



UNIVERSITETI I EVROPËS JUGLINDORE
УНИВЕРЗИТЕТ НА ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА
SOUTH EAST EUROPEAN UNIVERSITY

FAKULTETI I BIZNESIT DHE EKONOMISË
FACULTY OF BUSINESS AND ECONOMICS
ФАКУЛТЕТ ЗА БИЗНИС И ЕКОНОМИЈА

STUDIME PASDIPLOMIKE – CIKLI I DYTË

Punim magjistrature

“INKUBATORËT E BIZNESIT SI INSTRUMENT PËR ZHVILLIMIN EKONOMIK TË RAJONIT TË SERBISË JUGORE”

Kandidati:

Rexhep Ilazi

Mentori:

Prof. Dr. Veland Ramadani

Tetovë, Prill 2020

Sistemet e inkubatorëve të biznesit janë krijuar kryesisht për zgjidhjen e problemeve të zhvillimit ekonomik lokal duke stimuluar, përmirësuar dhe përkrahur ndërmarrësit e rinj dhe fillestar. Kjo risi për bizneset në Serbi dhe vendet e Ballkanit ishte e lidhur ngushtë me ardhjen e shumë organizatave ndërkombëtare (USAID, UNDP, BE atj) që përkrahnin zhvillimin lokal dhe kontribuonin në ndryshimin e kuptimit dhe mendimit për ndërmarrjet private dhe ndërmarrësinë që në shumicën e rasteve shiheshin si plotesisht të ndara nga qeverisja lokale.

Qëllimi kryesor i krijimit të inkubatorëve në Jugun e Serbisë ishte krijimi i një instrumenti për të mbështetur sipërmarrjen, zvogëluar papunësinë e sidomos të rinjët dhe përkrahjen në themelimin e bizneseve të vogla dhe fillestare (start-up). Ky punim synon të i përgjigjet pyetjeve të ngritura lidhur me (a) funksionimin dhe rëndësinë e inkubatorëve të biznesit në mbështetjen e krijimit të bizneseve të reja dhe ndikimin e tyre në zhvillimin ekonomik lokal. Me që inkubatorët synojnë të ndihmojnë ndërmarrësit e rinj nëpër komuna dhe rajone më të vogla (si këto në Jugun e Serbisë) dhe kështu, sado pak, të ruajnë ekspertizën në rajone më larg nga qendrat e mëdha urbane (b) rëndësinë e inkubatorëve të biznesit në zhvillimin dhe themelimin e start-up bizneseve në rajonin e Serbisë Jugore (c) rolin e qeverisjes lokale në promovimin e sipërmarrjeve dhe ndërmarrësisë në nivel lokal dhe regional dhe (d) të kuptojmë mjedisinë konkurrues - i cili dita ditës po bëhet më kompleks dhe më dinamik në një rajon ku shumica e të rinjëve nuk janë të njohtuar me mundësitë që i ofrohen në treg.

Inkubatorët e biznesit në rajon ofrojnë mbështetje të drejtpërdrejtë për fillimin e ndërmarrjeve start-up, në kohën kur ata janë më të rrezikuar dhe më të ndjeshëm për të dështuar dhe kështu në një mënyrë mundohen të ndikojnë drejtpërdrejtë në nivelin e suksesit të atyre bizneseve me që dihet se shumica e start-up bizneseve dështojnë në fillimin e tyre (1-3 vjet).

Shumica e shërbimeve të ofruara nga inkubatorët egzistues të biznesit ofrojnë shërbime dhe hapsira me çmime të subvencionuara, gjë që ka dhënë efekt pozitiv në pozicionin e biznesit fillestar në inkubator në raport me ato biznese që nuk janë pjesë të tij.

Fjalët kyçe: Inkubatorët e bizneseve, sfidate e start-up bizneseve, zhvillimi ekonomik lokal dhe stimulimi i ndërmarrësisë dhe konkurrueshmërisë.

FALËNDERIM

Gjatë viteve 2004 deri 2013, unë kam qenë i përfshirë në mënyrë aktive në mbështetjen e firmave më konkurruese në rajonin e Jugut të Serbisë si punëtorë i programeve të USAID për Serbi edhe atë duke përfshirë blerjen e makinerisë moderne, ndihmës teknike, promovimit nëpër panairët më të rëndësishme të BE-së dhe gjithashtu në implementimin e standardeve të kualitetit.

Ndryshim dhe transformim i madhë ndodhi gjatë këtyre viteve në rajonin e Jugut të Serbisë sa i përket bizneseve të vogla dhe të mesme, mirëpo asnjëherë nuk u morëm seriozisht me kompanitë fillestare-startup dhe ndihmën për themeluesit e tyre, prandaj personalisht isha i interesuar që të kontribuoj jashtë punës së përditëshme në përkrahjen e bizneseve fillestare dhe të rinjve që ishin të interesuar për të themeluar biznese.

Kjo ndikoi shumë në pikpamjet e mia për bizneset fillestare dhe kërkoja të kycem në disa projekte rajonale që kishin për qëllim trajnimin e të rinjve për të nisur biznes, ku edhe u ballafaqova me problematikën në mënyrë më direkte dhe të thellësishme.

Kështu, kjo tezë masteri është rezultat i njohurive të mia që i fitova gjatë punës dhe aktiviteteve tjera që u kyca dhe kur filluan të themelohen edhe inkubatorët e parë të biznesit nëpër Serbi me përkrahjen dhe ndihmën e donatorëve të ndryshëm.

Në këtë drejtim, dëshiroj të falënderoj të gjithë ata që më kanë ndihmuar t'i tejkaloj të gjitha barrierat me të cilat jam përballur gjatë rrugëtimit për pregaditjen e kësaj teme.

Së pari, unë do të doja të falënderoja mentorin tim Prof. Veland Ramadanin që më udhëzoi drejtë formulimit të themeleve të tezës qysh në fillim me komentet e tij sfidues dhe tolerancën e treguar me mua gjatë tërë këtij procesit që zgjati shumë.

Së dyti, do të dëshiroja të shprehë mirënjohjen për Armend Aliun, Agon Islamin, Boban Stankovic, Nemanja Gligorijevic, Milan Stojkovic, Dejan Simic, Dragana Bogdanovic, Milos Grozdanovic dhe të tjerët për pjesëmarrjen në intervista. Komentet dhe idetë e tyre më ndihmuan shumë për të marrë njohuri më të thella rreth temës.

Më në fund, do të doja të shprehë mirënjohjen më të thellë për familjen time, veçanërisht, për tri dashuritë e mia të mëdha - gruan time Hyrën, vajzën time Amrën dhe djalin Amarin, për gjithë kohën që ata kaluan pa mua gjatë studimeve të mia në MBA.

Gjithashtu, falenderim edhe për prindërit e mi që gjithëherë më kanë përkrahur, sidomos në kohërat më të vështira.

Faleminderit edhe një herë për të gjithë ju - ky udhëtim i shkëlqyeshëm nuk do të kishte shije pa të gjithë ju!

ABSTRAKT

FALENDERIMI

LISTA E SHKURTESAVE

LISTA E TABELAVE

LISTA E FIGURAVE

KAPITULLI I:

1. Hyrje

- 1.1 Diskutimi i problematikës
- 1.2 Pyetje hulumtuese
- 1.3 Objektivat e hulumtimit
- 1.4 Qëllimet dhe kufizimet
- 1.5 Struktura e tezës

KAPITULLI II:

2. Rishikimi i literaturës

- 2.1 Rëndësia ekonomike e inkubatorëve të biznesit
- 2.2 Roli i inkubatorëve dhe bizneseve të vogla në ekonomitë lokale
- 2.3 Parimet dhe praktikat më të mira të inkubatorëve të suksesshëm
- 2.4 Metodologjia e themelimit të inkubatorëve të biznesit
- 2.5 Karakteristikat e bizneseve të vogla dhe atyre start-up
- 2.6 Themelimi i biznesit të vogël/fillestar dhe format më të shpeshta
- 2.7 Instrumentet e zhvillimit ekonomik lokal
- 2.8 Financimi i biznesit të vogël në vendet e BE-së
- 2.9 Sfidat dhe problemet e biznesit të vogël dhe inkubatorëve të biznesit

KAPITULLI III:

3. Metodologjia e hulumtimit

- 3.1 Strategjia hulumtuese
- 3.2 Metodatat hulumtuese
- 3.3 Qasja hulumtuese
- 3.4 Synimi i hulumtimit
- 3.5 Mbledhja e të dhënave

3.6 Zgjedhja e mostrës

3.7 Procesi i hulumtimit

3.8 Kufizimet e hulumtimit

KAPITULLI IV:

4. Analiza e të dhënave

4.1 Karakteristikat e Rajonit të Jugut të Serbisë

4.2 Fushat kryesore të studimit

4.3 Faktorët e analizave

KAPITULLI V:

5. Përfundimi

BIBLIOGRAFIA

SHTOJCAT

LISTA E SHKURTESAVE

USAID - Agjencia e SHBA-ve për Zhvillim Ndërkombëtar

UNDP - Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim

BE - Bashkimi European

NVM - Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme

IFC - Korporata Ndërkombëtare e Financave

MIGA - Agjencia e Garantimit të Investimeve Shumëpalëshe

OECD - Organizata për Bashkëpunim dhe Zhvillim Ekonomik

LISTA E TABELAVE

Tabela 1. Klasifikimi i ndërmarrjeve në BE; Burimi SME Definition giude 2015, p.11

Tabela 2. Klasifikimi i ndërmarrjeve sipas Bankës Botërore, IFC and MIGA

LISTA E FIGURAVE

Figura 1. Skema e themelimit të inkubatorit të biznesit

Figura 2. Fondi i investimeve European (EIF-European Investment Fund) për NVM

Figure 3: Ndryshimi në gjendjen e të ardhurave dhe borxhit të NVM-ve të BE-së (European Central Bank, 2018, f.8)

Figure 4: Problemet kryesore më të cilat ballafaqohen NVM-te e BE

Figura 5: Struktura e intervistave

1. HYRJE

Globalizimi dhe ndërrimet e shpeshta në mënyrën e të bërit biznes nëpër botë dhe teknologjitë, ka detyruar që shumica e kompanive të vogla dhe të mesme të krijohen me një shpejtësi të madhe duke u bërë gjithashtu një shtyllë e fortë për zhvillim ekonomik të vendeve të tyre.

Ky zhvillim gjithashtu pati ndikim të fortë sidomos në vendet të cilat kanë ose janë duke e kaluar tranzicionin, ku shumë shpejtë u krijuan me qindra kompani të vogla dhe të mesme.

Shumica e kompanive të krijuara inicoleshin vetëm nga kapitali i pronarit/themeluesit kurse autoritetet shtetërore dhe lokale nuk e shihnin përkrahjen e kompanive të vogla dhe të mesme si një problematik me të cilën ato duhet të merren, përveç vjeljes së taksave dhe kontrollimeve nga inspektionet shtetërore.

Si përgjigje ndaj neglizhencës së autoriteteve qendrore dhe lokale ndaj themeluesve të ndërmarrjeve të vogla u paraqit nevoja për krijimin e një modeli i cili sadopak do të zbuste hapsirën e krijuar në mes të sektorit privat dhe atij publik; i cili për shkak të burokracisë nuk mundej të lëvizte dhe të përcillte sektorin privat në zhvillimin e shpejtë.

Inkubatorët e biznesit janë programe të cilat ofrojnë ndihmë dhe këshilla direkte si dhe qasje në infrastrukturë dhe furnizime të përbashkëta. Koncepti i inkubatorëve është relativisht i ri dhe fillimisht u paraqit në SHBA në vitin 1959 dhe deri në vitet e '80-ta zhvillimi i inkubatorëve ishte mjaft i zbehtë. Me zhvillimet e shpejta tekniko-teknologjike edhe nevoja për shtuarjen e numrit të inkubatorëve u rrit. Kështu me përfundimin e viteve të '80-ta numri i inkubatorëve u ngrit në mijëra të tillë në SHBA, Angli dhe Europën Perëndimore.

Ideja e bashkimit të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në inkubatorë ishte që ndërmarrjet e sapo krijuara të mbijetonin më lehtë dhe të aftësohen sa më shpejtë për tregun e hapur; si dhe në të njëjtën kohë t'i jipet mundësia për vlerësimin e bizneseve se a do të kenë ardhmëri apo jo.

Kompanitë që janë anëtare të inkubatorëve mund të jenë prej më të ndryshmeve, prej atyre që kanë nevoja për përdorimin e teknologjisë së rejtë, atyre që kanë nevojë të jenë shumë afër njëri tjetrit, pasi që bizneset dhe procesi i prodhimit/shërbimit është i ndërlidhur; atyre që kanë nevojë për shërbime të përbashkëta që t'i ulnin të dalurat fikse, hapsira pune më të lira se cmimet e tregut etj.

Duke u nisur nga fakti se ndërmarrësit e rinj kanë nevojë të ndryshme për të funksionuar si duhet, inkubatorët kanë për qëllim adresimin e të gjitha nevojave të ndërmarrësve që janë anëtar. Minimumi i karakteristikave që duhet t'i posedoj një inkubator duhet të jenë:

- 1) Hapsirë e përbashkët dhe fleksibile:** Inkubatorët duhet të ofrojnë hapsira të mjaftueshme për të gjithë anëtarët dhe në të njejtën kohë këto hapsira duhet të jenë më të lira se cmimet e tregut për qira, ose t'i jepet ndonjë hapsirë të cilën vet inkubatori e jep me qera dhe arkëton të hyra nga ajo. Hapsirat duhen të jenë të mjaftueshme edhe për zgjerimin e kompanive përderisa janë në inkubator, dmth para se të dalin dhe operojnë të pavarura.
- 2) Makineri/Paisje të përbashkëta:** Anëtarët e inkubatorëve nuk mund që prej fillimit të hidhen në sigurimin e të gjithë infrastrukturës dhe paisjeve të nevojshme, duke filluar nga makinat për printim, makinat e fotokopjes, PC dhe serverat, shërbimet e kontabilitetit, paisjet në dhomat e konferencave/takimeve dhe gjithashtu në rastin e inkubatorëve prodhues, atëherë edhe blerja e paisjeve të përbashkëta i minimizon harxhimet fillestare hyrëse për secilën ndërmarrje.
- 3) Këshillimet e mira:** Të gjitha ndërmarrjet fillestare kanë nevojë për këshillime në udhëheqjen me kompanisë së tyre dhe inkubatori i biznesit i ofron shumë në këtë drejtim. Udhëheqësit e inkubatorit zakonisht merren me ngritjen e resurseve humane të ndërmarrësve që janë në inkubator dhe ndihmë në kontinuitet për ngritjen e kapaciteteve të tyre.
- 4) Qasje në financa:** Financimi është thelbësor në krijimin dhe zhvillimin e ndërmarrjeve fillestare, të vogla dhe të mesme. Njohuritë dhe kapacitetet e kompanive fillestare, të vogla dhe të mesme për thithjen e financave janë minimale, ndonjëherë edhe vështirë të paarrithshme. Inkubatorët si formë grupore e organizmit të ndërmarrësve vetvetiu janë interesant për institucionet financiare dhe me atë anëtarëve të inkubatorit i lehtësohen kushtet më të cilat thithen financat.
- 5) Limitet kohore:** Cdo anëtarë i inkubatorit, varësisht nga politika dhe profili i inkubatorit ka një afatë kohore sa mund të qëndroj si anëtarë i bashkësisë së inkubatorit. Ky afat kohorë (1-3 vite) duhet të shfrytëzohet nga ana e ndërmarrësve për krijimin e një kompanie e cila do të mbijetonte si entitet në vete dhe të jetë e aftë

që të garoj në tregun e hapur në mënyrë të barabartë me të gjithë të tjerët dhe të jetë konkurrent në treg me produktet apo shërbimet e veta.

Vet modelet e inkubatorëve në vete definojnë se kush mundet edhe kush jo të anëtarsohet në inkubatorë edhe me atë fatkeqësisht eliminohen disa ndërmarrës që ndoshta me kushte të tilla do të kishin interes të marrin pjesë.

Pra, profilet e ndërmarrjeve janë vendimtare për anëtarësim, sepse edhe krijimi i inkubatorëve pa ndonjë strategji të caktuar nuk do të sillte beneficionet e pritura nga anëtarët.

1.1 Diskutimi i problematikës

Inkubatorët e bizneseve shërbejnë si një vegël që përdorë komuniteti nëpër vendet e zhvilluara edhe në zhvillim për të ndihmuar ndërmarrësit që kanë ide të mira, por nuk kanë mjete/burime për të filluar aktivitetet e tyre në mënyrë të pavarur. Kur flasim për regjionet e vogla sic është Jugu i Serbisë, inkubatorët e biznesit të vogël dhe start-up janë një mënyrë për të nxitur zhvillimin ekonomik lokal dhe në një mënyrë kontribuon në ruajtjen e ekspertizës në rajone jashtë qendrave të mëdha dhe të zhvilluara.

Në Jugun e Serbisë në inkubatorët e biznesit duke diskutuar problematikën e bizneseve fillestare dhe të vogla direkt me themeluesit e të njejtave, kemi vërejtur se shumica e tyre kanë shumë më shumë probleme dhe sfida të përditëshme se sa mendohet edhe paraqitet në publik. Duke biseduar me udhëheqësit e inkubatoreve, konkretisht për rolin e inkubatoreve që e kanë nëpër vende tjera për (a) promovimin e risive shkencore dhe duke ndërlidhur partneritete midis institucioneve akademike/shkollave teknike dhe biznesit, dhe (b) të ndihmojë ndërmarrësit që duan të zgjerojnë njohuritë e tyre të specializuara përmes bashkëveprimit me pronarët e tjerë të biznesit të vogël. Kemi vërejtur se shumica e tyre nuk janë aspak të njohur me këto koncepte, përkundrazi janë duke i shfrytëzuar vetëm beneficionet bazë dhe disa subvencione (hapsira, kontabiliteti, kostot fikse të përbashkëta dhe ndonjëherë informata lidhur me donacionet e mundshme) që aspak nuk i ofrohen qëllimit primar që do të kishin inkubatorët e biznesit.

Mirëpo, sa dhe si mund të ndikojnë këto inkubatorë dhe disa që janë në planë të themelohen nëpër komuna tjera (që tani për tani nuk kanë) të ndikojnë në zhvillimin ekonomik lokal në Jug të Serbisë, është teza jonë që kemi ngritur dhe të cilës i kemi kushtuar vëmendje të vecantë.

Gjatë vizitave të shumta që kemi patur nëpër biznese që janë në inkubatorë, por edhe disa tjerë që nuk janë pjesë e inkubatorëve egzistues e që i kemi vizituar, për qëllim të krahasimit dhe analizave tona, kemi vërejtur se dallimet janë të vogla, por megjithatë egzistojnë.

Në bazë të pyetësorit që kemi pregaditur për inkubatorët e biznesit, kemi shpërndarë të njëjtin në inkubatorët egzistues në rajonin e Jugut të Serbisë, si atë në Vranje, Medvegjë, Prokuplje, Krushevc (edhe pse Krushevc sipas ndarjeve nuk është në Jug të Serbisë) si dhe në Nish, kemi mësuar se në disa raste ose nuk janë ndarë informatat me ne ose (me gjasë më të madhe) ato nuk egzistojnë fare.

Kemi vërejtur se në disa raste kemi edhe ndikimin e madh në punën e tyre nga ana e pushteteve lokale dhe për cudi kemi disa kompani shtetërore, fakultete private dhe publike/lokale si banore/anëtarë nëpër inkubator, gje që është mjaft shqetësuese dhe e pazakontë dhe jo e hasur nëpër vende tjera.

Financimi i inkubatorëve është pjesa tjetër më sfiduese për udhëheqësit e këtyre inkubatorëve, ku pjesën më të madhe të kostove e mbulojnë pushtetet lokale, diku edhe ato qendrore, pastaj projektet e ndryshme të donatorëve të jashtëm (USAID, UNDP) dhe në fund prej anëtarëve/banorëve, të cilët mbulojnë vetëm një pjesë të kostove. *Rekrutimi (kyçja)* e anëtarëve të rinj është e vështirë për inkubatorët e biznesit sepse ende ka shumë paragjykime për punën dhe veprimtarinë e tyre, sidomos *frika nga dështimi* është pengesa më e madhe për kycje në inkubator.

Angazhimi i stafit profesional dhe të edukuar për udhëheqjen e inkubatorëve të biznesit në studimin tonë del që të jetë shumë e rëndë, gati e pamundur për shkak të *stimulimit të vogël financiar, rekrutimit të ndikuar politik dhe ikjes së fuqisë punëtore (braindrain)* të kualifikuar për në kryeqytete dhe shtete perëndimore, në të cilat ka mundësi më shumë dhe paga më të mëdha. Ka edhe probleme tjera që janë identifikuar por janë më shumë të natyrës së marrdhënieve të mbrendshme nëpër inkubatorë dhe paraqesinë natyrë tjetër që nuk ka qënë subjekt i këtij hulumtimi.

1.2 Pyetjet hulumtuese

Gjatë hulumtimit tonë nëpër inkubatorët e lartëpërmendur dhe në bisedat tona me pronarët e kompanive që janë anëtare/banore nëpër inkubatorët që ishin cak i hulumtimit tonë si edhe atyre që nuk ishin anëtare/banore, por që ishin fillestar në biznese (të regjistruar

gjatë vitit të fundit), përvec pyetesorit të përgaditur (shih Aneks 1) kemi parashtruar edhe këto pyetje që ishin substanciale në kuptimin sa më të mirë të tezës së ngritur:

- 1) Kush dhe si është inicuar themelimi i Inkubatorit tuaj?*
- 2) A kanë vizituar ndonjë inkubator të ngjajshëm para se te themelohet?*
- 3) Sa keni vështirësi në rekrutimin e anëtarë/banorëve të rinj?*
- 4) A ka ndikim politika lokale në udhëheqjen dhe funksionimin e inkubatorit?*
- 5) Nga cili sektor/veprimtari janë kompanitë që janë anëtare/banore tuaja?*
- 6) A ka ndikuar dhe sa (nëse po) inkubatori i biznesit në zhvillim lokal?*
- 7) Cilat janë sfidat e juaja për periudhën e ardhëshme, 3-5 vite?*

1.3 Objektivat e hulumtimit

Duke u nisur nga qëllimi i hulumtimit tonë që ka të bëjë me ndikimin e inkubatorëve të biznesit në zhvillimin ekonomik lokal në Serbinë Jugore, nxjerrim se objektivat e këtij hulumtimi mund të ndahen në:

- 1) Identifikimin e llojeve të inkubatorëve të biznesit që janë prezent në Jugun e Serbisë;*
- 2) Identifikimin e veprimtarive/sectorëve që janë zakonisht anëtarë/banorë në inkubatorët e biznesit;*
- 3) Identifikimin e problemeve financiare, resurseve humane me të cilat ballafaqohen si inkubatorët e biznesit poashtu edhe banorët e tyre;*
- 4) Identifikimin e barrierave/mundësive për themelimin e inkubatorëve të biznesit nëpër komunat që nuk kanë themeluar inkubatorë të biznesit (Preshevë dhe Bujanoci posacërisht) e që janë pjesë e Jugut të Serbisë.*

1.4 Kufizimet e hulumtimit

Sikur edhe në cdo hulumtim që organizohet në treg, sidomos për nevoja të studentëve dhe kandidatëve për magistraturë, edhe ne jemi ballafaquar me sfida dhe kufizimin nga shumë faktor të cilët besojmë fortë që kanë ndikuar në të dhënat që i kemi marr nga bashkëfolsitë tanë. Kufizimi i parë është se në rajonin cak për këtë hulumtim janë vetëm pjesë inkubatorë të biznesit të themeluar dhe dy që janë në fazën e herëshme të bisedave për themelimin eventual të tyre. Gjithashtu, bizneset që janë anëtare/banore në inkubatorët egzistues janë një numër i vogël, që janë mesatarisht 6-12 kompani për inkubatorë, por edhe

ato kompanitë që janë pjesë e inkubatorëve janë shumë të kufizuara me kohë për takime dhe pyetsor të ndryshëm.

Të përmbledhura, këto janë kufizimet kryesore në hulumtimin tonë:

- *Arsyeja e parë* e kufizimit të hulumtimit tonë ka qenë faktori I përfshirjes gjeografike të një rajoni të gjërë, prej Preshevës deri në Nish si dhe në Krushevc; që pamundësoi takimet e shpeshta me grupet qëllimore të këtij hulumtimi e sidomos me kompanitë krahasuese që nuk ishin pjesë e inkubatorëve të biznesit.
- *Arsyeja e dytë* e kufizimit të hulumtimit tonë ka qenë mosndarja e disa informacioneve bazë prej të gjithë inkubatorëve (sidomos atyre financiare) dhe një pjesë e pyetsorit është lënë bosh nga ana e udhëheqësve të inkubatorëve të biznesit.
- *Arsyeja e tretë* e kufizimit të hulumtimit tona ka qenë e lidhur me mosnjohjen e detajeve për inkubatorët e biznesit nga ana e pushteteve lokale ku ka patur inkubatorë aktiv të cilët NUK kanë pranuar të bisedojnë fare edhe pse është tentuar mjaft.
- *Arsyeja e katërt* ka të bëjë me zhvillimet e fundit me virusin COVID-19, ku levizja është kufizuar dhe takimet e drejtpërdrejta dhe finale janë pamundësuar.

1.5 Struktura e punimit

Punimi shkencor përbëhet prej pesë kapitujve dhe janë të ndarë në shumë tituj dhe nëntituj.

Në kapitullin e **hyrjes** rrjedhin prapavija dhe diskutimi i problematikës që krijon njoftimin e parë me tezën e magistraturës. Si pjesë të tjera që paraqiten në këtë kapitull janë *pyetjet hulumtuese* me të cilat kemi zhvilluar hulumtin tonë nëpër inkubatorët e biznesit si dhe në ndërmarrjet e vogla që janë anëtare/banore në këto inkubator; si edhe disa kompani të vogla që nuk janë pjesë e inkubatorit e që janë krahasuar me ato që janë nëpër inkubatore të bizneseve. *Objektivat e hulumtimit* kanë nxjerrë në pah, disa nga problematikën, ndërsa *kufizimet* kanë të bëjnë me disa nga elementet të cilave domosdoshmërisht i'u është dashtë t'iu shmangemi.

Në kapitullin e është bërë **rishikimi i literaturës** duke e zgjedhur literaturën sa më të avancuar dhe më të re dhe e cila kontribuon për pjesën me të rëndësishme të punimit tonë e që janë inkubatorët e biznesit dhe roli i tyre në zhvillimin ekonomik lokal.

Literatura e shfrytëzuar në këtë kapitull dhe në tërë punimin në përgjithësi, na ofron fillimisht një prapavij të zhvillimit ekonomik lokal dhe pastaj edhe për inkubatorët e biznesit dhe kompanive që janë të vendosur (anëtarët/banorët) në to, duke na krijuar mundësinë të njohim thelbësisht rolin e inkubatorëve të biznesit në zhvillimin ekonomik lokal e sidomos problematikën e themelimit, sfidat e rekrutimit të kompanive që të vendosen në to dhe financimin dhe organizimin e tyre përmbrënda. Në përmbledhjen e literaturës, kemi edhe informata për dobinë e inkubatorëve, poashtu edhe për problematikën e ekzistimit të tyre.

Kapitulli i tretë përshkruhet **metodologjia** e punës së përdorur gjatë hulumtimeve të zhvilluara. Metodologjia e përdorur, fillon me *piknisjen e hulumtimit*, pason me *qasjen hulumtuese* dhe përfundon me *strategjinë hulumtuese*. Metodatat vrojtuese, pyetesori dhe metodatat nga të cilat i kemi mbledhur informatat, janë pjesë të këtij kapitulli; që në fund mundësojnë prezentimin e matjeve të vlefshmërisë dhe besueshmërisë të informatave që janë të përdorura në këtë hulumtim.

Në kapitullin e katërt kemi **analizën e të dhënave** që janë grumbulluar, ku duhet të vihen në pah modeli hulumtues dhe hipotezat me të cilat kanë vlerësuar rezultatet.

Në kapitullin e pestë dhe te fundit kemi **përfundimin** dhe rekomandimet e hulumtimit.

2.1 Rëndësia ekonomike e inkubatorëve të biznesit

Inkubatorët e bizneseve janë një mekanizëm dhe mënyrë që komuniteti dhe pushtetet lokale të ndihmojnë ndërmarrësit e vendit të tyre që kanë ide të mira, kreative, por që nuk kanë burime financiare për të filluar aktivitetet e tyre në mënyrë të pavarur.

Inkubatorët e biznesit të vogël, posacërisht, janë një mënyrë për të ndikuar në rritjen e zhvillimin ekonomik lokal, praktika e të cilit filloi në SHBA dhe Mbretërinë e Bashkuar që nga vitet 1970 si kooperativa të artistëve, që shpesh gjendeshin në ndërtesa historike.

Në SHBA, inkubatorët janë përdorur, për shembull, për (1) të ndihmuar rimëkëmbjen e lagjeve të shkatërruara dhe të varfëra, (2) promovimin e inovacionit shkencor duke lidhur partneritete midis universiteteve dhe biznesit, dhe (3) të ndihmoj ndërmarrësit që duan të zgjerojnë njohuritë e tyre të specializuara përmes bashkëveprimit me pronarët e tjerë të biznesit të vogël (Bruneel et al, 2012).

2.2 Roli i inkubatorëve dhe bizneseve të vogla në ekonominë lokale

Interesi për inkubatorët qëndron pjesërisht në rolin që bizneset e vogla luajnë në shumicën e ekonomive lokale, për shembull, në krijimin e vendeve të reja të punës dhe inovacionin e gjeneruar, sidomos nga të rinjtë.

Për më tepër, bizneset e vogla mund të themelohen në një numër më të madh dhe shumë më shpejtë se kompanitë të mëdha, sidomos kur flitet për rajone të vogla edhe të pazhvilluara.

Inkubatorët gjithashtu shërbejnë si një vegël për të ndihmuar ndërmarrësit vendor, pasi ata edhe e përbëjnë ekonominë lokale dhe gjithmonë ka më shumë gjasa që ato të mbajnë aktivitetin e tyre në vend se sa ndërmarrjet e mëdha multinacionale, që enden nëpër vende e ndryshme. Për më tepër, mbështetja në krijimit të bizneseve të vogla nëpër rajone të vogla mund të ndihmoj gjithashtu në përfshirjen e sipërmarrësve të rinj më shumë në problematikat lokale, duke shmangur humbjen e të rinjëve sidomos dhe me të edhe humbjen e aftësive të tyre të specializuara. Sidoqoftë, ekziston rreziku që 50% e bizneseve të vogla do të dështojnë në tri vitet e para të funksionimit, që është edhe botërisht e njohur.

Ky realitet me bizneset e vogla ka implikime të ndryshme për zhvillimin ekonomik lokal edhe atë në aspektet vijuese:

- Bizneset e vogla janë të rëndësishme sepse ato krijojnë punësim për banorët lokal;
- Bizneset e vogla shpesh kryejnë veprimtari në fushat e inovacionit teknologjik ose krijuese që nuk kërkojnë shumë burime për të operuar biznesin;
- Zhvillimi i bizneseve të vogla kontribuon në krijimin e kapitalit ekonomik lokal dhe rajonal (njohuri të specializuara dhe brende të reja);
- Duhet të bëhen vazhdimisht përpjekje të konsiderueshme për të siguruar që kompanitë e krijuara nuk do të dështojnë;
- Për shkak të rrezikut të dështimit të biznesit të vogël, inkubatorët nuk duhet të shihen si gurthemeli i një strategjie të zhvillimit ekonomik, por më tepër si një kontribut i përpjekjeve për të promovuar zhvillimin e NVM-ve në një komunitet të caktuar.

Vlenë të përmendet gjithashtu se edhe bizneset fillestare-startup zakonisht përshtaten në realitetin e një biznesi të vogël.

2.3 Parimet dhe praktikat më të mira të inkubatorëve të suksesshëm të biznesit

Derisa numri i inkubatorëve të biznesit është duke u rritur ngadalë, por pa ndërprerje, gjithashtu janë duke u ngritur edhe kapacitetet dhe mbështetja për udhëheqësit e inkubatorëve të biznesit. D.m.th., strukturat e tyre të menaxhimit, për të maksimizuar numrin e inkubatorëve të biznesit dhe t'u ofrojnë klientëve/banorëve të tyre shërbime me cilësi më të mirë. Në këtë kuptim, tashmë është zhvilluar një koncept që me pak a shumë përmirësime, është i zbatueshëm kudo në botë dhe mund të thuhet se është bërë një lloj standardi që duhet të ndiqet në përcaktimin e llojit dhe karakterit të inkubatorëve të biznesit, llojin dhe fushën e shërbimeve të ofruara për firmat anëtare, si dhe modelin fizik dhe funksional të inkubatorit të biznesit.

Kështu, hulumtimet e rregullta tregojnë se, në performancë inkubatorët e biznesit që ndjekin një koncept të pranuar në përgjithësi i tejkalojnë ata inkubatorë biznesi që formohen jashtë "rregullave" të pranura zakonisht.

Ekzistojnë dy parime themelore që janë në të vërtetë të zbatueshme gjerësisht dhe që mund të udhëzojnë formimin dhe përcaktimin e inkubatorëve të biznesit kudo në botë:

1. Një inkubator biznesi duhet të shkojë drejt një ndikimi pozitiv në rimëkëmbjen ekonomike të komunitetit lokal duke maksimizuar nivelin e mbijetesës së bizneseve startup dhe

2. Edhe pse inkubatorët e biznesit janë një model më dinamik, por në shumë aspekte, kalon vështirësit dhe ciklin jetësor të njejt me të gjithë startup bizneset tjera.

Suksesi i një inkubatori biznesi të sapo krijuar varet, para se gjithash, nga angazhimi i menaxhmentit dhe banorëve në inkubatorin e biznesit, të cilët kanë për detyrë të ndjekin përvojat pozitive në botë dhe t'i përshtatin ato me nevojat e tyre.

Parime të tjera janë (BI Prokuplje, akti themelimit dhe përvoja e hulumtuesit):

- Të arrihet konsensusi për një mision që përcakton rolin e inkubatorëve në komunitetin lokal dhe të zhvilloj një strategji zhvillimi me qëllime të matshme dhe të arritshme,
- Zhvillimi i një inkubator biznesi drejt qëndrueshmërisë financiare përmes zhvillimit të një plani real biznesi,
- Të punësohen drejtor që do të kenë gatishmëri dhe aftësi për të përmbushur misionin e një inkubatori të biznesit dhe për të ndihmuar firmat anëtare të rriten dhe zhvillohen,
- Të formohen organe efektive menaxhuese të dedikuara për misionin e inkubatorit për të maksimizuar rolin e menaxhimit në zhvillimin e bizneseve të suksesshme,
- Të ndikohet në menaxhmentin e inkubatorëve të bizneseve që ata t'i kushtojnë sa më shumë mbështetje dhe vëmendje për anëtarët/banoret e tyre duke i përfshirë në një rol aktiv këshillues që do të rezultoj në formimin e bizneseve të suksesshme,
- Zhvillimi i infrastrukturës së inkubatorit të biznesit, burimeve financiare, metodave dhe mjeteve/veglave që do të shërbejnë për të siguruar mbështetje për bizneset anëtare, sipas nevojave dhe kërkesave të tyre,
- Të integrohet programi i inkubatorit të biznesit në strategjitë ekonomike lokale të komunave dhe të rajonit,
- Të zhvillojnë vazhdimisht kontakte dhe mbështetje nga bizneset kryesore në komunë/rajon dhe sa më shumë të kontribuojnë në rrjetëzimin e institucioneve që mund të mbështesin inkubatorët e biznesit,
- Të themelohet dhe të mirëmbahet një sistem informacioni kompjuterik që duhet përdorur nga administrata dhe menaxhmenti i inkubatorit të biznesit për të

mbledhë të dhëna statistikore dhe informata të tjera të rëndësishme për vlerësimin e inkubatorit të biznesit, për të përmirësuar efektivitetin dhe për të ndjekur nevojat e anëtarëve.

Anëtarët/banorët e inkubatorit të biznesit jo vetëm që përfitojnë nga mbështetja teknike që marrin brenda inkubatorit të biznesit, por edhe nga:

- Fakti që ata janë anëtarë të një inkubatori biznesi i cili në vetvete u jep atyre më shumë rëndësi dhe hapësirë mediatike sesa do të kishin përndryshe,
- Ambient/mjedis që është i orientuar ka adresimi i problemeve dhe çështjeve të bizneseve të vogla ku ka atmosferë përkrahëse për sipërmarrës,
- Kontakt i drejtpërdrejtë me sipërmarrës të tjerë si dhe pjesëmarrje në shumë ngjarje të ndryshme, si panaire, vizita por edhe pritjen e shumë mysafirve dhe bizneseve që janë të interesuar,
- Më pak kosto fikse dhe kosto të përdorimit të hapësirës për zyre,
- Rrjeteve të menjëhershme dhe mundësive tregtare përmes kontakteve të drejtpërdrejta me kompani të tjera anëtare.

Kemi edhe disa arsye të cilat e drejtuan zhvillimin e inkubatorëve të biznesit gjatë viteve 1970:

- Motivimi për të gjetur mundësi të reja për të përdorur sallat e vjetra dhe të braktisura të fabrikave në zonat që u preken veçanërisht nga kriza ekonomike;
- Ekzistimi i fondeve të ndryshme të krijuara nga shteti për të zhvilluar ndërmarrësinë dhe inovacionin në universitete;
- Iniciativat nga ndërmarrësit, shoqatat e ndërmarrësve dhe shoqatat e investitorëve për të transferuar përvojën e drejtimit të një biznesi në biznese të reja për të nxitur inovacionin dhe suksesin më të mirë tregtar.

2.4 Metodologjia për themelimin e inkubatorëve të biznesit

Hapat për krijimin e një inkubatori të biznesit janë (ligji për themelimin e ndërmarrjeve, Serbi dhe përvoja e hulumtuesit) :

1. Të identifikohet nevoja për krijimin e një inkubatori biznesi
2. Të identifikohen anëtarët/banorët e mundshëm të inkubatorit të biznesit dhe të formohet një Task Force për të pregaditur themelimin e Inkubatorit të Biznesit

3. Në Task Force të kycen të gjithë akterët e nevojshëm (stakeholders), (shih Figurën nr. 1)
4. Vendimi përfundimtar për llojin e inkubatorit të biznesit dhe veprimtarinë e saj
5. Studimi i fizibilitetit për themelimin e inkubatorit të biznesit
6. Përpilimin e Planit të biznesit - përcaktimi i të gjitha çështjeve duke filluar nga themeluesit e deri tek pjesa financiare. Këtu është shumë e rëndësishme të pregaditet një konstrukcion financiar real
7. Përcaktimin e vendndodhjes së inkubatorit të biznesit, ambient egzistues apo ndërtimi/ renovimi i objektit
8. Përcaktimi i strukturës administrative dhe statusit juridik të inkubatorit të ardhshëm
9. Përcaktimi i politikave të hyrjes/daljes së banorëve të inkubatorit sipas llojit të kompanisë që do të vendoset në të
10. Trajnimi i anëtarëve/banorëve të ardhshëm. Më mirë është të trajnohen më shumë anëtarë potencial
11. Pregaditja e kushteve dhe obligimeve që do t'i kenë anëtarët/banorët dhe përpilimi i kontratave
12. Përzgjedhja e anëtarëve/banorëve dhe nënshkrimi i kontratave koncize për secilin
13. Vendimi për trajnimin dhe shërbimet bazë që do t'u ofrohen anëtarëve/banorëve të zgjedhur si një aktivitet i rregullt i inkubatorit të biznesit
14. Përcaktimi i rolit të inkubatorit të biznesit si pjesë përbërëse e programit për zhvillimin ekonomik lokal të komunës/rajonit
15. Përgatitja e një sistemi gjithëpërfshirës të monitorimit dhe raportimit, përmes të cilit do të vlerësohet edhe përmirësohet inkubatori në kontinuitet.
16. Promovimi i inkubatorit të biznesit nga ana e Komunës/rajonit dhe kycja e inkubatorit në të gjitha ngjarjet që ndodhin në komuna/rajone.

Gjatë hulumtimit tonë, kemi vërejtur se projektet e inkubatorit të biznesit në vendet në tranzicion, të tilla si Republika e Serbisë, përballen me probleme më serioze sesa ato me të cilat përballeshin projekte të ngjashme në vendet e zhvilluara industriale në vitet 1970 dhe 1980. Ekziston një mungesë e dukshme e përvojës dhe ekspertizës së nevojshme për të ngritur dhe operuar një inkubator biznesi si nga ana e komunave poashtu edhe në resurset humane të cilët janë kycur prej fillimit në pregaditjen e projektit për inkubatorët e biznesit.

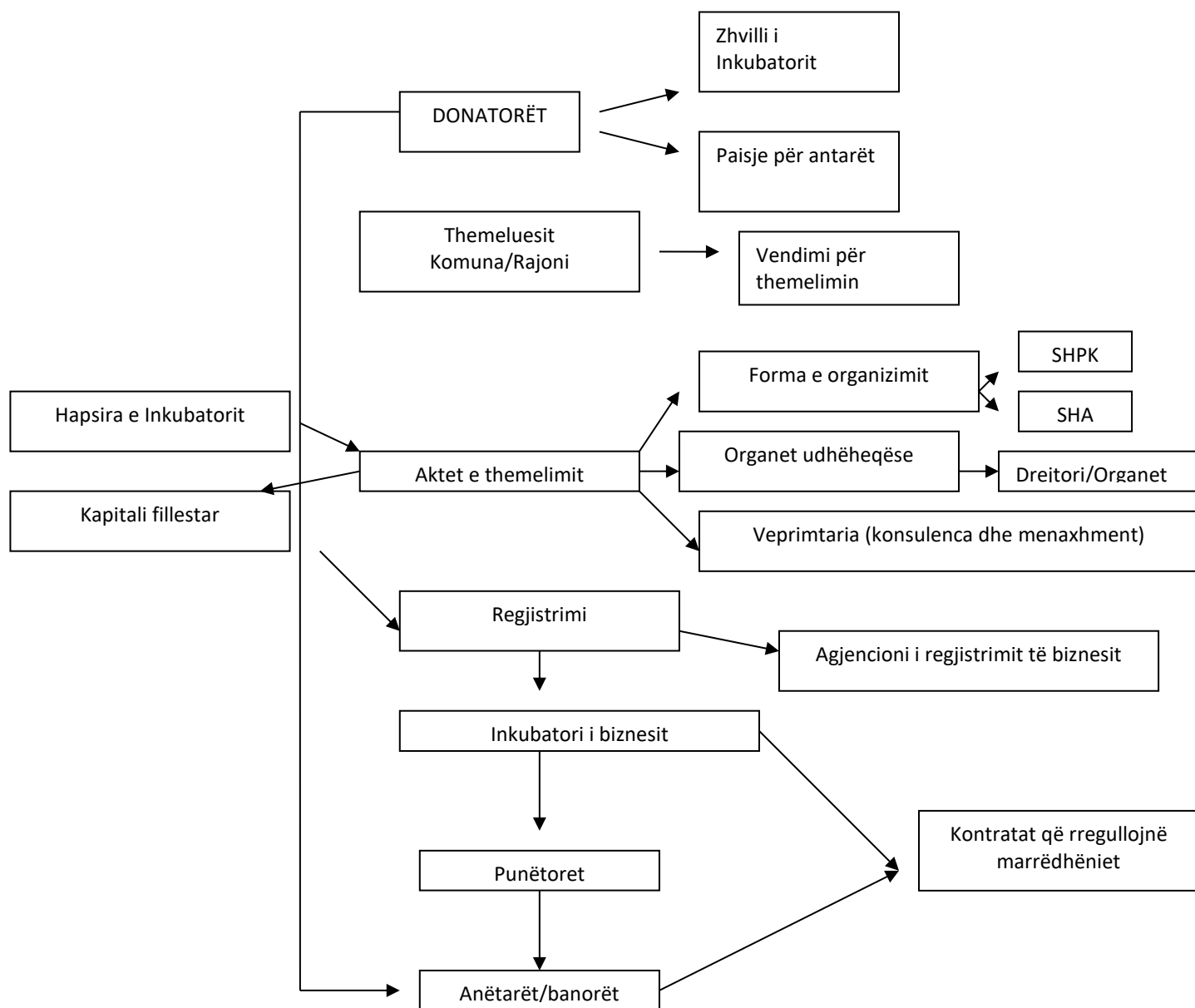
Për më shumë, të gjitha aktivitetet për sektorin privat dhe aktivitetet ekonomike që ndodhin në komuna/qytete dhe sidomos ku pushtetet lokale janë inicues, aty gjithëmonë kanalet e komunikimit ose mungojnë ose janë të parcializuara dhe shumica e ndihmës teknike/grantet/kreditë e buta të ofruar sipërmarrësve vendas janë të përqendruar në projekte specifike dhe individuale. Pra, mungon një qasje gjithëpërfshirëse dhe strategjike ndaj të gjitha bizneseve, posaçërisht ndaj atyre fillestare-startup.

Shpresojmë që ky dokument të jetë një prezantim i mirë i temës së inkubatorëve të biznesit dhe se Programi i Mbështetjes së Zhvillimit Ekonomik Komunal, sidomos në Preshevë dhe Bujanoc, do të jetë në gjendje të sigurojë të gjithë mbështetjen e nevojshme për komunat që kërkojnë të krijojnë inkubatorë biznesi duke përsheptuar kështu procesin e krijimit të vendeve të punës, sidomos për të rinjtë që nuk po shohin fare mundësi për tu kycur në sistem, betejë kjo e cila po humbet çdo ditë edhe më shumë.

Inkubatorët e biznesit që kanë filluar ose janë regjistruar në Serbi janë:

Inkubatori i kolegjeve teknike - Beograd, Inkubatori i biznesit - Knjazevac, qendra e inkubatorit - Nish, qendra e inkubatorit të biznesit - Prokuplje, qendra e inkubatorit të biznesit Bor - Bor, qendra e inkubatorit për zhvillimin e sipërmarrjes Raca - Raca, Inkubatori i biznesit Subotica - Subotica, Inkubatori i biznesit Zrenjanin - Zrenjanin, Inkubatori i biznesit - Senta, Inkubatori i biznesit Beocin - Beocin, inkubator biznesi - Pancevo, inkubator biznesi - Krushevc, Inkubator biznesi – Uzice, inkubator biznesi – Leskovc (vetëm si pjesë e Delta Inkubatori), inkubator biznesi – Vranje dhe një në fazë të themelimit, ai i Medvegjes.

Figura 1. Skema e themelimit të inkubatorit të biznesit (Studija lokalnog ekonomskog razvoja Opštine Bor – Institut za razvoj i arhitekturu Beograd, 2005)



2.5 Karakteristikat e bizneseve të vogla dhe atyre fillestar-startup

Në literaturën moderne dhe të fundit që lidhet me biznesin e vogël, as sot, nuk mudemi të gjejmë saktësisht se cka nënkupton një biznes i vogël sepse definicioni mvaret shumë nga vendi dhe rajoni ku vepron.

Një biznes i vogël në SHBA dallon shumë për nga definicioni prej të njejtit në Europë apo edhe në Ballkan.

Unioni European qysh nga viti 2005, kishte filluar që të përdor një klasifikim të e ri për bizneset e vogla sidomos dhe e rifreskuar në vitin 2015.

Kategoria	Nr i Punetoreve	Qarkullimi	or	Totali i Bilancit
Mesme	< 250	≤ € 50 m		≤ € 43 m
Vogla	< 50	≤ € 10 m		≤ € 10 m
Mikro	< 10	≤ € 2 m		≤ € 2 m

Tabela 1: Klasifikimi i ndërmarrjeve në BE; *Burimi SME Definition giude 2015, p.11*

Nga ana tjetër, Banka Botërore, IFC dhe MIGA përcaktuan NVM-të në këtë mënyrë:

Kategoria	Nr i Punetoreve	Qarkullimi	or	Totali i Bilancit
Mesme	< 300	≤ \$ 15 m		≤ \$ 15 m
Vogla	< 50	≤ \$ 3 m		≤ \$ 3 m
Mikro	< 10	≤ \$ 100 k		≤ \$ 100 k

Tabela 2. Klasifikimi i ndërmarrjeve sipas Bankes Botërore, IFC and MIGA

Poashtu, deri më tani ende nuk kemi as pajtueshmëri rreth kriterëve që përcaktojnë biznesin e vogël edhe pse vlenë të përmendim këtu faktin se Bashkimi European tani më ka lëshuar shumë informata të rëndësishme për definimin e biznesit të vogël në hapsirën e BE.

Një tjetër përkufizim për bizneset e vogëla është dhënë edhe nga “Committee for Economic Development”, sipas të cilit duhen të plotësohen dy ose më shumë nga karakteristikat vijuese (Mustafa e tjerë, 2006):

1. Menaxhmenti i biznesit është i pavarur dhe zakonisht pronarët janë menaxherë;
2. I tërë kapitali është i një individi apo i një grupi të vogël individësh;
3. Shtrirja e biznesit është në hapsira tejet të vogla;
4. Madhësia e shitjes.

Janë edhe disa kriteret të tjera në përcaktimin e biznesit të vogël, sic janë (Mustafa e tjerë, 2006):

1. Biznesi duhet të jetë i pavarur;
2. Të mos jetë dominat aty ku biznesi vepron;
3. Numri i të punësuarve;
4. Të hyrat nga shitjet

Kur flasim për biznesin e vogël, domosdoshmërisht duhet të përmendim edhe nocionin/konceptin që lidhet ngushtë që është koncepti i ndërmarrësisë.

Ndërmarrësia, sipas Onuoha (2007), "është praktika e themelimit të organizatave të reja ose rigjallërimit të organizatave të pjekura, veçanërisht bizneseve të reja përgjithësisht në përgjigje të mundësive të identifikuara." Schumpeter (1965) përcaktoi "ndërmarrësit si individ që shfrytëzojnë mundësinë e tregut përmes risive teknik dhe/ose risive organizative". Për Frank H. Knight (1921) dhe Peter Drucker (1970) "ndërmarrja ka të bëjë me rrezikun". Hisrich (1990) përcaktoi që një ndërmarrës karakterizohet si "dikush që tregon iniciativ dhe mendim kreativ është në gjendje të organizoj mekanizma social dhe ekonomik për t'i kthyer burimet dhe situatat në llogari praktike dhe pranon rrezikun dhe dështimin".

Thomas dhe Mueller (2000) argumentojnë se studimi i ndërmarrësisë duhet të zgjerohet në tregjet ndërkombëtare për të hetuar kushtet dhe karakteristikat që inkurajojnë aktivitetin e sipërmarrjes në vende dhe rajone të ndryshme.

Në esencë, ndërmarrësia e ka për qëllim kryesor krijimin e disa vlerave të reja, përkrahjen fillestare dhe zhvillimin e tutjeshëm të ndërmarrjeve të posaformuara dhe shihet si faktorë shumë me rëndësi, sidomos në prodhim. Tani më është vështirë të mendohet, zhvillimi i tutjeshëm i shoqërisë bashëkohore pa individ që menaxhojnë dhe organizojnë jetën ekonomike nëpër cdo shtet.

Ndërmarrësit e vegjël dhe pronarët e saj janë në lidhje direkte me resurset në dispozicion, sepse prej resurseve në dispozicion, nga kreativiteti i sipërmarrësve dhe inovacionet e tyre, mvaret niveli i prodhimeve dhe shërbimeve në përgjithësi.

Pesë avantazhet dhe disavantazhet me të rëndësishme të ndërmarrësisë (JD Advaising):

Avantazhi # 1: Një orar fleksibël - si në aspektin kur dhe ku punoni.

Një nga gjërat më të mira dhe avantazhet më të mëdha për të qenë një sipërmarrës është që ju të mund të punoni nga shtëpia, të punoni nga zyra (nëse keni një të tillë) dhe të punoni nga pothuajse çdo destinacion me një pamje të shkëlqyeshme dhe një gotë në dorë!

Ju gjithashtu mund të zgjidhni kur punoni. Nëse doni të qëndroni vonë, qëndroni vonë. Nëse doni të zgjoheni herët, zgjohuni herët. Fleksibiliteti i të pasurit biznesin tuaj nuk mund të mposhtet! Mbetet, për mendimin tim, si një nga avantazhet më të mira për të qenë një sipërmarrës.

Avantazhi # 2: Ju mësoni shumë!

Jo vetëm për fushën tuaj, por për kontabilitetin, marketingun, fjalimin publik, krijimin e faqes në internet, optimizimin e kërkimit, si të delegoni, si të merrni rreziqe, si të jeni më kreativ dhe të mendoni për problemet në mënyra të ndryshme. Më e rëndësishmja është, si të dështosh, si të refuzosh dhe si të kthehesh në këmbë prapë.

Avantazhi # 3: Është emocionuese dhe përmbushëse.

Është emocionuese të ndërtosh diçka nga toka lart. Sidomos kur e doni atë që bëni. Është një ndjenjë kaq e mirë për të bërë diçka nga asgjëja. Dhe është shumë kënaqësi të punosh me njerëz të mrekullueshëm për ta zhvilluar kompaninë. Të kesh klientë të mahnitshëm, shumë prej të cilëve jo vetëm që paguajnë, por që me kohën bëheni edhe miq! Uljet dhe ngritjet normal që do të janë të mëdha por asnjëherë nuk duhet të dorëzoheni.

Avantazhi # 4: Paga ka kuptim.

Kur fitoni para, paguheni më shumë. Nuk është një numër arbitrar që paguhen çdo vit, nuk duhet të presësh që dikush nga kompania të të ngritë atë. Ju keni për të mbajtur fitimet në fund. Është e juaja të paguani shpenzimet. E kur këtë po e bëni mirë, kjo do të përfundojë me një sukses të garantuar.

Avantazhi # 5: Ju shiheni si udhëheqës.

Kur ju shiheni si udhëheqës kjo e rrit besimin në kompani. Njerëzit thonë se "ju keni një model të shkëlqyer të biznesit" dhe merrni shumë komplimente të tjera që janë shumë të këndshme.

Për çdo avantazh, ekziston një disavantazh. . .

Disavantazhi # 1: Ju keni shumë "fytyra".

Ju nuk jeni vetëm pronari i kompanisë. Ju jeni CEO, sekretar, projektues i faqes në internet, llogaritari, kreu i marketingut dhe kujdestare. Kjo do të ndodhë derisa të keni mundësi ta delegoni këtë tek kontraktorët dhe punonjësit tuaj. Atëherë ju merrni titullin e

"punëdhënësit" i cili në të vërtetë zëvendëson disa nga këto tituj të tjerë, por sjell edhe një tërësi të re përfitimesh dhe sfidash në tryezë.

Disavantazhi # 2: Ju jeni gjithmonë në punë.

Është e vërtetë që ju mund të punoni nga kudo dhe në çdo kohë. Por, vërtet kjo është sepse ju jeni duke punuar kudo në çdo kohë! Ju duhet të jeni gjithmonë në dispozicion për thirrje dhe gjithmonë bëni diçka për kompaninë. Nëse e doni atë që bëni, atëherë nuk ju duket aq keq kjo gjë! (Dhe në fund, unë mendoj se kështu ndërmarrësit mbijetojnë - duke besuar në vizionin e tyre dhe duke dashur punën e tyre!). Por prapëseprapë, është një nga pjesët më rraskapitëse të ndërmarrësisë që të tjerët mund të mos e shohin me lehtësi.

Disavantazhi # 3: Bilanci i punës dhe jetës bëhet i ndërlikuar dhe nganjëherë nuk ekziston.

Është e vështirë të krijosh një vijë midis "punës" dhe "jetës" kur punon nga shtëpia. Telefoni juaj personal është telefoni juaj i punës (edhe nëse keni një telefon pune). Njësoj me email-in personal. Kjo nuk do të thotë që ju nuk mund të vendosni kufizime në bilancin e punës dhe jetës. Ose duhet të vizatoni një vijë. Ose mos kontrolloni postat elektronike pas orës 7:00. Ose të mos punoni mëngjesin e së dielës. Nuk mund të thuhet se nuk është një sfidë për profesionet e tjera.

Disavantazhi # 4: Një faturë jo e rregullt mund të jetë mjaft e frikshme.

Nëse ndërmarrja juaj nuk fiton para, nuk fitoni para as ju. Sepse mund të punoni 50 orë në javë dhe të mos bëni asgjë. Kjo është diçka mjaft e tmerrshme për biznesin.

Disavantazhi # 5: Do të ndjeni një lloj stresi të ri.

Avanturat sipërmarrëse mund të sjellin një lloj të ri stresi. Në vend të një punonjësi, ju jeni përgjegjës për të gjitha vendimet. Nëse dështoni ose keni sukses, klientët, shitësit, punonjësit dhe të tjerët janë duke ju shikuar. Pra, ashtu si mund të shikoheni si një "udhëheqës" (Avantazhi 5 më lart), ju gjithashtu mund të shikoheni si dështak. Stresi mund të rritet nëse nuk bëni të ardhura të qëndrueshme.

Biznesi i vogël pra karakterizohet me cilësi të shumta në varësi prej fushës së veprimit. Autorë të cilët kemi përdorur në këtë hulumtim japin përkufizime të ndryshme mbi karakteristikat e bizneseve të vogëla, megjithatë disa nga to i veçojmë si përparësi (Shuklev dhe Ramadani, 2012):

1. Fleksibiliteti – Karakteristika më e vecant e biznesit të vogël, është fleksibiliteti, rrespektivisht aftësitë të cilat ndërveprojnë në përputhshmëri me faktorët e ndryshëm të

ambientit së biznesit. Pra, fleksibiliteti nënkupton ndryshimin e aktiviteteve të ndërmarrjes konform ndryshimeve të kushteve të tregut dhe përshtatjen e shpejtë të kapaciteteve të saj ndaj këtyre ndryshimeve.

2. Kanalet e shkurtëra të komunikimit – bizneset e vogla janë të njohura me kanale të shkurtëra të komunikimit, nuk kanë lidhje të shpeshta të hierarkisë, sepse kanë strukturë të thjeshtë hierarkike. Kjo mënyrë e komunikimit i krijon mundësi pronarëve të elimojnë problemet në interpretimin e informatave që vijnë prej posht lartë.

3. Profiti i biznesit transferohet në rrogë – ndërmarrësit nuk kanë rrogë fikse. Atyre profiti/fitimi nga puna e bërë gjatë një periudhe kohore u shërben për rrogë dhe mund të vlersohet në periudha; ditore, javore, mujore apo edhe vjetore. Prandaj, ndërmarrësit e gjejnë mu këtu motivimin më të madhë që të rrisin punën dhe efikasitetin e tyre me qëllim të kenë profit më të madh që njëkohësisht nënkupton edhe pagë më të lartë.

4. Regjistrim dhe nisja e lehtë – procedurat e regjistrimit gjithëkund janë duke u thjeshtësuar dhe janë mjaftë të shkurta sa i përket kohës. Në fillim, sipërmarrësve i duhen fletëregjistrimi i biznesit, vendndodhja, leja për fillimin e punës dhe kapitali fillestar.

5. Vendimarrja është shumë e thjeshtë – bizneset e vogëla skan fare hieraki menaxheriale dhe kjo pikërisht i dallon nga bizneset e mëdha. Këtu vendos pronari në shumicën e rasteve, kurse në bizneset e mëdha i merr menaxhmenti i lartë. Tek bizneset e vogla, gjithcka sillet rreth pronarit dhe vendimet në shumicën e rasteve merren sipas njohurive të një grupi të vogël apo edhe vet ndërmarrësit, të cilët nisen nga njohuritë e tyre apo përvojës së kaluarë.

6. Komunikimi i drejtëpërdrejtë më të punësuarit – komunikimi “ballë për ballë” më të punësuarit në ndërmarrje është një karakteristikë që pronarët e sipërmarrjeve anulojnë apo parandalojnë në masë të madhe problemet e komunikimit me puntorët.

7. Kontakte direkte me konsumatorët – tek bizneset e vogla, ndërmarrësi gjithëmonë ka në dispozicion mundësinë që të komunikojë drejtëpërdrejtë edhe me konsumatorët sepse është në cdo kohë afër tyre; duke menjanuar numrin e madh të problemeve që ndodhin zakonishtë me konsumatorin. Kjo ndikon sidomos në cilësin dhe profitin e kompanisë. Në këtë mënyrë, vet pronarët arrijnë të kuptojnë më lehtë nevojat, sugjerimet dhe kërkesat e ndryshme nga konsumatorët.

8. Kontakt të drejtëpërdrejt me furnitorët – cdo biznes i vogël vecohet me marrëdhënie jo formale me të gjithë furnitorët e tyre, prandaj, cdo ndryshim në prodhime,

cmimet e tyre, apo edhe turbulenca tjera, që paraqiten në furnizimin me lëndë të parë. Ndërmarrësit, sidomos kujdesen gjatë furnizimit me lëndën e tyre të parë, sepse ajo përbën bazën kryesore të produktit/shërbimit që ata më vonë ofrojnë në treg.

Sa i përket karakteristikave për bizneset e vogla dhe ato fillestare, kemi një mori ndarjesh dhe mendimesh duke filluar nga ato bazë deri tek ato edhe më të voglat dhe më me pak ndikim. Një tjetër ndarje duhet të kemi parasysh kur flasim për karakteristikat e bizneseve të vogla: (Peneziq, 2003):

1. **Ndërmarrjet e vogla** plotësojnë një pjesë të kërkesës së përgjithëshme për mallra/shërbimet e të cilat bizneset e mëdha nuk kanë mundësi të plotësojnë.
2. **Ndërmarrjet e vogla janë** – për shkakë të madhësisë së vet, fleksibile, kjo gjë atyre u krijon mundësi të krijojnë oferta më elastike dhe u përshtaten më lehtë kërkesave të tregut dhe konsumatorëve.
3. **Ndërmarrjet e vogla** – kanë zakonisht tip universal të punëtorëve dhe të pajisjeve, të cilët kryejnë punët e llojllojshme në përditëshmërin e procesit të prodhimit.
4. **Ndërmarrjet e vogla tregojnë** – kanë mundësi të shumta që teknologjinë e vjetër të zëvendësojnë me të re ashtu që këtë zëvendësim e përfundojnë më shpejt.
5. **Ndërmarrjet e vogla ofrojnë** - mundësi të shumta inovative dhe zbatimin e shpejtë të njohurive të reja dhe modeleve afariste.
6. **Pavarësia ekonomike** – tek bizneset e vogëla krijon hapësirë për të marr rrezikë më shumë dhe kjo nxitë tutje ndërmarrjet e vogla që të bëhen më elastike dhe më të shpejta në reagim ndaj mundësive të reja në treg.

Një tjetër veçori e bizneseve të vogla janë **inovacionet** (Ramadani dhe Hisrich, 2015). Bizneset e vogla janë më shumë të detyruara të jenë innovative me qëllim që të sigurojnë hapësirë konkurruese në treg dhe më të edhe të dallohen prej konkurrencës.

Në shumë biznese, përparësia konkurruese e tyre fillestare është vendimtare në suksesin e mëtutjeshëm.

Gjithashtu, bizneset e vogla dhe fillestare janë ato që krijojnë më shumë punësime të reja dhe sidomos për të rinjtë. Shumica e bizneseve të vogla dhe fillestare krijohen nga individ, nga familjar, shoqëri e ngushtë si dhe të posadiplomuarit që preferojnë pavarësinë në vendimarrje dhe sfidojnë vetvetën për të arritur diçka dhe për t'u bërë të rëndësishëm në shoqëri.

2.6 Themelimi i biznesit të vogël/fillestar dhe format më të shpeshta

Bizneset e vogla kanë avantazhe të rëndësishme që u mundësojnë atyre të jenë të suksesshëm, përkatësisht, ndjeshmërinë e tyre ndaj kushteve dhe tendencave të tregut e cila rrjedh nga marrëdhënia e tyre e ngushtë me klientët duke i bërë të mundur që ata të kuptojnë nevojat e tyre.

Ekzistenca e një marrëdhënie personale me klientët siguron që ndërmarrësi është i pari që përcepton ndryshimet në preferencat e konsumatorit që do të ndikojnë në treg, si dhe i jep atij mundësinë për të përcjell mesazhin që i intereson konsumatorin. Ky proces i komunikimit të biznesi i vogël inkurajon mësimin e nevojave të tregut duke shprehur interes të shtuar për natyrën e klientëve.

Një faktor tjetër që dallon biznesin e vogël të suksesshëm nga ndërmarrjet tipike të mëdha është aftësia e tyre për të bërë inovacion. Kompania sipërmarrëse ka një reagim të shpejtë kur shfaqen ndryshime ose mundësi të reja në treg. Ndërsa korporatat e mëdha kanë nevojë për të ndryshuar shpejtë, mirëpo ngarkesat e procedurave burokratike i ngadalësojnë ato.

Aftësia e bizneseve të vogla për të zbuluar përfshinë inovacionin e produktit (karakteristika të reja përkatëse), inovacionin e procesit (përmirësimin e procesit të prodhimit) dhe inovacionin e shërbimit (duke ofruar diçka të re në tregun e shërbimeve).

Për më tepër, bizneset e vogla kanë tendencë të investojnë më pak sesa kompanitë e mëdha në pajisje shumë të mëdha që përdoren në prodhim. Kjo mundëson fleksibilitet më të madhë në ndryshime dhe adaptime. Së bashku, përgjegjësia, fleksibiliteti organizativ dhe praktikatat e inovacionit i bëjnë bizneset e vogla më konkurruese në një mjedisë që ndryshon me shpejtësi.

Bizneset e vogla mund të zhvillohen brenda universit/rrethit të familjes, duke u përkthyer në biznes familjar ose të shërbej si një situatë të vetë-punësimit.

Çdo kush mund të jetë i aftë të shpikë ndonjë prodhim apo mundet që një punëtor i thjeshtë në biznesin ku punon të jetë lidhja e veçantë, i cili nuk duhet të largohet asesi përshkak të zvoglimit të prodhimit, apo punëtori më i thjeshtë mund të jetë që në një mënyrë më të mirë të ketë sjellje të shkëlqyeshme me klientët seriozë i biznesit.

E gjitha kjo që u përmend më herët duket se është e thjeshtë mirëpo, pa u praktikuar dhe vënë në jetë praktikisht, nuk mund të jetësohet, sepse bota e bizneseve të vogla është posacërisht interesante dhe sfiduese në të njëjtën kohë.

Nisja e një biznesit individual, fillimishtë kërkon një dijeni paraprake, aftësi specifike dhe shkathtësi të posacme, por para së gjithash, duhet që 100% të jeni të sigurt që të gjitha cilësit e kërkuara i posedoni dhe që e dëshironi shumë punën që do të filloni.

Mënyrat më të shpeshta të themelimit të bizneseve fillestare-startup janë: *Nisja e biznesit nga fillimi, blerja e një biznesi ekzistues dhe biznesi franshizë.*

a) Nisja e biznesit nga fillimi

Nisja nga fillimi e biznesit të vogël nënkupton themelimin e biznesit të ri në një fushë të caktuar në pajtueshmëri me idenë e ndërmarrësit e cila tentohet të zhvillohet më tutje. Një biznes nga fillimi, që mund të jetë një ndërmarrje shërbimi (restoran) apo një ndërmarrje prodhimi, mund të kërkojë një investim më të madhë në lidhje me kapitalin fillestar si dhe pajisjet e zyrave, punëtorët fillestart dhe shumë investime tjera të paparashikuara (Stokes, 2002).

Fushëveprimi i një biznesi fillestar mund të përcaktohet nga natyra e vet biznesit dhe qëllimet e themeluesit. Qëllimet e themeluesit në relacion me shpejtësinë e rritjes, poashtu domosdoshmërishtë do të ndikojnë në nevojat që i ka biznesi për investim.

Për themelimin e një biznesi nga fillim dhe që të jetë poashtu i suksesshëm, duhet ti marrim parasysh këta faktorë kyç (Ramadani e tjerë, 2010):

- Njerëzit e duhur,
- Ofrimi i produktit/shërbimit që konsumatorët me të vërtetë e duan,
- Gjetja e kanaleve për minimizimin e shpenzimeve

b) Blerja e një biznesi ekzistues

Një mundësi tjetër për hyrjen në biznes pos asaj të themelimit të ndërmarrjes së re është edhe blerja e një biznesi ekzistues.

Çdo themelues që preferon të nisë një biznes duke e përdorur këtë formë, pra blerjen e një biznesi ekzistues, medoemos po merr një vendim mjaftë kompleks dhe me disa të panjohura. Shpesh ndodhë që blerja e tillë e një biznesi të vogël të mos jetë e përshtatëshme dhe mund të sjellë humbje të paparashikuara.

Prandaj, ndërmarrësit që kanë vendosur të futen në biznes përmes kësaj forme, para se të blejnë biznesin, duhet të dijnë (Domniku, 2011):

- *Pse shitet biznesi* - cilat janë arsyet kryesore që biznesi është në shitje?! Shpesh ndodh që një biznes i vogël të shitet për këto arsye: pritja e humbjeve në periudhën e ardhëshme, obligimet ndaj bankave/financierëve, kredibiliteti në pikëpyetje, krizë menaxheriale nga ana e pronarit, teknologjia e vjetëruar/dëmtuar. Këto janë vetëm disa nga arsyet negative që ndikojnë në pronarët për të shitur një biznes të vogël ekzistues. Kemi edhe raste kur një biznes shitet edhe për arsye tejet positive, si: portfolio e madhe e pronarit, të ardhurave të shumta nga burime të ndryshme dhe interesimi i pronarit që të fokusohet në bizneset tjera edhe më profitabile dhe kërkesa e madhe për angazhimin e tepërt të pronarit.

- *Shkalla e profitabilitetit* – duhet në përpikmëri të matet shkalla e profitabilitetit, saktë të dihet sa janë të ardhurat e biznesit në nivel mujor apo vjetor dhe fluktimet sezonale. Është shumë e preferueshme që të mos analizohet vetëm viti i fundit, por sa më shumë që është e mundur koha e kaluar. Me këtë mënyrë menjaherë dyshimi për të gjitha fitimet dhe aktivitetet e biznesit të vogël që synohet të blihet.

- *Pronësia e biznesit* – kush është pronari i vërtet? Gjithëmonë duhet të kemi dyshime dhe pikëpyetje për pronësin e një biznesi, sidomos kur kemi pronësi të përzir dhe marrëdhënie diskutabile me pronarëve. Prandaj, duhet të mendojmë se a ja vlen apo jo të blihet një biznes i tillë. Rrjedhimisht, duhet shikuar, se sa pronar real ka ndërruar biznesi dhe cilët kanë qenë pronarët paraprak. Në këtë mënyrë, duhet ndjekur të kaluarën e biznesit nga pronarët dhe pronësia e vet duke patur parasysh se biznesi mund të ketë krijuar imazh jo të mirë nga pronarët e kaluar.

c) Biznesi franshizë

Marrëdhënia kur njëra palë (franshizori) i jep palës tjetër (franshizuesit) të drejtën e përdorimit të markës tregtare ose emrin e saj tregtar, si dhe sistemeve dhe proceseve të caktuara të biznesit për të prodhuar dhe tregtuar një të mirë ose shërbim sipas specifikimeve të caktuara quhet franshizë.

Marresi i franshizës zakonisht paguan një tarifë ekskluzive të njëhershme në fillim plus një përqindje të të ardhurave nga shitjet dhe fiton (1) njohje të menjëhershme të emrit, (2) produkte të provuar dhe të testuar, (3) dizajn standard të ndërtesës/lokalit dhe dekorin, (4) teknika të hollësishme në drejtimin dhe promovimin e biznesit, (5) trainim të punonjësve, dhe (6) ndihmë të vazhdueshme në promovimin dhe përmirësimin e produkteve.

Nëse tregu dhe preferencat e konsumatorëve janë analizur mirë, franshizuesi fiton zgjerim të shpejtë të biznesit dhe të ardhurave me një minimum të kapitalit të investuar.

Ekzistojnë disa lloje të franshizës, por ne do t'i numërojmë disa më të rëndësishme (Blair, Lafontaine 2005):

- *Franshiza e distribuimit të produkteve ose të shërbimeve* – shpërndan produktet në emër të Franshizorit me një të drejtë ekskluzive mbi një territor.
- *Franshiza e emrit tregtar* – këtu pajtohen të lejohet përdorimi e shenjës dalluese – llogos për produkte të caktuara, por zakonisht nuk kontrollohen se si bënë biznesin.
- *Franshiza e pastër* – Franshizori i kontrollon të gjitha aspektet se si franshizuesi (zbatuesi) e udhëheqë biznesin.

2.7 Instrumentet e zhvillimit ekonomik lokal

Ekzistojnë disa mjete të zhvillimit ekonomik lokal që mund të përdoren së bashku me inkubatorët e biznesit dhe në përgjithësi për ndërmarrjet fillestare të cilat do të trajtohen në nënseksionet vijuese.

Financimi i biznesit të vogël

Për ndërmarrësit, paraja është një burim por jo një qëllim në vetvete. Është e vërtetë që një ide inovative ka nevojë për kapital për të filluar dhe jetuar. Është gjithashtu e vërtetë që një numër i madh i bizneseve dështojnë për shkak të mungesës së fondeve adekuate. Sidoqoftë, burimet e tjera janë po aq jetike për suksesin sipërmarrës, siç janë përvajtjet e specializuara të punës dhe aftësitë e shitjes dhe shpërndarjes. Posedimi i kapacitetit financiar nuk është (gjithmonë) një garanci që burimet e duhura janë bashkuar në mënyrën e duhur dhe në kohën e duhur.

Programet e ndryshme për ndihmë fillestare ose të financimit fillestar mund të marrin forma të ndryshme ku shpesh përdoren në kombinim me inkubatorët e biznesit dhe nuk janë ekskluzive vetëm për banorët e inkubatorëve. Kreditë e vogla nga fondet e investimeve (të përbërë nga grante nga qeveria dhe/ose pushteti lokal), me norma interesi nën që ofrohen në treg, janë mënyrë shumë e mirë për të mbështetur krijimin e bizneseve të reja. Ndërsa kreditë paguhën nga kompanitë e themeluara, paratë e fondit duhet të ri-investohen me marrëveshje pasuese për bizneset që do të hapen në të ardhmen.

Inkubatorët e biznesit gjithashtu mund të ndihmojnë fillestarët-startup e inkubuar për të marrë financim, duke u lidhur së pari me komunitat, donatorët e ndryshëm, engjujt e biznesit dhe investitorë tjerë që janë prezent dhe nga ana tjetër duke i'u dhënë mbështetje teknike në përgatitjen e dokumenteve dhe prezantimeve.

Engjëjt e biznesit që investojnë në startup-e të vogla ose ndërmarrës të rinj, mund të kenë origjinë të shumëfishtë (përfshirë familjen ose miqtë e ndërmarrësit) dhe të investojnë në një hapë për të rritur biznesin ose për të dhënë një injeksion të parave të vazhdueshme për të mbështetur kompaninë në fazat e herëshme (Ramadani, 2010).

Për kompanitë që nuk kanë qasje në tregun e kapitalit, investitorët kapital (venture capital) janë një burim tjetër thelbësor i parave. Rreziku është zakonisht i lartë për investitorët, por ata kanë ndërhyrje në vendimet e kompanisë, gjë që është një disavantazh për kompaninë e financuar.

Engjëjt e biznesit ofrojnë përparësi në krahasim me investitorët e kapitalit (venture capital): engjëjt e biznesit investojnë në fazën e herëshme të biznesit, d.m.th. ata ndihmojnë biznesin fillestar/startup të ndërmarrin hapat e tyre të parë në treg, ndërsa investitorët kapital (venture capital) investojnë vetëm aty ku janë të sigurt se biznesi ka qëndrueshmërinë dhe mund të përfitojnë nga rritja e biznesit. Në këtë kuptim, engjëjt e biznesit janë e kundërta e investitorit të kapitali (venture capital).

Përkrahja në kualifikime profesionale

Punësimi dhe programet e zhvillimit të aftësive rrisin kualifikimet lokale duke rritur gatishmërinë e individëve për të krijuar ide fillestare inovative ose të bashkëpunojnë në mes vete startup-et që janë në inkubatorët e biznesit.

Ekzistimi i burimeve njerëzore të kualifikuara, sidomos me një nivel të lartë teknologjik dhe TIK (Teknologjia e Informacionit dhe Komunikim) lehtëson zhvillimin e ndërmarrjeve fillestare.

a) Trajnimet për ndërmarrësi

Programet lokale që synojnë zbulimin e sipërmarrësve vendas janë drejtpërdrejtë të lidhur me suksesin dhe plotësimin e inkubatorëve të biznesit me startup fillestarë. Këto trajnime duhet të ofrojnë njohuri të avancuara, shkathtësi dhe kompetencat bazë për të gjithë të interesuarit- p.sh, në marketing dhe promocion, planifikim financiar, punësimin e kuadrove

adekuate dhe menaxhim të burimeve njerëzore, sisteme informacioni të aplikueshme dhe strategji për të ndërtuar me sukses një biznes dhe si të menaxhoni një biznes fillestar-startup.

b) Investim në arsim

Përveç trajnimeve për ndërmarrësi, investimi në infrastrukturën lokale arsimore është një ndihmë për zhvillimin e startup-fillestarëve. Institucionet arsimore ofrojnë bazën e burimeve njerëzore të rëndësishme për zhvillimin ekonomik lokal. Kështu, institucionet e arsimit të lartë mund të krijojnë një seri sinergjish me komunitetin - për shembull, ofrimin e shërbimeve dhe zhvillimin e partneriteteve strategjike - duke rritur efektivitetin e anëtarëve fillestar të inkubatorëve.

Universitetet (nëse egzistojnë në lokal) janë burim i ideve të reja për të krijuar startup të teknologjisë së lartë dhe me vlerë të jashtëzakonshme për shoqërinë. Fakulteti mund nga njëra anë, t'u sigurojë studentëve aftësitë e nevojshme për të inkurajuar krijimin e startup-ve dhe nga ana tjetër, të ofrojë shërbime për komunitetin duke kontribuar kështu në rritjen ekonomike.

c) Edukimi në zhvillimin e ndërmarrësisë

Arsimi luan një rol jetësor në zhvillimin e ndërmarrësisë në shoqëri. Të qenurit prezent ndërmarrësia në struktura kurrikulare të arsimit të lartë - cikli i parë dhe i dytë - është një tregues i mirë i marrëdhënies midis trajnimeve të ofruara në institucionet arsimore dhe aftësive teknike dhe shkathtësive në shoqëri dhe në strukturën e biznesit.

Aktualisht, ekziston një vështirësi e madhe për të fituar një vend pune nga njohuritë e fituara nëpër profile të ndryshme të arsimit të lartë sepse shumë vështirë mund të aplikohen në përditshmëri. Prandaj, është e domosdoshme të sinkronizohet sistemi arsimor me sfidat në tregun e punës. Kështu, në vend se duke mësuar dikë që të punojë për ndërmarrësitë do të jetë e nevojshme të barten njohuri në mënyrë që të inkurajohen zbulimet e sipërmarrësve të rinj në lokal.

Në këtë kuptim, arsimi për ndërmarrësi përbënë një sfidë, nga njëra anë, për institucionet e arsimit të lartë në atë që ka të bëjë me hartimin dhe trajtimin e inkubatorëve të biznesit në kurikulat egzistuese dhe nga ana tjetër, me anë të shembullit konkret të transmetoj sinjale pozitive për komunitetin dhe qeverisjet lokale.

Prandaj, arsimimi për ndërmarrësi synon të rrisë ndërgjegjësimin e studentëve për aspektet e ndryshme të krijimit të biznesit duke theksuar një filozofi të të mësuarit të orientuar drejt praktikës dhe veprimit në një mjedisë mjaftë të turbullt.

Krijimi i biznesit në një mjedisë të turbullt

Ndërmarrësit po sfidojnë supozimet ekzistuese konkurruese duke krijuar vlera për konsumatorët përmes formave të reja të biznesit. Kjo vlerë e krijuar mund të çojë në gatishmërinë e konsumatorit për (1) të paguajnë një përfitim të ri, (2) të paguajnë më shumë për diçka të përceptuar si më mirë, ose (3) të marrin një përfitim të disponueshëm më parë me një kosto më të ulët.

Krijimi i vlerës së vazhdueshme të imponuar nga konkurrenca e rritur është ndryshimi i praktikës së menaxhimit duke ripërcaktuar aktivitetin operacional në fushën e prodhimit, shitjes dhe shpërndarjes së produkteve dhe shërbimeve. Ky realitet konkurrues buron nga një ndryshim i pandalshëm, kompleks me të cilin kombinohen përparimet në teknologji, zhvillimi i furnitorëve dhe klientëve.

Ne mund të identifikojmë tetë fushat kryesore të ndryshimit në mjedisin konkurrues (José Moleiro Martins, António Abreu and João M.F. Calado, 2019)

1. **Mjedisi teknologjik:** zhvillimi i përshpejtuar i teknologjive të reja, vjetërimi i shpejtë i produktit dhe vështirësia më e madhe në mbrojtjen e pronësisë intelektuale;
2. **Mjedisi ekonomik:** paparashikueshmëria e çmimeve, kostot operative, normat e këmbimit, normat e interesit, stimujt tatimore dhe cikli më i shkurtër i jetës së produktit;
3. **Mjedisi konkurrues:** konkurrent shumë inovues, konkurrencë nga strategjitë jotradicionale dhe kërcënimi i konkurrentëve të rinj që mund të jenë gjithashtu klient ose partnerë afaristë - i cili krijon një konkurrencë midis aktorëve ekonomikë;
4. **Mjedisi i punës:** mungesa e punonjësve të aftë, lëvizshmëri më e madhe dhe më pak besnikëria e punonjësve ndaj bizneseve, rritja e kostove të punonjësve dhe detyrimet kontraktuale në marrëdhëniet e punës;
5. **Mjedisi i burimeve/resurseve:** rritja e pamjaftueshmërisë së burimeve, burimeve gjithnjë e më të specializuara, burimeve alternative të kufizuara dhe vjetërimi i burimeve;
6. **Mjedisi i klientit:** kërkesë më e madhe përmes kanaleve të larmishme, klientë më komplekse në tregje që janë më të fragmentuar ose të automatizuar (më shumë konkurrentë), më të segmentuar (një larmi më të madhe të klientëve) dhe të përqendruar në krijimin e vlerës për konsumatorin - i cili rrjedh nga një proces

inovacioni që krijon ose forcon vlerësimin e përfituesit të konsumatorit (vlera në përdorim) e një produkti ose shërbimi;

7. **Mjedisi ligjor dhe rregulator:** rregullimi më agresiv, përgjegjësia praktikisht e pakufizuar e produktit, rritja e kostove të rregullatorëve, rritja e theksit në tregtinë e lirë dhe të ndershme dhe rritjen e rregullimit mjedisor;
8. **Mjedisi global:** komunikimi dhe prodhimi në kohë reale, shpërndarja kudo në botë, furnizuesit si partnerë biznesi, klientë dhe konkurrentë më të sofistikuar dhe të vendosur kudo në botë.

Ky ndryshim ka implikime të rëndësishme për biznesin, pasi shumë sipërmarrës luftojnë më shumë për të mbijetuar sesa për të arritur një zhvillim të qëndrueshëm.

Palët e interesit ndryshojnë vazhdimisht (klientët, furnitorët, shpërndarësit, partnerët e aleancës dhe rregullatorët). Ndërsa burimet e kërkuara (fizike, organizative, teknologjike dhe njerëzore) janë bërë gjithnjë e më të specializuara dhe më pak të parashikueshme për sa i përket kohëzgjatjes dhe rëndësisë së tyre konkurruese.

Kështu, ndërmarrësit kanë në përgjithësi një mungesë kontrolli mbi mjedisin e tyre konkurrues dhe përmasat e biznesit nuk janë një kusht i qartë i suksesit.

Sidoqoftë, shfrytëzimi i burimeve të vlefshme, të rralla dhe të paimitueshme krijon një avantazh të qëndrueshëm konkurrues dhe rrjedhimisht një performancë superiore në treg.

Si të krijoni një avantazh të qëndrueshëm konkurrues?

Turbulencat që po ndodhin shpesh në mjedisin konkurrues kanë shkaktuar dhe detyruar një transformim në operacionet e menaxhimit të ndërmarrjeve pa dallim nëse ato janë të vogla apo të mëdha.

Modelet tradicionale burokratike, sistemet e menaxhimit hierarkik dhe një filozofi e kontrollit të operacioneve të kompanisë nuk janë të realizueshme në mjedisin bashkëkohor konkurrues. Sidoqoftë, nuk është e qartë nëse kjo na jep siguri për të punuar mirë por menaxhmenti duhet të marrë parasysh që struktura organizative, stili i udhëheqjes dhe mënyrat e shpërblimit dhe motivimit të punonjësve mund të kontribuojnë në rritjen e konkurrueshmërisë së kompanisë.

Ekziston edhe ana pozitive e një mjedisi mjaft konkurrues, pasi mënyra e të bërit biznes bëhet më komplekse dhe më dinamike e cila e krijon mundësi për t'i kënaqur edhe ata klientë që janë të pabindur.

Tradicionalisht, avantazhi konkurrues arrihet përmes disa aspekteve, përkatësisht:

- Kosto më të ulëta se konkurrentët
- Ofrimi i cilësi më të lartë të produktit
- Shtimi i veçorive të reja produkteve dhe
- Ofrimi i shërbimeve më të mira të klientit

Aktualisht, përmirësimi i vazhdueshëm i këtyre aspekteve është një kriter minimal për ruajtjen e konkurrencës në treg.

Ndjekja dhe përmirësimi i avantazhit konkurrues kërkon që ndërmarrësit të shpikin (proces, operacion, produkt ose shërbim) vazhdimisht lidhur me biznesin e tyre dhe kjo mund të vij nga pesë aftësitë kryesore që cdo biznes duhet ti posedoj (José Moleiro Martins, António Abreu and João M.F. Calado, 2019):

1. Përshtatshmëria: integrimi në kohë i teknologjive të reja, identifikimi i nevojave të klientit, përndjekja e rregullave dhe ndryshimet e tjera në kushtet konkurruese pa humbur fokusin e biznesit të tyre thelbësor.

2. Fleksibiliteti: strategjitë e projektimit, proceset dhe qasjet operationale që mund të plotësojnë njëkohësisht kërkesat e ndryshme të palëve të interesuara (klientët, shpërndarësit, furnitorët, financuesit dhe rregullatorët).

3. Shpejtësia: veproni shpejt nëse paraqitet ndonjë mundësi në treg, zhvilloni më shpejtë produkte dhe shërbime të reja dhe merrni vendime kritike operative pa diskutime të gjata.

4. Agresiviteti: një qasje e përqendruar dhe proaktive ndaj tregut për të diferencuar veten nga konkurrentët duke mbajtur klientët dhe duke motivuar punonjësit.

5. Inovacioni: përparësi e vazhdueshme e zhvillimit dhe plasimit të produkteve, shërbimeve dhe teknologjive të reja me qëllim udhëheqjen e tregut.

Ndërmarrësit më të adaptueshëm, fleksibël, të shpejtë, agresivë dhe inovatorë pozicionohen më së miri jo vetëm për t'u përshtatur në një mjedis konkurrues kompleks, kërcënues dhe dinamik, por edhe për të krijuar ndryshimin në atë mjedis.

Ndërmarrësit duhet të afirmojnë vetën si agjentë të ndryshimit nga klientët kryesorë në vend që t'i ndjekin ato, duke krijuar tregje të reja dhe të përcaktojnë rregulla të reja konkurruese.

Ndërmarrësia është burimi kryesor i avantazhit të qëndrueshëm konkurrues përmes prodhimit dhe / ose marketingut të produkteve dhe shërbimeve që janë më të avancuara se konkurrenca, d.m.th. unike në treg në krahasim me vlerën e fituar nga konsumatorët.

Ndryshimi si një mundësi për bizneset e vogla

Edhe pse paqëndrueshmëria konkurruese ndihet më shumë në disa sektorë, asnjë biznes nuk është imun ndaj sfidave të tregut. Gjithnjë e më shumë, kushtet konkurruese në tregjet bëhen të paparashikueshme përtej afatit të shkurtër. Ky peizazh ekonomik ka implikime për ndërmarrësit të cilat mund të kthehen në favor të tyre.

Një masë e miratuar përgjithësisht përballë presionit agresiv të çmimeve nga konkurrentët është që të zvogëlojë kostot në nivelet më të ulëta të mundshme.

Qëllimi i kësaj përpjekje për uljen e kostos shpesh bie në forcen e punës (të punësuarit), por nevoja për të prodhuar produktin ose ofrimin e shërbimit mbetet. Prandaj, furnitorët janë duke përdorur gjithëcka për të kryer detyrat operationale të eliminuara përmes zvogëlimit të staffit, duke u angazhuar në outsourcing (shërbime të jashtme) e cila është bërë një mundësi biznesi për bizneset e vogla, të cilat përfshijnë edhe start-up.

Pra, kërcënimet që kompanitë e mëdha përjetojnë ofrojnë mundësi për bizneset e vogla dhe start-up.

Përveç marrjes së kërkesave për shërbime të jashtme, një biznes i vogël mund të konkurrojë edhe në një treg tjetër bazuar në shërbime nënkontraktuese për kompani të tjera. Kjo do të ishte një mundësi shumë e mirë dhe një pikënisje e suksesshme për krijimin e një inkubatori të mire, qoftë në nivel komune apo edhe universiteti.

Në realitet, një biznes i vogël mund të krijojë partneritete (aleanca strategjike ose ndërmarrje të përbashkëta) me një sërë furnizuesish që mbulojnë aktivitete të zinxhirit të vlerave dhe kështu mund të hyjnë në tregje që përndryshe nuk mund ti kishin arritur kurrë. Në praktikë, ne po flasim për një kompani virtuale d.m.th. një kompani që nuk ka burimet (të vetat) që janë të nevojshme për të garuar në një segment të veçantë të tregut, por ka mundësinë e krijimit të partneriteteve me kompani të tjera në mënyrë që të kryejnë funksione dhe të zhvilloj kompaninë njëkohësisht.

Një ndryshim tjetër që po ndodhë në tregjet tona dhe nëpër botë është copëtimi i tyre i vazhdueshëm (rritja e numrit të konkurrentëve) ose zhvillimi i bizneseve që synojnë (niches) vetëm një aspekt dhe profesionalizohen shume në të.

Brenda tregjeve ka grupe të vogla të konsumatorëve që vlerësojnë një seri atributesh unike (niches) në një produkt apo shërbim dhe kjo pjesë e tregut është mjaftë duke u rritur, sidomos në bizneset e TIK.

Bizneset (niches) nuk u interesojnë korporatave të mëdha sepse ato janë të vogla për sa i përket xhiros duke i'u siguruar bizneset e vogla me mundësi për suksese.

Për të përfituar nga këto mundësi, ndërmarrësit duhet të përqëndrohen në një vend të tregut të identifikuar qartë në mënyrë që ata të kuptojnë dhe të përmbushin pritjet e këtyre konsumatorëve.

Bizneset familjare dhe vetëpunësimi

Një biznes i vogël nuk është domosdoshmërisht një biznes familjar. Në biznesin familjar, pronësia dhe administrimi përqëndrohen në anëtarët e familjes, kryesisht një marrëdhënie ndër-organizative e bazuar në familje. Cështjet e natyrës familjare kanë përparësi ndaj objektivave të tjerë gjithmonë. Për shembull, kontrolli i pasurisë së kompanisë nga familja nuk do të sakrifikohet për të financuar zhvillimin dhe rritjen e biznesit. Në të vërtetë, prona familjare nuk është e gatshme për të përfshirë investitorë jo familjarë. Sidoqoftë, kredite bankare mund të përdoren për të financuar rritjen e biznesit.

Veçantia e biznesit familjar qëndron në integrimin e familjes dhe biznesit në të njëjtin kontekst. Bashkëpunimi i anëtarëve të familjes në kompani mund të jetë një tregues se kriteret e pranimit nuk rregullohen nga kualifikimet më të larta akademike dhe profesionale të cilat janë më të përshtatshme për kryerjen e detyrave, por vlen më shumë parimi i marrëdhënieve familjare dhe statusit të secilit e kanë në familje. Por, në vend që të aplikojnë zëvendësimin e brezave në menaxhimin e kompanisë, pronarët mund të zgjedhin të punësojnë menaxherë profesionistë për të krijuar pasuri, por edhe duke ruajtur marrëdhëniet brenda familjes. Nga ana tjetër, firmat familjare shpesh e kanë të vështirë të tërheqin dhe mbajnë menaxherë shumë të aftë, pjesërisht për shkak të kufizimeve të përparimit në karrierë dhe mungesës së politikave të shpërblimeve personale, si dhe mungesës së menaxhimit profesional të synuar dhe përmirësimit të vazhdueshëm.

2.8 Financimi i biznesit startup dhe të vogla në vendet tjera të Europës

Për dallim nga aktivitetet tradicionale të ndërmarrësisë, si hapja e një restoranti apo një dyqan ushqimesh është një startup biznes pra një biznes i sapo nisur dhe me potencial të

zhvillimit të shpejtë që kërkon të futet sa më shpejtë në treg duke zhvilluar një model biznesi që lind nga një ide inovative (Blank, 2010).

Idetë dhe projektet e ndjekura nga bizneset startup janë shumë të rrezikshme, kështu që nivelet e mbijetesës së tyre janë mjaft të ulta. Sidoqoftë, bizneset startup që mbijetojnë dhe kanë sukses mund të kenë ndikime të mëdha ekonomike (Guzman & Stern, 2016). Për shkak të këtij potenciali, fillimet janë në qendër të interesit të politikave. Pyetjet kryesore kanë të bëjnë me mënyrën sesi politika publike mund të përmirësojë kornizën dhe kushtet sistematike të ekosistemeve sipërmarrëse dhe të lehtësojë krijimin dhe rritjen e bizneseve fillestare (Van Roy & Nepelski, 2016, 2017).

Kushtet e kornizës përfshijnë, ndër të tjera, institucionet dhe infrastrukturën fizike, ndërsa kushtet sistematike kryesisht lidhen me praninë e rrjeteve (networks), liderit, financave, talentit ose njohurive të reja (Stam & Spiegel, 2016). Kështu, kushtet e kornizës mund të përmirësohen me masa të drejtpërdrejta, siç janë ndryshimet në mjedisin rregullator. Përkundrazi, roli i sektorit publik është më delikat në lidhje me përmirësimin e kushteve sistematike (Fuerlinger, Fandl, & Funke, 2015). Mënyrat për të përmirësuar kushtet sistematike mund të jenë, për shembull, duke rritur dendësinë e lidhjeve ose duke lehtësuar rrjetin e aktorëve të ndryshëm në ekosistemin sipërmarrës.

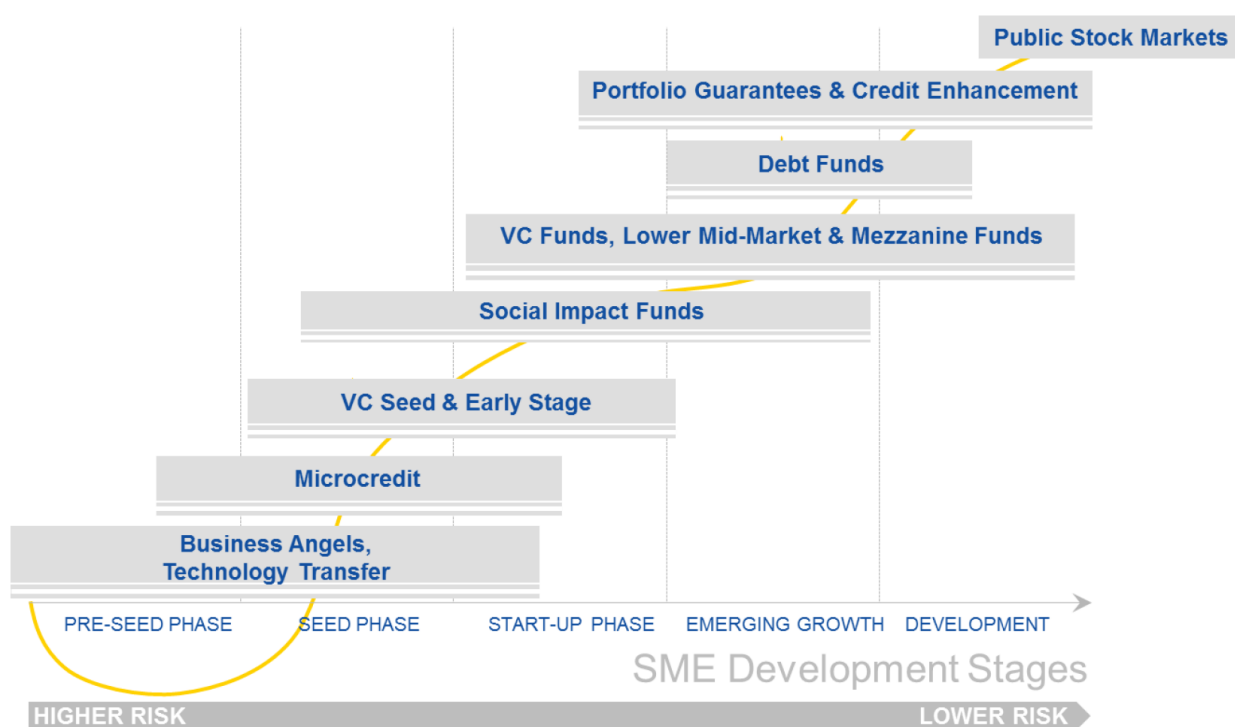


Figura 2. Fondi i investimeve Europiane (EIF-Euopian Investment Fund) për NVM

Format e financimit në shtetet e BE-së

Zhvillimet në BE lidhur me kushtet në tregun financiar kanë qenë të pabalancuara gjeografikisht ku zhvillimi si dhe financimi i bizneseve ka qenë i ndryshëm, ku vlenë të theksohet se disa shtete kanë pasur rritje të vogël gjatë viteve 2015-2019.

Për shembull, flukset e reja të kredisë për NVM nuk përmirësohen në shumë vende (OECD, 2019). Arsyet mund të jenë të drejtuara nga kërkesa dhe oferta. Në disa vende, ekziston ende një shkallë e lartë e pasigurisë përsa i përket zhvillimit ekonomik.

Tregu i financimit të NVM gjithashtu mbetet i prirur për dështime strukturore. Sipas OECD (2019), shumë NVM mbështeten në vetë-financim për rritjen e tyre: të dhënat e sondazhit sugjerojnë që një pjesë e konsiderueshme e NVM-ve nuk aplikojnë për kredi bankare, sepse ato kanë qasje në fonde të mjaftueshme të brendshme.

Digjitalizimi luan një rol në rritje në financimin e NVM-ve, siç dëshmohet nga rëndësia në rritje e instrumenteve të rinj të financimit (p.sh. peer-to peer lending-P2P, equity crowdfunding). Politikat për të mbështetur këto zhvillime të fundit, veçanërisht përmes miratimit të kornizave përkatëse rregullatore, po fillojnë të marrin formë (OECD, 2019).

Një pjesë e konsiderueshme e NVM-ve Evropiane ende përjetojnë pengesa në qasjen në financa. Ky proporcion ndryshon fuqishëm nga një vend në tjetrin. Në përgjithësi, ndërmarrjet e vogla, ndërmarrjet fillestare, NVM të reja dhe firma shumë inovative vazhdojnë të ballafaqohen me problemet e financave.

Në BE egzistojnë shumë mënyra dhe institucione që përcjellin financimin dhe japin ndihmë teknike për startup dhe NVM, por në këtë hulumtim do të fokusohemi në EIF (European Investment Fund).

Për EIF (European Investment Fund) është një përparësi kryesore për të ndihmuar në krijimin e një tregu të mirëfunksionimit të kapitalit likuid që tërheq një gamë të gjerë të investitorëve të sektorit privat. Duke vepruar kështu, EIF synon të shfrytëzoj ndihmën e tij në treg dhe të shfrytëzojë mundësitë e tregut në të gjitha fushat e eko-sistemit të kapitalit të cilat janë të rëndësishme për zhvillimin e qëndrueshëm të industrisë.

Në fushat e garancive të kredisë dhe sigurimeve, EIF bashkëpunon me një gamë të gjerë të ndërmjetësve financiarë. Ato përfshijnë: banka, institucione factoring-u, leasingu, fonde për garancione, institucione garancie të ndërsjellta, banka promovuese dhe institucione të tjera financiare që ofrojnë garanci financimi ose financimi për NVM-të. Duke pasur parasysh që NVM-të nuk kanë qasje të drejtpërdrejtë në tregjet e kapitalit, bankat janë

zakonisht burimi më i rëndësishëm i financimit të jashtëm të NVM-ve. Prandaj, kufizimet e financimit të bankave kanë ndikim të drejtpërdrejtë në aftësinë e huadhënies për NVM. Për kreditë për NVM-të, një treg i standardizuar, transparent dhe i kontrolluar nga cilësia mund të shëndërroj këto kredi jolikuide në një klasë të pasurive me likuiditet të duhur të tregut.

Më në fund, mikrofinancimi është një kontribut i rëndësishëm për tejkalimin e efekteve të krizës dhe veçanërisht në mbështetjen e rritjes gjithëpërfshirëse.

EIF siguron fonde, garanci dhe asistencë teknike për një gamë të gjerë të ndërmjetësve financiarë nga institucione të vogla financiare jobanka deri te institucionet mikrofinanciare të vendosura mirë për të bërë mikrofinancimin e një segmenti të plotë të sektorit financiar evropian.

Një zonë që EIF tani - për shkak të rëndësisë së saj në rritje – mbulon rregullisht është Fintech. Për më tepër dhe shkurt, Fintechs apo teknologjia financiare, është një industri ekonomike e përbërë nga kompani që përdorin teknologjinë për t'i bërë shërbimet financiare më efikase.

Fintechs po tërheqin vëmendjen e konsiderueshme dhe ndërsa është ndoshta shumë herët në këtë fazë për të nxjerrë përfundime mbi kontributin e përgjithshëm në ekonominë e këtyre strukturave është një fakt që Fintechs janë duke u bërë një pjesë integrale e peizazhit të financimit të NVM-ve. Ata janë nxitës për modele të reja biznesi, kanale të reja financimi dhe jo më rrallë ato janë startup me të suksesshëm dhe vetë NVM-të. Fintech potencialisht mund të luajnë një rol të rëndësishëm në rritjen e qasjes në financa për NVM-të..

2.9 Sfidat dhe problemet e biznesit të vogël dhe inkubatorëve të biznesit

Për të kuptuar se si NVM-të mund të rriten në të ardhmen duhet të kuptojmë se ku jemi aktualisht në termin e situatës financiare, si dhe cilat janë sfidat kryesore me të cilat përballen aktualisht NVM-të në BE.

Në 2018, rreth 10 mijë NVM nga BE kanë marrë Anketën për Qasjen në Financë për Ndërmarrjet në Eurozonë (Banka Qendrore Evropiane, 2018, f.2). Figura 3, ku tregon një trend shumë pozitiv të rritjes në drejtim të treguesve kryesorë financiarë. Sidoqoftë, kjo prirje po ndjek ciklin pozitiv ekonomik që është i pranishëm në shumicën e ekonomive të BE-së.

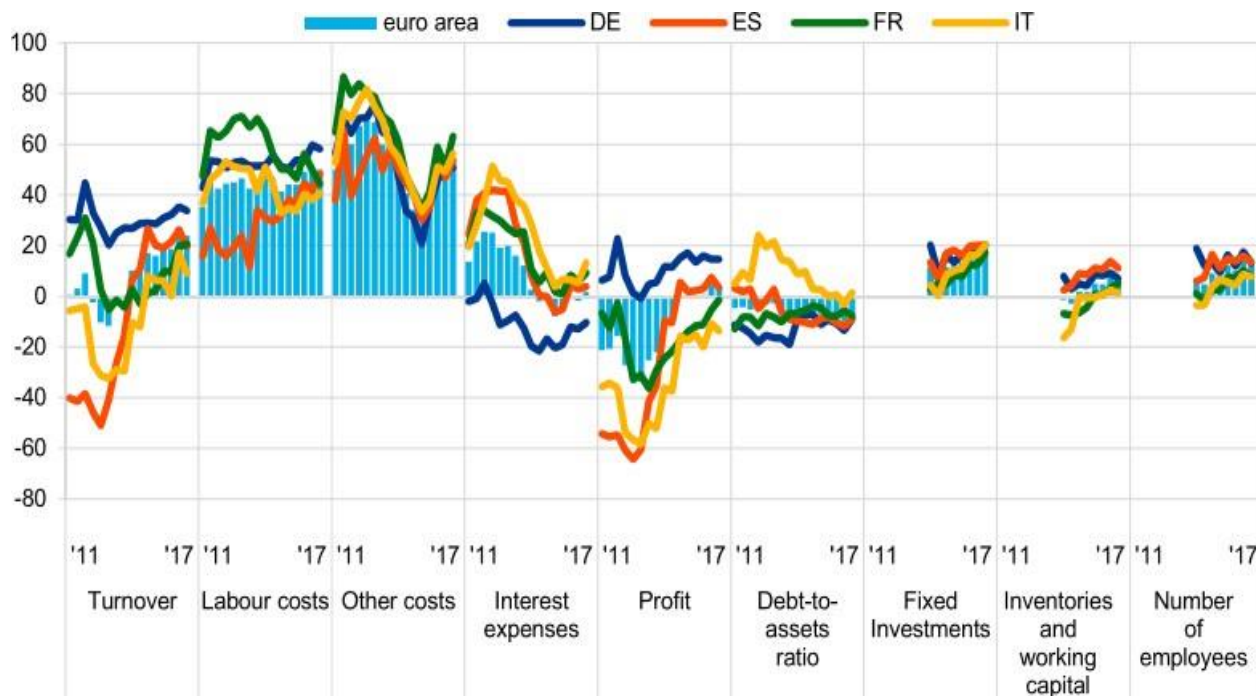


Figure 3: Ndryshimi në gjendjen e të ardhurave dhe borxhit të NVM-ve të BE-së (European Central Bank, 2018, f.8)

Për të mbajtur dhe përshpejtuar trendet pozitive të rritjes në vitet e ardhshme, NVM-të e BE-së do të duhet të përballojnë me sukses sfidat kryesore me të cilat do të përballen në të ardhmen.

Sfidat kryesore që janë përmendur nga NVM që kanë marrë pjesë në hulumtimin e lartëpërmendur janë (European Central Bank, 2018, fq.8):

1. *Gjetja e klienteve*
2. *Konkurenca*
3. *Qasja në financa*
4. *Kostot e prodhimit dhe punës*
5. *Disponueshmëria e stafit të aftë ose menaxherëve me përvojë*
6. *Rregulloret (Ambienti i biznesit)*

Dy sfidat kryesore që NVM-të kanë identifikuar si çështjet kryesore me të cilat ata përballen aktualisht janë: gjetja e klientëve dhe disponueshmëria e stafit të aftë ose menaxherëve me përvojë. (Figura 4)

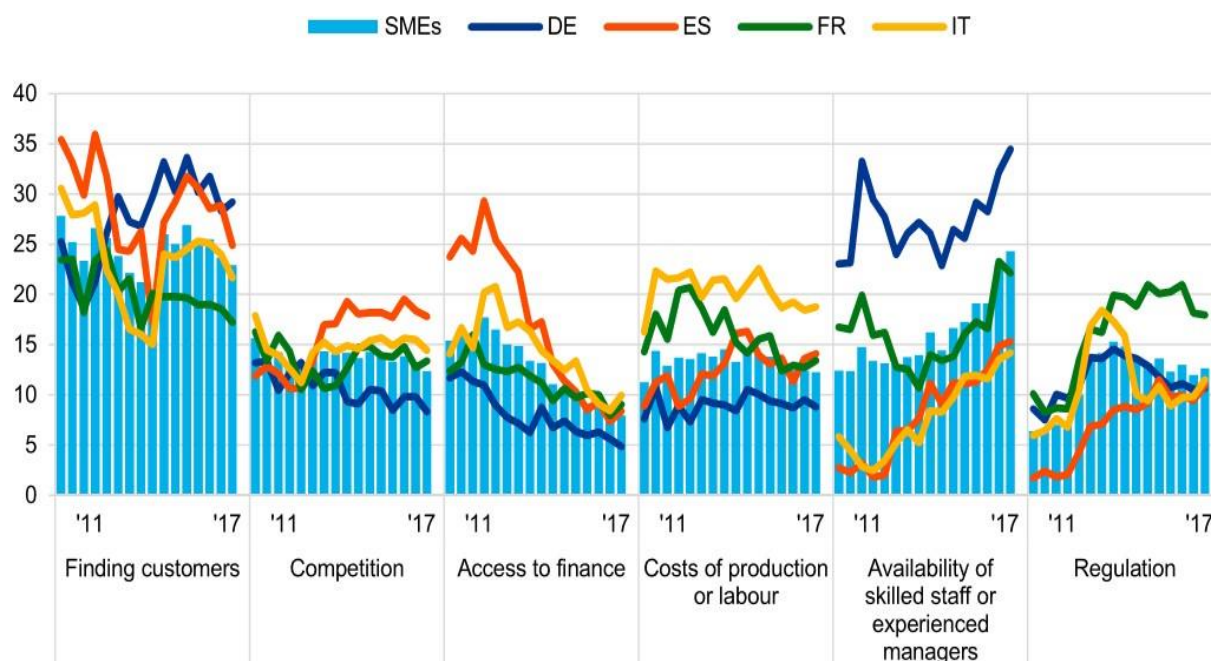


Figure 4: Problemet kryesore me të cilat ballafaqohen NVM-të e BE-së (European Central Bank, 2018, p.13)

Edhe në bizneset në Serbinë Jugore dhe në bizneset në inkubatorët e biznesit të cilët kemi pasur si cak gjatë këtij hulumtimi janë shfaqur pothuajse problematikat e njejta me këto që janë në BE, por vlenë të përmenden edhe disa dallime që kemi identifikuar në hulumtimin tonë e ato kanë të bëjnë kryesisht me **(a) ballafqimi me konkurrencë jolojale**, që besojmë thellë se nuk është prezente fare në shtetet e BE-së, **(b) vonesë në pagesën e mallarave të shitura**, që gjithashtu nuk është e rregulluar mirë me kontrata dhe mungon zbatimi i ligjit të kontratave dhe në fund, por jo më pak e rëndësishme për startup bizneset sidomos **(c) kursi këmbimor** që flukton shpesh që gjithashtu paraqet problem për bizneset që sidomos kanë filluar të eksportojnë (TIK).

Është shumë interesante të vëzhgohen trendet e këtyre përgjigjeve të dhëna nga NVM-të në BE dhe të krahasohen me ato të Serbisë Jugore. Në mënyrë të veçantë, ne mund të shohim që çështja e gjetjes së klientëve është e lidhur ngushtë me ciklet globale ekonomike. Nga ana tjetër, sfida e disponueshmërisë së personelit të aftë ose menaxherëve me përvojë po rritet vazhdimisht, nga viti në vit këto dy probleme/sfida janë prezente edhe

në kompanitë që kanë qenë pjesë e hulumtimit tonë, mirëpo të gjitha bizneset fillestare startup kanë shumë vështirësi t'i artikulojnë këto edhe nuk i përmendin fare. Vetëm pas rikujtimit dhe shembujve të dhënë nga BE dhe sfidat e bizneseve atje, atëherë pohohen edhe këto gjithashtu.

Më në fund, ne duhet të përmendim edhe aspektin e digjitalizimit si shumë të rëndësishëm për rritjen e ardhshme të NVM-ve, si në BE, por posacërisht edhe në Jugun e Serbisë, si diçka që është e lidhur vetëm me përdorimin e kompjutorëve për futjen e të dhënave bazike. Teknologjitë digjitale në BE po mundësojnë NVM-të të përmirësojnë inteligjencën e tyre të tregut dhe të përdorinë tregje ndërkombëtare dhe rrjete tjera të klientëve dhe furnitorëve me kosto relativisht të ulët.

Gjithashtu, pjesëmarrja më e fortë në aktivitete ndërkombëtare mund të nxisë rritjen e NVM-ve, megjithatë, NVM-të mbeten prapa në tranzicionin digjital dhe preken në mënyrë disproporcionale nga barrierat tregtare, mbrojtja e mangët e pronësisë intelektuale dhe cilësia e infrastrukturës dhe institucioneve (OECD, 2018, f.5).

Duke pasur parasysh gjithë këtë, përfundimi ynë është që për të arritur një rritje të qëndrueshme në vitet në vijim, NVM-të duhet të jenë të suksesshme në gjetjen e klientëve të rinj, të jenë në gjendje të tërheqin dhe mbajnë stafë të aftë dhe menaxherë me përvojë dhe të kapin ritmin. Por është edhe procesi i shpejtë i digjitalizimit dhe rritja e shitjeve online që po ndryshon në mënyrë drastike rregullat e lojës.

Në të njëjtën mënyrë edhe inkubatorët e biznesit po ballafaqohen me problemet/sfidat që i kanë bizneset antarë/banore në to.

Vlenë të përmenden edhe disa probleme që janë të natyrës që prekin vetëm inkubatorët e biznesit (të hasura nga hulumtuesi):

1. Definimi jo i mirë i marrdhënieve ndërmjetë themelueseve
2. Vështirësi në financimin e aktiviteteve të rregullta
3. Probleme me rekrutimin e anëtarëve/banorëve të rinj në inkubatorë
4. Limitimi i stimulimeve që inkubatorët po ofrojnë për banorët/anëtarët dhe për ata që dëshirojnë të anëtarësohen
5. Ndarja e përvojave të mira e limituar, pra inkubatorët nëpër Serbi nuk bashkëpunojnë dhe ndajnë storie të suksesit
6. Promovimi i fragmentuar i inkubatorëve egzistues, ku secili promovohet në mënyrën e vet

7. Mungesa e kalendarit të aktiviteteve vjetore dhe ngjarjeve vjetore

Të gjitha këto probleme dhe sfida me të cilat ballafaqohen inkubatorët e biznesit, së bashku edhe me problemet me të cilat ballafaqohen anëtarët e tyre e komplikojnë edhe më shumë veprimin dhe ndikimin që mund ta kenë në zhvillimin ekonomik lokal. Kjo pastaj ka shumë ndikim edhe në mesazhin që i dërgohet, sidomos të rinjëve, atyre që kanë ide dhe interes për të themeluar biznes edhe t'i bashkohen inkubatorëve të biznesit në Jugun e Serbisë.

Një grup të problemeve që në mënyrë standarde paraqiten te bizneset e vogla: (Shuklev dhe Ramadani, 2012):

1. **Ndjeshmëria ciklike** –bizneset e vogla mund të preken më së shumti gjatë fazave të recesionit dhe progressionit në aktivitete ekonomike në një vend. Gjatë këtyre cikleve, bizneset e vogla gjithëmonë kanë gjasa më shumë për dështim, sepse kanë resurse më të limituara, nëse krahasojmë me bizneset e mëdha.
2. **Inflacioni** – paraqetitet si një problem shumë serioz tek bizneset e vogla, sepse infacioni në të shumtën e rasteve shkakton probleme zinxhimore si: pasiguria në procedurat ekonomike të nje vendi, pasiguria politike e cila ndikon në ekonomi, nevojë për kapital shtesë në kontinuitet dhe rrjedhimisht shpenzime më të shumta.
3. **Normat e kamatave** – kjo shumëherë ndikon në rënien e biznesit të vogël. Me që bizneset e vogla kanë kapital të limituar ne dispozicion dhe kjo ndikon shumë në kapitalin qarkullues, që është edhe ashtu i vogël. Meqë bizneset e vogla kanë nevojë për të rritë kapitalin cdo herë, ato ndërmarrje, janë shumë të ndjeshme ndaj normave të larta kamatore dhe sidomos në fluktimin e tyre.
4. **Qasja në kapital** – vështërsitë e shumta dhe të shpeshta tek bizneset e vogla, krijojnë probleme për rritjen e kapitalit dhe këto pengesa e vështërsojnë zhvillimin e biznesit. Në anën tjetër, bankat egzistuese, sidomos ato komerciale, edhe pse kanë marrëdhënie të mira me ndërmarrësit, ato jo lehtë u ndihmojnë në idet e tyre për investime të reja që paraqiten tek bizneset.
5. **Përgjegjësi për produktin** – Kjo lloj përgjegjësie u paraqit në shekullin e kaluar kah vitet e 70-ta. Që në atë kohë, bizneset e ndryshme, filluan të bartinë përgjegjësinë, rreth produkteve të cilat po i'a ofrojnë konsumatorit. Ndërsa tani, legjislativi u'a imponon bizneseve të kenë përgjegjësi për produktin e ofruar, ku secila ndërmarrje

juridikisht është përgjegjëse për çfarëdo mungese fizike ose dëmtime të produkteve që janë të identifikuara nga blerësi.

6. Menaxhmenti dhe kuadrot – Me fillimin e rritjes së ndërmarrjeve të vogla, gjithëmonë paraqitet nevoja edhe për fuqi punëtore të avancuar dhe kuadro profesionale. Por, themeluesit e bizneseve të vogla, gjithënjë edhe më shumë kanë vështirësi për të arritur deri tek personat adekuat për punët specifike. Këto veprime i vështirsojnë, pagat e ulëta, reputacioni, vështirësia e ngritjes në pozita, autoriteti gjithmonë diskutabil në ndërmarrje të vogla, shpesh puna joatraktive dhe e llojlojshme.

7. Mjedisë rurale – Variabiliteti i llojlojshmërisë së problemeve nga bizneset që funksionojnë në vende rurale nga ato që funksionojnë në vende urbane është një disavantazh për ato. Vendet rurale shpesh nuk krijojnë mundësi për rritje dhe zhvillim të suksesshëm të bizneseve të vogla, për arsye:

- a. Mungesa e kuadrove profesionale,
- b. Nuk kanë kapital të mjaftueshëm në dispozicion
- c. Mundësia që ti ndihmohet nga ana e autoriteteve është e vështirë
- d. Nuk ka vend tipik për zhvillimin e biznesit

Në vendet e vogla rurale ka mungesa të shumta në infrastrukturë si: spitale, shkolla, biblioteka, poashtu edhe në numrin e konsumatorëve, kontabilistë profesional dhe furnitorë konkurrues.

8. Informacione të duhura të rezervave – Institucionet e larta, si udhëheqësia qendërore/lokale apo edhe organizatat që kanë të bëjnë me organizimin e bizneseve, nuk posedojnë informacione të sakta dhe duhura që tregojnë rezervat që janë në ekonomi. Këto kanale të ngushta shpesh ndikojnë në ngritjen e çmimeve. Nga këto rritje të çmimeve nuk mund të ju ikin as bizneset e vogla, ngase reflektojnë me rritjen e shpenzimeve, që u'a ulin profitin dhe tërë efikasitetin e ndërmarrjes.

9. Rregullat qeveritare – Qeveritarët duhet me doemos të i kycin pronarët e ndërmarrjeve të vogla në proceset vendimarrëse që tangojnë me punën e tyre, sepse pronarët i dijnë më së miri rregullat mbi proceset në ndërmarrje.

Ky kapitull përfshin metodologjinë kërkimore të punimit të magistraturës. Në më shumë detaje, në këtë pjesë jam munduar të përshkruaj synimin e kërkimit, metodën e hulumtimit, qasjen e hulumtimit, përzgjedhjen e mostrës, procesin e hulumtimit, pyetësin, metodat e mbledhjes së të dhënave dhe kufizimet e kërkimit.

Gjatë analizës së situatës në Serbinë Jugore do të përdoren të dhënat primare të marra nëpërmjet kërkimit në disa komuna, inkubatorët që veprojnë dhe bizneseve që janë pjesë e inkubatorit edhe atyre që nuk janë.

3.1 Strategjia hulumtuese

Hulumtimi i organizuar në lidhje me këtë temë të masterit ishte mjaft sfidues dhe poashtu është hulumtim i ri sa i përket hulumtimeve të ngjajshme që janë bërë në këtë fushë. Shumë pjesë të shkurta dhe punime të vogla të mëparshme akademike ekzistojnë në lidhje me rolin e inkubatorëve të biznesit në zhvillimin ekonomik lokal, sidomos në Serbi dhe në Ballkan në përgjithësi. Si i tillë, hulumtimi i propozuar mori formën e një studimi të ri dhe mbi një temë relativisht të re të kërkimit.

3.2 Metodat e hulumtimit

Për studimin në fjalë është përdorur:

1. **Metoda kuantitative** – këtu kam përdorur pyetësorët dhe në këtë kapitull do të diskutohet pjesa metodologjike e punimit dhe gjithashtu do të analizohet në detaje pjesa empirike e punimit në kapitullin e ardhshëm.
2. **Metoda kualitative** – kjo metodë bazohet më shumë në aftësitë e hulumtuesit në këtë rast, ndërsa rezultatet mund të mos përceptohen si të besueshme, sepse kryesisht vijnë nga gjykimet dhe interpretimet personale të hulumtuesit. Me që është më e përshtatshme për mostra të vogla është gjithashtu e rrezikshme që rezultatet e hulumtimit kualitativ të përceptohen se reflektojnë mendime të një popullate më të gjërë (Bell, 2005)

3.3 Qasja e hulumtimit

Qasja e hulumtimit që u ndoqë për qëllimet e këtij hulumtimi ishte ajo induktive. Sipas kësaj qasjeje, studiuesit fillojnë me një vëzhgim specifik i cili përdoret për të gjeneruar teori

të përgjithësuara dhe përfundime të nxjerra nga hulumtimi. Arsyeja për shfrytëzimin e qasjes induktive ishte se kjo qasje është më e përshtatshme për mostrat e vogla që prodhojnë të dhëna cilësore. Mirëpo, dobësia kryesore e qasjes induktive është se ajo prodhon teori dhe konkluzione të përgjithësuara bazuar vetëm në një numër të vogël vëzhgimesh, në këtë mënyrë besueshmëria e rezultateve të hulumtimit vihen gjithmonë në diskutim (Denzin & Lincoln, 2005).

3.4 Synimi i hulumtimit

Synimi i këtij kapitulli është të testoj në mënyrë empirike nëse inkubatorët e biznesit ndikojnë në zhvillimin ekonomik lokal në Serbinë Jugore. Për më tepër, ne gjithashtu jemi përqendruar në të kuptuarit e avantazheve që kanë komunat/qytetet që posedojnë një inkubatorë ndaj atyre që nuk kanë dhe disavantazhit e të pasuritë një të njejtë.

3.5 Mbledhja e të dhënave

Për të marrë këndvështrime të ndryshme mbi këtë temë, hulumtimi është bërë përmes intervistave direkte dhe përmes telefonit me katër grupe të intervistuarve: Udhëheqësit e inkubatorëve, bizneseve (fillesatare/startup) që janë banorë/anëtarë nëpër inkubatorë të biznesit, bizneseve (fillesatare/startup) që nuk janë banorë/anëtarë nëpër inkubatorë të biznesit por veprojnë vetvetiu dhe përgjegjësve komunal për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme.

Në këtë segment të shtojca 1, kemi paraqitur pyetsorin që është përdorur bashkë me udhëzuesin e intervistës.

Kjo metodë u zgjodh për të marrë përgjigje gjithëpërfshirëse dhe cilësore përmes diskutimit të hapur me të intervistuarit. Në mënyrë tipike, intervistat zgjatën nga 30 minuta deri në 1 orë e 15 minuta dhe ato u realizuan me dy grupe të ndryshme intervistimi: një për grupin e institucioneve (udhëheqësit e inkubatorëve dhe përfaqësuesit e komunave/qyteteve) dhe tjetri për bizneset fillestare (ato që janë në inkubatorë dhe atyre që nuk janë banorë/anëtarë të inkubatorëve të biznesit).

Gjithsej janë realizuar 20 intervista, prej të cilave:

1. Me përfaqësuesit e komunave/qyteteve (zyra për përkrahjen e NVM) janë bërë katër intervista (Preshevë, Bujanoc, Vranjë dhe Leskovc)

2. Me udhëheqësitë e të gjithë inkubatorëve në Jug të Serbisë, gjashtë prej tyre (Vranje, Prokuplje, Leskovc-Delta Inkubatori, Nish, Krushevc dhe Medvegjë)
3. Me bizneset që janë nëpër inkubatorë, gjashtë biznese anëtare/banore nëpër secilin inkubatorë (të caktuara rastësisht, prej web faqes)
4. Me bizneset që nuk janë nëpër inkubatorë, katër biznese që janë regjistruar gjatë vitit të fundit 2019.

Intervistat e detalizuara janë intervista personale dhe gjysëm të strukturuar, ku qëllimi i të cilave është të identifikojë emocionet, ndjenjat dhe mendimet e pjesëmarrësve në lidhje me një temë të veçantë kërkimore. Avantazhi kryesor i intervistave personale është se ato përfshijnë kontakt personal dhe të drejtpërdrejtë nëpërmes intervistuesve dhe të intervistuarve, si dhe eliminojnë nivelet e mos përgjegjes, mirëpo intervistuesit duhet të kenë aftësitë të shkëlqyeshme për të kryer me sukses një intervistë (Fisher, 2005, Wilson, 2003).

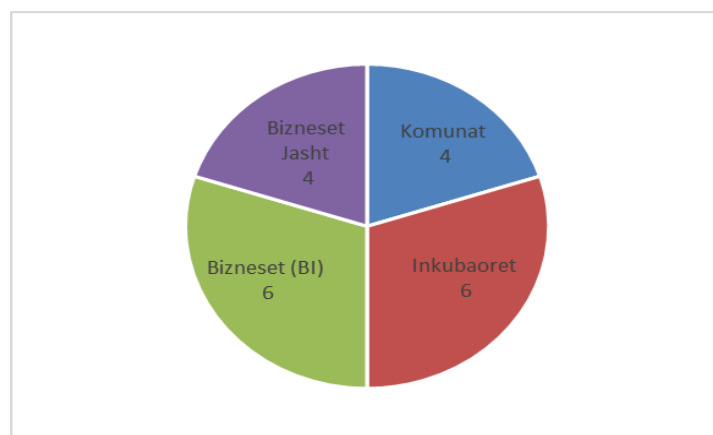


Figura 5. Struktura e intervistave

Për më tepër, intervistat gjysëm të strukturuar ofrojnë fleksibilitet sa i përket rrjedhës së intervistës, duke lënë kështu hapësirën për gjenerimin e konkluzioneve që fillimisht nuk ishin menduar për tu nxjerrë në lidhje me një temë kërkimore. Sidoqoftë, ekziston rreziku që intervista të devijojë nga qëllimet dhe objektivat e paracaktuara të kërkimit (Gill & Johnson, 2002).

Sa i përket mjeteve për mbledhjen e të dhënave, zhvillimi i këtij hulumtimit përfshinë përdorimin e pyetësorit gjysmë të strukturuar i cili u përdor si një udhëzues - intervistimi për hulumtuesin. Disa pyetje të caktuara ishin përgatitur, në mënyrë që hulumtuesi të drejtoj intervistën drejtë përmbushjes së objektivave të hulumtimit, por edhe shume pyetje shtesë u bënë gjatë intervistave.

Disa pyetje të përfshira në pyetësin gjysmë të strukturuar që u bënë me përfaqësuesit e komunave/qyteteve që ishin cak i këtij hulumti ishin këto:

Pyetja 1: A keni inkubatorë biznesi në komunën tuaj dhe nëse po, çfarë mendoni për të, nëse jo pse nuk keni themeluar një të tillë?

Pyetja 2: A mendoni se Inkubatori i biznesit në komunën/qytetin tuaj ka ndikuar në zhvillimin ekonomik lokal dhe si? Nëse nuk keni në komunë inkubatorë të biznesit, a keni në planë të themeloni një të tillë gjatë vitit të ardhshëm?

Pyetja 3: A ka ndikuar inkubatori i biznesit në promovimin e komunës/qytetit tuaj si përkrahëse e biznesit të vogël dhe bizneseve fillestare? Për komunat që nuk kanë inkubatorë biznesi, a keni mjaftueshëm instrumente për të përkrahur biznesin e vogël dhe atë fillestarë në komunën tuaj; nëse po cilat janë ato instrumente? (Ju lutemi diskutoni)

Pyetja 4: A keni inicuar ndonjë ngjarje gjatë vitit të kaluar ku do të ftonitë të rinjtë që kanë ide të që t'i bashkangjiten inkubatorit të biznesit? Për komunat që nuk kanë inkubatorë biznesi, Cka ka bërë komuna juaj konkretisht gjatë vitit të kaluar për të rinjtë që janë të interesuar të themelojnë biznese të reja?

Pyetja 5: Cilat janë problemet kryesore dhe sfidat e komunës/qytetit tuaj sa i përket ndërmarrësisë dhe punësimit të të rinjëve?

Pyetja 6: A ka inicuar komuna/qyteti juaj ndonjë bashkëpunim konkret në mes të fakulteteve që janë në komunën/qytetin tuaj dhe sektorit privat?

Pyetja 7: Sipas mendimit tuaj, cilat janë përmirësimet që duhet të bëjë komuna/qyteti juaj për të stimuluar dhe për të rritur punësimin e të rinjëve?

Pyetja 8: A mendoni se inkubatori i biznesit është instrument i mjaftueshëm për zhvillimin ekonomik lokal?

Pyetja 9: A keni parë/ndëgjuar/vizituar përvojën e inkubatoreve të bizneseve në vendet e tjera? Si funksionojnë? Çfarë mund të mësojmë prej tyre?

Më poshtë kemi disa pyetje të përfshira në pyetësin gjysmë të strukturuar që u bënë me përfaqësuesit e bizneseve të vogla dhe fillestare-startup që ishin cak i këtij hulumti:

Pyetja 1: Me cilat sfida dhe probleme po ballafaqoheni në vitin e parë të punës?

Pyetja 2: A keni patur ndonjë përkrahje nga komuna/qyteti ku veproni deri më tani? Nëse po cila ka qenë ajo?

Pyetja 3. A e konsideroni inkubatorin e biznesit si përkrahje e komunës/qytetit për ju si kompani fillestare-startup?

Pyetja 4. A do të ishitë anëtarësor në një biznes inkubatorë po që se do të egzistonte në komunën tuaj? Për ato biznese në komuna ku nuk ka inkubatore biznesi.

Pyetja 5. A keni marrë pjesë në ndonjë ngjarje apo takim që ka organizuar komuna gjatë vitit që e lamë?

Pyetja 6. Sa ka ndikim pagesa e subvencionuar për qira, kontabilitet, marketing që bënë inkubatori për ju?

Pyetja 7. A besoni se komunat fqinje po bëjnë më shumë për bizneset fillestare se e juaja? ¹

3.6 Zgjedhja e mostrës

Metoda e zgjedhjes së mostrave të qëllimshme u përdor për shkakë të natyrës së limituar të fushëveprimit të këtij studimi. Sipas kësaj metode e cila i përket kategorisë së teknikave të marrjes së mostrave jo të rastësishme ku anëtarët e mostrës zgjidhen në bazë të njohurive, marrëdhënieve dhe ekspertizës së tyre në lidhje me një temë kërkimore (Freedman et al., 2007). Në studimin tonë, anëtarët e mostrës (përvec bizneseve që ishin jashtë inkubatoreve të biznesit) që u zgjodhën kishin marrëdhënie të veçantë me fenomenin e inkubatorëve të biznesit, përvojë pune të mjaftueshme sipas funksionit që e kryejnë (komunat/qytetet) dhe të rëndësishëm në projektet e inkubatorëve të biznesit.

Në këtë kontekst, pjesëmarrësitë e këtij studimi ishin nga **industritë e ndryshme** (bizneset në inkubatorë dhe ato jashtë inkubatorit të biznesit) dhe me prejardhje nga gjashtë komuna të Jugut të Serbisë.

Në mostrën e inkubatorëve të biznesit, kemi kyçur **të gjithë inkubatorët e biznesit** që janë të themeluar dhe që janë në fazën finale të themelimit në rajonin e Jugut të Serbisë (rasti i Medvegjës).

Për sa i përket **gjeografisë**, unë kam përzgjedhur shumicën e komunave në Jugun e Serbisë, fillimisht ato që kanë themeluar inkubatorë biznesi dhe dy që nuk kanë ende inkubatorë biznesi, vetëm sa për krahasim.

¹ *Format e hollësishme e udhëzuesit të intervistës me komuna është paraqitur në Shtojcën 1 dhe 2*

Për sa i përket **etnicitetit**, unë kam përzgjedhur shumicën e komunave serbe në Jugun e Serbisë të cilat kanë themeluar inkubatorë biznesi dhe dy komuna (kryesisht shqipëtare) që nuk kanë ende inkubatorë biznesi, për krahasim.

Dhe tejet në fund, për sa i përket **pozitës që ata kanë aktualisht**, të gjithë ndërmarrësit, udhëheqësit e inkubatorëve dhe udhëheqësit e zyrave për perkrahje e NVM të intervistuar janë të ndryshëm dhe me përvojë, të cilët sipas mendimit tim, do të kenë qenë në gjendje të japin një pasqyrë gjithëpërfshirëse në lidhje me bizneset e tyre dhe rolin e inkubatorëve të biznesit nëpër komuna dhe të ndikimit të NVM-ve nëpër komunat/qytete e tyre.

3.7 Procesi i hulumtimit

Vlenë të theksohet se takimet dhe bisedat për këtë hulumtim u mbajtën në dy periudha relativisht të gjata kohore në mes tyre. Periudha e parë gjatë vitit 2013, prej muajit Mars deri në Qershor dhe periudha e dytë gjatë vitit 2019 (Tetor)- 2020 (prill).

Në periudhën e parë janë kryer takimet me udhëheqësit e inkubatorëve të biznesit, bizneset që janë nëpër inkubatorë dhe bizneset jashtë inkubatorëve, kurse në periudhën e dytë janë kontaktuar posacërisht përfaqësuesit e komunave/qyteteve (zyrave për zhvillimin ekonomik lokal dhe perkrahjes së NVM). Megjithatë, prap në periudhën e dytë i'u është përsëritur pyetësi të gjithë udhëheqësve të inkubatorëve të biznesit që janë prezent. Më konkretisht, kemi rënë në kontakt me të gjithë akterët dhe u kërkuam atyre të merrnin pjesë në hulumtim pasi të shpjegojmë natyrën dhe qëllimin e hulumtimit.

Në terma të përgjithshëm, por me shumë vështirësi, të anketuarit ishin jo shumë të gatshëm të merrnin pjesë në hulumtim dhe intervistat u kryen disa më shpejtë se të planifikuara dhe disa vetëm përmes telefonit dhe emailit.

Gjatë intervistave kryesisht janë mbajtur shënime, për të ndihmuar analizat e të dhënave të mbledhura.

Gjatë kryerjes së intervistës, të anketuarit ishin të lirë të shprehin pikëpamjet e tyre edhe në tema të cilat nuk ishin përfshirë në fushat e diskutuara.

3.8 Kufizimet e hulumtimit

Sikurse kemi në çdo studim, edhe ky punim kishte kufizimet e mëposhtme:

1. Madhësia e mostrës ishte relativisht e vogël - 20 pjesëmarrës. Një mostër më e madhe mund të rrisë besueshmërinë e hulumtimit gjithmonë.
2. Hulumtimi kualitativ nuk lejon matjen e problemeve dhe kuantifikimin e tyre
3. Inkubatorët e biznesit ishin themeluar në shumicën e rasteve nga faktorë të jashtëm dhe komunat/qytetet nuk janë shumë të ditura me detaje
4. Në disa raste, sidomos me bizneset që janë anëtare/banore të inkubatorëve të biznesit refuzojnë të flasin kundër organizatave të tyre

4. ANALIZA E TË DHËNAVE

Aktualisht dhe fatkeqësisht, Serbia Jugore nuk konsiderohet një vend tërheqës për të investuar dhe kjo duhet të ndryshojë sa më shpejt sepse të gjithë investitorët vijnë vetëm në ato vende ku atyre u krijohet një mjedisë stimulues për të bërë biznes.

4.1 Karakteristika e Rajonit të Jugut të Serbisë

Sipas regjistrimit të popullsisë në vitin 2011, kishte 1.563.916 banorë që jetonin në Serbinë Jugore dhe Lindore, ndërsa dendësia e popullsisë ishte 59.57 banorë / km², gjë që e bën atë më pak të populluar nga rajonet tjera të Serbisë.

Rajoni është kryesisht i banuar nga serbët, ndërsa bullgarët, shqiptarët, vllahët, romët dhe të tjerët jetojnë në grupe të tjera etnike në zonën e Serbisë Jugore dhe Lindore.

Shqiptarët formojnë një shumicë etnike në Preshevë dhe Bujanoc, ndërsa bullgarët përbëjnë një shumicë absolute në Bosilegrad dhe një shumicë relative në Dimitrovgrad. ("Попис становништва, домаћинства и станова 2011. у Републици Србији". *popis2011.stat.rs. Republički zavod za statistiku*. Pristupljeno 14. 7. 2019.)

Zhvillimi ekonomik lokal në Jugun e Serbisë duhet të jetë një proces i organizuar dhe i zhvilluar nga autoritetet lokale së bashku me partnerët e tyre lokal (publik, biznes dhe sektor civil) në mënyrë që të krijojnë një mjedisë më të mirë biznesi.

Një klimë e favorshme e biznesit nënkupton më shumë mundësi për krijimin dhe rritjen e kompanive private dhe për rritjen e punësimit. Zhvillimi lokal posaçërisht duhet të bazohet në parimin e përfshirjes së burimeve lokale të kufizuara në mënyrë që të arrihet ndikim më i madh ekonomik në formën e investimeve të reja, vendeve të punës, startup biznese dhe partneritete publike-private.

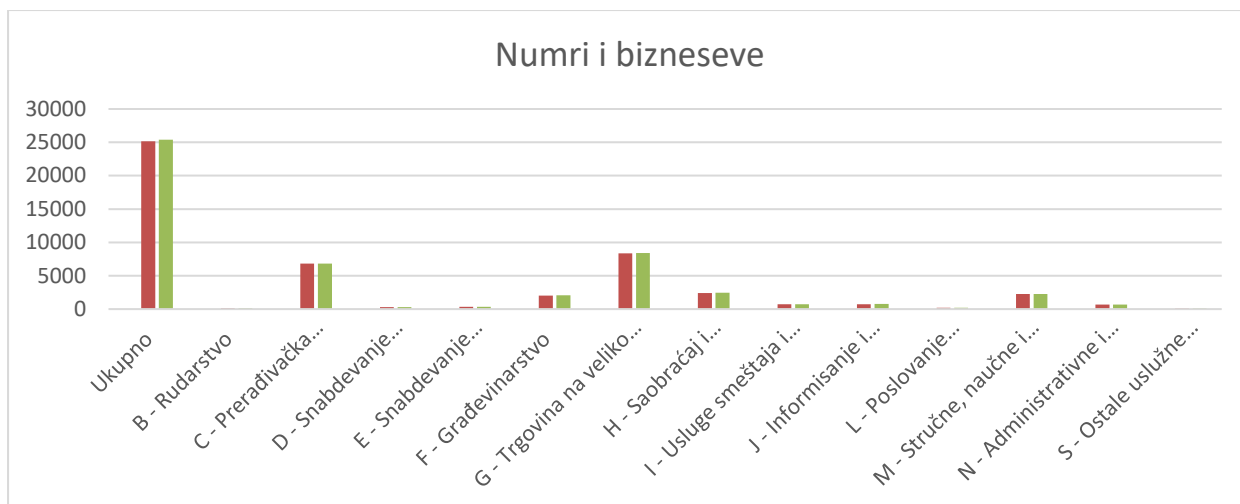


Figura 6. Numri i bizneseve dhe sektorët kryesore në Jugun e Serbisë 2017 dhe 2018 (Enti i Statistikave të Republikës së Serbisë; <https://bit.ly/2VaC936>)

Shumica e bizneseve private të regjistruara që operojnë në Jugun e Serbisë vijnë nga tri veprimtari (sektor) kryesore (Shtojca 3)

1. Tregëtia me shumicë dhe pakicë
2. Industria e përpunimit dhe
3. Komunikacion (transport) dhe magazinim

Kur analizohen të dhënat që për të gjithë bizneset që janë regjistruar në periudhën e kaluar (2017 dhe 2018) këto shifra nuk dallojnë shumë.

Mirëpo, nëse krahasojmë të njëjtat statistika, kur është punësimi në pyetje, ne hasim pak dallime sa i përket tri veprimtarive (sektor) kryesore që punësojnë më shumë njerez edhe atë:

1. Industria e përpunimit
2. Tregëtia me shumicë dhe pakicë dhe
3. Ndërtimtaria

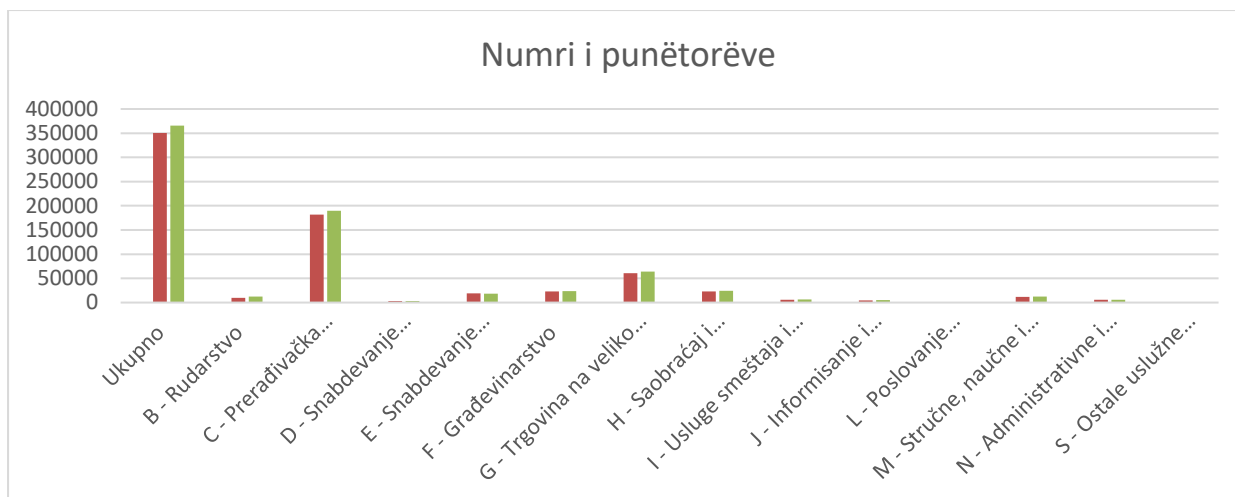


Figura 6. Numri i punëtorëve në sektorët kryesorë në Jugun e Serbisë 2017 dhe 2018 (Enti i Statistikave të Republikës së Serbisë; <https://bit.ly/2VaC936>)

Gjatë bisedave dhe intervistave më përfaqësuesit e komunave/qyteteve që ishin cak i këtij hulumtimi, vëmendje e veçantë i kemi kushtuar instrumenteve të stimulimit të zhvillimit ekonomik lokal në përgjithësi, të cilat përfshijnë në komunat cak të këtij hulumtimi, ndër të tjera: zonat industriale, inkubatorët e biznesit, qendrat e shërbimit të biznesit, qendrat e trajnimit dhe zonat e përmirësimit të biznesit.

Disa nga këto instrumente, në bazë të karakterit që kanë, kërkojnë më shumë kapital fillestar (capital intensive) kurse të tjerat kanë nevojë më shumë për resurse humane (labor intensive). Disa nga këta instrumente janë gjenerues të fortë të ndërmarrjeve të reja (stimulojnë themelimin e tyre) dhe disa krijojnë shumë vende të punës të reja, disa janë të lidhura me prodhimin dhe disa me shërbime dhe për këtë arsye ne do të japim një përmbledhje të shkurtër të disa prej këtyre instrumenteve të zhvillimit ekonomik lokal që egzistojnë në Jugun e Serbisë dhe shkurtimisht (përveç inkubatorëve të biznesit) do të prezentojmë veprimtarinë e tyre nga observimi jonë gjatë intervistave dhe bisedave me përfaqësuesit e komunave/qyteteve dhe pronarëve të bizneseve, si në inkubatorët e bizneseve, poashtu edhe me ata që nuk janë pjesë e ndonjë inkubatori.

4.1.1 Zonat industriale

Zonat industriale janë vende të pajisura me infrastrukturën e nevojshme të përshtatur me nevojat e industrisë. Për sa i përket pronësisë, ato mund të jenë në pronësi private, publike (komunale) ose një ndërthurje e pronësisë private dhe publike (partneritet privat - publik). Në

rastin e Jugut të Serbisë, të gjitha zonat që janë të krijuara ose janë në themelim e sipër (si rasti i Preshevës) janë në prona të komunës (Republikës, sipas ligjit për prona të R. Serbisë).

Për zonat industriale, lejet urbane merren përmes një procedurë të thjeshtësuar. Për këtë arsye, cdo komunë tani më në Jugun e Serbisë kanë identifikuar dhe priorizuar përcaktimin dhe pajisjen e zonave të tilla me infrastrukturë përkatëse.

4.1.2 Qendrat e shërbimit të biznesit

Një tjetër instrument për stimulimin e zhvillimit ekonomik lokal që pason menjëherë ose bashkarisht me krijimin dhe zhvillimin e zonave industriale janë Qendrat e Shërbimit të Biznesit. Këto qendra merren me grumbullimin e ofruesve apo investuesve potencial nëpër komuna dhe luajnë rolin facilitues për përkrahjen e të gjithë investitorëve potencial dhe gjithashtu promovojnë këto zona industriale dhe jo vetëm.

Në Jugun e Serbisë tani më, këto qendra janë themeluar në kuadër të pushteteve lokale dhe janë të integruara si pjesë e stukturave komunale dhe gëzojnë të drejta dhe obligime sikurse edhe cdo institucion tjetër komunal.

4.1.3 Zonat e përmirësimit të biznesit – BID (Business Improvement District)

Zona e Përmirësimit të Biznesit, në teori dhe praktikë e njohur më mirë nga akronimi BID i cili është një akronim nga anglezët e quajtur Business Improvement District, është një instrument i zhvillimit ekonomik lokal që bazohet në aktivitetet kryesisht shërbyese. Si fenomen, BID u krijua për herë të parë në Sh.B.A në gjysmën e dytë të shekullit të 20-të si përgjigje ndaj shfaqjes së qendrave të mëdha tregtare në periferi të vendbanimeve urbane, të cilat kërcënuan tregtinë dhe shërbime të vogla dhe çuan në largimin e klientëve dhe përdoruesve të shërbimeve nga qendrat urbane në periferi.

Zona e Përmirësimit të Biznesit po shfaqen si një formë specifike e partneritetit publik - publik midis qeverive lokale në territorin e së cilës formohen shoqata e sipërmarrësve të vegjël dhe shoqatat e tregtarëve me qëllim të arritjes së qëllimeve të përbashkëta që rrisin fushën e biznesit të tyre dhe fitimet.

Deri më tani, shumë Zona të Përmirësimit të Biznesit janë krijuar në Serbi dhe tri në Jugun e Serbisë edhe atë në Vranjë, Nish dhe në Prokuplje. Këto zona janë duke u treguar të sukseshme në disa komuna si në atë të Nishit dhe Prokupljes, kurse zona e Vranjës është duke

u ballafaquar me mungesa si në menaxhment por edhe në interesin e anëtarëve të saj të investojnë më shumë në zona.

4.1.4 Inkubatorët e biznesit

Nxitja për krijimin dhe zhvillimin e bizneseve të reja në nivel lokal mund të zbatohet në mënyrë shumë efektive përmes procesit të "inkubacionit të biznesit", ku thelbi i procesit është ofrimi i subvencionuar i shërbimeve të ndryshme të biznesit për kompanitë në zhvillim për një periudhë të caktuar kohore, pas së cilës ata hyjnë plotësisht në treg. Lloji i shërbimeve të biznesit që subvencionohen për bizneset e reja përfshijnë hapësirën e zyrave dhe në këtë kuptim shpesh përdorin ambiente (fabrika të vjetra, ndërtesa të vjetra komunale, depo, etj.) që nuk përdoren për arsye të ndryshme (shpesh për shkak të falimentimit të kompanisë dhe marrëdhënieve të pazgjidhura pronësore). Duke vepruar kështu, bizneset zvogëlojnë kostot e tyre themelore duke paguar një qira të zvogëluar të hapësirës duke ndarë kompensimin për disa shërbime të përbashkëta.

Në rastin e inkubatorëve të biznesit në Jugun e Serbisë si një instrument i zhvillimit ekonomik lokal të gjithë pajtohen se kanë pasur ndikim në zhvillimin ekonomik lokal, mirëpo vlenë të ceket gjithashtu fakti se inkubatorët e biznesit që janë duke operuar në Jugun e Serbisë janë gjenerues relativisht të dobët të vendeve të punës, sidomos në një periudhë të shkurtër kohore.

4.2 Fushat kryesore të studimit

Në këtë pjesë, ne do të paraqesim rezultatet që kemi marrë nga intervistat, përmes shfletimit të literaturës ekzistuese, librave, revistave online-shkencore, punimeve seminarike në Serbi dhe literaturë ndërkombëtare për rëndësinë e inkubatorëve dhe ndikimin e tyre në zhvillimin ekonomik lokal dhe në themelimin e bizneseve fillestare si dhe statistikave përkatëse.

Për të qenë më të strukturuar, ne ndamë përgjigjet në tri seksione (nga të cilat një seksion analizojmë përgjigjet nga **komunat/qytetet që kanë inkubatorë të themeluar** dhe grupin e komunave që nuk kanë themeluar inkubatorë të biznesit deri më tani), një me **udheheqesit e inkubatorëve të biznesit ose menaxhmentin e tyre**, ndërsa i fundit do të përqendrohen në përgjigjet nga **grupi i ndërmarrësve**, njëri që është nëpër inkubatorët e biznesit dhe tjetri nga bizneset që nuk janë pjesëmarrës nëpër inkubatorë dhe veprojnë të pavarur plotësisht. Këto të fundit do të na ndihmojnë të marrim një kuptim më të thellë për

dallimet ndërmjet sipërmarrësve të rinj (startup) që veprojnë të pavarur dhe atyre që janë nëpër inkubatorë, sfidat kryesore të tyre dhe të mirat që vijnë nga inkubatorët egzistues.

Më në fund, ne do të bëjmë një përmbledhje të njohurive kryesore dhe do të bëjmë një përfundim në lidhje me tërë pjesën empirike të tezës.

4.2.1 Dallimet kryesore në mes të komunave/qyteteve që kanë themeluar inkubatorë dhe atyre që nuk kanë themeluar ende (ose janë në proces të themelimit)

Intervistat me komunat/qytetet ku janë të themeluar inkubatorët e biznesit dhe atyre që nuk kanë ende; u strukturuan në gjashtë fusha: 1) llojin e inkubatorit (shërbyes apo prodhues) për ato komuna që kanë të themeluar, 2) informata bazë për inkubatorin e biznesit, ose pse nuk është themeluar nëpër komuna që nuk kanë ende, 3) bizneset dhe veprimtaritë e bizneseve nëpër inkubatorë të biznesit ose cka ofrojnë komunat që nuk kanë inkubatorë të biznesit për bizneset fillestare, 4) shërbimet që ofrohen nëpër inkubatorët e biznesit ose cilat shërbime aktualisht i ofrojnë për sektorin privat komunat që nuk kanë inkubatorë të biznesit, 5) instrumentet tjera për zhvillimin ekonomik lokal që i kanë në përgjithësi komunat dhe 6) bashkëpunimi i komunave/qyteteve me institucionet edukative që janë prezente si shkollat e mesme teknike dhe fakultetet me sektorin privat.

Pjesa e përshkrimit të **llojit të inkubatorit** të biznesit ishte një hyrje e përgjithshme dhe pjesa fillestare e intervistës ku ne kemi ndërtuar një bazë fillestare për llojin dhe natyrën e ndërmarrjeve që janë pjesë e inkubatorit të biznesit. Ndërsa për komunat që nuk kanë fare të themeluar inkubatorë të biznesit kemi ndërruar pyetërsorin (shih Shtojcat 1 dhe 2). Gjithashtu, në pjesën fillestare kemi pas mundësi të shohim gjithashtu gadishmërinë e personelit të komunës, në këtë rast të zyrave për zhvillim ekonomik, për të folur për inkubatorët e biznesit dhe ku gjendet në prioritetet e komunës/qytetit ky institucion. Komunat që nuk kanë të themeluar inkubatorë të biznesit disa janë ndier si me faj dhe në dy rastet, edhe në Preshevë edhe në Bujanoc, kanë përsëritur se kanë biseduar disa herë nëpër komunë për themelimin e inkubatorëve, por për shkakë të prioriteteve tjera, kjo ka mbetur anash, por gjithashtu kanë përsëritur se shumë shpejtë do të vijë në rend të ditës. Këtu vlenë të nënvizohet fakti se të gjithë përfaqësuesit e komunave kanë folur dhe janë shprehur me admirim për suksesin ose dëshirën që kanë për zonat industriale që ka themeluar komuna, gjë që nuk ishte vërejtur në rastin e inkubatorëve të biznesit, për ato që kanë të themeluar. Partneritetet publiko-private janë gjithashtu një prej prioriteteve që kanë komunat në

periudhën e ardhëshme edhe derisa po bëhet hulumtimi, udhëzuesi administrativ është shpallur nga qeveria e Serbisë në mënyrë që të sqaroj tutje kushtet që i kanë komunat për të plotësuar gjatë themelimit të një partneriteti publiko-privat.

Në këtë pjesë është ngritur edhe çështja e **anëtarëve/banorëve që kanë inkubatorët** dhe gati në secilin rast përfaqësuesit e komunës nuk kanë qenë të njohtuar për detajet e pjesëmarrësve në inkubatorë. Kurse për detajet tjera sa i përket strukturës gjinore, asaj se sa biznese kalojnë cdo vitë nëpër inkubatorë dhe moshën në të cilën janë anëtarët/banorët e inkubatorëve, gjithnjë n'a është drejtuar gishti nga udhëheqësia e inkubatorëve.

Në bazë të këtyre observimeve, mund të konstatojmë se niveli komunal është pak, ose jo mjaftueshëm i kycur në mirëvajtjen e punës së inkubatorëve dhe bizneset që janë anëtare/banore në inkubatorë nuk kanë lidhje direkte me zyrën për zhvillim ekonomik në komunat përkatëse. Me këtë, gjithashtu kuptojmë se ndërlidhja e tyre dhe bashkëpunimi lenë për të dëshiruar.

Në komunat ku nuk ka inkubatorë biznesi, zyrat për zhvillim ekonomik nuk janë të njohtuar detalisht për strukturën e bizneseve që themelohen cdo vjet, nuk mbajnë evidence për numrin e bizneseve të reja që kërkojnë ndonjë ndihmë në komunë dhe as nuk kanë ndonjë projekt konkret për themelimin e inkubatorëve të biznesit, përvec dëshirës për të themeluar një të tillë. Gjithashtu, ende nuk kanë vizituar ndonjë të tillë në rajonë, komuna tjera apo edhe në ndonjë shtetë më të zhvilluar.

Në pjesën e **aktiviteteve që i ofrojnë komunat** që nuk kanë të themeluar inkubatorë biznesi gjithmonë përmenden grantet që komuna i ofron për NVM, ku nuk janë të përjashtuar as bizneset fillestare-startup dhe këto grante komunat i përsërisin cdo vitë dhe gjithashtu një ndër kriteret që e përmendin janë edhe pamundësi e një biznesi që fiton të aplikoj cdo vjet (mundet vetëm pas 3 viteve) dhe kjo përmendet me qëllim të krijimit të opinionit se komunat cdo vit i japin rastin bizneseve të ndryshme të provojnë fatin dhe të aplikojnë. Vlenë të ceket se në komunat e Preshevës, Bujanocit dhe Medvegjës, ku vepron trupi kordinues për Jugun e Serbisë, kemi edhe grantet që jepen nga ky trup për bizneset e këtyre komunave apo edhe bizneseve që themelojnë përfaqesi në këto komuna. Këto përgjigje dhe vërojtime i kemi marrë edhe nga komunat që kanë inkubatorë të biznesit. Përvec granteve, përfaqësuesit e zyrave për zhvillim ekonomik përmendin gjithashtu edhe subvencionet që jepen nga ana e qeverisë për investitorë të huaj e që komunat shpesh ndërmjetësojnë dhe ofrojnë ndihma teknike për aplikim dhe pregaditjen sa më të shpejtë të dokumentacionit. Në këtë drejtim,

komunat e vogla nuk mund të përmendin më shumë se një ose dy raste ku kanë intervenuar për këtë aktivitet gjatë vitit të kaluar, kurse në komunat e mëdha (Nish, Vranjë dhe Leskovc) ata përmendin më shumë se pesë raste, ku investitorët kanë qenë edhe kompanitë e huaja me renome botërore. (Geox, Jura etj). Gjithashtu, komunat e Preshevës dhe Bujanocit (e cila ka dy zona industriale) kanë përsëritur se ekziston një interesim i madhë nga diaspora të investojnë edhe po pregaditin në Preshevë zonën industriale që do të krijoj kushte për të stimuluar këtë grup te interesuar për investime.

Në disa raste është përmendur edhe Fondi për Zhvillim i Republikës së Serbisë si përkrahës i NVM dhe bizneseve fillestar-startup përmes kredidhënies me kushte shumë të volitshme, posacërisht për bizneset që vijnë nga komunat e pazhvilluara dhe ato të devastuara (nomenklatura, devastirane opstine). Në komunat e devastuara bien Presheva dhe Bujanoci dhe Medvegja. Komunat e intervistuar kanë kontakte të rregullta dhe shpesh (nuk mund të precizojnë sa shpesh, sepse komunat vetëm fascilitojnë këto takime) organizojnë takime me bizneset lokale ku i prezentohen kushtet dhe mundësitë për përkrahje përmes kredive.

Programi PROGRESS është një projekt i BE i cili vepron në Serbi me shtrirje në 36 komuna, gjithashtu ka aktivitete që përkrahin bizneset e vogla dhe të mesme në komunat e Jugut të Serbisë.

Agjencioni për Zhvillim i Republikës së Serbisë gjithashtu ka programe të posaçme për përkrahjen e bizneseve fillesatare, ku përfshihen trajnime, mentorim dhe përkrahje financiare të pakthyeshme. Këto mundësi janë shfrytëzuar shumë pak nga ana e komunave në Jug dhe aspak në Preshevë dhe Bujanoc, sipas informatave që i kanë zyrëtarët e zyrës për zhvillim ekonomik. Komunat që kanë të themeluara inkubatorët e bizneseve i kanë ofruar bizneseve anëtare/banore të inkubatorit zakonisht: hapësirë me pagesa të subvencionuara, kushte optimale për zhvillimin e veprimtarive të tyre (internet, mirembajtje, posta), kontabilitet të përbashkët dhe të subvencionuar, ndihmë teknike falas nga ana e udhëheqësve të inkubatorëve të bizneseve dhe eksperteve të jashtëm, promovim e inkubatorit dhe bizneseve që janë aty, pjesëmarrje në gara nacionale me ide më të mira ([Delta biznes inkubatori](#)), mentorimin nga ana e bizneseve më të mëdha në komunë (rasti i Vranjës dhe Krushevcit), shfrytëzimin e restoranit të përbashkët (rasti i Prokupljes).

Në grupën e fundit të pyetjeve që kanë të bëjnë **me bashkëpunimin e komunave/qyteteve me institucionet edukative** që janë prezente, si shkollat e mesme teknike dhe fakultetet me sektorin privat, përgjigjet janë gati të ngjajshme me pak nuanca tek

qytetet që kanë prezencë edhe fakultet shtetërore. Meqenëse, në dekadën e fundit shtrirja e fakulteteve është bërë pa ndonjë strategji paraprakisht të definuar dhe kritere logjike, tani më kemi gati në cdo komunë të Jugut të Serbisë prezente fakultete të ndryshme private (madje edhe në Medvegje me 3000 banorë të përhershëm) dhe nëpër qytete më të mëdha edhe fakultete shtetërore (si Universiteti në Nish dhe disa fakultete në Vranjë).

Nëpër komuna më të vogla, si Preshevë dhe Bujanoc, bashkëpunimi me fakultete që janë prezente në ato komuna është vetëm ceremonial, dmth kur ka evente njëra apo tjetra. Kurse në vendet ku kemi tanimë edhe inkubatorë është tentuar që të krijohen mekanizma bashkëpunimi, mirëpo është përsëritur nga të gjithë inkubatorët që kemi biseduar se ata nuk kanë hasur në mirëkuptim edhe bashkëpunim me fakultete. Përvec rastit të Nishit ku inkubatori është i kycur bashkë me fakultetin elektronik për themelimin e Parkut Teknologjik. Mirëpo, vlenë të përmendet se ky hulumtim nuk ka shtjelluar e as ka patur për qëllim kycjen e fakulteteve, prandaj, ne nuk kemi marrë mendimin e fakulteteve për këtë çështje.

Sa i përket **shkollave të mesme teknike**, të gjithë kanë qenë njëzërit se shkollat kanë krijuar mekanizma për bashkëpunim për praktikën e nxënësve dhe i tërë obligimi për bashkëpunimin e mundshëm mes shkollave dhe NVM-ve është në dorën e shkollave e jo të pushteteve lokale. Në disa komuna ku kemi shkollat e mesme teknike dhe medicinale, shpesh komunat organizojnë praktikën në punë që është më shumë e orientuar kah angazhimi i nxënësve të shkollave të mesme dhe institucioneve publike që financohen nga komuna. Këtu potencohet në rend të parë shkollat e mesme të mjekësisë dhe bashkëpunimi me ambulantat egzistuese. Njëjtë sikur edhe në rastin e fakulteteve, ne nuk kemi kycur fare në këtë hulumtim shkollat e mesme teknike edhe me këtë nuk kemi marr as mendimin e tyre për këtë lloj bashkëpunimi.

Si përfundim, mund të themi se të gjitha pushtetet lokale janë shumë larg prej stimulimit, angazhimit apo edhe ndërveprimit të mundshëm në mes të institucioneve edukative dhe NVM-ve. Këtë bashkëpunim nuk e shohin si detyrë të tyre, por do të kishin vepruar po të kishin marr ndonjë kërkesë, iniciativë apo tentim nga cila do palë e interesuar. Prandaj, mund të themi se edhe institucionet edukative duhet të jenë më këmbëngulës për interes të studenteve të tyre që janë edhe potencialisht ndërmarrës të ardhëshëm.

4.2.2 Specifikat dhe dallimet në mes të inkubatorëve që janë të themeluar në Serbinë Jugore

Inkubatorët që janë të themeluar në Serbinë e Jugut kanë shumë veti të ngjajshme por edhe gjithashtu kanë disa vecori të cilat janë edhe interesante për analize dhe vlenë të përmendet se në disa raste, sipas mendimit tim, dalin edhe nga kornizat ndërkombtare që përcaktojnë rolin, kushtet, strukturën, shërbimet, aktivitetet dhe mënyrën e funksionimit të një inkubatori. Me që në rajonin e Serbisë së Jugut janë të regjistruar një numër i vogël i inkubatorëve të biznesit, ky hulumtim ndoshta do të kishte edhe më shumë përfundime tjera, po të kishim se paku 10+ inkubatorë të biznesit të regjistruar.

INKUBATORI I VRANJËS

Është i themeluar në vitin 2006 and Yumco (kompani me kapital shoqërorë) dhe qyteti i Vranjës. Vetë inkubatori i biznesit është i vendosur në ish-depot e lëndëve të para të Yumco që përfshijnë një hapsirë mjaft të madhe edhe at 2400m² e cila sipërfaqe u renovua dhe adaptua në vitin 2007. Vlenë të ceket se ky inkubatorë prej fillimit është themeluar si inkubatorë biznesi kryesisht **për veprimtari prodhuese**.

Inkubatori i Vranjës është anëtar i rrjetit SENSI (SENSI - Southeast European Netëork of Business Start-up Centers and Incubators) - një rrjet i inkubatorëve të biznesit dhe qendrave të bizneseve fillestare-startup të Evropës Juglindore.

Inkubatori i Vranjës është njëri nga themeluesit e Shoqatës së Inkubatorëve të Biznesit në Serbi i cili bashkon 22 inkubatorë për veprim dhe mbështetje të përbashkët.

Shërbimet që i ofron Inkubatori i Vranjës:

- dhënia me qira e lokaleve të biznesit (kryesisht e destinuar për aktivitete prodhuese),
- sallën e konferencave të përbashkët, d.m.th. salla takimesh me të gjitha aksesorët (internet, telefon, faks, video projektor, etj.),
- mentorim deri në 3 vjet (vlenë vetëm për përfituesit e granteve për projekte specifike),
- mbështetje para se të anëtarësohen bizneset, këshilla për zhvillim dhe ndihmë në zhvillimin e një plani të biznesit,
- seminare mbi aftësitë e menaxhimit në biznes (si të planifikoni, organizoni, menaxhoni dhe kontrolloni një kompani),
- seminare mbi funksionet e biznesit (kontabiliteti, marketing dhe financa),

- seminare për prokurimin dhe shitjen e produkteve të gatshme,
- seminare elementare për punë nëpër zyre dhe përdorimin e kompjuterave dhe internetit,
- Ndihma në fazat e hershme të financimit (mbështetje për aplikimin me donatorë për grante, mbështetje për kredite fillestare, mbështetje për kredi komerciale dhe prokurim të pajisjeve me leasing, etj.),
- ndihmë për mbajtjen e librave-kontabilitet,
- ndihmë në politikat e resurseve humane, trainimin dhe zhvillimin e personelit,
- ndihmë për çështje teknologjike dhe modernizimin e pajisjeve,
- ndihmë për marketing dhe
- mbi 50 biznese anëtare/banore deri më tani e kanë lëshuar inkubatorin dhe janë pavarësuar.

Shërbimet e inkubatorit të biznesit mund të përdorin dy grupe:

- bizneset fillestare-startup dhe ndërmarrjet jo më të vjetra se 48 muaj në momentin e nënshkrimit të kontratës,
- të gjitha kompanitë që operojnë për më shumë se 48 muaj në kohën e nënshkrimit të kontratës.

Vecoritë kryesore të inkubatorit të biznesit në Vranjë:

1. *janë shtatë kompani banore/anëtare të inkubatorit*
2. *të gjithë janë prodhues sepse është inkubatorë i orientuar vetëm në prodhim*
3. *ky inkubatori i biznesit përkrahë aktivitete të promovimit të anëtarëve, si pjesmarrje nëpër panaire, rasti më i mirë ishte pjesëmarrja e tyre në Panairin e Mobilerisë në Beograd në 2019*
4. *konkursi për banorët e rinjë është i hapur për të gjithë të interesuarit gjatë tërë vitit*
5. *anëtarë i inkubatorit edhe një kompani prodhuese me renome ndërkombëtare edhe e vjetër më shumë se 70 vite!!*
6. *në mungesë të inkubatorëve në komunat e rrethit të Pcinjës, ky inkubatorë pranon anëtarë edhe nga komunat tjera dhe në një mënyrë e luan rolin e një institucioni rajonal*
7. *bashkëpunimi me autoritet lokale në nivel jo të duhur edhe pse në pyetjet më të detajizuara lidhur me aktivitetet e përbashkëta nuk mund të numërohen më shumë se 1-2 aktivitete*

8. përfaqësuesit e inkubatorit marrin pjesë rregullisht nëpër takimet e rrjetit të inkubatorëve të Serbisë, ku gjithsejt tash për tash janë 22 anëtarë.
9. bashkëpunim dhe të interesuar që të ndihmojnë edhe komunat që nuk kanë deri tash inkubatorë biznesi
10. Krite mjaft fleksibile për anëtarësim, por jo edhe interesim të duhur, sidomos mungesa e interesit nga të rinjtë evidente

INKUBATORI I PROKUPLJËS

Është themeluar me iniciativën e Komunës së Prokupljes në Dhjetor 2006. Themeluesit e Inkubatorit të Biznesit janë Komuna e Prokupljes, ndërmarrja 'Gorstak' dhe organizata joqeveritare 'Inicijative'.

Inkubatori i biznesit ka për qëllim stimulimin e zhvillimit të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme dhe sipërmarrjen, mbështetjen e sipërmarrësve fillestarë-startup, uljen e shkallës së papunësisë duke krijuar kushte për krijimin e vendeve të punës dhe mbështetjen e programit kombëtar të zhvillimit të inkubacionit të biznesit.

Funksionimi i Inkubatorit të Biznesit duhet të siguroj kontributë të vazhdueshëm në intensifikimin e veprimtarive ekonomike, transferimin e njohurive, aplikimin e arritjeve teknike dhe teknologjike moderne, zhvillimin e inovacionit, edukimin e stafit profesional dhe vënien e tyre në funksion të zhvillimit të koncepteve sipërmarrëse. Qëllime të tjera, afatshkurtra dhe afatgjata të Inkubatorit të Biznesit janë:

- Rritja e numrit të kompanive që mund të mbijetojnë në treg,
- Uljen e shkallës së papunësisë dhe arritjen e punësimit të qëndrueshëm,
- Ulja e periudhës kohore dhe kostove të nevojshme për ngritjen dhe zhvillimin e një biznesi fillestar,
- Transferimi i njohurive dhe teknologjisë,
- Pajisjet teknike të anëtarët dhe fillimi i procesit të prodhimit,
- Ofrojnë mbështetje logjistike për anëtarët e inkubatorit.

Qendra e Inkubatorit të Biznesit në Prokuplje ndodhet në ish-fabrikën Kristal e cila është në pronësi të Komunës së Prokupljes dhe kompanisë private Ekonomik 94 në Beograd. Hapsira në dispozicion të banorëve/anëtarëve përbëhet nga 1700 m² prodhim dhe 150 m² hapësira për zyre.

Hapësira e prodhimit e destinuar për anëtarët është e ndarë lehtësisht dhe me panele të lëvizshëm, gjë që lejon që të ndryshohet sipas nevojave të përdoruesve të qendrës. Banorët gjithashtu do të jenë në gjendje të përdorin restorantin e përbashkët i cili gjithashtu është i vendosur brenda qendrës.

Shërbimet themelore të inkubatorit janë:

- Ambientet për prodhim të pajisur si duhet, me kushte më të favorshme sesa ato të tregut
- Shërbime administrative (marrja dhe dërgimi i fakteve, përcjellja e thirrjeve telefonike, lënia e mesazheve, shërbimet tjera administrative)
- Shërbimet e kopjimit
- Shërbimet e internetit
- Përdorimi i dhomës së mbledhjeve dhe aktiviteteve edukative me mjetet e nevojshme teknike
- Prezantim i organizuar i përbashkët në panaire dhe ekspozita
- Shërbime të personelit dhe mbështetja e tyre profesionale
- Mundësia për të përdorur kompjuterë dhe pajisje të tjera për zyra që ofron inkubatori
- Kërkimi i mundësive për të bërë biznes sipas porosive dhe për nevojat e anëtarëve
- Shërbime promovuese për të gjithë
- Program trajnimi për udhëheqjen dhe drejtimin e një biznesi

Kriteret për marrjen e statusit të anëtarit janë:

- 1) Faza e zhvillimit
- 2) Numri i të punësuarve
- 3) Rekrutimi i personave me aftësi të kufizuara / nevoja të veçanta
- 4) Produkti / Shërbimi
- 5) Përputhshmëria
- 6) Qëndrueshmëria e ndërmarrjes
- 7) Ndikimi në mjedis

Vecoritë kryesore të inkubatorit të biznesit në Prokupljës:

1. *tetë banorë/anëtarë të inkubatorit*
2. *prodhues prej tyre katër kompani*
3. *shërbime dy kompani*

4. *nje kompani ndërkombëtare e nisur ne këtë inkubatorë dhe tash ka mbi 6000 të punësuar nëpër qytete të ndryshme në Serbi (storije e suksesit)*
5. *59 kompani tani më e kanë lëshuar inkubatorin*
6. *i themeluar përmes partneritetit publiko-privat*
7. *dy anëtarë tjerë, njeri fakultet dhe tjetri institut i specijalizuar veterinar*
8. *inkubatori i biznesit përkrahë aktivitete të promovimit të anëtarëve, si pjesmarrje nëpër panairë, kryesisht panairë lokale dhe prezente nëpër rajon*
9. *konkursi i hapur disa herë në vite por selektimi bëhet në bazë të kriterëve të lartëpërmendura*
10. *anëtar i inkubatorit edhe një fakultet dhe një institut veterinar (i themeluar 1941)*
11. *bashkëpunimi me autoritet lokale në nivel të duhur, disa aktivitete të organizuara bashkë.*
12. *bashkëpunim të shkëlqyeshëm me shoqërinë civile, të apostrofuat gjatë bisedës*
13. *pasi kanë anëtar një fakultet, atëherë përmendet edhe bashkëpunimi mes tyre dhe udhëheqësit e inkubatorit shkëmbejnë informata dhe ofrojnë për studentët praktike nëpër kompanitë që janë anëtarë të inkubatorit*
14. *buletini "Ndërmarrësit" i cili pregaditet nga inkubatori së bashku me shërbimin nacional për punësim dhe ofron në çdo numër informata lidhur me mundësitë e përkrahjes për bizneset fillestare dhe të vogla*

INKUBATORI I NISHIT

Qendra për biznese fillestar-startup është një inkubator për të gjitha idetë e të rinjve dhe sipërmarrësve të biznesit. Qendra ofron mbështetje për frymën sipërmarrëse dhe zhvillimin e kreativitetit midis studentëve si dhe mbështetje për biznese inovative fillestare në fushën e shkencës dhe teknologjive në rrugën e tyre drejtë suksesit dhe pjekurisë.

Vizioni i qendrës duke e përfshirë kontributin e qytetit të Nishit, është për t'u bërë një qendër rajonale për zhvillimin dinamik të ndërmarrësisë dhe teknologjisë inovative, promovimin ndërkombëtar të projekteve dhe kompanive në rajonet jugore dhe lindore të Serbisë, si dhe rritjen e konkurrueshmërisë në të gjithë Republikën e Serbisë.

Qendra u krijua nga një iniciativë e përbashkët e Fakultetit të Inxhinierisë Elektronike dhe qytetit të Nishit dhe përfaqëson hapin e parë drejtë ndërtimit të Parkut të Teknologjisë së Shkencave në Nish. Ky inkubator është krijuar vetëm për kompani shërbyese.

Shërbimet themelore të ketij inkubatorit janë:

- Ambientet moderne të pajisura me të gjitha kushtet e nevojshme në një hapsirë prej 600m²
- Shërbime administrative të përbashkëta
- 24 vende të rezervuara për anëtarët/banorët në një hapsirë të përbashkët
- 12 vende janë të rezervuara vetëm për studentet
- Paisjet e nevojshme për kërkime të avancuara në shkencat e aplikuara
- Këshillime dhe përkrahje nga mentorët
- Salla e takimeve dhe ajo e konferencave
- Edukim të vazhdueshëm dhe punëtori të ndryshme
- Kuzhina e përbashkët

Vecoritë kryesore të inkubatorit të biznesit në Nish:

1. nëntë banorë/anëtarë të inkubatorit
2. të gjitha kompanitë janë në sektorin e TIK
3. vetëm ky inkubatorë ka vende të caktuara edhe për studentët e interesuar
4. inkubatori bënë promovime nëpër media sociale dhe janë mjaftë aktive
5. konkursi i hapur tërë kohën deri në plotësimin e vendeve (24 në total)
6. bashkëpunimi me autoritet lokale i shkëlqyeshëm dhe ky shihet si fillim i një ideje më të gjërë për themelimin e parkut teknologjik
7. bashkëpunim të shkëlqyeshëm me fakultetet sidomos me fakultetin e inxhinjerisë elektronike
8. antarët/banorët janë kompani shumë kreative, vlenë të përmenden disa, a) shërbime për sektorinë bankar në SHBA dhe Kanada, b) shërbime për lojra në internet VR, c) programe softverike për industrinë në rritje të automobilave me rrymë etj.

INKUBATORI I KRUSHEVCIT

Inkubatori i biznesit në Krushevc është themeluar nga qyteti i Krushevcit për qëllimin e vetëm – e që është krijimin e një ambienti për biznes për anëtarët/banorët e tij që do t'u mundësojë atyre të kalojnë me sukses fazën fillestare dhe më kritike të biznesit të tyre duke i'u siguruar njohuritë e nevojshme për rritje dhe zhvillim.

Inkubatori i biznesit është veçanërisht i rëndësishëm për Krushevcin sepse shumë sipërmarrës përballen me problemin e mungesës së kapitalit fillestar, përvojës së pamjaftueshme në administrimin e një biznesi dhe mungesën e njohurive për tregun që në fillim. Qëllimi kryesor për formimin dhe ekzistencën e një Inkubatori të Biznesit është të avancojë zhvillimin e ndërmarrësisë që mundëson rritjen e bizneseve të reja, krijimin e vendeve të punës dhe zhvillimin e teknologjive dhe ideve të reja. *Përvoja në Krushevc tregon se bizneset fillestare-startup që zhvillohen në inkubatorët e biznesit kanë shkallë më të ulët të dështimit, ndryshe nga kompanitë që janë zhvilluar jashtë inkubatorëve.*

Duke e përfshirë tërë territorin e Serbisë, vetëm inkubatori i biznesit në Krushevc është ndërtuar prej fillimit, modern dhe i ndërtuar me qëllim që të vendoset inkubatori. Janë 1630m² me module të rregulluara plotësisht për bizneset duke filluar nga madhësi të vogla prej 12m² deri në 102m², të përshtatshme për të gjitha llojet e veprimtarive të biznesit.

Inkubatori në Krushevc është shumëfunksional që do të thotë se është fleksibil për të marrë dhe ndihmuar të gjitha ndërmarrjet fillestare-startup (jo më të vjetëra se dy vjet), si industritë prodhuese ashtu edhe ato të shërbimeve që plotësojnë standardet themelore të tregut, teknologjike dhe mjedisore.

Inkubatori i biznesit funksionon sikur shoqatë biznesi, qëllimi i të cilit është të mbështesë procesin e krijimit të bizneseve të reja të suksesshme përmes ofrimit të shërbimeve të inkubacionit. Këto shërbime përfshijnë:

- trajnim për ndërmarrësi
- konsulencë biznesi në përgjithësi
- mbështetje teknike - teknologjike
- rrjetëzimi me institucione, persona juridikë dhe fizikë me kompetencë dhe aftësi për të punuar me inkubatorët e biznesit
- konsulencë në fushën e funksioneve të biznesit (marketing, financë, planifikim strategjik dhe afarizëm, kontabilitet)
- mentorimi
- ndihmë për aplikimin në fondet e buxhetit shtetit/komunës, kredi për bizneset fillestare, fondet e donatorëve dhe drejtimin e tyre drejtë burimeve të tjera të favorshme të financimit
- përdorimi i hapësirës dhe pajisjeve të përbashkëta (salla e takimeve, lokali, parkimi, pajisjet e konferencave ..)

- komunikim biznesi (postë, lidhje telefonike, postë, uebfaqe).
- Përveç këtyre shërbimeve të cilat janë pjesë përbërëse e paketës së shërbimeve të inkubacionit, klientët tanë mund të përdorin opsione shërbime shtesë që paguhen veçmas:
- shërbimet e kontabilitetit
- kurse specifike
- mirëmbajtja, pastrimi dhe siguria e vazhdueshme e objektit
- Përdorimi i internetit
- shërbimi postar

Vecoritë kryesore të inkubatorit të biznesit në Krushevc:

1. 11 banorë/anëtarë të inkubatorit
2. prodhues prej tyre janë tri kompani
3. shërbime të kompani
4. 72 biznese e kanë lëshuar tani më inkubatorin
5. komuna vendos për banorët e rinjë, jo menaxhmenti i inkubatorit
6. dy anëtarë janë në biznesin e kontabilitetit dhe shërbimeve consulting për biznese
7. inkubatori i biznesit përkrahë aktivitete të promovimit të anëtarëve, kryesisht në rajon
8. në Shkurt 2020 është bërë prezantimi i kompanise së parë start-up në kuader të inkubatorit në Krushevc prej industrisë së TIK (zhvillimi i android aplikacioneve)
9. konkursi i hapur gjatë tërë vitit
10. "paketë shërbimesh pas inkubacionit", që i ofrohet kompanive që largohen nga inkubatori pas vitit të tretë
11. bashkëpunim i shkëlqyeshëm me autoritet lokale dhe shumë aktivitete të organizuara bashkë, sidomos promocionet
12. bashkëpunim të shkëlqyeshëm me zyren rajonale të Odes Ekonomike të Serbisë, të apostrofuat gjatë bisedës
13. disa shërbime që në inkubatorët tjerë janë pjesë e shërbimeve bazë, në këtë inkubatorë paguhen, si kontabiliteti psh.
14. Inkubatori ka arritur që të themeloj edhe qendrën informative për inovacione, që i shërben përveç banorëve/anëtarëve edhe bizneseve tjera në qytet
15. restorantin i cili u shërben banorëve/anëtarëve me cmime të subvencionuara

DELTA BIZNES INKUBATORI

Është një program tre-mujor për të ndihmuar bizneset fillestarët që të zhvillojnë dhe përmirësojnë produktin ose shërbimin e tyre, t'a përgatisin atë për treg dhe t'i prezantojnë idetë investitorëve. Idetë zhvillohen përmes seminareve, ligjëratave, mentorimit dhe kontakteve të biznesit.

Përveç Delta Holding*, kompani të tjera dhe konsulentë të jashtëm me përvojë përkatëse në punën me ekipet fillestare gjithashtu marrin pjesë në program.

Vlenë të përmendet se ky lloj i inkubatori përfshinë tërë Serbinë, por në Jugun e Serbisë prezentohen vetëm në Leskovc dhe në Nish. Prandaj, ky inkubatorë është konsideruar për këtë hulumtim sepse si inkubatorë është prezent në rajon.

Çfarë përfitoni nga inkubatori?

- Një plan individual i punës sipas nevojave të ekipit tuaj dhe zhvillimit të një ideje fillestare.
- Mbështetje, njohuri, konsultim dhe këshillim nga ekipi i ekspertëve, partnerët dhe këshilltarët e biznesit të Delta Holding.
- Mentor me përvojë për t'ju ndihmuar të eksploroni potencialin e idesë suaj përmes punëtorive dhe të përcaktoni saktë atë që i'u nevojitet për të filluar startup-in tuaj drejt suksesit.
- Trajnime mbi tema relevante për biznese fillestare dhe aftësi/shkathtësi afariste të nevojshme.
- Mundësia për të zhvilluar idenë fillestare të startup-it tuaj deri në fazën e investimeve.

Për kë bëhet thirrja? Kjo është një thirrje për të gjithë që kanë një ide fillestare, por nuk kanë burime për t'a zbatuar atë.

- Për ata që janë të gatshëm t'i kushtojnë 3 muaj në zhvillimin e një ide fillestare dhe të marrin pjesë në takime dhe seancat mentoruese.
- Për ata që janë kurioz, ambicioz, inovativ, aktiv dhe kanë frymë sipërmarrëse.
- Për ata që janë të motivuar dhe duan të mësojnë, të punojnë të pavarur dhe të krijojnë.
- Për ata të cilëve gabimet nuk do të i'u ndalojnë por ju nxisin të provoni përsëri, në mënyra të ndryshme.

- Për ata që janë të guximshëm, këmbëngulës, dëshirojnë të marrin rreziqe dhe të jenë të gatshëm t'i bindin që startup-i juaj ka nevojë t'i jepet mundësa dhe burimet për t'u zhvilluar.

Vecoritë kryesore të Delta biznesit Inkubatorit:

1. aplikimi cdo tre muaj, i hapur në tërë vendin, prezentimet për Jugun e Serbisë për promovimin e inkubatorit bëhen në Leskovc dhe Nish
2. pranohen vetëm ekipe e jo edhe individ, sic është rasti edhe në të gjithë inkubatorët tjerë që janë prezent në Jugun e Serbisë
3. selektimi i ekipeve (teams) që do të marrin pjesë në inkubatorë bëhet gjatë sesioneve të garave (pitching)
4. mund të konkurojnë edhe ekipe që tani me kanë garuar edhe nëpër gara tjera
5. ekipet konkurruese mund të garojnë me më shumë se një ide
6. ekipeve i bashkangjiten mentorët dhe pjestarë të caktuar për atë ekip nga kompania Delta Holding
7. gjatë ligjeratave/prezenteve duhet patjetër të marrë pjesë së paku një prej anëtarëve të ekipit, përndryshe nuk kanë drejtë të konkurrojnë nëse nuk ndjekin ligjeratat
8. pas tre muajve të zhvillimit të idesë, pregaditet prezantimi dhe biznes plani për idenë e ekipit
9. ekipit i ndihmojnë gjatë tre muajve ekspertët e Delta Holding dhe ekspert të jashtëm të angazhur që janë me përvojë të madhe në zhvillimin e bizneseve fillestare
10. biznes plani i prezantohet komisionit dhe anëtarëve të Delta Holdingut me mundësinë për finansim
11. nuk ka numër të caktuar të ekipeve që anëtarësohen në inkubatorë, por idetë janë më të rëndësishme
12. bashkëpunim me të gjithë qytetet ku bëhen prezentimet
13. të gjitha shpenzimet gjatë tre muajve janë të mbuluara nga ana e inkubatorit për të gjithë ekipin

INKUBATORI NË MEDVEGJE

Është njëri nga inkubatorët më të vegjël në tërë Serbinë. Në kuadër të programeve qeveritare për përkrahjen e ndërmarrësisë në Jug të Serbisë është përkrahur edhe aktiviteti i themelimit të inkubatorit në Medvegje. Gjithashtu, për këtë nevojë është organizuar dhe renovuar një ndërtesë e vjetër, pronë e komunës së Medvegjës.

Edhe pse ky inkubatorë figuron nëpër të gjithë dokumentet që promovojnë inkubimin në Serbi, në realitet nuk funksionon fare ditëve të fundit, pasi që nuk ka patur interesim të bizneseve për t'u anëtarësuar në to. Gjithsejt ishin pregaditur tetë hapsira për biznese nga komuna por të gjitha kanë përfunduar me shoqata dhe organizata tjera rinore. E vetmja që është aktive tash është shoqata e bletarëve të Medvegjës.

4.2.3 Dallimet kryesore në mes të bizneseve fillestare që janë të vendosura në inkubatorë dhe atyre që janë themeluar jashtë inkubatorit

Intervistat me bizneset që janë banore në inkubatorët egzistues dhe atyre që nuk janë pjesë e ndonjë inkubatori të biznesit u strukturuan në katër fusha: 1) vështirësit për themelimin e biznesit, 2) përkrahja nga autoritetet lokale, qendrore apo ndonjë burim tjetër financiar dhe jo financiar, 3) rrjetëzimi dhe kontaktet me bizneset egzistuese në vend dhe, 4) promovimi i biznesit në lokal apo edhe më gjërë.

Pjesa e parë lidhur me vështirësitë për **fillimin e biznesit** në një rajon që është në përgjithësi në kategorinë e rajoneve të pazhvilluara në Serbi dhe për disa komuna mbase edhe të devastuara ishte edhe më sfiduese për shkakë se asnjë biznes që nuk është pjesë e inkubatorit nuk ka qenë i informuar për mundesinë e inkubatorit. Në pjesën e bizneseve që janë nëpër inkubatorë, vërehet një gjallëri më e madhe dhe optimizëm për bisedë lidhur me përvojat e tyre dhe suksesin e tyre për të bindur komisionet që ishin vendimtare për vlerësimin e tyre. Është vërejtur se vet procesi i konkurimit dhe aprovimit të tyre të bëhen anëtare/banore të inkubatorit, në rastet e hulumtuara, ka krijuar një vetbesim se ideja dhe biznesi i tyre mundet të ketë sukses. Duke i shtuar edhe lehtësirat që i ofrojnë gati të gjithë inkubatorët e biznesit në Jug të Serbisë, këto biznese kanë vërejtur se fillimi ka qenë shumë i lehtë në pjesën administrative dhe pak sfidues në pjesën e vërtetimit se ideja e tyre është e sukseshme qysh në fillimet e para.

Shumë sesione edhe takime janë organizuar nga vet inkubatori dhe gjithashtu, te të gjithë e permendin faktin se kanë qenë së bashku me biznese tjera që njëkohësisht nuk kanë

qenë konkurrent dhe ata kanë ndarë përvojat e tyre gjatë asaj kohe mjaftë kritike (gjashtë muajt e parë).

Bizneset që nuk janë pjesë e inkubatorëve vleresojnë lartë punën që e kanë bërë kontabilistët e tyre që në të gjitha rastet janë bashkëpunëtorë të jashtëm, pasi që ata janë marr me shumicën e punëve administrative gjatë themelimit dhe pregaditjes së dokumentacionit të nevojshëm për aplikim nëpër institucione të ndryshme dhe banka, përndryshe e pranojnë se idenë nuk e kanë pasur se cka duhet dhe si duhet. Bizneset jashtë inkubatorëve të gjitha këto shërbime i kanë paguar dhe në të njejtën kohë, derisa procesi i regjistrimit ka rrjedhur ata janë marr me shërbim/prodhim (disa të intervistuar kanë qenë biznese prodhuese dhe disa shërbyese). Shumica e bizneseve që janë intervistuar nga ato prodhuese ishin themeluar pasi që paraprakisht kishin punuar si mjeshtër/punëtorë nëpër kompani tjera private ku edhe kishin mësuar shumë mirë punën edhe e dinin saktë se cka i'u nevojitet për të fituar, por aspak nuk kishin njohuri për administrimin e biznesit.

Situatë e ngjajshme sa i përket përvojave paraprake kishin edhe bizneset që janë në inkubatorë, mirpo atyre i'u ishte ofruar hërët në fillim një përkrahje e vecantë.

Pjesa e **përkrahjes nga autoritetet lokale, qendrore apo ndonje burim tjetër financiar** dhe jo financiar është mjaftë e dallueshme në mes të bizneseve që janë në inkubatorë edhe atyre që nuk janë. Këtu është vërejtur një dallim i madhë, pasi që në bizneset që janë pjesë e inkubatorit kemi vizita të herpasherëshme të delegacioneve të ndryshme, si ato komunale, ato të institucioneve tjera që përkrahin punësimin, donatorët e ndryshëm dhe gjithashtu biznese tjera nga komuna edhe më gjërë. Kurse, bizneset fillestare që janë jashtë inkubatorëve janë gati të padukshme, pasi që përvec familjarëve dhe shokëve të tyre dhe familjeve të tyre, askush nga autoritete nuk i viziton për të përkrahur, por edhe më keq se kur i përmendet bizneseve atyre mendja menjëherë u shkon në inspektorët e jo në ndonjë tjetër vizitë përkrahëse. Kjo ndodh njejtë në të gjitha komunat, sepse autoritetet lokale, sipas disa pronarëve të bizneseve, ende nuk i shohin themeluesit e bizneseve fillestare si vlerë për komuna, por vetëm si t'i marrin taksa edhe tatime më shumë. Ndërsa bizneset që janë pjesë e inkubatorit të gjitha kanë biznes plan edhe atë të shkruar me ndihmën e mentorëve dhe përkrahjen e inkubatorit, ato biznese që janë jashtë nuk janë fare as afër përpilimit të një biznes plani, vetëm se kur duhet të pregadisnin ndonjë dokument apo edhe aplikim (zakonisht për grante të komunave) ata kontaktojnë kontabilistët e tyre, të cilët varësisht prej aplikacioneve u kërkojnë edhe vlera të ndryshme financiare. Kur u përmendet qiraja e

subvencionuar dhe shërbimet tjera të subvencionuara, të gjitha bizneset që janë jashtë inkubatorit janë të bindur se do të fitonin edhe së paku një rrogë tepër që disa më shumë deshirë do t'a kishin punësuar edhe një punëtorë shtesë. Gjithashtu, në ato komuna ku nuk ka ende inkubator, bizneset e intervistuar përmendin grantet që komuna i jep për bizneset fillestare, por të gjithë kanë shumë dyshime në ndarjen e tyre dhe shumica prej tyre e lidhin me parti politike, kurse disa edhe me njohjen e ndonjë personi kyc nëpër komuna. Kurse, bizneset në inkubatorë, gati shumicën e kohës, krahas punës që e bejnë në biznesin themelore, ata janë edhe në faza të ndryshme të aplikimeve, qoftë për grante komunale apo të donatorëve të ndryshëm që veprojnë në Jug të Serbisë, qoftë për subvencione të ndryshme në nivel qendror për punësime të punëtorëve të rinjë apo edhe ndonjë përkrahje tjetër nga insitucionet financiare, si bankat apo edhe fondi për zhvillim.

Një karakteristikë tjetër e bizneseve në inkubatorë ishte edhe fakti se ata janë shumë më tepër të njohtuar për programet e ndryshme që përkrahin ndërmarrësit e rinjë dhe NVM, për dallim prej bizneseve që nuk janë pjesë e inkubatorëve të cilët zakonisht ndëgjojnë për ndonjë mundësi nëpër kafeteri apo edhe internet-mediat sociale (kryesisht përmendin Facebook-un). Bankat komerciale dhe përkrahja nga familjarët janë burime kryesore financiare për bizneset fillestare në Jugun e Serbisë. Kjo ka edhe një vecori, se në bizneset shqipëtare, kryesisht janë mjete përkrahëse nga familja, dhe anasjelltas tek bizneset të serbëve nga bankat.

Tek pjesa e **rrjetëzimit dhe kontakteve me bizneset egzistuese në vend**, dallimet janë më të vogla, pasi që vendi dhe komunat nuk janë të mëdha edhe shumica njihen mes vete. Në disa raste, bizneset që nuk janë pjesë e inkubatorëve kanë përmendur se ata vet kanë ardhur në kontakt me shumë biznese në komunë që kanë pas interes, duke shfrytëzuar zakonisht ndonjë familjar, shok apo edhe direkt duke kërkuar takime. Kurse bizneset që janë në inkubatorë kanë përmendur më shumë bizneset që janë pjesë e inkubatorit kurse jo aq edhe bizneset që janë prezente në tregjet lokale.

Dhe në fund, **promovimi i biznesit në lokal apo edhe më gjërë** është pak prezent në përgjithësi, nëse edhe mund të thuhet, me dallim te disa inkubatorëve si ai i Nishit dhe Krushevcit. Kjo formë zakonisht përfshinë pregaditjen e vizitkartave të pronarit edhe atë pa ndonjë fokus të vecantë në një planë të promovimit. Kjo është e përbashkët për dy grupet edhe për ata që janë pjesë e inkubatorëve dhe ata që nuk janë.

Varësisht, se a kanë ndonjëri prej tyre ndonjë anëtarë në familje (zakonisht moter apo vëlla, djalë apo vajzë) që ka njohuri së paku bazike për media sociale, ata kanë edhe të themeluar nje profil në Facebook, të cilin e përdorinë herë pas here. Kurse bizneset në inkubatorë kanë secili prej tyre të pregaditur nga inkubatori një profilë të kompanisë i cili profilë është edhe i vendosur nëpër web faqet e inkubatorit por kjo është e vetme në shumicën e rasteve që janë edhe pjesë e inkubatorëve. Këtu zakonisht dallohen bizneset e TIK-ut, sepse ata në të gjitha rastet janë më të kompletuar sa i përket promovimit të bizneseve dhe produkteve të vecanta të tyre. Këtu vlenë të përmenden anëtarët/banorët e inkubatorit të Nishit që janë kampion në promovimin e tyre. Përvec bizneseve në inkubatorin e Nishit, shumë pak biznese tjera nëpër inkubator dhe jashtë tyre kanë arritur të kontaktojnë me biznese internacionale qysh në fazat e hershme të fillimit.

5. PËRFUNDIMI

Qëllimi kryesor i tezës sonë ishte dhënia e përgjigjeve në disa pyetje kryesore të ngritura më parë (a) funksionimin dhe rëndësinë e inkubatorëve të biznesit në mbështetjen e krijimit të bizneseve të reja dhe ndikimin e tyre në zhvillimin ekonomik lokal? (b) të analizojmë dhe kuptojmë rëndësinë e inkubatorëve të biznesit në zhvillimin dhe themelimin e start-up bizneseve në rajonin e Serbisë Jugore? (c) kuptojmë cili është roli i qeverisjes lokale dhe institucioneve të arsimit/edukimit/trajnitimit në promovimin e ndërmarrësisë në nivel lokal dhe regjional? dhe (d) kuptojmë cili është mjedisi konkurrues ku po veprojnë inkubatorë e biznesit dhe bizneset fillestare-startup?

Në pjesën e rishikimit të literaturës, ne jemi përqendruar në përshkrimin e termave kryesore dhe u përpoqëm të arrinim në një kuptim më të thellë të fushave që lidhen me inkubatorët e biznesit, si rëndësia ekonomike e inkubatorëve të biznesit, roli i inkubatorëve dhe bizneseve të vogla në ekonomitë lokale, parimet dhe praktikat më të mira të inkubatorëve të suksesshëm të biznesit, metodologjia e themelimit të inkubatorëve të biznesit, krakteristikat e bizneseve të vogla dhe atyre start-up, themelimi i biznesit të vogël/fillestar dhe format më të shpeshta, instrumentet e zhvillimit ekonomik lokal që janë duke u përdorur në Jugun e Serbisë, financimi i biznesit të vogël në vendet e BE-së dhe në Jugun e Serbisë dhe sfidat dhe problemet biznesit të vogël dhe inkubatorëve të biznesit.

Përkundër faktit se ne nuk kemi pasur një mostër të madhe të pjesëmarrësve në hulumtiminë tonë, ne besojmë se për shkak të përdorimit të metodës së intervistave të zgjeruara, kemi marr njohuri gjithëpërfshirëse për modelet e inkubatorëve që janë duke operuar, mbështetjen e komunave/qyteteve për inkubatorët dhe në përgjithësi për bizneset fillestare-startup dhe NVM nëpër këto komuna/qytete dhe në fund edhe mënyrën e operimit dhe avantazhet dhe disavantazhet që i kanë bizneset që janë pjesë e inkubatorëve dhe atyre që nuk janë.

Në lidhje me **pyetjen e parë**, mbi 75% e të intervistuarve deklaruan se ata mund të shohin vlerë në inkubatorët egzistues të biznesit të cilët mbështesin krijimit e bizneseve të reja dhe cka është më e rëndësishme që ndikojnë në zhvillimin ekonomik lokal dhe duhet të vazhdohet edhe më tutje me stimulimin e ndërmarrjeve fillestare dhe NVM. Më shumë se 60% e komunave/qyteteve të intervistuar tani më kanë plane edhe të shkruara për përkrahjen e ndërmarrjeve private në periudhën e ardhëshme.

Në lidhje me **pyetjen e dytë**, ne dëshironim të testonim nëse inkubatorët e biznesit kishin ndikim në zhvillimin dhe themelimin e bizneseve fillestare-start-up në rajonin e Serbisë Jugore. Në pjesën empirike, kemi konkluduar se inkubatorët e bizneseve që janë egzistues në rajonin e Jugut të Serbisë, në pjesën më të përgjithshme, nuk ishin aq determinues për themelimin e bizneseve të vogla e sidomos fillestare, megjithatë, ekzistojnë katër fusha ku inkubatorët e biznesit mund të ushtrojnë avantazhin e tyre: (1) kur bizneset themelohen nga pronarët e rinj të cilët kanë përvojë profesionale (praktikë për ushtrimin e detyrave), mirëpo kanë pak apo aspak përvojë në administrimin e një biznesi prej themelimit e deri tek zhvillimi dhe më vonë edhe rritja e biznesit, (2) kur tregjet ku operojnë bizneset fillestare-startup kanë mungesë të cfarëdo lloji të financimit, përveç atyre familjar dhe të shokëve/dashamirëve. Këtu vlenë të përmenden edhe dallimet në mes të bizneseve fillestare shqipëtare dhe serbe, ku të gjitha bizneset fillestare me pronarë shqipëtarë janë ndihmuar nga familja, kurse nuk kemi rastin tek ato serbe (3) kur inkubatorët e biznesit janë afer fakulteteve teknike apo kanë afër ndonjë institucion tjetër edukativ (shkolla profesionale) ku është prezent një numër më i madhë i ekspertëve të një fushe dhe (4) kur një qytet/komunë apo edhe rajon ka përcaktuar me strategjinë e tyre që t'i jipet prioritet bizneseve fillestare-startup në fushat që tërheqin/stimulojnë të rinjtë.

Këtu vlenë të cekën bizneset e TIK dhe profesioneve elektronike. Në këtë mënyrë do të stimuloheshin edhe më shumë ekspertët lokal që të krijojnë plane për të ndenjur në këto vende dhe me ata pastaj do të luftonin që të krijojnë ambient më të favorshëm edhe për të tjerët.

Lidhur me **pyetjen e tretë**, 100% të intervistuarve përgjegjeshin se roli i qeverisjes lokale dhe institucioneve të arsimit/edukimit/trajnimit në promovimin e sipërmarrjes dhe ndërmarrësisë në nivel lokal dhe regional është vendimtare, me që pa perkrahjen e qeverisjes lokale nuk do të themeloheshin asnjë prej inkubatorëve egzistues që edhe e konfirmon mosthemelimin e tyre në disa komuna. Në këto komuna që nuk kemi inkubatorë të biznesit edhe përkundër faktit se cdo vjet (psh në Komunën e Preshevës themelohen mbi 50 biznese) ato nuk e shohin të arsyeshme të themelojnë një të tillë, sepse mendojnë se duhet të merren me projekte më të mëdha, sic janë zonat ekonomike dhe dhënia e granteve direkte për NVM.

Gjithashtu, 100% e të intervistuarëve mendojnë se qeverisja lokale mundet të bëjë edhe më tepër, sidomos për të stimuluar të rinjtë të themelojnë biznese e mos të mendojnë t'a lëshojnë vendin e tyre.

Më **në fund**, siç e kemi cekur edhe më parë, mjedisi konkurrues ku po veprojnë inkubatorët e biznesit dhe bizneset fillestare-startup është mjedisë me shumë limitime, si ë aspektin e (a) **mungesës së fuqisë së kualifikuar punëtore** (90% të intervistuarëve cekin këtë) e cila është e angazhuar nëpër kompani të etabluara mirë dhe që kanë një histori dhe frigohen të kycen në ndonjë projekt të ri dhe pa garancione për sukses, si dhe (b) limitimet që i kanë bizneset fillestare për të konkuruar nëpër tendere të qeverisjes lokale (ku kërkohen më shumë se tri vite përvojë), banka, e sidomos frika nga kopjimi i ideve nga ana e kompanive që kanë në dispozicion më shumë kapital dhe thithja e fuqisë punëtore që e trajnojnë/edukojnë bizneset fillestare-startup.

Intervistat e mbajtura me të gjithë akterët e këtij hulumtimi ishin kryesisht në korrelacion me supozimet tona të mëparshme dhe përvojave që ishin prezente edhe nëpër vendet tjera ku ka një sistem më të organizuar të inkubatorëve të biznesit, për dallim të Serbisë në përgjithësi që është ende pioniere në këtë fushë në Ballkan.

Duke pasur parasysh të gjitha, ne besojmë se inkubatorët e biznesit duhet të themelohen në cdo komune dhe jo vetëm nga një por në disa komuna/qytete më të mëdha edhe më shumë se një inkubatorë biznesi me qëllim që të stimulohen sa më shumë të rinjtë të themelojnë biznese fillestare-startup, sepse vetëm në këtë mënyrë komunat/qytetet do të ndikojnë intensivisht në ngritjen e kapaciteve sipërmarrëse, sidomos te rinia e këtyre vendeve e cila sipas të gjitha analizave është e prirur të migroj ose nëpër qendra më të mëdha ose në shtete tjera perëndimore.

Megjithatë, inkubatorët egzistues të biznesit në rajoninë e Jugut të Serbisë ende vuajnë nga “sëmundjet e fëmijërisë” dhe duhet të zhvillohen ende, sepse:

1. Ekziston nevoja për të edukuar vazhdimisht menaxherët e inkubatorëve, sepse vërehet qartësisht se mungon përvoja dhe ekspertiza (dituria) për themelimin dhe udhëheqjen e inkubatorëve të biznesit
2. Fokusimi i inkubatorëve të biznesit edhe në pjesën strategjike dhe ndërlidhja e ngushtë e inkubatorëve të biznesit me strategjinë komunale/rajonale dhe jo e fragmentuar dhe orientuar në projekte specifike (aplikim tek donatorët apo fondi për zhvillim)
3. Vendosja e sistemeve të avancuara për përcjelljen e të dhënave dhe informatave nëpër inkubatorët e bizneseve, me qëllim të nxerrjes së përfundimeve dhe konkluzave të bazuara në numra

4. Trajnimet që organizohen nga ana e inkubatorëve të jenë të orientuar më shumë drejtë specifikave të bizneseve specifike e jo vetëm trajnime të përgjithshme (soft skills), të cilët trajnime janë gjithashtu të rëndësishëm, por jo edhe të vetëm që duhet të ndjekën
5. Edhe pse mjaftë sfiduese, komunat/qytetet është mirë që t'i japin rëndësi të vecant inkubatorëve të biznesit të dedikuar bizneset e TIK, sepse ashtu të fokusuar dhe mjaftë atraktiv për të rinjtë do të stimulonin edhe diasporën dhe bizneset ndërkombëtare t'i ofrojnë mundësi bashkëpunimi.
6. Të gjithë inkubatorët e vizituar (përvec atij të Nishit) kanë nevojë urgjente të përmirësojnë identitetin vizual të tyre dhe në të ardhëmen të kujdesen më shumë për promovimin e inkubatorëve

Si një **rekomandim për hulumtime të mëtutjeshme** në terren duke marr parasysh komentet e dhëna nga ndërmarrësit (sidomos ata të TIK) gjatë intervistave që duhet të marrim në konsideratë investorët engjuz, si konkurrentë shumë seriozë për bankat dhe institucionet financiare prezente në rajon në fazat e hershme të ciklit jetësor të kompanive.

BIBLIOGRAFIA

Burime primare:

1. Growing New Ventures, Creating New Jobs: Principles and Practices of Successful Business Incubation (Entrepreneurship: Principles and Practices) by Mark P. Rice and Jana B. Matthews (Oct 30, 1995)
2. Incubators: A Realist's Guide to the World's New Business Accelerators by Colin Barrow (Dec 14, 2001)
3. A comparative study of two European business incubators.: Article from: Journal of Small Business Management by Erkko Autio and Magnus Klofsten (Jul 28, 2005)
4. Entrepreneurship Incubators and Economic Growth: An Across-countries Empirical Analysis (Economic Issues, Problems and Perspectives) by Anastasia Petrou, Panagiotis Liargovas and Irene Daskalopoulou (Sep 30, 2010)
5. The Business of Venture Capital: Insights from Leading Practitioners on the Art of Raising a Fund, Deal Structuring, Value Creation, and Exit Strategies (Wiley Finance) by Mahendra Ramsinghani (Oct 25, 2011)
6. Inside Business Incubators and Corporate Ventures by Sally Richards and Jim Robbins (Nov 9, 2001)
7. A Comprehensive Guide to Business Incubation by Sally Hayhow and National Business Incubation Association (Dec 1995)
8. The New Business Incubator: Linking Talent, Technology, Capital and Know-How by Raymond W. Smilor and Michael Doud, Jr. Gill (Sep 1986)
9. Start Your Own Business, Fifth Edition: The Only Start-Up Book You'll Ever Need by Entrepreneur Press (Aug 31, 2010)
10. Knowledge Economies: Clusters, Learning and Cooperative Advantage (Routledge Studies in International Business and the World Economy) by Philip Cooke (Nov 21, 2001)
11. The Big Book of Small Business: You Don't Have to Run Your Business by the Seat of Your Pants by Tom Gegax and Phil Bolsta (Feb 6, 2007)
12. Get Your Business Funded: Creative Methods for Getting the Money You Need by Steven D. Strauss (Jun 28, 2011)
13. Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models [Article from: Technovation] by R. Grimaldi and A. Grandi (Feb 1, 2005)
14. Homeboy industries: an incubator of hope and businesses.(Company overview)(Case study): An article from: Entrepreneurship: Theory and Practice by David Y. Choi and Fred Kiesner (Jan 17, 2008)
15. Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond by Timothy S. Hatten (Feb 10, 2011)
16. Ahlin, E. (2007, March 31). Café feeds need for business incubator. Omaha World-
17. Herald (Omaha, Nebraska), pNA.

18. Beech, W. (1999). The black enterprise guide to starting your own business. New York:
19. Wiley.
20. A Blueprint for our future: With our future at stake, the Detroit Regional Chamber is spearheading an initiative to chart a new course for southeast Michigan (Copy Editor). (2006, April - June). *Detroit Magazine* (Detroit), 97.3, 14 (5).
21. Bodipo-Memba, A. (2007, April 9). Venturing into the spotlight – investors look to state
22. for energy innovation. *Detroit Free Press*, 8A.
23. Boone, R. (2006, September 5). A small office space gives start-ups some room to grow; Small business incubator provides an inexpensive office with a chance to network. *Olympian* (Olympia, Washington), pNA
24. Creswell, J. (2003). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (2nd edition). Thousand Oaks, Calif. Sage
25. DeMoss, J. (2006, August 13). Business incubator in Ogden, Utah, encourages success
26. for companies. *Standard-Examiner* (Ogden, Utah), pNA.
27. Dietderich, A. (2006, June 5). Michigan has the potential to become a biotech powerhouse, but for a state built on manufacturing, the task of developing that potential has been described as “Like playing chess with no squares”: Part 1 of 2. *Crain’s Detroit Business* (Detroit), 13.
28. Gensing, J. (2007, February 20). Whitewater plans business incubator. *Wisconsin State Journal* (Madison, Wisconsin), pNA.
29. Henderson, T. (2006, June 5). Expert: State must ‘rebrand’ itself for the future. *Crain’s Detroit Business* (Detroit), M-8.
30. Henderson, T. (2006, October 9). Regional stocks down, lag national trends in 3rd quarter. *Crain’s Detroit Business* (Detroit), 4.
31. Hillstrom, K., & Collier, L. (2002). *Business Incubators* (Vol. 1, 2nd ed). *Encyclopedia of Small Business*. Detroit: Gale, 130-133.
32. Hillstrom, K., & Collier, L. (2002). *National Business Incubation Association (NBIA)* (Vol. 1, 2nd ed). *Encyclopedia of Small Business*. Detroit: Gale, 769-770.
33. 29. Jarema, M. (2006, November 21). GVSU president hails partnerships – education is key to state’s success, Thomas Haas says. *Grand Rapids Press* (Grand Rapids, Michigan), B2.
34. 30. Kosdrosky, T. (2004, November 29). Economic downshift: The Big Three’s market share has dropped 14 points over a decade. Southeast Michigan’s economy is stuck in neutral while the rest of the country has hummed along through a recovery. *Crain’s Detroit Business* (Detroit), 1.
35. Lane, A. (2006, September 18). State Execs see flat regional economy. *Crain’s Detroit Business* (Detroit), pNA-.
36. *The lowdown on Motown: Developing cities (can Detroit be revived?)* (Copy Editor). (2007, February 3). *The Economist* (US), pNA.

37. Marshall, C. & Rossman, G. (1999). *Designing Qualitative Research* (3rd edition). Thousand Oaks, California: Sage.
38. Morath, E. (2007, March 28). Plan adds power to small business – regional coalition seeks federal, state support for company accelerators. *Detroit News* (Detroit, Michigan), 1C.
39. Morrison, K. G. (2006, November 3). Hatching haute fashion – Detroit fashion incubator offers edgy garments by local designers. *Detroit News* (Detroit, Michigan), 1E
40. Mueckenheim, J. K. (2002). Retail Business Incubator. *Business Plans Handbook* (Vol. 9). Detroit: Gale. 325-347.
41. Murray, S. (2007, January 25). Hope from past Pfizer closing – drug maker's former Skokie site thriving with new owners. *Grand Rapids Press* (Grand Rapids, Michigan), E2.
42. Nax, S. (2006, December 2). Warming to a new concept: Local businesses growing at a rapid rate are getting a little help from CargoBay, a new \$8 million business incubator in Clovis. *Fresno Bee* (Fresno, California). pNA.
43. Pare, M. (2006, December 17). Business incubator full, has waiting list. *Chattanooga Times/Free Press* (Chattanooga, Tennessee). pNA.
44. Price, C. (1999). 101+ Answers to the most frequently asked questions from entrepreneurs. New York: Wiley. 54-56 Promoting business and technology incubation for improved competitiveness of small and medium-sized industries through application of modern and efficient technologies. (2004). New York: United Nations Publications.
45. Shamus, K. J. (2007, April 8). Universities' alliance will help state, schools say. *Detroit Free Press* (Detroit, Michigan). 1A.
46. Shirouzu, N. (2007, April 13). In quest for better battery, keep an Ion Nationalism. *Wall Street Journal*, B1-B4.
47. Steffens, R. (1992, May). What the incubators have hatched: An assessment of a much-used economic development tool. *Planning*, pNA.
48. Ramadani, Veand. *Specifikat e biznesit te vogel*. UEJL, Tetovë. 2010.
49. Ramadani, Veland. *Biznes engjëjt*. UEJL, Tetovë. 2010.
50. Ramadani, Veland. *Rizicniot kapital i maliot biznes*. Alma, Shkup: 2010
51. Ramadani dhe Hisrich (2015), *Ndërmarrësia dhe menaxhimi i biznesit të vogël*, UEJL, Tetovë.
52. Selimi Nasir, Ramadani, Veland. *Rexhepi, Gadaf. Hyrje ne biznes*. Alma, Shkup: 2010.
53. Shuklev dhe Ramadani (2012), *Biznesi i vogel dhe ndërmarrësia*, UEJL, Tetovë.
54. Steingold, F. S., *Legal Guide for starting and running a Small Business*, 11th edition, Delta Printing Solution INC, California, 2009.
55. Stokes, D., *Small business management*, 4th edition, Australia, London 2002.
56. *Sustainable performance of business start-ups: Case studies of Nordic business incubators in Denmark, Norway and Iceland* by Veslemøy Brandsnes Aurmo (Feb 20, 2011)
57. Adizes, I., 1989. *Corporate Lifescycles: How and Why Coprations Grow and Die and What to do About it*. New Jersey: Prentice-Hall.

Burime sekundare:

1. How to benefit from a business incubator. (THE "HOW TO GUIDE"): Article from: Northern Ontario Business (Aug 1, 2005)
2. Array Maker Moves to Business Incubator.: Article from: Membrane & Separation Technology News (Jul 30, 2005)
3. Creating a culture of entrepreneurship: why are business incubators such an important element of our economic-development agenda?(Viewpoint): Article from: Indiana Business Magazine by Adam W. Herbert (Jul 31, 2005)
4. A comparison of critical success factors for effective operations of university business incubators in the United States and Korea.: Article from: Journal of Small Business Management by Sang Suk Lee and Jerome S. Osteryoung (Aug 1, 2005)
5. http://www.acips.ba/bos/uploads/publikacije/Optimalna_politika_inkubiranja_preduzeca_u_sarajevskom_makro.pdf
6. <https://www.intechopen.com/online-first/business-incubator-and-economic-development>
7. <http://www.pks.rs/Portals/0/pks/MiSPreduzeca/Studija%20izvodljivosti%20BI%20Vranje.pdf>
8. <https://www.slideshare.net/seminarskid/biznis-inkubatorikaoinstrumentlokalnogekonomskograzvoja-101515143>
9. <http://oliver.efos.hr/nastavnici/jskaro/BIOS.pdf>
10. <http://www.scribd.com/doc/63326693/Biznis-Inkubatori-Kao-Instrument-Lokalnog-Ekonomskog-Razvoja>

SHTOJCAT

Shtojca 1. *Pyetësori për komunat ku ka inkubatorë biznesi.*

Gjuha e përdorur në këtë hulumtim është gjuha serbe sepse të gjithë inkubatorët e biznesit në Serbinë Jugore janë në komuna/qytete serbe.

Ispitivanje

Postovani/a,

Osnovna svrha ovog upitnika je dobijanje preciznih informacija ŠTA je to sto je sve potrebno da a) uspesno posluje vas Bizis inkubator (ako ima) ili b) zasto u vashoj opštini/gradu nije osnovan jedan takav. Na osnovu dobijenih informacija ja (Rexhep Ilazi) ce napraviti detaljnu analizu situacije na Jugu Srbije a u vezi sa sadasnjim razvojem Biznis inkubatora i njihovim uticajem na lokalni ekonomski razvoj i analizu izvodljivosti Biznis inkubatora u onim opstinama/gradovima koji nemaju jos osnovane i planiraju u prestonom periodu da osnivaju. Ovaj rad tezi ka tome da dobije realno stanje u Biznis inkubatorima i moze da sluzi i kao prirucnik za bolju organizaciju istih ili da sluzi kao plan za osnivanje Biznis inkubatora u buduce.

AKO STE ZAINTERESOVANI da ucestvujete u razvijanje ovog master rada molimo vas da odvojite malo vremena i odgovorite na pitanja iz ovog upitnika. Ukoliko budete imali dodatna pitanja posle naseg razgovora onda javite se Rexhep Ilazi (063/365-558)

Dali u vashoj opštini/gradu imate inkubator?	a) Da (produzite dalje) b) Ne (upitnik drugi)
--	--

Vrsta inkubatora:	a. Proizvodni b. Usluzni c. _____)
Mesto:	
Opština/Grad:	
Navedite puno ime inkubatora (ako ima):	
PIB Broj i Maticni broj:	
Adresa:	
Tel:	
E-mail:	

Internet adresa	
Ime i prezime menadzera:	
Kontakt osoba:	

OSNOVNE INFORMACIJE O VAŠOM INKUBATORU

Datum osnivanja i registracije	
Koliko dugo je aktivan Inkubator	a. Manje od 1.5 godina b. Više od 1.5 godina
Struktura Inkubatora	a. Proiznodno _____ % b. Usluzno _____ %
Pravni status inkubatora	a. d.o.o b. akcionarsko c. komanditno d. ortakco e. zadruga f. drugo _____
Broj clanova (preduzeca) unutar Inkubatora	
Kakva je struktura polova unutar clanova Inkubatora	a. M (_____) b. Ž (_____)
Koliko je članova napustilo Inkubator do sada?	
Koliko aplikanata ima svake godine i dali imaju konkurs za to?	
Koliko firmi se registruju (startup) godisnje u vasioj opstini/gradu?	
Navedite ukupan broj zaposlenih u Inkubatoru?	
Navedite ukupan broj zaposlenih u administraciju inkubatora?	
Od ukupnog broja zaposlenih i žena i muškaraca koliko je njih mladje od 30 godina	
Dal saradjuju sa srednjim skolama i fakultetima (ukoliko ima) u Opstini/gradu i kakko?	

Broj studenata ili skolarca na praksi (ako ima)	

BUSINESS/POSLOVANJE

Navedite ključne proizvode i usluge koje pruža vaš inkubator	
Kolika je iskorišćenost Vaših kapaciteta u %	
Navedite ukupan prihod od prodaje koje imaju firme u vašem inkubatoru u zadnje dve godine (u Eurima)	1 godina
	2 godina
Da li se neka firma bavi izvoznim poslovima ili planiraju?	a. Da b. Ne c. Ne, ali planiramo u naredne dve godine d. Nismo sigurni da je naš proizvod pogodan za izvoz
Ako izvoze, u koje tačno zemlje, navedite?	a. Evropska unija b. Susedne zemlje a. drugo _____ ?
Očekujete li da ćete povećati /smanjiti broj članova u narednih 12 meseci?	a. Da, povećanje b. Da, smanjenje c. Ne znam
Da li je vaš biznis inkubator profitabilan?	a. DA, prilično su velike ostvarene razlike b. DA ali vrlo malo c. NE d. NE ZNAM
Ko su ključni konkurenti vaših članova?	a. Firme nase veličine b. Manje firme c. Velike firme d. I male i velike firme e. Ne znam,
Ključni konkurentski proizvodi vašem su:	f. Iz uvoza g. Domaće proizvodnje h. I jedni i drugo i. Ne mogu da procenim precizno
	a. Kvalitetniji je naš proizvod

ŠTA je to po čemu se vi razlikujete od vaših konkurenata?	b. Imamo veći broj proizvoda različitog kvaliteta i cene c. Povoljniji smo d. Vrlo smo slični e. Nešto drugo _____ f. Nismo sigurni tačno
Zaokružite sve što se odnosi na vaš inkubator	a. Imamo razvijenu strategiju za naš inkubator b. Imamo razvijenu strategiju u pismenoj formi (u vidu dokumenta) c. Imamo biznis plan d. Imamo biznis plan razvijen u pismenoj formi (u vidu dokumenta) e. Imamo marketing strategiju Imamo marketing strategiju i u pismenoj formi (u vidu dokumenta) f. Nemamo te dokumente i nisu na potrebni g. Nemamo te dokumente, potrebni su nam, ali ne znamo kako da ih napravimo h. Nemamo te dokumente, potrebni su nam, znamo kako da ih napravimo ali nemamo vremena i. Želeli bismo da saznamo kako će nam ti dokumenti pomoći u poslu
Zaokružite sve što se odnosi na vaš inkubator	a. Imamo dovoljno informacija o našoj opštini b. POZNAJEMO NAŠU konkurenciju van inkubatora i znamo koja je njihova poslovna strategija c. Znamo kako da napravimo dobar proizvod ali potrebna nam je samo podrška da povećamo PRODAJU d. Ništa od navedenog,
Da li ste posećivali domaće sajmove? Da li ste izlagali? Kada i gde?(navedite dva poslednja na kojima ste učestvovali)	a. Da, samo posećivali b. Da, izlagali smo c. Nismo imali potrebu To su bili sledeći sajmovi:
Koji je bio cilj vaše posete sajmu?	a. Da pronadjemo nove kupce b. Da istražimo šta radi konkurencija c. Da se informišemo o trendovima u industriji d. Nismo imali poseban cilj
Da li mislite da će vam pored posojećih prihoda biti potrebne finansije u naredne 1-3 godine, i ako da za šta konkretno? Zaokružite	a. Oprema za nase članove b. Novi proizvodni pogon, poslovni prostor c. Obrtni kapital d. Drugo,Šta? _____ e. Neće nam biti potrebno f. Ne znamo

Ako ste odgovorili da će vam biti potrebna sredstva, kako ćete se finansirati?	a. Zaduživanje kod banaka b. Zaduživanje c. Lične pozajmice, štednja d. Donatori e. Nešto drugo _____	
Zaokružite sve što se na vas odnosi	a. Imamo knjigovodju zaposlenig u našem inkubatori b. Knjigovodstvo nam radi spoljna agencija c. Imamo finansijskog menadžera ili osobu koja u firmi radi analize, projekcije prodaje, budžete d. Imamo ljude koji rade marketing i promociju u sklopu inkubatora e. Koristimo usluge drugih agencija za marketing	
Da li ste do sada koristili konsultantske usluge?	a. Da b. Ne	
Da li članovi inkubatora i vi investirate u treninge i da li ste do sada učestvovali na nekim treninzima?	a. Da b. Ne	
Da li vaš inkubatora finansira/učestvuje u neke socialne aktivnosti u opštini/gradu i koje?		

Dali vasa opstina ima neku od navedenih:

1. Industriska Zonu
2. BID zonu
3. Biznis servis centar (Poslovni Centar)
4. Nesto drugo za podrsku privatnog sektora _____.

Jace strane:

Slabosti:

Shtojca 2. Pyetesori për komunat ku nuk ka inkubatorë biznesi.

Ispitivanje

Postovani/a,

Osnovna svrha ovog upitnika je dobijanje preciznih informacija ŠTA je to sto je sve potrebno da a) uspesno posluje vas Bizis inkubator (ako ima) ili b) zasto u vashoj opštini/gradu nije osnovan jedan takav. Na osnovu dobijenih informacija ja (Rexhep Ilazi) ce napraviti detaljnu analizu situacije u Srbije a u vezi sa sadasnjim razvojem Biznis inkubatora i njihovim uticajem na lokalni ekonomski razvoj i analizu izvodljivosti Biznis inkubatora u onim opštinama/gradovima koji nemaju jos osnovane i planiraju u prestojećem periodu da osnivaju. Ovaj rad tezi ka tome da dobije realno stanje u Biznis inkubatorima i moze da služi i kao prirucnik za bolju organizaciju istih ili da služi kao plan za osnivanje Biznis inkubatora u buduce.

AKO STE ZAINTERESOVANI da ucestvujete u razvijanje ovog master rada molimo vas da odvojite malo vremena i odgovorite na pitanja iz ovog upitnika. Ukoliko budete imali dodatna pitanja posle naseg razgovora onda javite se Rexhep Ilazi (063/365-558)

Dali u vashoj opštini/gradu imate inkubator?	c) Da (upitnik drugi) d) Ne (produzite dalje)
--	--

Dali planirate u narednih god dana da osnivate biznis inkubator:	d. Da e. Ne f. _____)
--	-----------------------------

OSNOVNE INFORMACIJE O VAŠOJ OPŠTINI/GRADU

Koliko dugo vodite sektor za podrsku MSP u vashoj opštini	c. Manje od 1 godina d. Više od 1 godina
Struktura firmi koje se osnivaju u vashoj opštini	c. Proiznodno _____% d. Usluzno _____%
Zasto nije osnovan inkubator	
Kako vasa opština pomaze MSP, pogotovo novoosnovane firme	

Koliko mladih preduzetnika traže od opštine godišnje pomoć?	
Koliko firmi se registruju (startup) godišnje u vašoj opštini/gradu?	
Navedite ukupan broj aktivnosti koje ste preuzeli prošle godine za novo osnivanje preduzeća?	
Navedite nam glavne prepreke i izazove vaše opštine kad je u pitanju preduzetništvo?	
Koje sve instrumente za pomoć preduzetnika koristite u vašoj opštini?	
Dal saradjujete sa srednjim školama i fakultetima (ukoliko ima) u Opštini/gradu i kako?	
Dali vaša Opština pomaže studentima da idu na praksu kod privrednih subjekata	
Dali vaša opština ima neku od navedenih	1. Industrijska Zonu 2. BID zonu 3. Biznis servis centar (Poslovni Centar) 4. Nesto drugo za podršku privatnog sektora _____

Po vašem mišljenju, koja su poboljšanja koja vaša opština / grad trebaju da učine da bi stimulisala i povećala zapošljavanje mladih:

Da li smatrate da je biznis inkubator dovoljan instrument lokalnog ekonomskog razvoja?

Da li ste videli / čuli / posetili iskustvo poslovnih inkubatora u drugim zemljama? Kako funkcionišu? Šta možemo naučiti od njih?

Shtojca 3. Statistikat e Jugut të Serbisë për numrin e bizneseve dhe punëtorëve.

		Period	2017	2018
			SRBIJA –	SRBIJA –
Indikator	Delatnost KD2010		JUG	JUG
Broj preduzeća [broj]	Ukupno		25154	25380
	B - Rudarstvo		166	166
	C - Prerađivačka industrija		6828	6804
	D - Snabdevanje električnom energijom, gasom, parom i klimatizacija		295	317
	E - Snabdevanje vodom; upravljanje otpadnim vodama, kontrolisanje procesa uklanjanja otpada i slične aktivnosti		364	347
	F - Građevinarstvo		2035	2082
	G - Trgovina na veliko i trgovina na malo; popravka motornih vozila i motocikala		8346	8411
	H - Saobraćaj i skladištenje		2406	2463
	I - Usluge smeštaja i ishrane		723	733
	J - Informisanje i komunikacije		747	785
	L - Poslovanje nekretninama		181	211
	M - Stručne, naučne i tehničke delatnosti		2252	2274
	N - Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti		686	667
	S - Ostale uslužne delatnosti		125	120
Broj zaposlenih lica [broj]	Ukupno		350304	365860
	B - Rudarstvo		9906	12083
	C - Prerađivačka industrija		181880	189915
	D - Snabdevanje električnom energijom, gasom, parom i klimatizacija		2960	3006
	E - Snabdevanje vodom; upravljanje otpadnim vodama, kontrolisanje procesa uklanjanja otpada i slične aktivnosti		19047	18532
	F - Građevinarstvo		23305	23554
	G - Trgovina na veliko i trgovina na malo; popravka motornih vozila i motocikala		60668	63953
	H - Saobraćaj i skladištenje		23044	24132
	I - Usluge smeštaja i ishrane		5673	6238
	J - Informisanje i komunikacije		4618	4925

	L - Poslovanje nekretninama	1101	1199
	M - Stručne, naučne i tehničke delatnosti	11974	12114
	N - Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti	5696	5789
	S - Ostale uslužne delatnosti	432	420
Datum ažuriranja: 18.3.2020.			
Izvor: RZS			

Deklaratë nderi

Unë, Rexhep Ilazi, me këtë deklaroj:

1. që kam shkruar këtë tezë masteri, "Inkubatorët e biznesit si instrument për zhvillimin ekonomik të rajonit të Serbise Jugore" me gjatësi prej 94 faqesh, në mënyrë të pavarur dhe pa përdorimin e burimeve të tjera përveç ato të listuara,
2. që nuk kam shfrytëzuar asnjë lloj ndihme të paautorizuar,
3. që është rezultat i hulumtimit dhe analizave personale dhe se
4. për cdo dyshim apo plagjiature, përgjigjem personalisht para cdo organi dhe institucioni në cilën do formë, morale, penale dhe materiale.

24. 04. 2020.

Data

Nënshkrimi