izazovi u sektoru tekstila.....	29
7. Rezultati anketa sa građanima.....	30
7.1 Demografija.....	30
7.2 Snabdevanje sa tekstilnim proizvodima.....	31
7.3 Odeća i aksesoari.....	45
7.4 Kućni tekstil.....	50
7.5 Prakse ponovne upotrebe i reciklaže.....	54
7.6 Cirkularna Ekonomija.....	59
7.7 izvori informacija.....	62
8. Rezultati intervjua sa preduzećima.....	63
8.1 Opšte informacije o preduzeću.....	63
8.2 Korišćenje sirovina za proizvodnju.....	68
8.3 Upravljanje otpadom.....	72

8.4 Cirkularna Ekonomija.....	75
8.5 Klimatske promene i ugljenični trag .....	76
8.6 Ekološki propisi za izvoz.....	77
8.7 Interesovanje i izazovi za reciklažu .....	78
9. Rezultati intervjua sa donosiocima politika .....	84
9.1 Ministarstvo životne sredine – Sektor za upravljanje otpadom .....	84
9.2 Opština Priština – Direkcija za javne službe, zaštitu i spasavanje .....	85
9.3 Agencija za zaštitu životne sredine Kosova (AMMK) .....	86
9.4 GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) .....	87
9.5 Kompanija za upravljanje deponijama na Kosovu (KMDK) .....	88
9.6 Rezime intervjua .....	89
10. Zaključak .....	90
11. Preporuke.....	92
Reference .....	94
Aneks .....	97
Upitnik za ankete sa građanima.....	97
Upitnik za intervju sa kompanijama.....	108

## LISTA SKRAĆENICA

**CDF** – Fond za razvoj zajednica

**AMMK** – Agencija za zaštitu životne sredine Kosova

**KMDK** – Kompanija za upravljanje deponijama Kosova

**GIZ** – Nemačko društvo za međunarodnu saradnju

**ARBK** – Agencija za registraciju preduzeća Kosova

**USAID** – Američka agencija za međunarodni razvoj

**BE** – Evropska unija

**SAA** – Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju

**CEFTA** – Sporazum o slobodnoj trgovini u Centralnoj Evropi

**EPR** – Proširena odgovornost proizvođača

**SKZH-2030** – Nacionalna strategija razvoja 2030

**ILO** – Međunarodna organizacija rada

**EU4Green** – Program koji finansira EU za održivi razvoj

**MMPHI** – Ministarstvo za životnu sredinu, prostorno planiranje i infrastrukturu

## LISTA ILUSTRACIJA

Slika 1. Preduzeća u tekstilnoj industriji po kategorijama .....	20
Slika 2. Preduzeća u tekstilnoj industriji po vrsti aktivnosti .....	20
Slika 3. Vrednost robe po kategorijama za 2024 godinu .....	22
Slika 4. Vrednost robe korišćene odeće za 2024 godinu .....	23
Slika 5. Količina robe po kategorijama za 2024 godinu .....	23
Slika 6. Količina robe korišćene odeće za 2024 godinu .....	24
Slika 7. Vrednost robe po mesecima za 2024 godinu .....	25
Slika 8. Količina robe po mesecima za 2024 godinu .....	25
Slika 9. Vrednost uvozne robe po državama za 2024 godinu .....	26
Slika 10. Količina uvozne robe po državama za 2024 godinu .....	27
Slika 11. Kako se snabdevate sledećim tekstilnim proizvodima – odeća? (Višestruki odgovor) ....	32
Slika 12. Kako se snabdevate sledećim tekstilnim proizvodima – aksesoari? (Višestruki odgovor) .....	32
Slika 13. Kako se snabdevate sledećim tekstilnim proizvodima – za domaćinstvo? (Višestruki odgovor) .....	33
Slika 14. Koliko često kupujete sledeće proizvode – odeća? .....	34
Slika 15. Koliko često kupujete sledeće proizvode – aksesoari? .....	34
Slika 16. Koliko često kupujete sledeće proizvode? .....	35
Slika 17. Gde obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – odeća? (Višestruki odgovor) .....	36
Slika 18. Gde obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – aksesoari? (Višestruki odgovor) .....	36
Slika 19. . Gde obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – za domaćinstvo? (Višestruki odgovor) .....	37
Slika 20. U kojim zemljama van Kosova vršite ove kupovine? .....	37
Slika 21. Zašto ove proizvode kupujete van Kosova? (Višestruki odgovor) .....	38
Slika 22. Kako obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – odeća? (Višestruki odgovor) .....	38
Slika 23. Kako obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – aksesoari? (Višestruki odgovor) .....	39
Slika 24. Kako obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – za domaćinstvo? (Višestruki odgovor) .....	39
Slika 25. U kakvim vrstama prodavnica obično vršite te kupovine? (Višestruki odgovor) .....	40
Slika 26. Na kojim platformama obično obavljate online kupovine? .....	41
Slika 27. Koje vrste sledećih tekstilnih proizvoda kupujete – odeća? (Višestruki odgovor) .....	41
Slika 28. Koje vrste sledećih tekstilnih proizvoda kupujete – aksesoari? (Višestruki odgovor) .....	42

Slika 29. Koje vrste sledećih tekstilnih proizvoda kupujete – za domaćinstvo? (Višestruki odgovor)	42
Slika 30. Kako obično kupujete korišćene (second-hand) tekstilne proizvode?	43
Slika 31. Koji su razlozi zašto ne kupujete korišćene proizvode? (Višestruki odgovor)	43
Slika 32. Na skali od 1 do 7, gde je 1 – nimalo spreman, a 7 – veoma spreman, koliko ste spremni da kupujete korišćene proizvode u budućnosti?	44
Slika 33. . Koji su razlozi zbog kojih biste razmislili o kupovini korišćenih (second-hand) proizvoda u budućnosti? (Višestruki odgovor)	44
Slika 34. Koji su razlozi zbog kojih članovi vaše porodice ponovo koriste tekstilne proizvode? (Višestruki odgovor)	45
Slika 35. Koje vrste odeće i aksesoara najviše volite da kupujete? (Višestruki odgovor)	45
Slika 36. Koja tri faktora najviše utiču na vašu odluku pri izboru odeće ili aksesoara koje kupujete? (Višestruki odgovor)	46
Slika 37. Koliko ste informisani o konceptu brze mode (fast fashion)?	47
Slika 38. Koliko često mislite da kupujete odeću ili aksesoare zbog uticaja brze mode (fast fashion)?	47
Slika 39. Kako upravljate odećom i aksesoarima koje više ne koristite? (Višestruki odgovor)	48
Slika 40. Navedite gde ih donirate porodicama u potrebi – odeća i aksesoari (Višestruki odgovor)	48
Slika 41. Navedite mesto gde ih bacate kao otpad – odeća i aksesoari	49
Slika 42. Približno koliko kilograma odeće bacate tokom jedne godine?	50
Slika 43. U kojim slučajevima obično kupujete nove tekstilne proizvode za domaćinstvo? (Višestruki odgovor)	51
Slika 44. Koja tri faktora najviše utiču na vašu odluku prilikom izbora tekstila za domaćinstvo koje kupujete? (Višestruki odgovor)	51
Slika 45. Da li ste promenili svoje navike kupovine tekstilnih proizvoda za domaćinstvo u poslednjih nekoliko godina?	52
Slika 46. Kako upravljate tekstilnim proizvodima za domaćinstvo koje više ne koristite? (Višestruki odgovor)	52
Slika 47. Navedite gde? (Doniram ih porodicama u potrebi – tekstil za domaćinstvo)	53
Slika 48. Navedite gde? (Bacam ih kao otpad – tekstil za domaćinstvo)	54
Slika 49. Da li imate znanja o uticaju proizvodnje i odlaganja tekstilnih proizvoda na životnu sredinu?	55
Slika 50. Koliko smatrate da je ovaj problem važan?	55
Slika 51. Šta mislite da je glavni razlog vaše nedovoljne informisanosti o ovom pitanju? (Višestruki odgovor)	56

Slika 52. Koliko često ponovo koristite i reciklirate svoje tekstilne proizvode? .....	56
Slika 53. Da li se suočavate s poteškoćama tokom procesa ponovne upotrebe i reciklaže tekstilnih proizvoda? .....	57
Slika 54. Koje bi vas promene podstakle da češće ponovo koristite i reciklirate tekstilne proizvode? (Višestruki odgovor) .....	57
Slika 55. U kojim aspektima vezanim za ponovnu upotrebu i reciklažu tekstilnih proizvoda želite više informacija? (Višestruki odgovor) .....	58
Slika 56. Da li imate informacije o nekoj inicijativi za reciklažu tekstilnih proizvoda? .....	58
Slika 57. Na skali od 1 do 7, koliko ste spremni da se uključite u procese reciklaže tekstilnih proizvoda? .....	59
Slika 58. Koliko znate o konceptu cirkularne ekonomije? .....	60
Slika 59. Da li biste bili spremni da promenite svoje navike snabdevanja tekstilnim proizvodima kako biste doprineli cirkularnoj ekonomiji? .....	60
Slika 60. Koliko ste spremni da učestvujete na događajima za razmenu odeće? .....	61
Slika 61. Šta vas najviše motiviše da učestvujete u takvim inicijativama? (Višestruki odgovor) .....	61
Slika 62. . Koje izvore informacija koristite da biste se informisali o tekstu i kupovini tekstilnih proizvoda? (Višestruki odgovor) .....	62
Slika 63. Koje društvene mreže najčešće koristite za informisanje i kupovinu tekstilnih proizvoda? (Višestruki odgovor) .....	63
Slika 64. Aktivnost preduzeća .....	64
Slika 65. Pol vlasnika preduzeća .....	64
Slika 66. Broj radnika u preduzeću prema polu .....	64
Slika 67. Deklarisane vrednosti izvoza i uvoza preduzeća .....	65
Slika 68. U koje države ste izvezili u 2024 godini? .....	65
Slika 69. U koje države ste uvezili u 2024 godini? .....	66
Slika 70. Gde se vaše preduzeće snabdeva sirovinama? .....	66
Slika 71. Navedite mesto van Kosova? .....	67
Slika 72. Koji je bio glavni oblik prodaje u vašem preduzeću u 2024. godini? .....	67
Slika 73. Koja je glavna delatnost vašeg preduzeća? .....	68
Slika 74. Ako je vaše preduzeće proizvođač, koje proizvode proizvodite? (Višestruki odgovori) ..	69
Slika 75. Ako vaše preduzeće pruža usluge, koje su glavne usluge koje nudite? (Višestruki odgovori) .....	69
Slika 76. Ako je vaše preduzeće maloprodajni/veloprodajni prodavac, koje glavne proizvode prodajete? (Višestruki odgovori) .....	70
Slika 77. Koja je sirovina koju koristite za proizvedene proizvode? .....	71

Slika 78. Koji su materijali najtraženiji kod vaših klijenata i imaju najviše prodaje? (Višestruki odg)	71
Slika 79. Prakse upravljanja otpadom: Kako vaše preduzeće upravlja otpadom nastalim u proizvodnom procesu? (Višestruki odgovori) .....	72
Slika 80. Ako da, koliko često sakupljate otpadne materijale? .....	73
Slika 81. Koje su glavne vrste otpada koje generišete tokom radnog procesa? .....	73
Slika 82. Koliko tona tekstilnog otpada vaše preduzeće generiše godišnje? .....	74
Slika 83. Da li vaše preduzeće ima sistem za ponovnu upotrebu ostataka materijala u proizvodnom procesu? .....	74
Slika 84. Molimo kratko opišite sistem za ponovnu upotrebu ostataka materijala u proizvodnom procesu? .....	75
Slika 85. Da li ste čuli za koncept cirkularne ekonomije? .....	75
Slika 86. Koliko ste zabrinuti zbog zagađenja koje vaše preduzeće prouzrokuje životnoj sredini? .....	76
Slika 87. Da li ste spremni da investirate u poboljšanje praksi za smanjenje uticaja na životnu sredinu i karbonskog otiska? .....	77
Slika 88. Za preduzeća koja izvoze u EU: Da li ste spremni da investirate da ispunite ekološke kriterijume potrebne za izvoz? .....	77
Slika 89. Da li je vaše preduzeće trenutno uključeno u neku inicijativu za ponovnu upotrebu i reciklažu otpada nastalog posle proizvodnje? .....	78
Slika 90. Ako ne, zašto niste uključeni? .....	79
Slika 91. Da li vaše preduzeće saraduje sa nekom kompanijom za reciklažu u upravljanju tekstilnim otpadom? .....	79
Slika 92. Da li bi vaše preduzeće bilo zainteresovano za saradnju sa kompanijom specijalizovanom za upravljanje otpadom od odeće? .....	80
Slika 93. Molimo navedite glavne prepreke koje vaše preduzeće ima u vezi sa saradnjom sa kompanijom za reciklažu? .....	80
Slika 94. Koja rešenja za upravljanje otpadom bi vaše preduzeće više volela? (Višestruki odgovori) .....	81
Slika 95. Koliko je važno održavanje životne sredine u vašem preduzeću? .....	81
Slika 96. Da li vaše preduzeće planira da sprovede neku novu inicijativu za poboljšanje upravljanja otpadom i održavanja životne sredine? .....	82
Slika 97. Da li biste bili spremni da pružite dodatne informacije ili da učestvujete u daljim diskusijama o upravljanju otpadom i inicijativama reciklaže u vašem preduzeću? .....	82
Slika 98. Da li vaše preduzeće učestvuje na sajmovima tekstila i tekstilne tehnologije? .....	82
Slika 99. Da li biste bili zainteresovani da dobijate informacije o sajmovima i konferencijama vezanim za vašu delatnost? .....	83
Slika 100. Da li biste bili zainteresovani da uključite svoje zaposlene u obuke za reciklažu tekstila? .....	83

## LISTA TABELA

Tabela 1. Broj radnika u tekstilnom sektoru po opštinama .....	
Tabela 2. Navedite mesto i da li imate prodavnicu? (Prodajem odeću i aksesoare na pijacama polovnih stvari) .....	49
Tabela 3. Navedite mesto? (Doniram tekstil za domaćinstvo na reciklažu) .....	
Tabela 4. Navedite mesto i da li imate prodavnicu? (Prodajem tekstil za domaćinstvo na pijacama polovnih stvari) .....	54
Tabela 5. Da li je vaše preduzeće spremno da započne reciklažu i primeni prakse cirkularne ekonomije? .....	76
Tabela 6. Da li biste bili zainteresovani za učešće u obukama o cirkularnoj ekonomiji za vaše preduzeće i radnike? .....	76

## IZVRŠNI REZIME

Ovo istraživanje je sprovedeno kao deo projekta „**Povratak Vrednosti u Cirkularnu Ekonomiju**“, koji sprovodi **Rilindja e Gjelbër** kroz program „**Oснаživanje ekoloških OCD-a na Kosovu**“, kojim upravlja **Community Development Fund (CDF)**, a koji je finansijski podržan od strane **Švedske Ambasade u Prištini**. U tu svrhu, organizacija **Rilindja e Gjelbër** je angažovala kompaniju **UBO Consulting** da sprovede godišnju procenu u industriji tekstila i upravljanju tekstilnim otpadom na Kosovu.

Glavni cilj ovog projekta je da promoviše i olakša prelazak sa linearnog modela „uzmi-proizvdi-baci“ na cirkularnu ekonomiju koja regeneriše resurse, sa posebnim fokusom na tekstilni sektor. Projekat takođe ima za cilj da ojača kulturu odgovorne potrošnje i poveća svest o ponovnoj upotrebi, reciklaži i smanjenju otpada.

Za podršku ovom cilju korišćena je kombinovana metodologija koja uključuje: pregled strateških i zakonodavnih dokumenata i dodatne literature, anketirani su 400 građana, intervju sa 100 preduzeća iz tekstilnog sektora širom Kosova, kao i intervju sa pet (5) ključnih donosioca odluka. Prikupljeni podaci pomažu u razumevanju količine tekstila koji se uvozi, proizvodi i obrađuje na Kosovu, kao i identifikovanju postojećih praksi u upravljanju tekstilnim otpadom.

Rezultati ovog istraživanja predstavljaju snažnu osnovu za donošenje novih politika i praksi koje teže ka održivom razvoju tekstilnog sektora i aktivnoj primeni principa cirkularne ekonomije na Kosovu.

## 1. UVOD

Industrija tekstila i odeće na Kosovu predstavlja značajan potencijal za ekonomski razvoj i održivu transformaciju kroz usvajanje principa cirkularne ekonomije. Sa dugom proizvodnom tradicijom i strateškim prednostima kao što su konkurentna cena radne snage i blizina evropskim tržištima, ovaj sektor ima kapacitet da postane važan stub dugoročnog i inkluzivnog razvoja. Međutim, suočavanje sa strukturnim izazovima kao što su nedostatak institucionalne podrške, ograničen pristup finansijama, nedostatak pouzdanih podataka i uticaj neformalne ekonomije ograničili su sposobnost industrije da u potpunosti prihvati održive prakse i maksimizira postojeće prednosti.

Ovaj izveštaj ima za cilj da adresira ove izazove stavljajući fokus na tranziciju tekstilne industrije ka održivijem ekonomskom modelu zasnovanom na cirkularnoj ekonomiji. Kroz analizu političkog, zakonodavnog i ekonomskog okvira sektora, studija razmatra kako se cirkularne prakse mogu integrisati u proizvodnju, upravljanje otpadom i lanac vrednosti tekstila. Posebna pažnja posvećena je identifikaciji regulatornih mehanizama i vladinih strategija koje omogućavaju ovu tranziciju, kao i ulozi trgovinskih sporazuma u podsticanju održivih inovacija.

Pored analize trenutnih kapaciteta proizvodnje i ekonomskog doprinosa sektora, izveštaj ima za cilj da ponudi primenljive preporuke za unapređenje upravljanja tekstilnim otpadom, promociju ponovne upotrebe i reciklaže, kao i jačanje veze između ekonomskog razvoja i zaštite životne sredine. U kontekstu globalnih ekoloških izazova i pritiska za zelenu tranziciju, ovaj izveštaj pozicionira tekstilnu industriju na Kosovu kao ključnog aktera u izgradnji cirkularnije, pravednije i otpornije ekonomije.

Tekstilni otpad, koji obično završava na deponijama, predstavlja ozbiljan izazov za životnu sredinu i javno zdravlje (AMMK, 2023). Nedostatak infrastrukture za reciklažu, nizak nivo svesti o održivoj potrošnji, fragmentisane politike oko upravljanja otpadom, kao i odsustvo specifične politike za upravljanje tekstilnim otpadom, čine neophodnim intervenciju u ovom pravcu. Zbog toga studija pažljivo razmatra životni ciklus tekstilnih proizvoda na Kosovu počevši od uvoza i proizvodnje, preko upotrebe i upravljanja nakon upotrebe, i dalje analizirajući postojeće mehanizme i praznine koje ometaju razvoj održivog pristupa.

Ovaj izveštaj je razvijen kao deo godišnje procene tekstilne industrije na Kosovu za 2024 godinu, u okviru projekta "Povratak vrednosti u cirkularnu ekonomiju", koji ima za cilj da podstakne prelazak sa tradicionalnog linearnog ekonomskog modela ka cirkularnom modelu, u kojem se otpad tretira kao resurs i produžava životni vek proizvoda kroz ponovnu upotrebu i reciklažu. Projekat sprovodi Rilindja e Gjelbër uz finansijsku podršku Švedske ambasade u Prištini i upravljanje od strane Community Development Fund (CDF).

Istraživanje ima za cilj ne samo da odrazi trenutnu situaciju u tekstilnoj industriji na Kosovu, već i da doprinese kreiranju politika zasnovanih na podacima koje podržavaju cirkularni i održivi ekonomski razvoj, otvaranje novih radnih mesta, zaštitu životne sredine i promociju nove kulture odgovorne i održive potrošnje. Rezultati i preporuke izveštaja mogu poslužiti kao početna tačka za strateške intervencije javnih institucija, privatnog sektora, civilnog društva, donatora i investitora, u cilju izgradnje konkurentnije i ekološki odgovornije tekstilne industrije.

## 2. METODOLOGIJA

Metodološki pristup za realizaciju godišnje procene tekstilne industrije i praksi upravljanja tekstilnim otpadom na Kosovu tokom 2024 godine bio je kombinovan. Metodologija je sprovedena na strukturiran način kako bi se omogućilo prikupljanje pouzdanih podataka i njihova analiza, u cilju praćenja i ocene promena u okviru praksi cirkularne ekonomije u ovom sektoru. Sprovedeno je dubinsko istraživanje kroz pregled strateških i zakonodavnih dokumenata i dodatne literature kako bi se analizirao pravni okvir i ekonomski i ekološki profil tekstilne industrije na Kosovu. U okviru ove faze razmatrani su:

- Politike i zakonodavni i regulatorni okvir koji uređuju proizvodnju, upravljanje otpadom i održivost u tekstilnom sektoru.
- Strategije i vladini podsticaji za razvoj tekstilne industrije.
- Međunarodni sporazumi i standardi koji utiču na ovu industriju, uključujući i one iz Evropske unije.

Takođe, analizirani su **podaci iz Carine Kosova i Agencije za Registraciju Preduzeća Kosova**, kako bi se stvorila jasna slika o strukturi preduzeća u tekstilnoj industriji i ekonomskom uticaju ovog sektora, uključujući zaposlenost i trgovinski promet.

Kako bi saznali stavove i ponašanja građana prema potrošnji tekstila i upravljanju otpadom, sprovedena je kvantitativna anketa sa **400 građana starijih od 18 godina** u svim opštinama Kosova putem istraživačkog panela. Statistička margina greške iznosi  $\pm 4,9\%$  u intervalu pouzdanosti od 95%, što garantuje dobar stepen pouzdanosti za interpretaciju rezultata. Uzorak je izabran nasumično uz poštovanje polne, starosne i geografske zastupljenosti. Upitnik je sadržao oko 40 pitanja, kombinujući zatvorena pitanja za statističku analizu i nekoliko otvorenih pitanja radi boljeg razumevanja individualnih percepcija. Prikupljanje podataka obavljeno je tokom februara 2025 godine.

Za prikupljanje direktnih podataka iz sektora, sprovedeno je **100 intervjua sa preduzećima** koja posluju u tekstilnoj industriji na Kosovu, izabranih iz **Registra Preduzeća ARBK-a**. Ova preduzeća uključuju proizvođače, veleprodaju i maloprodaju, kao i preduzeća angažovana u pružanju drugih usluga. Intervjui su imali za cilj da stvore sveobuhvatnu sliku industrije kroz identifikaciju ključnih aktera kao što su uvoznici, izvoznici, proizvođači i reciklери, kao i da prikupe detaljne podatke o količini tekstila koji se uvozi, izvozi, proizvodi, obrađuje i reciklira. Posebna pažnja posvećena je praćenju životnog ciklusa materijala i načinu upravljanja otpadom. Takođe, intervjui su pomogli u proceni praksi upravljanja tekstilnim otpadom, uticaja na životnu sredinu i postojećih inicijativa za reciklažu unutar sektora.

Takođe, sprovedeni su **5 intervjua sa predstavnicima ključnih institucija** koje utiču na razvoj politika za upravljanje tekstilnim otpadom. Intervjui su sprovedeni sa predstavnicima sledećih institucija:

- Ministarstvo životne sredine, prostornog planiranja i infrastrukture – Odeljenje za upravljanje otpadom (MMPHI)
- Opština Priština – Direkcija za javne usluge, zaštitu i spasavanje

- Agencija za zaštitu životne sredine Kosova (AMMK)
- GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)
- Preduzeće za upravljanje deponijama Kosova (KMDK)

Ovi intervjui su pomogli u identifikaciji institucionalnih izazova, strateških nedostataka i mogućnosti za dalju podršku sektoru u pravcu održivog i cirkularnog razvoja.

## 2.1 OGRANIČENJA IZVEŠTAJA

Uprkos naporima da se obezbedi sveobuhvatna i pouzdana analiza, ovaj izveštaj sadrži određena ograničenja koja treba uzeti u obzir prilikom tumačenja rezultata. Jedan od glavnih izazova bila je nedostatak kompletnih, ažuriranih i standardizovanih podataka o tekstilnoj industriji i upravljanju tekstilnim otpadom na Kosovu. U nekim slučajevima, informacije su bile fragmentisane ili uopšte nisu postojale, što je uticalo na dubinu i tačnost pojedinih analiza.

Drugo ograničenje se odnosi na reprezentativnost uzorka. Iako su poštovani statistički kriterijumi u izboru i anketiranih građana i preduzeća, postoji rizik da neki važni akteri, posebno oni koji posluju neformalno ili van zvaničnog registra, nisu bili adekvatno uključeni. To može uticati na celokupno prikazivanje situacije na terenu.

Takođe, intervjui sa donosiocima odluka i predstavnicima institucija sadrže elemente subjektivnosti, jer se zasnivaju na individualnim iskustvima i percepcijama. Iako oni doprinose izgradnji opšte slike, ne mogu se smatrati reprezentativnim za sve institucionalne nivoe ili za zvanične politike.

Na kraju, nedostatak posebne politike za upravljanje tekstilnim otpadom predstavljao je prepreku u izgradnji jasnog analitičkog okvira. U nedostatku posvećenih propisa, institucionalna analiza se uglavnom oslanjala na opštu regulativu o upravljanju otpadom, što je ograničilo preciznost u tumačenju izazova i specifičnih potreba ovog podsektora.

## 3. ANALIZA POLITIKA

Tekstilna industrija na Kosovu posluje u okruženju koje je pod uticajem globalnih dinamika kao što su globalizacija, usklađivanje sa standardima EU i brzi tehnološki razvoj. Iako nedostaje poseban zakonodavni okvir za tekstil, sektor se reguliše opštim industrijskim i trgovinskim politikama koje imaju potencijal da se usmere ka održivijoj i cirkularnoj ekonomiji.

**Industrijska politika Kosova 2030**, u skladu sa Nacionalnom Razvojnomo Strategijom, ima za cilj da podstakne ekonomski rast, zapošljavanje i ekološku održivost. Ona promovise strukturnu transformaciju industrije kroz inovacije i povećanje produktivnosti, dok uključuje ciljeve za poboljšanje energetske efikasnosti i smanjenje zagađenja kao ključne principe cirkularne ekonomije. Međutim, ti ciljevi ostaju opšti i ne odnose se konkretno na tekstil, a nedostatak konkretnih smernica za upravljanje tekstilnim otpadom predstavlja značajan nedostatak u kreiranju politika.

Postojeći propisi podržavaju:

- **Standardi proizvodnje:** fokusirajući se na kvalitet i međunarodne sertifikate, ali bez dovoljnog naglaska na ekološkom otisku proizvoda.
- **Održivost:** kroz podsticanje energetske efikasnosti i smanjenja emisije CO<sub>2</sub>, ali bez integrisanog sistema za prevenciju i obradu tekstilnog otpada.

***U okviru Sporazuma o Stabilizaciji i Pridruživanju sa EU, Kosovo ima obavezu da uskladi zakonodavstvo sa standardima EU, uključujući i aspekte zaštite životne sredine i one koji se odnose na promet materijala i upravljanje otpadom — ključne komponente za izgradnju prave cirkularne ekonomije.***

Sa trgovinskog aspekta, sektor koristi liberalni režim sa povoljnim carinama za uvoz/izvoz i oslobađanjem od dažbina za mašine i sirovine. Ovi podsticaji su korisni za industrijski rast, ali trenutno nisu uslovljeni zelenim standardima ili cirkularnim praksama, ostavljajući industriju bez jasnog pravca ka održivosti.

***Zakon o Upravljanju Otpadom (br. 04/L-060 i odgovarajuće izmene) ne obuhvata specifično otpad od tekstila, ostavljajući ovu kategoriju van integrisanog okvira za reciklažu i ponovnu upotrebu. Postojeća Administrativna Uputstva su fokusirana prema vrstama otpada, ali ne obrađuju ceo ciklus vrednosti tekstila.***

Industrijska politika Kosova 2030 služi kao osnovni dokument za usmeravanje industrijskog razvoja. Ona integriše ciljeve Nacionalne Razvojne Strategije 2030 (NRS-2030), fokusirajući se na ekonomski rast, otvaranje radnih mesta i ekološku održivost. Ova politika ističe značaj strukturne transformacije i inovacije unutar industrije, sa ciljem povećanja produktivnosti i stvaranja proizvodne osnove koja je bolje integrisana u globalno tržište (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Ova politika promovise usklađivanje domaćeg zakonodavstva sa standardima EU, posebno u okviru Sporazuma o Stabilizaciji i Pridruživanju, radi olakšanja integracije na međunarodno tržište (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Tekstilni sektor na Kosovu koristi liberalni trgovinski režim, sa jedinstvenom carinskom stopom od 10 odsto za uvoz i nulom za izvoz. Vlada nudi oslobađanje od carinskih dažbina za specifične mašine i sirovine namenjene za ponovni izvoz, sa ciljem da podstakne industrijsku proizvodnju. Nacrt zakona o izmenama Zakona br. 04/L-069 predviđa dodatna smanjenja tarifa za sirovine koje se koriste u proizvodnji tekstila (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014).

Zakon o radu na Kosovu je fleksibilan i usklađen sa međunarodnim standardima, uključujući one Međunarodne Organizacije Rada (ILO), i propisuje minimalne doprinose za poslodavce (5 odsto za penzioni doprinos). Iako ne postoje konkretne mere podrške za tekstilni sektor, opšte mere poput odlaganja PDV-a na uvoz mašina i šeme olakšica za izvoz (npr. unutrašnja i spoljašnja obrada) imaju za cilj jačanje industrijskih aktivnosti.

Kosovo takođe uživa povlašćeni pristup glavnim međunarodnim tržištima putem sporazuma kao što su CEFTA, Autonomne Trgovinske Povlastice EU i GSP programa SAD-a. Ipak, preduzeća se suočavaju sa izazovima u ispunjavanju međunarodnih standarda kvaliteta, jer infrastruktura za sertifikaciju ostaje nerazvijena, ograničavajući rast izvoza (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014)

USAID je podržao industriju odeće na Kosovu rešavanjem indirektnih regulatornih izazova i olakšavanjem integracije na međunarodno tržište. Jedna od ključnih inicijativa bila je osnivanje Udruženja za Marketing Odeće na Kosovu (KAMA), koje zastupa sektor odeće pred Vladom Kosova. KAMA takođe predstavlja industriju na stranim tržištima, omogućavajući bolje usklađivanje sa međunarodnim standardima i politikama (USAID, 2020).

Kroz projekat EMPOWER Private Sector, USAID je doprineo na povećanju konkurentnosti preduzeća iz sektora odeće na Kosovu, pripremajući ih za pristup globalnim tržištima u skladu sa sporazumima o slobodnoj trgovini Kosova, poput pristupa bez carina na tržištima EU i SAD-a. Ovi naporu su ključni za prevazilaženje nedostataka u regulatornom i institucionalnom okviru, koji bi inače ograničili rast industrije (USAID, 2020).

S druge strane, Kosovo trenutno nema poseban zakon za tekstilni otpad. Zakonodavstvo o upravljanju otpadom zasniva se na Zakonu br. 04/L-060 o Otpadu koji je usvojen od strane Skupštine Republike Kosova 2012 godine, kao i izmenama i dopunama zakona u 2022 i 2024. Takođe, postoje Administrativna Uputstva za upravljanje otpadom, u zavisnosti od njegove vrste, koja definišu odgovornosti vlasnika otpada, ali ne postoji posebno administrativno uputstvo za tekstilni otpad.

*Nijedna od anketiranih preduzeća nije prijavila planove za investiranje u primeni tehnologije za tretiranje otpada.*

### 3.1 STRATEGIJE I PODSTICAJI VLADE

Industrija tekstila na Kosovu i dalje se suočava sa nedostatkom institucionalne podrške. Studija (USAID, 2020) naglašava nedostatak institucionalne podrške za industriju tekstila. Oko 80 odsto anketiranih preduzeća naglašavaju da nemaju institucionalnu podršku, dok je 13 odsto od njih navelo sporadičnu podršku. Ukoliko bi institucionalni resursi bili dostupni, preduzeća bi fokusirala investicije na:

- Ažuriranje tehnologije (39%)
- Zapošljavanje kvalifikovanih radnika iz inostranstva (57%)
- Nabavku sirovina (4%).

Pored toga, preduzeća se uglavnom oslanjaju na bankarske kredite za rast, ali se suočavaju sa izazovima zbog visokih kamatnih stopa i ograničenog pristupa investicionom kapitalu.

Strategije Kosova prema Industrijskoj Politici su usmerene ka:

1. Podsticanju inovacija i digitalizacije unutar proizvodnje.
2. Smanjenju industrijskog trgovinskog deficita promovisanjem domaće proizvodnje i diverzifikacijom izvoza.
3. Rešavanju ekoloških pitanja podržavanjem usvajanja zelenih tehnologija i unapređenjem procesa reciklaže i ponovne upotrebe.
4. Stvaranju ekoloških industrijskih parkova i pružanju finansijskih mehanizama poput olakšica za izvoz kako bi se podržala preduzeća orijentisana ka izvozu (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Prioritetni sektori identifikovani za stratešku podršku uključuju tekstil, pored ostalih sektora proizvodnih preduzeća (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Tokom poslednjih godina preduzeti su konkretni koraci ka razvoju održivije i cirkularne ekonomije. Prvo, kroz projekat **„Održive Opštinske Usluge“** (2017–2023), koji je sproveo GIZ, nastojalo se da se poboljšaju opštinske usluge upravljanja otpadom, sa fokusom na proširenje pokrivenosti uslugama i eliminaciju ilegalnih deponija (GIZ, 2024).

Ove inicijative su praćene usvajanjem Integrisane **Strategije za Upravljanje Otpadom 2021–2030**, koja je po prvi put uključila jasne ciljeve za razvoj cirkularne ekonomije na nacionalnom nivou, prateći usklađenost sa naporima Evropske Unije (Qeveria e Republikës së Kosovës, 2021).

Takođe, **Projekat „SERIC“** (2022–2024), podržan od strane Kancelarije Evropske Unije na Kosovu i sproveden od strane organizacije **„Rilindja Gjellbër“**, bivši Let's do it Peja, je inicijativa koja podržava razvoj socijalnog preduzetništva u opštini Peć kroz primenu koncepata cirkularne ekonomije. Projekat ima za cilj povećanje zaposlenosti marginalizovanih grupa, posebno žena i mladih. Jedna od glavnih aktivnosti projekta je prikupljanje i prerada tekstilnih materijala i odeće, čime se doprinosi smanjenju tekstilnog otpada i promovisanju ponovne upotrebe i reciklaže (Seric, 2024).

Dalje, radi jačanja strateškog okvira, izrađen je i usvojen **„Vodič Kosova za Cirkularnu Ekonomiju“ (2023)**, dokument sa smernicama koji identifikuje strateške sektore za razvoj i postavlja temelje za prelazak na održiviju ekonomiju (Zyra e Kryeministrit, 2023).

**Administrativno Uputstvo za Ambalažni Otpad (2023)** ima za cilj smanjenje upotrebe plastike i uspostavljanje sistema povratne naknade za ambalažu pića (Qeveria e Republikës së Kosovës, 2023). Za podršku sprovođenju ovih politika, pokrenut je regionalni projekat **„EU4Green“** (od 2023. nadalje), inicijativa finansirana od strane EU i koordinisana od strane Kancelarije Premijera, koja ima za cilj jačanje sektora reciklaže na Kosovu, pružajući tehničku i finansijsku podršku relevantnim preduzećima i institucijama (EU4Green, 2023).

U međuvremenu, izrađena je i nova **Strategija za Upravljanje Otpadom 2024–2035**, koja značajno proširuje sadržaj prethodnog dokumenta i predviđa velika ulaganja u infrastrukturu za reciklažu, smanjenje otpada koji završava na deponijama i ostvarivanje ambicioznih ciljeva u reciklaži (Ministria e Mjedisit e Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës, 2025).

Još jedan značajan korak je početak projekta **„Cirkularni Urbani Razvoj – Kosovo4Green“ (2024–2027)**, koji sprovodi GIZ, a koji podržava praktičnu primenu cirkularne ekonomije i priprema teren za uključivanje različitih frakcija otpada, uključujući i tekstil (Swiss Confederation, 2024).

Trenutno je u izradi Novi Zakon o Otpadu (2024–2025), koji će uspostaviti čvrstu pravnu osnovu za sprovođenje održivih mehanizama kao što su **Proširena Odgovornost Proizvođača (EPR)** i **Sistem za Povraćaj Depozita (DRS)**, koji se u budućnosti mogu primeniti i na tekstil.

U okviru ovih dešavanja, planirano je i **pilotiranje sistema za povraćaj depozita**, koje bi trebalo da započne 2025 godine i traje 18 meseci, kroz koji će građani biti nagrađeni za vraćanje materijala za reciklažu u trgovačke centre (Qeveria e Republikës së Kosovës, 2021).

Ove inicijative predstavljaju čvrstu osnovu za izgradnju funkcionalne cirkularne ekonomije na Kosovu i stvaraju realne mogućnosti za strukturiranje uključivanje tekstilnog sektora u tom pravcu.

### 3.2 MEĐUNARODNI SPORAZUMI I STANDARDI

Sporazum o Stabilizaciji i Pridruživanju (SSP) sa Evropskom Unijom je od suštinskog značaja, jer nudi preferencijalna trgovinska pravila i smernice za usklađivanje sa standardima. Prilagođavanje Kosova (European Commission, 2020) CEFTA-i i drugim regionalnim sporazumima takođe pruža okvir za smanjenje trgovinskih barijera i jačanje regionalne saradnje (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

U tom pravcu treba istaći i značaj Sofijske Deklaracije za Zapadni Balkan (2020), koja jasno naglašava posvećenost zemalja regiona, uključujući Kosovo, da sprovedu cirkularnu ekonomiju kao deo Zelene Agende za Zapadni Balkan. Ovaj sporazum zahteva od zemalja da preduzmu konkretne korake u upravljanju otpadom, efikasnijem korišćenju resursa i promociji praksi reciklaže i ponovne upotrebe, uključujući i sektor tekstila (The Regional Cooperation Council, 2020).

Ipak, Kosovo još uvek nema razvijene nacionalne politike i standarde usklađene sa ključnim dokumentima Evropske Unije za cirkularnu ekonomiju, naročito onima koji se odnose na sektor tekstila i upravljanje tekstilnim otpadom. Ograničeno uključivanje u programe reciklaže i proširene odgovornosti proizvođača (EPR) ostavlja zemlju iza u poređenju sa napretkom koji beleži EU.

*Razvoj i sprovođenje nacionalnih politika koje su u skladu sa zakonodavstvom EU je imperativ da bi se omogućio prelazak Kosova na cirkularnu ekonomiju, gde su proizvodi dizajnirani za dugovečnost, promovišu reciklažu, a otpad se tretira kao novi resurs.*

Akcioni plan EU za Cirkularnu Ekonomiju (European Commission, 2020) i Strategija za Održivi i Cirkularni Tekstil (European Commission, 2022) nude jasne okvire za održivi dizajn, reciklažu i smanjenje otpada. Okvirna Direktiva o Otpadu (WFD) propisuje da od 2025 godine, države članice EU moraju da uspostave sisteme za odvojeno prikupljanje upotrebljenog tekstila (European Commission, 2023). Takođe, revizija Okvirne Direktive o Otpadu (European Commission, 2023), koja uključuje obavezne EPR šeme za tekstil, i Uredba o Izvozu Otpada (European Commission, 2021) koja ograničava izvoz otpada van EU, dokumenti su koje bi zemlje poput Kosova trebalo da usklade sa svojim zakonodavstvom kako bi osigurale usklađenost i uspešnu integraciju u evropsko tržište. Evropska Komisija je predložila harmonizaciju propisa o proširenoj odgovornosti proizvođača (EPR) za tekstil. Ova inicijativa ima za cilj stvaranje ekonomije usmerene na prikupljanje, sortiranje, ponovnu upotrebu i reciklažu tekstila, uz osiguranje da proizvodi budu dizajnirani imajući u vidu cirkularnost (European Commission, 2023).

Nedostatak ovih standarda ne predstavlja samo prepreku za pristup međunarodnim tržištima, već i izazov za održivi industrijski razvoj zemlje.

#### 4. EKONOMSKI PROFIL TEKSTILNE INDUSTRIJE

Industrija tekstila na Kosovu predstavlja značajan sektor u ekonomskom razvoju i zapošljavanju u zemlji. Ovo poglavlje nudi analizu strukture sektora kroz kategorizaciju preduzeća i njihov uticaj na tržište rada. Podaci za ovaj deo preuzeti su iz (Open Data Kosovo, 2023), gde su podaci ažurirani samo do juna 2023 godine. U analizu su uključena sva preduzeća koja su registrovala barem jednu od sledećih aktivnosti, koje predstavljaju glavne karike u lancu vrednosti u tekstilnoj industriji:

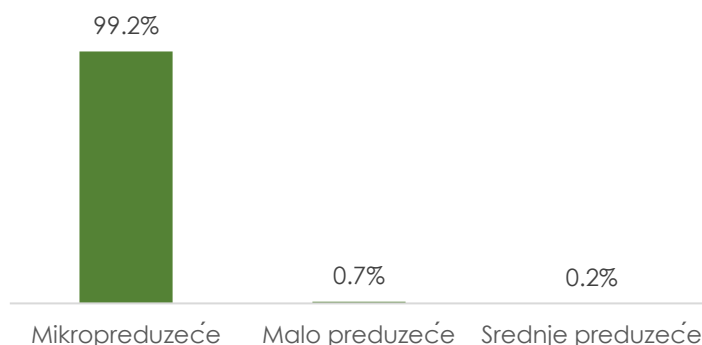
- Maloprodaja odeće u specijalizovanim prodavnicama.
- Proizvodnja spoljne odeće.
- Veleprodaja tekstila.
- Proizvodnja druge odeće
- Pranje (hemijsko čišćenje) i sušenje tekstila i proizvoda od krzna.
- Veleprodaja odeće i obuće.
- Proizvodnja druge i dodatne odeće (rukavice, kape, šalovi itd.).
- Završni procesi prerade tekstila.
- Posredničke aktivnosti u prodaji tekstila, odeće, krzna, obuće i predmeta od kože.
- Posredničke aktivnosti u prodaji poljoprivrednih sirovina, živih životinja, sirovina za tekstil i polugotovih proizvoda.
- Maloprodaja tekstila, odeće i obuće na tezgama i pijacama.
- Proizvodnja konfekcioniranih tekstilnih proizvoda, osim odeće.
- Tkanje tekstila.
- Proizvodnja druge tehničke i industrijske odeće.
- Veleprodaja mašina za industriju i mašina za šivenje i pletenje.
- Proizvodnja predmeta od krzna.
- Proizvodnja mašina za proizvodnju odeće i kože.

Za procenu međunarodne trgovinske aktivnosti sektora, analizirani su podaci obezbeđeni od strane Carine Kosova za 2024 godinu (Dogana e Kosovës, 2024). Analiza obuhvata uvoz i izvoz 330

tarifnih kodova, koji obuhvataju različite proizvode tekstilne industrije i koji su za potrebe analize klasifikovani kao odeća, aksesoari i kućni tekstil. Ovi podaci pomažu u razumevanju obima trgovinskog prometa i uticaja sektora na nacionalnu ekonomiju.

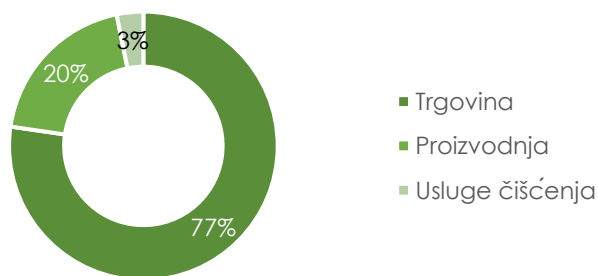
#### 4.1 KATEGORIZACIJA PREDUZEĆA

Prema (Open Data Kosovo, 2023), tekstilni sektor obuhvata **4519 aktivnih preduzeća**, od kojih je 99,2 odsto mikropreduzeća (manje od 10 zaposlenih). Mala preduzeća čine 0,7 odsto, dok srednja preduzeća samo 0,2 odsto. Većina preduzeća se bavi maloprodajom tekstila kao glavnom delatnošću (63,6%) i veleprodajom (13,9%), dok preostalih 22,5 odsto ima druge glavne delatnosti, kao što su proizvodnja, posredničke aktivnosti, tkanje tekstila, hemijsko čišćenje i slične usluge.



Slika 1. Preduzeća u tekstilnoj industriji prema kategoriji

Tekstilna industrija na Kosovu je pod dominacijom trgovine, koja čini 77,3% preduzeća. Samo 19,5% njih bavi se proizvodnjom, što odražava ograničene proizvodne kapacitete i zavisnost od gotovih proizvoda. U međuvremenu, 3,2% preduzeća je uključeno u usluge čišćenja, što predstavlja mali deo sektora. Ova struktura naglašava potrebu za većim investicijama u proizvodnju kako bi se povećala dodata vrednost unutar zemlje.



Slika 2. Preduzeća u tekstilnoj industriji prema vrsti aktivnosti

## 4.2 ZAPOŠLJAVANJE

Prema podacima (Open Data Kosovo, 2023), sektor tekstilne industrije ukupno zapošljava 7.181 registrovanog radnika, od čega 28,8 odsto radi u opštini Priština, 11,6 odsto u opštini Đakovica, dok 9,8 odsto u opštini Prizren.

**Tabela 1. Broj radnika u tekstilnom sektoru po opštinama**

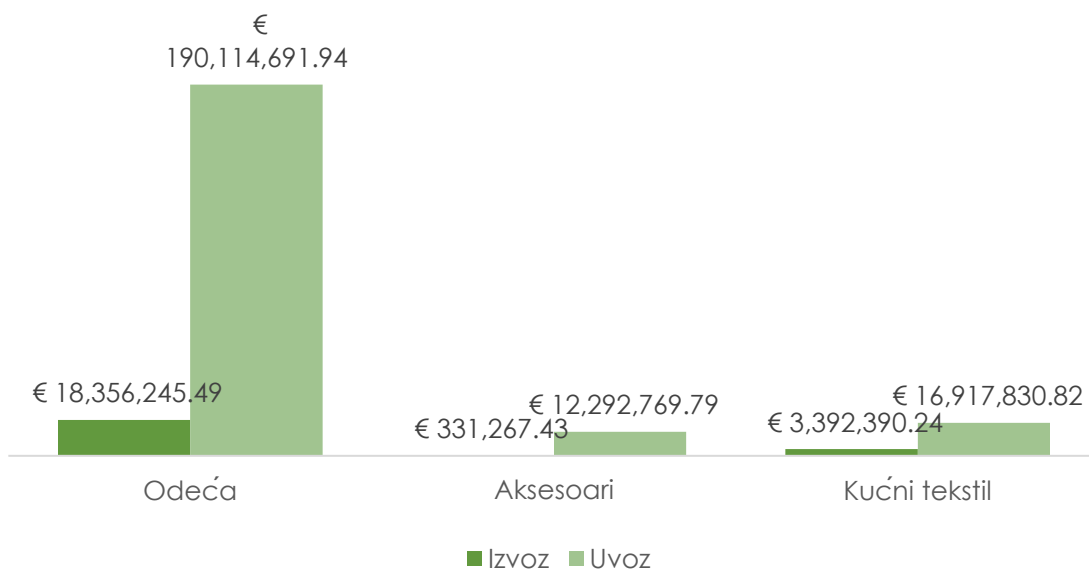
Opština	Procenat po radniku
Priština	28.8%
Đakovica	11.6%
Prizren	9.8%
Uroševac	8.4%
Gnjilane	7.1%
Peć	5.5%
Mitrovica	3.5%
Podujevo	3.3%
Kosovo Polje	3.0%
Vučitrn	1.8%
Gračanica	1.5%
Vitine	1.5%
Lipjan	1.4%
Orahovac	1.3%
Mališevo	1.1%
Klina	1.0%
Srbica	1.0%
Dečane	0.7%
Kamenica	0.7%
Istok	0.6%
Kačanik	0.6%
Obilić	0.6%
Štimlje	0.6%
Dragaš	0.4%
Štrpce	0.3%
Leposavić	0.2%
Mamuša	0.2%
Elez Han	0.1%
Junik	0.1%
Klokot	0.1%
Novobrdo	0.0%
Zvečane	0.0%
Nepoznato	3.3%

Što se tiče aktivnosti preduzeća, oko 60,9% ovih radnika radi u preduzećima čija je glavna delatnost maloprodaja.

### 4.3 UVOZ I IZVOZ

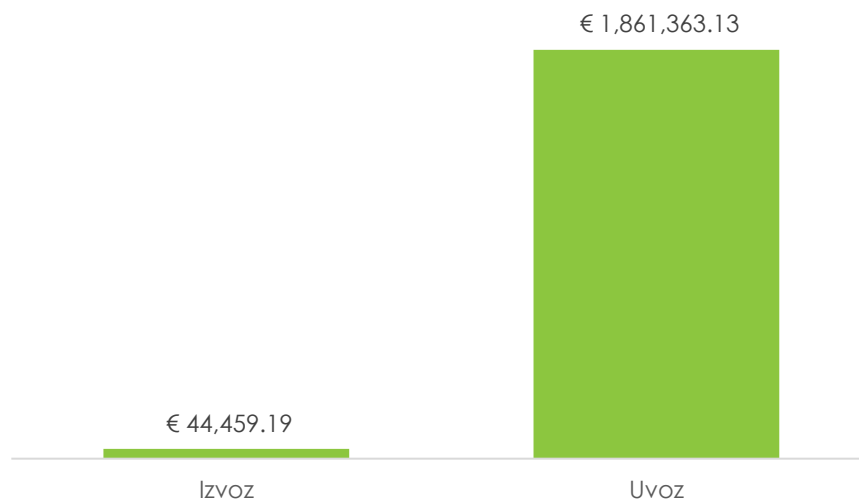
Podaci prikazani u nastavku preuzeti su od Carine Kosova i odnose se na 2024 godinu. Analiza je fokusirana na promet roba u sektoru tekstila, uključujući kategorije kao što su odeća, aksesoari i kućni tekstil. Cilj je da se prikaže jasna slika o strukturi uvoza i izvoza, zasnovana na novčanoj vrednosti i fizičkoj količini robe izraženoj u kilogramima (kg), kao i na raspodeli po partnerskim državama. Ovaj fokus na promet pomaže u razumevanju izvora potencijala tekstilnog otpada u Kosovu.

Analiza ukupne vrednosti robe kategorizovane kao odeća, aksesoari i kućni tekstil pokazuje izraženu dominaciju uvoza u odnosu na izvoz u svim segmentima. Konkretno, odeća čini najveći deo uvoza, sa vrednošću od oko 190 miliona evra, dok je izvoz u ovoj kategoriji samo oko 18,36 miliona evra. Čak i u kategoriji aksesoara, uvoz je znatno veći, sa preko 12,29 miliona evra, u poređenju sa izvozom od samo 331 hiljade evra. Što se tiče kućnog tekstila, iako je razlika manja, uvoz od oko 16,92 miliona evra značajno premašuje izvoz od 3,39 miliona evra. Ova neravnoteža u trgovini odražava visoku zavisnost od stranih proizvoda, koji nakon upotrebe doprinose velikim količinama otpada, naročito usled nedostatka funkcionalnih mehanizama reciklaže u zemlji.



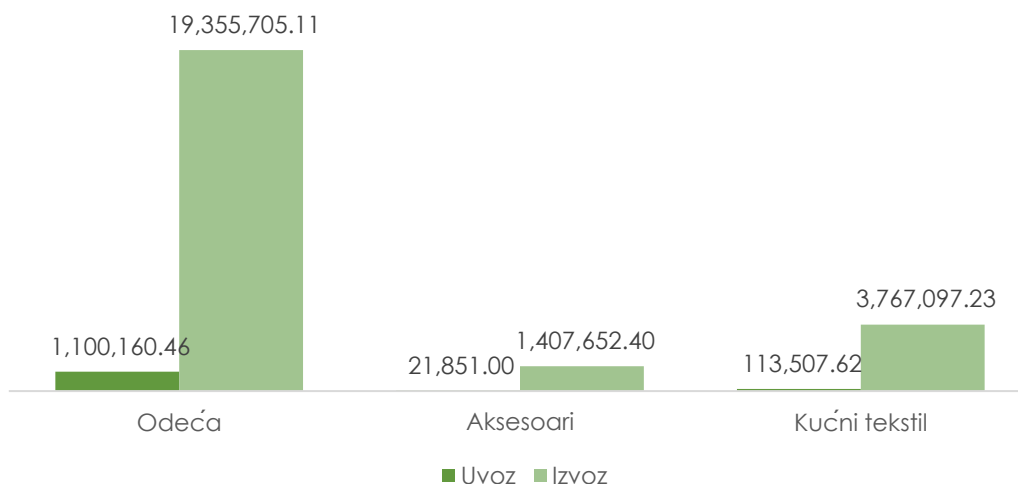
Slika 3. Vrednost robe po kategorijama za 2024 godinu

Posebno je analizirana i vrednost robe za polovnu odeću, gde je uvoz sa vrednošću od oko 1,9 miliona evra bio znatno veći od izvoza koji je iznosio samo oko 44 hiljade evra.



**Slika 4. Vrednost polovne robe za godinu 2024.**

Primećuje se da uvoz ne samo da ima veću novčanu vrednost, već i veću fizičku količinu, što ukazuje na jasnu dominaciju stranih proizvoda na domaćem tržištu. Ova velika fizička količina značajno doprinosi povećanju količine tekstilnog otpada, stvarajući velike izazove za njegovo upravljanje, prikupljanje i preradu na lokalnom nivou. Na primer, kod kategorije odeće, uvoz dostiže oko 19,36 miliona kilograma, što odgovara vrednosti od preko 190 miliona evra prikazanoj na prvom grafikonu. Slična korelacija primećena je i kod aksesoara i kućnog tekstila, potvrđujući da je negativan trgovinski bilans Kosova u ovom sektoru prisutan kako u količinskom, tako i u finansijskom smislu. Ovo preopterećenje stranim proizvodima, bez strategija za reciklažu ili produženje životnog veka proizvoda, stvara veliki pritisak na životnu sredinu.

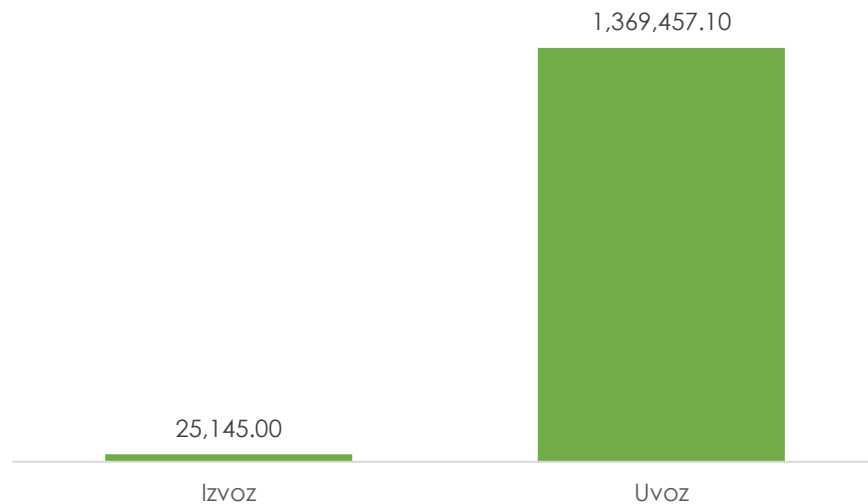


**Slika 5. Količina robe po kategorijama za godinu 2024**

Podaci pokazuju da je Kosovo u 2024 godini uvozila **oko 24,5 miliona kilograma tekstila**, a izvezila samo **oko 1,2 miliona kilograma**, što rezultira **suficitom od preko 23,2 miliona kilograma tekstila koji ostaju u zemlji**.

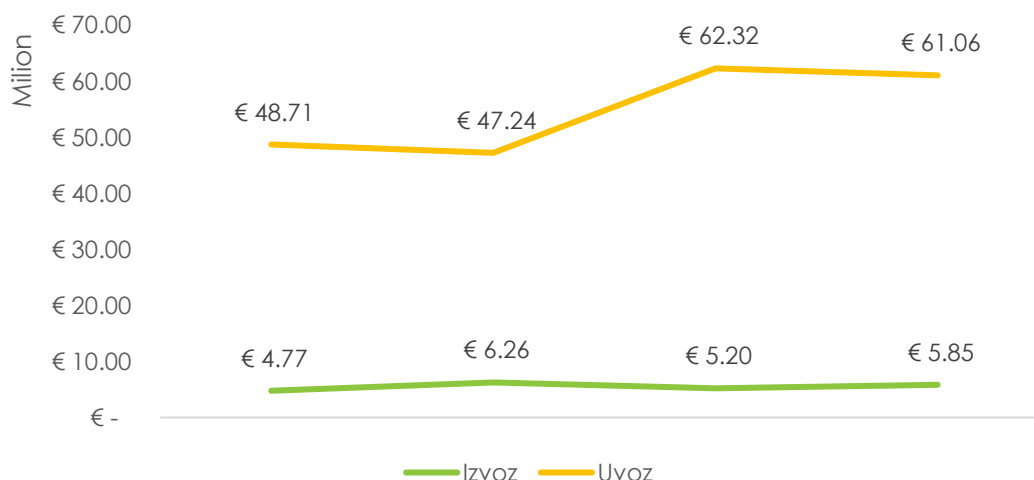
Veći deo ovog negativnog bilansa dolazi od odeće, koja čini približno 77% ukupne količine koja ostaje na Kosovu. Ovaj veliki priliv tekstila koji ulazi, a ne izlazi iz zemlje, predstavlja direktan pokazatelj potencijalne količine tekstilnog otpada, naročito kada se uzme u obzir nedostatak adekvatnih sistema za reciklažu i ponovnu upotrebu.

Ako dalje analiziramo, polovnu odeću tokom 2024 godine izvezeno je oko 25 hiljada kilograma, dok je uvezeno preko 1,3 miliona kilograma. Ova duboka disproporcija jasno pokazuje da polovna odeću nije uključena u potpuni cirkularni ciklus, već najčešće završava kao otpad, doprinoseći zagađenju i nepotrebnoj potrošnji prostora za odlaganje.



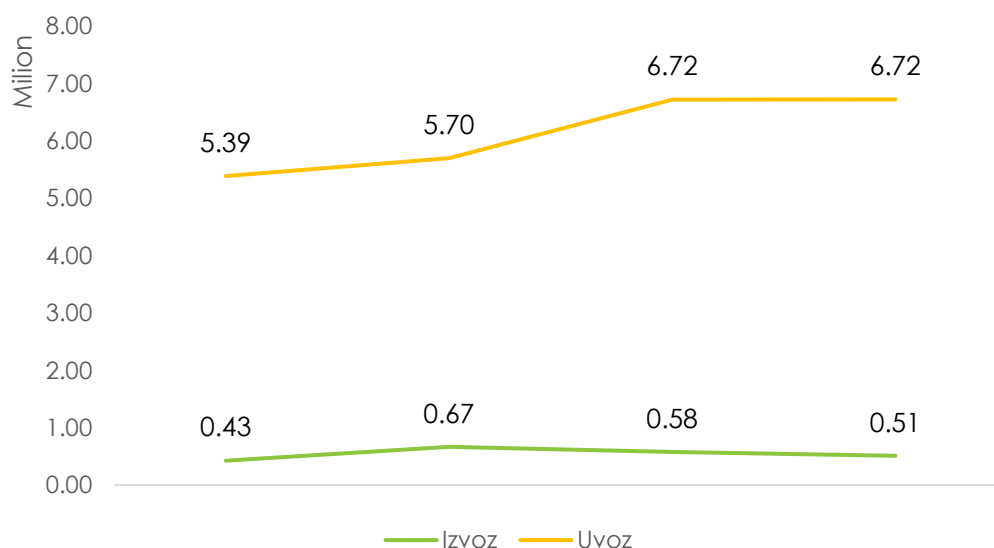
**Slika 6. Količina polovne odeće za godinu 2024**

Tokom 2024 primećuje se značajna disproporcija između izvoza i uvoza u svakom kvartalu. Uvoz je konstantno veći, sa vrhuncem u trećem kvartalu, kada prelazi 62 miliona evra, dok izvoz ostaje na znatno nižim nivoima, od 4,7 do 6,2 miliona evra. Uprkos nekim fluktuacijama, trgovinski deficit ostaje prisutan tokom cele godine.



**Slika 7. Vrednost robe po mesecima za 2024 godinu**

Ovaj trend vrednosti robe se poklapa sa količinom, što pokazuje da rast u vrednosti uvoza i izvoza prati i povećanje količina. Tokom 2024 godine, uvoz u količini je postepeno rastao sa 5,39 miliona kg u prvom kvartalu na 6,72 miliona kg u četvrtom kvartalu, što odražava povećanu potražnju za stranim proizvodima. Izvoz, međutim, ostao je na niskim nivoima, sa blagim povećanjem u drugom kvartalu (667 hiljada kg) i kontinuiranim padom nakon toga. Kako uvoz nastavlja da raste, a izvoz stagnira, ova situacija pojačava negativan ekološki ciklus, gde otpad od stranih proizvoda ne ulazi u cirkulaciju, već se gomila kao otpad.

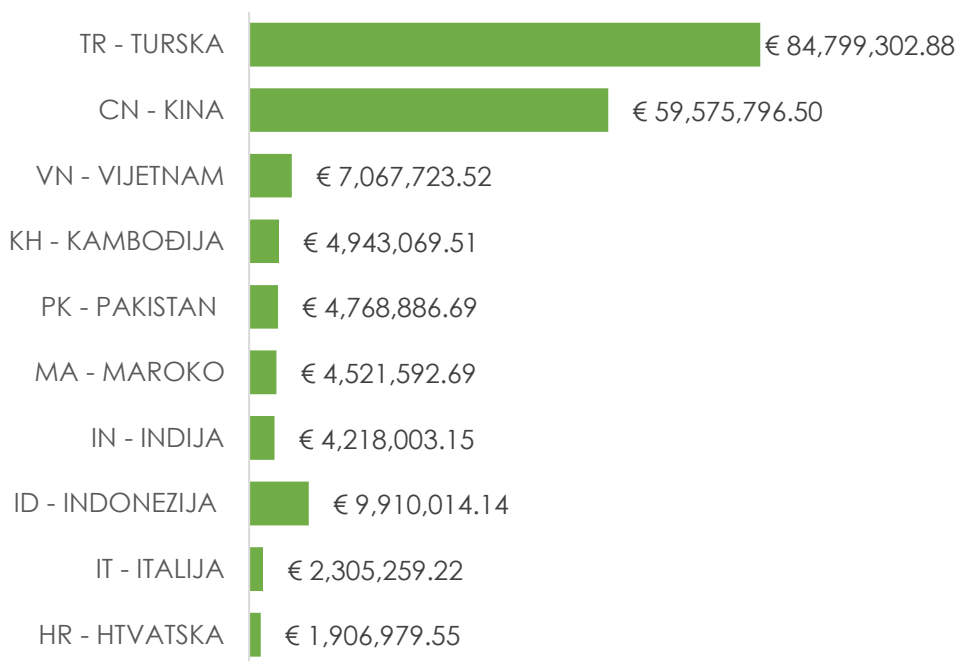


**Slika 8. Količina robe po mesecima za 2024 godinu**

U nastavku su analizirane 10 zemalja sa najvećim vrednostima uvoza. Glavni trgovinski partneri za uvoz bili su Turska, sa ukupnom vrednošću od 84.799.302,88 evra, i Kina, sa 59.575.796,50 evra, znatno iznad ostalih zemalja. S obzirom da veliki deo materijala uvezenih iz ovih zemalja uključuje

proizvode sa ograničenim rokom trajanja, to povećava potencijal za stvaranje nestabilnog i teško reciklirajućeg otpada u Kosovu.

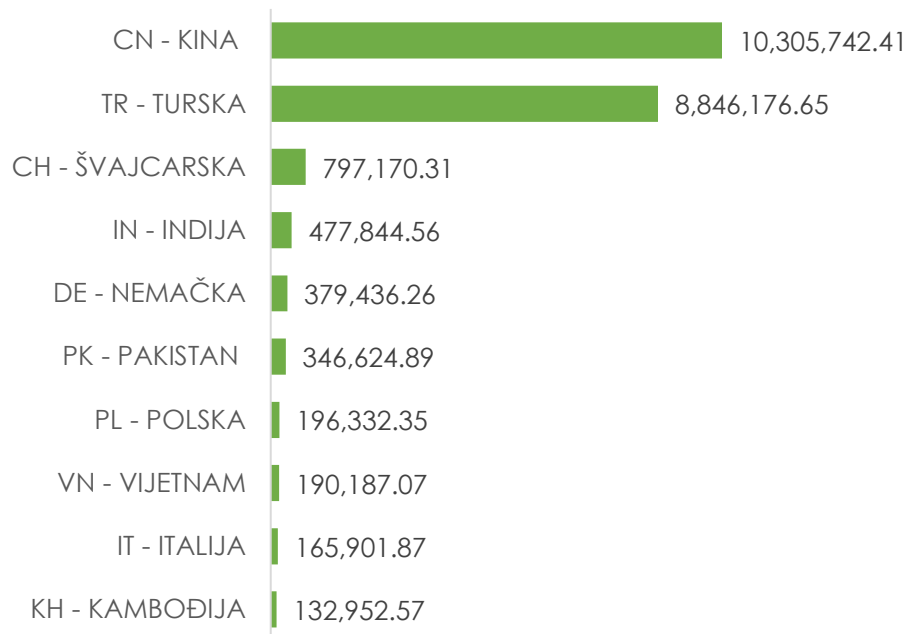
Među zemljama sa nižim vrednostima uvoza su Vijetnam (7,06 miliona evra), Kambodža, Pakistan, Maroko i Indija, sa uvozom koji varira od oko 4,2 do 5 miliona evra. Ispod njih slede Indonezija, Italija i Hrvatska, sa vrednostima do 1,9 miliona evra.



**Slika 9. Vrednost uvozne robe po državama za 2024 godinu**

Struktura uvoza varira u zavisnosti od prirode robe. U 2024 količina uvezene robe izražena u kilogramima ne poklapa se potpuno sa njenom vrednošću. Kina i Turska ostaju dva glavna dobavljača, kako po količini, tako i po vrednosti, što ukazuje na direktnu povezanost između ova dva pokazatelja.

Istovremeno, zemlje kao što su Švajcarska, Indija i Nemačka imaju velike količine uvoza, ali nisu na vrhu liste po vrednosti, što sugerise da se uvoze proizvodi sa nižim cenama po jedinici. Uvoz robe sa niskim cenama, koja često ima diskutabilan kvalitet, povećava rizik od brzog korišćenja i rasta količine otpada koji je teško reciklirati.



**Slika 10. Količina uvoza robe po zemljama za 2024 godinu**

Ovi podaci jasno pokazuju dominaciju uvoza nad izvozom, kako u količinskom, tako i u finansijskom pogledu, tokom 2024 godine. Ova neravnoteža je vidljiva u svim glavnim kategorijama robe i u većini trgovinskih odnosa sa međunarodnim partnerima. Neslaganja između količine i vrednosti robe ukazuju na razlike u strukturi i prirodi trgovinskih proizvoda, naglašavajući potrebu za politikama koje podstiču proizvodnju i izvoz proizvoda sa dodatom vrednošću.

U kontekstu cirkularne ekonomije, ova situacija ističe neophodnost da Kosovo razvije kapacitete za preradu, reciklažu i ponovnu upotrebu uvoznog tekstila, kako bi se minimizirao ekološki uticaj, povećala dodata vrednost unutar zemlje i potencijalno povećao izvoz.

#### 4.4 EKOLOŠKO RAZMATRANJE

Sektor proizvodnje je značajan potrošač energije i izvor zagađenja životne sredine. Međutim, preduzimaju se inicijative za povećanje energetske efikasnosti, sa godišnjim poboljšanjima u intenzitetu emisije CO<sub>2</sub> i posebnim naglaskom na prelazak na modele proizvodnje sa niskim ugljeničnim otiskom (Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë, 2023).

Ovi napori su važni za sektor tekstila, jer proizvodnja novih materijala i prerada tekstila zahtevaju značajne količine energije i uzrokuju velike emisije ugljenika. Povećanje energetske efikasnosti ne samo da pomaže u smanjenju operativnih troškova, već i doprinosi smanjenju negativnog uticaja na životnu sredinu, podržavajući ciljeve cirkularne ekonomije i klimatske održivosti.

Da bi se suočile sa konkurencijom, preduzeća daju prioritet niskim cenama (31%), dizajnu

proizvoda (32%) i marketinškim naporima (21%). Međutim, unapređenje kvaliteta proizvoda (16%) ostaje nedovoljno korišćena strategija (Hana Gashi, 2019).

Nizak fokus na kvalitet utiče i na životnu sredinu, jer proizvodi sa kraćim životnim vekom povećavaju potražnju za novom proizvodnjom i doprinose povećanju količine tekstilnog otpada. Izgradnja strategija koje favorizuju kvalitet i dugotrajnost proizvoda mogla bi doprineti smanjenju zagađenja i jačanju cirkulacije materijala u sektoru.

## 5. CIRKULARNA EKONOMIJA

**Cirkularna ekonomija** predstavlja ekonomski model koji ima za cilj smanjenje otpada i maksimizaciju korišćenja resursa kroz zatvorene cikluse. Ovaj koncept je suprotan linearnom modelu „uzmi-koristi-baci“, promovišući strategije ponovne upotrebe, reciklaže i regeneracije materijala i proizvoda (Martin Geissdoerfer, 2017). Cirkularna ekonomija se zasniva na tri osnovna principa:

- Eliminacija otpada i zagađenja: Sprečavanje nastanka otpada dizajniranjem efikasnih proizvoda i procesa.
- Održavanje proizvoda i materijala u upotrebi: Promovisanje ponovne upotrebe, popravke i reciklaže.
- Regeneracija prirodnih sistema: Korišćenje materijala koji se mogu prirodno obnoviti (Ellen MacArthur Foundation, 2013).

Ovaj model nudi brojne koristi u različitim aspektima. Ekonomski, doprinosi smanjenju troškova proizvodnje povećanjem efikasnosti u korišćenju resursa i smanjenjem zavisnosti od sirovina. Sa ekološke strane, pomaže u smanjenju zagađenja i potrošnje energije produžavanjem životnog veka proizvoda i minimizacijom otpada. Sa društvene tačke gledišta, cirkularna ekonomija stvara nove mogućnosti za zapošljavanje, naročito u sektorima popravke, reciklaže i održivih inovacija (Ellen Macarthur Foundation, 2015).

Međutim, uprkos velikim koristima, implementacija cirkularne ekonomije suočava se sa nekoliko izazova. Prvo, tehnološka ograničenja otežavaju reciklažu određenih materijala, posebno onih mešanih ili složenog sastava. Drugo, nedostatak jasnog i podržavajućeg pravnog okvira u mnogim zemljama onemogućava razvoj efikasnih strategija cirkularne ekonomije. Na kraju, ponašanje potrošača predstavlja stalni izazov, gde nedostatak edukacije i svesti o održivoj potrošnji često usporava proces tranzicije (Julian Kirchherr, 2017).

Primeri prakse ovog modela već je prisutan u globalnoj industriji. Poznata mreža za kupovinu i prodaju nameštaja i kućnog tekstila sprovela je strategije popravke i povraćaja svojih proizvoda, promovišući održivi model potrošnje. Istovremeno, Renault koristi reciklirane delove u proizvodnji vozila i uložio je u centre za preradu i obnovu auto komponenti (Stahel, 2016).

Industrija tekstila nudi nekoliko uspešnih primera primene principa cirkularne ekonomije kroz međusektorsku saradnju. Dva vodeća međunarodna modna lanca sa velikom prodajnom vrednošću zajednički su sprovela studiju za povećanje recikliranja tekstila, identifikujući i eliminišući

štetne hemikalije, doprinoseći tako zatvaranju ciklusa za tekstil i promovisanju održivih praksi u globalnoj modi (Inter IKEA newsroom, 2019). Još jedna inovativna inicijativa dolazi od holandske kompanije specijalizovane za iznajmljivanje odeće, koja je implementirala jedinstveni model iznajmljivanja džinsa: klijenti mogu iznajmiti par džinsa na određeni period, a zatim ih vratiti za reciklažu, promovišući cirkularni model potrošnje i smanjujući otpad (MUD Jeans, 2013).

Još jedna uspešna praksa je kompanija iz Los Anđelesa koja proizvodi odeću i aksesoare, a koristi korišćeni tekstil za kreiranje novih proizvoda kroz ponovnu upotrebu i upcycling, značajno smanjujući tekstilni otpad (Suay Sew Shop, 2017). Takođe, španska kompanija specijalizovana za proizvodnju recikliranih pamučnih vlakana koristi mehaničke procese za smanjenje zavisnosti od sirovih materijala i smanjenje ekološkog uticaja industrije (Recover Textile Systems, 2020). Ovi konkretni primeri pokazuju da cirkularna ekonomija nije samo primenjiva u tekstilnoj industriji, već donosi i vidljive ekonomske, ekološke i društvene benefite.

U Kosovu, primena principa cirkularne ekonomije u tekstilnoj industriji je još uvek u ranoj i fragmentiranoj fazi, sa nedostatkom dobro strukturiranih pristupa i nedostatkom posvećenih politika za ovaj sektor. Zbog nedostatka širokih institucionalnih inicijativa, cirkularne prakse u tekstilnoj industriji su izolovane, vođene od strane nekoliko nevladinih organizacija i malih preduzeća angažovanih u projektima ponovne upotrebe ili zanatske reciklaže tekstila, često uz podršku međunarodnih donatora. Međutim, ove prakse još ne predstavljaju konsolidovani sistem koji bi mogao značajno uticati na postojeću strukturu lanaca snabdevanja ili upravljanja otpadom u industriji (WeBalkans.eu, 2021).

## 6. IZAZOVI U SEKTORU TEKSTILA

Sektor tekstila na Kosovu suočava se sa nizom strukturnih i razvojnih izazova koji utiču na njegov rast i konkurentnost. U nastavku su predstavljeni neki od glavnih identifikovanih izazova:

- Oslanjanje na proizvodnju niske vrednosti dodatno ograničava konkurentnost.
- Ograničen pristup finansiranju i tehnološkim resursima za mala preduzeća.
- Pritisci za usklađivanje sa ekološkim zahtevima zahtevaju značajna ulaganja u nove tehnologije.
- Strateški menadžment: Implementacija sveobuhvatnih strategija, uključujući SWOT i PEST analize, može pomoći preduzećima da identifikuju mogućnosti za rast i smanje rizike. (Hana Gashi, 2019).
- Pozicioniranje na tržištu: Kompanije su izrazile spremnost (61%) za međunarodnu saradnju, ukazujući na potencijal za globalnu integraciju. (Hana Gashi, 2019).
- Prioritizacija ulaganja: uz institucionalnu podršku, fokus na tehnologiju i kvalifikovane radnike može unaprediti produktivnost i konkurentnost. (Hana Gashi, 2019).

Sektor se suočava sa jakom konkurencijom od strane neformalne ekonomije, koja snižava cene i na taj način potkopava formalna preduzeća. Finansijska ograničenja predstavljaju glavnu prepreku, sa prosečnom kamatnom stopom za nove kredite od 11,7%, što ograničava sposobnost malih preduzeća za modernizaciju (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014). Nedostatak radne

snage je još jedan kritični problem, pri čemu preduzeća ističu manjak specijalizovanih veština kao što su upravljanje proizvodnjom, kontrola kvaliteta i drugi specifični poslovi vezani za tekstil. Ovi izazovi su pogoršani nedostatkom adekvatnih profesionalnih obuka, što mnoge firme primorava da se oslanjaju na razvoj veština unutar kompanije (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014).

Sektor odevne industrije na Kosovu suočava se sa izazovima u postizanju potpune spremnosti za izvoz. Mnoge firme imaju poteškoće u širenju na međunarodna tržišta zbog ograničenih resursa za učešće na sajmovima i ispunjavanje međunarodnih standarda kvaliteta. Iako su intervencije USAID-a unapredile ove aspekte, potrebna je dodatna podrška za obezbeđivanje dugoročnog uspeha. Takođe, razvoj radne snage ostaje izazov, jer mnoge kompanije traže pomoć u obuci zaposlenih da ispune proizvodne zahteve. (USAID, 2020).

Uprkos ovim izazovima, postoje značajne prilike za sektor. Osnivanje KAMA obezbedilo je jedinstven glas za industriju, omogućavajući firmama da se zalažu za bolje politike i sarađuju na strategijama izvoza. Grantovi koje je obezbedio USAID omogućili su firmama da investiraju u novu opremu i odaberu proizvodne linije, čineći ih konkurentnijim na međunarodnom tržištu. Uz dodatnu podršku, odevne firme na Kosovu mogu iskoristiti svoj strateški položaj i blizinu evropskih tržišta, koja nude logističke prednosti u odnosu na konkurente iz Azije. Uspeh firmi kao što su Menakon i SSPrint pokazuje sposobnost sektora da raste i umnožava se uz odgovarajuće resurse (USAID, 2020).

Ovi strukturni i razvojni izazovi sa kojima se suočava tekstilni sektor na Kosovu direktno utiču na sposobnost preduzeća da primene prakse ponovne upotrebe i reciklaže tekstila. Ograničena institucionalna podrška, nedostatak finansiranja i savremenih tehnologija otežavaju kompanijama ulaganja u opremu i procese koji omogućavaju efikasno prikupljanje, razdvajanje i preradu tekstilnog otpada.

Međutim, primena ovih praksi može pomoći u rešavanju nekih od ovih izazova: smanjenjem troškova proizvodnje, smanjenjem zavisnosti od uvoza i povećanjem vrednosti proizvoda za međunarodna tržišta. Osim toga, one stvaraju nove mogućnosti za zapošljavanje i obuke u oblastima kao što su održivi dizajn i prerada preostalih materijala. Na ovaj način, cirkularna ekonomija ne treba da se posmatra samo kao ekološki model, već i kao razvojna strategija za sektor, koja pomaže u prevazilaženju postojećih prepreka i podstiče dugoročni rast i konkurentnost tekstilne industrije na Kosovu.

## 7. REZULTATI ANKETA SA GRAĐANIMA

U nastavku su predstavljeni rezultati ankete sprovedene sa građanima, sa ciljem da se razumeju njihova mišljenja i stavovi u različitim oblastima. Analizom prikupljenih podataka, cilj je da se identifikuju glavne tendencije i preferencije učesnika, omogućavajući jasniji pregled obrađenih tema.

### 7.1 DEMOGRAFIJA

Demografska analiza učesnika ankete pruža ključne podatke o polu, starosti, obrazovanju i njihovom socio-ekonomskom statusu. Učesnici su uglavnom žene (54.5%), što pokazuje nešto veću

zastupljenost u poređenju sa muškarcima (45.5%). Najzastupljenija starosna grupa je 25–34 godine, a sledi je grupa od 35–44 godine, što sugerise dominaciju pojedinaca radno sposobnog i profesionalno aktivnog uzrasta.

Većina učesnika je u braku (58.8%), dok je oko 37.8 procenata neoženjeno/neudato, a samo veoma mali procenat su razvedeni ili udovci/udovice. Kada je reč o broju članova domaćinstva, većina (68.8%) živi u porodicama sa do 6 članova, dok 18 procenata prijavljuje veće porodice, sa više od 6 članova. U ekonomskom pogledu, kada su u pitanju mesečni porodični prihodi, većina se nalazi u opsegu od 401 do 1200 evra (41.9%).

Učesnici uglavnom žive u urbanim sredinama (55.5%), ali i ruralne oblasti imaju značajno učešće (44.5%). Kada je reč o obrazovnom nivou, skoro polovina učesnika je završila univerzitetsko obrazovanje (48%), dok je manji broj završio srednju školu (21.8%) ili master studije (17.5%). Samo 1.5 procenata ima stepen doktora nauka.

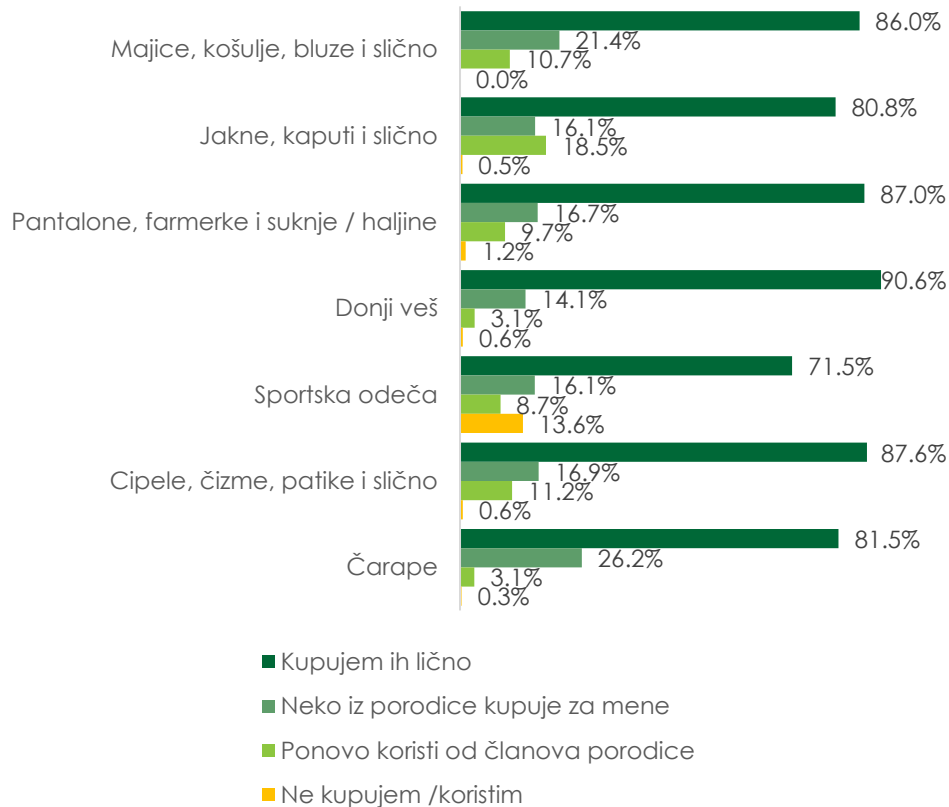
U vezi sa zaposlenjem, većina učesnika je zaposlena u privatnom sektoru (25.8%) i javnom sektoru (23.8%). Značajan deo je nezaposlen i aktivno traži posao (21%) ili su studenti (10.3%). Procenat samozaposlenih i domaćica je niži, odnosno 4.8 procenata i 4.5 procenata.

Većina učesnika ima univerzitetsko obrazovanje (48%), dok je većina zaposlena u privatnom ili javnom sektoru (49.6%), ali značajan deo je i dalje nezaposlen (21%).

## 7.2 SNABDEVANJE SA TEKSTILNIM PROIZVODIMA

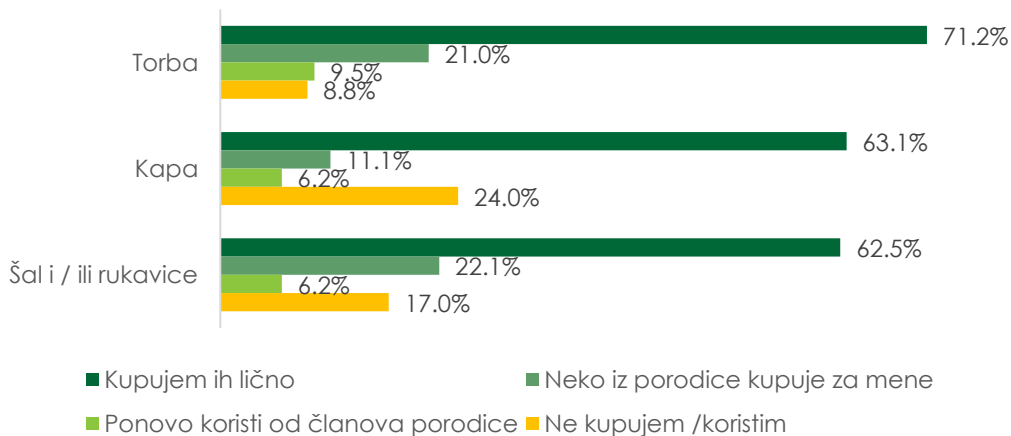
Jedan važan aspekt ove studije bio je način na koji se građani snabdevaju tekstilnim proizvodima. Ovaj odeljak razmatra glavne izvore kupovine, pristup tržištu i faktore koji utiču na odluke potrošača pri izboru mesta i načina kupovine ovih proizvoda.

Na osnovu dobijenih rezultata, anketirani uglavnom sami kupuju svoju odeću, počevši od majica, košulja, dukseva i sličnih (86%), pa sve do čarapa (81,5%). Sportska odeća spada među najmanje korišćene (13,6%).



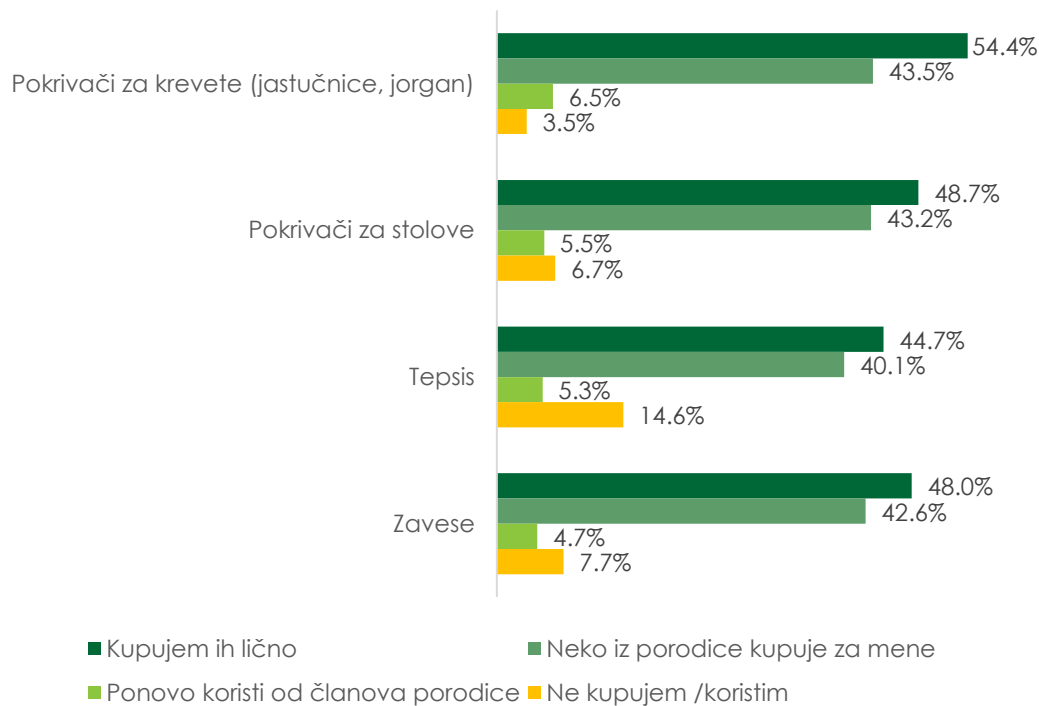
**Slika 11. Kako se snabdevate sledećim tekstilnim proizvodima – odeća? (Višestruki odgovor)**

Većina ljudi lično kupuje torbe (71,2%), kape (63,1%) i šalove/rukavice (62,5%), dok manji broj ih dobija od članova porodice ili ih uopšte ne koristi.



**Slika 12. Kako se snabdevate sa sledećim tekstilnim proizvodima – aksesoari? (Višestruko pitanje)**

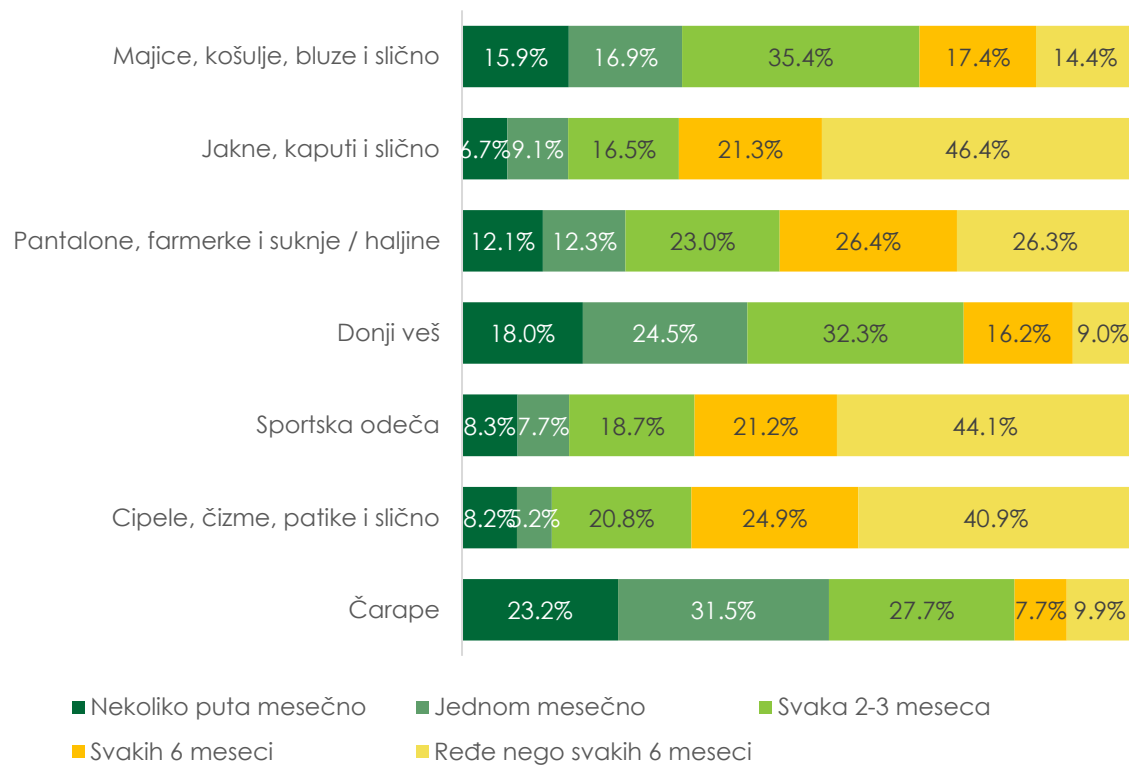
Za kućne tekstilne proizvode, većina anketiranih je izjavila da ih kupuju lično, ali značajan deo je naveo da ih kupuje neko iz porodice, počevši od 40,1% za tepihe do 43,5% za posteljine.



**Slika 13. Kako nabavljate sledeće kućne tekstilne proizvode? (Višestruki odgovor)**

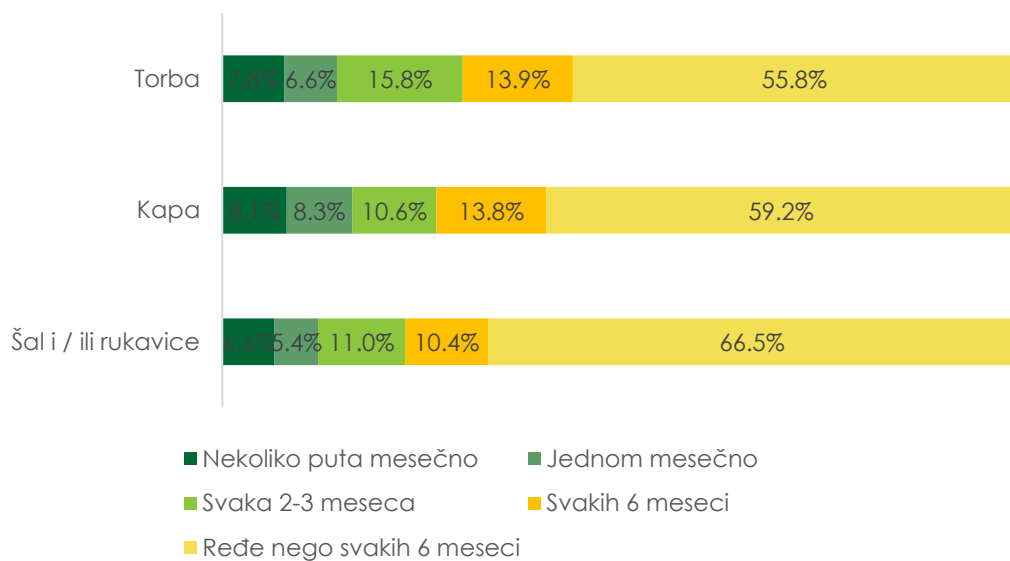
Što se tiče učestalosti kupovine, čarape su proizvod koji se najčešće kupuje (54,7% bar jednom mesečno), zatim majice i košulje koje nekoliko puta mesečno kupuje 15,9% anketiranih, dok 35,4% kupuje na svaka 2-3 meseca. Donji veš spada među proizvode koji se kupuju češće, sa 18% koji ga kupuju nekoliko puta mesečno i 24,5% jednom mesečno. Sa druge strane, jakne i kaputi se kupuju ređe, sa 46,4% anketiranih koji ih kupuju ređe od svakih 6 meseci. Sličan trend se primećuje i kod cipela i čizama, koje 40,9% anketiranih kupuje ređe od svakih 6 meseci.

Česte kupovine jeftinih i svakodnevnih artikala (kao što su majice i čarape) doprinose modelu prekomerne potrošnje i češćem stvaranju otpada. Ovi proizvodi su skloniji da završe kao otpad jer je takođe zabeleženo da se vrlo malo ponovo koriste.



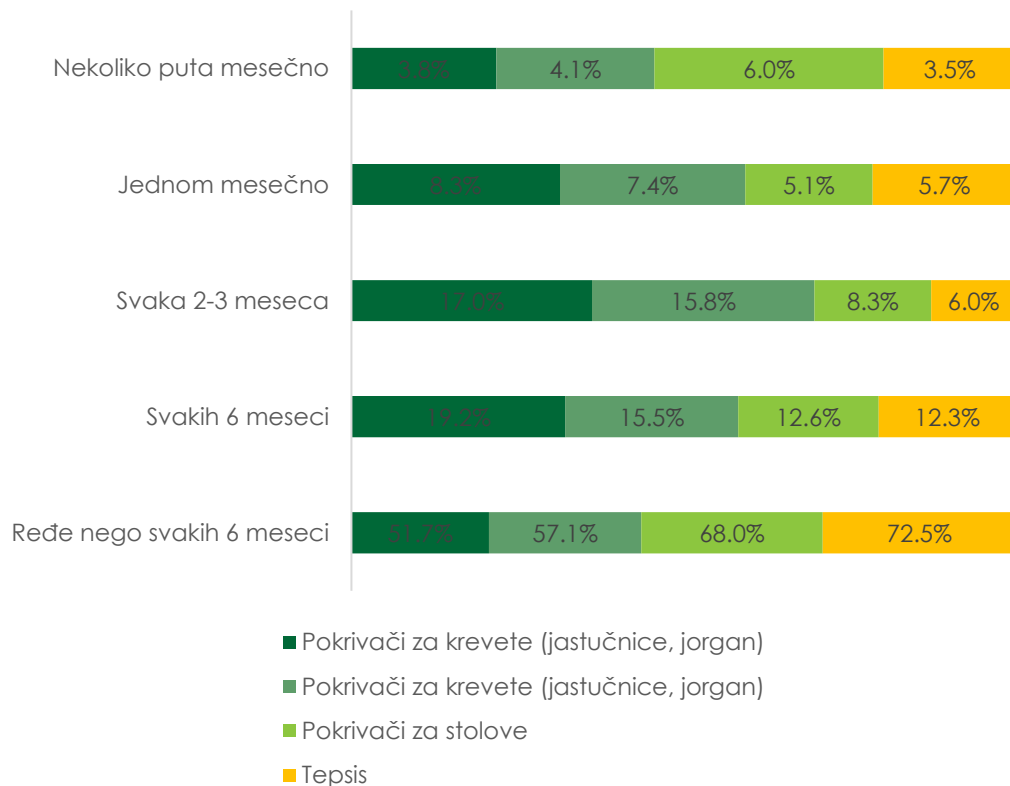
**Slika 14. Koliko često kupujete sledeće proizvode – odeću?**

Aksesoari kao torbe, kape i šalove i rukavice se kupuju ređe nego jednom u šest meseci od strane više od polovine anketiranih.



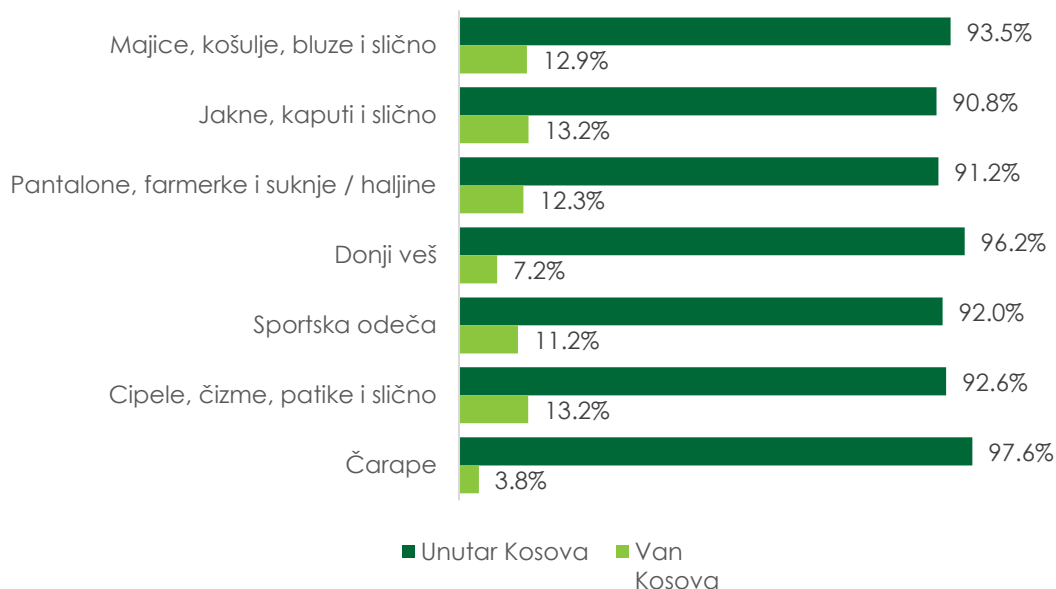
**Slika 15. Koliko često kupujete sledeće proizvode - aksesoare?**

Anketirani kupuju pokrivače za krevet, stolnjake, tepihe i zavese retko, uglavnom ređe od svakih 6 meseci. Zavese i tepisi se kupuju još ređe u poređenju sa ostalim proizvodima. S druge strane, pokrivači za krevet i stolnjaci se kupuju češće, obično na svaka 2-3 meseca ili na svakih 6 meseci, dok su mesečne ili češće kupovine ređe.



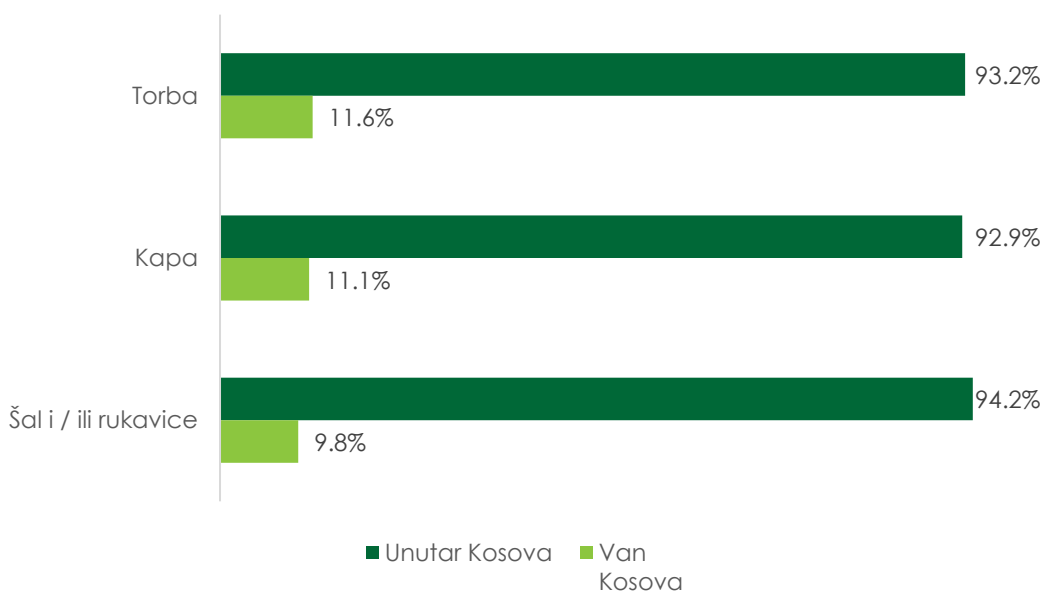
**Slika 16. Koliko često kupujete sledeće proizvode?**

Većina anketiranih kupuje tekstilne proizvode unutar Kosova, dok samo mali procenat kupuje van zemlje. Artikli poput donjeg veša i čarapa uglavnom se kupuju na domaćem tržištu.



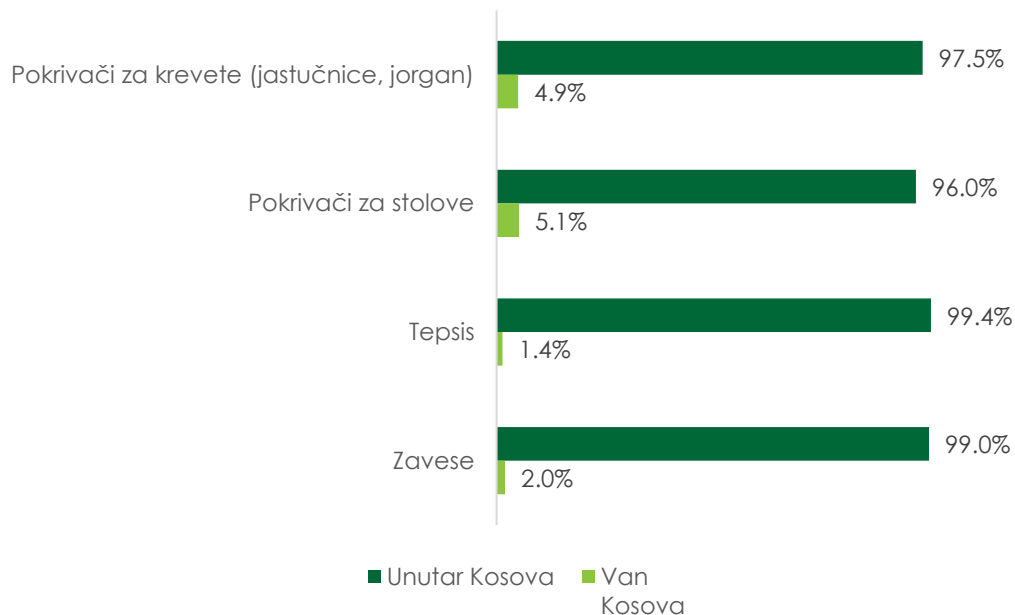
**Slika 17. Gde obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – odeću? (Višestruko pitanje)**

Kupovina aksesoara se najčešće obavlja unutar Kosova, preko 92,9%. Manji deo anketiranih kupuje ove proizvode van Kosova.



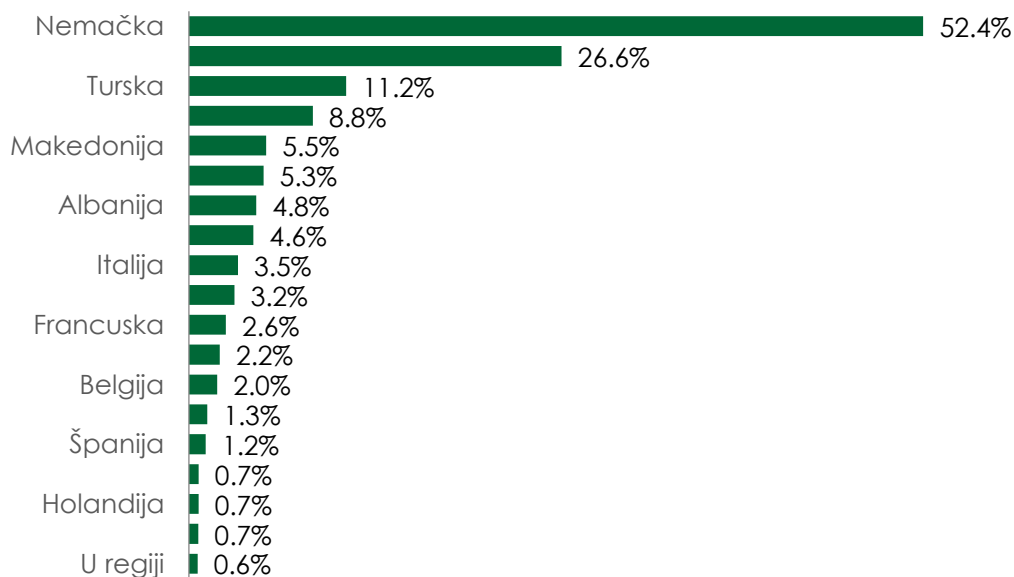
**Slika 18. Gde obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – aksesoare? (Višestruko pitanje)**

Slično tome, anketirani obično kupuju kućne tekstilne proizvode u prodavnicama unutar Kosova, dok manji deo njih preferira da ih kupuje van zemlje.



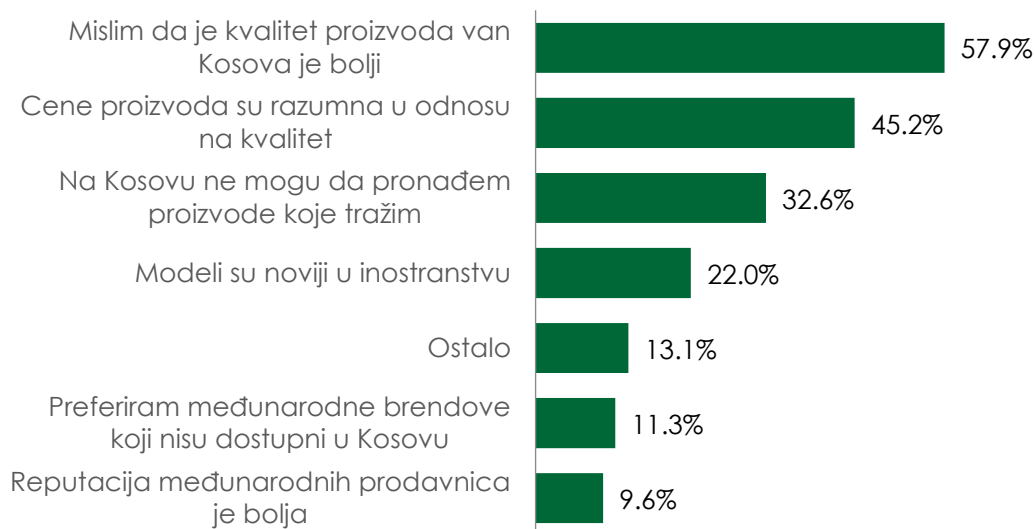
**Slika 19. Gde obično kupujete sledeće proizvode od kućnog tekstila? (Višestruki izbor)**

Anketirani koji su naveli da kupuju van zemlje, pomenuli su zemlje u kojima kupuju. Nemačka je glavno odredište za kupovinu van Kosova (52,4%), zatim Švajcarska (26,6%) i Turska (11,2%).



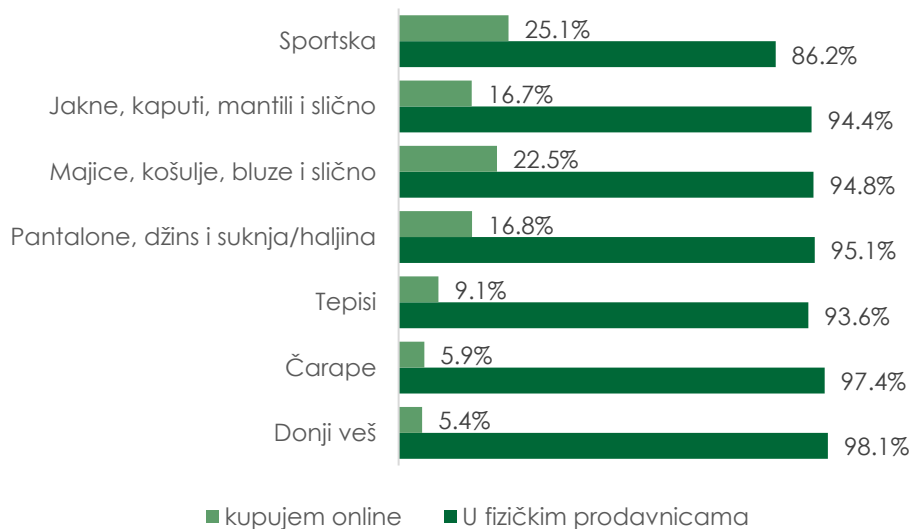
**Slika 20. U kojim zemljama van Kosova obavljate ove kupovine?**

Glavni razlozi zbog kojih obavljaju ove kupovine su zato što smatraju da je kvalitet proizvoda veći u inostranstvu (57,9%), zatim da su cene proizvoda razumnije u odnosu na kvalitet (45,2%) i zato što na Kosovu ne mogu pronaći proizvode koje traže (32,6%).



**Slika 21. Zašto odlučujete da ove proizvode kupujete van Kosova? (Višestruki odgovor)**

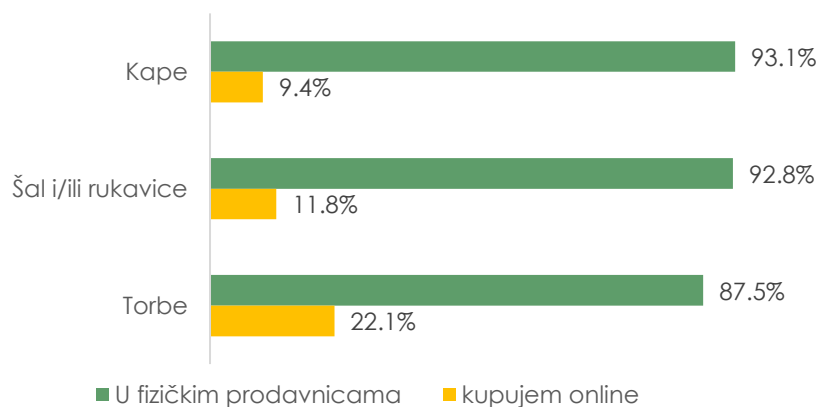
Većina anketiranih više vole da kupuje tekstilne proizvode u fizičkim prodavnicama, gde procenat variraju od 86,2% do 98,1%, u zavisnosti od proizvoda. Svakodnevna odeća i donji veš se gotovo isključivo kupuju u fizičkim prodavnicama, dok su online kupovine češće kod sportske odeće (25,1%), obuće, čizama i sličnih proizvoda (20,7%) kao i kod majica/kosulja (22,5%).



**Slika 22. Kako obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – odeću? (Višestruko pitanje)**

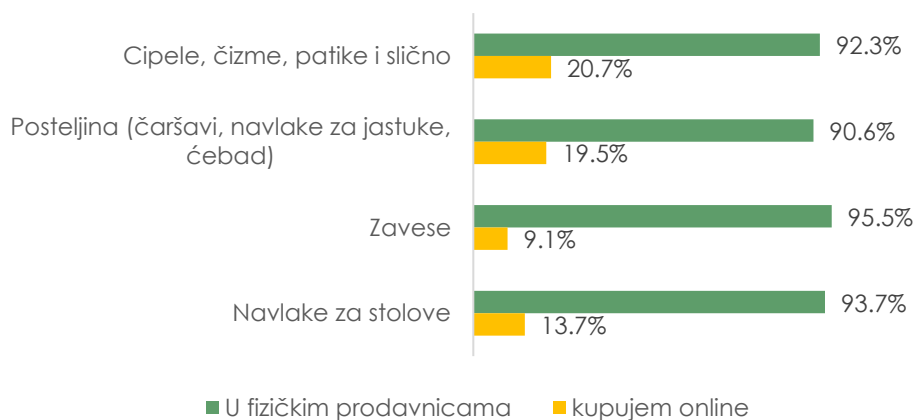
Podaci pokazuju da se tekstilni aksesoari uglavnom kupuju u fizičkim prodavnicama, dok je mali procenat kupovina obavljen preko online platformi. Ovo pokazuje da potrošači imaju snažnu sklonost da biraju direktnu kupovinu, kako za odeću tako i za aksesoare, više vole da imaju kontakt

sa proizvodom pre kupovine. Samo se torbe kupuju više online (22,1%) u poređenju sa ostalim proizvodima.



**Slika 23. Kako obično kupujete sledeće tekstilne proizvode – aksesoare? (Višestruko pitanje)**

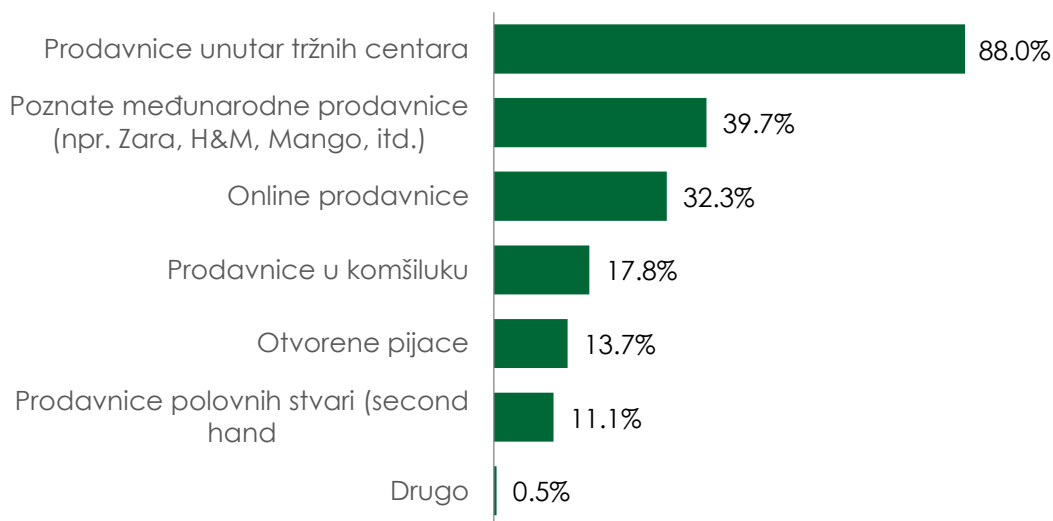
Tekstilni proizvodi za domaćinstvo, kao što su prekrivači i tepisi, takođe se uglavnom kupuju u prodavnicama. Mali deo potrošača voli da ih kupuje online, pri čemu su posteljine proizvod sa najvišim procentom (19,5%) kupovine putem interneta u poređenju sa ostalim tekstilnim proizvodima.



**Slika 24. Kako obično kupujete sledeće tekstilne proizvode za domaćinstvo? (Višestruki odgovor)**

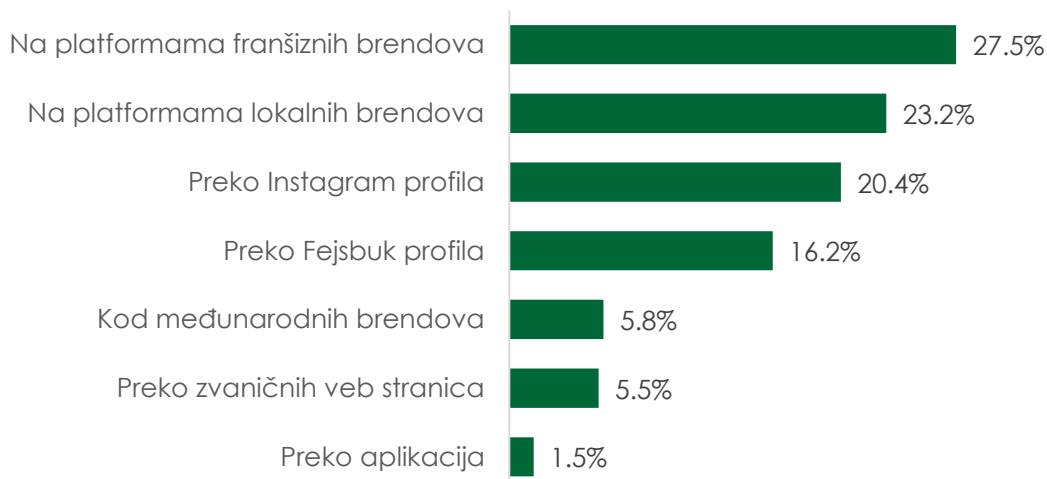
Anketirani koji kupuju u fizičkim prodavnicama upitani su u kojim vrstama prodavnica to rade; većina anketiranih (88%) preferira kupovinu u tržnim centrima, zatim oko 39,7% daje prednost

međunarodnim prodavnicama. Lokalne prodavnice i otvorene pijace čine manji deo izbora (17,8% i 13,7%), dok prodavnice polovnih stvari koriste samo 11,1% učesnika ankete.



**Slika 25. U kojim vrstama prodavnica obično obavljate ove kupovine? (Višestruki izbor)**

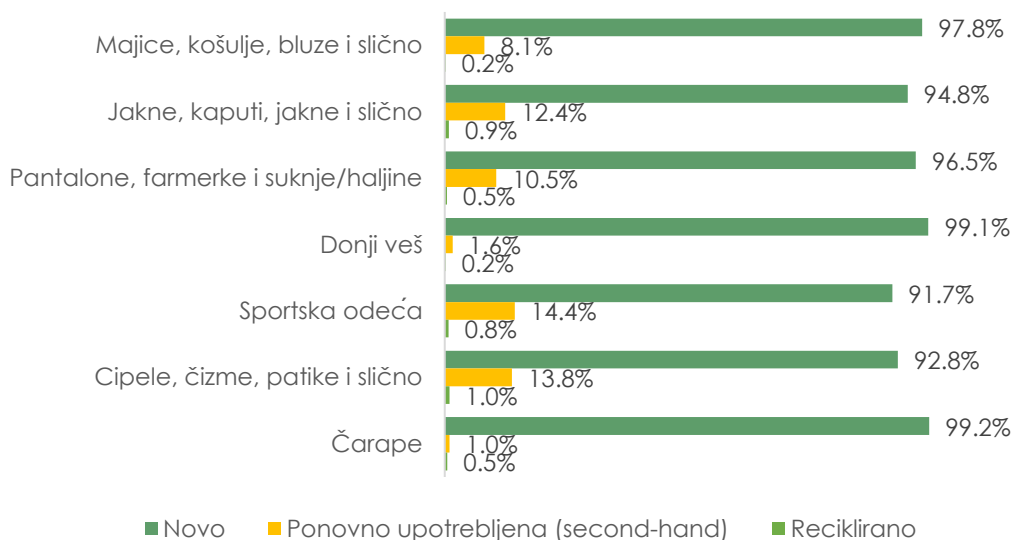
S druge strane, podaci od onih koji kupuju online pokazuju da su franšizni brendovi najomiljeniji za online kupovine, pomenuti u 27,5% slučajeva. Takođe, domaći brendovi igraju važnu ulogu, navedeni u 23,2% slučajeva. Društvene mreže su takođe kanal koji se koristi za online kupovine, pri čemu se Instagram koristi u 20,4% slučajeva, a Facebook u 16,2% slučajeva.



**Slika 26. Na kojim platformama obično obavljate online kupovine?**

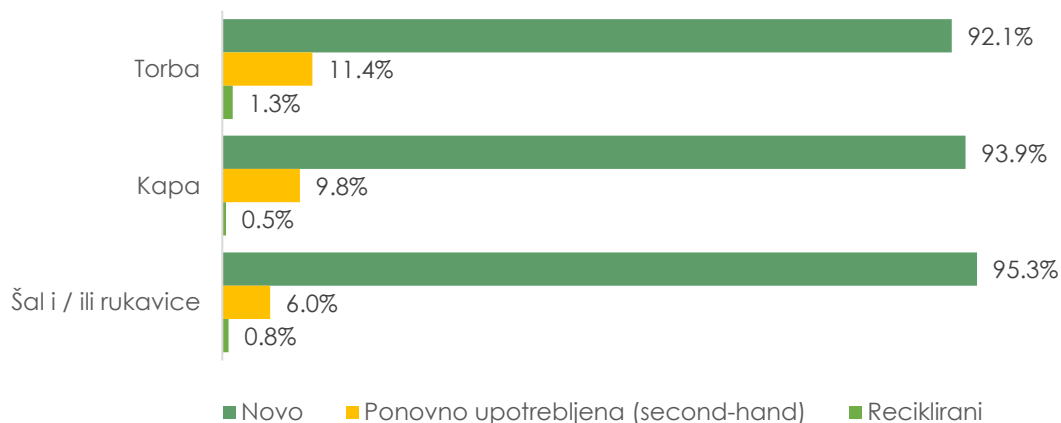
Većina anketiranih preferira da kupuju nove proizvode u kategoriji odeće, posebno čarape (99,2%) i donji veš (99,1%). Sportska odeća i obuća su među proizvodima koji se najčešće kupuju kao polovni. S druge strane, broj učesnika koji preferiraju da ove proizvode kupe kao reciklirane je veoma mali za sve proizvode.

Visok procenat kupovine novih proizvoda, u kombinaciji sa nedostatkom tržišta za ponovo upotrebijene artikle, doprinosi povećanju potrošnje i stvaranju otpada koji ne cirkuliše u ekonomskom sistemu.



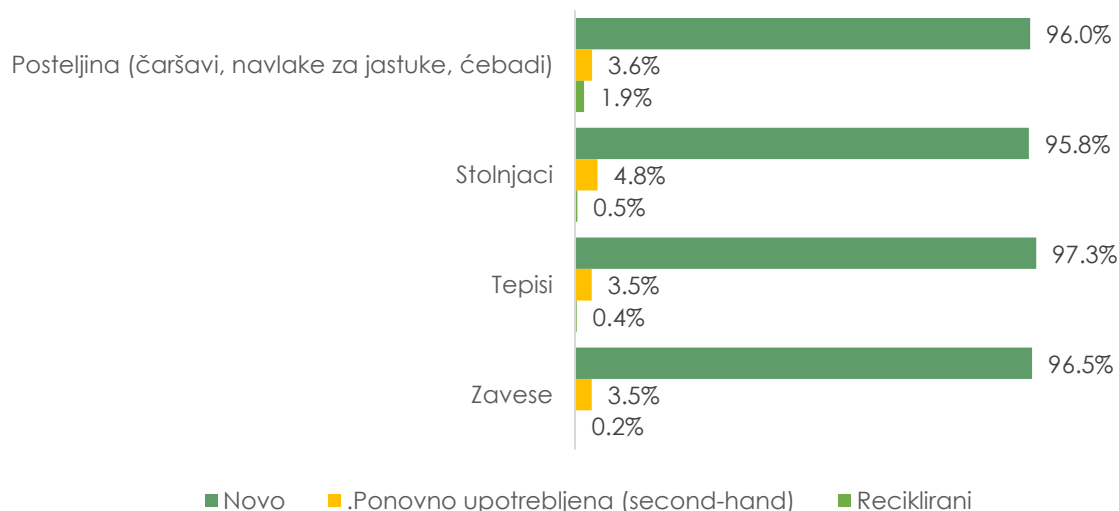
**Slika 27. Koje vrste sledećih tekstilnih proizvoda kupujete – odeću? (Višestruko pitanje)**

Sa druge strane, kada su u pitanju aksesoari, potrošači takođe uglavnom više vole da kupuju tekstilne aksesoare, kao što su torbe, kape i šalovi/rukavice, pretežno kao nove proizvode. Kupovina recikliranih ili polovno korišćenih artikala ostaje ograničena za sve proizvode iz grupe aksesoara.



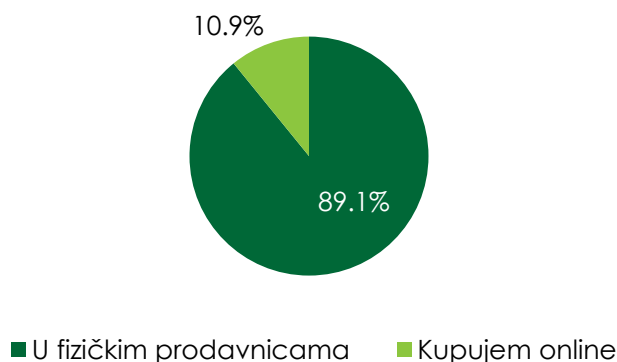
**Slika 28. Koji tip proizvoda iz sledeće grupe tekstilnih aksesoara kupujete? (Višestruki odgovor)**

Kada je reč o kućnom tektilu, većina kupaca bira nove proizvode, uključujući navlake za krevete, navlake za stolove, tepihe i zavese. Reciklirani ili polovni artikli se retko koriste, prateći sličan trend kao kod odeće i tekstilnih aksesoara.



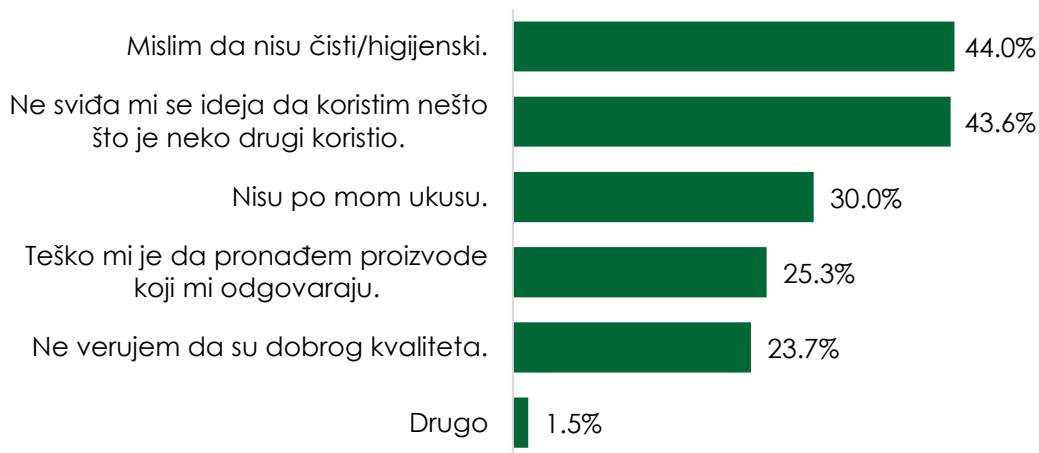
**Slika 29. Kakvu vrstu sledećih tekstilnih proizvoda obično kupujete – kućni tekstil? (Višestruki odgovor)**

Anketirani koji su izjavili da kupuju polovne proizvode dalje su upitani kako kupuju te proizvode. Podaci pokazuju da većina onih koji kupuju polovne proizvode daju prednost fizičkim prodavnicama (89,1%), dok znatno manji procenat (10,9%) kupuje putem interneta.



**Slika 30. Kako obično kupujete polovne (second-hand) tekstilne proizvode?**

Anketirani koji ne kupuju polovne tekstilne proizvode naveli su svoje razloge u vezi sa ovim pitanjem. Glavni razlozi uglavnom se odnose na higijenu i ideju korišćenja nečega što je prethodno koristila neka druga osoba. Konkretno, 44 odsto slučajeva pokazuje zabrinutost za čistoću i higijenu, dok 43,6 odsto slučajeva ne voli ideju korišćenja proizvoda koji je ranije koristio neko drugi. Takođe, 30 odsto anketiranih izjavilo je da ovi proizvodi ne odgovaraju njihovom ukusu, 25,3 odsto slučajeva ima poteškoća u pronalaženju odgovarajućih proizvoda, a 23,7 odsto slučajeva sumnja u njihov kvalitet.



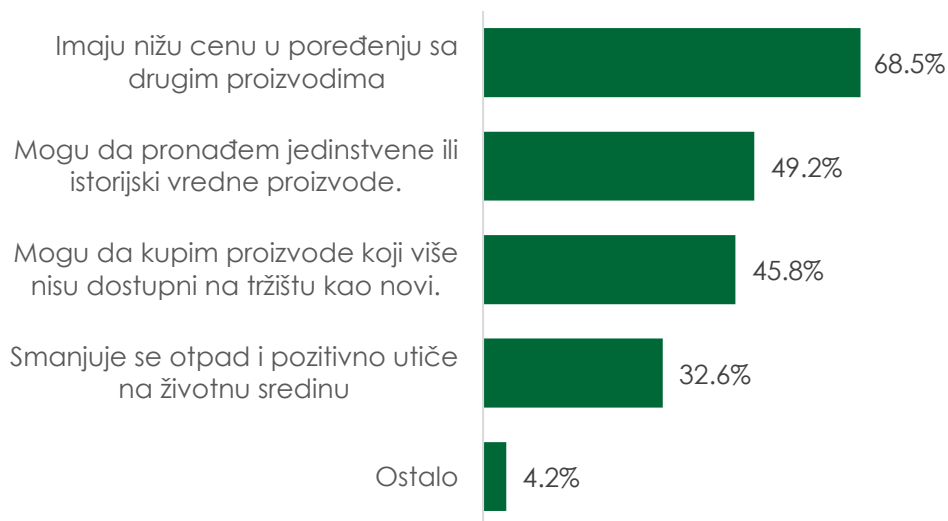
**Slika 31. Koji su razlozi zbog kojih ne kupujete polovne proizvode? (Višestruki izbor)**

Spremnost za kupovinu polovnih proizvoda u budućnosti pokazuje se da je niska, pri čemu su anketiranih na skali od 1 do 7, gde 1 znači uopšte nisu spremni, a 7 veoma spremni, spremnost ocenili prosečno sa 3,1, što je ispod proseka i ne predstavlja stvarnu spremnost.



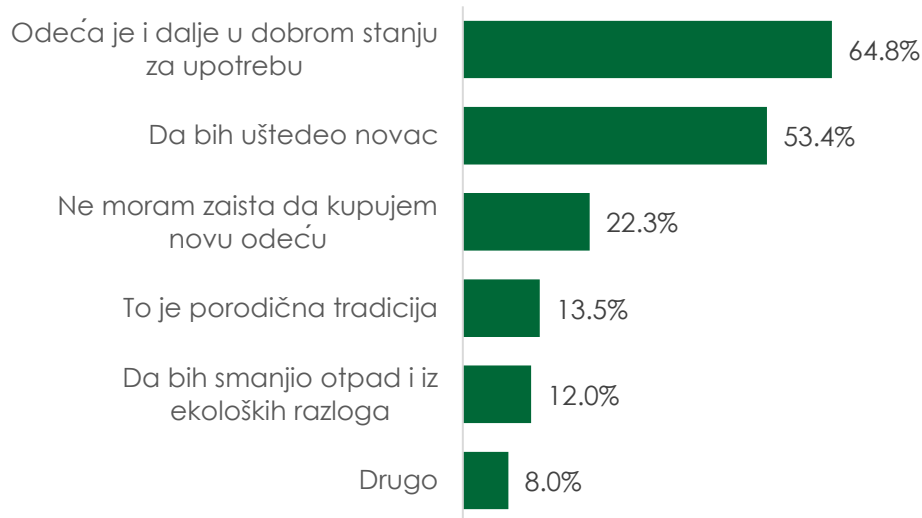
**Slika 32. Na skali od 1 do 7, gde je 1 – uopšte niste spremni, a 7 – veoma ste spremni, koliko ste spremni da kupite polovne proizvode u budućnosti?**

S druge strane, postoji nekoliko faktora koji mogu podstaći potrošače da u budućnosti kupuju polovne proizvode. Niža cena (65,8%) je glavni razlog, praćen mogućnošću pronalaženja jedinstvenih ili istorijski vrednih proizvoda (49,2%). Takođe, 45,8 odsto slučajeva bi razmotrilo ovu opciju zbog pristupa proizvodima koji više nisu dostupni kao novi, dok 23,6 odsto vidi ovu praksu kao način za smanjenje otpada i pozitivan uticaj na životnu sredinu.



**Slika 33. Koji su razlozi zbog kojih biste razmotrili kupovinu polovnih proizvoda u budućnosti? (Višestruki izbor)**

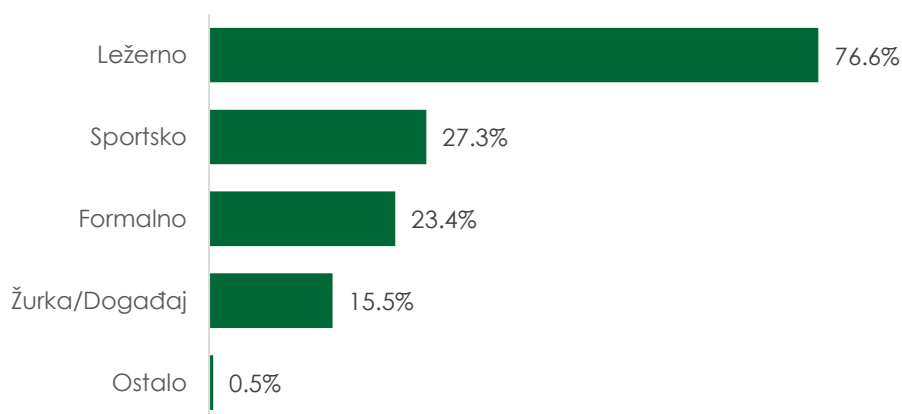
Dalje, anketirani koji ponovo koriste tekstilnu odeću izjavili su da to čine uglavnom zato što je odeća i dalje u dobrom stanju (64,8% slučajeva) ili da bi uštedeli novac (53,4% slučajeva). Manji deo anketiranih ne oseća potrebu da kupuje novu odeću (22,3% slučajeva), dok za neke je ponovna upotreba odeće porodična tradicija (13,5% slučajeva). Međutim, mali procenat (12%) vidi ovu praksu kao način za smanjenje otpada i pozitivan doprinos životnoj sredini. Ovo pokazuje da finansijski razlozi igraju važnu ulogu kako u kupovini polovnih proizvoda, tako i u ponovnoj upotrebi od strane članova porodice.



**Slika 34. Koji su razlozi za ponovnu upotrebu tekstilnih proizvoda od strane članova vaše porodice? (Višestruki izbor)**

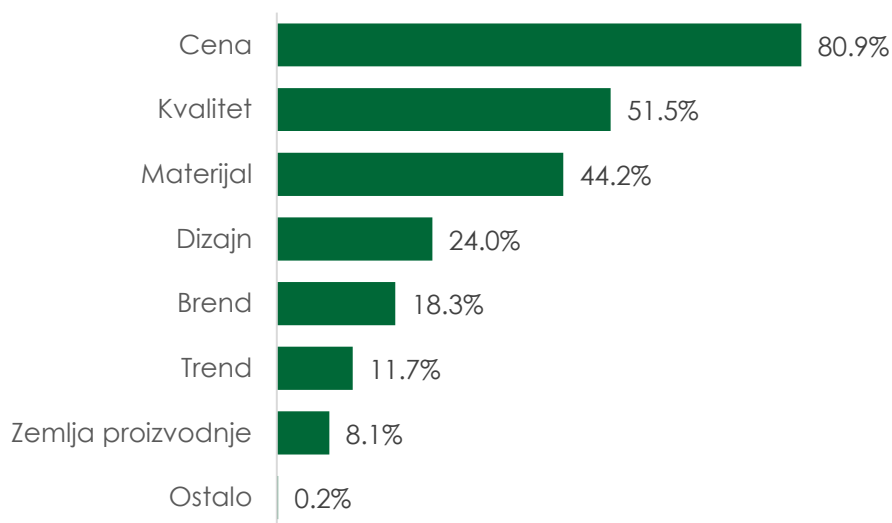
### 7.3 ODEĆA I AKSESOARI

U nastavku se razmatraju preferencije građana u vezi sa odećom i aksesoarima koje biraju za kupovinu. Analiza je usredsređena na vrste najtraženijih proizvoda, faktore koji utiču na njihov izbor i značaj brendova ili aktuelnih trendova u donošenju odluka potrošača. Podaci pokazuju da većina anketiranih bi više volela kupovinu svakodnevne odeće (casual), koja čini 76,6% slučajeva. Nakon toga, sportska odeća je drugi najpopularniji izbor sa 27,3% slučajeva, dok formalna odeća čini 23,4% slučajeva. Odeća za proslave ili posebne događaje predstavlja oko 15,5% slučajeva. Ovi rezultati sugerišu da potrošači daju prednost udobnosti i praktičnosti pri kupovini odeće.



**Slika 35. Koju vrstu odeće i aksesoara najviše volite da kupujete? (Višestruki izbor)**

Prilikom donošenja odluke o kupovini odeće i aksesoara, najvažniji faktor za većinu anketiranih je cena (80,9% slučajeva), zatim kvalitet (51,5% slučajeva) i materijal (44,2% slučajeva). Drugi faktori kao što su dizajn (24% slučajeva) i brend (18,3% slučajeva) takođe imaju uticaj, ali u manjoj meri. Trendovi i zemlja proizvodnje su najmanje važni faktori u ovom izboru, sa 11,7% odnosno 8,1% slučajeva. Ovi rezultati pokazuju da potrošači uglavnom baziraju svoj izbor na odnosu cene i kvaliteta pri kupovini odeće i aksesoara.

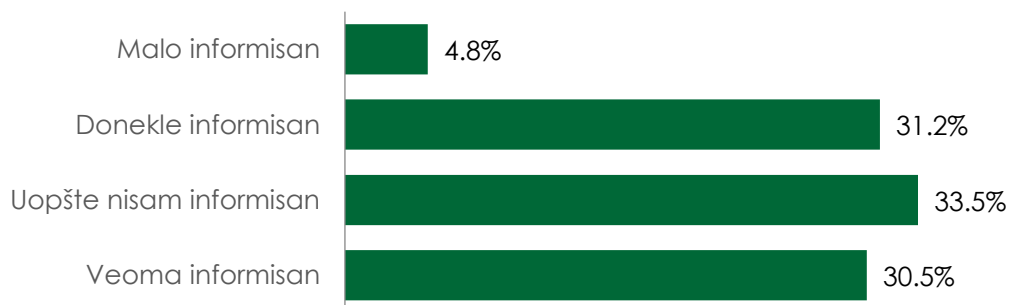


**Slika 36. Koja su tri faktora koja najviše utiču na vašu odluku pri izboru odeće ili aksesoara koje kupujete? (Višestruki izbor)**

Iako je trend bio faktor u samo 11,7% slučajeva pri izboru odeće i aksesoara, poznanstvo sa konceptom fast fashion (brza moda) i njegov uticaj su znatno veći. Fast fashion je model

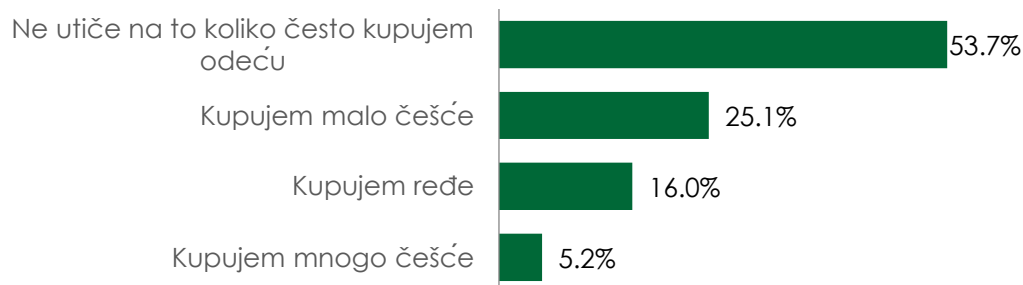
proizvodnje i potrošnje odeće koji karakteriše brzo i jeftino proizvodjenje, kao i brzo praćenje modnih trendova, često na štetu životne sredine i radne etike (Niinimäki, 2020).

Znanje o konceptu fast fashion je donekle ograničeno među anketiranimima. Oko 33,5% anketiranih imaju malo informacija, 31,2% je donekle informisano, dok 30,5% uopšte nema saznanja o ovom fenomenu. Samo 4,8% izveštava da su veoma informisani.



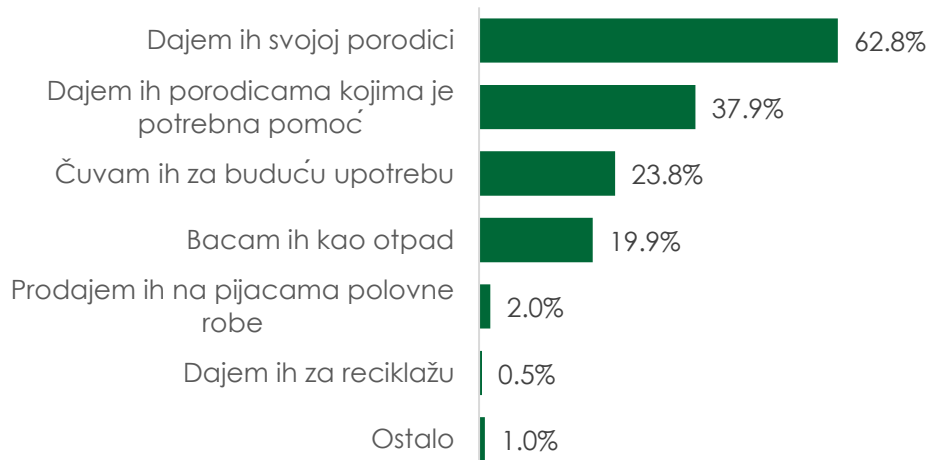
**Slika 37. Koliko ste informisani o konceptu fast fashion (brza moda)?**

U vezi sa uticajem Fast Fashion na kupovne navike, većina anketiranih (53,7%) smatra da ovaj fenomen ne utiče na to koliko često kupuju odeću ili aksesoare. Značajan deo (25,1%) navodi da zbog Fast Fashion kupuju nešto češće, dok 16% tvrdi da kupuju ređe. Samo mali procenat, 5,2%, izjavljuje da kupuju znatno češće zbog uticaja Fast Fashion. Ovi podaci sugerišu da, iako Fast Fashion ima određen uticaj na neke pojedince, većina anketiranih ih ga ne smatra odlučujućim faktorom u svojim kupovnim navikama.



**Slika 38. Da li mislite da kupujete odeću ili aksesoare češće zbog uticaja fast fashion (brza moda)?**

Što se tiče načina upravljanja neupotrebljenom odećom i aksesoarima, doniranje članovima porodice je najčešća alternativa, koju je izabralo 62,8% anketiranih. Značajan deo njih (37,9%) bira da ih donira porodicama u potrebi, dok 23,8% čuva odeću za ponovnu upotrebu u budućnosti. Bacanje kao otpad je praksa koju sledi 19,9% učesnika, dok samo mali procenat prodaje odeću na pijacama polovnih stvari (2%). Najmanje izabrana opcija je doniranje za reciklažu, sa samo 0,5% odgovora. Ovi podaci sugerišu da većina ljudi pokušava da pronađe korisne načine za upravljanje neupotrebljenom odećom, doniranjem ili čuvanjem za buduću upotrebu, dok manji deo tretira odeću kao otpad.



**Slika 39. Kako upravljate odećom i aksesoarima koje više ne koristite? (Višestruki izbor)**

Izgleda da vrlo mali broj osoba (0,5%) bira da donira odeću ili aksesoare za reciklažu. Samo dvojica anketiranih dali su jasne odgovore na ovo pitanje: jedan šalje aksesoare u centre za reciklažu metala, dok je drugi donirao jednoj udruženju u Prištini. Kada je reč o doniranju odeće porodicama u potrebi, većina anketiranih bira da je direktno daju porodicama koje poznaju i kojima je potrebna (35,3%). Crveni krst je takođe poznata opcija (34,9%), dok donacije putem humanitarnih organizacija (8,5%), džamija (7,3%) i komšija (5,8%) čine manji procenat. Mali broj bira alternativne metode kao što su omladinski centri, društvene mreže ili direktna pomoć ljudima u nevolji.



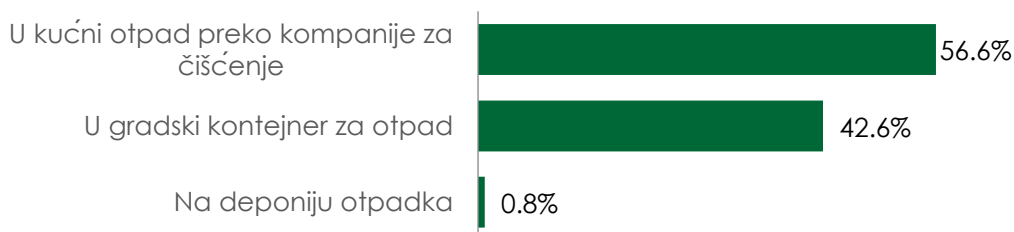
**Slika 40. Navedite gde donirate porodicama u potrebi? – odeća i aksesoari (Višestruki izbor)**

Što se tiče prodaje polovnih odeće i aksesoara na pijacama polovnih stvari, četvero anketiranih izveštava da prodaju putem društvenih mreža, dvoje drugih na lokalnim pijacama, dok su ostali naveli druge lokacije poput prodaje u prodavnicama u komšiluku i prodavnicama specijalizovanim za proizvode second-hand.

**Tabela 1. Navedite tačno mesto i da li imate prodavnicu? (Prodajem polovnu odeću i aksesoare na pijacama polovnih stvari)**

Mesto	Frekvencija
Na društvenim mrežama	4
Lokalno tržište	2
U lokalnoj trgovini	1
U trgovinama rabljene robe	1

U vezi sa odlaganjem korišćene odeće kao otpad, većina i anketiranih izjavljuje da svoju odeću baca u kućni otpad (56,6%) ili u gradske kontejnere za smeće (42,6%). Samo mali procenat (0,8%) odlaže odeću na deponije otpada. Ovakvo ponašanje ukazuje na nedostatak mehanizama za odvajanje tekstilnog otpada od uobičajenih tokova otpada. Njihovo završavanje u mešanom otpadu utiče na gubitak mogućnosti za ponovnu upotrebu ili reciklažu i doprinosi dugoročnom zagađenju životne sredine.



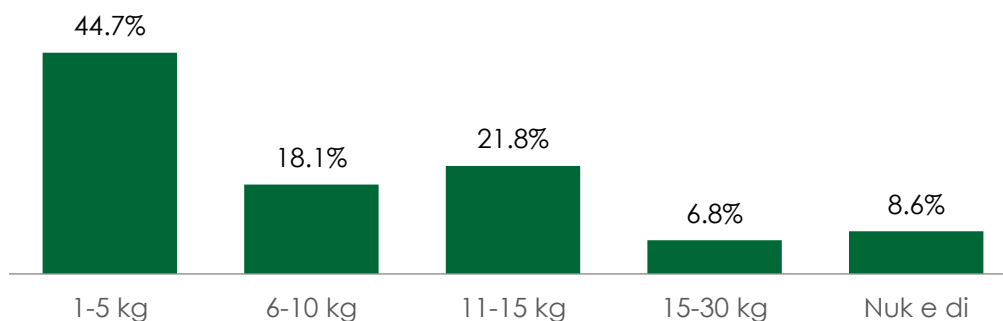
**Slika 41. Navedite tačno mesto gde ih odlažete? (Bacam odeću i aksesoare kao otpad)**

U vezi sa količinom odeće koju bacaju tokom godine, većina anketiranih (44,7%) izveštava da bacaju vrlo malu količinu takvog otpada, otprilike 1-5 kg odeće godišnje. Manji deo (21,8%) navodi da baca 11-15 kg, dok 18,1% prijavljuje bacanje 6-10 kg. Samo 6,8% kaže da baca 15-30

Na osnovu ovih podataka izvršena je kalkulacija za procenu količine tekstilnog otpada koji generišu građani. Među ispitanim, **19,9% je izjavilo da bacaju odeću kao otpad**, prijavljujući ukupno 1137 kg godišnje. To odgovara prosečnoj količini od oko **16,01 kg po osobi godišnje** unutar ove grupe. Primjenom ovog proseka na populaciju koja ima ovakvo ponašanje, procenjuje se da građani Kosova godišnje generišu približno **5.132,56 tona tekstilnog otpada** iz odeće

kg, a mali procenat (8,6%) nije siguran u količinu. Ukupno, ovi građani su prijavili da godišnje bace oko 1.137 kg odeće kao otpad.

Ova prosečna vrednost je u skladu sa nivoom koji izveštava Evropska agencija za životnu sredinu (European Environment Agency, 2024), gde je prosečna količina tekstilnog otpada po osobi u Evropi oko 16 kilograma godišnje. Ipak, važno je napomenuti da je ovo **približna procena**, a ne zvaničan podatak, zbog nedostatka stvarnih i strukturiranih podataka na nacionalnom nivou.

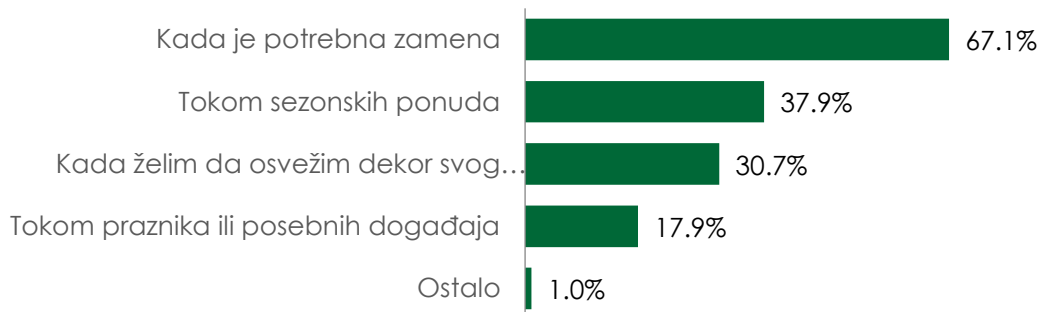


**Slika 42. Koliko kilograma odeće otprilike bacate tokom jedne godine??**

## 7.4 KUĆNI TEKSTIL

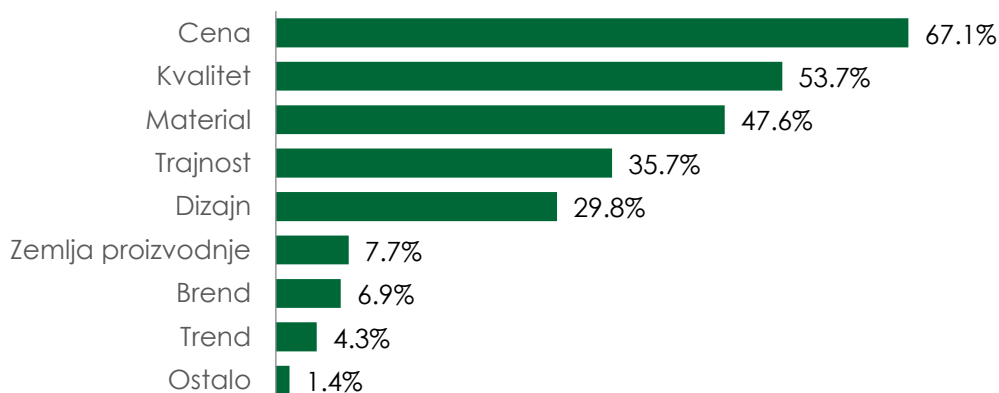
Pored odeće, deo ankete fokusira se na tekstil koji se koristi kod kuće. Ovaj odeljak istražuje preferencije za pokrivače, zavese, tepihe i slične proizvode, pružajući uvid u kriterijume koji utiču na njihovu kupovinu.

Većina anketiranih kupuje proizvode za kućni tekstil kada im je potrebna zamena (67.1%) ili tokom sezonskih ponuda (37.9%). Takođe, značajan deo anketiranih (30.7%) kupuje proizvode za kućni tekstil kada žele da osveže enterijer doma, dok 17.9% to čini tokom praznika ili posebnih događaja. Ovi podaci ukazuju na to da su većina kupovina motivisane potrebom i koristi od finansijskih ponuda, dok estetski i praznični aspekti igraju manju ulogu.



**Slika 43. U kojim slučajevima obično kupujete nove proizvode za kućni tekstil? (Višestruko pitanje)**

U procesu odabira kućnih tekstilnih proizvoda, slično kao i kod odeće i aksesoara, cena je najvažniji faktor za većinu anketiranih (67,1%), praćen kvalitetom proizvoda (53,7%). Materijal koji se koristi je takođe važan kriterijum za 47,6% anketiranih, dok faktori poput trajnosti (35,7%), dizajna (29,8%) i zemlje porekla (7,7%) imaju manji uticaj. Brendovi i trendovi deluju kao najmanje bitni u ovom procesu donošenja odluka.



**Slika 44. Koji su tri faktora koja najviše utiču na vašu odluku o izboru proizvoda za kućnu tekstilnu industriju koju kupujete? (Višestruki izbor)**

Promene u ponašanju potrošača u kupovini kućnih tekstilnih proizvoda tokom poslednjih godina su uočljive. Prema podacima, 45,9 odsto anketiranih kaže da njihove navike kupovine nisu promenjene, dok 33,2 odsto izveštava da kupuju ređe, a 20,9 odsto kaže da kupuju češće.



**Slika 45. Da li ste promenili svoje navike kupovine kućnih tekstilnih proizvoda u poslednje vreme?**

U vezi sa upravljanjem tekstilnih proizvoda kućne upotrebe koji se više ne koriste, većina anketiranih ih donira porodici (47,5%) ili porodicama u nevolji (28,9%). Značajan deo (27,7%) ih baca kao otpad, dok manji procenat (17,9%) ih čuva za ponovnu upotrebu u budućnosti. Prakse prodaje na drugom tržištu (1,4%) i donacije za reciklažu (1,2%) ostaju veoma ograničene. Ovi podaci pokazuju da većina potrošača bi više volela da ove proizvode daju drugu šansu putem donacije ili čuvanja za kasniju upotrebu, dok neki i dalje odlučuju da ih eliminišu kao otpad, što je veće u poređenju sa onima koji ih bacaju kao otpad od odeće i aksesoara. Donacija je pozitivna praksa za produženje životnog veka proizvoda, ali visok procenat bacanja kao otpada ukazuje na nedostatak strukturiranih opcija za prikupljanje i reciklažu.



**Slika 46. Kako upravljate s proizvodima za domaće tekstile koje više ne koristite? (Višestruko pitanje)**

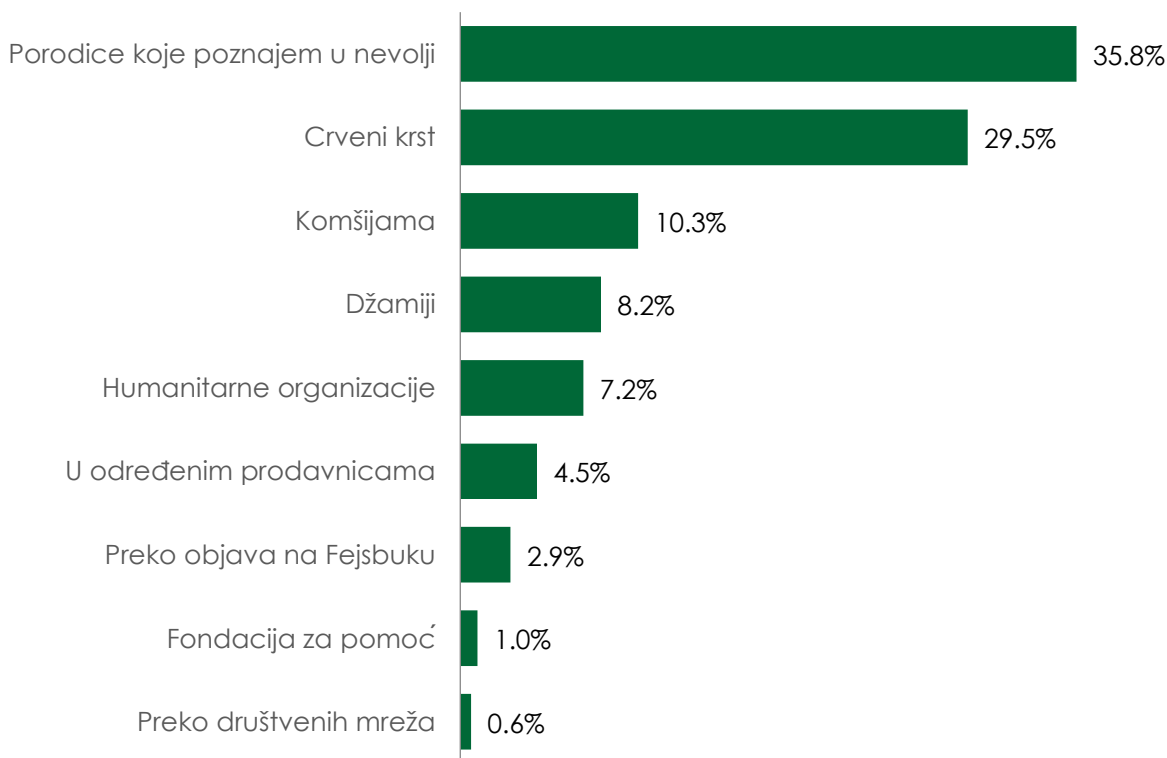
Praktika reciklaže kućnih tekstilnih proizvoda ostaje vrlo ograničena, jer čine samo 1,2 odsto slučajeva. Među onima koji imaju ovu praksu, navedene lokacije su doniranje na mesta gde se prihvataju u tu svrhu i doniranje u prodavnice polovne robe.

Kućni tekstil često je velikih dimenzija i dugotrajne trajnosti. Odlaganje u otpad predstavlja veliki gubitak potencijala za ponovnu upotrebu ili funkcionalnu transformaciju, što negativno utiče na kapacitet za smanjenje otpada u životnoj sredini.

**Tabela 3. Odredite mesto gde? (Da li da doniram za reciklažu kućnog tekstila)**

Mesto	Frekvenca
Na mestima gde ih prihvataju	3
Prodavnice polovnih stvari	1

Što se tiče doniranja kućnih tekstilnih proizvoda za porodice u nevolji, većina anketiranih bira da ih direktno donira porodicama koje poznaju i kojima je potrebna (35.8%). Veliki broj bi više volela da ih donira putem Crvenog Krsta (29.5%), dok susedi i lokalne zajednice čine 10.3 odsto slučajeva. Donacije putem džamija (8.2%) ili humanitarnih organizacija (7.2%) su takođe prisutne, ali u manjoj meri.



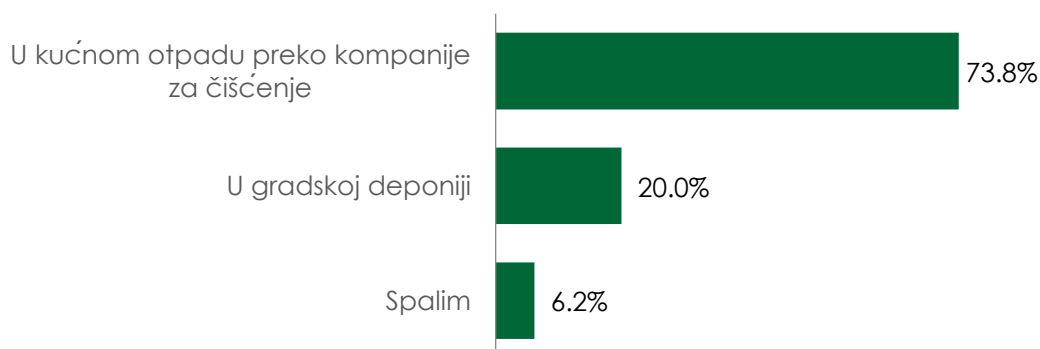
**Slika 47. Odredite mesto gde? (Poklanjam za porodicu u nevolji kućnu tekstil)**

Prodaja domaćih polovnih tekstilnih proizvoda nije uobičajena praksa među anketiranim osobama. Samo 1,4 posto prijavljuje da su prodavali takve proizvode, uglavnom u komšilluku, pijaci, putem društva, itd.

**Tabela 2. Odredite mesto gde i da li imate prodavnicu? (Prodajem u pijacu polovni kućni tekstil)**

Mesto	Frekuenca
Nemam neko specifično mesto	2
U komšiluku	1
Pijaci	1
Putem društva	1
Prodavnica polovne robe	1
Đamija	1

Uklanjanje korištenog tekstila kao otpad ostaje uobičajena opcija za značajan dio anketiranih (27,7%). Od onih koji ga odlažu, većina (73,8%) bacaju u kućni otpad kojim upravlja komunalno preduzeće za odlaganje otpada, 20 posto ih odlaže na gradske deponije, dok je 6,2 posto izjavilo da ga spaljuju.



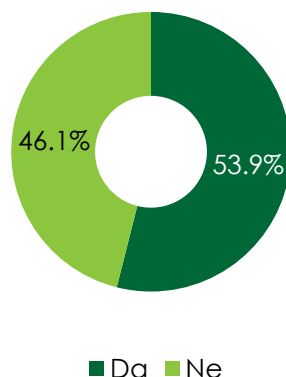
**Slika 48. Odredite mesto gde? (Bacate kao otpad kućni tekstil)**

## 7.5 PRAKSE PONOVNE UPOTREBE I RECIKLAŽE

S'povećanjem svesti o uticaju tekstilne industrije na životnu sredinu, ovaj odeljak razmatra koliko i na koji način građani učestvuju u ponovnoj upotrebi i reciklaži tekstilnih proizvoda. Rezultati pomažu u razumevanju nivoa svesti i glavnih prepreka koje utiču na ove prakse.

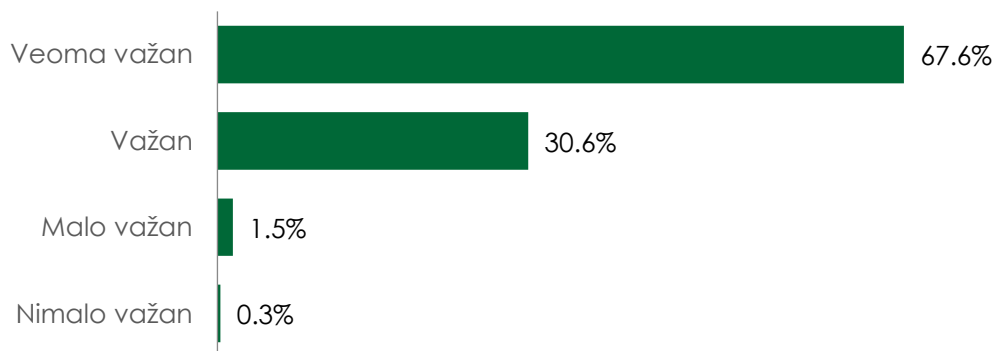
Prema rezultatima, više od polovine anketiranih (53,9%) je izjavilo da imaju znanje o uticaju koji proizvodnja i odlaganje tekstilnih proizvoda imaju na životnu sredinu, međutim značajan deo (46,1%) nema te informacije, što utiče i na mali broj anketiranih koji praktikuju ponovnu upotrebu i reciklažu tekstilnih proizvoda.

Nedostatak praksi ponovne upotrebe i reciklaže ukazuje na jaz između svesti i delovanja. Bez konkretnih mehanizama koji bi olakšali i motivisali ovu praksu, tekstil završava kao otpad i gubi svoju potencijalnu vrednost unutar održivog ekonomskog ciklusa.



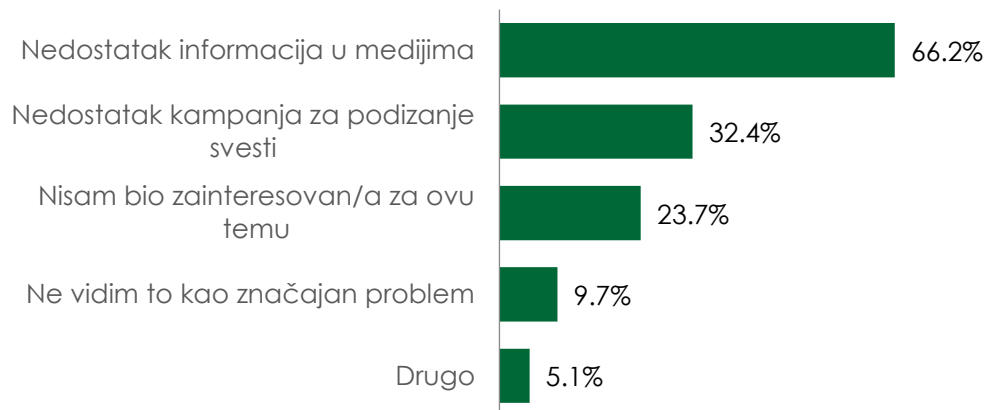
**Slika 49** Da li imate znanje o uticaju koji proizvodnja i odlaganje tekstilnih proizvoda imaju na životnu sredinu?

Većina anketiranih smatra uticaj tekstilne industrije na životnu sredinu kao važan problem. Konkretno, 67,6 odsto procenjuje da je to veoma važno, dok 30,6 odsto smatra da je to važno. S druge strane, vrlo mali procenat (oko 1,5 odsto) smatra da je taj problem mali ili uopšte nerelevantan. Ovi rezultati ukazuju na to da većina onih koji imaju informacije o uticaju tekstila na životnu sredinu, svesni su ozbiljnosti tog problema.



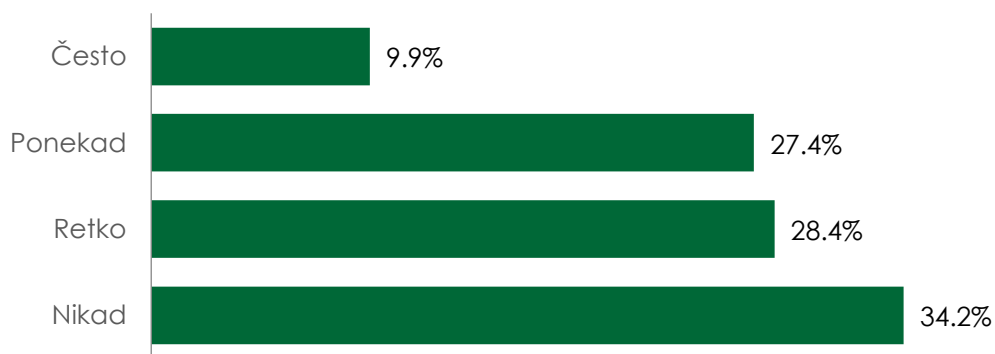
**Slika 50.** Koliko mislite da je ovaj problem važan?

Nedostatak informacija u medijima glavni je faktor koji utiče na neinformisanost javnosti o ovom pitanju, a 66,2 odsto anketiranih navodi to kao glavni razlog. Još jedan važan faktor je nedostatak kampanja podizanja svesti, koji je naveden u 32,4 odsto slučajeva. Štaviše, u 23,7 odsto slučajeva, anketiranih priznaju da nisu imali interes za ovu temu, dok u 9,7 odsto slučajeva ne smatraju uticaj tekstila na životnu sredinu kao važan problem. Ovi rezultati pokazuju potrebu za više informacija i podizanja svesti o ovom pitanju putem medija i relevantnih institucija.



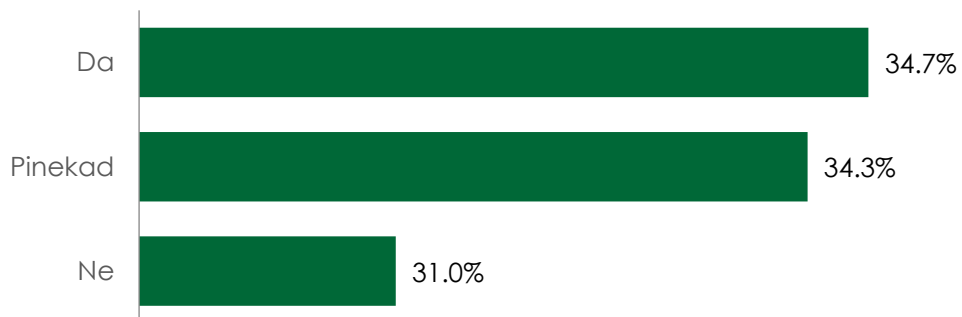
**Slika 51. Šta mislite da je glavni uzrok vašeg neinformisanosti o ovom pitanju? (Višestruko pitanje)**

Što se tiče učestalosti ponovne upotrebe i reciklaže tekstilnih proizvoda, podaci pokazuju da većina anketiranih to ne praktikuje redovno. Konkretno, 34,2 odsto učesnika izjavljuje da nikada ne praktikuju ponovno korišćenje ili reciklažu tekstilnih proizvoda, dok 28,4 odsto to čine retko. S druge strane, 27,4 odsto anketiranih izveštava da to čine povremeno, dok samo 9,9 odsto to čine često. Ovi podaci sugerišu da ponovna upotreba i reciklaža tekstila još uvek nisu uobičajena praksa za većinu ljudi. Niska stopa ponovne upotrebe i reciklaže stavlja tekstilne proizvode u opasnost od trenutnog pretvaranja u otpad.



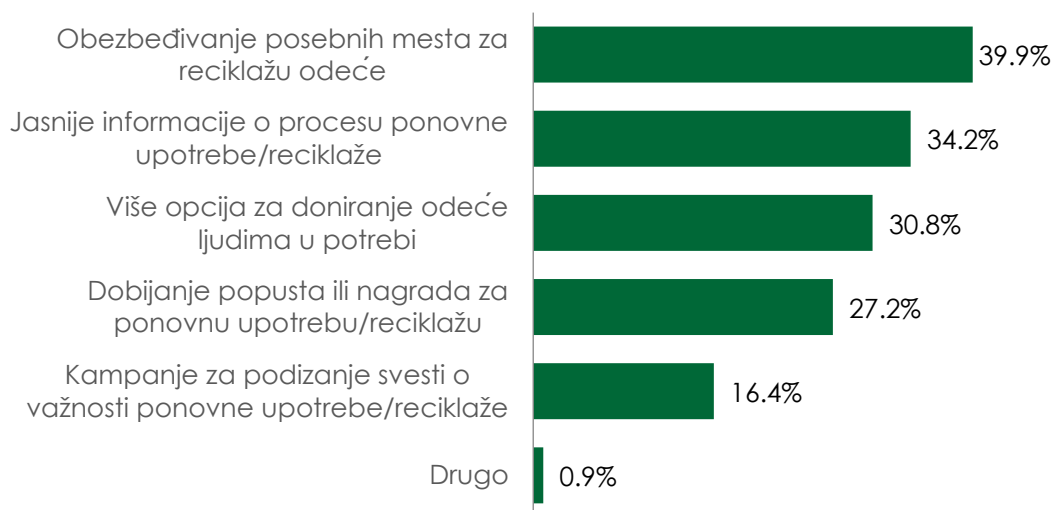
**Slika 52. Koliko često praktikujete ponovno korišćenje ili reciklažu vaše tekstilne proizvode?**

Veliki deo anketiranih suočava se sa poteškoćama tokom procesa ponovne upotrebe i reciklaže tekstila. Konkretno, 34,7 odsto učesnika izveštava da su imali poteškoća, dok 34,3 odsto imaju poteškoće ponekad. S druge strane, 31 odsto kaže da nisu naišli na nikakve posebne poteškoće.



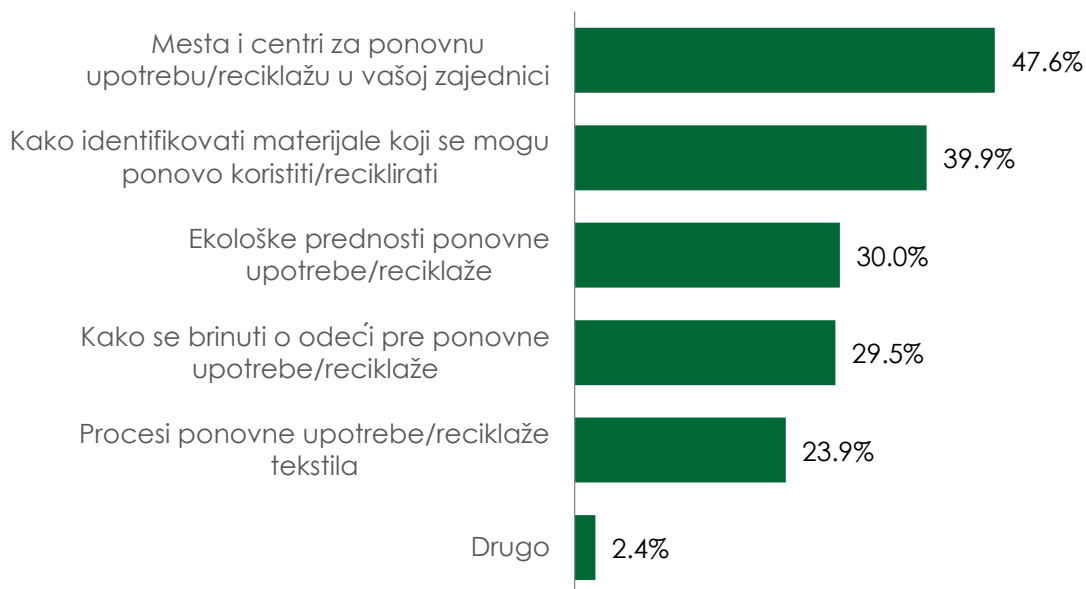
**Slika 53. Da li se suočavate sa teškoćama tokom procesa ponovne upotrebe i reciklaže tekstilnih proizvoda?**

Faktori koji bi podstakli anketirane da češće recikliraju i ponovo koriste tekstilne proizvode uglavnom su povezani sa poboljšanjem infrastrukture i povećanjem svesti. U više od trećine slučajeva (39,9%), anketirani bi više voleli specijalizirane punktove za reciklažu odeće, dok u 34,2% slučajeva traže više informacija o procesu ponovne upotrebe i reciklaže. Takođe, u 30,8% slučajeva predlažu da bi više opcija za doniranje odeće ljudima u nevolji pomoglo u povećanju ovog procesa. Pored toga, u 27,2% slučajeva učesnici bi se osećali motivisanije ako bi postojale popuste ili nagrade za reciklažu tekstila. U međuvremenu, u 16,4% slučajeva smatraju da bi kampanje podizanja svesti o važnosti reciklaže imale pozitivan uticaj. Ovi nalazi sugerišu da bi strukturne i informativne intervencije mogle igrati ključnu ulogu u promovisanju održivijih praksi upravljanja tekstilom. Postoji osnovna spremnost za reciklažu, ali je ona ometena nedostatkom infrastrukture i informacija. To potvrđuje potrebu za izgradnjom sistema za sakupljanje tekstila i obezbeđivanjem mogućnosti za održivo ponašanje.



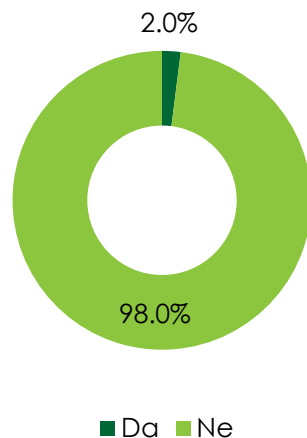
**Slika 54. Koje promene bi vas podstakle da češće reciklirate i ponovo koristite tekstilne proizvode? (Višestruko pitanje)**

Većina anketiranih izražava interesovanje za dobijanje više informacija o ponovnoj upotrebi i reciklaži tekstila. Najvažnije za njih je da imaju znanje o lokacijama i centrima posvećenim tim procesima, što je pomenuto u 47,6 odsto slučajeva. Značajan deo (39,9 odsto slučajeva) želi da sazna više o identifikaciji materijala koji se mogu ponovo koristiti ili reciklirati. Ekološke koristi ovih praksi su još jedan aspekt od interesa, naveden u 30 odsto slučajeva. Takođe, u 29,5 odsto slučajeva, oni izražavaju potrebu za uputstvima o brizi o odeći pre ponovne upotrebe ili reciklaže, dok u 23,9 odsto slučajeva žele da saznaju više o samim procesima ponovne upotrebe i reciklaže tekstila. Ovi podaci pokazuju važnost obrazovanja i informisanja za povećanje svesti i učešća u održivijim praksama upravljanja tekstilom.



**Slika 55. Na kojim aspektima u vezi sa ponovnom upotrebom i reciklažom tekstilnih proizvoda želite da dobijete više informacija? (Višestruko pitanje)**

Uočen je značajan nedostatak informacija o inicijativama za reciklažu tekstilnih proizvoda kod anketiranih. Samo 2 odsto njih poznaje neku takvu inicijativu, dok 98 odsto nema informacije o tim inicijativama. To ukazuje na potrebu za većim brojem kampanja za podizanje svesti i informisanja o promovisanju praksi ponovne upotrebe i reciklaže u industriji tekstila.



**Slika 56. Da li imate informacije o nekoj inicijativi za reciklažu tekstilnih proizvoda?**

Štaviše, anketirani koji imaju te informacije spomenuli su nekoliko inicijativa za reciklažu tekstila. Opština Suva Reka je pomenuta kao jedna od lokacija gde postoji program za prikupljanje odeće. Takođe, neki poznaju mogućnost doniranja odeće u međunarodnim prodavnicama. Jedna inicijativa je bila postavljanje kontejnera za sortiranje stvari koje se mogu ponovo koristiti.

Ipak, spremnost za uključivanje u procese reciklaže tekstilnih proizvoda je iznad proseka, sa prosečnom ocenom od 4.4, gde su anketirani dali svoje ocenu na skali od 1 do 7, gde 1 znači potpuno nespreman, a 7 veoma spreman. To pokazuje da uprkos nedostatku informacija, građani žele da budu aktivni i uključeni u ove procese, ali postoji prostor za poboljšanje i povećanje te spremnosti na višem nivou. Neophodno je da institucije i preduzeća uspostave infrastrukturu i praktične mehanizme koji će omogućiti i olakšati građanima ovu uključenost.

33. Na skali od 1 do 7, gde 1 - nimalo nisam spreman/na, a 7 - veoma sam spreman/na, koliko biste bili spremni da se uključite u proces reciklaže tekstilnih proizvoda?



**Slika 56. Na skali od 1 do 7, gde 1 - uopšte nije spreman i 7 - veoma spreman, koliko biste bili spremni da se uključite u procese reciklaže tekstila**

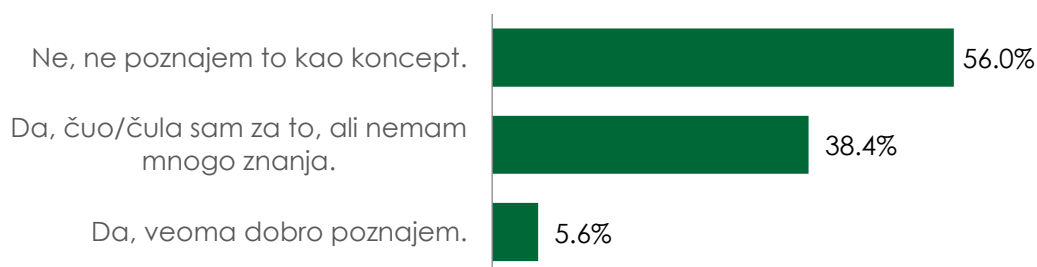
## 7.6 CIRKULARNA EKONOMIJA

Cirkularna ekonomija je ekonomski model koji ima za cilj da smanji otpad i maksimizira korišćenje resursa tako što će proizvodi, materijali i resursi biti u upotrebi što je duže moguće. Zasnovan je na principima ponovne upotrebe, popravke, recikliranja i smanjenja otpada, stvarajući održiviji i

efikasniji sistem u poređenju sa tradicionalnim linearnim modelom "uzmi, proizvodi, koristiti i baci" (Ellen MacArthur Foundation, 2013).

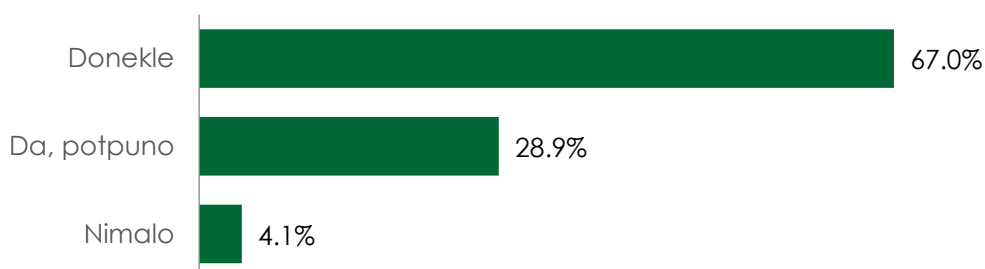
Ovaj segment se bavi konceptom cirkularne ekonomije i njenim uticajem na ponašanje potrošača. Analiza uključuje percepciju građana o važnosti cirkulacije proizvoda i njihovoj spremnosti da usvoje održive modele potrošnje.

Među anketiranim, znanje o konceptu cirkularne ekonomije je ograničeno. Prema podacima, 56 odsto učesnika uopšte ne poznaje ovaj koncept, dok je 38,4 odsto čulo za njega, ali nema detaljno znanje. Samo mali procenat (5,6%) navodi da dobro poznaju cirkularnu ekonomiju. Ovi rezultati pokazuju široko rasprostranjen nedostatak informacija o ovom konceptu, što ukazuje na potrebu za većom svešću i obrazovanjem u ovoj oblasti.



**Slika 57. Koliko znanja imate o konceptu cirkularne ekonomije?**

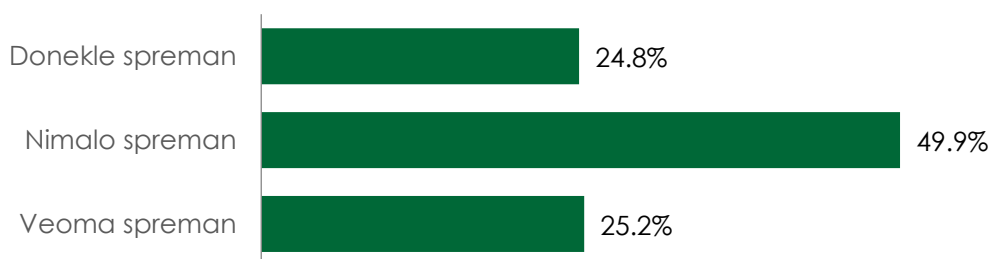
Što se tiče spremnosti ljudi da promene svoje navike snabdevanja tekstilom kako bi doprineli cirkularnoj ekonomiji, 28,9 odsto anketiranih je u potpunosti spremno da napravi promene u svom ponašanju, dok 67 odsto kaže da su voljni u određenoj meri. Samo mali procenat (4,1%) uopšte nije spreman da promeni svoje navike. Ovi rezultati ukazuju na to da svest i obrazovanje o cirkularnoj ekonomiji mogu dovesti do većih promena u ponašanju potrošača.



**Slika 58. Da li biste bili voljni da promenite svoje navike nabavke tekstilnih proizvoda kako biste doprineli cirkularnoj ekonomiji?**

Interesovanje za učešće u događajima razmene odeće je takođe umereno. Prema podacima, 24,8 odsto anketiranih je veoma spremno da učestvuje u ovim događajima, dok je 49,9 odsto donekle spremno. S druge strane, 25,2 odsto uopšte nema želju da učestvuje u takvim inicijativama. Kumulativni procenat pokazuje da je 74,8 odsto učesnika barem donekle

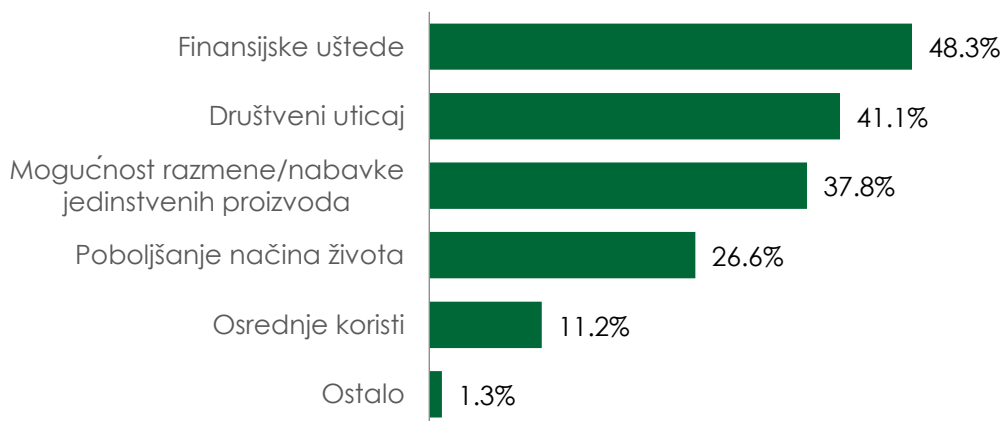
zainteresovano za ove događaje, što odražava umeren nivo spremnosti da iskoriste prednosti prakse cirkularne ekonomije.



**Slika 59. Koliko ste spremni da učestvujete u događajima razmene odeće?**

Što se tiče faktora koji motivišu ljude da učestvuju u takvim inicijativama, glavni razlozi se odnose na finansijske beneficije. Konkretno, 48,3 odsto anketiranih navodi da su finansijske uštede glavni faktor koji ih pokreće da učestvuju u događajima razmene odeće. Pored toga, društveni uticaj je takođe značajan razlog, koji navodi 41,1 odsto anketiranih. Drugi udeo (37,8%) vidi ovo kao priliku za sticanje ili razmenu novih proizvoda, dok 26,6 odsto ceni ovu praksu za poboljšanje svog načina života. Samo 11,2 odsto anketiranih smatra da su koristi za životnu sredinu glavni razlog za učešće u ovim inicijativama.

Iako za korist životne sredine nisu glavni faktor za većinu, postoji potencijal da utiče kroz obrazovanje i ekonomske koristi. Prakse koje kombinuju finansijske olakšice sa ciljevima zaštite životne sredine mogu biti uspešnije u podsticanju promene ponašanja.



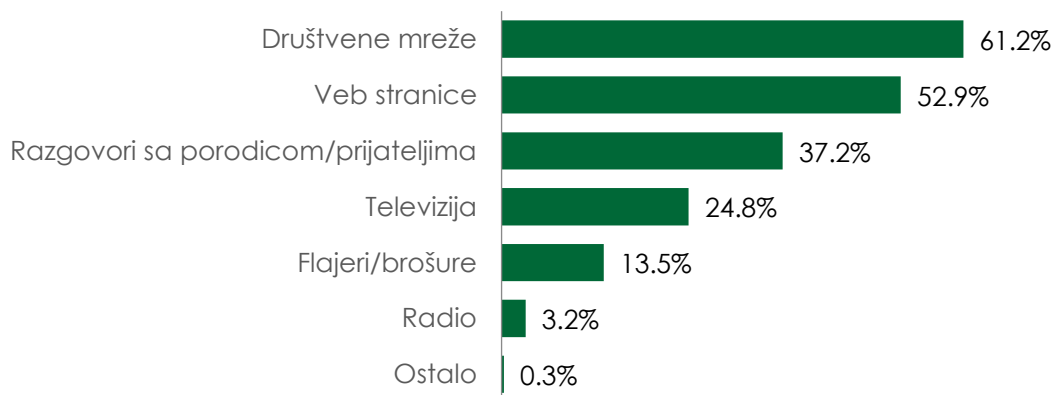
**Slika 60. Šta vas najviše motiviše da postanete deo takvih inicijativa? (Višestruko pitanje)**

## 7.7 IZVORI INFORMACIJA

Drugi ključni aspekt izveštaja je identifikacija glavnih izvora iz kojih građani dobijaju informacije o tekstilnim proizvodima. Ovaj deo istražuje ulogu društvenih mreža, tradicionalnih medija i ličnih preporuka u procesu donošenja odluka o kupovini.

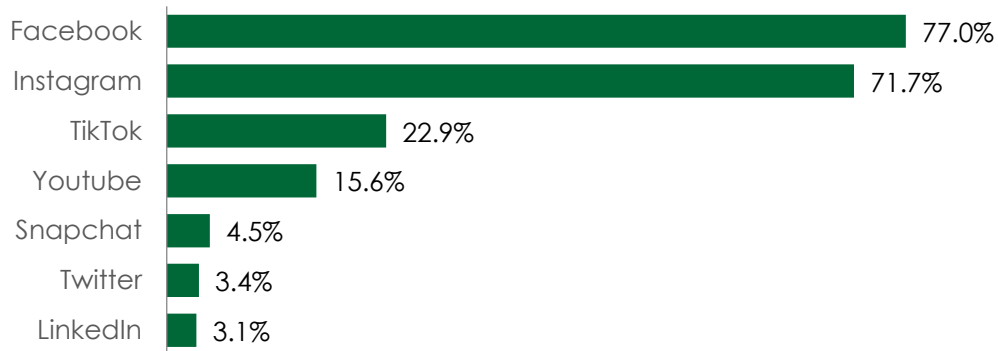
Izvori informacija o tekstu i kupovini tekstilnih proizvoda su uglavnom društvene mreže, koje se koriste u 61,2 odsto slučajeva. Nakon njih, web stranice su još jedan važan izvor informacija, koji se koriste u 52,9 odsto slučajeva. Razgovori sa porodicom i prijateljima takođe igraju važnu ulogu, služeći kao izvor informacija za 37,2 odsto slučajeva. U poređenju sa digitalnim medijima, televizija ima manji uticaj (24,8 odsto slučajeva), dok letke i brošure koristi samo 13,5 odsto slučajeva. Radio ima minimalan uticaj, u samo 3,2 odsto slučajeva učesnika koji ga koriste kao izvor informacija. Ovi podaci pokazuju da se informacije o tekstu i kupovini tekstilnih proizvoda uglavnom šire putem digitalnih kanala i međuljudske komunikacije, dok tradicionalni mediji igraju manju ulogu.

Dominacija društvenih mreža kao izvora informacija stvara velike mogućnosti za kampanje koje promovišu recikliranje i ponovnu upotrebu. Ako se informacije o životnoj sredini kanališu na ove platforme, potencijalni uticaj na ponašanje potrošača bio bi značajan.



**Slika 61. Koje izvore informacija koristite za dobijanje informacija o tekstu i kupovini tekstilnih proizvoda? (Višestruko pitanje)**

Vezano sa društvenim mrežama koje se najčešće koriste za informisanje i kupovinu tekstilnih proizvoda, Facebook je najčešće korišćena platforma, izabrana u 77 odsto slučajeva, a sledi Instagram sa 71,7 odsto slučajeva. TikTok je takođe popularna platforma, ali je njegova upotreba ograničenija (22,9 odsto vremena). YouTube takođe ima skromnu ulogu u ovom procesu, u 15,6 odsto slučajeva koriste ga za dobijanje informacija o tekstu. U međuvremenu, druge platforme kao što su Snapchat (4,5 odsto slučajeva), Twitter (3,4 odsto slučajeva) i LinkedIn (3,1 odsto slučajeva) imaju manji uticaj. Ovi podaci pokazuju da Facebook i Instagram platforme ostaju najpoželjnije za informisanje i kupovinu tekstilnih proizvoda.



**Slika 62. Koju od društvenih mreža najčešće koristite za informisanje i kupovinu tekstilnih proizvoda? (Višestruko pitanje)**

## 8. REZULTATI INTERVJUA SA PREDUZEĆIMA

Ovaj deo će obuhvatiti analizu podataka prikupljenih kroz istraživanje sprovedeno sa preduzećima koje posluju u sektoru odeće i kućnog tekstila na Kosovu. Podaci će pomoći u identifikaciji trenutnih praksi, izazova i potencijala za poboljšanje u pogledu upravljanja otpadom, recikliranja i cirkularne ekonomije u ovom sektoru.

### 8.1 OPŠTE INFORMACIJE O PREDUZEĆU

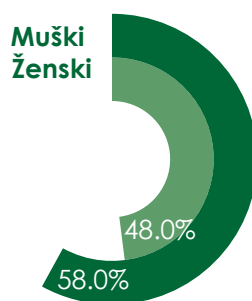
Osnovni profil intervjuisanih kompanija je prikazan u nastavku, uključujući ekonomsku aktivnost, vlasničku strukturu i radnu snagu. Ove informacije su važne za razumevanje operativnog konteksta i kapaciteta sektora da uključi prakse cirkularne ekonomije.

Kompanije koje su intervjuisane za studiju sa preduzećima imaju različite aktivnosti, gde najveći broj njih ima kao svoju osnovnu delatnost proizvodnju tekstilne odeće (47%), zatim šivenje odeće sa 18 odsto preduzeća i trgovina na veliko i malo (12%). Među tim kompanijama su i one koje isporučuju samo tekstil, oko 11 odsto njih, jer su neophodna grupa za istraživanje kako preduzeća ovog tipa upravljaju tekstilnim otpadom.



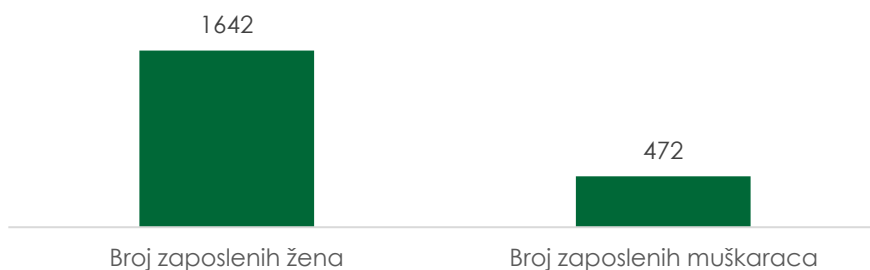
**Slika 63. Aktivnost preduzeća**

Što se tiče pola vlasnika kompanije, u 58 odsto slučajeva ove kompanije imaju muške vlasnike, dok u 48 odsto slučajeva imaju ženske vlasnike. Ovo uključuje i slučajeve u kojima kompanije imaju više od jednog vlasnika.



**Slika 64. Pol vlasnika preduzeća**

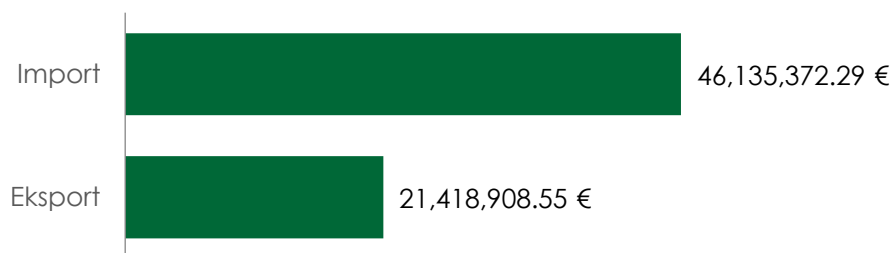
Ove kompanije su prijavile ukupno 2.114 radnika, pri čemu su 1.642 radnika (ili 77,7% njih) žene, dok su samo 472 su muškarci (22,3%).



**Slika 65. Broj zaposlenih u preduzećima prema polu**

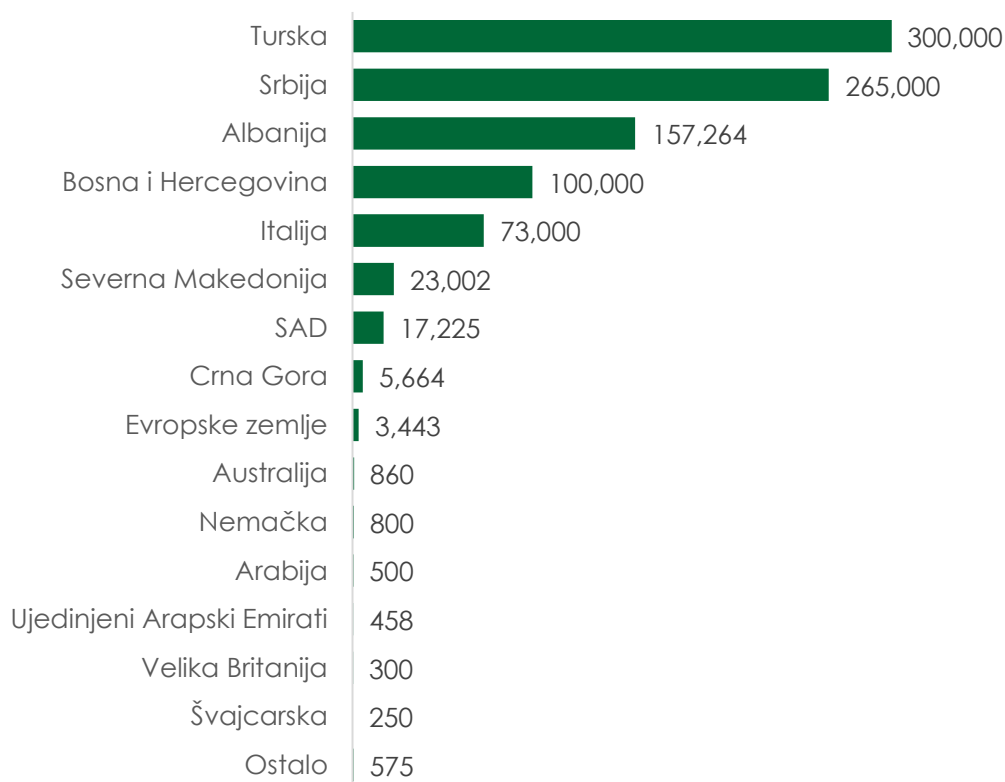
Samo 43 odsto preduzeća je pristalo da prijavi svoj godišnji promet za 2024 godinu. Ukupno, ove kompanije imaju godišnji promet od oko 109,6 miliona evra.

Sve u svemu, oko 21 odsto ovih preduzeća izjavilo je da su izvezli u 2024 godini, a ukupna vrednost ovog izvoza je 21,4 miliona evra. S druge strane, oko 29 odsto preduzeća je izjavilo da su uvezli u ovom periodu, a ukupna vrednost uvoza je oko 46,1 miliona evra. To se poklapa sa podacima čitave industrije u kojoj je vrednost uvoza veća od vrednosti izvoza.



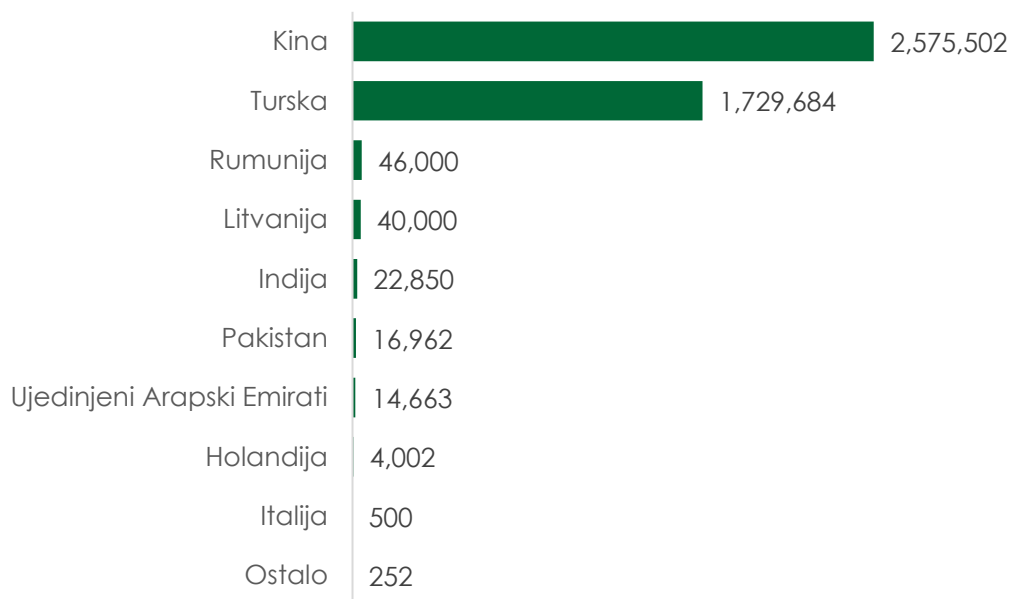
**Slika 66. Deklarisane izvozne i uvozne vrednosti preduzeća**

Od onih koji su izjavili da su izvozili u 2024 godini, zemlja sa najvećom količinom izvoza je Turska sa oko 300 tona izvoza, zatim Srbija sa oko 265 tona izvoza i Albanija sa oko 157 tona izvoza.



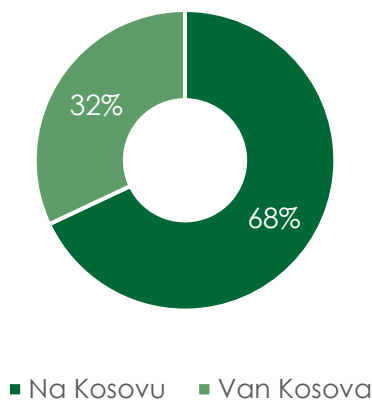
**Slika 67. U kojim zemljama ste izvozili tokom 2024 godine?**

S druge strane, zemlja u koju su ova preduzeća najviše uvezle je Kina, sa oko 2,6 hiljada tona, a sledi Turska sa oko 1,7 hiljada tona. U drugim zemljama kao što su Rumunija i Litvanija, uvezena količina je znatno manja (46 tona i 40 tona respektivno).



**Slika 68. U koje zemlje ste uvezli u 2024 godini?**

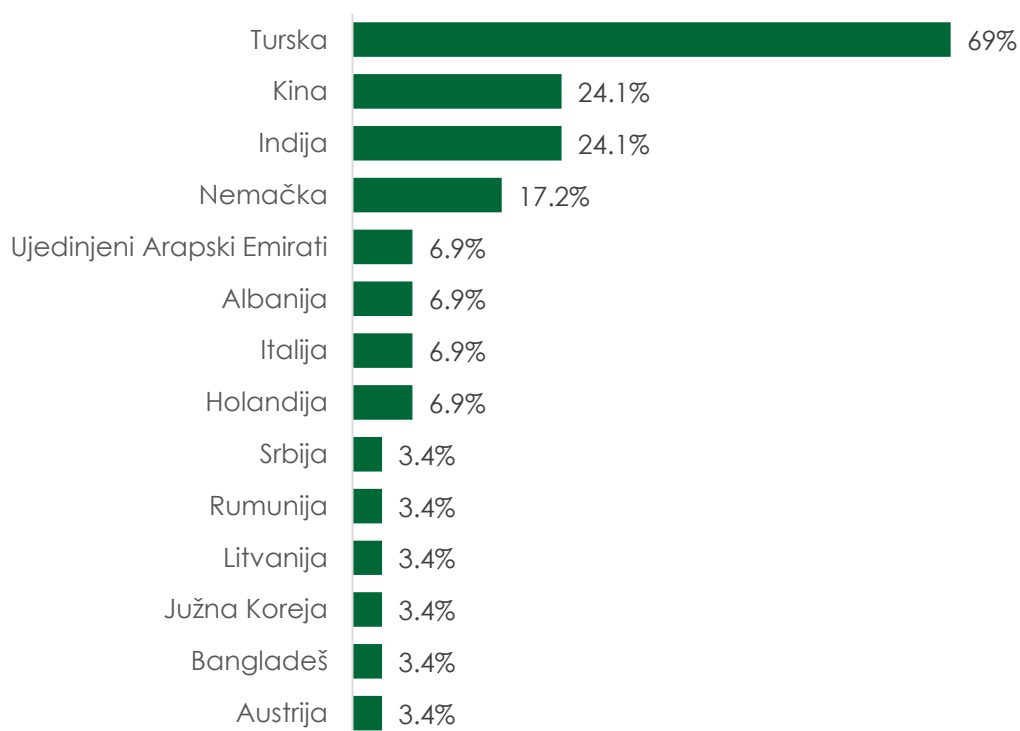
Većina preduzeća (68%) za sirovine se snabdevaju na Kosovu, dok ostatak se isporučuje van Kosova (32%). U ovom delu, finalizirani proizvodi se takođe računaju kao sirovine, koje se dobijaju od preduzeća koje ih onda prodaju na veleprodaju ili maloprodaji.



**Slika 69. Gde se vase preduzeće se snabdeva sa sirovinama?**

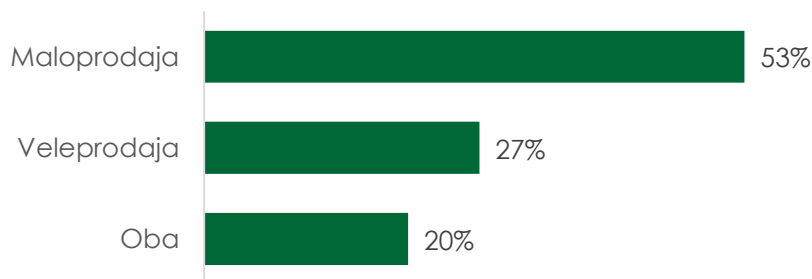
Od onih preduzeća koje su izjavile da se snabdevaju van Kosova, oko 69 odsto je izjavilo da je zemlja iz koje se najviše snabdevaju je Turska. Kina i Indija su druge zemlje među najizabranijim, sa

24,1 odsto njih u oba slučaja. Ove zemlje su poznate po izvozu ne-biorazgradivih tekstilnih materijala, kao što su poliester, najlon i elasthan, koji predstavljaju opasnost po životnu sredinu zbog teškoća recikliranja i veoma dugog trajanja raspadanja u prirodi.



**Slika 70. Navedite zemlju gdje se snabdevate van Kosova?**

Više od polovine preduzeća (53%) izjavilo je da je njihov glavni oblik prodaje u 2024 godini bila maloprodaja. Oko 27 odsto njih je ostvarilo veleprodajnu prodaju, dok su ostali (20%) ostvarili prodaju u oba formata. Dominacija maloprodaje ukazuje na orijentaciju prema pojedinačnim potrošačima, što obično uključuje veću proizvodnju ambalaže i više proizvoda koji se distribuiraju u malim jedinicama. Ovo povećava potencijal za stvaranje otpada, kako iz ambalaže, tako i iz samih proizvoda na kraju životnog veka.

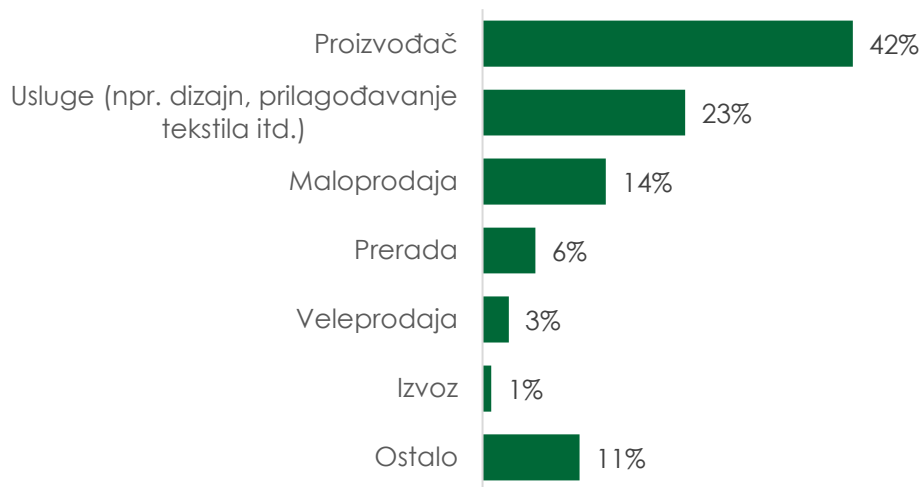


**Slika 71. Koji je bio glavni oblik prodaje u vašem preduzeću tokom 2024 godine?**

## 8.2 KORIŠĆENJE SIROVINA ZA PROIZVODNJU

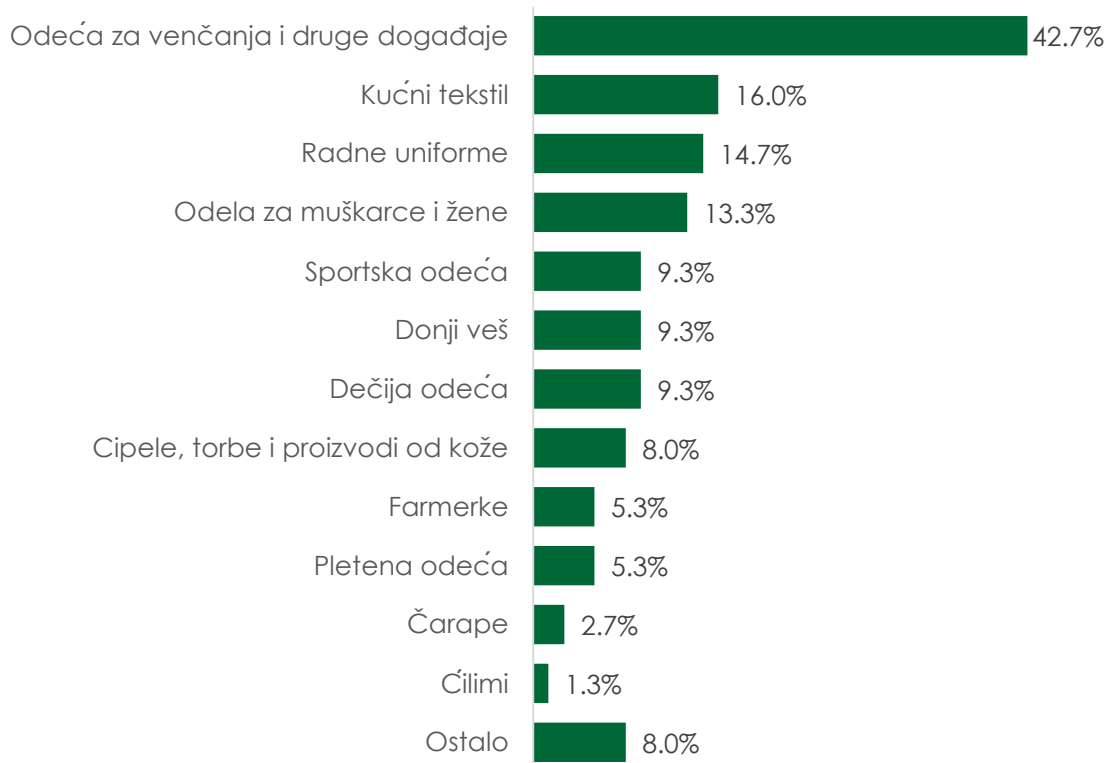
Izbor materijala tekstilnih proizvoda direktno utiče na životnu sredinu. Iz tog razloga, ovaj odeljak analizira koje sirovine najviše koriste kompanije, kao i preferencije potrošača koje oblikuju ovu potražnju.

Većina kompanija (42%) ima proizvodnju kao svoju osnovnu delatnost, oko 23 odsto ima usluge kao što su dizajn, tekstilni aranžman, tekstilna adaptacija i slično. Samo 6 odsto njih je izjavilo da je njihova glavna delatnost prerada tekstila. Kako se većina kompanija fokusira na novu proizvodnju, to ima direktan uticaj na povećanje količine tekstilnog otpada, jer nedostaje zatvoreni promet materijala.



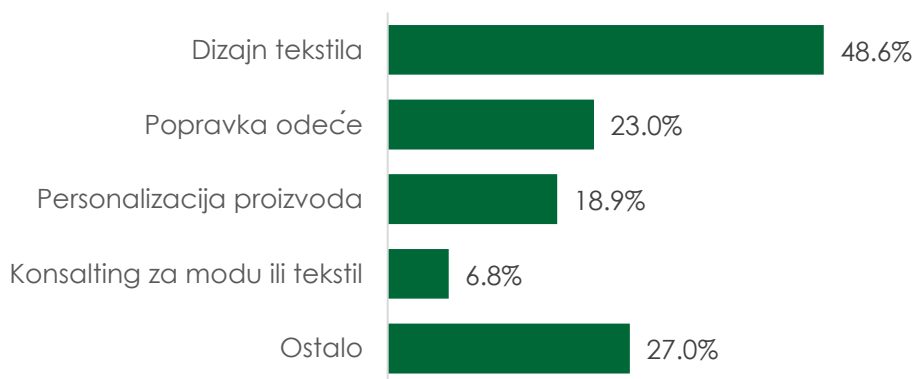
**Slika 72. Koja je osnovna delatnost vaše kompanije?**

Proizvođači u 42,7 odsto slučajeva izjavili su da proizvode odeću za venčanje i događaje. Niži procenat (16%) pomenuo je tekstil za domaćinstvo, dok je 14,7 odsto izjavilo da proizvode radne uniforme. Ostali proizvodi kao što su odela, sportska odeća, donji veš i dečija odeća su drugi proizvodi za redom, ali manje proizvedeni od strane ovih kompanija.



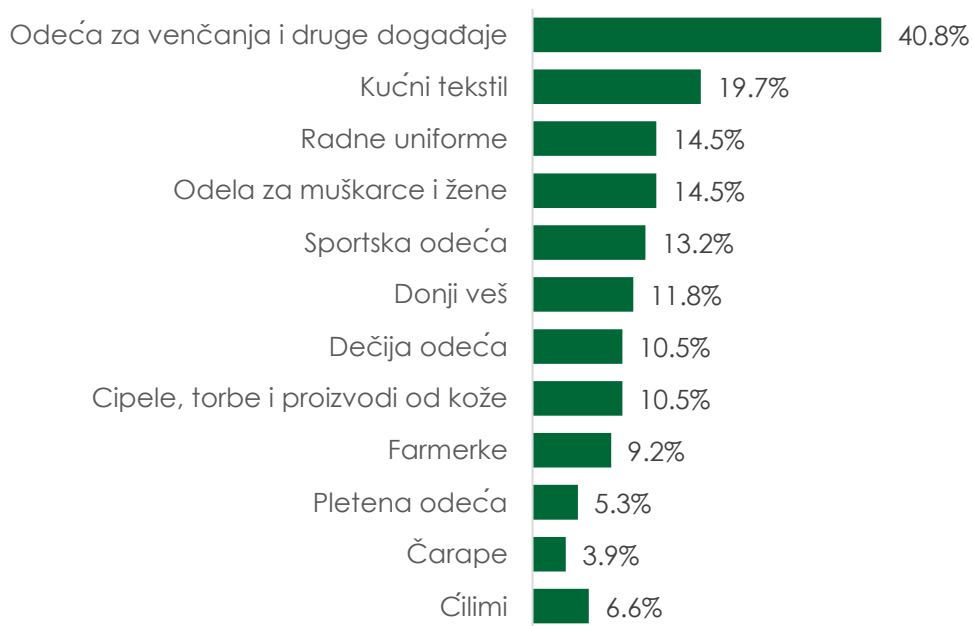
**Slika 73. Ako je vaša kompanija proizvođač, koje proizvode proizvodite? (Višestruko pitanje)**

S druge strane, pružaoci usluga su u 48,6 odsto slučajeva proglasili kao uslugu koju nude tekstilni dizajn, zatim se u 23 odsto slučajeva pominje popravka odeće, a u nešto nižem procentu (18,9%) je prilagođavanje proizvoda kao što su vez, štampanje itd. Moda ili konsultantske usluge za tekstil je najmanje ponuđena usluga, sa samo 6,8 odsto slučajeva.



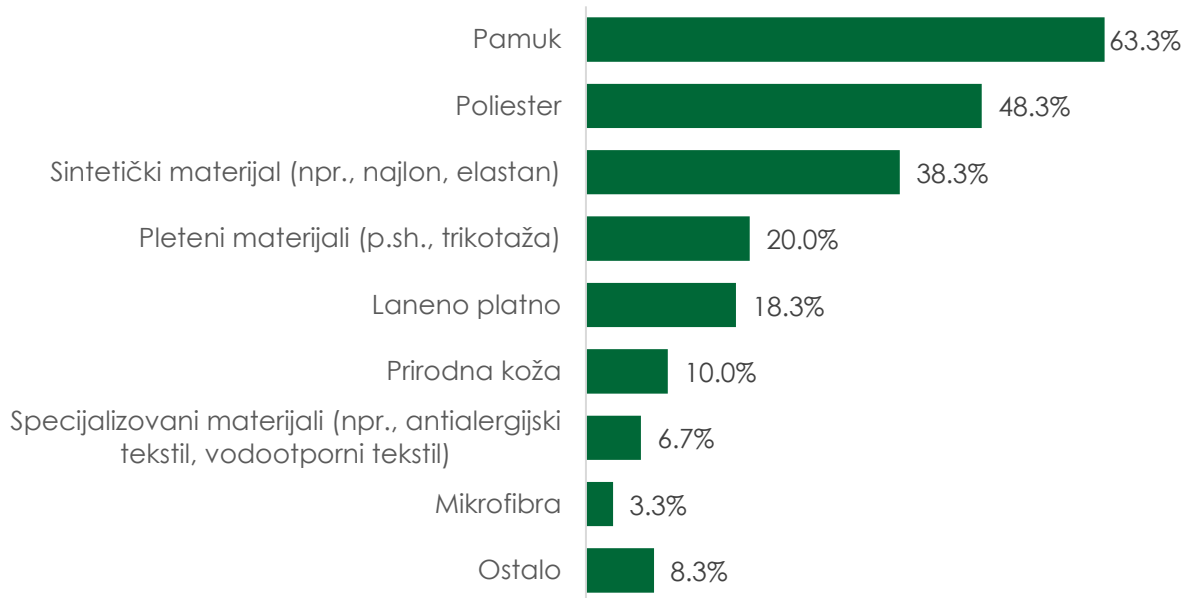
**Slika 74. Ako vaša kompanija nudi usluge, koje su glavne usluge koje nudite? (Višestruko pitanje)**

I maloprodajni i veleprodajni trgovci izjavili su da prodaju najviše odjeće za vjenčanje i događaje, izabranu u 40,8 posto slučajeva, zatim radne uniforme (19,7% slučajeva) i donje rublje i kućni tekstil (14,5% slučajeva).



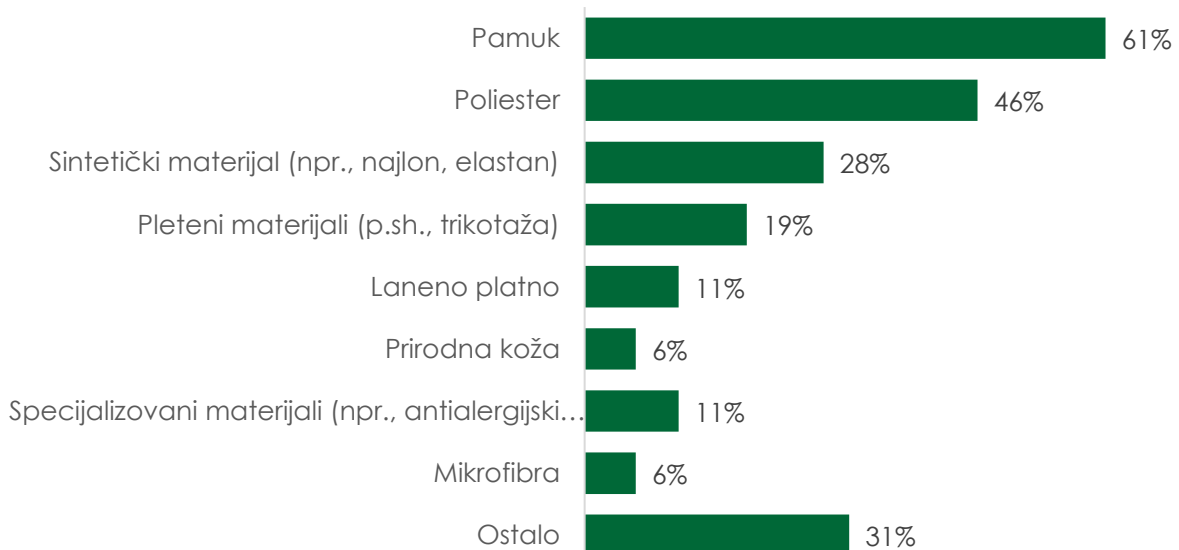
**Slika 75. Ako je vaša kompanija trguje na malo / veliko, koji su glavni proizvodi koje prodajete? (Višestruko pitanje)**

Što se tiče materijala koji se koristi za proizvedene proizvode, u 63,3 odsto slučajeva kompanije koriste pamuk. U oko 48,3 odsto slučajeva koriste poliester, a u 38,3 odsto slučajeva koriste sintetičke materijale kao što su najlon, elastin itd. Visoka upotreba pamuka ima pozitivan uticaj na životnu sredinu jer je prirodni i biorazgradivi materijal. Dok poliester i sintetički materijali kao što su najlon i elastan nisu biorazgradivi i značajno doprinose zagađenju životne sredine, posebno kao plastični otpad koji se ne razgrađuje lako



**Slika 76. Koju sirovinu koristite za proizvodnju vaših proizvoda?**

Slično tome, materijali koji su najviše traženi od strane kupaca i imaju najviše prodaje su pamuk (61% slučajeva), poliester (46% slučajeva) i sintetički materijali (28% slučajeva). Velika potražnja za ne-biorazgradivim materijalima kao što su poliester i sintetička vlakna, a pošto 20 odsto građana odlaže svoju odeću direktno kao otpad, utiče na značajno povećanje količine tekstilnog otpada koji ostaje u životnoj sredini.



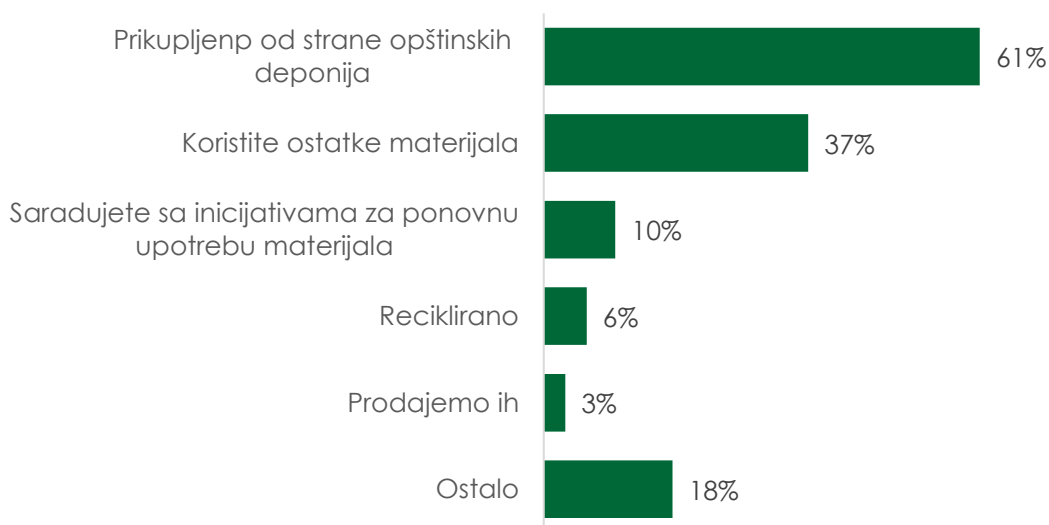
**Slika 77. Koji su materijali koji su najviše traženi od strane vaših kupaca i koji imaju najviše prodaje? (Višestruko pitanje)**

### 8.3 UPRAVLJANJE OTPADOM

Način na koji kompanije upravljaju svojim otpadom je ključan za procenu uticaja na životnu sredinu i potencijala za ponovnu upotrebu i reciklažu. Trenutne prakse i oblasti za poboljšanje u tom pogledu analizirane su u nastavku.

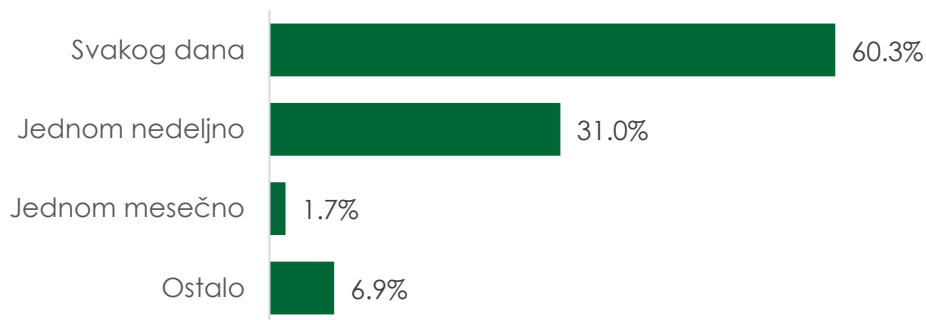
U većini slučajeva (61%) prduzeća upravljaju otpadnim materijalima iz proizvodnog procesa kroz prikupljanje od opštinskih deponija. U 37 odsto slučajeva koriste ove preostale materijale, dok su u samo 10 odsto slučajeva izjavili da saraduju sa inicijativama za ponovnu upotrebu materijala i u 6 odsto slučajeva ih recikliraju. U oko 18 odsto slučajeva, spomenuli su druge prakse kao što su odlaganje, doniranje, korišćenje za proizvodnju aksesora, itd.

Ovaj rezultat pokazuje da je upravljanje tekstilnim otpadom od strane preduzeća i dalje je uglavnom pasivno, jer većina njih zavisi od opštinskih deponija, koje često završavaju na deponijama bez efikasnog recikliranja ili ponovne upotrebe i negativnog uticaja na životnu sredinu. Ova preduzeća su izjavile da u proseku plaćaju oko 185,42 evra godišnje za ovu uslugu.



**Slika 78. Prakse upravljanja otpadom: Kako vaša kompanija upravlja otpadom materijala u proizvodnom procesu? (Višestruko pitanje)**

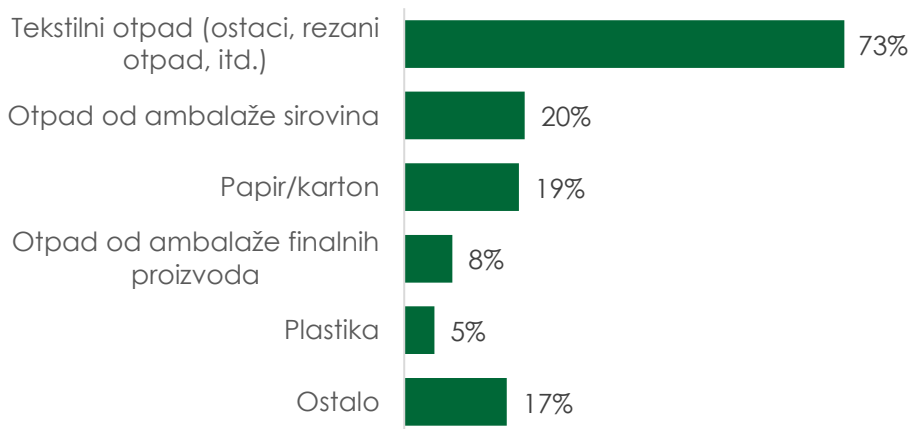
Više od polovine kompanija (60,3%) koje upravljaju otpadom preko opštinskih deponija izjavilo je da se njihovo sakupljanje vrši svaki dan. Oko 31 odsto je izjavilo da ovu praksu sprovode jednom nedeljno, dok je ostatak izjavio da se praksa odvija manje od jednom nedeljno. Svakodnevno prikupljanje otpada od strane opštinskih deponija, većina kompanija pokazuje visoku stopu stvaranja otpada, što je zabrinjavajuće posebno ako ovaj otpad sadrži ne-biorazgradive materijale.



**Slika 79. Ako da, koliko puta se sakupljaju materijalni otpad?**

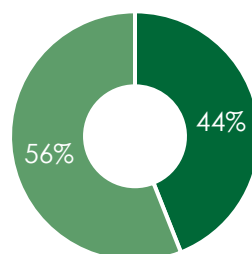
U većini slučajeva, kompanije stvaraju tekstilni otpad kao što su ostaci, rezanje otpada i slično (73%). Ovo je takođe usko povezano sa činjenicom da su najčešće korišćeni materijali od strane kompanija pamuk, poliester i druga sintetička vlakna. Tekstilni otpad koji izlazi iz procesa rezanja i proizvodnje uglavnom se sastoji od ovih materijala, od kojih su sintetična vlakna kao što su poliester i elastan posebno problematična za životnu sredinu,

Otpad od sirovinske ambalaže i papirne ili kartonske ambalaže je manjim slučajevima (20% i 19%), dok je otpad od ambalaže finalnih proizvoda (8%) i plastike (5%) rijedak.



**Slika 80. Koje su glavne vrste otpada koje generišete tokom radnog procesa?**

Oko 56 odsto kompanija je izjavilo da nemaju saznanja o tome koliko tona tekstilnog otpada njihova kompanija generiše godišnje, jer ne vrše nikakva merenja po ovom aspektu. Dok su iz drugih kompanija (43%) koje su pružile informacije, tokom godine prijavljeno je ukupno oko 22,8 tona tekstilnog otpada.



■ Imamo znanje ■ Nemamo znanje

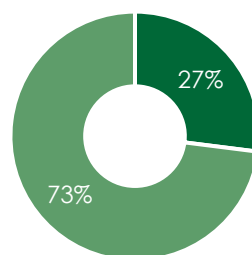
**Slika 81. Koliko tona tekstilnog otpada vaša kompanija generiše godišnje?**

Iz ovih podataka za tekstilni sektor grubo je izračunata ukupna proizvodnja tekstilnog otpada. Uzimajući u obzir deklarisanu proseku sektora (trgovina, proizvodnja i druge kategorije) sa trenutnom distribucijom aktivnih preduzeća na Kosovu, i povećavajući je preko 61% njih koji se izjašnjavaju da proizvode otpad, procenjuje se da preduzeća generišu oko **13.832,84 tona tekstilnog otpada godišnje**.

Ova kalkulacija predstavlja **indikativnu procenu**, s obzirom na nedostatak sistematskih i zvaničnih podataka o upravljanju tekstilnim otpadom u privatnom sektoru na Kosovu. Još manji broj (27%) su izjavili da imaju sistem za ponovnu upotrebu ostataka materijala u proizvodnom procesu.

Još manji broj (27%) su izvestili da imaju sistem za ponovnu upotrebu ostataka materijala u proizvodnom procesu.

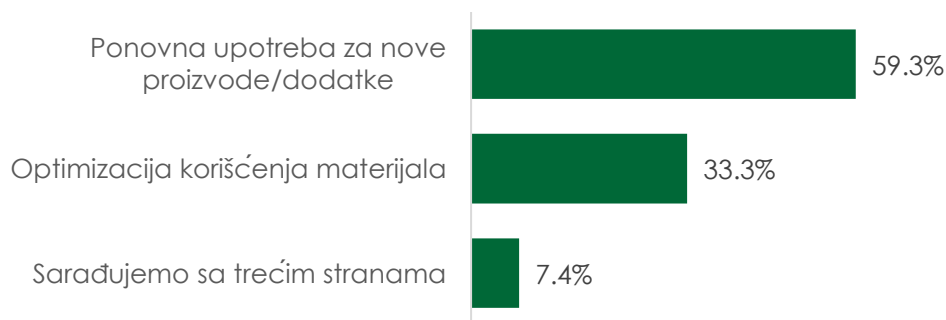
Ovo pokazuje značajan nedostatak praćenja i upravljanja otpadom u većini kompanija, održive prakse još nisu institucionalizovane i da postoji veliki prostor za poboljšanje u pogledu cirkularne ekonomije, recikliranja i smanjenja otpada koji završava na deponijama.



■ Da ■ Ne

**Slika 82. Da li vaša kompanija ima sistem za ponovnu upotrebu ostataka materijala u proizvodnom procesu?**

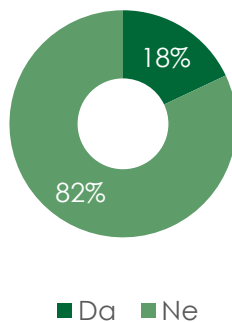
Više od polovine kompanija (59,3%) izjavilo je da je sistem koji imaju za ponovnu upotrebu preostalih materijala za druge nove proizvode ili tekstilne aksesoare. Oko 33,3% je reklo da stalno optimizuju upotrebu materijala i njegovo ponovno korišćenje. Dok je samo 7,4 odsto izjavilo da saraduju sa trećim stranama kao što su kompanije, škole ili druge institucije koje koriste njihov tekstilni otpad



**Slika 83. Molimo Vas da ukratko opišete sistem za ponovnu upotrebu preostalih materijala u procesu proizvodnje?**

## 8.4 CIRKULARNA EKONOMIJA

Da bi se razumela spremnost sektora da krene ka održivim modelima, važno je proceniti znanje i interesovanje kompanija za cirkularnu ekonomiju. Što se tiče znanja o cirkularnoj ekonomiji, samo 18 odsto kompanija je reklo da su čuli za koncept cirkularne ekonomije. Od ovih kompanija, 88,9 odsto (ili 16 kompanija) je izrazilo interesovanje za primenu principa cirkularne ekonomije u svojoj kompaniji. Ovo pokazuje da nizak nivo znanja o cirkularnoj ekonomiji ometa usvajanje ovih praksi od strane kompanija.



**Slika 84. Da li ste čuli za koncept cirkularne ekonomije?**

Od kompanija koje imaju znanje o cirkularnoj ekonomiji, deset (od 18) njih je izjavilo da su zainteresovani, ali još nisu počeli da primenjuju ove prakse. Dok je šest od njih reklo da trenutno nemaju prioritet ili još nisu sigurni. Samo dve kompanije su prijavile da su već počele da recikliraju i primenjuju cirkularnu ekonomiju.

**Tabela 3. Da li je vaša kompanija spremna da započne reciklažu i primeni praksu cirkularne ekonomije?**

Odgovori	Frekvencija
Da, zainteresovani smo, ali još nismo počeli	10
Ne, trenutno nam nije prioritet	3
Nisam siguran-a	3
Da, već smo počeli	2

Treninzi o cirkularnoj ekonomiji za preduzeća opisane su kao neophodne gde je osam (od 18) kompanija reklo da su takvi treninzi potrebni za rukovodeće osoblje i proizvodne radnike, dok je šest izjavilo da su ovi treninzi neophodni samo za njihovo rukovodeće osoblje, a dve su ih procenile kao neophodne samo za proizvodne radnike. Samo dve kompanije su izjavile da nemaju interesa.

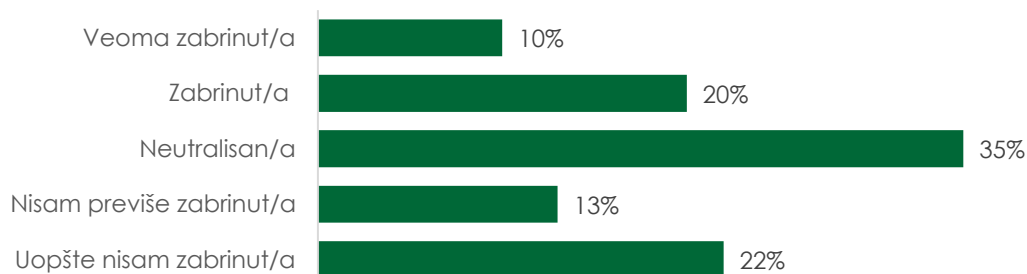
**Tabela 4. Da li biste bili zainteresovani za učešće u treninzima cirkularne ekonomije za vašu kompaniju i za vaše radnike?**

Odgovori	Frekvencija
Da, za obe kategorije	8
Da, za rukovodeće osoblje	6
Da, za radnike u proizvodnji	2
Ne, nismo zainteresovani	2

## 8.5 KLIMATSKE PROMENE I UGLJENIČNI TRAG

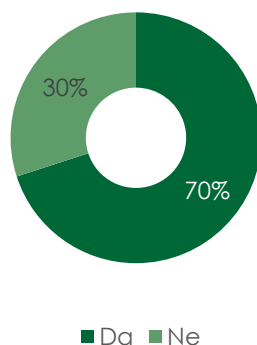
U nastavku studija ispituje koliko su kompanije svesne uticaja koji izazivaju i koliko su spremne da preduzmu mere za smanjenje svog ugljičnog traga.

Na pitanje o zabrinutosti zbog uticaja njihove aktivnosti na životnu sredinu, samo 10 odsto kompanija izrazilo se kao veoma zabrinuto, a 20 odsto kao zabrinuto. Većina, 35 odsto, zadržala je neutralan stav, dok je 13 odsto reklo da nisu previše zabrinuti, a 22 odsto uopšte nisu zabrinuti. Ova distribucija pokazuje da pitanja zaštite životne sredine još uvek nisu prioritet za većinu kompanija, što odražava potrebu za većom svesću i podrškom za sprovođenje održivih praksi.



**Slika 85. Koliko ste zabrinuti o zagađenju koje aktivnost vaše kompanije izaziva u životnu sredinu?**

Oko 70 odsto kompanija je spremno da investira u poboljšanje svojih praksi kako bi smanjili svoj uticaj na životnu sredinu i ugljenični trag, dok 30 odsto nije izrazilo takvu spremnost. Ovo pokazuje pozitivan trend ka održivosti, pri čemu većina preduzeća pokazuje spremnost da preduzme konkretne korake u tom pravcu. Međutim, činjenica da trećina njih nije voljna da investira naglašava potrebu za dodatnim podsticajima i svest o dugoročnim prednostima investicija u zaštitu životne sredine.

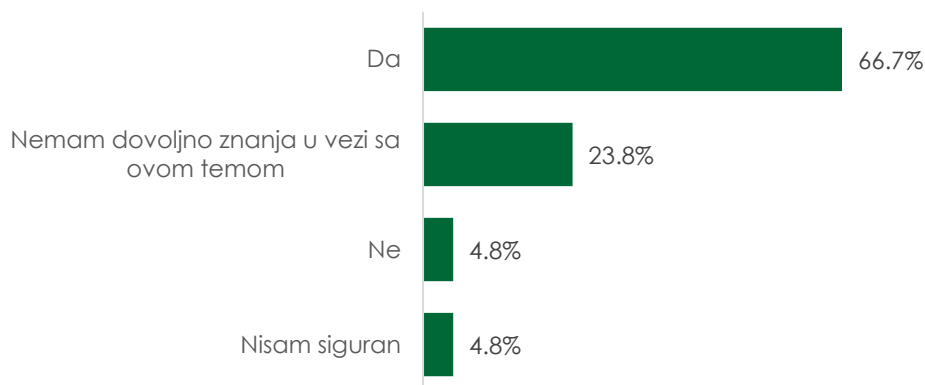


**Slika 86. Da li ste spremni da investirate u poboljšanje prakse kako biste smanjili uticaj na životnu sredinu i ugljenični trag**

## 8.6 EKOLOŠKI PROPISI ZA IZVOZ

Povećanje ekoloških standarda na međunarodnim tržištima zahteva od izvoznih kompanija da ispune jasne kriterijume za održivost. Ovaj pododjeljak procenjuje stepen pripremljenosti kosovskih preduzeća za rad u ovom novom okviru.

Kompanije koje izvoze u EU pokazale su veoma pozitivan pristup ulaganju u ispunjavanje ekoloških kriterijuma potrebnih za izvoz, pri čemu je 66,7 odsto njih pokazalo spremnost za to, dok je 23,8 odsto izjavilo da nemaju dovoljno informacija o ovom pitanju.

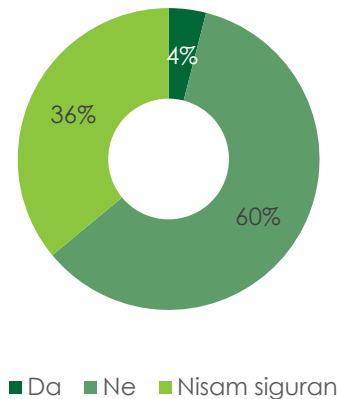


**Slika 87. Za izvozne kompanije u EU: Da li ste spremni da investirate kako biste ispunili ekološke kriterijume potrebne za izvoz?**

## 8.7 INTERESOVANJE I IZAZOVI ZA RECIKLAŽU

Preduzeća koja posluju u tekstilnom sektoru imaju važnu ulogu u razvoju lanca reciklaže. U ovom delu analiziraju se glavne prepreke i njihov trenutni nivo angažovanja u praksi ponovne upotrebe i reciklaže otpada.

Samo 4 odsto kompanija je uključeno u inicijative za ponovnu upotrebu i reciklažu, dok većina (60%) uopšte nije angažovana. Značajan procenat (36%) nije siguran, što ukazuje na nedostatak informacija. Od kompanija koje su prijavile angažman, inicijative uključuju doniranje proizvodnog otpada školama za obuku, ponovnu upotrebu ostataka za stvaranje novih proizvoda i učešće na lokalnim sajmovima, kao i male inicijative za reciklažu razvijene u kompaniji. Ovo pokazuje izolovane napore, ali naglašava potrebu za širom podrškom i politikama koje podstiču veću uključenost u održive prakse.



**Slika 88. Da li je vaša kompanija trenutno uključena u bilo kakve inicijative za ponovnu upotrebu i reciklažu proizvodnog otpada?**

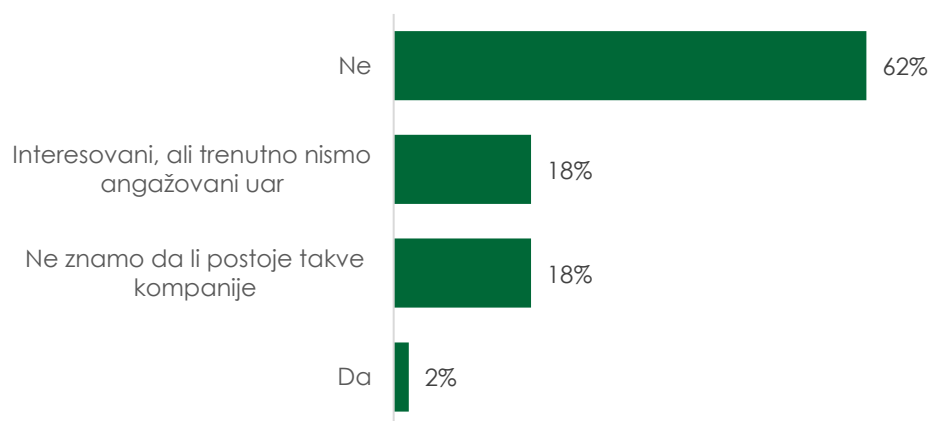
Najčešći razlozi zbog kojih kompanije nisu uključene u inicijative za reciklažu i ponovnu upotrebu uglavnom se odnose na nedostatak informacija, a 53,3 odsto njih navodi da nemaju informacije o bilo kakvoj inicijativi za reciklažu. U međuvremenu, 18,3 odsto nema interesa, a 13,3 odsto sebe smatra malim preduzećima koja ne stvaraju mnogo otpada. Drugi navode barijere kao što su visoki troškovi (1,7%), nedostatak mogućnosti za recikliranje njihovog materijala na Kosovu (3,3%) ili ne zbiju razlog za neuključivanje (5,0%). Samo 3,3% je izjavilo da razmišlja o uključivanju u budućnosti, dok je jedna kompanija (1,7%) izjavila da sama prerađuje otpad. Ovi podaci naglašavaju potrebu za obrazovanjem, informisanjem i tehničkom podrškom, posebno za mala preduzeća, kako bi se povećala uključenost u održive ekološke prakse.



**Slika 89. Ako ne, zašto niste uključeni?**

Podaci pokazuju da samo 2 odsto kompanija trenutno saraduju sa kompanijama za reciklažu za upravljanje tekstilnim otpadom. Ogromna većina, 62 odsto, nema nikakav oblik saradnje, dok je 18 odsto zainteresovano, ali još nije angažovano. Takođe, 18 odsto kompanija nije obavješteno da li postoje takve kompanije za reciklažu.

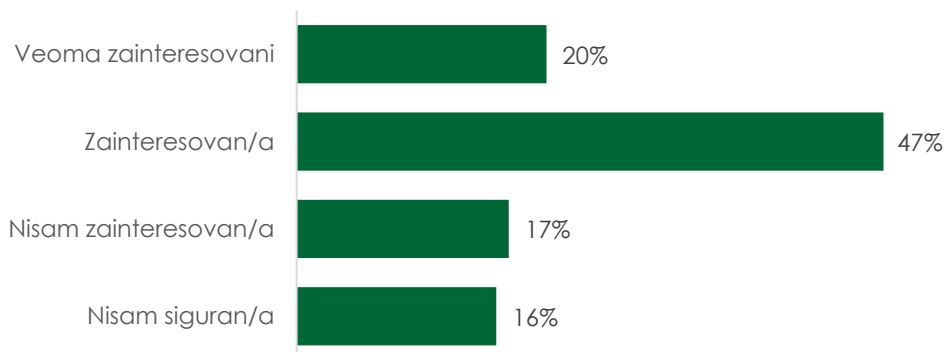
Ovaj rezultat odražava izražen nedostatak veze između proizvođača i lanca reciklaže, a istovremeno pokazuje nedostatak informacija i pristupa održivim rešenjima za upravljanje otpadom.



**Slika 90. Da li vaša kompanija saraduje sa bilo kojom kompanijom za reciklažu za upravljanje tekstilnim otpadom?**

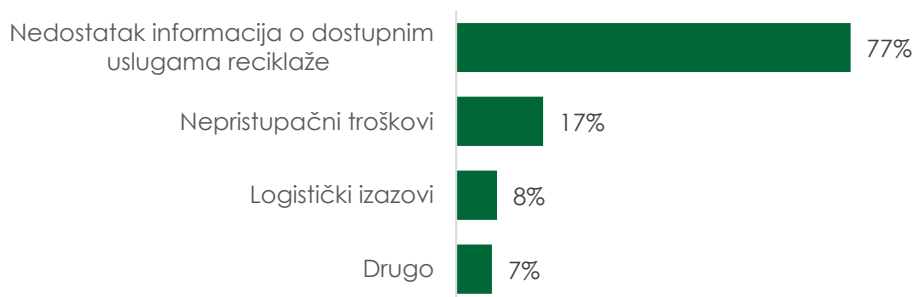
Uprkos trenutnom niskom nivou saradnje sa kompanijama za reciklažu, tekstilne kompanije pokazuju veliki potencijalni interes za ovu saradnju u budućnosti. Konkretno, 67% kompanija je zainteresovano ili veoma zainteresovano za partnerstvo sa kompanijama za reciklažu koje su specijalizovane za upravljanje otpadom od odeće.

To pokazuje da postoji spremnost i spremnost da se uključe u održive prakse, ako se pruže prave mogućnosti i relevantne informacije. Međutim, 17% kompanija ne izražava interesovanje, a 16% nije sigurno, što ukazuje na to da su barijere kao što su nedostatak znanja, troškovi ili nedostatak jasne ponude na tržištu i dalje prisutne.



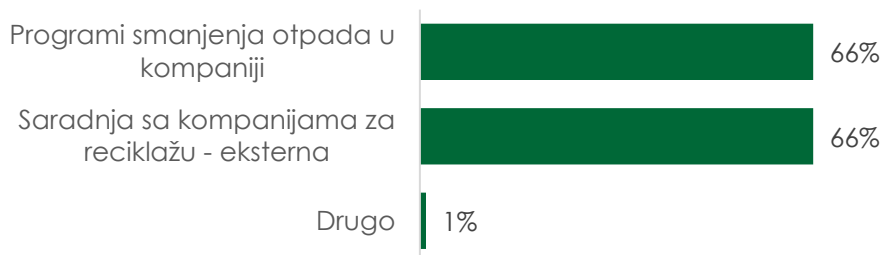
**Slika 91. Da li bi vaša kompanija bila zainteresovana za partnerstvo sa kompanijama za reciklažu koja je specijalizovana za upravljanje otpadom od odeće??**

Veliko interesovanje kompanija za saradnju sa kompanijama za reciklažu, koje se ogleda u preliminarnom pitanju, suočava se sa nekim jasnim preprekama koje ograničavaju konkretne akcije. Prema podacima, glavna prepreka je nedostatak informacija o dostupnim uslugama reciklaže, koje pominje 77 odsto kompanija. To pokazuje da mnoge kompanije jednostavno ne znaju gde da traže ili koje opcije postoje. Pored toga, 17 odsto kompanija smatra da su troškovi visoki, dok 8 odsto navodi logističke izazove kao prepreku za saradnju.



**Slika 92. Navedite glavne prepreke koju vaša kompanija ima u vezi sa saradnjom sa kompanijom za reciklažu.**

Kompanije su ravnomerno podeljene u smislu preferencija za upravljanje otpadom: 66 odsto slučajeva bi radije da razviju programe za smanjenje otpada unutar kompanije, dok bi isti (66% slučajeva) radije saradnju sa spoljnim kompanijama za reciklažu. Ova ravnoteža pokazuje da kompanije vide i interno upravljanje i spoljnu saradnju kao važne u naporima da se smanji otpad. Ovo je dobra prilika za razvoj kombinovanih strategija koje uključuju optimizaciju internih procesa i stvaranje partnerstava za reciklažu.



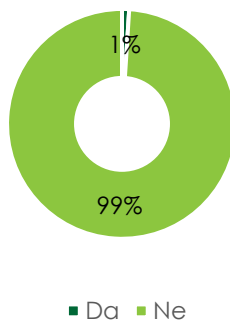
**Slika 93. Koja rešenja za upravljanje otpadom bi vaša kompanija više volela? (Višestruko pitanje)**

Skoro svi predstavnici kompanija (95%) opisali su održavanje životne sredine u svojoj kompaniji kao veoma važno. Međutim, samo jedan od njih je rekao da planiraju da sprovedu nove inicijative za poboljšanje upravljanja otpadom i održavanje životne sredine, a ovaj plan je bio ulaganje u mašine za reciklažu.



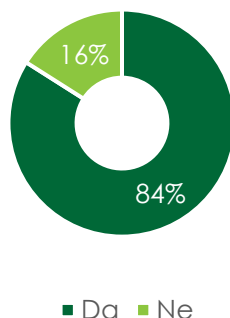
**Slika 94. Koliko je važno održavanje životne sredine u vašoj kompaniji?**

Samo jedna od kompanija (1%) je izjavila da ima planove za nove inicijative za poboljšanje upravljanja otpadom i održavanje životne sredine. Ostali (99%) nemaju takve planove



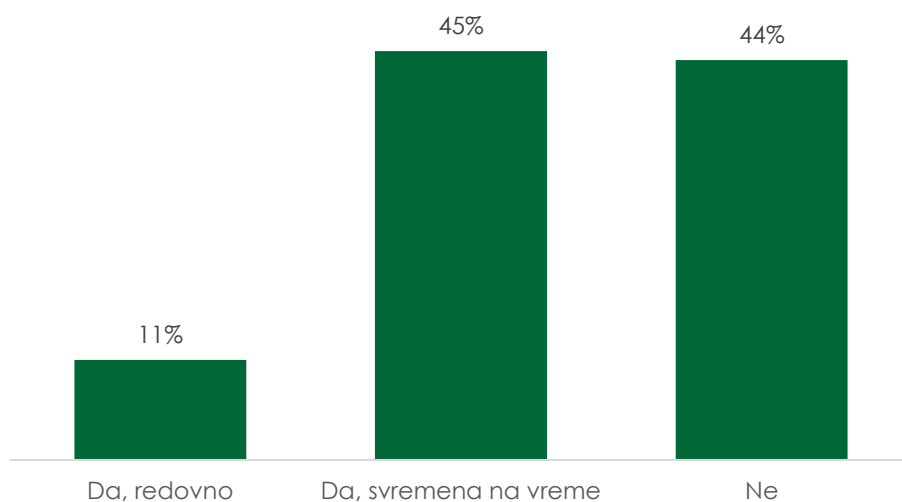
**Slika 95. Da li planira vaša kompanija da sprovede nove inicijative za poboljšanje upravljanja otpadom i održavanje životne sredine?**

Rezultati pokazuju visok nivo interesovanja za dalji razvoj i unapređenje ekoloških praksi, pri čemu je većina kompanija (84%) otvorena za dobijanje više informacija ili učešće u daljim diskusijama o inicijativama za upravljanje otpadom i reciklažu unutar kompanije.



**Slika 96. Da li biste bili otvoreni za pružanje dodatnih informacija ili učestvovanje u daljim diskusijama u vezi sa upravljanjem otpadom i inicijativama za reciklažu u vašoj kompaniji?**

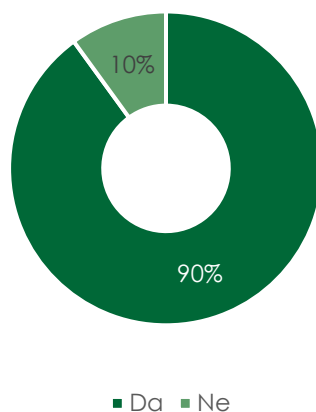
Što se tiče učešća na sajmovima tekstila i tekstilne tehnologije, 45 odsto kompanija prisustvuje povremeno, dok samo 11 odsto redovno prisustvuje. U međuvremenu, 44 odsto uopšte ne učestvuje. To pokazuje da, iako postoji umeren nivo inkluzije, učešće još uvek nije institucionalizovano za većinu njih, a postoji prostor za dalje podsticaje za kompanije da ostanu povezane sa tehnološkim razvojem u industriji.



**Slika 97. Da li Vaše preduzeće učestvuje na sajmovima tekstila i tekstilne tehnologije?**

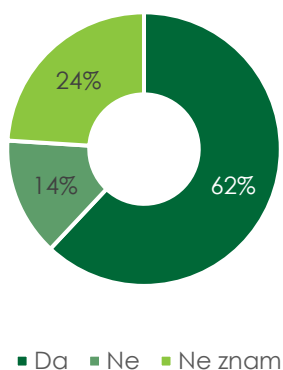
Za učešće na konferencijama i sajmovima, 90 odsto kompanija je zainteresovano za dobijanje informacija, što pokazuje snažnu spremnost da prate razvoj i mogućnosti u svom sektoru. Ovaj

interes se može iskoristiti za širenje održivih praksi i izgradnju mreža saradnje između različitih aktera u industriji.



**Slika 98. Da li biste bili zainteresovani da dobijete informacije o sajmovima i konferencijama vezanim za vašu delatnost?**

Kada je u pitanju obuka osoblja u reciklaži tekstila, 62 odsto kompanija izražava interesovanje za angažovanje, dok 14 odsto nije zainteresovano, a 24 odsto nisu sigurni. Ovo sugeriše da, iako postoji pozitivna osnova za uključivanje u obuku, potrebno je više informacija i motivacije da bi se ubedili čak i oni koji su neodlučni o prednostima ovih treninga.



**Slika 99. Da li biste bili zainteresovani za angažovanje svog osoblja u obuci za reciklažu tekstila??**

## 9. REZULTATI INTERVJUA SA DONOSIOCI MA POLITIKA

Da bi bolje razumeli izazove, nedostatake i mogućnosti u upravljanju tekstilnim otpadom i primeni cirkularne ekonomije na Kosovu, sprovedeno je pet (5) intervju sa predstavnicima državnih institucija i međunarodnih organizacija koje igraju ključnu ulogu u ovoj oblasti. Intervjui su obavljani sa: Ministarstvom Životne Sredine, Prostornog Planiranja i Infrastrukture, Kosovskim Preduzećem za Upravljanje Deponijama (KMDK), Opštinom Priština, Agencijom Za Zaštitu Životne Sredine Kosova (AMMK) i GIZ-om. Glavni nalazi iz svakog intervjuja su prikazani u nastavku, kao i opšti komparativni rezime.

### 9.1 MINISTARSTVO ŽIVOTNE SREDINE – SEKTOR ZA UPRAVLJANJE OTPADOM

Intervju sa predstavnikom Odeljenja za Upravljanje Otpadom u okviru Ministarstva Životne Sredine pomogao je da se dublje razume trenutna pravna i institucionalna situacija u vezi sa upravljanjem tekstilnim otpadom na Kosovu. Trenutno ne postoji poseban zakon koji direktno reguliše upravljanje tekstilnim otpadom. Pravni okvir na snazi sastoji se od Zakona br. 04/L-060 o Otpadu i nekih relevantnih podzakonskih akata, koji ne tretiraju tekstil kao posebnu kategoriju. Iako se pominje da direktive i propisi Evropske Unije služe kao referenca, oni još nisu strukturirano integrisani u relevantno zakonodavstvo.

Proces za promenu ili ažuriranje pravnog okvira prati institucionalnu proceduru u kojoj se pokretanje obično vrši od strane nadležnog odeljenja. Ovaj proces takođe može uključivati najviše nivoe kao što su Ministarstvo, Vlada ili Skupština Kosova, u zavisnosti od prirode promene. Za slučajeve koji zahtevaju usklađivanje sa standardima Evropske Unije, u obzir se uzimaju prakse država članica, ali trenutno ne postoji dobro definisan mehanizam za ovu harmonizaciju. Glavni izazovi identifikovani u primeni postojećih propisa su brojni i uključuju:

- Nedostatak osoblja i tehničkih kapaciteta u relevantnim odeljenjima, što utiče na kvalitet izrade i sprovođenja politike.
- Nedostatak jasnog pravnog osnova za upravljanje tekstilnim otpadom.
- Slaba carinska kontrola uvezene tekstilne robe, posebno polovne odeće.
- Niska svest građana i preduzeća o odgovornostima vezanim za tekstilni otpad.

Ministarstvo je počelo sa izradom novog Zakona o Otpadu, u kojem se razmatra mogućnost uključivanja tekstila kao posebna kategorija. Takođe, razmatra se izrada posebnog zakona o tekstilnom otpadu, koji bi bio usklađen sa pristupom cirkularne ekonomije. Međutim, cirkularna ekonomija na Kosovu je još uvek u ranoj fazi. Do sada je preduzeto nekoliko pilot projekata u saradnji sa privatnim preduzećima, a objavljen je i orijentacijski vodič za ovaj koncept, ali nedostaje sveobuhvatan i integrisan plan za upravljanje tekstilnim otpadom.

Što se tiče strategija za smanjenje tekstilnog otpada, trenutno ne postoji posebna strategija na nivou vlade. Prijavljeno je nekoliko sporadičnih slučajeva interesovanja kompanija tekstilne industrije za saradnju sa institucijama, ali oni su izolovani i bez održivog institucionalnog pristupa.

Predstavnik institucije je pomenuo neke prakse Evropske Unije koje se smatraju važnim da se sprovedu na Kosovu, ali koje još uvek nedostaju u trenutnoj stvarnosti:

- Stvaranje posebnih centara za prikupljanje tekstilnog otpada u kojima građani mogu predati polovnu odeću.
- Uspostaviti sistem proširene odgovornosti proizvođača (EPR), kako bi se proizvođači / uvoznici uključili u finansijsku podršku upravljanju otpadom.
- Razvoj kontrolisanog sistema za odlaganje neupotreblijivog tekstila, koji trenutno završava na običnim deponijama.

Što se tiče saradnje sa privatnim sektorom, postoji nekoliko licenciranih kompanija koje se bave upravljanjem tekstilnim otpadom. Međutim, ova saradnja nije strukturirana na nacionalnom nivou i obično se odvija na osnovu pojedinačnih sporazuma između institucija i ovlašćenih privatnih operatera. U slučajevima kada je sumnjiva ili falsifikovana roba zadržana od strane carine, procedure za njihovo uništavanje zavise od mogućnosti saradnje sa ovim kompanijama.

## 9.2 OPŠTINA PRIŠTINA – DIREKCIJA ZA JAVNE SLUŽBE, ZAŠTITU I SPASAVANJE

Intervju sa predstavnicima Opštine Priština ukazao je na nedostatak namenskih politika za upravljanje tekstilnim otpadom na lokalnom nivou. Prema rečima predstavnika DJSZS-a, do danas nije razvijena posebna politika ili strateški dokument koji tretira tekstilni otpad kao posebnu kategoriju. To pokazuje da ovo pitanje još nije institucionalizovano na opštinskom nivou, a trenutno se ne rešava sa prioritetom.

Opština je imala iskustva sa prethodnim projektima koji su imali za cilj reciklažu tekstilnog otpada, ali prema deklaracijama, oni nisu radili i nisu imali kontinuitet. Trenutno ne postoji aktivan projekat ili konkretan program usmjeren na recikliranje tekstila ili poboljšanje tretmana ove vrste otpada.

Takođe, opština Priština do sada ne nudi konkretnu pomoć ili podršku ekonomskim operatorima koji su zainteresovani da se bave reciklažom, bilo kroz subvencije, partnerstva ili druge oblike saradnje. Ovo pojačava nedostatak strukturiranog pristupa za uključivanje privatnog sektora u održivo upravljanje tekstilnim otpadom. Što se tiče primene cirkularne ekonomije, predstavnici opštine potvrdili su da je termin predstavljen u dokumentima i diskusijama, ali u praksi je njegova primena tek počela. Jedan od konkretnih pomenutih napora je projekat kompostiranja, koji, iako nije direktno povezan sa tekstilom, pokazuje napore ka održivijim pristupima upravljanju otpadom uopšte.

Opština je pokazala spremnost da se uključi i konsultuje sa zajednicom i privatnim sektorom tokom izrade regulativnih dokumenata i plana upravljanja otpadom. Prema rečima predstavnika, organizovane su javne konsultacije i uzeta su mišljenja od preduzeća da daju svoj doprinos procesu. Ovaj oblik saradnje je još uvek u razvoju i potrebno ga je dodatno produbljivati, posebno u vezi sa upravljanjem tekstilnim otpadom.

Za razliku od recikliranja, gde nedostaju konkretne akcije, opština je više fokusirana na ponovnu upotrebu tekstila, kao alternativni način za ublažavanje uticaja na životnu sredinu. Ovo ukazuje na veći fokus na izbegavanje stvaranja otpada kroz produženje životnog ciklusa proizvoda, iako je čak i ova praksa još uvek u prvim koracima.

### 9.3 AGENCIJA ZA ZAŠTITU ŽIVOTNE SREDINE KOSOVA (AMMK)

Intervju je obavljen sa predstavnikom Agencije za Zaštitu Životne Sredine Kosova (AMMK), sa fokusom na procenu institucionalnog napretka u sprovođenju cirkularne ekonomije i upravljanja otpadom na Kosovu, uključujući i tekstilnu frakciju.

Cirkularna ekonomija na Kosovu je proces u razvoju i počela je da poprima konkretan oblik od 2021 godine, usvajanjem prve Integrirane strategije upravljanja otpadom (2021–2030). U ovom dokumentu definisana su četiri glavna cilja, od kojih je jedan razvoj cirkularne ekonomije, koji uključuje devet detaljnih podciljeva. Strategija je u skladu sa naporima Evropske Unije, gde je cirkularna ekonomija zvanično počela da funkcioniše od 2015 godine.

U 2023. godini izrađena je i odobrena "Mapa za Cirkularanu Ekonomiju", koja obuhvata šest strateških razvojnih sektora. Iste godine Ministarstvo Životne Sredine odobrilo je i administrativnu direktivu o ambalažnom otpadu, koja ima za cilj da smanji upotrebu plastičnih kesa i uvede sistem povratka depozita za plastične boce, limenke i staklo. Iako je proces naišao na kašnjenje zbog administrativnih izazova, već je u završnoj fazi, sa predlogom koji je podnela nevladina organizacija za implementaciju sistema. Očekuje se da će ovaj sistem biti pilotiran u narednih 18 meseci, uključujući mašine za reciklažu u tržišnim centrima i nagrade za građane koji vraćaju boce.

Pored toga, u 2024 godini usvojena je nova Strategija Upravljanja Otpadom (2024–2035), koja značajno proširuje sadržaj preliminarog dokumenta i uključuje ambiciozne ciljeve za reciklažu i smanjenje otpada. Strategija predviđa:

- Investicije od 40 miliona evra za infrastrukturu za reciklažu,
- Investicije od 400 miliona evra za sistem upravljanja otpadom,
- Postizanje stope reciklaže od 50 odsto do 2045 godine, i
- Smanjenje količine otpada koji završava na deponijama na samo 10 procenata.

Što se tiče tekstila, sektor je još uvek u ranim fazama razvoja. Još uvek ne postoji funkcionalan sistem za reciklažu tekstila na nacionalnom nivou. Međutim, obećavajuća inicijativa je projekat "SEREC", sa kancelarijama u Prištini i u Peć, postavio je kabine za prikupljanje polovne odeće, koja se čisti, redizajnira i zatim ponovo koristi. Iako je ovo pozitivan korak, glavni izazov ostaje podizanje svijesti među građanima, koji često miješaju odjeću s drugim otpadom u ovim kabinama, čineći proces neefikasnim.

Reciklažom na Kosovu pretežno dominiraju privatne kompanije, koje posluju nezavisno i često izvoze otpad koji se može reciklirati u inostranstvo. Još uvek ne postoji konsolidovani sistem institucionalne podrške za ove kompanije. U međuvremenu, projekat EU4Green, regionalna inicijativa koju podržavaju EU i Kancelarija Premijera, ima za cilj da pruži finansijsku i logističku pomoć sektoru reciklaže. Jedan od najvećih izazova je nedostatak odvajanja otpada na izvoru, što uzrokuje da mnogo potencijalno reciklirajućeg otpada završi na istim deponijama. Nedostatak

potpune pokrivenosti opštinskog pokrivenosti za usluge otpada takođe negativno utiče. Povećanje broja ilegalnih deponija (sa 2.500 na preko 7.000) ukazuje na ozbiljan problem u implementaciji postojećeg sistema.

U ovom kontekstu, saradnja između AMMK i opština je od suštinskog značaja. AMMK je u stalnoj komunikaciji sa opštinama putem sastanaka i izveštaja, podržavajući distribuciju opreme, korpi i mašina po potrebi. Ova saradnja je deo napora da se ojača implementacija cirkularne ekonomije na lokalnom nivou.

#### 9.4 GIZ (DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT)

Intervju sa predstavnicima GIZ-a pružio je jasan uvid u ulogu organizacije u podršci sektoru upravljanja otpadom na Kosovu, kao i perspektive za dalji razvoj cirkularne ekonomije. GIZ od 2017 godine realizuje projekat "Održive Komunalne Usluge", koji sufinansiraju Njemačko Savezno Ministarstvo za Ekonomsku Saradnju i Razvoj i Evropska Unija. Ovaj projekat je imao za cilj da poboljša osnovne usluge upravljanja otpadom, sa fokusom na proširenje usluge na nacionalni nivo, eliminisanje ilegalnih deponija i poboljšanje sistema tarifa i prikupljanja dugova. Uprkos činjenici da je glavni fokus bio na mešovitom komunalnom otpadu, pilot projekti su takođe razvijeni za građevinski otpad i otpad od rušenja.

U međuvremenu, od 2024 godine, GIZ je pokrenuo novi projekat "Urbani Cirkularni Razvoj – Kosovo4Green", koji podržava primenu cirkularne ekonomije i dalji razvoj integrisanog upravljanja otpadom. Iako do sada nije bilo konkretnih aktivnosti na tekstilnom otpadu, novi projekat ima za cilj da se pozabavi i ovom frakcijom u okviru opštih ciljeva cirkulacije materijala i smanjenja otpada.

Što se tiče tekstilnog otpada, GIZ je naglasio da trenutno ne postoji funkcionalan sistem za efikasnu reciklažu ove frakcije na Kosovu. Međutim, prema revidiranoj Strategiji za Integrisano Upravljanje Otpadom, koja je usvojena u decembru 2024 godine uz podršku GIZ-a, postavljeni su temelji za razvoj sistema koji podstiču ponovnu upotrebu i reciklažu tekstila. Strategija predviđa postavljanje novih ciljeva za odvojeno prikupljanje i pripremu za reciklažu, uključujući tekstilnu frakciju.

GIZ je takođe odigrao ključnu ulogu u podršci Ministarstvu Životne Sredine, Prostornog Planiranja I Infrastrukture (MMPHI) u razvoju pravne i institucionalne osnove za cirkularnu ekonomiju. Ova saradnja je započela pre mnogo godina i dobila je novi podsticaj u periodu 2023–2024, sa fokusom na reviziju Nacionalne Strategije i njeno približavanje sa ciljevima cirkulacije resursa. U tom kontekstu, GIZ je takođe promovisao međuopštinsku saradnju na lokalnom nivou, podržavajući izradu zajedničkih planova upravljanja otpadom, u skladu sa nacionalnim strateškim prioritetima.

U praktičnom aspektu cirkularne ekonomije, GIZ trenutno podržava uspostavljanje i implementaciju dva ključna mehanizma:

- **Proširena Odgovornost Proizvođača (POP)** – za frakcije kao što su otpad iz vozila, električna oprema i baterije, koje bi se u budućnosti mogle proširiti i na tekstil.

- **Sistem Povratka Depozita (SPD)** – koji podrazumeva vraćanje plastičnih, staklenih i aluminijumskih boca za povraćaj, kako bi se povećala reciklaža i smanjio otpad u životnoj sredini.

Istovremeno, GIZ podržava izradu Novog Zakona o Otpadu, koji će poslužiti kao pravna osnova za unapređenje cirkularne ekonomije i za integraciju održivih mehanizama u sektoru upravljanja otpadom – potencijalno uključujući tekstil.

## 9.5 KOMPANIJA ZA UPRAVLJANJE DEPONIJAMA NA KOSOVU (KMDK)

Intervju sa predstavnicima Kosovskog Preduzeća za Upravljanje Deponijama (KMDK) pomogao je da se razume trenutna praksa za tretman tekstilnog otpada i da se identifikuju izazovi vezani za njegovo uključivanje u sistem upravljanja otpadom. Jedna od ključnih napomena je da tekstilni otpad predstavlja samo mali deo sastava otpada koji stigne na deponiju. Iako je studija o sastavu otpada ranije sprovedena od strane GIZ-a, ona se više fokusirala na građevinski otpad, dok su podaci o tekstilu ograničeni.

Predstavnici su naglasili da, prema važećim zakonskim propisima, tekstilni otpad nije dozvoljeno odlagati kao mešoviti deo sa drugim otpadom, jer je potrebno njegovo odvajanje prema katalogu kategorizacija. Međutim, ovo se ne sprovodi u praksi zbog nedostatka infrastrukture za odvajanje izvora i nedostatka odvojenih prostora za tretiranje ove frakcije.

KMDK je potvrdio da trenutno ne postoji posebna metoda za odvajanje tekstilnog otpada u procesu prerade ili prikupljanja. Takođe, ne postoji funkcionalni sistem ili bilo kakva aktivna saradnja sa kompanijama ili organizacijama koje se bave recikliranjem ili ponovnom upotrebom tekstila. Ovaj jaz je pomenut kao oblast sa velikim potencijalom za budući razvoj.

Što se tiče izazova, predstavnici su pomenuli neke od njih koji utiču na nemogućnost upravljanja tekstilom na održiv način:

- Nedostatak odvajanja tekstila na izvornoj tački (tj. U fazi prikupljanja).
- Nedostatak posebne infrastrukture za odlaganje ili tretman ove vrste otpada.
- Neimplementacija u praksi zabrane odlaganja tekstila kao mešovite frakcije.

Trenutno ne postoje vladini podsticaji koji će podržati ili podstaći poboljšanje upravljanja tekstilom na nivou deponija. Predstavnik KMDK-a je naglasio da, osim nedostatka statistike i strukturiranog planiranja, ne postoji konkretna strategija posebno orijentisana na ovu frakciju. Međutim, pomenuto je da u postojećim strateškim dokumentima, posebno u planovima koji se odnose na upravljanje obimnim otpadom kao što su gume, ulja, građevinski i medicinski otpad, postoji prostor za uključivanje tekstila u budućnosti.

Prema rečima predstavnika KMDK-a, jedan od pravaca koji bi se mogao istražiti je uvođenje posebnih plaćanja proizvođačima, kako bi oni mogli finansijski doprineti tretmanu otpada koji nastaju njihovim proizvodima, po principu proširene odgovornosti proizvođača. To bi stvorilo održiv mehanizam za finansiranje sistema specifičnih za tekstil, ali bi zahtijevalo pravnu i institucionalnu podršku.

Konačno, predstavnici KMDK procijenili su tekstilni otpad kao frakciju sa visokom složenošću u tretmanu, zbog svog sastava i trajanja razgradnje, koji u nekim slučajevima može biti i duži od plastike. Izražena je potreba da se istraže nove mogućnosti za izgradnju infrastrukture za tretman i reciklažu, kao i da se unapredi strateški pristup ovom problemu.

## 9.6 REZIME INTERVJUA

Svi intervjui pokazuju da je upravljanje tekstilnim otpadom na Kosovu još uvek u početnoj fazi i da se ne tretira kao posebna kategorija u postojećem zakonskom okviru. Ministarstvo Životne Sredine potvrđuje nepostojanje posebnog zakona, dok KMDK i opština Priština nemaju organizovane sisteme za odvajanje ili reciklažu tekstila.

Cirkularna ekonomija, iako je uključena u nacionalne strategije i smjernice, u praksi se sprovodi vrlo malo. GIZ i AMMK podržali su izradu strateških i pravnih dokumenata, kao što su "Mapa Cirkularne Ekonomije" i nova Strategija 2024–2035, koja predviđa uključivanje tekstila i ambiciozne ciljeve recikliranja.

Reciklaža tekstila ostaje nerazvijena, sa izuzetkom nekih inicijativa kao što je "SEREC", koji se ipak suočavaju sa izazovima u podizanju svesti građana. **Dakle, nedostaje državni sistem podrške za reciklažu.**

Glavni izazovi uključuju:

- Nedostatak pravnog osnova za tekstil,
- Ograničeni institucionalni kapaciteti,
- Nedostatak selekcije otpada na izvoru i svesti među građanima,
- Nedostatak strukturirane saradnje sa privatnim sektorom.

Mogućnosti za poboljšanje uključuju primenu novog Zakona o Otpadu, ulaganja u reciklažu kroz projekte kao što su EU4Green i GIZ, kao i širenje saradnje između opština i privatnog sektora na razvoju održivih sistema upravljanja tekstilom.

## 10. ZAKLJUČAK

Tekstilna industrija na Kosovu predstavlja važnu komponentu lokalne privrede zbog svojih kapaciteta za zapošljavanje i potencijala za razvoj. Međutim, rezultati ove studije jasno ukazuju na glavne izazove u pogledu upravljanja otpadom, uticaja na životnu sredinu i primene principa cirkularne ekonomije.

Na osnovu podataka prikupljenih iz anketa građana, intervju sa predstavnicima biznisa i razgovora sa relevantnim kreatorima politika, izvučeni su neki važni zaključci koji pokazuju izazove i potencijale za održivi razvoj tekstilne industrije na Kosovu.

Na osnovu podataka prikupljenih putem anketa sa građanima i preduzećima, procenjuje se da se **na Kosovu godišnje proizvede oko 18.965 tona tekstilnog otpada**. Ovo je gruba procena, zbog nedostatka zvanične statistike za ovu kategoriju, ali pomaže da se razume obim problema. Pored toga, u 2024 godini, Kosovo je uvezlo preko 24,5 miliona kg tekstila i izvezlo samo 1,2 miliona kg, stvarajući višak od **preko 23 miliona kg tekstila koji ostaje u zemlji**. Ovi podaci naglašavaju hitnu potrebu za strukturiranim politikama i efikasnim sistemima za upravljanje tekstilnim otpadom.

Što se tiče rezultata ankete sa građanima, oni pokazuju nizak nivo svesti i prakse za ponovnu upotrebu i reciklažu tekstila. Većina potrošača kupuje tekstilne proizvode kao nove, a odlaganje odeće i kućnog tekstila kao otpada je uobičajena praksa. Samo mali broj građana ponovo koristi ili reciklira ove proizvode. Glavni razlozi za to su nedostatak informacija, nedostatak poverenja u kvalitet ponovno korišćenih proizvoda i nedostatak infrastrukture za reciklažu. Međutim, većina građana je izrazila spremnost da promeni svoje ponašanje ako se obezbedi više informacija i pristup uslugama za ponovnu upotrebu i reciklažu.

S druge strane, tekstilni sektor na Kosovu je od velikog značaja za privredu, jer predstavlja važan deo industrijske aktivnosti u zemlji, stvarajući visok finansijski promet i imajući potencijal za povećanje izvoza na regionalna i evropska tržišta. Međutim, industrija se suočava sa brojnim izazovima koji ometaju njen održivi razvoj i integraciju u cirkularnu ekonomiju. Rezultati intervju sa kompanijama pokazuju značajan nedostatak prakse za efikasno upravljanje tekstilnim otpadom, pri čemu se većina kompanija oslanja na opštinske deponije kao jedino rešenje. Samo mali procenat njih je uključen u inicijative za reciklažu ili ponovnu upotrebu, a većina uopšte ne meri količinu otpada koji generišu. Ovo ukazuje na nedostatak internog sistema upravljanja otpadom i nedostatak veze sa lancem reciklaže.

Preduzeća uglavnom imaju sledeće slabosti u upravljanju otpadom:

- Nedostatak unutrašnjeg sistema za ponovnu upotrebu ili odvajanje materijala na izvoru.
- Visoka zavisnost od opštinskih deponija i nedostatak saradnje sa kompanijama za reciklažu.
- Nedostatak svesti o uticaju tekstilnog otpada na životnu sredinu.
- Visok nivo upotrebe ne-biorazgradivih materijala kao što su poliester i elasthan.

- Skoro nijedna kompanija ne meri količinu otpada koju stvara tokom godine.

Potrebe za povećanje njihov kapaciteta uključuje:

- Informisanje i podizanje svesti o prednostima cirkularne ekonomije i uticaj sektora na životnu sredinu.
- Specijalizovani treninzi za upravljanje otpadom.
- Finansijska i tehnička podrška za implementaciju tehnologije za reciklažu.
- Namenske politike i smernice za upravljanje tekstilnim otpadom i primenu POP-a (proširene odgovornosti proizvođača).
- Uspostavljanje mreža saradnje između privatnog sektora i pružalaca usluga reciklaže.

Štaviše, iz intervjua sa donosiocima odluka konstatovano je da još uvek ne postoji jasna i sveobuhvatna politika za upravljanje tekstilnim otpadom ili za promovisanje primjene principa cirkularne ekonomije u ovom sektoru. Iako postoji spremnost za saradnju i podršku, ali nedostatak resursa i drugih prioriteta na institucionalnim nivou, stavljaju ovo pitanje u drugi plan. Takođe, nedostaje finansijska podrška, subvencije ili šeme grantova koje bi ohrabrile kompanije da ulažu u reciklažu ili održive tehnologije dizajna.

Sve u svemu, kosovska tekstilna industrija ima značajan potencijal za razvoj u smislu održivosti, ali trenutno postoje ozbiljni nedostaci u upravljanju otpadom, lancu reciklaže i kolektivnoj svesti o uticaju na životnu sredinu. Ovaj jaz se može prevazići samo integrisanim pristupom koji uključuje obuku za preduzeća, politične i regulatorne intervencije, razvoj infrastrukture za reciklažu i javnu svest o važnosti cirkularne ekonomije.

## 11. PREPORUKE

U nastavku su date preporuke za svakog od uključenih aktera, u rasponu od tekstilnih preduzeća do međunarodnih donatora.

### Za javne ustanove:

- Da razviju nacionalnu i lokalnu politiku za upravljanje tekstilnim otpadom, usklađenu sa direktivama EU, uključujući tekstil u Proširenu Odgovornost Proizvođača - POP šemu.
- Integrisati podršku u programima subvencija i grantova za proizvodna preduzeća koja primenjuju principe cirkularne ekonomije.
- Da stvori direktne šeme finansijske podrške za inicijative koje primenjuju principe cirkularne ekonomije i reciklažu u tekstilnom sektoru.
- Uspostaviti zakonske uslove za godišnje izveštavanje o stvaranju otpada od strane velikih tekstilnih preduzeća.
- Promovisati odvajanje otpada na izvoru kroz namenske tačke za tekstil u skladu sa direktivom Evropske Unije o prikupljanju tekstilnog otpada.
- Ojačati praćenje uvoza tekstila, sa fokusom na ne-biorazgradive materijale i njihov uticaj na životnu sredinu.

### Za obrazovne ustanove:

- Da počinje sa nastavom o cirkulnoj ekonomiji u pred-univerzitetskim institucijama i univerzitetima.
- Stvaranje šema za podsticanje kreativnosti i inovacija za pronalaženje naprednih načina upravljanja otpadom u tekstilnom sektoru.

### Za tekstilna preduzeća:

- Da počinju sa merenjem količine proizvedenog otpada i da pronalaze inovativne načine za ponovnu upotrebu i recikliranje otpadnih materijala.
- Uspostaviti unutrašnje mehanizme za odvajanje otpada po vrsti i povezati sa operaterima za reciklažu.
- Da investiraju u održivi dizajn i obuku za upravljanje otpadom.
- Potraže mogućnosti za saradnju sa tehničkim školama i nevladinim organizacijama za pilot projekte recikliranja.

### Za civilno društvo i nevladine organizacije:

- Da razviju kampanje za podizanje svesti i informisanje javnosti i preduzeća o uticaju tekstila i mogućnostima za reciklažu.
- Da organizuje sajmove razmene i inicijative za polovnu odeću.
- Preduzeti kontinuirano istraživanje i objaviti praktične informacije o primeni prakse cirkularne ekonomije.

**Za donatore:**

- Da podrži grantovima ili kreditima sa olakšanim uslovima za kompanije koje ulažu u reciklažu, upcikliranje ili održivu proizvodnju.
- Finansirati programe za razvoj lanca reciklaže i izgradnju infrastrukture za odvajanje otpada.

**Za investitore:**

- Da investiraju u tehnologiju za reciklažu i preradu tekstila, rešavajući trenutni nedostatak infrastrukture za upravljanje otpadom u ovom sektoru.
- Da podrži razvoj novih preduzeća koja se fokusiraju na održivi dizajn, popravku i nadogradnju tekstilnih proizvoda.
- Uspostaviti partnerstva sa lokalnim preduzećima za uspostavljanje namenskih centara za razdvajanje, prikupljanje i preradu tekstila.
- Iskoristiti postojeće šeme sufinansiranja od EU i međunarodnih donatora kako bi se smanjio rizik i pružila tehnička i finansijska podrška.
- Podrška sertifikaciji i standardizaciji recikliranih proizvoda kako bi se omogućio lakši pristup međunarodnim i regionalnim tržištima.

Kombinacija ovih koordiniranih akcija od svih zainteresovanih strana omogućila bi izgradnju tekstilnog sektora koji nije samo ekonomski konkurentan, već bi i značajno doprineo smanjenju količine otpada, povećanju primene prakse cirkularne ekonomije, zaštiti životne sredine i poboljšanju socijalnog blagostanja na Kosovu.

## REFERENCE

- 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 Commission. (2020). *Circular economy action plan*.
- European Commission. (2021). *Proposal for a new regulation on waste shipments*.
- European Commission. (2022). *EU strategy for sustainable and circular textiles*.
- European Commission. (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](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](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 tekstitit*.
- 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/dezaprojects/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](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>

**Odeljak 1. Snabdevanje tekstilnim proizvodima**

1. Kako snabdevate sledeće tekstilne proizvode? (Višestruko pitanje)

	Kupujem ih lično	Neko iz porodice kupuje za mene	Ponovo koristi od članova porodice	Ne kupujem /koristim
<b>Odeća</b>				
Majice, košulje, bluze i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jakne, kaputi i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pantalone, farmerke i suknje / haljine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Donji veš	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportska odeća	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cipele, čizme, patike i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Čarape	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Akcesoari</b>				
Torba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kapa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Šal i / ili rukavice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Tekstil za domaćinstvo</b>				
Pokrivači za krevete (jastučnice, jorgan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pokrivači za stolove	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tepsis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zavese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Koliko često kupujete sledeće tekstilne proizvode? (Stavite odabrane proizvode u opciju *Kupujem ih lično ili neko u porodici kupuje za mene*)

	Nekoliko puta mesečno	Jednom mesečno	Svaka 2-3 meseca	Svakih 6 meseci	Rede nego svakih 6 meseci

<b>Odeća</b>					
Majice, košulje, bluze i slično	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jakne, kaputi i slično	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pantalone, farmerke i suknje / haljine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Donji veš	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sportska odeća	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cipele, čizme, patike i slično	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Čarape	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Akcesoari</b>					
Torba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kapa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Šal i / ili rukavice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Tekstil za domaćinstvo</b>					
Pokrivači za krevete (jastučnice, jorgan)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pokrivači za stolove	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tepsis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zavese	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Gde obično kupujete sledeće tekstilne proizvode? (Stavite odabrane proizvode u opciju *Kupujem ih lično ili neko u porodici kupuje za mene*)(Višestruko pitanje)

	Unutar Kosova	Van Kosova
<b>Odeća</b>		
Majice, košulje, bluze i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jakne, kaputi i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pantalone, farmerke i suknje / haljine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Donji veš	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportska odeća	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cipele, čizme, patike i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Čarape	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Aksesori</b>		
Torba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kapa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Šal i / ili rukavice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Tekstil za domaćinstvo</b>		
Pokrivači za krevete (jastučnice, jorgan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pokrivači za stolove	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tepsis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zavese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. (Ako P3=Van Kosova) U kojim zemljama izvan Kosova obavljate ove kupovine?  
\_\_\_\_\_
5. (Ako P3=Van Kosova) Zašto ste odlučili da kupite ove proizvode van Kosova? (Višestruko pitanje) (sa rotacijom)
- Na Kosovu ne mogu da pronađem proizvode koje tražim
  - Mislim da je kvalitet proizvoda van Kosova bolji
  - Dajem prednost međunarodnim brendovima koji nisu na Kosovu
  - Modeli su noviji u inostranstvu
  - Reputacija međunarodnih prodavnica je bolja
  - Cene proizvoda su razumne u odnosu na kvalitet
  - Sledeće (navedite \_\_\_\_\_)
6. Kako obično kupujete sledeće tekstilne proizvode? (Stavite izabrane proizvode u opciju Kupujem ih lično ili neko u porodici kupuje za mene) (Višestruki upit)

	U fizičkim prodavnicama	Online kupovina
<b>Odeća</b>		
Majice, košulje, bluze i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jakne, kaputi i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pantalone, farmerke i suknje / haljine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Donji veš	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportska odeća	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cipele, čizme, patike i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Čarape	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Aksesori</b>		
Torba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kapa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Šal i / ili rukavice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Tekstil za domaćinstvo</b>		
Pokrivači za krevete (jastučnice, jorgan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pokrivači za stolove	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tepsis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zavese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. (Ako P3=Na Kosovu i P6=U fizičkim prodavnicama) U kakvim prodavnicama obično kupujete? (Višestruko pitanje) (sa rotacijom)
- Prodavnice u tržnim centrima
  - Prodavnice u susjedstvu
  - Online prodavnice
  - Polovne prodavnice
  - Otvorene pijace (bazar)
  - Popularne međunarodne prodavnice (p.sh. Zara, H&M, Mango, itd.)
  - Sledeće (navedite) \_\_\_\_\_
8. (Ako P6=Online Kupovina) Na kojim platformama obično kupujete online?  
\_\_\_\_\_
9. Koje vrste sledećih tekstilnih proizvoda kupujete? (Stavite odabrane proizvode u opciju Kupujem ih lično ili neko u porodici kupuje za mene) (Višestruko pitanje)  
Çfarë lloji të produkteve të mëposhtme të tekstilit i bleni? (Vendos produktet e zgjedhura tek opsioni I blej personalisht ose Dikush nga familja i blen për mua) (Pyetje e shumëfishtë)

	Novo	Ponovno upotrebljena (second-hand)	Reciklirani
<b>Odeča</b>			
Majice, košulje, bluze i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jakne, kaputi i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pantalone, farmerke i suknje / haljine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Donji veš	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportska odeča	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cipele, čizme, patike i slično	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Čarape	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Aksesori</b>			
Torba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kapa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Šal i / ili rukavice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Tekstil za domaćinstvo</b>			
Pokrivači za krevete (jastučnice, jorgan)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pokrivači za stolove	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tepsis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zavese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ako P9 = Ponovno upotrebljena (second-hand) nastavi P10, ostalo P11

10. Kako obično kupujete ponovo upotrebljeno (polovne) tekstilne proizvode?
- U fizičkoj prodavnici
  - Online kupovina

Ako P9 != Ponovno upotrebljena (second-hand) nastavi P11

11. Koji su razlozi zbog kojih ne kupujete polovne tekstilne proizvode? (Višestruko pitanje)(na rotaciju)
- Ne verujem da su kvalitativne
  - Nije pogodan za moj ukus
  - Mislim da nisu čisti / higijenski
  - Imam problema sa pronalaženjem proizvoda koji mi odgovaraju
  - Ne sviđa mi se ideja da se koristi nešto što je neko drugi koristio.
  - Ostalo (navedite) \_\_\_\_\_

12. Na skali od 1 do 7, gde 1-uopšte nije spreman i 7-vrlo spreman, koliko ste spremni da kupite ponovo upotrebljene proizvode u budućnosti?

Ako P12>4 nastavi P13, nastavi P14

13. Koji su razlozi zbog kojih biste u budućnosti razmislili o kupovini ponovo korišćenih (polovnih) tekstilnih proizvoda? (Višestruko pitanje (rotirajuće))
- Imaju nižu cenu u odnosu na nove proizvode
  - Smanjenje otpada i pozitivan uticaj na životnu sredinu
  - Mogu da pronađem proizvode koji su jedinstveni ili istorijske vrednosti
  - Mogu da kupim proizvode koji više nisu na tržištu kao novi
  - Ostalo (navedite) \_\_\_\_\_

Ako P1 = Ponovo koriste članovi porodice nastavi P14, nastavi P15

14. Koji su razlozi za ponovnu upotrebu tekstilnih proizvoda od strane članova vaše porodice? (Višestruko pitanje (rotirajuće))
- Da biste uštedeli novac
  - Da bi se smanjio otpad i iz ekoloških razloga
  - Odeća je i dalje u dobrom stanju za upotrebu
  - Stvarno ne moram da kupujem novu odeću
  - To je porodična tradicija
  - Ostalo(navedite) \_\_\_\_\_

## Odeljak 2. Odeća i Akseori

Ako P1 = *Kupujem ih lično* ili *Neko iz porodice ih kupuje za mene* u *Odeću ili Akseore* nastavu P15, nastavi P17

15. Koju vrstu odeće i akseora više volite da kupite? (Višestruko pitanje)

- a) Dnevna (Casual)
  - b) Formalna
  - c) Za praznike/evente
  - d) Sportska
  - e) Ostalo (navedite) \_\_\_\_\_
16. Koja su tri faktora koji najviše utiču na vašu odluku da izaberete odeću ili dodatnu opremu koju kupujete? (Višestruko pitanje (rotirajuće))
- a) Cena
  - b) Trend
  - c) Brend
  - d) Dizajn
  - e) Kvalitet
  - f) Material
  - g) Mesto proizvodnje
  - h) Ostalo (navedite) \_\_\_\_\_
17. Koliko ste informisani o konceptu brze mode?
- a) Veoma informisan/a
  - b) Donekle informisan/a
  - c) Malo informisan/a
  - d) Nimalo informisan/a (nastavi kod P19)
18. Koliko često mislite da kupujete odeću ili dodatnu opremu zbog uticaja brze mode?
- a) Kupujem mnogo češće
  - b) Kupujem manje češće
  - c) To ne utiče na to koliko često kupujem odeću
  - d) Kupujem ređe
19. Kako upravljate odećom i aksesoarima koji više ne koristite? (Višestruko pitanje (rotirajuće))
- a. Doniram ih članovima moje porodice
  - b. Doniram ih za reciklažu (navedite mesto gde: \_\_\_\_\_)
  - c. Doniram ih porodicama u nevolji (navedite mesto gde: \_\_\_\_\_)
  - d. Prodajem ih na tržištima polovne robe (navedite gde i ako imate prodavnicu: \_\_\_\_\_)
  - e. Čuvan ih za buduću ponovnu upotrebu
  - f. Bacam ih kao otpad (navedite mesto gde: \_\_\_\_\_)
  - g. Ostalo (navedite)\_\_\_\_\_

Ako P19=f nastavi P20, nastavi P21

20. Otprilike koliko kilograma odeće bacate godišnje? \_\_\_\_\_

### Odeljak 3. Kućni tekstil

U kućnom tekstilu se uključuju prekrivači (plahte, jastučnice, jorgani), pokrivači za stolove, tepizi, zavese i druge slične proizvode.

Ako P1 = **Kupujem ih lično** ili **Neko iz porodice ih kupuje za mene** za **Kućni Tekstil** nastavi P21, nastavi P24

21. U kojim slučajevima obično kupujete nove tekstilne proizvode za domaćinstvo? (Višestruko pitanje (rotirajuće))
- a) Tokom sezonskih ponuda
  - b) Kada je potrebna zamena
  - c) Tokom praznika ili posebnih događaja
  - d) Kada želim da renoviram svoj kućni dekor
  - e) Ostalo (navedite) \_\_\_\_\_
22. Koja su tri faktora koja najviše utiču na vašu odluku da izaberete kućne tekstilne proizvode koju kupujete? (Višestruko pitanje (rotirajuće))
- a) Cena
  - b) Trend
  - c) Brend
  - d) Dizajn
  - e) Kvalitet
  - f) Material
  - g) Održivost
  - h) Mesto proizvodnje
  - i) Ostalo (navedite) \_\_\_\_\_
23. Da li ste promenili svoje navike kupovine kućnih tekstilnih proizvoda u poslednjih nekoliko godina?
- a) Da, kupujem češće
  - b) Da, kupujem ređe
  - c) Ne, moje navike su ostale iste
24. Kako upravljate tekstilnim proizvodima za domaćinstvo koje više ne koristite? (Višestruko pitanje) (Rotirajuće)
- a) Doniram ih članovima moje porodice
  - b) Doniram ih za reciklažu (navedite mesto gde: \_\_\_\_\_)
  - c) Doniram ih porodicama u nevolji (navedite mesto gde: \_\_\_\_\_)
  - d) Prodajem ih na tržištima polovne robe (navedite gde i ako imate prodavnicu: \_\_\_\_\_)
  - e) Čuvam ih za buduću ponovnu upotrebu
  - f) Bacam ih kao otpad (navedite mesto gde: \_\_\_\_\_)
  - g) Ostalo (navedite) \_\_\_\_\_

#### **Odeljak 4. Ponovna upotreba i reciklaža prakse**

*Ponovna upotreba i reciklaža tekstila podrazumeva proces prikupljanja i doniranja tekstilnih proizvoda za potrebe ponovne upotrebe ili reciklaže.*

25. Da li imate saznanja o uticaju koji proizvodnja i odlaganje tekstilnih proizvoda imaju na životnu sredinu?  
a) Da  
b) Ne
26. (Ako P25=a) Koliko mislite da je važan ovaj problem?  
a) Veoma važno  
b) Važno  
c) Malo važno  
d) Uopšte nije važno
27. (Ako P25=b) Šta mislite koji je glavni uzrok vašeg nedostatka informacija o ovom pitanju? (Višestruko pitanje)  
a) Nedostatak informacija u medijima  
b) Nedostatak kampanja za podizanje svesti  
c) Nisam bio zainteresovan za ovu temu  
d) Ne vidim to kao važan problem  
e) Ostalo (navedite) \_\_\_\_\_
28. Koliko često ponovo koristite i recikirate svoje tekstilne proizvode?  
a) Često  
b) Ponekad  
c) Retko  
d) Nikad (nastavi P30)
29. Da li se suočavate sa poteškoćama tokom procesa ponovne upotrebe i recikliranja tekstilnih proizvoda?  
a) Da  
b) Ne  
c) Ponekad
30. (Ako P28=d) Koje promene bi vas ohrabrine da češće ponovo koristite i recikirate tekstilne proizvode? (Višestruko pitanje) (Rotirajuće)  
a) Obezbeđivanje namenskih tačaka za reciklažu odeće  
b) Primanje popusta ili nagrada za ponovnu upotrebu / reciklažu  
c) Kampanja podizanja svesti o značaju ponovne upotrebe/reciklaže  
d) Jasnije informacije o procesu ponovne upotrebe / reciklaže  
e) Pružanje usluga prikupljanja odeće od kuće  
f) Više opcija za doniranje odeće ljudima u nevolji  
g) Sledeće (navedite) \_\_\_\_\_
31. U kojim aspektima vezanim za ponovnu upotrebu i reciklažu tekstilnih proizvoda želite da dobijete više informacija? (Višestruko pitanje (rotirajuće))  
a) O procesima ponovne upotrebe i reciklaže tekstila  
b) Mesta i centri za ponovnu upotrebu / reciklažu u vašoj zajednici  
c) Ekološke koristi ponovne upotrebe / reciklaže.  
d) Kako identifikovati materijale koji se mogu ponovo koristiti / reciklirati

- e) Kako se brinuti za odeću pre ponovne upotrebe / recikliranja
  - f) Sledeće (navedite) \_\_\_\_\_
32. Da li imate informacije o bilo kojoj inicijativi za reciklažu tekstila??
- a) Da (Navedite\_\_\_\_\_)
  - b) Ne
33. Na skali od 1 do 7, gde 1 - uopšte nije spreman i 7 - veoma spreman, koliko biste bili voljni da se uključite u procese reciklaže tekstilnih proizvoda?

## Odeljak 5. Cirkularna ekonomija

34. Koliko imate znanja o konceptu cirkularne ekonomije?
- a) Da, dobro ga poznajem
  - b) Da, čuo sam, ali nemam mnogo znanja
  - c) Ne, ne znam to kao koncept

Ako P34=c nastavi P36

35. Da li biste bili voljni da promenite svoje navike nabavke tekstila kako biste doprineli cirkularne ekonomiji?
- a) Da, potpuno
  - b) U izvesnoj meri
  - c) Nikako
36. Koliko ste voljni da učestvujete u događajima zamene odeće?
- a) Veoma spreman
  - b) Donekle spreman
  - c) Uopšte nisam spreman

Ako P36=c nastavi P38

37. Šta vas najviše motiviše da budete deo takvih inicijativa? (Višestruko pitanje (rotirajuće))
- a) Osrednje dobiti
  - b) Finansijske uštede
  - c) Društveni uticaj
  - d) Pобољшanje životnog stila
  - e) Prilika za razmenu / korist od jedinstvenih proizvoda
  - f) Ostalo (navedite)\_\_\_\_\_

## Odeljak 6. Izvori informacija

38. Koje izvore informacija koristite za dobijanje informacija o tekstilu i kupovini tekstilnih proizvoda? (Višestruko pitanje (rotirajuće))
- a) Društvene mreže
  - b) Televizija
  - c) Radio
  - d) Web sajtovi
  - e) Razgovori sa porodicom / prijateljima
  - f) Leci/Brošure
  - g) Ostalo (navedite)\_\_\_\_\_

Ako P38=a nastavi P39, sledeće Demografija

39. Koju od društvenih mreža najčešće koristite za informisanje i kupovinu tekstilnih proizvoda? (Višestruko pitanje)
- a) Fejsbuk
  - b) Fejsbuk
  - c) Tviteru
  - d) Fejsbuk
  - e) Fejsbuk
  - f) Fejsbuk
  - g) Snapchat

## Odeljak 7. Demografija

D1. POL

- a) Ženski
- b) Muški

D2. STAROST (godine)

--

D3. (BRAČNO STANJE) Koji je vaš bračni status?

- a) Ne oženjen/a
- b) Oženjen/a
- c) Razveden/a
- d) Udovac-Udovica
- e) Vanbračna zajednica

D4. (PORODICA) Broj članova porodice: \_\_\_\_\_

D5. (LIČNI PRIHODI) Koliko je vaš mesečni lični prihod (Neto)?

- a) Nemam prihoda
- b) Do 150 evra
- c) 151-300 evra
- d) 301-450 evra
- e) 451-600 evra
- f) 601-750 evra
- g) 751-900 evra
- h) 901-1200 evra
- i) 1201-1500 evra
- j) 1501-2000 evra
- k) 2001 – 2500 evra
- l) 2501 – 3000 evra
- m) 3000+ evra

- n) Odbijam da odgovorim

D6. (PORODIČNI PRIHOD) Koliki je mesečni prihod vaše porodice (Neto)?

- a) Nemamo prihoda
- b) Do 200 evra
- c) 201-400 evra
- d) 401-600 evra
- e) 601-900 evra
- f) 901-1200 evra
- g) 1201-1500 evra
- h) 1501-2000 evra
- i) 2001-2500 evra
- j) 2501-3000 evra
- k) 3001 - 4000 evra
- l) 4001 – 5000 evra
- m) 5000+
- n) Odbijam da odgovorim

D9. OPŠTINA \_\_\_\_\_

D10. (prebivalište) Gde živite?

- 1. Grad
- 2. Selo

D11. (OBRAZOVANJE) Koji je najviši nivo obrazovanja koji ste završili?

- a) Bez završenog obrazovanja / školovanja
- b) Osnovna škola (8 ili 9 godina)
- c) Srednja škola
- d) Viša škola
- e) Univerzitet
- f) Master
- g) Doktoratura

D12. (ZAPOŠLJAVANJE) Koji je vaš radni status?

- a) Nezaposlen/a – u potrazi za poslom
- b) Nezaposlen/a – ne tražim posao
- c) Samostalni zaposlen/a
- d) Zaposlen/a u javnom sektoru
- e) Zaposlen/a u privatnom sektoru
- f) Zaposlen/a part time
- g) Penzionisan/a

- h) Domaćin/ka
- i) Student/kinja
- j) Ostalo navedite: \_\_\_\_\_

## UPITNIK ZA INTERVJU SA KOMPANIJAMA

### OPŠTE INFORMACIJE O KOMPANIJI

1. Ime kompanije: \_\_\_\_\_
2. Ime brenda/marke: \_\_\_\_\_
3. Delatnost kompanije: \_\_\_\_\_
4. Pol vlasnika kompanija: (Ako ima više vlasnika različitih polova, kliknite na onoliko koliko ih ima)
  - a) Žensko: \_\_\_\_\_
  - b) Muško: \_\_\_\_\_

5. Broj zaposlenih u kompaniji i polna podjela:

Pol	Broj zaposlenih
Žensko	
Muško	

6. Opština: (Sve opštine su navedene u padajućoj listi)
7. Kontakt:
  - a) Email: \_\_\_\_\_
  - b) Br. telefona: \_\_\_\_\_
  - c) Adresa: \_\_\_\_\_
8. Godišnji promet za vaš sektor prijavljen u 2024 u PAK: (Napiši iznos u evrima isto tako kao što ste prijavili Poreskoj Administraciji Kosova) [Ako preduzeće nema informacije za 2024 godinu, zatražite 2023]  
\_\_\_\_\_
9. Kolika je bila vrednost izvoza vaše kompanije u 2024?
  - a) Izvoz (napiši vrednost u €): \_\_\_\_\_
  - b) Nisam izvezio u 2024 [preskoči pitanje] 11]
10. Kolika je bila vrednost uvoza vaše kompanije u 2024?
  - a) Uvoz (napiši vrednost u €): \_\_\_\_\_
  - b) Nisam uvezio u 2024 [preskoči pitanje 12]

11. U kojim državama ste izvezili 2024? (Označite države u koje ste izvezili u 2024)

Država	Količina u KG

12. Iz kojih država ste uvezli 2024?

Država	Količina u KG

13. Gde se vaša kompanija snabdeva sa sirovinama?
- Na Kosovu
  - Van Kosova: Navedite države \_\_\_\_\_
14. Koji je bio glavni način prodaje u vašoj kompaniji u 2024?
- Maloprodaja
  - Veleprodaja
  - Obe
15. Kolika je bila količina proizvoda koje je vaša kompanija preradila u 2024?
- Ukupno prerađena količina (u KG): \_\_\_\_\_
  - Vrsta prerađenih proizvoda: \_\_\_\_\_
  - Nije primenljivo

## UPOTREBA SIROVINA ZA PROIZVODNJU

16. Koja je glavna aktivnost vaše kompanije?
- Proizvođač
  - Prerada
  - Maloprodaja
  - Veleprodaja
  - Uvoz
  - Izvoz
  - Usluge (npr. dizajn, prilagođavanje tekstila, itd.)
  - Ostalo (Navedite: \_\_\_\_\_)
17. Ako je vaša kompanija proizvođač, koje proizvode proizvodite? [Možete izabrati više od jedne opcije]
- Sportska odeća
  - Donji veš
  - Farmerke
  - Radne uniforme
  - Cipele, torbe i kožni proizvodi
  - Čarape
  - Dečja odeća
  - Odeća za venčanje i događaje
  - Muška i ženska odela
  - Tekstil za domaćinstvo
  - Zavesa
  - Tepihe
  - Pletena odeća

- n) Nije primenljivo
- o) Ostalo (navedite): \_\_\_\_\_

18. Ako vaša kompanija nudi usluge, koje su glavne usluge koje nudite? [Možete izabrati više od jedne opcije]

- a) Dizajn tekstila
- b) Popravka odeće
- c) Prilagođavanje proizvoda (npr. vez, štampanje)
- d) Savetovanje oko mode ili tekstila
- e) Nije primenljivo
- f) Ostalo (Navedite: \_\_\_\_\_)

19. Ako se vaša kompanija bavi trgovinom na malo / veliko, koji su glavni proizvodi koje prodajete? [Možete izabrati više od jedne opcije]

- a) Sportska odeća
- b) Donji veš
- c) Farmerke
- d) Radne uniforme
- e) Cipele, torbe i kožni proizvodi
- f) Čarape
- g) Dečja odeća
- h) Odeća za venčanje i događaje
- i) Muška i ženska odela
- j) Tekstil za domaćinstvo
- k) Zavesa
- l) Tepihe
- m) Pletena odeća
- n) Nije primenljivo
- o) Ostalo (navedite): \_\_\_\_\_

20. Koja je sirovina koju koristite za proizvodnju vaših proizvoda? [kompanije odgovaraju samo na proizvode koje proizvode]

\_\_\_\_\_

21. Koji su materijali koji su najviše traženi od strane vaših kupaca i koji imaju najviše prodaje? [Možete izabrati više od jedne opcije]

- a) Pamuk
- b) Poliester
- c) Laneno platno
- d) Mikrofibra
- e) Pleteni materijali (p.sh., trikotaža)
- f) Prirodna koža
- g) Sintetički materijal (npr., najlon, elasthan)
- h) Specijalizovani materijali (npr., antialergijski tekstil, vodootporni tekstil)

i) Ostalo (Navedite: \_\_\_\_\_)

## UPRAVLJANJE OTPADOM

22. Prakse upravljanja otpadom: Kako vaša kompanija upravlja materijalnim otpadom u proizvodnom procesu? [Možete izabrati više od jedne opcije]

- a) Prikupljen od strane opštinskih deponija
- b) Ricikirate
- c) Koristite ostatke materijala
- d) Zapalimo
- e) zakopavamo
- f) Bacamo ih u prirodu (reke, otvoreni prostori)
- g) Saradjujete sa inicijativama za ponovnu upotrebu materijala
- h) Prodajemo ih
- i) Ostalo (Navedite: \_\_\_\_\_)

23. Ako se otpadni materijali prikupljaju na opštinskim deponijama, koliko plaćate godišnje? [Ako 22=a]

\_\_\_\_\_

24. Ako je tako, koliko puta prikupljate materijalni otpad? [Něse 22=a]

- a) Svaki dan
- b) 1 put nedeljno
- c) 1 put mesečno
- d) Nije primenljivo
- e) Ostalo (Navedite: \_\_\_\_\_)

25. Koliko tona tekstilnog otpada vaša kompanija generiše godišnje? \_\_\_\_\_

26. Koje su glavne vrste otpada koje generišete tokom procesa rada?

- a) Tekstilni otpad (ostaci, rezani otpad, itd.)
- b) Otpad od ambalaže sirovina
- c) Ostaci iz pakovanja finalnih proizvoda
- d) Papir / karton
- e) Metal
- f) Plastika
- g) Drvo
- h) Ostalo (navedite: \_\_\_\_\_)

27. Da li vaša kompanija ima sistem za ponovnu upotrebu ostataka materijala u proizvodnom procesu? \_\_\_\_\_

- a) Da (Molimo vas da ukratko opišete: \_\_\_\_\_)
- b) Ne

## CIRKULARNA EKONOMIJA

28. Da li ste čuli za koncept cirkularne ekonomije?
- a) Da
  - b) Ne [nastavi kod pitanja 32]
29. Da li ste zainteresovani za primenu principa cirkularne ekonomije u vašoj kompaniji?
- a) Da
  - b) Ne
30. Da li je vaša kompanija spremna da započne reciklažu i primeni prakse cirkularne ekonomije?
- a) Da, već smo počeli
  - b) Da, zainteresovani smo, ali još nismo počeli
  - c) Ne, to trenutno nije prioritet
  - d) Nisam siguran
31. Da li biste bili zainteresovani da učestvujete u obuci o reciklaži tekstila i cirkularnoj ekonomiji za vašu kompaniju i vaše radnike?
- a) Da, za rukovodeće osoblje
  - b) Da, za radnike u proizvodnji
  - c) Da, za obe kategorije
  - d) Ne, nismo zainteresovani

## KLIMATSKE PROMENE I UGLJENIČNI TRAG

32. Koliko ste zabrinuti zbog zagađenja životne sredine koje aktivnosti vaše kompanije izazivaju?
- a) Veoma zabrinut/a
  - b) Zabrinut/a
  - c) Neutralisan/a
  - d) Nisam previše zabrinut/a
  - e) Uopšte nisam zabrinut/a.
33. Da li ste spremni da investirate u poboljšanje prakse kako biste smanjili uticaj na životnu sredinu i ugljenični trag?
- a) Da
  - b) Ne

## PRAVILA ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE ZA IZVOZ

34. Za kompanije koje izvozne u EU: Da li ste spremni da investirate kako biste ispunili ekološke kriterijume potrebne za izvoz u EU?
- a) Da
  - b) Ne

- c) Nisam siguran
- d) Nemam dovoljno informacija u vezi sa ovim pitanjem

## INTERESOVANJE I IZAZOVI ZA RECIKLAŽU

35. Da li je vaša kompanija trenutno uključena u bilo kakve inicijative za ponovnu upotrebu i reciklažu post-proizvodnog otpada?? \_\_\_\_\_
- a) Da
  - b) Ne [nastavi kod pitanja 37]
  - c) Nisam siguran/a / Ne znam
36. Ako je odgovor da, molimo vas da ukratko opišete inicijative za reciklažu koje su preduzete \_\_\_\_\_
37. Ako ne, zašto niste uključeni? \_\_\_\_\_
38. Da li vaša kompanija saraduje sa bilo kojom kompanijom za reciklažu za upravljanje tekstilnim otpadom?
- a) Da
  - b) Ne
  - c) Interesovani, ali trenutno nismo angažovani u ar
  - d) Ne znamo da li postoje takve kompanije
39. Da li bi vaša kompanija bila zainteresovana za partnerstvo sa kompanijom za reciklažu koja je specijalizovana za upravljanje otpadom od odeće?
- a) Veoma zainteresovani
  - b) Zainteresovan/a
  - c) Nisam zainteresovan/a
  - d) Nisam siguran/a
40. Navedite glavne prepreke koju vaša kompanija ima u vezi sa saradnjom sa kompanijom za reciklažu.
- a) Nedostatak informacija o dostupnim uslugama reciklaže
  - b) Nepristupačni troškovi
  - c) Logistički izazovi
  - d) Sledeće (Navedite: \_\_\_\_\_)
41. Koja rešenja za upravljanje otpadom bi vaša kompanija više volela?
- a) Programi smanjenja otpada u kompaniji
  - b) Saradnja sa kompanijama za reciklažu - eksterna
  - c) Sledeće (Navedite: \_\_\_\_\_)
42. Koliko je važno održavanje životne sredine u vašoj kompaniji?
- a) Veoma važno
  - b) Neutralni
  - c) Nije baš važno

d) Uopšte nije važno

43. Da li vaša kompanija planira da sprovede nove inicijative za poboljšanje upravljanja otpadom i održavanje životne sredine?

a) Da (Molim vas elaborirajte: \_\_\_\_\_)

b) Ne

44. Da li biste bili otvoreni za pružanje dodatnih informacija ili učestvovanje u daljim diskusijama u vezi sa upravljanjem otpadom i inicijativama za reciklažu u vašoj kompaniji?

a) Da

b) Ne

45. Da li vaša kompanija učestvuje na sajmovima tekstila i tekstilne tehnologije?

a) Da, Redovno

b) Da, S vremena na vreme

c) Ne

46. Da li biste bili zainteresovani za dobijanje informacija o sajmovima i konferencijama vezanim za vašu aktivnost?

a) Da

b) Ne

47. Da li biste bili zainteresovani za angažovanje svog osoblja u obuci za reciklažu tekstila??

a) Da

b) Ne

c) Ne znam

Izražavamo duboku zahvalnost svim učesnicima u realizaciji ovog istraživanja. Zahvaljujemo se kompanijama koja su podelila svoje vreme i iskustvo, građanima koji su iskreno izneli svoja mišljenja, kao i predstavnicima institucija koji su pružili dragoceno znanje i važne perspektive. Njihov doprinos je bio neophodan za realno sagledavanje situacije i za formulisanje preporuka usmerenih na poboljšanje tekstilnog sektora na Kosovu.

Ovu publikaciju je sprovedla organizacija Rilindja Gjëlber, njome upravlja Fond za razvoj zajednice (CDF), a proizvedena je uz finansijsku podršku Ambasade Švedske u Prištini. Njen sadržaj je izveden iz odgovora na anketu primljenih do datuma navedenog u ovom izveštaju i isključiva je odgovornost Rilindja Gjëlber, koja sprovodi projekat „Vraćanje vrednosti cirkularnoj ekonomiji“ u okviru programa „Jačanje ekoloških organizacija civilnog društva na Kosovu“.

