

Faktorët e jashtëm dhe të brendshëm që ndikojnë në zhvillimin e NVM-

ve

Nga

Rilinda Rahimi

Teza

Paraqitur në Universitetin e Evropës Juglindore

Në përmbushjen e pjeshme të kërkesave për

Master ne Financa dhe Kontabilitet



Fakulteti i Biznesit dhe Ekonomise - UEJL

Tetovë

December/2018

UNIVERSITETI I EVROPËS JUGLINDORE
DEKLARATA PËR MIRATIMIN E TEZËS

1. Assoc. Prof. Dr. Hyrije Abazi-Alili - mentor
2. Prof. Dr. Izet Zeqiri -anëtar
2. Assoc. Prof. Dr. Jusuf Zekiri - anëtar

MIRËNJOHJE

Përfundimin e tezës së magistraturës e vlerësoj si një hap të rëndësishëm në jetën dhe karrierën time akademike. Prandaj, në fund të kësaj periudhe intensive studimesh e gjej me vlerë të shpreh mirënjohje dhe falënderime të sinqerta për ata të cilët më kanë përkrahur dhe mbështetur në realizimin e këtij punimi.

Së pari, shpreh falënderimet e mia të sinqerta për udheheqesin tim Assoc. Prof. Dr Hyrije Abazi për orientimet, mbështetjen e saj, sugjerimet e vazhdueshme dhe gatishmërinë për të më ndihmuar në çdo hap të këtij punimi.

Shumë falënderime Fakultetit të Biznesit dhe Ekonomisë, pranë Universitetit të Evropës Juglindore që më dha mundësinë të jem studente e tyre gjatë studimeve të magistraturës.

Falënderoj familjen time për mbështetjen dhe ndihmën e pakursyer.

Falënderime të sinqerta të gjithë menaxherëve/pronarëve, që shpenzuan kohën e tyre të çmuar për t'iu përgjigjur pyetësorëve dhe të gjithë shoqërisë sime për ndihmën e pakursyer.

Përzemërsisht

Rilinda Rahimi

LISTA E TABELAVE

Tabela 1: Dimensionet e Hofstede me përmasat kryesore të ndërmarrësisë.....	55
Tabela 2 .Përkufizimi i ndërmarrjeve mikro,të vogla dhe të mesme në Maqedoni ..	76
Tabela 3. Ndarja e subjekteve aktive të biznesit nga numri i të punësuarve	76
Tabela 4. Ndarja e NVM-ve sipas sektorit ekonomik 2014.....	79
Tabela 5. Kontributi i NVM-ve për xhirot totale sipas sektorit ekonomik	80
Tabela 6. Kontributi i NVM-ve për të xhiros totale sipas madhësisë	82
Tabela 7. Llogaritja e kërkesës për kredi nga NVM-të.....	86

LISTA E FIGURAVE

Figura 1 :Lidhshmëria e teorisë dhe praktikës ekonomike.....	15
Figura 2. NVM -të janë burimi kryesor i vendeve të punës në sektorin e biznesit. Përqindja e të gjithë personave të punësuar, ekonomia e përgjithshme e biznesit, 2014	17
Figura 3 NVM-të janë më pak të lidhura sesa firmat e mëdha në rrjetet ndërkombëtare të njohurive. Fushat e angazhuara në bashkëpunimin ndërkombëtar për inovacion, sipas madhësisë së firmës, si përqindje e firmave të produkteve ose proceseve inovative në secilën kategori madhësie, 2010.....	19
Figura 4. „Treshja e Madhe\.....	29
Figura 5 : Hierarkia e nevojave të Maslow.....	64

PËRMBAJTJA

KREU 1 HYRJE	11
1.1 Pëshkrimi i studimit.....	11
1.2 Qëllimi i studimit dhe rëndësia e studimit	11
1.3 Të dhënat e përdorura në studim ;	13
1.4 Organizimi i punimit ;.....	14
KREU 2 SHQYRTIMI I LITERATUËS	15
2.1 Nocioni i ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme	15
2.2 Rëndësia e zhvillimit të NVM-ve	16
2.3 Përfitimet nga taksat nga NVM-të.....	20
2.4 Barrierat për financimin e NVM-ve	21
2.5 Mekanizmat alternativ të mikrofinancimit.....	22
2.6 Promovimi i ndërmarrësisë dhe NVM në një ekonomi globale	24
2.7 Marketingu dhe NVM.....	26
2.8 Rëndësia e medias sociale në botën e biznesit modern.....	28
2.9 Nvm dhe E-tregtia.....	30
2.9.1 Shërbimet virtuale të industrisë B2B	31
2.10 Format e organizimit të biznesit	33
2.10.1 Firma individuale	34
2.10.2 Partnershipi-ortakëria	37
2.10.3 Shoqëria aksionare	38
2.10.4 Qeverisja e korporatës	40
2.11 Rritja dhe smadhimi i biznesit.....	41
2.12 Problemet me te cilat ballafaqohet pronari i biznesit të vogël	43
KREU 3 Faktorët që ndikojnë në zhvillimin e NVM	45
3.1 Faktorët e jashtëm.....	46
3.1.1 Faktorët ekonomikë	46
3.1.2 Faktorët politik-institucional	49
3.1.3 Faktorët socio-kulturore	51

3.1.4 Faktorët e mundësisë së tregut	56
3.2 Faktorët e brendshëm	56
3.2.1 Demografia e kompanisë	57
3.2.2 Kapitali njerëzor	58
3.2.3 Karakteristikat Demografike të pronarit	60
3.2.4 Përvoja e mëparshme	61
3.2.5 Karakteristikat e sipërmarrësit	63
3.2.6 Aftësitë e sipërmarrësit	73
KREU 4 Analiza e kërkesës në Republikën e Maqedonisë	76
4.1 Madhësia dhe rritja e segmentit	76
4.1.1 Rëndësia e sektorit	77
4.1.2 Vlerësime të tjera	77
4.1.3 Saktësia e vlerësimit	78
4.1.4 Norma e rritjes	78
4.2 Karakteristikat e NVM-ve	78
4.2.1 Aktiviteti ekonomik	78
4.3 Performanca	80
4.3.1 Performanca sipas aktivitetit ekonomik	80
4.3.2 Performanca sipas madhësisë	81
4.4 Çështjet institucionale dhe rregullatore	82
4.4.1 Fillimi i një biznesi	82
4.4.2 Zgjerimi i energjisë elektike	82
4.4.3 Pagesa e taksave	83
4.4.4 Programet e ndërmarrësisë dhe mbështetjes	83
4.4.5 Trajtimi përtej kufijve	83
4.4.6 Çështjet mjedisore	83
4.4.7 Zbatimi i ligjeve	84
4.4.8 Tregu i punës	84
4.5 Inovacioni	84
4.6 Kërkesa për Financim	86
4.6.1 Vlerësimi i kërkesës	86

4.6.2 Kërkesa sipas llojit të NVM-ve	87
4.6.3 Kërkesa nga instrumenti	87
4.7 Metodologjia e hulumtimit.....	Error! Bookmark not defined.
4.8 Metodologjia e hulumtimit.....	Error! Bookmark not defined.
KREU 5 Metodologjia e hulumtimit dhe Rezultatet empirike	90
5.1 Metodologjia e hulumtimit.....	90
5.2 Rezultatet e hulumtimit empirik.....	90
5.3 Vërtetimi i hipotezave.....	98
5.4 Përfundime nga hulumtimi empirik.....	99
KREU 6 PËRFUNDIMET DHE KONSIDERIMET FINALE SIPAS OBJEKTIVAVE KRYESORE	102
6.1 Rekomandime.....	102
6.2 Sugjerime për kërkime të mëtejshme.....	103
Bibliografia	104
SHTOJCA A. SONDAZHET	109
BIOGRAFIA	114

ABSTRAKT

Kliko ose trokit për të futur një datë.

Ky punim ka për qëllim të analizojë faktorët që pengojnë rritjen dhe suksesin e bizneseve të vogla në Maqedoni. Qëllimi i studimit është së pari, të analizohen faktorët e jashtëm dhe të brendshëm, si dhe konteksti në të cilin ato perceptohen, dhe së dyti të zbulohen rrugët se si këta faktorë kritikë mund të ndikojnë në sjelljet dhe qëllimet e pronarëve dhe menaxherëve.

Të dhënat argumentojnë se sukcesi i një sipërmarrje të re varet nga gjendja e faktorëve të veçantë brenda shtetit. Prania e këtyre faktorëve ndikon në formulimin e objektivave të rritjes dhe realizimin e tyre.

Kompetenca Management (ose know-how, kapaciteti, aftësitë dhe shkathtësitë) janë një grup i faktorëve lidhur me biznese të suksesshme, pasi ato i japin sipërmarrësit aftësinë për të kryer një sukses dhe fuqia për të vepruar në mënyrë efektive në një gamë të veçantë në të ardhmen. Media sociale, edhe pse një fenomen relativisht i ri, është duke u bërë një pjesë gjithnjë e më e rëndësishme e marketingut të çdo biznesi dhe një platformë e zhvillimit dhe rritjes së bazës së klientelës.

Studimi tregon se modeli i hartuar është i aplikueshëm pavarësisht gjinisë së sipërmarrësit, sektorit dhe madhësisë së biznesit.

NVM-të veçanërisht ato me një eksperiencë me mbi 10 vjet në sektorët e tyre, kanë arritur nivele më të larta sukcesi se ato me më pak vite. Pra, firmat krijohen me së shumti kur pronarët e tyre kanë një nivel eksperience.

Përfundimet sugjerojnë nevojën e krijimit të një programi rregullator dhe strategji për të krijuar nxitje që do të rrisin krijimin e bizneseve të mirë analizuara në zona të veçanta.

Programet e krijuara duhet të fokusohen në përfitimet dhe praktikat që kanë të bëjnë me zhvillimin e jashtëm dhe të brendshëm.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the factors that hinder the growth and success of small businesses in Macedonia. The purpose of the study is to analyze the external and internal factors as well as the context in which they are perceived, and second, to explore ways how these critical factors can affect the behaviors and goals of owners and managers.

The data argue that the success of a new venture depends on the state of the particular factors within the state. The presence of these factors influences the formulation of the growth objectives and their realization.

Competence Management (or know-how, capacity, skills and skills) are a set of factors associated with successful businesses as they give entrepreneurs the ability to perform a success and the power to act effectively on a particular range in the future. Social media, though a relatively new phenomenon, is becoming an increasingly important part of marketing every business and a platform for developing and growing the client base.

The study shows that the model developed is applicable regardless of the gender of the entrepreneur, sector and business size.

SMEs, especially those with over 10 years of experience in their sectors, have achieved higher levels of success than those with fewer years. So, firms are created most when their owners have an experience level.

Conclusions suggest the need to create a regulatory program and strategies to create incentives that will enhance the creation of well-analyzed businesses in specific areas.

The established programs should focus on the benefits and practices of external and internal development.

АБСТРАКТ

Овој труд има за цел да ги анализира факторите кои го попречуваат растот и успехот на малите бизниси во Македонија. Целта на ова истражување е прво да се анализира на внатрешните и надворешните фактори, како и контекстот во кој тие се перцепира, и второ откриени начини како овие критични фактори можат да влијаат на однесувањето и намерите на сопствениците и менаџерите.

Податоците тврдат дека успехот на новиот потфат зависи од состојбата на конкретните фактори во државата. Присуството на овие фактори влијае на формулирањето на целите на растот и нивната реализација.

Компетентност за управување со (или know-how, капацитет и вештини) се збир на фактори поврзани со успешни бизниси, бидејќи тие им даде на претприемачите на способноста за вршење на успех и моќ да дејствува ефективно во одреден опсег иднината. Социјалните медиуми, иако е релативно нов феномен, станува се повеќе важен дел на секој бизнис, маркетинг и платформа за развој и зголемување на базата на потрошувачи.

Студијата покажува дека развиениот модел е применлив без оглед на полот на претприемачот, секторот и големината на бизнисот.

Малите и средните претпријатија, особено оние со искуство од над 10 години во своите сектори, тие постигнале повисоки нивоа на успех, отколку оние со помалку години. Значи, фирмите се создаваат најмногу кога нивните сопственици имаат ниво на искуство.

Наодите укажуваат на потребата да се создаде регулаторна програма и стратегија да се создаде мотивација која ќе ги подобри создавање на добри бизниси анализирани во одредени области.

Воспоставените програми треба да се фокусираат на придобивките и практиките на надворешниот и внатрешниот развој.

KREU 1 HYRJE

1.1 Përshkrimi i studimit

Në këtë punim janë analizuar faktorët e jashtëm dhe të brendshëm që kanë ndikuar në zhvillimin e NVM-ve të cilët janë një numër i madh i faktorëve. Suksesi i një sipërmarrjes re varet nga gjendja e ekonomisë kombëtare në kohën e biznesit kur është nisur (Baron, 2004b: 233; Ligthelm & Cant, 2002: 5; Viviers et al, 2001: 4; Nieman, 2006: 22, Gurol & Atsan, 2006: 28). Një nga faktorët kryesorë që pengojnë zhvillimin e NVM-ve është tatimi (Robertson et al, 2003: 311). Nëse normat e taksave janë të larta ata zvogëlojnë fitimin nxitje në mënyrë drastike. Politikat makro-ekonomike, legjislativi, kornizat, rregullat dhe ligjet janë faktorë që mund të ndihmojnë apo pengojnë zhvillimin e sipërmarrjes (Clover & Darroch, 2005: 241; Dockel & Ligthelm, 2005: 54). Kushtet socio-kulturore reflektojnë fazën e zhvillimit të vendit. Këto kushte sociale dhe aspekte të kulturës së vendit mund të krijojnë një vullnet të mirë mjedisor që përfiton NVM-të (Wasilczuk, 2000: 93; Gurol & Atsan, 2006: 28), ose mund të paraqesin presione që pengojnë sipërmarrjen (Themba et al, 1999: 108, Rogerson, 2001a: 117; Tustin, 2001: 126). Vendimmarrja është shumë e rëndësishme në një sipërmarrës pasi përcakton suksesin ose dështimin e biznesit (Rwigema & Venter, 2004: 57, Bird, 2001: 447).

Hulumtimet e dështimit të biznesit sugjerojnë se NVM-të shpesh kanë një ide të mirë, por për shkak se ata nuk kanë ide për bazat e biznesit ose nuk dinë të drejtojnë një biznes, ata heqin dorë, nënvlerësojnë apo vonojnë mundësinë e identifikuar (Ladzani & van Vuuren, 2002 : 157; Tustin, 2003: 34; Rwigema & Venter, 2004: 25).

1.2 Qëllimi i studimit dhe rëndësia e studimit

Ky punim ka për qëllim të analizojë faktorët që pengojnë rritjen dhe suksesin e bizneseve të vogla në Maqedoni. Qëllimi i studimit është së pari, të analizohen faktorët e jashtëm

dhe të brendshëm dhe konteksti në të cilin ato perceptohen, dhe së dyti të zbulohen rrugët se si këta faktorë kritikë mund të ndikojnë në sjelljet dhe qëllimet e pronarëve dhe menaxherëve. Të dhënat argumentojnë se suksesi i një sipërmarrje të re varet nga gjendja e faktorëve të veçantë brenda shtetit. Prania e këtyre faktorëve ndikon në formulimin e objektivave të rritjes dhe realizimin e tyre.

Mjedisi personal (faktorë të brendshëm ose firmë me bazë) ka një ndikim në ndërmarrësi dhe suksesin e biznesit (Guzman & Santos, 2001: 218; Fielden et al, 2000: 303).

Aftësitë kompetente të menaxhimit janë një parakusht për suksesin e NVM-ve (OECD, 2002: 24).

Kompetenca Management (ose know-how, kapaciteti, aftësitë dhe shkathhtësitë) janë një grup i faktorëve lidhur me biznese të suksesshme, pasi ato i japin sipërmarrësit aftësinë për të kryer një sukses dhe fuqia për të vepruar në mënyrë efektive në një gamë të veçantë në të ardhmen. Media sociale, edhe pse një fenomen relativisht i ri, është duke u bërë një pjesë gjithnjë e më e rëndësishme e marketingut të çdo biznesi dhe një platformë e zhvillimit dhe rritjes së bazës së klientelës.

Të gjitha ndërmarrjet, të mëdha apo të vogla, duhet të paguajnë taksat që u takojnë. Me qëllim që të ndihmohen bizneset e vogla që të rriten dhe të zhvillohen si tatimpagues të mirëfilltë, mund t'ia vlejë që qeveritë t'u akordojnë NVM-ve lehtësira të kufizuara tatimore. Sistemet administrative tatimore që janë të ndërlikuara, janë barrë për NVM-të. Pagimi i taksave të ndërlikuara që kërkon ekspertizë të kushtueshme, redukton fitimprurjen e NVM-ve. Ky punim magjistrature synon të nxjerrë në pah rolin e rëndësishëm që kanë faktorët e jashtëm dhe të brendshëm në zhvillimin e NVM.

Kemi parasysh se një hulumtim i tillë ka qenë i nevojshëm në Maqedoni sidomos kohëve të fundit NVM-të në Maqedoni luajnë një rol të rëndësishëm në aspektin e punësimit, qarkullimit, dhe vlera e shtuar. Tregtia ende dominon dhe drejton sektorin e NVM-ve, por sektorë të tjerë kanë potencial të rritet - bujqësinë, turizmit, dhe IT sektorë kanë më i madh potencial. Vendi ka përmirësuar në mënyrë të konsiderueshme e mjedisit për të bërë biznes.

Ana teorike e kësaj analize do të bazohet në burime të ndryshme si: literaturë, publikime profesionale dhe shkencore dhe te tjera.

Rëndësia praktike e punimit lidhet me përfundimet që do të dalin nga hulumtimi rreth zhvillimit të qëndrueshëm dhe rritjes ekonomike si dhe ndërlidhshmëria e tyre në afat të gjatë dhe të shkurtër kohor në R. e Maqedonisë.

Kjo analizë mundëson zgjedhjen e një grupi të pavarur variablash që mund të na ofrojnë një parashikim më të mirë të parametrave për tu studiuar dhe i bëjnë me të përshtatshëm vendimet ekonomike në mënyrë që të arrihet zhvillim i madh i NVM të një vendi në zhvillim siç është Maqedonia.

Synimi i kësaj pune është të analizohen faktorët e jashtëm dhe të brendshëm dhe problemet me të cilat ballafaqohen pronarët/menaxherët e ndërmarrjes dhe zgjidhja e këtyre problemeve me anë të mekanizmave ekonomik. Rritja e NVM-ve është një komponent thelbësor i zhvillimit ekonomik. Mbi 90% e bizneseve janë NVM, dhe përgjithësisht shërbejnë si motori më i madh i hapjes së vendeve të punës në ekonomitë në zhvillim dhe në tranzicion, shpesh duke përfaqësuar mbi 60% ë vendeve të punës. Shumica e kompanive kanë personel më pak se 100 vetë. Një studim për 60 000 persona me të ardhura të pakta në më tepër se 50 shtete, tregoi se hapja e një biznesi të ri konsiderohej si metoda më efikase për t'i shpëtuar varfërisë .Zhvillimi i ndërmarrjeve të reja sjell njerëz të rinj në fuqinë punëtore, shton tatimpagues të rinj, produkte dhe shërbime në tregjet vendëse, rajonale dhe globale. “NVM-të janë burim punësimi, konkurrence, dinamizmi ekonomik dhe novacioni; ato stimulojnë shpirtin sipërmarrës dhe përhapjen e aftësive. Për shkak se gëzojnë prani gjeografike më të gjerë sesa kompanitë e mëdha, NVM-të kontribuojnë edhe në shpërndarjen më të mirë të të ardhurave”.

1.3 Të dhënat e përdorura në studim ;

Gjatë përpilimit të punimit të magjistraturës në mënyrë paralele do të hulumtohen metodat dhe teknikat bazë të hulumtimit shkencor, pra do të shfrytëzohen analiza .

Gjithë ashtu do të merren në përdorim edhe metodat e përgjithshme shkencore

Do të përdoret metoda e analizës për hulumtime të ndryshme.

Do të përdoret metoda statistikore, ku në mënyrë kuantitative do të jepen tabela dhe grafikone me të dhëna në lidhje me ekonominë e vendit.

Per realizimin e analizës kuantitative të këtij hulumtimi do të përdoret analiza e modelit të përgjithshëm linear GLM.

Do të përdoren gjithashtu edhe pyetësor ku do të anketohen të punësuarit në lidhje me punën e tyre dhe zhvillimin e mëtejshëm të kompanive të caktuara .

1.4 Organizimi i punimit ;

Në kreun e parë do të përshkruhet punimi dhe do të parashtrahet qëllimi dhe rëndësia e studimit, hipotezat e studimit dhe metodat që do të përdoren për një hulumtim më kualitativ për përfundime të sakta.

Në kreun e dytë shqyrtojmë literaturën dhe teorinë lidhur me rëndësinë e zhvillimit të NVM-ve , NVM dhe E-tregtia dhe mekanizmat alternativ të financimit dhe gjithashtu barrierat e zhvillimit të NVM-ve.

Në kreun e tretë do të shqyrtohen faktorët e jashtëm dhe të brendshëm që ndikojnë në zhvillimin e NVM-ve .

Në kreun e katërt do të bëhet analiza e kërkesës në Republikë e Maqedonisë në veçanti për karakteristikat e NVM, për performancën e tyre dhe çështjet institucionale dhe rregullatore

Në kreun e pestë jepet metodologjia e përdorur ,metodat sasiore të matjes , përpunimi i të dhënave dhe identifikimi faktorëve për të nxjerrë rezultate dhe përfundime.

Në kreun e gjashtë do të jepen rezultatet e hulumtimit empirik me anë të figurave dhe të bashkangjitura me komentet dhe përfundime nga rezultati empirik.

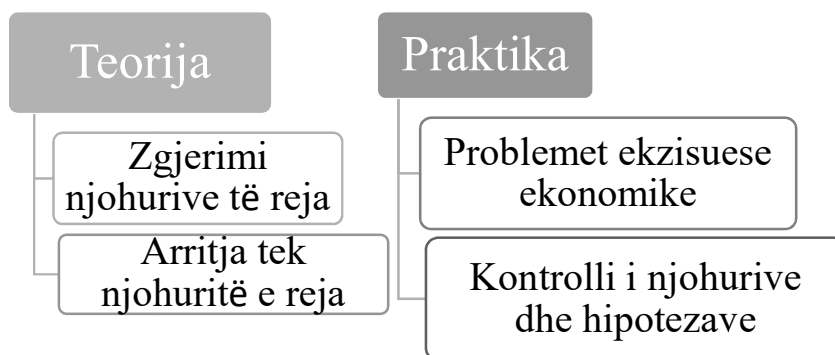
Në përfundimin e tezës janë dhënë përfundimet dhe konsiderimet finale sipas objektivave kryesore, sugjerime për kërkime të mëtejshme dhe bibliografia e përdorur gjatë punimit temës.

KREU 2 SHQYRTIMI I LITERATURËS

2.1 Nocioni i ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme

Ekonomia e ndërmarrjes është disiplinë shkencoro-mësimore e cila i studion problemet ekonomike të ndërmarrjes dhe sjelljet e tyre në tregun e brendshëm dhe ndërkombëtar. Si shkencë, ekonomia e ndërmarrjes i studion problemet ekonomike të ndërmarrjeve, hulumton faktorët e suksesit dhe njofton për ligjshmërinë edukative afariste (Veseli, 2010). Si disiplinë mësimore, ekonomia e ndërmarrjes na njofton me të arriturat e reja shkencore në lëmin e vet, pranon njohuri të vërtetuara dhe mëson për çdo gjë që është e rëndësishme për ngritjen bashkëkohore të ekonomistëve. Ekonomia e ndërmarrjes është disiplinë teorike dhe praktike. Rëndësia e saj teorike qëndron në atë se bën përkrahjen e njohurive ekzistuese dhe tenton në zgjerimin e mëtejshëm gjer në arritjen e njohurive të reja, kurse rëndësia praktike në fakt niset nga problemet ekzistuese të ndërmarrjes dhe se në praktikë bën mbikëqyrjen e rregullsisë së hipotezave dhe njohurive. Këtë lidhshmëri dhe varshmëri të ndërsjellë të teorisë dhe rëndësisë praktike të ekonomisë, do ta ilustrojmë

Figura 1: Lidhshmëria e teorisë dhe praktikës ekonomike



Për të kuptuar më mirë këtë diagram do të shërbehemi me një shembull të bazuar në konkurrencën e preferuar të Schumpeterit me teknologjinë e re, produktin e ri dhe mënyrën e re të organizmit Baron dhe Sweezy, faqe 75 dhe qëndrimin të Druckerit se inovacioni është bazë e suksesit të ndërmarrjeve bashkëkohore:

- Problemi ekzistues: Si mbijetohet në treg dhe pranë tij, të rritet shitja e produkteve dhe shërbimeve në atë mënyrë që ta rritë fitimin ?
- Njohuritë ekzistuese: Shitja e produkteve dhe shërbimeve mund të rritet duke ngritur cilësinë e tyre, uljen e çmimeve shitëse, pjesëmarrjen e rregullt në tregti me një propagandë ekonomike të planifikuar dhe të përpunuar mirë.
- Zgjerimi i njohurive ekzistuese: Shitja mund të rritet dhe me hulumtimin paraprak të tregut, kooperimin.
- Arritja te njohuritë e reja: Nuk mjafton të konkurrohet në treg vetëm me uljen e çmimit, përmirësimin e cilësisë së produktit dhe shërbimeve.
- Kontrolli i hipotezave dhe njohurive: Nëse për prodhimet e reja dhe shërbimet që i ofrojnë ka interesim dhe kërkesë të madhe në treg dhe shitja e tyre rritet, atëherë hipotezat dhe njohuritë tona janë vërtetuara, por nëse për ta nuk ka interesim të mjaftueshëm, është qartë se ata nuk kanë qenë reale.

2.2 Rëndësia e zhvillimit të NVM-ve

Për ta vërtetuar rëndësinë shkencore të ekonomisë së ndërmarrjes në mesin e disiplinave bashkëkohore ekonomike është e rrugës që së pari ti bëjmë një retrospektivë paraqitjes dhe zhvillimit historik të kësaj disipline shkencorë-mësimore. Prej kur ekziston puna e vetëdijshme e njeriut, ai gjithmonë ka synuar ta organizojë atë sa më mirë dhe në mënyrë sa më të kursyeshme, prandaj për ekonominë dhe organizimin e punës mund të thuhet se janë të vjetra sa edhe vetë puna e vetëdijshme e njeriut. Ajo është shoqëruese e pandashme e individit duke filluar nga puna më e thjeshtë primitive e njeriut. Prandaj edhe habit fakti se ekonomia e ndërmarrjes si shkencë bën pjesë në grupin e shkencave më të reja dhe konstatohet se zanafillën e ka në fillim të shekullit 20-të edhe pse ekzistojnë shkrime të ndryshme në lëmin e ekonomisë së ndërmarrjes edhe në mesjetë, por në atë kohë më tepër i është dhënë rëndësi tregtisë. Ekonomia prej kohësh është ndarë në dy kahe:

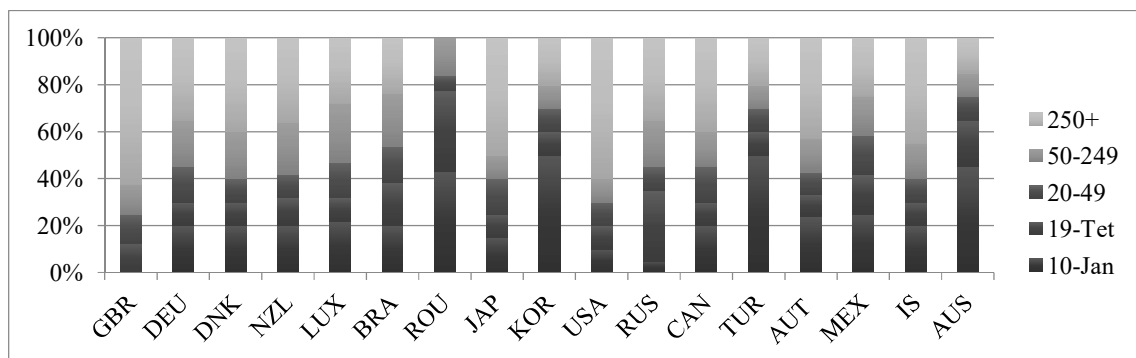
1. në atë të prodhimit dhe

2. në atë të qarkullimit

Me prodhimtari janë marrë familjet me traditë për prodhime të veçanta ose zejtare. Njohuritë, mjeshtritë e prodhimit janë përcjellë prej një gjenerate në tjetrën dhe janë mbajtur në fshehtësi për të mos u kopjuar nga të tjerët. Të gjithë ekonomistët e njohur klasik si Smiti, Rikardoja janë marrë me problemin e shpërndarjes dhe rritjen e fitimit dhe problemet makro-ekonomike të hulumtimit të tregut, kurse krejtësisht e kanë lënë pas dore rëndësinë e qelizës themelore të ekonomisë shoqërore, ndërmarrjen, vendburim kryesor që ka ndikim më të madh në rritjen e fitimit kombëtar - buxhetit shtetëror.¹

Në zonën e OECD, NVM janë forma mbizotëruese, të cilat llogariten 99% e firmave. Ato sigurojnë burimin kryesor të punësimit, duke llogaritur mesatarisht rreth 70% të vendeve të punës dhe janë kontribuues të mëdhenj për krijimin e vlerës, duke gjeneruar midis 50% dhe 60% të vlerës së shtuar mesatare (figura 1)(OECD, 2016b). Në ekonomitë në zhvillim, NVM kontribuojnë deri në 45% të bizneseve joformale, NVM kontribuojnë më shumë se gjysmën e punësimit dhe PBB-së në shumicën e vendeve pavarësisht niveleve të të ardhurave (IFC, 2010). Përveç kësaj zhvillimi i NVM mund të kontribuojë në diversifikimin ekonomik dhe elasticitetin.

Figura 2. NVM -të janë burimi kryesor i vendeve të punës në sektorin e biznesit. Përqindja e të gjithë personave të punësuar, ekonomia e përgjithshme e biznesit, 2014



¹ Veseli, N. (2010). *Ekonomia e ndërmarrjes*. Tetovë

Burimi: OECD (2017), Ndërmarrësi në një vështrim 2017, botimi i OECD, Paris, i afërt.

Shënime: Për Kanada, Izrael, Japoni, Kore, Shtetet e Bashkuara dhe Rusia ,të dhënat nuk përfshijnë jo punëdhënës. Të dhënat për Koren dhe Meksikën janë bazuar në institucione. Të dhënat për Mbretërin e Bashkuar përjashtojnë një vlerësim prej 2.6 milion biznesesh të paregjistruara .Për Australi ,Kanada dhe Turqi klasa 1-9 i referohet 1-19.

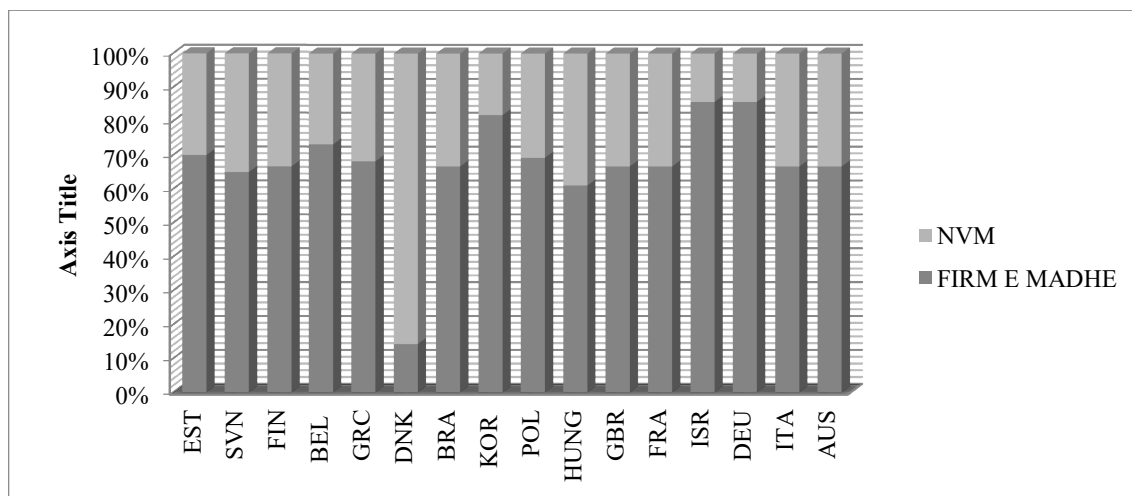
Kontributi i NVM-ve në dinamikën e inovacionit është rritur në dekadat e fundit ,pasi rritja e të ardhurave ,kërkesa më e mirë për tregun dhe ndryshimi i teknologjive kanë mundësuar NVM-të të forcojnë përparësitë e tyre krahasuese dhe të zvogëlojnë disavantazhet strukturore që rrjedhin nga kufizimet e burimeve dhe aftësia e kufizuar për të korrur ekonomitë e shkallës. Ndërkohë që jo të gjitha NVM-të janë inovative ,firmat e reja dhe ato të vogla shpesh janë forva lëvizëse prapa një lloj risitë radikale janë të rëndësishme për rritjen ekonomike, pasi ato mund të punojnë jasht paradigmeve dominuese ,shfrytëzojnë mundësitë teknologjike ose tregtare që janë lënë pasdore nga themluesit e kompanisë apo mundësojnë komercializmin e njohurive që do të mbeten të pakomercializuara në universitete dhe organizata kërkimore (Baumol,2002;OECD,2020). Përshembull NVM-të përbëjnë rreth 20% e patentave ,një masë inovacioni,në fushat e lidhura në bioteknologji në Evropë(Eurostat,2014).Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme gjithashtu kontribuojnë për krijimin e vlerave duke adoptuar inovacionin e krijuar diku tjetër dhe përshtatjen e saj në kontekste të ndryshme përmes ndryshimeve në rritje dhe duke furnizuar produkte të reja që i përgjigjen nevojave të konsumatorëve. Ata gjithashtu kontribuojnë duke u shërbyer vendeve që nuk kanë shkallë të mjaftueshme për të tërhequr firma më të mëdha.

Ekonomia e bazuar në njohuri ,një rritje e inovacionit joteknologjik dhe shfaqja e mënyrave të reja të novacioneve të bazuara në rrjet gjithashtu u kanë mundësuar kompanive të reja dhe të vogla që të rrisin kontributet e tyre për inovacionin(OECD,2010a).Inovacioni nga NVM-të ndikohet në masë të madhe nga përhapja e njohurive, qasja në rrjete dhe mundësia me aktor tjerë duke përfshirë ndërmarrjet më të mëdha.

Globalizimi ka rritur rëndësinë e bashkëpunimit ndërkufitar në inovacion-në marrjen e inputeve për inovacion (ide,financa dhe teknologji) nga jashtë dhe në shfrytëzimin e rezultateve të saj (produktet, shërbimet ,patenta,liçencat) në tregun e huaj.

Megjithatë , një sfidë kryesore për shumë NVM është identifikimi dhe lidhja me partnerët dhe rrjetet e njohura të njohurive në nivel lokal,kombëtar dhe global ,sidhe të zhvillojnë shkathhtësitë e përshtatshme dhe praktikatat e menaxhimit për koordinimindhe integrimin e njohurive të krijuara nga partnerët e jashtëm me praktikatat e brendshme dhe proceset e inovacionit (figura 2)(OECD,2013b).

Figura 3 NVM-të janë më pak të lidhura sesa firmat e mëdha në rrjetet ndërkombëtare të njohurive. Fushat e angazhuara në bashkëpunimin ndërkombëtar për inovacion, sipas madhësisë së firmës, si përqindje e firmave të produkteve ose proceseve inovative në secilën kategori madhësie, 2010.



Burimi: OECD (2015), OECD Shkenca, Teknologjia dhe industria e vlerësimit 2015, botimi i OECD, Paris, bazuar në Eurostat Anketa e Inovacionit të Komunitetit (CIS-2012) dhe burimet kombëtare të të dhënave, qershor 2015. ²

² OECD(2017). Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and DigitalisedEconomy(2017),f.6

2.3 Përfitimet nga taksat nga NVM-të

Të gjitha ndërrmarjet të mëdha apo të vogla duhet të paguajnë taksat që u takojnë. Me qëllim që të ndihmohen bizneset e vogla që të rriten dhe të zhvillohen si tatim pagues të mirrëfilltë, mund t'ia vlejë që qeveritë tu akordojnë NVM-ve lehtësira tatimore.

Taksat e thjeshtuara

Sistemet administrative që janë të ndërlikura janë barrë për NVM-të. Pagimi i taksave të ndërlikuara që kërkon ekspertizë të kushtueshme ,redukon fitimprurjen e NVM-ve. Reduktimi i ndërlikimeve të raportimit tatimor u mundëson NVM-ve që të përqëndrohen në zhvillimin e ndërrmarjes. Për ndërrmarjet me disa limite si numri i punëtorëve apo xhiroja vjetore, shumica e sistemeve tatimore bazohen në një përqindje të thjeshtë ndërrmarjet e vogla në të ardhura bruto jo më shumë se 100 000 lita (26 000 USD) në vit , mund të zgjedhin tatimine thjeshtuar. Në Rumani ,mikrondërrmarjet me fuqi punëtoze deri ne 1 person dhe të ardhuro vjetore bruto nën 100 000 euro ,paguajnë tatim 3% të të ardhurave bruto. Në Shqipëri ,një përqindje fikse aplikohet për mikrondërrmarjet me xhiro vjetore deri në 2 milion lek(14 000 USD). Ndërrmarjet e vogla me xhiro vjetore nga 2 milion deri në 8 milion lek, paguajnë vetëm një nivel tatimi që është 4% e xhiros. Në Rusi NVM-të që paguajnë taksa sipas sistemit tatimor të thjeshtuar ,u është vënë një nivel i unifikuar tatimi në 6% të të ardhurave ose 15% e të ardhurave munis shpenzimet. Sipërmarrësi mund të zgjedh sistemin tatimor që i pëlqen. Bizneset që përdorin sistemin tatimor të thjeshtuar, nuk paguajnë TVSH përveç mallrave të importuara në territorin doganor të Federatës Ruse.

Qeveritë, kur u ofrojnë NVM-ve skema tatimore të thjeshtuara, duhet të kenë kujdes nga kompanitë që artificialisht ndahen në ndërrmarje të vogla me qëllim që të qëndrojnë brenda pragut tatimor dhe të përfitojnë nga trajtimi preferencial tatimor.³

³ OSCE(2006).Ndërrmarjet e vogla dhe të mesme: Zhvillimi dhe nxitja e tyre(2006), <http://www.osce.org> ,f.122

2.4 Barrierat për financimin e NVM-ve

Financimi i biznesit të vogël paraqet një ndër çështjet më të diskutuara në literaturën bashkëkohore, konferenca shkencore, sesione të hapura dhe forume të ndryshme kushtuar kësaj kategorie të bizneseve(Ramadani,2015). Burimet e financimit të biznesit të vogël janë të ndryshme. Në parim ato ndahen në dy grupe edhe atë:

1.Burime joformale të financimit .Në burime joformale të financimit numërohen kursimet nga themeluesit,familja dhe nga miqtë-të njohura si 3 F Money(founders,family and friends), sidhe mjetet financiare të mobilizuara nga partnerët dhe biznes engjëjt.

2.Burimet formale të financimit. Si burime formale të financimit llogariten mjetet financiare nga fondet e rreziko-kapitalit formal , bankave komerciale , faktoringut,lizingut sidhe ato të mobilizuara nga shitja e aksioneve në bursë. Vlen të theksohet se bizneset e vogla varësisht nga fazat e zhvillimit të tyre kanë nevojë për burime të ndryshme të financimit . Këto biznese gjatë zhvillimit kalojnë në disa faza si:

1. Zanafilla (Seed stage).Ndërmarrësi ka ide ose koncept për biznes potencialprofitabil i cili duhet të zhvillohet dhe dëshmohet.
2. Fillimi(Start-up stage. Ideja tanimë është zhvilluar deri në fazë, që mund të përgatitet për komercializëm. Është prodhuar prototipi i produktit. Kjo fazë zgjat më pak se një vit.
3. Faza e hershme(Early stage). Në këtë fazë fillon të prodhohet dhe distribuohet një produkt ose shërbim i caktuar . Kjo fazë zgjat deri në pesë vjet,kurse biznesi akoma mund të jetë joprofitabil.
4. Faza e vonshme(Later stage). Në këtë fazë biznesi është i pjekur,është profutabil dhe fillon të zgjerohet. Me një rritje të vazhdueshme ,mund të bëhet i njohur në treg në një afat prej gjashtë muajsh deri në një vit.⁴

⁴ Ramadani,Veland .Robert,Hirich.Ndërmarrësia dhe menaxhimi i biznesit të vogël.Tetovë,2015

Për tu rritur NVM-të kanë nevojë për kapital. Atyre u duhet të marrin me qirra mjedise ,të blejnë pajisje dhe të punësojnë punëtorë.Ndërkohë që huat e bankave tregtare po zhvillohen në Evropën Lindore dhe Azinë Qëndrore ,financimi për NVM-të vazhdon të jetë i pamjaftueshëm ,sidomos në vendet në tranzicion.

Barrierat kryesore për NVM-të në marrjen e financimeve janë:

- Bankat që perceptojnë investimet si shumë të rrezikshme apo me kosto të lartë kohe për shumën e vogël të huasë;
- Interesat dhe kolaterali i larte që kërkojnë nga bankat
- Mungesa e dosjeve të,, biografisë" dhe planeve të biznesit
- Perceptimi kur drejtimi është joprofesional
- Përqëndrimi gjeografik i bankave në kryeqytete dhe qytetet e mëdha redukton aksesin e NVM në rajonet periferike.

2.5 Mekanizmat alternativ të mikrofinancimit

Programet e mikrofinancave

Industria e mikrofinancave është relativisht e re, krahasuar me sistemin bankar tradicional-në fakt është më pak se 20 vjeçare. Megjithatë mikrofinanca ka vërtetuar se është një prej mjeteve më efikase për të arritur te mikrosipërmarrësitë të cilët e kanë të pamundur aksesin në kreditë e bankave. Institucionet e mikrofinancave përfshijnë fonde shtetërore për zhvillimin e NVM-ve, organizata të mikrofinancës në financim të donatorëve sidhe kooperativa të kreditimit. Instucionet e mikrofinancave kanë zhvilluar huadhënien robuste dhe teknikat vëzhguese sidhe kanë raportuar për nivele të larta pagimi të huave nga ana e mikroklientëve. Programet e mikrofinancave janë instrumente efikase për gjenerimin e zhvillimit ekonomik dhe zbutjen e pavarësisë. Financimi mikro dhe rural mbështet zhvillimin e qëndrueshëm dhe të orientuar drejt tregut duke punuar me atë pjesë të popullsisë që tradicionalisht është jashtë rrezes së ekonomisë së tregut.

Duke vënë theksin te të varfrit dhe me zgjerimin e mundësisimit nëpërmjet kredive dhe mbështetjes për bizneset, këto programe gjallërojnë njerëzit duke ndihmuar të rrisin të ardhurat. Institucionet e mikrofinancave shpesh kërkojnë mbështetje fillestare nga qeveria dhe donatorët për të siguruar portofolin fillestar të huave, trajnimin e stafit, blerjen dhe përmirësimin e softuerëve për zyrat e financave dhe menaxhimit ,harduer dhe trajnim. Megjithatë, në planin afatgjatë ,institucionet e mikrofinancave duhet të jenë të shëndetshme nga ana operative dhe tregtare, në mënyrë që shërbimet financiare që u jepen subjekteve të pafavorizuara të jenë afatgjata duke rezultuar në rritje substanciale dhe të qëndrueshme në volumin dhe rangun e shërbimeve financiare për mikrondërmarrjet.

Për të arritur këtë, duhet të merren masat e mëposhtme:

- Ngritja e një kuadri ligjor për institucionet e mikrofinancave në mënyrë që të jenë të afta të kryejn operacionet e marrjes së depozitave dhe huadhënies
- Zgjidhja novatore e problemeve që lidhen me kolateralin si pranimi formave më fleksibël të kolateralit sidomos për NVM-të me asete të fiksuara të pakta
- Theksi më i madh i duhet kushtuar fluksit të parasë sesa bilanceve në vlerësimin e kapaciteteve huamrrëse
- Metodologji efikase dhe transparente për vlerësimin e aplikimeve për hua

Banka të specializuara për mikrokreditë

Në 15 vitet e fundit ,organizatat e mëdha ndërkombëtare financiare dhe zhvilluese kanë vendosur një numë bankash të specializuara për mikro-kredi në shumë vende në tranzicion të OSBE-së. Këto banka mikrokredish ,psh KMB Bank në Rusi ,krijojnë mjaft presion konkurrues mbi bankat e mëdha që të ulin pragun minimal në treg ,të zgjerojnë operacionet me pakicë dhe tu ofrojnë produkte të pranueshme bizneseve mikro dhe të vogla. Pro Credit,e financiar nga fonde donatorësh dhe privatë është aktive si në Evropën Lindore edhe në Azinë Qëndrore.

Skemat e garancisë së huave

Garancitë janë një prej instrumenteve për tu dhënë kredi bizneseve të vogla ,prona e të cilave është e pamjaftueshme për tu dhënë kredi bizneseve të vogla ,dhe e pamjaftueshme për të shërbyer si kolateral në bankë. Garancitë mund të jepen nga qeveria, shoqatat e biznesit dhe bankat private.Ato mbulojnë 50% - 90% të shumës së kredisë ,me komision garancie që varion nga 1% në 5%.Grancitë që i lëshohen bankës mund të jenë në formën e një letër garancie ,letrave me vlerë dhe depozitave bankare. Garancitë shtetërore zakonisht menaxhohen nga një fond garancie apo fond Nvm-sh dhe aplikimet për kredi vlerësohen nga oficerët e bankës ,të monitoruar nga banka dhe fondi i garancisë. ⁵

2.6 Promovimi i ndërmarrësisë dhe NVM në një ekonomi globale

Globalizimi i biznesit ka tërhequr gjithnjë e më shumë NVM-të në zinxhirë të vlerave globale përmes llojeve të ndryshme të aktivitetit ndërkufitar. Shumë sipërmarrës po pranojnë mundësitë që ky proces ofron dhe për të fituar qasje në tregjet globale është bërë një instrument strategjik për zhvillimin e tyre të mëtejshëm.Qasja në tregjet globale për bizneset mund të ofrojë një mikëpritës të mundësive të biznesit; mundësitë të zhvillojnë shkallën dhe përparësitë teknologjike;përmirësimi i aftësisë teknologjike;mënyrat e përhapjes së rrezikut ;uljen dhe ndarjen e kostove ,duke përfshirë R&D shpenzimet dhe përmirësimi qasjes në financa. Fitimi i qasjes në tregjet globale mund të ndihmojë firmat e ardhshme me rritje të lartë të kuptojnë potencialin e tyre dhe është shpesh në lëvizje thelbësore strategjike për NVM me investime të mëdha në pronën intelektuale.Por globalizimi gjithashtu mund të paraqes sfida dhe kërcënime të cilat NVM-të nga pikëpamja e resurseve janë më pak të mirëpajisur se firmat e mëdha për tu përballur.

⁵OSCE(2006). Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme:Zhvillimi dhe nxitja e tyre(2006), <http://www.osce.org>,f.123

Sfidat dhe kërcënimet kanë të bëjnë me : standardet dhe çështjet e përputhshmërisë ndërkombëtare; mbrojtja e pronës intelektuale ; rreziqet politike ; korupsioni dhe çështjet e e sundimit të ligjit. Tabloja e gjerë e OECD dhe disa ekonomi jo anëtare janë ato të nivelit të ulët edhe pse rritet niveli i aktivitetit nga NVM-të në treg ndërkombëtar.

- Një studim i kryer për Bashkëpunimin Ekonomik Azi-Paqësor (APEC) sugjeron që llogaritë e NVM-ve janë më pak se 30% e totalit të eksporteve në rajon
- Në Evropë, aktiviteti eksportues rritet me madhësi të fortë
- Pjesëmarrja e ndërmarrjeve të mesme rritet në eksport është më shumë se dyfishi i mikrondërmarrjeve
- Një studim i 2001 i ndërmarrjeve evropiane tregoi këtë rreth një e treta e NVM-ve raportojnë një numër në rritje në kontaktet ndërkombëtare të biznesit , duke filluar nga 30% për mikrondërmarrjet në 50% për ndërmarrjet e mesme.
- Pak NVM investojnë jashtë vendit. Një studim i kohëve të fundit tregoi se vetëm 3% e Nvm-ve në Evropë kanë filiale ose degë në vende tjera

Qeverit kanë një rol për të ulur pengesat për tu përballur nga sipërmarrësit të cilët dëshirojnë të globalizojnë aktivitetet e tyre. Duke luajtur këtë rol ata do të përfitonin sipërmarrësitë të cilëve bizneset kanë rritje të lartë potenciale të eksportit dhe ato që kanë aftësi për të zhvilluar dhe për të zgjeruar ato biznese në tregjet ndërkombëtare. Qeveritë gjithashtu mund të promovojnë investime të huaja të cilat mund të shërbejnë si një mjet që NVM-të të qasen në tregjet ndërkombëtare drejtpërdrejt duke u bashkuar me furnizimin zinxhiror e ndërmarrjeve shumëkombëshe. Investimi i huaj është shpesh një mënyrë efikase për të përhapur teknologjinë dhe metodat më të mira të biznesit për NVM-të.⁶

⁶ OECD(2004). Promoting entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy(2004), f.25

2.7 Marketingu dhe NVM

Fjala marketing rrjedh nga fjala angleze „market”që do të thotë treg.Kur kësaj fjale i shtohet prapashtesa „ing”formon „marketing” që në gjuhen shqipe ka kuptimin „tregëtim”(Veseli,2009). Edhe pse nocioni i marketingut është i ndërthurur me tregun ose tregëtimin nuk mundemi që këto nocione ti baras vlerësojmë në tërësi. Tregëtimi historikun e vet e ka që para 10 mijë vitesh (në Evropë 4 mijë vite),kurse marketingu pikënisjen e zhvillimit të vet e ka në fillim të shekullit XX, dhe atë në SHBA. Nuk është diskutabile se disa nga elementet përbërëse të marketingut kanë funksionuar edhe më parë. Nocioni i tregut është i ndërlidhur me takimin e ofertës dhe kërkesës i cili më së shpeshti studiohet nga aspekti ekonomik dhe organizativ i rregulimit. Tregun mund ta ineterpretojmë si dallim në mes të prodhuesit duke e ndarë në katër dimensione: kohore,hapësinore,perceptive dhe pronësore. Me rëndësi është të cekim dallimin në mes të nevojave ,dëshirave dhe kërkesave. Kërkesa e prezenton dëshirën për produkte të specifikuara të cilët janë në disponim , por paraprakisht dëshirat duhet mbështetur në aftësinë blerëse. Nevojat, ndonjëherë nuk janë të identifikuara ose paraqesin problem të cilin duhet zgjedhur. Me produkt ose prodhim në kuptimin e gjerë nënkuptojmë çfarëdo oferte, e cila mund të plotësojë nevojat dhe dëshirat e konsumatorit. Zakonisht me prodhim nënkuptohet të mirat materiale që janë të prekshme, kurse shërbimet janë të mira të paprekshme të cilat në mënyrë interaktive realizohen me ndihmën e njerëzve dhe pajisjeve .Dobia e prodhimeve ose shërbimeve vërehet në plotësimin e nevojave.Problemi marketing lind atëherë kur subjektet vendosin që nevoajt e tyre ti plotësojnë me ndihmën e „ndërthurjes së formave të ndryshme me rrjetin e marketingut”. Transakcionet në mes të shitësitë dhe blerësit mund të kryhen në treg si punë komerciale ose ndonjë lidhje tjetër .

Koncepti i shkëmbimit është i ndërlidhur me tregun si vend real ose fiktiv ku ballafaqohen kërkesa dhe oferta.

Duke vendosur mardhënie efektive,marketingu dhe marketerët duhet të ndërtojnë korelacione pozitive në mes të shfrytëzuesit dhe (në njërën anë) dhe shpërndarësit dhe prodhuesit (në anën tjetër) për rrjetin e marketingut.

Cka përfaqëson realisht marketingu?

Ekzistojnë shumë përkufizime për marketingun sipas etapave dhe kritereve të ndryshme. Pra këtu mund të japim sqarime për nocionin e marketingut me qëllim të përcaktimit të asaj që është me rëndësi dhe me të cilën kryesisht pajtohen të gjithë:

Marketingu bashkëkohor përcakton aktivitetin afarist i cili ndërlidh prodhimin dhe konsumin , ashtu që maksimalisht dhe në mënyrë sa më efikase ti kënaq nevojat shoqërore që paraqiten në treg si kërkesë. Sipas Kotlerit: „Marketingu është mekanizëm ekonomik dhe social përmes të cilit individët kënaqin nevojat dhe dëshirat e tyre në procesin e krijimit të shkëmbimit të produkteve dhe përbërësve tjerë të vlerës". Përkufizimi i Rocco-s për marketingun është:„Marketingu bashkëkohor shënon aktivitet afarist, i cili ndërlidh prodhimin me konsumin në atë mënyrë që maksimalisht ti kënaq nevojat dhe dëshirat shoqërore të cilat në treg paraqiten si kërkesë". Kuptimet bazike të marketingut janë: lëmia shkencore, konceptimi marketing, funksioni afarist dhe procesi ekonomik. Si lëmi shkencore ,marketingu hulumton aktivitetet, mënyrat dhe format të cilat mundësojnë efektivitet dhe efikasitet të shërbimit si dhe të harmonizimit të prodhimit dhe konsumit. Konceptimi marketing është parim qendrorë, orientim bazik dhe doktrinë e organizatës duke u bazuar në rolin e vet që ka në ekonomi dhe shoqëri .Marketingu si funksion afarist mund të organizohet në forma të ndryshme për të qenë i pranishëm në ndërmarrje. Marketingu si proces ekonomik ndërthur prodhimin dhe konsumin duke kontribuar në suksesin e procesit të shkëmbimit. Produkti është një nga elementet më të rëndësishme të marketingut miks. Produkt quajmë çdo gjë që mund të ofrohet në treg, që blihet apo konsumohet, duke plotësuar një nevojë. Për të realizuar produktin ndërmarrja duhet të ketë parasysh kërkesat e konsumatorëve ,kapacitetet teknologjike, aftësitë e saj sidhe potencialin tregëtar. Marketingu në mikroekonomi ka sjellë një numër të madh të instrumenteve të cilët mundësojnë fitimin e një aftësie të madhe menaxhuese gjatë marjes së vendimeve afariste .⁷

⁷ Veseli ,N. (2004).Bazat e marketingut. Tetovë,f.8

2.8 Rëndësia e mediave sociale në botën e biznesit modern

Media sociale ,edhe pse një fenomen relativisht i ri ,është duke u bërë pjesë gjithnjë e më e rëndësishme e marketingut të çdo biznesi edhe një platformë e zhvillimit dhe rritjes së bazës së klientelës. Perceptimi i marketingut nëpërmjet mediave sociale nuk shikohet më në këndvështrimin e një trendi, i cili do të fashitet shpejt apo do ti zbehet rëndësia. Tashmë fleksibiliteti dhe mirëmenaxhimi i prezencës internetike të një biznesi është bërë një domosdoshmëri për ekzistencën e vetë biznesit. Prania e biznesit në të ashtuquajturën, "Treshja e madhe"(Facebook, Twitet, Google) është tashmë kusht që biznesi të mund të operojë suksesshëm si në tregun tradicional ashtu edhe në atë dixhital. Ajo çka pak vitesh mund të arrihej vetëm me anën e një faqeje të thjesht në internet tashmë kërkon edhe një element tjetër po aq të rëndësishëm që është media sociale. Përdorimi i këtij mjeti të ri interneti mund të rezultojë paksa konfuz fillimisht , kështu që më poshtë paraqiten disa teknika për ata që kërkojnë ta bëjnë biznesin e tyre më të shpejt.

- Disa fakte rreth përdorimit të Medias sociale nga ana e bizneseve. Shifrat e më poshtme janë bazuar mbi raportin e industrisë së marketingut të medias sociale për vitin 2012:
 - 94% e bizneseve në të gjithë botën operojnë me anë të marketingut nëpërmejet medias sociale
- Marketing -Bëresit i dedikojnë 60% të kohës së tyre zhvillimit dhe mirëmbajtjes së medias sociale të biznesit
- 43% e njerëzve të moshës 20-29 vjeç shpenzojnë më tepër se 10 orë në javë duke naviguar në median sociale
- 85% e bizneseve që kanë një platformë të dedikuar për median sociale si pjesë e strategjisë së marketingut kanë raportuar një rritje të pranishë internetike
- 58% e bizneseve të cilat kanë inkorporuar median sociale si pjesë e të bërit biznes gjatë tre viteve të fundit kanë raportuar një rritje në volumin e shitjeve

Figura 4. „Treshja e Madhe"



Ekzistojnë tre mjete të rëndësishme të cilat garantojnë realizimin e medias sociale:

- Facebook . Fillesat modeste të Facebook si një rrjet social i disa studentëve i dizajnuar për të informuar kolegët për vendosjen e festave dhe vendosjen e fotografive krijojnë një kontraditë gati të pabesueshme me statusin aktual të Facebook si një nga mjetet më të fuqishme të marketimit nëpërmjet medias sociale. Metoda kryesore e shfrytëzimit të Facebook-ut për të krijuar avantazhe marketimi është nëpërmjet krijimit të një profili të tyre në Facebook, ku bizneset merketojnë produkte duke fuqizuar brandin.
- Twitter. Ashtu sikurse Facebook-u edhe Twitter-i u konceptua fillimisht si një mjet për krijimin e rrjeteve sociale. Twitter-i funksionon nëpërmjet një dritareje komunikimi prej 140 karakteresh (të ashtuquajtura „tweets ose mesazhe të shkurtra") të cilat shfaqen në faqen e secilit përdorues që është bërë ndjekës i një përdoruesi të caktuar. Bizneset shfrytëzojnë këtë mjet për të tërhequr vëmendjen e ndjekësve të vet me lajme të ndryshme
- Google+ . Krahasuar me Facebook-un dhe Twitter-in, motori më i famshëm i kërkimit Google është relativisht i ri në ofrimin e këtij shërbimi. Opsioni „Promote" i lejon bizneseve të personalizojnë përmbajtjen promovionale me anë të krijimit të grupeve të përdoruesve të cilëve më pas mund tu përfaqesohet me oferta apo produkte tipike për llojin e interesit të tyre.⁸

⁸<https://www.interweb.al/rendesia-e-medias-sociale-ne-boten-e-biznesit-modern/f.1>

2.9 NVM dhe E-tregtia

B2b mund të përshkruhet në forma të ndryshme varësisht se në cilat karakteristika jemi fokusuar. Llojet e transaksioneve B2B transaksionet janë të dy llojeve:

1. Blerje e rastit (spot buying)
2. Burime strategjike (strategic sources)

„Blerjet e rastit referojnë në blerjen e produkteve dhe shërbimeve ashtu siç janë apo kur janë të nevojshme, zakonisht në tregje me çmime të privileguara". Blerësit dhe shitësit mund as të mos e njohin njëri-tjetrin. Në të kundërtën lloji i burimit strategjik involvon blerje të bazuara në kontrata afatgjate.

„Blerjet e bazuara në burimet strategjike involvon kontrata afatgjate të cilat zakonisht janë të bazuara në negociata private në mes shitësve dhe blerësve". Burimet strategjike mund të përkarahen në mënyrë më efektive nëpërmjet online negociatave të shitësve dhe blerësve që kryhen në berza private.

Llojet e materialeve të shkëmbyera

Dy lloje të materialeve dhe furnizimeve shkëmbehen në B2B:

1. Materiale direkte
2. Materiale indirekte

„Materialet direkte janë materiale të cilat përdoren në pregaditjen e produkteve". Karakteristikë e materialeve direkte është se përdorimi i tyre është i planifikuar. Ata zakonisht nuk janë produkte të imëta dhe ata zakonisht porosten në një numër të madh pas negociatave të gjata dhe kontraktimit.

„Materialet indirekte janë pjesë të cilat e përkrahin procesin e prodhimit". Ata zakonisht përdoren për aktivitetet e mirëmbajtjes, reparimit dhe operacionale.

Marrëdhëniet në zinxhirët e furnizuesve në B2B

Në llojet e B2B transaksioneve të ndryshme ,aktivitetet biznesore kryhen përgjatë zinxhirëve të furnizimit të kompanive. Procesi i zinxhirit përmban një numër të proceseve:

- Pranimi materialit nga furnizuesi
- Procesimi i produktit ose shërbimit
- Paketimi i tij
- Dërgimi ose vendosja e tij tek distributorët dhe tek shitësit me pakicë

Procesi mbaron me blerjen eventuale të produktit nga konsumatori i fundit. B2B mundë bëjë furnizimin më efikas dhe efektiv ose ai mund të ndryshojë mënyrën e furnizimit tërësisht duke larguar një ose më shumë ndërmjetësues. B2B aplikacionet janë të ofruara online ,do të thotë se ata mund të shërbejnë si zinxhir furnizim , e cila ofron përparësitë konkurruese. Menaxhmenti i furnizimit trajton koordinimin e gjeneratës së kërkesave, marrjes së kërkesave dhe distribuimit. (Hoffman et. Al,2002) duke shikuar efektet e llojeve të ndryshëm të B2B relacioneve të zinxhirëve të furnizimit erdhën në përfundim se një B2B treg privat ofron ndërmarrje me zinxhir furnizimi të fuqishëm dhe aftësi të larta për online bashkëpunime. Bashkimi në e-tregje nga ana tjetër mundëson biznese me mundësi të mëdha shitëse, mirëpo rezulton me fuqi të vogël furnizimi. Ndërmarrjet të cilat do të zgjedhin ndërmjetësuesit për të bërë blerjen dhe shitjen e tyre do të jenë me fuqi të ulët në aftësitë e blerjes dhe shitjes gjatë furnizimit.(Hoffman et.Al ,2002) rekomandon e-tregje private që të kenë rezultate efektive në marrëdhëniet e furnizimit. Arsyeja kryesore që ndërmarrjet bashkëpunojnë është të rrisin bashkëpunimin me furnizuesit.

2.9.1 Shërbimet virtuale të industrisë B2B

Shërbimet kryesore të B2B janë:

- Shërbimet e udhëtimit dhe zbavitjes
- Pasuri e patundshme

- Shërbime financiare
- Online berzat
- Online shërbime tjera

Shërbimet e udhëtimit dhe zbavitjes

Shumë ndërmarje organizojnë udhëtimet e tyre në mënyrë elektronike nëpërmjet agentëve të udhëtimit. Për të ndihmuar zvogëlimin e harxhimeve ndërmarjet mund të bëjnë përgaditje punëtorëve të planifikojnë dhe rezervojnë udhëtimet online.

Pasuri e patundshme

Transakcionet komerciale të pasurive të patundshme mund të jenë të mëdha dhe komplekse. Për atë shkak web-i nuk ka mundësi që tërësisht të zëvendësojë njerëzit të cilët e luajnë rolin e agentëve. Në të kundërt web-i mund që të ndihmojë bizneset që të gjejë cilësitë e duhura. të krahasojë ata cilësi dhe të ndihmojë gjatë negociatave.

Shërbimet financiare

E-bankimi është një mënyrë më ekonomike e të kryerit të pagesave biznesore ,transferimin e fondeve ose kryerjen e transaksioneve. Taksat e transaksioneve nëpërmjet internetit janë më të vogla se çdo alternativë tjetër.

Online berzat

Shërbimet tregtare online janë shumë atraktive për investitorët serioz(korporatat)për atë shkak se taksat për tregtinë online janë shumë të vogla.

Online shërbime tjera

Benefitet kryesore B2B janë se ai:

- Krijon mundësi të reja shitjeje
- Eliminon letrat dhe i zvogëlon harxhimet administrative
- Shpejton procesimin dhe zvogëlon kohën e riciklimit

- Zvogëlon kohën për kërkim dhe harxhimet për blerësit për të gjetur prodhues
- Rrit produktivitetin për punëdhënësit duke menaxhuar më mirë shitjen dhe blerjen
- Zvogëlon gabimet dhe rit kualitetin e shërbimeve
- Bën konfiguracionin e produkteve më të lehtë
- Zvogëlon harxhimet e marketingut dhe shitjes
- Zvogëlon nivelin dhe harxhimet e inventarit
- Lejon online katalogë të përshtatshëm me çmime të ndryshme për konsumatorët
- Mundëson shërbim efikas për konsumatorët⁹

2.10 Format e organizimit të biznesit

Konsumi i vazhdueshëm i mallrave dhe shërbimeve është parakusht për ekzistimin e njeriut si qenie e gjallë (Selimi,2008).Mallrat që e mbajnë gjallë njeriun krijohen gjatë procesit të prodhimit. Duke pasur parasysh peshën dhe rëndësinë procesit të prodhimit ,njerëzit qysh në kohërat e lashta i kanë kushtuar rëndësi formës dhe organizimit të tij. Kjo peshë dhe rëndësi e procesit të prodhimit e ka detyruar njeriun qysh në kohërat e lashta të kushtojë rëndësi formës së organizimit të biznesit..Një formë e thjeshtë e prodhimit ka vepruar qysh në kohërat e para erës sonë..Babilonasit ,fenikasit,grekët ,arabët etj. Këtu e 4000 para vite më parë shquheshin si prodhues,zejtarë dhe tregtarë të vyeshtëm. Për këto kohëra është i njohur hartimi i një kodi me 300 ligje nga mbreti babilonas Hammurabi. Ai me këtë kod mbronte interesat si të konsumatorëve ashtu edhe të prodhuesve. Forma më e thjeshtë e prodhimit është forma e prodhimit natyral(prodhimi i thjeshtë) ose forma e imët e prodhimit. Kjo formë e prodhimit dominon në shoqërinë e parë primitive,por si formë plotësuese paraqitet në të gjitha formacionet ekonomiko -shoqërore. Karakteristikë e përbashkët e saj është ajo se marrëdhëniet midis prodhuesve janë të afërta dhe ekziston një besim i madh midis tyre andaj edhe ato janë informale.

Në ekonominë bashkëkohore ekzistojnë tre forma të organizimit të biznesit :

⁹ <http://menaxherat.com/biznes-2/itbiznes/karakteristikat-tregtise-elektronik/f.1>

1. Firma individuale (firma me pronësi individuale)
2. Partnershiptari (ortakëria)
3. Korporatat aksionare

2.10.1 Firma individuale

Firma individuale është njëra prej formave të organizmit të biznesit ,e cila dominon në sistemin e ekonomisë së mallrave . Kjo formë paraqitet me çthurjen e sistemit feudal dhe fillimin e sistemit kapitalist. Qysh nga ajo kohë e deri më sot firma ka pësuar ndryshime të mëdha në shumë aspekte. Ndryshimet janë bërë edhe në aspektin e organizmit dhe atë të funksionimit. Firmat janë subjekte të cilët shfrytëzojnë faktorët e prodhimit me qëllim që të krijojnë të mira materiale të cilat do ti kënaqin dëshirat e konsumatorëve dhe njëherit të realizojnë maksimizimin e fitimit. Firma individuale sot e kësaj dite është forma e cila dominon si formë e organizmit të biznesit. Shkaku kryesor qëndron në faktin se akti i themelimit është i lehtë dhe nuk kërkon formalitete të mëdha. Poashtu kjo formë organizative e prodhimit nuk kërkon investime të mëdha, kështu që sipërmarrësi mund të fillojë biznesin me shuma të vogla të mjeteve financiare. Sot udhëheqja dhe drejtimi me sukses i këtyre firmave kërkon angazhim dhe njohuri shumë të mëdha se sa dikur. Kjo formë e organizmit të biznesit është karakteristikë për ndërmarjet e vogla dhe të mesme. Nga vet emrimi i formës së organizmit të biznesit nënkuptojmë se bëhet fjalë për firmën e cila është pronë e një individi. Veprimtaria e firmave individuale të sotme karakterizohet me një dinamikë të jashtëzakonshme , ndërsa varshmëria midis tyre ka aritur nivelin më të lartë. Udhëheqësit e ndërmarjes bashkëkohore kryejnë një numër më të madh të funksioneve të ndërmarjes siç janë:planifikimi,menaxhimi,sjellja e vendimeve ,procesi i prodhimit ,promocioni,marketingu,shitja,kontrrolli,investimet. Forma e firmës individuale mund të jetë e llojeve të ndryshme. Varsisht nga veprimtaria ato mund të ndahen në:

- firma individuale prodhues(prodhon të mira materiale)
- firma individuale tregtare (merret me shitblerjen e mallrave)
- firma individuale shërbyese (kryen veprimtari shërbyese)

Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (NVM) si formë më e përhapur e kësaj forme të biznesit ka rëndësi dhe peshë të posaçme. Këto ndërmarrje gjatë afarizmit të tyre ndikojnë pozitivisht në shtimin e produktit të brendshëm bruto, rritjen e numrit të punësuarve, rritjen e investimeve dhe të eksportit të një vendi si dhe të hyrat devizore në nivel shtetëror. Disa ekonomistë ndikimin e NVM në zhvillimin e përgjithshëm të një vendi e konsiderojnë si „bosht kurrizor të ekonomisë kombëtare”. Përkufizim i ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme nuk është universal. Kjo nënkupton se vendet e ndryshme i përkufizojnë në forma dhe mënyra të ndryshme. Disa vende kur bëjnë përkufizimin e tyre si kriter marin numrin e të punësuarve, ndërsa disa vende tjera marin vëllimin e shitjes së mallrave dhe shërbimeve. Sipërmarrësi është individ me veprim kreativ udhëheqës i firmës, i cili duke përdorur aftësitë e veta fizike dhe intelektuale ka për qëllim arritjen e rezultateve maksimale me kosto sa më të vogla. Sipërmarrësit janë persona të cilët janë pronarë të firmave. Këtu dallohen për organizmin e shkëlqyer të punës së firmës, drejtimit dhe udhëheqjes së mirë të firmës dhe nuk ngurojnë për rrezikun eventual që mund të ndodhë. Karakteristikat kryesore të sipërmarrësit janë: dëshira për të realizuar fitim maksimal, marja e përgjegjësisë dhe përkushtimi i lartë i punës, vetbesimi në aftësitë e veta për sukses, orientimi kah e ardhmja e jo në të kaluarën, tolerant dhe fleksibil, energjik dhe organizator i mirë, shpikës dhe inovator. Një numër i karakteristikave të sipërmarrësit janë gjenetike të trashëguara, por shumica prej tyre në kohën bashkëkohore janë aftësi që përfitohen gjatë shkollimit dhe edukimit. Në praktikë ndodh që një firmë të ketë sukses afarist dhe pa mos i patur sipërmarrësi këto veti që i përmendëm më lartë. Kjo ndodh si rezultat i rrethanave dhe kushteve të jashtëzakonshme qoftë ato natyrore apo shoqërore. Vendet me ekonomi të tregut i kushtojnë mbështetje rezervë veprimit të firmave individuale, andaj dhe roli dhe funksionimi në këto ekonomi mban një pjesë të barës të madhe të zhvillimit të ekonomisë kombëtare. Kështu në mbretërinë e bashkuar nga gjithsejt 27 milion të punësuar, 3.4 milion punojnë në biznesin e vogël. Në Itali 90% të firmave industriale janë të biznesit të vogël dhe absorbojnë 84% të punonjësve të përgjithshëm. Në Danimarkë 92% e firmave prodhuese janë të biznesit të vogël dhe punësojnë 43% të punonjësve.

Avantazhet i firmave individuale janë:

-fillimi punës nëpërmjet firmave individuale është i lehtë ,nuk kërkon kapital të madh

-sipërmarrësi nuk i përgjigjet ndonjë personi tjetër për punën e vet

-koha e vendimeve të sjelljeve afariste është e shpejt

-fitimet janë të mëdha dhe e përvetëson vetë sipërmarrësi

-biznesi i vogël është bazë për kalimin në biznes të madh

-biznesi madh varet nga biznesi i vogël

-krijimi punëve të reja

-krijimi i inovacioneve dhe risive

-pronësia individuale është kënaqësi psikologjike

-lehtësirat në rast të falimentimit

Disavantazhet e firmës individuale janë:

-norma e lartë e dështimit të firmave individuale

-për dështim të firmës sipërmarrëso mban përgjegjësi të pakufizuar dhe të plotë

-sipërmarrësit kanë mungesë në eksperiencën menaxheriale

-ekspertët e kualifikuar nuk janë të intersuar të punësohen në biznesin e vogël

-konkurrenca e ashpër

-bankat nuk kanë besim në dhënien e kredive të biznesit vogël

-ekziston hapësirë e madhe për mashtrime

-firmat individuale kanë jetë të kufizuar ,do të thotë se me vdekjen e pronarit të firmës pushon së ekzistuari edhe firma.

2.10.2 Partnershipti-ortakëria

Partnershipti ose ortakëria paraqet formën më të lartë të organizmit të biznesit se sa firma individuale. Dobësi e firmës individuale siç theksuam më parë është mungesa e kapitalit. Kjo njëherit paraqet pengesë për zgjerimin e mëtejshëm të veprimtarisë së firmës. Për këtë shkak sipërmarrësi kërkon partner me qëllim bashkëpunimin dhe kapitalin me sipërmarrës tjerë. Partnerët zakonisht para se të fillojnë me veprimtarinë e firmës nënshkruajnë kontratë ose marrëveshje. Nëse partnerët nuk nënshkruajnë marrëveshje të këtillë, mosmarrëveshje midis partnerëve afaristë është reale. Përkundrazi, nëse kontrata e nënshkruar midis partnerëve është gjithëpërfshirëse, pra i ka detajizuar të gjitha momentet e mundshme, atëherë gjatë konfrontimit midis partnerëve janë të minimizuara. Me rastin e nënshkrimit të marrëveshjes secili prej partnerëve saktësisht i ka të përcaktuar të drejtat, detyrat dhe përgjegjësitë e veta. Gjithashtu paraprakisht në kontratë është e definuar mënyra e shpërndarjes së fitimit ose mbulimit të humbjes.

Ekzistojnë dy lloje të partneritetit:

- partneriteti i përgjithshëm
- partneriteti i kufizuar

Me partneritetin të përgjithshëm nënkuptojmë atë partneritet kur të gjithë nënshkruesit janë përgjegjës për menaxhimin dhe obligimet financiare që i ka kompania, ndërsa me partneritetin të kufizuar nënkuptojmë rastin, kur së paku njëri prej partnerëve nuk është aktiv në udhëheqjen e biznesit. Partneriteti gjithashtu ka përparësitë (avantazhet) e veta dhe dobësitë (disavantazhet) e veta.

Përparësitë kryesore të ortakërisë janë:

- themelimi i kompanisë është i lehtë
- firma disponon me shumicë të mëdha të kapitalit
- bankat janë të interesuar për dhënie të kredive

-partnerët menexhimin e kompanisë e realizojnë duke kombinuar secili prej aftësive dhe talentëve individual

-ekspertët dhe profesionistët e mirë janë të interesuar të punësohen në këto firma

-themelimi dhe ndërprerja e veprimtarisë së firmës nuk paraqesin vështirësi

-firmat kanë përparësi gjatë tatimit

Dobësitë kryesore të ortakërisë janë:

-rreziku nga mosmarëveshjet midis ortakëve

-detyrime të pakufizuara dhe reciproke të partnerëve

-jetë e kufizuar e firmës me përfundim të detyruar

-ndarja e autoritetit.

2.10.3 Shoqëria aksionare

Shoqëria aksionare është forma më e lartë e organizmit të biznesit, e cila përbëhet prej një numri të madh të pronarëve të cilët e bashkojnë kapitalin e tyre. Shoqëria aksionare gjatë regjistrimit të vetë në organet kompetente e ka të shënuar prapashtesën SH.A. Edhe pse pronarë të shoqatës aksionare mund të jenë një numër i madh i individëve, organet shtetërore këtë formë të organizmit të biznesit e trajtojnë si person juridik. Shoqata aksionare përfshin kapital shumë më të madh se sa partneriteti. Kapitali koncentruar njëherit paraqet mundësinë e zhvillimit më dinamik të shoqatës dhe ekonomisë nacionale. Paraqitja e këtyre shoqatave u tregua e nevojshme gjatë revolucionit industrial kur firma nuk kishte kapitalin e nevojshëm që të mund të finansonte projektet e mëdha të vendit sikurse ishin:ndërtimi i rrugëve ,hekurudhave,largpërçuesve,rafinerive. Një arsye tjetër e formimit të këtyre shoqatave ishte edhe shmangia e dobësive që kanë firmat individuale dhe firmave të partneritetit. Shoqata aksionare sot është forma e shpërndarë e bashkimit të kapitalit,i cili mundëson financimin e nivelit të lartë.

Si e përfiton kapitalin shoqëria aksionare?

Shoqata aksionare emiton letra me vlerë të quajtura aksione. Aksionet kanë formën e vet e cila është e rregulluar me anë të ligjit të vendit. Nëse një firmë ose individ për ta rritur veprimtarinë ka nevojë për kapital shtesë, atëherë ai vendos të emiton aksione. Normalisht ai për këtë veprimnjofton organet kompetente të shtetit i cili duhet të jep pëlqimin e vet. Aksionet i blejnë blerësit të cilët quhen aksionarë. Përse i përket blerësve të aksioneve mund të themi se si blerës paraqiten dy grupe të investitorëve: investitorë privat dhe investitorë institucional.

Investitorët privat konsiderohen të gjithë qytetarët të cilët posedojnë mjete financiare të lira dhe të cilët blejnë aksione. Normalisht blerjen dhe shitjen e aksioneve, letrave me vlerë, e bëjnë nëpërmjet personave special që kanë të drejtë shitblerjen e aksioneve të cilët quhen brokerë.

Në grupin e investitorëve institucional bëjnë pjesë: fondet sociale, pensionale dhe trustet investive. Fondet e ndryshme shpeshherë ndodh që të kenë mjete financiare të lira. Këto mjete ato i shfytëzojnë për të blerë aksione.

Pse aksionarët blejnë aksione?

Ekzistojnë dy qëllime kryesore se përse aksionarët blejnë aksione:

1. Përvetësimi i të ardhurës që quhen dividendë dhe
2. Pjesëmarrja në qeverisjen e korporatës

Dividenda është e ardhur që fitohet nga pronësia e aksioneve. Dividenda nuk është e ardhur e garantuar që e përvetëson aksionari. Nëse korporata gjatë vitit ka treguar humbje, atëherë nuk mund të shpërndahet dividendë, sepse në raste të tilla ska realizuar dividendë. Zakonisht norma e dividendës është më e madhe se norma e kamatës, andaj edhe njerëzit janë më shumë të prirur të blejnë aksione se sa të deponojnë mjete në bankë. Normalisht kjo ka edhe riskun e vet. Aksioni nuk mund të tërhiqet nga korporata, por aksioni mund të shitet në tregun e letrave me vlerë. Shitjen dhe blerjen e aksioneve e kryejnë njerëzit profesionistë që quhen brokerë. Aksionet kanë vlerën e tyre nominale. Përparësitë e shoqërisë aksionare janë:

-shfytëzimi i metodave efikase në grumbullimin e mjeteve të lira financiare - që don të thotë se shoqëritë aksionare fare lehtë dhe shpejt mund të mbledhin sasi të madhe të kapitalit të nevojshëm duke emituar letra me vlerë ;

- Mjetet e grumbulluara janë mjaft kualitative - d.m.th. se SH.A. nuk ka detyrim që t'i kthen aksionarëve për një kohë të shkurtër. Korporata ato i shfrytëzon në periudha më të gjatëkohore;

- Korporata nuk ka rrezik të pushojë së funksionuari nëse pronari vdes. Pronarë të korporatës janë një numër i madh i individëve,kështu që këtu kemi vetëm ndërtimin e pronarëve të aksioneve e jo edhe likuidimin e korporatës.

- Korporata ka përgjegjësi të kufizuar-kjo tregon se aksioneri nuk përgjigjet ndaj detyrimeve që i ka korporata ndaj partnerëve afaristë. Nëse korporata vjen në situatë të likuidohet,atëherë aksionari humbën aksionet të cilët i ka investuar , por jo edhe pronën.

-Korporata në kuadër të vet punëson menaxherë me njohuri të larta profesionale-ekipet që menaxhojnë janë tejet efikase dhe cilësor.

-Korporata gëzon besim të plotë tek bankat, andaj janë shfrytëzues të kredive bankare me kushte më të volitshme se sa firmat individuale dhe firmat e vogla dhe të mesme. Megjithatë edhe korporata aksionare, ngjajshëm sikurse dy format e para të organizimit të biznesit i ka dobësitë e veta. Njëra prej dobësive më të theksuara është çështja e tatimit të dyfishtë. Tatimimi i parë është tatimi mbi të ardhurën e korporatës të paguar nga korporata, ndërsa tatimi i dytë paraqet tatimimin e dividendës që e paguan aksioneri. Poashtu si dobësi shfaqen edhe shpenzimet dhe kufizimet të cilët paraqiten gjatë dhënjes së lejeve për punë, lejen për emitimin e rinj të letrave me vlerë.

2.10.4 Qeverisja e korporatës

Gjatë veprimtarisë së korporatës vjen deri te ndarja e dy funksioneve të korporatës:funksionit të pronësisë dhe funksionit të qeverisjes.ndarja e këtillë ka shkaktuar vështirësi të posaçme në qeverisjen e korporatave. Për sa i përket qeverisjes së korporatës egzistojnë tre koncepte të sigurimit të qeverisjes së shoqërive aksionare edhe atë:1. Koncepti i qeverisjes nga ana e menaxherëve

2. Koncepti i qeverisjes nga ana e pronarëve të aksioneve dhe

3. Koncepti nga menaxhimi i elitave korporative

Koncepti i parë, pra qeverisja e korporatave nga ana e menaxherëve duket se kohëve të fundit zë vend më të rëndësishëm se sa konceptet tjera. Këtu në fakt bëhet fjalë për qeverisjen nga ana e njerëzve me ngritje të lartë profesionale, ekspertë me eksperiencë dhe njohuri të madhe të politikës afariste të korporatës. Hierarkia e qeverisjes sipas këtij koncepti : 1. Drejtoria e lartë, e cila është organi më i lartë i korporatës.

2. Këshilli qeverisës është organi, i cili përbëhet nga shkencëtarë, profesorë, njerëz të njohur

3. Këshilli i mesëm i cili përbëhet nga udhëheqësit e sektorëve dhe shefave të ndryshëm.

Në rastet kur pronarët e kapitalit aksionarë nuk kanë sukses në organizimin e tyre me qëllim që të formojnë paketin e madhë të aksioneve (mbi 20% të kapitalit aksionar), atëherë praktikisht me korporatën qeverisin menaxherët. Menaxherët ndikojnë mjaftë në qeverisjen e korporatës jo vetëm nga fakti se posedojnë njohuri dhe profesionalizëm të lartë, por ato gjithnjë e më tepër bëhen edhe pronarë të kapitalit aksionarë të korporatës. Ata përveç që fitojnë rroga të larta, shfrytëzojnë edhe të drejtën opcionale. E drejta opcionale u mundëson menaxherëve të blejnë aksione të firmës me kushte shumë të mira. Koncepti i dytë i qeverisjes me korporatat mbron tezën se korporatat akoma qeverisen nga pronarët e kapitali aksionar. Pronarët e aksioneve janë aq të fuqishëm sa që kanë mundësinë kur të duan ta emërojnë ose shkarkojnë nga vendet udhëheqëse të korporatës. Kohëve të fundit në vendet udhëheqëse të korporatës gjithnjë e më tepër vijnë anëtarë të familjes më të ngushtë ose më të gjërë të pronarëve të kapitalit aksionar. Kapitali i tretë i qeverisjes me korporatat mbron mendimin se korporatat qeverisen nga një koalicion midis menaxherëve të aftë, pronarëve të aksioneve dhe familjeve të pasura.

2.11 Rritja dhe smadhimi i biznesit

Në suaza të biznesit normal është e logjikshme që biznesi gjithnjë duhet të rritet dhe të smadhohet. Kjo rritje e biznesit arrihet në dy mënyra:

- Me riinvestim nga fitimi i realizuar dhe

•Me bashkimin e më tepër firmave në një të vetme

Rritja e biznesit me riinvestim paraqet atë rritje kur firma investon nga fitimi i realizuar. Pronarët e firmës qoftë asaj individuale,partnership ose shoqëritë aksionare një pjesë të fitimit e investojnë sërish në veprimtarinë e vet. Investimet mund të jenë në blerjen e makinave të reja, modernizimin e teknologjisë,rritjen e procesit të prodhimit të realizon fitime më të mëdha. Rritja e biznesit me anë të bashkimit të dy ose më tepër firmave paraqet arritje e cila realizohet gjatë bashkimit të më tepër firmave dhe krijimit të një fime të vetme.

Firmat bashkohen për shkaqe të ndryshme e sidomos për arsye të: rritjes së efikasitetit, rritjes së tyre në një kompani të madhe, eliminimin e konkurentëve të vet.

Ekzistojnë dy lloje të firmave: Bashkimi horizontal dhe Bashkimi vertikal.

Bashkimi horizontal të kompanive kemi atëherë kur bashkohen dy ose më tepër firma të cilët prodhojnë të njëjtën prodhim p.sh. nëse bashkohen dy banka. Bashkim vertikal të kompanive kemi atëherë kur bashkohen dy kompani të cilët nuk prodhojnë të njëjtën lloj të prodhimit p.sh. firma që prodhon vetura dhe ajo që prodhon qelq për veturat. Kompanitë të cilët krojohen nga bashkimi i firmave zakonisht janë firma të mëdha dhe janë të njohura si konglomeratë. Në kuadër të këtijë bashkimi funksionojnë një numër i madh i i bizneseve. Ato veprojnë në mënyrë të pavarur njëra prej tjetrës. Shoqëria aksionare e cila kryen veprimatarinë e vet jashë kufijve shtetërorë quhet korporatë ndërkombëtare. Kohëve të fundit më së shumti janë të njohura si korporata transnacionale. Kjo formë është mjaft e fuqishme dhe disperzuar në botë.Korporatat transnacionale kanëndikim të madh jo vetëm në tregun kombëtar,por edhe në atë ndërkombëtar. Ato janë bartës dhe dominues në shumë sektorë të ekonomisë e sidomos në: industrinë e telekomunikimit,teknologjisë së informimit,elektro-industrisë. Zhvillimi dhe hapja e investimeve të huaja direkte nuk mund të paramendohet pa pjesëmarrjen e korporatave transnacionale. Në ekonominë bashkëkohore përveç këtyre formave të organizmit të biznesit ekzistojnë një numër i madh i organizatave në kuadër të të cilëve organizohet biznesi. Disa prej tyre janë joprofitabile dmth nuk presinpresin fitim nga aktiviteti të cilin e kryejnë. Këta ndihmojnë zhvillimin e biznesit në mënyrë indirekte .Poashtu ekzistojnë

organizata dhe asociacione tëndryshme siç janë ato koperuese ,profesionale etj. Në organizmin e biznesit padyshim rol të rëndësishëm serioz ka edhe shteti. Ai herë duke prodhuar të mira materiale herë duke ofruar shërbime për konsumatorët paraqitet si një konkurent serioz në tregun e vendit. Me ofrimin e rrymës elektrike, shërbimeve postale etj shteti luan rol aktiv në ekonominë e vendit . Poashtu shteti në ekonominë e tregut ka rol indirekt, rol i cili ndikon në përmirësimin dhe zhvillimin e tregut .¹⁰

2.12 Problemet me te cilat ballafaqohet pronari i biznesit të vogël

Që nga hapja e biznesit pronarët e bizneseve të vogla përballen me probleme të shumta ,të cilat ndikojnë në suksesin e biznesit të tyre (Ramadani,2010). Të dhënat nga anketimi i 119 ndërmarjeve në vendin tonë thonë se pronarët e bizneseve të vogla ,gjatë punës së tyre ndeshen me këto probleme :

- 1.Rënie të nivelit të shitjeve
- 2.ballafaqimi me konkurrencë jolojale
- 3.mungesë të mjeteve financiare
- 4.vonesë në pagesën e mallrave të shitura
- 5.mungesë të resurseve humane adekuate
- 6.rregullativa ligjore të biznesit .

2.12 Profili pronarit të biznesit të vogël

Karakteristikat e pronarit të biznesit të vogël janë:

- 1.Dëshira për të shprehur sukses- ata duhet të kenë dëshirë të theksuar për të realizuar fitim dhe të sigurojë të mirën për biznesin e tij.
- 2.Besimi në aftësinë e tyre -ata duhet të besojnë në veten e tyre

¹⁰ Selimi,N.(2008). Hyrje ne ekonomi.Tetovë,f.73

3. Ide dhe koncepte të reja -një pronar i suksesshëm duhet të jetë novativ
4. I motivuar dhe shumë energjik- Pronari i biznesit të vogël duhet të jetë i motivuar për të kryer detyrën e vet.
5. Shpirti konkurrues- ata duhet të jenë të gatshëm për tu përballur me konkurrencën.
6. Pranimi kritikës së shëndoshë dhe konstruktive sidhe refuzimi i asaj deskruktive. Një pronar i biznesit duhet të jetë në gjendje të marrë kritika dhe të ndryshojë planet
7. Gatishmëria për të marrë risk mbi vete-ai duhet të jetë i gatshëm që të marrë risk mbi vete
8. Mprehtësia në biznes-marja në biznes kërkon që pronari të jetë i mprehtë dhe vigjilent.
9. Aftësitë për vendimmarje- pronari biznesit duhet të jetë në gjendje për të marrë vendime
10. Orientimi në të ardhmen-pronarët e bizneseve të vogla kanë një cens të shkëlqyer
11. Zotësi për organizim-ndërtimi i një biznesi nga fillimi është punë e vështirë ngjashëm me atë sikur të bashkosh pjesë të veçanta duke krijuar një enigmë të madhe.
12. Fleksibiliteti -Pronarët e bizneseve të vogla duhet të jenë të vullnetshëm për të adaptuar bizneset e tyre në përputhshmëri me shijet e ndryshme të konsumatorëve.¹¹

¹¹ Ramadani, V. (2010). Specifikat e biznesit të vogël. Tetovë, f.27

KREU 3 Faktorët që ndikojnë në zhvillimin e NVM

Simpson et al (2004:484) përcakton makro-mjedisin (faktorët e jashtëm të kompanisë) që paraqesin variablat e situatës mund të ndihmojnë ose pengojnë sipërmarrjen në fillimin e aktivitetit dhe gjatë ciklit jetësor të NVM-ve.¹²

Kjo mbështetet nga Dahlqvist et al (2000:5) , i cili shpjegon se faktorët e jashtëm paraqesin mundësit,kërcënimet dhe informacione që ndikojnë në të gjithë sipërmarrësit brenda në këtë mjedis ,pavarësisht sfondit tyre,arsimi apo konceptit biznesit.¹³

Guzman dhe Santos (2001:217) shpjegon faktorët e jashtëm për të përfshirë faktorët socio demografik,tregjet(lokalë,ndërkombëtare),kulturore,ekonomike,institucionale,politike,ligjore,infrastruktura dhe faktorë të tjerë fizik të atij ambientit.¹⁴

Mazzarol ,Volery ,Doss dhe Thein (1999:50) dhe Viviers et al (2004:4) theksojnë se faktorët e makro mjedisit nuk janë të kontrollueshme dhe sukcesi i NVM shpesh varet në aftësinë e menaxhmentit për tu marrë me ta.¹⁵

Peberdy dhe Rogerson (2000:21) argumentojnë se sukcesi i një sipërmarrje të re varet nga gjendja e faktorëve të veçant brenda kufijve të shteteve kombëtare të veçanta më të dallueshëm të tyre faktorë ekonomik,politik dhe social.¹⁶

Toye(2002:49) pajtohet dhe thekson se faktorët që ndikojnë në suksesin e NVM-ve duhet të kenë implikime për arsim dhe aftësi bazë, nivelet e rrezikut,qasja në tregjet dhe qasja në burime duke përfshirë inputet,punën,rrjetet,kapitali dhe financat.¹⁷

¹² Simpson et al (2004), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.484

¹³ Dahlqvist et al (2000,)Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.5

¹⁴ Guzman & Santos (2001),Factors affecting SME success,University of Pretoria f.217

¹⁵ Mazzarol ,Volery,Doss dhe Thein, dhe Viviers et al(1999,2004), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.50-4

¹⁶ Peberdy dhe Rogerson (2000), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.21

¹⁷ Toye(2002),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.49

Kjo ndikon shanset e NVM-ve për të mbijetuar performancë të lartë(Dahlqvist et al ,2000:5).¹⁸Grupet e studimit faktorët e jashtëm i ndajnë në dy kategori: makro ekonomike dhe mjedisi i tregut.

3.1 Faktorët e jashtëm

3.1.1 Faktorët ekonomikë

Suksesi i sipërmarrjes re varet nga gjendja e ekonomisë kombëtare në kohën e biznesit kur është nisur (Baron,2004 b:233;Ligthelm & Cant ,2002:5 ;Viviers et al ,2001:4 ;Nieman ,2006:22,Gurol & Atsan,2006:28).¹⁹ Shembuj të faktorëve ekonomikë janë diskutuar :

- Dendësia e ndërmarrjes

Dendësia e ndërmarrjes është përcaktuar si numri i firmave në popullsi të caktuar në kohë të caktuar dhe i referohet përqindjes së sipërmarrjes ekzistues (Panco & Korn,1999:6).²⁰ Në Afrikën e Jugut dendësia e ndërmarrjes është e ulët në 2%,do të thotë se ka vend për zgjerimin e ndërmarrjeve aktive (Van Vuuren & Nieman,1999:2;Gem ,2005a:17).²¹

- Inflacioni

Inflacioni ka një efekt për sipërmarrjen(Viviers et al ,2001:4;Ligthelm & Cant,2002:5). Shifra e inflacionit të Afrikës së Jugut prej 11% në mes të 2008 do të thotë që vlera e pasurisë zvoglohet dhe ka më pak mundësi për sipërmarrjesit.²²

- Normat e interesit

Normat e ulëta të interesit lehtësojnë qasjen në kapital dhe kështu burimet nevojshme për sipërmarrjen (Ligthelm&Cant .,2005:5).²³

¹⁸ Dahlqvist et al (2000) , Factors affecting SME success,University of Pretoria ,f.5

¹⁹Baron,Ligthelm dhe Cant ,Viviers et al ,Nieman,Gurol dhe Atsan,(2004,2002,2001,2006,2006),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.233-5-4-22-28

²⁰Panco dhe Korn(1999),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.6

²¹ Van Vuuren dhe Nieman,Gem (1999,2005), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.2-17

²² Viviers et al ,Ligthelm dhe Cant(2001,2002), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.4-5

²³Ligthelm dhe Cant (2005),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.5

Shkalla e interesit në Afrikën e Jugut prej 15% (në mes të vitit 2008). Kufizon dy normat e konsumit dhe shumën e kapiatalit që mund të rritet(Viviers et al , 2001:4).²⁴

•Papunësia

Ndikimet e papunësisë në procesin e sipërmarrjes (Viviers et al,2001:4), ku është papunësia e lartë shumë njerëz janë të shtyrë në ndërmarrësi për mbijetesë (Wiickham,2001:63;Dollinger,1999:43); në të njëjtën kohë për shkak të kësaj papunësie të lartë dhe të ardhurat e kufizuara,tregjet janë të kufizuara(Ligthelm & Cant,2002:5).²⁵

•Kurset e kembimit janë një faktor i madh në ndërmarrësi (Viviers et al,2001:4;Ligthelm & Cant ,2002:5). Rand i dobët i Afrikës së Jugut do të thotë se ka më shumë mundësi në tregun e eksportit , por që ka më pak kapital për të investuar në NVM-të lokale.²⁶

•Tatimet

Një nga faktorët kryesorë që pengojnë në zhvillimin e NVM-ve është tatimi (Robertson et al 2003:311).²⁷ Nëse normat e taksave janë të larta ata zvogëlojnë fitimin në mënyrë drastike (Ahwireng-Obeng & Piaray,1999:78).²⁸ Në Afrikën e Jugut shpenzimet lidhen me tatimin e TVSH-së (Clover & Darroch,2005:242) dhe tatimi në korporata (Viviers et al ,2001:4) janë ndër më të lartat në botë.²⁹ Komleksiteti i sistemit ngre koston e të bërrit biznes ,sa më NVM-ja nuk ka kapacitet për të administruar deklaratat tatimore dhe duhet të konsulltohen me ekspertë për një tarifë të përmbushë kërkesa ligjore(Luiz,2002:65).³⁰

•Ndryshimi

Aftësia për tu marrë me ndryshimin është një faktorë kyç në suksesin e Nvm-ve(Viviers et al , 2001:4),si ndryshimi dhe pasiguria e tij lidhur me të,ku shtrihen mundësitë e tregut

²⁴ Viviers et al (2001),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.4

²⁵ Viviers et al,Wiickham,Dollinger,Ligthelm dhe Cant,Factors affecting SME success,University of Pretoria,f. 4-63-43-5

²⁶ Viviers et al,Ligthelm dhe Cant(2001,2002),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.4-5

²⁷ Robertson et al(2003),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.311

²⁸ Ahwireng-Obeng dhe Piaray(1999), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.78

²⁹ Clover dhe Darroch, Viviers et al(2005,2001), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.242-4

³⁰ Luiz,2002), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.65

(Kirzner 1973;Knight,964).³¹ Ndryshimi përfshin ndryshimin me shpejtësi teknologjike (Lighelm & Cant ,2002:37) dhe ndyshon forcat e tregut (Shane & Cant ;2000:220).³² Rikthimi i Afrikës së Jugut në ekonominë globale pas dekadave të sanksioneve ndërkombëtare të tregtisë hapi kapitujt e ndryshimit (Morris & Zahra ,2000:92).³³ Mjerisht shumica e NVM-ve në Afrikën e Jugut nuk kanë kapacitet të merren me një mjedis të ndryshueshëm të biznesit (Strydom & Tustin ,2003:4) dhe kështu janë të dënuar për zhdukjen përfundimtare (Panco & Korn,1999:7).³⁴

•Mjedisi i biznesit

Karakteristikat pozitive të mjedisit të biznesit të një vendi u ofrojnë NVM-ve mundësi, kërcënime,informacion dhe qasje në modelet e roleve(Hisrich & Peters,2002:73;Guzman & Santos ,2001:217;Hening,2003:2),të cilat janë faktorët përcaktues të Nvm-ve / Suksesi sipërmarrës (Preterius et al ,2005 a:55;Nasser et al ,2003:400).³⁵

Shumë goditje të mjedisit të biznesit, megjithatë të shtyjnë rreziqe për nivele të papranueshme (Themba et al ,1999:106).³⁶ Sfida me të cilën ballafoqet shumica e qeverive është të sigurojë një mjedis biznesi që mbështet dhe promovon një kulturë të gjallë të ndërmarrësisë(OECD,2002b:7).³⁷

Në Afrikën e Jugut sipërmarrësit e shohin mjedisin si të paqëndrueshëm(Viviers et al ,2001:3;Morris & zahra ,2009;Kangasharju,2000:33).³⁸

³¹ Viviers et al,Kirzner,Knight(2001,1973),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.4-964

³² Lighelm dhe Cant, Shane dhe Cant(2002,2000),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.37,220

³³ Morris dhe Zahra (2000),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.92

³⁴ Strydom dhe Tustin,Panco dhe Korn(2003,1999),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.4-7

³⁵ Hisrich dhe Peters,Guzman dhe Santos,Hening,Preterius et al,Nasser et al (2002,2001,2003,2005,2003),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.73-217-2-55-400

³⁶Themba et al (1999),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.106

³⁷ OECD(2002),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.7

³⁸ Viviers et al,Morris dhe Zahra,Kangasharju(2001,2009,2000),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.3-33

3.1.2 Faktorët politik-institucional

Në vendet në zhvillim , klima politike dhe kërkesat ligjore për të bërë biznes në një vend mund të jetë një nxitës i mundshëm ose pengesë e madhe në zhvillimin e sipërmarrjes (Themba et al,1999:104).³⁹ Shembuj të faktorëve institucional politik janë më poshtë:

- Politikat makro-ekonomike

Politikat makro-ekonomike,legjislacioni,kornizat ,rregullat dhe ligjet janë faktorë që mund të ndihmojnë apo pengojnë zhvillimin e sipërmarrjes (Clover & Daroch,2005:241; Dackel & Lightelm,2005:54).⁴⁰ Tregu, puna , politika dhe rregullat përkatëse të investimeve dhe të taksave mund të japin një mjedis të përshtatshëm që inkurajon investimet dhe qëndrueshmërinë e sipërmarrësit si burim i ri i pasurisë dhe krijimin e vendeve të punës në ekonomi(Themba et al,1999:105; Ahwireng - Obeng & Piaray ,1999:78; Hening ,2003:2).⁴¹ Nga ana tjetër , një mjedis i jashtëm armiqësor paraqet kufizime ligjore dhe rregulluese që pengojnë sipërmarrjen dhe rrisin kostot e bërjes biznesit(Finamrk,2006;Ligthelm& Cant ,2002:5).⁴² Në Arikën e Jugut disa nga ligjet regullatore konsiderohen si kërcënim për NVM-të Viviers et al ,2001:3,Clover & Daroch ,2005:242).⁴³ Në mënyrë të pashmangshme, sfida me të cilën ballafaqohet qeveria e re e Afrikë së Jugut është të krijojë regulla dhe politika të zbatueshme me qëllim të një inetsi kombëtar(Ahwireng-Obeng & Piaray ,1999:79).⁴⁴

³⁹ Themba et al(1999),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.104

⁴⁰ Clover dhe Daroch,Dackel dhe Lightelm(2005),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.241-54

⁴¹ Themba et al,Ahwireng - Obeng dhe Piaray,Hening(1999,2003), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.105-78-2

⁴²Finamrk,2006;Ligthelm dhe Cant ,2002(2006,2002), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.5

⁴³ Viviers et al ,Clover dhe Daroch ,(2001,2005), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.3-242

⁴⁴ Ahwireng-Obeng dhe Piaray (1999), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.79

- Gjyqësori

Besueshmëria e gjyqësorit është e rëndësishme për zhvillimin e ndërmarrësisë, ajo mund të sigurojë mbrojtje ligjore kundër shkeljes së drejtave të pronësisë intelektuale, (Ahwireng -Obeng & Paray ,1999:78).⁴⁵

- Burokracia

Korupsioni burokratik dhe burokracia mund të rrit ndjeshëm kostot e biznesit dhe koha e kaluar me zyrtarët e korruptuar i bën produktet dhe shërbimet jo konkurruese në tregun e vendit (Ahwireng -Obeng &Paray ,1999:78).⁴⁶

- Kosoto e pajtueshmërisë

Shumica e NVM-ve mendojnë se u mungon aftësia për tu marrë me kërkesat e qeverisë në përgjithësi (Strydom & Tustin ,2003;Rwiegma & Ventet ,2004:19).⁴⁷Në Afrikën e Jugut kostoja e pajtueshmërisë është e lartë dhe shihet si një kërcënim për sektorin e NVM-ve dhe sipërmarrjes(Viviers et al, 2001: 4; Ligthelm & Cant, 2002: 5).⁴⁸

- Mbështetja publike

Programet e qeverisë për mbështetjen e NVM-ve mund të sigurojnë që NVM-të të marrin mbështetje të vazhdueshme në formën e njohurive dhe ekspertizës për të siguruar rritjen e biznesit përtej inkubacionit fillestar dhe mbijetesës së hershme (Nasser et al, 2003: 399, Ligthelm & Cant, 2002: 5).⁴⁹

⁴⁵ Ahwireng -Obeng dhe Paray (1999), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.78

⁴⁶ Ahwireng -Obeng dhe Paray (1999) , Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.78

⁴⁷ Strydom dhe Tustin ,Rwiegma dhe Ventet (2003,2004), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.19

⁴⁸ Viviers et al, Ligthelm dhe Cant(2001, 2002) ,Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.4-5

⁴⁹ Nasser et al, Ligthelm dhe Cant(2003, 2002) Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.339-5

Mungesa e mbështetjes sektorit publik ka një ndikim negativ në zhvillimin e ndërmarrësisë në një vend (Clover & Darroch, 2005: 244)⁵⁰. Në Afrikën e Jugut, mbështetja zakonisht ofrohet në formën e programeve nxitëse ose nxitje për të inkurajuar themelimin e ndërmarrjeve të reja (Mueller & Thomas, 2001: 67), shumë NVM nuk kanë njohuri për mekanizmat ekzistues të mbështetjes së qeverisë (Finmark, 2006)⁵¹. Disa nga NVM-të gjejnë shërbime si grante apo mundësitë e prokurimeve janë të komplikuara, jofleksibile për nevojat aktuale të NVM-ve (Fielden et al, 2000: 300, Luiz, 2002: 56).⁵²

3.1.3 Faktorët socio-kulturorë

Këto kushte sociale dhe aspekte të kulturës së vendit mund të krijojnë një vullnet të mirë mjedisor që përfiton NVM-të (Wasilczuk, 2000: 93; Gurol & Atsan, 2006: 28), ose të paraqesin presione që pengojnë sipërmarrjen (Themba et al, 1999: 108, Rogerson, 2001a: 117; Tustin, 2001: 126)⁵³. Shembuj të faktorëve socio-kulturorë diskutohen poshtë:

•Qasja në infrastrukturën publike

Qasja në shërbimet e infrastrukturës fizike publike përfshijnë ujë, energji elektrike, telekomunikacioni, telefonat, media elektronike dhe shërbimet postare janë të gjitha të rëndësishme për fillimin e biznesit , të zhvillimit dhe të rritjes (Rogerson, 1999: 137; Clover & Darroch, 2005: 242; Ahwireng-Obeng & Piarray, 1999: 78).⁵⁴ Qasja e kufizuar në shërbimet e infrastrukturës publike është një pengesë e madhe për mbijetesën e NVM-ve (Darroch & Clover, 2005: 327; Luiz, 2002: 56) dhe rritja (Tustin 2001: 126), kufizon operacionet dhe aksesin në tregje dhe materialet e papërpunuara (Rogerson, 1999: 137).⁵⁵

⁵⁰ Clover dhe Darroch(2005), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 244

⁵¹ Mueller dhe Thomas, Finmark(2001,2006) , Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 67

⁵² Fielden et al, Luiz(2000. 2002), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 300- 56

⁵³ Wasilczuk, Gurol dhe Atsan, Themba et al,Rogerson,Tustin, (2000,2006.1999,2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.67- 93- 28- 108- 117- 126

⁵⁴ Rogerson, Clover dhe Darroch , Ahwireng-Obeng dhe Piarray (1999,2005,1999) , Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.137-242-78

⁵⁵ Darroch dhe Clover, Tustin, Rogerson(2005,2001,1999) , Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.327-56-126-137

- Qasja në të holla / kapitali

Disponueshmëria e burimeve të duhura ekonomike është i rëndësishëm për zhvillimin e biznesit (Tustin, 2003: 126, Goodall, 2000a: 15, Czinkota & Ronkainen, 2003: 49)⁵⁶. Kjo mundëson NVM-të për të siguruar ekspertizën e nevojshme dhe të lëndëve të para, të jetë konkurrues dhe të rritet (Robertson et al, 2003: 313; Wickham, 2001: 71).⁵⁷

Mungesa e kapitalit dhe qasja e kufizuar në financa është një faktor i cili pengon sipërmarrjen dhe rritjen, pasi ajo pengon progresin që vjen me kohë i aplikimit të burimeve (Nasser et al, 2003: 399; Pretorius & Shaw, 2004: 223; Rwigema & Venter, 2004: 19; Davila, Foster & Gupta, 2003: 700; Ligthelm & Cant, 2002: 5)⁵⁸. Për shoqëritë e pafavorizuara të Afrikës së Jugut, qasja në financa mbetet shumë e kufizuar, pasi institucionet financiare si bankat janë shumë konservatore dhe rrezikojnë urrejtje. Këto institucione financiare normalisht i shmangen NVM-ve që konsiderohen të rrezikshme (Mughan, Lloyd-Reason & Zimmerman, 2004: 424, Leah & Tucker, 2000, Luiz, 2002: 67). Shumica e NVM-ve që janë në gjendje të sigurojnë financimin e fillimit të punës e gjejnë koston e kapitalit shumë të lartë (Rwigema & Venter, 2004: 19).⁵⁹

- Qasja në teknologji

Globalizimi, qasje në teknologji dhe zbulimet teknologjike kanë parë një rritje të numrit të bizneseve të ndërtuar mbi sigurimin e cilësisë, risitë e teknologjisë së lartë dhe të pronës intelektuale (Nasser et al, 2003: 399).⁶⁰ NVM-të kanë nevojë për qasje në teknologji (Rogerson, 2001a: 117).⁶¹

⁵⁶ Tustin, Goodall, Czinkota dhe Ronkainen (2003, 2000, 2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 126-15-49

⁵⁷ Robertson et al, Wickham (2003, 2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 313-71

⁵⁸ Nasser et al, Pretorius dhe Shaw, Rwigema dhe Venter, Davila, Foster dhe Foster dhe Gupta, Ligthelm dhe Cant (2003, 2004, 2002), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 399- 223-19- 5

⁵⁹ Mughan, Lloyd-Reason dhe Zimmerman, Leah dhe Tucker, Luiz, Rwigema dhe Venter (2004, 2000, 2002, 2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 424- 67-19

⁶⁰ Nasser et al. (2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 399

⁶¹ Rogerson (2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 117

Pamundësia për të siguruar teknologjinë në fillimin e punës mund të ndikojë negativisht në procesin e zhvillimit të ndërmarrësisë (Clover & Darroch, 2005: 243). Për shoqëritë e pafavorizuara të Afrikës së Jugut, qasja në teknologji mbetet e kufizuar (Themba et al, 1999: 105; Robertson, 2003: 461).⁶²

- Qasja në punë

Qasja në tregjet e punës është një faktor kyç i prodhimit vendimtare për ndërmarrësi (Shane & Venkatarman, 2000: 221; Thornhill & Amit, 2003: 506) u mundëson ndërmarrjeve për të eksploruar mundësitë e identifikuara (Nasser et al, 2003: 399; MarkMan & Baron, 2003: 285).⁶³ Në Afrikën e Jugut puna është kryesisht e pakualifikuar dhe informale (Luiz, 2002: 67), ndërsa puna e aftë gjysmë e kualifikuar dhe e kualifikuar është e shtrenjtë (Ahwireng-Obeng & Piaray,1999: 78; Viviers et al, 2001: 4).⁶⁴

- Qasja në burimet e tjera ekonomike

Qasja në burimet e tjera ekonomike si bankierët, furnizuesit, avokatët është e domosdoshme për suksesin e sipërmarrësit (Hisrich & Peters, 2002: 263; Nhlengethwa, 2003: 1; Kodithuwakhu & Rosa, 2002: 433).⁶⁵

- Shëndetësia

Disponueshmëria e kujdesit shëndetësor është një ndikim i rëndësishëm në sipërmarrjen (Robertson et al, 2003: 311). Në Afrikën e Jugut, me prevalencë të lartë të HIV / AIDS është një kërcënim serioz për NVM-të (Viviers et al, 2001: 4) dhe ndikon negativisht në suksesin e biznesit (Strydom & Tustin, 2003: 3 Ligthelm & Cant, 2002: 5).⁶⁶

⁶² Clover & Darroch, Themba et al ,Robertson (2005,1999,2003) , Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 243-105- 461

⁶³ Shane dhe Venkatarman, Thomhill dhe Amit ,Nasser et al ,Mark Man dhe Baron (2000,2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 221- 506 - 399- 285

⁶⁴ Luiz, Ahwireng-Obeng dhe Piaray ,Vivierts et al (2002,1999,2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 67 -78- 4

⁶⁵ Hisrich dhe Peters, Nhlengethwa,Kodithuwakhu dhe Rosa (2002,2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 263- 1- 433

⁶⁶ Robertson et al,Strydom dhe Tustin ,Ligthelm dhe Cant (2003,2002), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 311-3 - 5

•Kultura

Kultura konsiderohet si vlera e përbashkët, besimi dhe norma të një shoqërie dhe është faktor i rëndësishëm kontekstual, duke ndikuar sipërmarrësit në një bashkësi të caktuar, grup etnik, rajon ose vend dhe duke krijuar dallime në të gjitha nivelet kombëtare (Pretorius & van Vuuren, 2003: 517; Stewart, Carland, Watson & Sweo, 2003: 30; Mueller & Thomas, 2001: 58).⁶⁷ Nivelet e veprimtarisë sipërmarrëse në një vend janë të prekur nga normat kulturore (GEM, 2002c: 20, Weber, 1930, Morrison, 2000: 106; Ligthelm & Cant, 2002: 41; Lee et al, 2006: 352).⁶⁸ Kulturat kombëtare që theksojnë arritjen dhe njohjen sociale për të gjitha format e suksesit sipërmarrës janë më të favorshme për sipërmarrjen (McClelland, 1961, Thomas & Mueller, 2000: 289, Jennings, 1994: 148, Nasser et al, 2003: 400, Rwigema & Venter, 2004: 68).⁶⁹ Komunitetet me kulturë të ulët sipërmarrëse mund të dekurajojnë sipërmarrësit, duke u larguar (Ligthelm & Cant, 2002: 5; Dreisler et al, 2003: 387).⁷⁰

•Distancë të energjisë

(PD) është shtrirja në të cilën një shoqëri pranon se fuqia shpërndahet në mënyrë të pabarabartë. Distanca e fuqisë së lartë çon në kufizimin e inovacionit dhe krijimtarisë që janë të nevojshme për të parë mundësitë për të paraqitur zgjidhje për problemet ekzistuese. Ndërmarrësia do të kërkonte një rezultat të ulët të distancës së fuqisë, kultura e shoqërisë është e tillë që individët nuk kanë frikë të mendojnë jashtë kutisë dhe shoqëria nuk ngatërron njerëzit që vënë në dyshim autoritetin dhe bëjnë gjëra ndryshe.

⁶⁷ Pretorius dhe Van Vuuren, Stewart, Carland, Watson dhe Sweo, Mueller dhe Thomas (2003, 2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 517- 30-58

⁶⁸ GEM, Weber, Morrison, Ligthelm dhe Cant, Lee et al (2002, 1930, 2000, 2006), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 20 - 106- 41- 352

⁶⁹ McClelland, Thomas dhe Mueller, Jennings, Nasser et al, Rwigema dhe Venter (1961, 2000, 1994, 2003, 2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 148-400- 68

⁷⁰ Ligthelm dhe Cant, Dreisler et al (2002, 2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 5-387

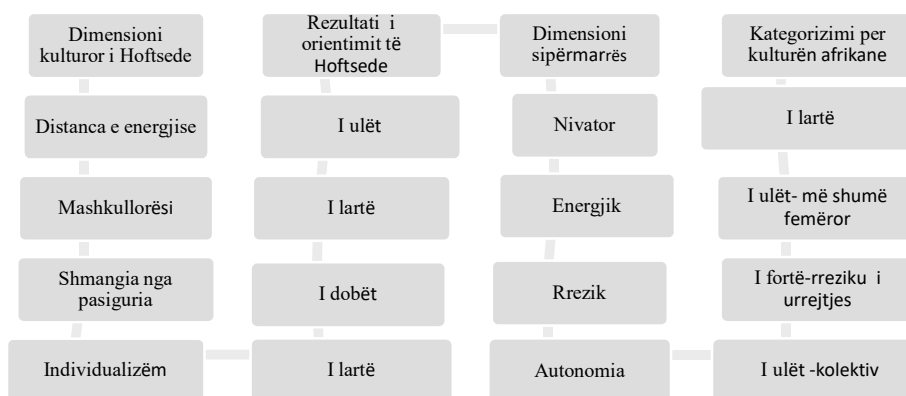
- Shmangia nga pasiguria

(UA) është shtrirja në të cilën një shoqëri ndjehet e kërcënuar nga pasiguria, situata të panjohura dhe të paqarta. Shmangia e lartë e pasigurisë (HUA) çon në shmangien e zonave me rrezik të lartë që janë të pasigurta; prandaj njerëzit në një komunitet me një rezultat të lartë natyrisht do të largoheshin nga vetëpunësimi, ku rreziku dhe pasiguria janë të qenësishme. Gjithashtu e natyrshme në UA e lartë është frika e dështimit,

- Individualizmi është masa në të cilën individëve u lejohej të kujdesen për vetveten. Individualizmi i ulët rezultojnë në ndjekjen e interesave kolektive, të cilat nuk promovojnë frymën e pavarësisë, iniciativën individuale dhe vetëbesimin e nevojshëm në sipërmarrjen. Në shoqëritë kolektivistike, sipërmarrësit mund ta kenë të vështirë të zbulojnë ankthet, dobësitë dhe problemet që mund të lindin nga natyra e sipërmarrjes, për të shmangur sjelljen e "turpit në grupin".

- Maskuliniteti është shkalla në të cilën theksohet mbi vlerat e jetës, njerëzit, harmoninë dhe marrëdhëniet, asistencën, arritja dhe përvetësimi i gjërave materiale dhe pasurisë. Shoqëritë e karakterizuara nga meshkujt e ulët kanë një nxitje të ulët për arritjen e cila, sipas McClelland (1961), rezultojnë në predispozitë të ulët për suksesin e sipërmarrjes.⁷¹

Tabela 1: Dimensionet e Hofstede me përmasat kryesore të ndërmarrësisë



Burimi: Përshtatur nga van Vuuren & Pretorius (2003: 522)

⁷¹ McClelland (1961), Factors affecting SME success, University of Pretoria

3.1.4 Faktorët e mundësisë së tregut

Faktorët e mundësive të tregut janë faktorë specifikë të industrisë që lidhen me industrinë në të cilën firma vepron dhe ato përfaqësojnë kushtet e tregut (Dahlqvist, 2000: 5; Viviers et al, 2001: 4; Ligthelm & Cant, 2002: 5; Nieman, 2006: 23).⁷² Shembuj të faktorëve të mundësive të tregut diskutohen shkurtimisht më poshtë:

- Paqëndrueshmëria politike

Paqëndrueshmëria politike rajonale siç janë trazirat politike në Zimbabve, dominimi politik i Afrikës së Jugut në rajon dhe paqëndrueshmëria e tregjeve në zhvillim ndikojnë negativisht në mjedisin e biznesit (Ahwireng-Obeng & Piaray, 1999: 78).⁷³

3.2 Faktorët e brendshëm

Mjedisi personal (faktorët e brendshëm ose firmë) ka një ndikim në sipërmarrjen dhe suksesin e biznesit (Guzman & Santos, 2001: 218; Fielden et al, 2000: 303).⁷⁴ Mjedisi personal përfshin të gjithë faktorët specifikë të firmës që ndikohen nga veprimet specifike të firmës, duke përfshirë disponueshmërinë e burimeve, aftësitë personale dhe aftësitë për të ndjekur funksionet sipërmarrëse dhe përdorimin efektiv të burimeve brenda firmës (Panco & Korn, 1999: 2, Nieman, 2006: 22).⁷⁵ Mangësitë në mjedisin e brendshëm janë shkak kryesor i dështimeve të NVM-ve, më shumë se 65% e shkaqeve të dështimit që janë të bazuara në firmë (Dockel & Ligthelm, 2005: 61; Ligthelm & Cant, 2002: 6).⁷⁶

⁷² Dahlqvist, Ligthelm dhe Cant, Nieman (2000, 2002, 2006), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 5- 4- 23

⁷³ Ahwireng-Obeng dhe Piaray (1999), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 78

⁷⁴ Guzman dhe Santos, Fielden et al (2001, 2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 218- 303

⁷⁵ Panco dhe Korn, Nieman (1999, 2006), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 2- 22

⁷⁶ Dockel dhe Ligthelm, Ligthelm dhe Cant (2005, 2002), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 61- 6

3.2.1 Demografia e kompanisë

Demografia e kompanisë është faktorë që mund të ndikojë në mbijetesën e firmës (Panco & Korn, 1999: 2).⁷⁷ Faktorët demografik të kompanisë:

- Madhësia e firmës

NVM-të ekzistojnë në një mjedis të jashtëm armiqësor, me kufizime që ndikojnë në shumëllojshmërinë e NVM-ve, nga konkurrentët më të mëdhenj në të njëjtën industri dhe zonë (De Villiers 1997: 82, Baard & Van den Berg, 2004: 2).⁷⁸

- Mosha e firmës

Studimet mbështesin konsideratën e moshës së një organizate si faktor që mund të ndikojë në mbijetesën dhe rritjen ose rënien organizative (Panco & Korn, 1999: 2).⁷⁹ Përgjegjësitë e reja që NVM-të e reja përballen me një rrezik më të madh për mbijetesës se firmat e vjetra është se firmat e reja nuk kanë përvojën, qasjen, lidhjet, legjitimitetin e firmave të vjetra, (Davila et al, 2003: 700).⁸⁰

- Struktura organizative

Metodat me të cilat u themelua firma dhe struktura e saj janë faktorë që mund të ndikojnë rritjen ose rënien organizative (Gundry & Welsch, 2001: 458, Kangasharju, 2000: 29).⁸¹

- Rrjetet e komunitetit

Mbështetja e komuniteteve lokale përmes përgjegjësisë shoqërore etike ndërton imazh pozitiv në komunitet (Besser, 1999: 25), NVM-të konsiderohen peshkaqenë kapitalist nga komunitetet që i shërbejnë (Miller et al, 2003: 216).⁸²

⁷⁷ Panco & Korn(1999), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 2

⁷⁸ De Villiers,Baars dhe Van den Berg (1997,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 82- 2

⁷⁹ Panco dhe Korn(1999), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 2

⁸⁰ Davila et al(2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.700

⁸¹ Gundry dhe Welsch(2001,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 458- 29

⁸² Besser(1999), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.25

- Produkti dhe konkurrueshmëria

Avantazhi konkurrues i qëndrueshëm është një faktor në mbijetesën, suksesin dhe rritjen e ndërmarrjeve (Man et al, 2002: 129) dhe arrihet nëpërmjet strategjive konkurruese si diferencimi i produktit (Pretorius et al, 2005a: 63). Produktet konkurruese, një ofertë e kufizuar produkti, mungesa e rekordeve të panumërta dhe markave të panjohura shpesh çojnë tek NVM-të që nuk arrijnë në shitjet e tyre (Clover & Darroch, 2005: 243).⁸³

3.2.2 Kapitali njerëzor

Vendi i parë për të kërkuar shpjegime për përcaktuesit e brendshëm të mbijetesës është dhënia fillestare e burimeve që përfshin kapitalin njerëzor të ndërmarrjes (Dahlqvist et al, 2000: 2).⁸⁴ Kapitali njerëzor mund të përkufizohet si qëndrim, angazhim, vlera, njohuri, përvojën, arsimin dhe aftësitë që ndihmojnë sipërmarrësin në detyrat e fillimit, drejtimit dhe rritjes së biznesit dhe për t'i bërë pronarët më efikas dhe kryerjen e detyrave komplekse (Rauch & Frese, 2000: 2; Markman & Baron, 2003: 284).⁸⁵ Një sasi e konsiderueshme e hulumtimeve sugjerojnë se kapitali njerëzor i sipërmarrësit është forca qëndrore mbizotëruese e nevojshme për zhvillimin dhe mbijetesën e biznesit dhe konkurrencën e sipërmarrjes së tij (Ucbasaran et al, 2004: 430; Markman & Baron, 2003: 285, Man et al, 2002: 130).⁸⁶ Studimet tregojnë se ekziston një marrëdhënie pozitive ndërmjet suksesit të biznesit dhe kapitalit njerëzor të NVM-ve (Rauch & Frese, 2000: 1, Lussier & Pfeifer, 2001: 233).⁸⁷ Një nga aspektet e bizneseve të vogla që i bëjnë ata më të prirur ndaj dështimit është se ato nuk mund të jenë mjaft të pajisura me burimet e nevojshme njerëzore për të zbatuar strategjinë e tyre (Thornhill & Amit, 2003: 505).⁸⁸

⁸³ Man et al, Pretorius et al (2002,2005), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 129- 63

⁸⁴ Dahlqvist et al (2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.2

⁸⁵ Rauch dhe Frese, Markman dhe Baron (2000,2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.2- 284

⁸⁶ Ucbasaran et al, Markman dhe Baron, Man et al (2004,2003,2002), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 430-285- 130

⁸⁷ Rauch dhe Frese, Lussier dhe Pfeifer (2000,2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 1- 233

⁸⁸ Thornhill dhe Amit (2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 505

Faktorët e kapitalit njerëzor që ndikojnë në suksesin apo dështimin e sipërmarrjeve të reja përfshijnë sfondin e sipërmarrësit, veprimet e sipërmarrësve, vendimet që ata bëjnë (Baron, 2004b: 223; Dahlqvist et al, 2000: 3).⁸⁹

Këto janë të lidhura me motivet e sipërmarrësve, qëndrimet , aftësitë e tyre dhe ekipi i menaxherëve dhe punonjësve (Glancey, 1998: 18; Guzman & Santos, 2001: 217).⁹⁰

Teoricienët ekonomikë i kanë atribuar rolet kyçe funksionit të sipërmarrësit në sistemin ekonomik (McClelland, 1961, Knight, 1964, Schumpeter (1934, Kirzner, 1973, Drucker, 1985), u përpunua puna e Weber (1930) nga McClelland (1961), i cili pohoi se bollëku i sipërmarrësve individualë ishte një kusht kyç i furnizimit që çonte në suksesin ekonomik (Thomas & Mueller, 2000: 288).⁹¹ Duket se sipërmarrësi formon qendër dhe thelbin e procesit të sipërmarrjes (Wickham, 2001: 27, Guzman & Santos, 2001: 227).⁹²

- Kapitali njerëzor i sipërmarrësit është një kombinim i faktorëve të mëposhtëm, të cilat mund të kenë një efekt pozitiv ose negativ në produktivitetin (Dahlqvist et al, 2000: 3; Gundry & Welsch, 2001: 462; Markman & Baron, 2003: 287; Pretorius et al , 2005a: 55, Simpson et al, 2004: 484).⁹³

- Socio-demografia përfshin faktet e sfondit të sipërmarrësit si mosha, gjinia, raca, lartësia, renditja e lindjes, prejardhja familjare, arsimi, statusi prindëror, vlerat shoqërore.

- Përvoja specifike përfshin njohuritë e menaxhmentit dhe njohuritë specifike të industrisë nga shprehitë e akumuluar të punës dhe përvojën e biznesit, se si bëhet biznesi në një kontekst të veçantë të furnitorëve, konkurrentëve dhe klientëve në një industri specifike.

- Karakteristikat personale përfshijnë të gjitha karakteristikat psikologjike dhe konjitive që ndikojnë në qëndrimet dhe mendësinë e sipërmarrësve, për shembull inteligjenca, shëndeti, atraktiviteti, talentet, personaliteti, tiparet, atributet e arritura.

⁸⁹ Baron,Dahlqvist et al (2004,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 223- 3

⁹⁰ Glancey,Guzman dhe Santos (1998,2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .18-217

⁹¹ Thomas dhe Mueller(2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .288

⁹² Wickham,Guzman dhe Santos (2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.227

⁹³ Dahlqvist et al,Gundry dhe Welsch,Markman dhe Baron ,Pretorius et al ,Simpson et al (2000,2001,2003,2005,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 3-462-287-55-484

- Kompetencat dhe aftësitë përfshijnë të gjitha njohuritë ekzistuese dhe të fituara që çojnë në sjellje dhe veprime të caktuara të ndërmarrësve që u mundësojnë atyre të identifikojnë dhe vlerësojnë mundësitë e tregut; për të vendosur qëllime realiste dhe të matshme, për të siguruar burimet e nevojshme dhe për të krijuar sipërmarrje të reja; për të prodhuar dhe për të shërbyer tregun; për të menaxhuar konfliktin në mënyrë efektive dhe për të arritur efikasitetin e përgjithshëm industrial si dhe efektivitetin që çon në rritjen e biznesit.

3.2.3 Karakteristikat Demografike të pronarit

Man et al (2002: 125) pohojnë se demografia e sipërmarrësit përmendet shpesh si një nga faktorët më me ndikim në lidhje me performancën e një NVM-je dhe konkurrueshmërinë e saj.⁹⁴ Secili nga këta faktorë diskutohet shkurtimisht:

- Mosha

Mosha e rritjes është e lidhur fort dhe pozitivisht me përvojën e punës, duke nxitur zhvillimin e aftësive sipërmarrëse (GEM, 2005a: 11).⁹⁵ Mosha optimale e fillimit për fillimin e një biznesi është midis 22 dhe 45 në SHBA. Fillimi herët mund të thotë aftësi të kufizuara, me periudhën para 22 të dhënë për trajnimin, arsimin dhe përvojën e punës (Rwigema & Venter 2004: 70).⁹⁶ Duke filluar vonë mund të nënkuptojë mungesën e energjisë dhe elasticitetin e të rinjve që ka nevojë biznesi (Ucbasaran et al, 2004: 432).⁹⁷ Sipërmarrësit e suksesshëm kanë optimizëm dhe energji (Bygrave, 1997: 8).⁹⁸

- Gjinia

Gratë kanë nivele të ulëta të kapitalit njerëzor dhe kanë më pak mundësi të zhvillojnë përvojën relevante dhe kanë vështirësi mëdha në grumbullimin e burimeve (Ucbasaran et al, 2004: 432, GEM, 2005a: 33, GEM, 2002b: 5; Martinez, Mora & Vila, 2007: 102).⁹⁹

⁹⁴ Man et al (2002) , Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 125

⁹⁵ GEM (2005) , Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 11

⁹⁶ Rwigema dhe Venter (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 70

⁹⁷ Ucbasaran et al (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 432

⁹⁸ Bygrave (1997), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 8

⁹⁹ Ucbasaran et al, GEM, Martinez, Mora dhe Vila (2004, 2005, 2002, 2007), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 432- 33- 5-102

- Edukimi familjar

Bolton & Thompson (2004: 21) argumentojnë se sfondi familjar është i rëndësishëm për sipërmarrësin. Një i ri, mjedisi i të cilit krijon besim në suksesin e sipërmarrjes, ka më shumë gjasa të shkojë përpara (McCline et al, 2000: 88).¹⁰⁰ Prindërit e arsimuar mirë inkurajojnë pavarësinë dhe vetëbesimin u japin fëmijëve pasardhës një avantazh; ndërsa prindërit e pasur mund të ndihmojnë me kapital fillestar (Rwigema & Venter, 2004: 70).¹⁰¹

- Shëmbull për tu ndjekur

Sipas teorisë së modelit, prindërit ushtrojnë një ndikim të fortë tek fëmijët kur zgjedhin një lloj të caktuar të aktivitetit sipërmarrës (Guzman & Santos, 2001: 217).¹⁰²

- Arsimi

Kapaciteti i një firme për të konkurruar është i përfshirë në arsimin në detyrë, që lidhet me njohuritë, aftësitë, aftësinë për zgjidhjen e problemeve, motivimin, sjelljen e sipërmarrësve që u mundësojnë atyre të identifikojnë mundësitë e tregut dhe të mbledhin burimet e nevojshme për të ngritur biznesi (Rogerson, 2001a: 117; Martinez et al, 2007: 104).¹⁰³ Edukimi është një mjet përmes të cilit mund të fitohen njohuritë dhe të përfshijë të mësimin formal dhe joformal, (Rwigema & Venter 2004: 69, Ucbasaran et al, 2004: 431, Dahlgvist et al , 2000: 3, GEM, 2006: 20).¹⁰⁴

3.2.4 Përvoja e mëparshme

Sa më e madhe të jetë eksperiencia e mëparshme e sipërmarrësve, aq më e lartë do të jetë cilësia e tyre sipërmarrëse, pasi përvoja i ndihmon ata të identifikojnë mundësitë dhe përmirësojnë kapacitetin në kryerjen e detyrave të ndryshme (Guzman & Santos, 2001:

¹⁰⁰ Bolton dhe Thompson ,McCline et al (2004,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .21- 88

¹⁰¹ Rwigema dhe Venter(2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.70

¹⁰² Guzman dhe Santos(2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 217

¹⁰³ Rogerson,Martinez et al (2001,2007), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 117-104

¹⁰⁴ Rwigema dhe Venter,Ucbasaran et al ,Dahlgvist et al ,GEM(2004,2000,2006), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .69- 431- 20

217; Fielden, 2000: 296; Barreira, 2004: 43).¹⁰⁵Përvoja e mëparshme përfshin përvojën e punës, të biznesit dhe industrisë (Rauch & Frese, 2000: 2, Gundry & Welsch, 2001: 464, Tustin, 2001: 88, Ucbasaran et al, 2004: 432, Guzman & Santos, 2001 : 217).¹⁰⁶

•Eksperiencë pune

Aftësia për të asimiluar përvojën dhe për të mësuar nga vetë përvoja është një nga faktorët kryesorë që ndikojnë në procesin e sipërmarrjes (Deakins & Freel, 1998: 150).¹⁰⁷ Shumica e firmave të reja janë nisur nga njerëz që kanë punuar në punë të tjera që u kanë dhënë atyre përvojë relevante për të identifikuar një mundësi biznesi dhe aftësinë teknike për të prodhuar produktin (McCline et al, 2000 : 88; Rwigema & Venter 2004: 70;Barreira, 2004: 55).¹⁰⁸Njerëzit që nuk kanë përvojë pune kanë më pak aftësi dhe mund ta gjejnë më të vështirë zhvillimin e një ideje të mirë biznesi (Robertson et al, 2003: 313, Rwigema & Venter, 2004: 19).¹⁰⁹Pa përvojë pune shumë prej NVM-ve të të Afrikës së Jugut mbesin në fazën e mbijetesës Rwigema & Karungu, 1999: 113).¹¹⁰

• Përvoja e pronësisë së biznesit

Përvoja sipërmarrëse mund të shihet si një kontribues i rëndësishëm në kapitalin njerëzor sipërmarrës, pasi mund të përkthehet në njohuri të vlefshme të zhvilluara përmes përvojës së drejtpërdrejtë (Tustin, 2001: 88).¹¹¹Kjo përvojë mund të krijojë reputacione që ndihmojnë në sigurimin e burimeve dhe aseteve që mund të shfrytëzohen në identifikimin dhe shfrytëzimin e sipërmarrjeve të mëvonshme (Guzman & Santos, 2001: 217).¹¹²

¹⁰⁵ Guzman dhe Santos, Fielden,Barreira(2001,2000,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.217-296-43

¹⁰⁶ Rauch & Frese,Gundry dhe Welsch ,Tustin Ucbasaran et al Guzman dhe Santos (2000,2001,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.2- 464- 88-432- 217

¹⁰⁷ Deakins & Freel(1998), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.150

¹⁰⁸ McCline et al,Rwigema dhe Venter ,Barreira(2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.88- 70- 55

¹⁰⁹ Robertson et al, Rwigema dhe Venter(2003,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 313- 19

¹¹⁰ Rwigema dhe Karungu(1999), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.113

¹¹¹ Tustin(2001),), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 88

¹¹² Guzman dhe Santos(2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 217

NVM-të që fillojnë bizneset e tyre pa ndonjë përvojë paraprake të pronësisë së biznesit duhet të kalojnë nëpër kostot e fitimit të aftësive sipërmarrëse (Tustin, 2001: 126).¹¹³

- Përvojë specifike për industrinë

Duke pasur përvojë profesionale në një organizatë që është në të njëjtën industri si ajo në të cilën sipërmarrësi fillon sipërmarrjen e tij të re mund të rrisë probabilitetin e mbijetesës dhe performancës së lartë (Dahlqvist et al, 2000: 4).¹¹⁴ Eksperienca specifike për industrinë është një mënyrë thelbësore për të marrë aftësi dhe ekspertizë për t'iu përgjigjur nevojave të tregut dhe njohjeve të rëndësishme të biznesit për industrinë (Deakins & Freel, 1998: 150; Guzman & Santos, 2001: 217; Barreira , 2004: 42).¹¹⁵ Kjo njohuri është e kushtueshme për t'u ndërtuar, me sipërmarrësit të cilëve u mungon përvoja (Bygrave, 1997: 4).¹¹⁶

3.2.5 Karakteristikat e sipërmarrësit

Karakteristikat e sipërmarrësit shpesh citohen si faktorët më me ndikim në lidhje me performancën e një NVM dhe konkurrencën e saj (Man et al, 2002: 125, Simpson et al, 2004: 484, Gurol & Atsan, 2006 : 28).¹¹⁷ Studimet e mëparshme të procesit sipërmarrës shqyrtuan personalitet sipërmarrës për të gjetur tipare individuale të sipërmarrësve të suksesshëm në krahasim me jo-sipërmarrësit (McCline et al,2000: 82; Ibrahim & Soufani, 2002: 426; Mueller & Thomas, 2001: 51; Rwigema & Venter 2004: 64; Baron, 1998: 276).¹¹⁸ Përderisa nuk ka një profil gjithëpërfshirës të personalitetit, mendohet gjerësisht se ka disa karakteristika që janë të nevojshme për të përmbushur detyrat dhe sfidat e krijimit të një sipërmarrje re (Cornwall & Naughton, 2003: 71 Morris & Zahra, 2000: 93). Sa më afër ndeshjes midis karakteristikave personale të individit dhe kërkesave

¹¹³ Tustin(2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 126

¹¹⁴ Dahlqvist et al (2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 4

¹¹⁵ Deakins dhe Freel, Guzman dhe Santos,Barreira (1998,2001,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 150-217-42

¹¹⁶ Bygrave(1997), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 4

¹¹⁷ Man et al, Simpson et al ,Gurol dhe Atsan(2002,2006), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 484- 28

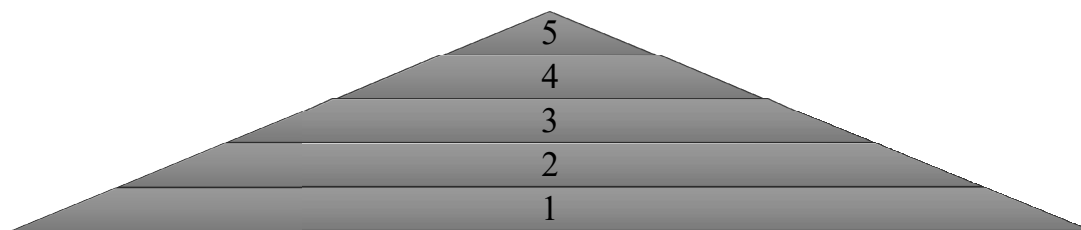
¹¹⁸ McCline et al, Ibrahim dhe Soufani,Mueller dhe Thomas ,Rwigema dhe Venter (2000,2002,2001,2004,1998), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.82-51- 64- 276

karakteristike të të qënit një sipërmarrës, aq më i suksesshëm do të jetë individi (Markman & Baron, 2003: 281),¹¹⁹ çdo faktor i personalitetit është diskutuar më poshtë:

- Nevoja për arritje (nAch)

Hierarkia e nevojave dhe konceptimi i dimensioneve socio-kulturore të Maslow (1980)¹²⁰ që ndikojnë qëndrimet e punëtorëve ndaj punës (motivimi) është i dobishëm në eksplorimin e implikimeve të tyre për zhvillimin e ndërmarrësisë.

Figura 5 : Hierarkia e nevojave të Maslow



1. Niveli 1 : Nevojat fiziologjike - nevojat bazë / primare të mbijetesës për ushqim, pije, veshje, strehim, gjini dhe gjumë.
2. Niveli 2: Nevojat e sigurisë - nevoja për vetë-ruajtjen dhe mbrojtjen e sigurimit të të tjerëve në të ardhmen, p.sh. punësimit.
3. Niveli 3: Nevojat sociale - dëshira për t'u takuar, nevoja për përkatësi, duhet të jenë pjesë e një grupi referimi.
4. Niveli 4: Nevojat e pritjes - nevoja për vetëvlerësim, nevoja për vetëbesim, nevoja për imazhin e vetë dhe nevojën për njohje nga kolegët e dikujt.
5. Niveli 5: Vetëvlerësimi - nevoja për të shtrirë aftësitë e dikujt përfshin nevojën për arritje, përmbushjen e vetë, nevojën për të zhvilluar aftësitë e veta dhe për ta shprehur.

¹¹⁹ Markman dhe Baron,(2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.281

¹²⁰ Maslow (1980), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,

Dëshira për të arritur sukses plotëson nevojën e nivelit 5 për vetëvlerësim. Kjo lidhet me "nevojën për arritje" dhe "realizimin e qëllimeve" si një tipar themelor lëvizës në personalitetin e sipërmarrësve të suksesshëm (McClelland, 1987: 221, Darroch & Clover, 2005: 327).¹²¹ Kjo nuk është vetëm e lindur, por mund të mësohet dhe praktikohet (Wickham, 2001: 16; McClelland, 1987: 222).¹²² Ndërtimi i motivimit përkufizohet si dëshirë për të qenë e suksesshme, për të bërë mirë, për të arritur përsosmërinë dhe për të shmangur dështimin (Santrelli & Vivarelli, 2007: 17, van Vuuren & Nieman, 1999: 4; Darroch & Clover, 2005: 325).¹²³ Shkathësitë e motivimit u japin nxitjen dhe frymëzimin e motivimit, të cilat çojnë në mendime dhe sjellje të caktuara, të cilat krijojnë nivele më të larta përpjekjesh drejt qëllimeve organizative (Rwigema & Venter, 2004: 48).¹²⁴ McClelland (1987: 221)¹²⁵ identifikon 'nevojën për arritje' (nAch) si tipar lëvizës në personalitetin e sipërmarrësve të suksesshëm. Nevoja për arritje rezulton në ambicje të lartë, të cilat janë të nevojshme nëse sipërmarrësit duhet të realizojnë qëllime (Rwigema & Venter, 2004: 54, Wickham, 2001: 16, Gurol & Atsan, 2006: 28, Stewart et al, 2003: 31).¹²⁶ Motivimi i arritjeve është i lidhur me vetëvlerësimin, qëndrimet, optimizmin, punën, këmbënguljen dhe nivelet e larta të energjisë të cilat të kontribuojnë në suksesin e biznesit (McClean, 2000: 82, Wickham 2001 : 16; Markman & Baron, 2003: 288).¹²⁷

- Lokusi i brendshëm i kontrollit

Një nga karakteristikat e gjetura vazhdimisht në sipërmarrësit e suksesshëm është që sipërmarrësi të ketë lokacionin e brendshëm të kontrollit (Gurol & Atsan, 2006: 28, Thomas & Mueller, 2000: 292).¹²⁸

¹²¹ McClelland, Darroch dhe Clover (1987, 2005), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 221-327

¹²² Wickham, McClelland (2001, 1987), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 16-222.

¹²³ Santrelli dhe Vivarelli, Van Vuuren dhe Nieman, Darroch dhe Clover (2007, 1999, 2005), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 17-4-325

¹²⁴ Rwigema dhe Venter (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 48

¹²⁵ McClelland (1987), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 221

¹²⁶ Rwigema dhe Venter, Wickham, Gurol dhe Atsan, Stewart et al (2004, 2001, 2006, 20003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 54-16-28-31

¹²⁷ McClean, Markman dhe Baron (2000, 2001, 2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 82-16-288

¹²⁸ Gurol dhe Atsan, Thomas dhe Mueller (2006, 2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 28-292

Vendndodhja e kontrollit i referohet shkallës në të cilën një individ e percepton rezultatin e një ngjarje brenda apo përtej kontrollit të tij personal (Morris & Zahra, 2000: 94).¹²⁹ Lokusi i brendshëm i kontrollit rrit gjasat që një sipërmarrës potencial të ndërmarrë veprime për të përmbushur planet e tij (Mueller & Thomas, 2001: 57).¹³⁰ Pronarët të cilët kishin një vendndodhje të brendshme më të madhe të kontrollit besonin në aftësinë e tyre për të kontrolluar variablat kyçe , që përfundimisht përcaktojnë dështimin ose suksesin e një biznesit (Morris & Zahra,2000: 94).¹³¹ Lokacioni i brendshëm i kontrollit lidhet me iniciativën, vetë-efikasitetin, vetëbesimin, vetëvlerësimin dhe aftësinë për të mbledhur burime (Mueller & Thomas, 2001: 56).¹³² Secili diskutohet më poshtë:

- Iniciativa

Nisja e iniciativës është thelbësore, pasi biznesi varet nga veprimet e sipërmarrësit (Rwigema & Venter, 2004: 54).¹³³

- Vetëbesim

Vetëbesimi që njerëzit të besojnë se ata në masë të madhe e kontrollojnë fatin e tyre (Rwigema & Venter 2004: 64).¹³⁴

- Vetë efikasiteti

Vetë efikasiteti është besimi në aftësinë e individit për të organizuar burimet, aftësitë dhe kompetencat e nevojshme për të kryer në mënyrë efektive veprime në një nivel arritjesh (Markman & Baron, 2003: 287, Robertson et al, 2003: 313, Erikson, 2002: 278).¹³⁵

¹²⁹ Morris dhe Zahra(2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.94

¹³⁰ Mueller dhe Thomas(2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.57

¹³¹ Morris dhe Zahra(2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.94

¹³² Mueller dhe Thomas(2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.56

¹³³ Rwigema dhe Venter(2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.54

¹³⁴ Rwigema dhe Venter(2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 64

¹³⁵ Markman dhe Baron, Robertson et al ,Erikson(2003,2002), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 287- 313- 278

- Vetëvlerësim

Vetëbesimi i referohet perceptimit të dikujt si i aftë, i rëndësishëm, i suksesshëm dhe i denjë (Pretorius et al, 2005a: 57).¹³⁶

- Aftësia për të mbledhur burime

Aftësia për të mbledhur dhe kontrolluar burimet e ndërmarrjeve të nevojshme për të filluar, drejtuar dhe zhvilluar një biznes, dhe për t'i menaxhuar ato dhe në mënyrë efikase dhe efektive t'i përdorin këto burime për qëllimin e synuar (Gbadamosi, 2002: 98, Hisrich & Peters, 2002: 263, Hellman , 2007: 83).¹³⁷ Sipërmarrësit e suksesshëm njihen se janë të shkathët, (Mueller & Thomas, 2001: 55; Rwigema & Venter, 2004: 64).¹³⁸

- Tolerancë e paqartësisë

Kushtet në treg nuk janë kurrë të sigurta dhe ka tendenca kontradiktore në treg (Rwigema & Venter, 2004: 64, Mueller & Thomas, 2001: 55).¹³⁹ Ndërmarrjet e reja duhet të përshtasin idenë e tyre fillestare të biznesit për shkak të pranisë së pasigurisë (Andries & Debackere, 2006: 81).¹⁴⁰ Sipërmarrësit e suksesshëm shfaqin tolerancë më të lartë të paqartësisë sesa jo-sipërmarrësit (Morris & Zahra, 2000: 94; Gurol & Atsan, 2006: 28).¹⁴¹

- Adaptimi për të ndryshuar

Kur pronarët gjejnë mjedisin e tyre destabilizues, përshtatja dhe fleksibiliteti bëhet një strategji kritike për suksesin e sipërmarrjes (Rwigema & Venter, 2004: 55).¹⁴² Një përgjigje e patolerueshme ndaj ndryshimit mund të çojë në sjelljen e shmangies së

¹³⁶ Pretorius et al (2005), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.57

¹³⁷ Gbadamosi, Hisrich dhe Peters, Hellman (2002, 2007), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 98- 263- 83

¹³⁸ Mueller dhe Thomas (2001, 2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.55- 64

¹³⁹ Rwigema dhe Venter (2004, 2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.64-55

¹⁴⁰ Andries dhe Debackere (2006), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.81

¹⁴¹ Morris dhe Zahra, Gurol dhe Atsan (2000, 2006), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 94-28

¹⁴² Rwigema dhe Venter (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 55

rrezikut dhe pengesave që mbytin aftësinë e pronarit për të përshtatur (Morris & Zahra, 2000: 94).¹⁴³ Përshtatja është vendimtare e biznesit (Andries & Debackere, 2006: 81)¹⁴⁴

- Rreziku duke marrë prirje

E gjitha filloi me Adam Smithin (1776), i cili sugjeroi që marrja e rrezikut ishte një nga karakteristikat përcaktuese të një sipërmarrësi, rreziku është definuar lirshëm si probabilitet i rezultateve të padëshiruara (Rwigema & Venter 2004: 57; Morris & Zahra, 2000: 95).¹⁴⁵ Rreziku duke marrë prirje kombinon të gjithë faktorët që merren me rrezikun, duke përfshirë marrjen e rreziqeve të llogaritura dhe duke përhapur rrezikun. Të gjitha këto thuhet të jenë faktorë kryesorë që ndikojnë pozitivisht në sipërmarrjen (Timmons, 1999: 38; Gurol & Atsan, 2006: 28; Stewart et al, 2003: 27; Hisrich & Peters, 2002: 238; Themba et al, 1999: 107).¹⁴⁶ Sipërmarrësit përballen me pasiguri dhe rrezik të mundshëm duke përfshirë financat, karrierën, familjen dhe shoqërinë, psikologji dhe koha (Botha, 2006: 68). Operatorët e suksesshëm të NVM-ve kanë tendencë të jenë marrës të moderuar të riskut, të cilët bëjnë vlerësime të llogaritura të rrezikut dhe nuk kanë frikë nga dështimi (Morris & Zahra, 2000: 95).¹⁴⁷ NVM-të më pak të suksesshme nuk planifikojnë për rastet e paparashikuara dhe mbështeten vetëm në fat (Rwigema & Venter, 2004: 19).¹⁴⁸

- Vigjilenca e mundësive

Roli i sipërmarrësit është përcaktuar si instrumental në zbulimin dhe shfrytëzimin e mundësive të reja (Schumpeter, 1934; Kirzner, 1973).¹⁴⁹ Aftësia për të gjetur mundësinë, që nga fillimi i izolimit, kuantifikimi dhe përpunimi i një mundësie nga një grup idesh, është faktor kyç që ndikon pozitivisht në sipërmarrjen (Rwigema & Venter 2004: 57,

¹⁴³ Morris dhe Zahra(2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 94

¹⁴⁴ Andries dhe Debackere(2006), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 81

¹⁴⁵ Adam Smithin , Rwigema dhe Venter, Morris dhe Zahra (1776, 2004,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 57- 95

¹⁴⁶ Timmons, Gurol dhe Atsan ,Stewart et al ,Hisrich dhe Peters ,Themba et al (1999,2006,2003,2002), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.38 28- 27- 238- 107

¹⁴⁷ Morris dhe Zahra(2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 95

¹⁴⁸ Rwigema dhe Venter(2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.19

¹⁴⁹ Schumpeter,Kirziner(1934, 1973), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria

Ahwireng-Obed, 2003: 1).¹⁵⁰ Vigjilenca dhe identifikimi i mundësive lidhet me kreativitetet dhe inovativitetet (Mueller & Thomas, 2001: 57).¹⁵¹

•Kreativiteti

Kreativiteti është procesi kognitiv i zhvillimit dhe gjenerimit të ideve, koncepteve, mallrave ose zbulimeve (Botha, 2006: 68, Rwigema & Venter 2004: 57).¹⁵² Ajo është përcaktuar si "parashikimi i një kombinimi të ri të burimeve dhe realiteteve të tregut, përmes marrjes në pyetje të mençurisë konvencionale, zbulimit të njohurive të reja në lidhje me nevojat e tregut, teknologjinë, disponueshmërinë e resurseve dhe gjetjen e aplikacioneve të reja për para- njohuritë ekzistuese"(Pretorius et al, 2005a: 56; Lumsdaine & Luimsdaine, 1995: 13).¹⁵³ Kreativiteti është i lidhur me inovacionin sepse risi është zbatimi i suksesshëm i ideve për të siguruar qëllimet e caktuara tregtare dhe fitimprurëse të jenë në përputhje me mundësitë specifike në mjedisin e tregut (Antonites, 2003: 109; Brazeal & Herbet, 1999: 29; Pretorius et al, 2005a: 57; Themba et al, 1999: 107).¹⁵⁴

• Inovacioni

Inovacioni përfshihet në përkufizimet që përshkruajnë sipërmarrësin si person, i cili prezanton produkte të reja, teknika të reja të prodhimit, procese të reja, tregje të reja, metoda të reja të marketingut ose shitjes, kanale të reja shpërndarjesh dhe promovimesh, inpute të reja, metoda të reja të financimit, teknologji dhe inovacione të reja , strukturën e re organizative dhe procedurat administrative. Ka prova të forta empirike se sipërmarrësit e suksesshëm janë më inovativë sesa jo-sipërmarrësit (Mueller & Thomas, 2001: 58, Gurol & Atsan, 2006: 28, Stewart et al, 2003: 27).¹⁵⁵

¹⁵⁰ Rwigema & VenterAhwireng-Obed(2004,2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria f.57-1

¹⁵¹ Mueller dhe Thomas(2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria, f.57

¹⁵² Botha, Rwigema dhe Venter(2006,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria, f. 68-57

¹⁵³ Pretorius et al, Lumsdaine dhe Luimsdaine (2005,1995), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria, f.56- 13

¹⁵⁴ Antonites, Brazeal dhe Herbet Pretorius et al ,Themba et al (2003,1999,2005), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria, f.109- 29- 57- 107)

¹⁵⁵ Mueller dhe Thomas Gurol dhe Atsan ,Stewart et al (2001,2006,2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria, f. 58-28- 27

- Optimizmi

Sipërmarrësit duhet të kenë optimizëm , duke i ndihmuar ata që të besojnë se do të shmangin grackat e njohura (Rwigema & Venter, 2004: 59), ndërkohë që shumë e shmangin grackën, kjo cilësi mund të çojë në falsitetin e optimizmit, i cili gjithashtu mund të kontribuojë për dështimin e biznesit (Baron, 2004b: 222).¹⁵⁶

- Zgjidhja e problemeve

Pronari i NVM-ve përballlet me problemet që përcakton suksesin apo dështimin e tij (Rwigema & Venter, 2004: 55).¹⁵⁷ Aftësitë për zgjidhjen e problemeve përfshijnë menaxhimin e kohës, aftësinë për të trajtuar stresin dhe sjelljet e zgjidhjes së problemeve.

- Vendimmarrje

Vendimmarrja është shumë e rëndësishme në një sipërmarrës pasi përcakton suksesin ose dështimin e biznesit (Rwigema & Venter, 2004: 57, Bird, 2001: 447).¹⁵⁸

- Udhëheqja

Një biznes dinamik varet nga lideri që është në gjendje të artikulojë vizionin e kompanisë në ekip dhe të ndërtojë një ekip drejt efikasitetit (Rwigema & Venter, 2004: 69).¹⁵⁹

- Aftësia për të mësuar

Rogerson (2001a: 117) thekson se sipërmarrësit e suksesshëm kanë aftësi absorbuese dhe aftësi për të mësuar, mësimi i referohet përvetësimit të njohurive nga aktorët të cilët janë të gatshëm dhe në gjendje të zbatojnë (Morris & Zahra, 2000: 93).¹⁶⁰

¹⁵⁶ Rwigema dhe Venter (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 59-222

¹⁵⁷ Rwigema dhe Venter (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 55

¹⁵⁸ Rwigema dhe Venter, Bird (2004, 2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 57-447

¹⁵⁹ Rwigema dhe Venter (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 69

¹⁶⁰ Rogerson, Morris dhe Zahra (2001, 2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 117-93

- Energjia

Sipërmarrësit më të suksesshëm kanë shumë energji (Mueller & Thomas, 2001: 55, Rwigema & Venter, 2004: 64).¹⁶¹

- Integriteti

Vlerat personale si etika, ndershmëria, integriteti, kodi i etikës dhe qëndrueshmëria janë të rëndësishme për zhvillimin e biznesit dhe për ndërtimin e besimit të nevojshëm në mes të pronarit të NVM-ve dhe palëve të interesuara (Rwigema & Venter, 2004: 69).¹⁶²

- Kapaciteti për punë të vështirë

Sipërmarrësit e suksesshëm kanë shprehinë e punës së madhe pa të cilën kompania mund të mos jetë në gjendje të realizojë qëllimet e saj (Thomas & Mueller, 2000: 292).¹⁶³

- Kursim

Sipërmarrësit e suksesshëm ushqejnë zakonet e kursimit pa të cilën kompania nuk mund të përdorë burimet e saj në mënyrë efektive (Cornwall & Naughton, 2003: 71).¹⁶⁴

- Llogaridhënia

Sipërmarrësit e suksesshëm marrin përsipër përgjegjësinë personale dhe llogaridhënien, (Mueller & Thomas, 2001: 55; Rwigema & Venter, 2004: 64).¹⁶⁵

¹⁶¹ Mueller dhe Thomas, Rwigema dhe Venter (2001, 2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 55- 64

¹⁶² Rwigema dhe Venter (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 69

¹⁶³ Thomas dhe Mueller (2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 292

¹⁶⁴ Cornwall dhe Naughton (2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 71

¹⁶⁵ Mueller dhe Thomas, Rwigema dhe Venter (2001, 2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 55- 64

- Pavarësia dhe autonomia

Sipërmarrësit e suksesshëm shfaqin individualitet, preferencë për autonomi dhe vetëbesim (Thomas & Mueller, 2000: 292, Rwigema & Venter, 2004: 69).¹⁶⁶

- Këmbëngulja

Sipërmarrësit e suksesshëm janë të përkushtuar, kanë këmbëngulje dhe qëndrueshmëri (Rwigema & Venter 2004: 57; Mueller & Thomas, 2001: 55).¹⁶⁷

- Aftësi negociimi

Të kesh aftësi bindëse për negociata është e rëndësishme për sipërmarrjen (Guzman & Santos, 2001: 216).¹⁶⁸

- Aftësitë e menaxhimit të kohës

Aftësia dhe koha e menaxhimit janë të rëndësishme për sipërmarrjen (Bygrave, 1997: 15, Morris & Zahra, 2000: 92).¹⁶⁹ Studimet mbi tiparet sipërmarrëse kanë shumë probleme të metodologjisë (Baron, 2003: 254).¹⁷⁰ Një konkluzion që mund të nxirret nga këto studime është se nuk ka një profil personaliteti gjithëpërfshirës për sipërmarrësit e suksesshëm, dhe studiuesit nuk mund të gjejnë dallime të vërteta të karakterit të ndërmarrësit e dalluar nga jo-sipërmarrësit (Morris & Zahra, 2000: 93; Rwigema & Venter, 2004: 66).¹⁷¹ Dallimi kryesor nuk ishte në karakter, por në procesin e njohjes së mundësive, duke marrë kontrollin e mjedisit dhe tendencën për të arritur në kontekstin sipërmarrës (McCline et al, 2000: 83).¹⁷² Kërkimi shqyrton karakteristikat e sipërmarrësit, ai gjithashtu ka lëvizur drejt procesit sipërmarrës, së bashku me veprimet që ndërmarrësi duhet të ndërmarrë dhe

¹⁶⁶ Thomas dhe Mueller, Rwigema dhe Venter (2000, 2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 292-69

¹⁶⁷ Rwigema dhe Venter, Mueller dhe Thomas (2004, 2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 57-55

¹⁶⁸ Guzman dhe Santos (2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 216

¹⁶⁹ Bygrave, Morris dhe Zahra (1997, 2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 15-92

¹⁷⁰ Baron (2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 254

¹⁷¹ Morris dhe Zahra, Rwigema dhe Venter (2000, 2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 93-66

¹⁷² McCline et al (2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 83

aftësitë e nevojshme për të nisur dhe zhvilluar me sukses ndërmarrjen (Bygrave 1993: 256, Carter, Gartner & Reynolds, 1996: 152; Gartner et al, 1999: 216).¹⁷³

3.2.6 Aftësitë e sipërmarrësit

Aftësitë kompetente të menaxhimit janë parakusht për suksesin e NVM-ve (OECD, 2002: 240),kompetenca e menaxhimit janë një grup faktorësh të lidhur me bizneset e suksesshme, pasi ato i japin sipërmarrësit aftësinë për të kryer një rol me sukses dhe fuqinë për të vepruar në mënyrë efektive në një gamë të caktuar të të ardhmes së mundshme (Lange et al, 2000: 6, Man et al, 2002: 131, Bird, et al, 2004: 428, Lange et al, 2000: 6, Man et al, 2002: 131, Bird, 1988: 443).¹⁷⁴ Këto aftësi përfshijnë aftësinë për të identifikuar dhe vlerësuar mundësitë e tregut, për të krijuar qëllime realiste dhe të matshme, të zhvillojë plane biznesi, të sigurojë burimet e nevojshme dhe për të krijuar një sipërmarrje të re; për të prodhuar dhe për të shërbyer tregun dhe për të arritur efikasitetin industrial dhe efektivitetin që çon në rritjen e biznesit (Gundry & Welsch, 2001: 463; Miller et al, 2003: 219; Dreisler et al, 2003: 386). Bolton dhe Thomson (2002: 79) identifikojnë 6 tema të aspekteve të sipërmarrësit:¹⁷⁵

- F = Fokusimi i cili është aftësia për të caktuar qëllimet dhe synimet e përditshme, për t'u përqëndruar në qëllimet e caktuara, për të bllokuar objektivat, për t'u përqëndruar, duke mos humbur kurrë shikimin e çështjeve kritike dhe për të diskriminuar mes aktiviteteve të rëndësishme dhe të parëndësishme.

A = Avantazh i cili është aftësia për të gjetur mundësitë dhe detajet e lidhura, për të matur se cili opsion do të japë kthimet më të mëdha, për të mbledhur burimet dhe për të vizualizuar të ardhmen.

¹⁷³ Bygrave,Carter,Gartner dhe Reynolds ,Gartner et al (1993,1996,1999), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.256-152- 216

¹⁷⁴ OECD,Lange et al Man et al Bird et al (2002,2000,2004,1998), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .240- 6- 131-428- 443

¹⁷⁵ Gundry dhe Welsch,Miller et al ,Drisler et al ,Bolton dhe Thomson (2001,2003,2002), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .463-219-386- 7

- C = Kreativiteti i cili është aftësia për të krijuar ide, duke dalë me zgjidhje dhe duke krijuar mundësi për mjedisin.
- E = Ego e cila është lëvizja e brendshme që rezulton në nevojën për të qenë i pavarur. Kjo i jep mundësinë të ketë besim, të jetë i motivuar, i përkushtuar, të marrë përgjegjësinë, të jetë përgjegjës dhe të ketë guximin të përballojë pengesat.
- T = Ekipi i cili përbën aftësinë për të njohur kufizimet, e di se kur të kërkojë ndihmë, të gjejë njerëzit e duhur, të inkurajojë të gjithë të punojnë si ekip .
- S = Social që është aftësia për të orientuar veten dhe misionin e tyre të biznesit .

Performanca e shkëlqyer është e mundshme kur burimet, tiparet dhe aftësitë janë në përputhje me faktorët strategjik të industrisë (Thornhill & Amit, 2003: 498, Lowe & Marriott, 200: 11).¹⁷⁶ Përparësia konkurruese mund të rrjedhë nga aftësitë e një firme në atë masë sa ato janë të vlefshme dhe të organizohen për t'u shfrytëzuar (van Vuuren & Nieman, 1999: 4, Man et al, 2002: 135, Erikson, 2002: 277).¹⁷⁷ Një nga arsyt kryesore për dështimin e NVM-ve duket të jetë kapaciteti i pamjaftueshëm i menaxhimit; mungesa e ekspertizës; nivele të ulëta të aftësi; dhe në mungesën e menaxhimit (Mughan et al, 2004: 429; Viviers et al, 2001: 4; Ligthelm & Cant, 2002: 6; Clover & Darroch, 2005: 243; Strydom & Tustin, 2003: 1; Rwigema & Karungu, 1999: 107, Freeman, 2000: 372; Thornhill & Amit, 2003: 500).¹⁷⁸ Hulumtimet e dështimit të biznesit sugjerojnë se NVM-të shpesh kanë një ide të mirë, por për shkak se ata nuk kanë ide për bazat e biznesit ose nuk dinë të drejtojnë një biznes, ata heqin dorë (Ladzani & van Vuuren, 2002 : 157; Tustin, 2003: 34; Rwigema & Venter, 2004: 25).¹⁷⁹ Shumë studime tregojnë se ekziston një marrëdhënie pozitive ndërmjet suksesit të biznesit dhe kapitalit njerëzor të

¹⁷⁶ Thornhill dhe Amit, Lowe dhe Marriot (2003,2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 498-11

¹⁷⁷ Van Vuuren dhe Nieman, Man et al , Erikson (1999,2002), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 4- 135-277

¹⁷⁸ Mughan et al, Viviers et al , Ligthelm dhe Cant , Clover dhe Daroch , Strydom dhe Tustin , Rwigema dhe Karungu , Freeman , Thomhill dhe Amit (2004,2001,2002,2005,2003 , 1999,2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 429- 4- 6- 243- 1- 107- 372- 500

¹⁷⁹ Ladzani dhe Van Vuuren, Tustin , Rwigema dhe Venter (2002,2003,2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 157- 34- 25

NVM-ve (Rauch & Frese, 2000: 1, Lussier & Pfeifer, 2001: 233).¹⁸⁰Faktorët e kapitalit njerëzor që ndikojnë në suksesin apo dështimin e sipërmarrjeve të reja përfshijnë sfondin e sipërmarrësit; strategjitë që ata zhvillojnë dhe stilin e udhëheqjes që ata ushtrojnë (Baron, 2004b: 223; Dahlqvist et al, 2000: 3).¹⁸¹

Me përvojë, të përhershme janë të hipnotizuar nga sipërmarrja të tilla që ata përdorin aftësitë e tyre për të krijuar dhe drejtuar disa sipërmarrje(Westhead, Ucbasaran & Wright, 2005: 72, Clinton, Totterdell & Wood, 2006: 179; Drakopoulou Dodd & Anderson, 2007: 341).¹⁸²

¹⁸⁰ Rauch dhe Frese, Lussier dhe Pfeifer (2000,2001),Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.1-233

¹⁸¹ Baron, Dahlqvist et al(2004,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.233-3

¹⁸² Westhead, Ucbasaran dhe Wright, Clinton, Totterdell dhe Wood, Drakopoulou Dodd & Anderson(2005,2006,2007), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.72-179- 341).

KREU 4 Analiza e kërkesës në Republikën e Maqedonisë

4.1 Madhësia dhe rritja e segmentit

Identifikimi ligjor i ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në Maqedoni rregullohet me ligj, bazuar në numrin e të punësuarve dhe qarkullim vjetor ose totalin e aktiveve.

Tabela 2 .Përkufizimi i ndërmarrjeve mikro,të vogla dhe të mesme në Maqedoni

	Numi i punsuarve	Qarkullimi vjetor	Totali i aktiveve mesatare
Mikro	<10	<EUR50,000	n/a
Të vogla	<50	<EUR2,000,000	<EUR2,000,000
Të mesme	<250	<10,000,000	<EUR11,000,000

Burimi: Ligj i kompanive maj 2004 (i ndyshuar)

Enti Statitikor Shtetëror (SSO) kryesisht raporton në bazë të numrit të të punësuarve. Sipas ESHS ,ka pasur 70.659 subjekte 10 aktive të biznesit në vitin 2014, nga të cilat 64,187 ose 90.8% ishin ndërmarrjet me deri në 9 të punësuar. Pjesa e ndërmarrësve të regjistruar individual është 15% e subjekteve të përgjithshme të biznesit. Ndërmarrjet me 10-49 punëtor dhe 50-249 punëtor kishin pjesëmarrje prej 7.0% dhe 1.8 %,respektivisht NVM-të përbënin 99,7% të numrit të përgjithshëm të ndërmarrjeve në vitin 2014.

Tabela 3. Ndarja e subjekteve aktive të biznesit nga numri i të punësuarve

Nr. punëtorëe		2014	2013	2012	2011	2010
0	Mikro	3,972	4,415	7,158	6,674	10,756
1-9		60,215	60,599	61,053	60,620	59,276
10-19	Të vogla	3,092	2,989	2,937	2,754	2,483
20-49		1,869	1,787	1,795	1,698	1,568
50-249	Të mesme	1,305	1,291	1,280	1,187	1,211
SMEs		70,453	71,081	74,223	72,933	75,294

250+	Të mëdha	206	209	201	185	203
Total		70,659	71,290	74,424	73,118	75,497

Burimi:ESHs,Regjistri i bizneseve

4.1.1 Rëndësia e sektorit

NVM-të përbëjnë tre të katërtat e punësimit. Në vitin 2014, sektori i NVM-ve përbënte 75.6 % të totalit të punësimit (mikro-33% , të vogla -22% , mesatar -19.7%) që është më i lartë se mesatarja 67% në vendet e BE. Punësimi është rritur me një normë mesatare vjetore prej 2.2 % që nga viti 2010. Rritja është nxitur nga ndërmarrjet e mëdha (4.7%), pjesa e NVM-ve në punësimin total është zvogëluar. NVM-të kontribuojnë rreth dy të tretat në qarkullimin total dhe vlerën eshtuar. Në vitin 2014 ,kontributi i NVM-ve në qarkullimin total dhe vlerën e shtuar ishte 67.7%(mikro -25.1% ,i vogël -24.3% ,mesatar -18.35) dhe 65.5% (mikro --23.2% ,të vogla -22.7% ,mesatar -29.6% . Pjesëmarja e NVM-ve në qarkullimin e përgjithshëm ka qenë në rënie gjatë viteve të fundit për shkak të rritjes më të shpejt të qarkullimit të gjeneruar nga ndërmarrjet e mëdha. Kontributi i NVM-ve ndaj vlerës së shtuar nuk ka ndryshuar dhe mbetet mbi mesataren 58% të vendeve të BE-së. Rritja e lartë në vlerën e shtuar e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme është kompensuar nga mikro-ndërmarrjet.

4.1.2 Vlerësime të tjera

SSo siguron një ndarje të subjekteve aktive të biznesit bazuar në një përkufizim më të gjerë ,i cili mer parasysh qarkullimin vjetor dhe totalin e aktiveve. Në vitin 2014 kishte 49.539 (70.01%) mikro , 19.937(28.2%) biznese të vogla , 724 (1.0%) ndërmarrjet e mesme dhe 459(0.7%) kompani të mëdha . Treguesit e performancës raportohen vetëm në bazë të numrit të punonjësve. Statistikat për ndërmarrjet raportohen në dy raporte të ndryshme vjetore. Numri i përgjithshëm i ndërmarrjeve , shpërndarja në sektorët ekonomik dhe madhësitë etyre raportohen në Regjistrin e Bizneseve, ndërsa treguesit e performancës raportohen në Strukturën Statistikat e Biznesit. Të dy dokumentet kanë mospërputhje të mëdha metodologjike.Statistikat strukturore të biznesit raportohen me udhëzimet e BE-së dhe mbulojnë „ekonominë jofinanciare të biznesit" si industria

,ndërtimi,tregtia dhe shërbimet për jondërmarrjet si bujqësia ,pylltaria peshkimi dhe sektor jo të tregut si arsimit dhe shëndetësia.

4.1.3 Saktësia e vlerësimit

Rëndësia e NVM-ve është më e ulët nëse përdoret përkufizimi ligjor. Sipas përkufizimit më të gjerë ligjor , ka më pak NVM dhe kontributi i tyre është më i ulët. Rëndësia e NVM-ve është më e lartë nëse përdoret përkufizimi i BE-së. Përkufizimi ligjor maqedonas i NVM-ve ka kufij më të ulët se i BE-së(firmat që punësojnë më pak se 250 persona kanë qarkullim vjetor më shumë se 50 milion euro ose një bilanc total që nuk i kalon 40 milion euro). Sipas EuroStat ,pjesa e NVM-ve të popullsisë së Biznesit në Maqedoni në vitin 2013 ishte 99.8% e personave të regjistruar (mikro-90.9%,të vegjël - 7.6% dhe të mesme 1.3%). Kontributi i tyre në punësim dhe vlera es htuar ishte 76.6% dhe 66.6% , me mbi mestaren e BE-së

4.1.4 Norma e rritjes

Numri i përgjithshëm i NVM-ve aktive ka rënë me një notmë mestare prej 1.6% që nga viti 2010. Rënia kryesisht për shkak të një reduktimi të vazhdueshëm në numrin e mikro-ndërmarrjeve me të cilat nuk ka ose një numër të panjohur punëtorësh që ndërpresin aktivitetet e tyre. Si rezultata , numri i të gjitha ndërmarrjeve tjera është rritur gjatë kësaj periudhe . Pjesa e NVM-ve në numrin e përgjithshëm të ndërmarrjeve ka qenë mjaft stabil duke qëndruar në 99.7% ,pasi numri i ndërmarrjeve të mëdha nuk ka ndryshuar .

4.2 Karakteristikat e NVM-ve

4.2.1 Aktiviteti ekonomik

Më shumë se 24,600 ndërmarrje ose 35.0% e të NVM-ve kryejnë aktivitetet e tyre në fushën e tregtisë .Pothuajse 95% e NVM-ve të përfshira në tregti janë mikro-ndërmarrje. Ky sektor ekonomik gjeneron një qarkullim vjetor të lartë por logaritmet për më pak se një e treta e vlerës së shtuar. Tregtia është punëdhënësi më i madh dhe përbën një të tretë e punësimit të NVM-ve. Grupi i dytë më i madh i NVM-ve janë më shumë se 7,600 prodhues , nga të cilët 80.04% janë ndërmarrje me deri 9 punëtor. Ato prodhojnë 17.1% të qarkullimit dhe përbëjnë 22.3% të vlerës së shtuar. Prodhimi është punëdhënësi i dytë

më i madh. Sipërmarrjet e mesme dominojnë në aspektin e punësimit,qarkullimit dhe vlerës së shtuar. Agro-biznesi është një sektor shumë i rëndësishë ekonomik. Aktivitete tjera janë ndërtimi ,transporti dhe magazinimi ,akomodimi dhe shërbimet ushqimore ,aktivitetet profesionale ,aktivitet shkencore dhe teknike dhe shërbimet administrative dhe mbështetëe . NVM-të në këto sektorë përbëjnë98.6% të sektorit.

Tabela 4. Ndarja e NVM-ve sipas sektorit ekonomik 2014

Sektori ekonomik	Nr.ndërmarrjeve	Nr. i tëpunuarve	Vlera e shtuar
Bujqësia ,gjetia dhe pyjet	4.0%	Përrjashtuar	Përrjashtuar
Miniera dhe gurët	0.2%	0.6%	0.9%
Prodhimi	10.8%	27.4%	22.3%
Energjia elekt. ,gazi dhe uji	0.6%	2.1%	2.6%
Ndërtimi	6.2%	8.7%	11.3%
Tregtia	35.0%	31.2%	31.3%
Transporti dhe magazinimi	8.4%	8.9%	10.4%
Akomodimi dhe ushqimet shërbyese	6.4%	7.4%	3.4%
Informacionet dhe komunikimet	2.1%	2.8%	4.8%
Shërbimet tjera	26.3.3%	10.8%	13.0%

Burimi: ESHS, Regjistri i Bizneseve (numërimin) dhe Statistikat Strukturore të Biznesit (punësimi dhe vlerën e shtuar).

Shpërndarja rajonale

Shumica e NVM-ve rreth 38 % janë vendosur në rajonin e Shkupit. Pjesa në shtatë rajonet e tjera varion nga 5.9% në 7.7% , me rajonet perëndimore të kontabilitetit për më shumë se NVM-të e rajoneve lindore.

4.3 Performanca

4.3.1 Performanca sipas aktivitetit ekonomik

Kontributi i përgjithshëm i NVM-ve ka rënë pak nga viti 2010 për shkak të kontributit të rënë prodhimit dhe tregtisë. Prodhuesit e NVM-ve kanë arritur maksimumin e qarkullimit në vitin 2011, por puna e tyre u tkurr me rreth 20% në tre vitet e ardhshme. Në të kundërtën prodhuesit e mëdhenj kanë treguar një performancë më të mirë për shkak të IHD të reja. Qarkullimi i shitësit dhe tregtarit me shumicë të NVM-ve në mes të vitit 2010 dhe 2014 ishin në rritje, kompanitë e mëdha u rritën shpejt. Tregtia llogaritet për 35.1% të xhiros totale dhe 51.9% e NVM.

Tabela 5. Kontributi i NVM-ve për xhirot totale sipas sektorit ekonomik

Sektori ekonomik	2014	2013	2012	2011	2010
Miniera dhe gurët	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%
Prodhimi	11.5%	12.0%	11.7%	15.3%	14.0%
Energjia elektrike ,gazi dhe uji	2.9%	3.1%	3.5%	3.0%	2.9%
Ndërtimi	5.3%	6.0%	5.5%	5.3%	4.6%
Tregtia	35.1%	35.4%	35.4%	35.6%	36.1%
Transporti dhe magazinimi	5.5%	5.2%	5.2%	5.1%	5.4%
Accom dhe shërbimet e ushqimit	1.4%	1.3%	1.2%	1.1%	1.2%
ICT	1.7%	1.7%	1.6%	1.6%	1.8%
Aktivitetet e patundshmërive	0.4%	0.5%	0.4%	0.4%	0.4%
Aktivitetet profesionale	2.3%	2.3%	2.1%	2.1%	2.5%
Shërbimi administrativ	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%	1.1%
Riparimi i mallrave shtëpiake	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
NVM TOTAL	67.7%	69.1%	68.2%	71.0%	70.5%
Të mëdhaja	32.3%	30.9%	31.8%	29.0%	29.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Burimi: ESHS, Statistikat Strukturore të Biznesit

Shërbimet e lidhura me turizmin kanë treguar rritje shumë të fortë gjatë viteve të fundit. Sektori i shërbimeve të strehimit dhe ushqimit është rritur me një normë mestare prej 9.3% në vit, për shkak të rritjes së numrit të turistëve të huaj. Nvm-të në sektorin e veprimtarive administrative arritën norma më të larta të rritjes në punësim, qarkullim dhe vlerë të shtuar të nxitura nga tre nënsektorë: aktivitetet e punësimit, agjencitë e udhëtimit dhe shërbimet e zyrës administrative dhe të përkrahjes së biznesit. Sektori i IT dhe softuerit është një nga industritë me rritje më të shpejt në Maqedoni. Sipas Agjencisë për Investimet e Huaja dhe Promovimin e Eksportit, sektori është rritur me rreth 47% në vit në pesë vitet e fundit. Hardware është më i madhi (rreth 62%) dhe më dinamik (rritje vjetore 84,7%). Shërbimet e TI janë segmenti i dytë më i madhi, që përbën 25,6% të totalit të shpenzimeve të TI-së, ndërsa softueri i paketuar është i treti, që përfshin 13% të tregut me një rritje vjetore prej 8.2% në normat e rritjes.

4.3.2 Performanca sipas madhësisë

Performanca e ndërmarrjeve sipas madhësisë është e përzier. Gjatë periudhës 2010-2014, ndërmarrjet e mëdha kryen më mirë se NVM-të në aspektin e punësimit dhe qarkullimit. Numri i të punësuarve në ndërmarrjet e vogla u rrit me një normë vjetore prej 2.7%, më shumë se në mikro dhe të mesme por shumë më posht rritjes prej 4.7% në kompanitë e mëdha. Ndërmarrjet e të gjitha madhësive kanë treguar një rritje në qarkullim vjetor që nga viti 2010, por NVM-të kanë performuar më keq se ndërmarrjet e mëdha (4.35 rritje vjetore krahasuar me 7.8%). Rritja në qarkullimin e NVM-ve u nxit nga ndërmarrjet e vogla (10-49 të punësuar) dhe ndërmarrjet e mesme (50-249 të punësuar), rritje prej 5.4% dhe 4.4% në mënyrë reflektive. Qarkullimi i mikro-ndërmarrjeve (0-9 punëtorë) u rrit me vetëm 3.4% në vit. Kontributi i mikro-ndërmarrjeve në qarkullimin total ka rënë gjatë pesë viteve të fundit. Sa i përket vlerës së shtuar, ndërmarrjet e vogla treguar rritje gjatë pesë viteve të fundit. Vlera e shtuar duke përfshirë ato të mëdha ka rënë, me performancën më keq të treguar nga ndërmarrjet e të mesme (-3.9%).

Tabela 6. Kontributi i NVM-ve për të xhiros totale sipas madhësisë

Madhësia	2014	2013	2012	2011	2010
Mikro	25.1%	26.0%	26.4%	25.6%	27.1%
Të vogla	24.3%	24.3%	24.0%	24.2%	24.3%
Të mesme	18.3%	18.8%	17.8%	21.2%	19.1%
NVM Total	67.7%	69.9%	68.2%	71.2%	70.5%
Të mëdhaja	32.3%	30.9%	31.8%	29.0%	29.5%
TOTALI	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Burimi: ESHS, Statistikat Strukturore të Biznesit

4.4 Çështjet institucionale dhe rregullatore

Maqedonia renditet e 12 nga 189 vende në Bankë Botërore duke bërë biznes në 2016. Zbatimi i ligjit joefikas, transparencja e dobët e sistemit rregullator dhe niveli i ulët i sipërmarrjes janë ndër kufizimet kryesore të zhvillimit NVM-ve në Maqedoni.

4.4.1 Fillimi i një biznesi

Maqedonia është vendi i dytë i mirë në botë për lehtësinë e fillimit të një biznesi. Maqedonia së pari bëri regjistrimin në internet pa pagesë dhe në vitin 2015 parqiti regjistrimin e detyrueshëm online të kryer nga agjentët e çertifikuar. Fillimi i një biznesi kërkon vetëm një procedurë, merr një ditë dhe kushton 250 MKD ose 4 €.

4.4.2 Zgjerimi i energjisë elektrike

Çështjet e energjisë elektrike janë pagesa e tretë më e rëndësishme për firmat maqedonase ,sipas BEEPS V. Analizat nga FMN tregojnë për joefikasitetin e përdorimit të energjisë elektrike ,opsionet e kufizuara për furnizimin me energji elektrike dhe objektet e gjenerimit si sfidat kryesore në sektorin e energjisë elektrike në vend. Pjesa e të ardhurave të humbura për shkak të ndëetjeve të energjisë elektrike ka rënë nga 11.8% në BEEPS IV në 7.5% në BEEPS V por është shumë e lartë krahasuar me mesataren e BEEPS V dhe është niveli i dytë më i lartë në Evropën Juglindore.

4.4.3 Pagesa e taksave

Maqedonia është shteti i shtatë më i mirë në botë për pagimin e taksave. Pas zvogëlimit të normës së tatimit në të ardhurat e korporatave në vitin 2008, Maqedonia mori disa hapa për të lehtësuar taksat dhe më pak të kushtueshme për kompanitë. Pagesat e sigurimeve shoqërore u sqaruan dhe normat e kontributeve të sigurimeve shoqërore të punëdhënësve u zvogëluan në vitin 2009. Në vitet e fundit, kompanitë janë inkurajuar të përdorin sistemet elektronike të arkivimit dhe pagesave për të ardhurat e korporatave dhe taksat.

4.4.4 Programet e ndërmarrësisë dhe mbështetjes

Niveli i sipërmarrjes në mesin e NVM-ve konsiderohet të jetë e ulët. Shumë maqedonas preferojnë një punë të qëndrueshme, duke punuar për persona të tjerë se të kenë një ndërmarrje. Gjenerata e re nguron të fillojë një biznes për arsye të ndryshme, duke përfshirë zvogëlimin e vetëbesimit dhe frikën e dështimit, që vjen nga mungesa e njohurive sipërmarrëse. Disa iniciativa që promovojnë sipërmarrjen përfshijnë shpërndarjen e materialeve arsimore në shkolla, organizimin e punëtorive dhe seminareve për mësuesit. Në vitin 2014, u lançua Strategjia për Mësimin e Ndërmarrësisë 2014-2020, duke parashikuar kurrikulat e azhuruara. Masat që nxisin vetëpunësimin janë miratuar dhe kanë për qëllim mbështetjen e ndërmarrësisë rinore; ato ofrojnë fonde të nevojshme për trajnimin e të papunëve deri në moshën 29 vjeçare.

4.4.5 Trajtimi përtej kufijve .

Në mbarë botën Maqedonia renditet lart kur bëhet fjalë për tregtinë. Në vitin 2008, koha për eksport dhe import u zvogëluar duke racionalizuar orarin e taksëdoganore dhe strukturën e lejeve, duke përmirësuar sistemin e inspektimit, procedurat doganore dhe zvogëlon numrin e dokumenteve. Maqedonia performon më mirë se rajoni në aspektin e kohës dhe kostos për pajtueshmërinë me kufirin dhe dokumentacionin.

4.4.6 Çështjet mjedisore

Janë bërë përpjekje për të integruar rritjen e gjelbërt në kuadrin e politikave kombëtare, por rritja e gjelbërt në sektorin e NVM-ve mbetet e kufizuar. Zhvillimi i eko-produkteve

dhe shërbimet është një nga prioritetet e Strategjisë për Politika Industriale (2009-2020). Strategjia e NVM-ve nuk përmban asnjë dispozitë për eko-efikasitetin, duke sugjeruar që mbrojtja e mjedisit dhe zhvillimi NVM-ve perceptohet si zona e politikës së shkyçur. GOM ofron informacion mbi çështjet dhe mjetet mjedisore dhe programe që financojnë pajisjet e eko-energjisë për NVM-të. Sipas OECD, rritja e gjelbërt në sektorin e NVM-ve mbetet e kufizuar nga mungesa e ekspertizës në çështjet mjedisore.

4.4.7 Zbatimi i ligjeve

Në vendosmërinë e saj për tu bërë anëtare e BE, Maqedonia ka harmonizuar shumicën e legjislacionit të saj me BE. Zbatimi mbetet i dobët dhe ekzistojnë shembuj të ligjeve që kundërshtojnë njëri-tjetrin. Lojtarët e tregut ankohen se ligjet ndryshojnë shumë shpejt dhe zbatohen në mënyrë të pabarabartë. Burokracia dhe mungesa e komunikimit dhe kapaciteteve me GoM gjithashtu pengojnë biznesin. Në vitin 2014, GoM krijoi Këshilli e Inspektiveve. Qëllimi i Këshillit të Inspektimit është të harmonizojë procedurat për mbikëqyrjen në mes të 14 inspektorateve që fillimisht funksionon në ministri të ndryshme dhe kontrollon funksionimin e inspektorëve në tërësi dhe individual. Ka dyshime se GoM përdor inspektive të kundërta kundër kundërshtarëve politik dhe kritikve.

4.4.8 Tregu i punës

Ligji i punë gjatë kohë ka ndaluar fleksibilitetin e mjaftueshëm në tregun e punës. Reformat e tregut të punës në Ligjin për Mardhëniet e Punë kanë injektuar përfitime për punëtorët. Dështimi për të trajtuar trashëgiminë e vetë-menaxhimit dhe të pronësisë shoqërore ka kontribuar në ngurtësinë e tregut të punës. Problemet janë shtuar nga mbështetja në dërgesat e emigrantëve .

4.5 Inovacioni

Përqindja e NVM-ve që paraqesin risitë është e lartë. Sipas Komisionit Evropian 2015 SBA Fact Sheet ,pothuajse 40% e NVM-ve prezentuan produktin, procesin apo inovacionet organizative në Maqedoni. Pavarësisht nga përqindja e lartë e NVM-ve që është mbi mesataren e Be-së , shitjet e risive të reja në treg dhe ato të reja në firmë përbënin 10% të xhiros totale, e cila është nën mesataren e BE-së. Përqindja e shitjeve

dhe blerjeve të NVM-ve online është rritur por mbetet nën mesataren e BE-së. Në vitin 2011, Maqedonia krijoi themelet për inovacion duke kryer një vlerësim gjithëpërfshirës të sistemit kombëtar të inovacionit dhe hartimine e një strategjie dhe plan veprimi për inovacionin nën Iniciativë Rajonale të Konkurrencës së OECD-së. Zbatimi i masave specifike për mbështetjen e inovacionit ka qenë i rrallë dhe i ngadalshëm. FITD u krijua në vitin 2013 dhe u bë funksional në 2015. FITD synon përmirësimin e qasjes në financa për inovacion dhe aktivitetet e NVM-ve. Ka katër instrumente në FITD:

1. Grantet e financimit për fillimin dhe rrotullimin inovativ;
2. Grantet e financimit dhe kreditë e kushtëzuara për komercializimin e inovacioneve;
3. Grantet e financimit për transferimin e teknologjisë;
4. Asistencë teknike nëpërmjet përsheptuesve të teknologjisë së biznesit.

Fondet e akorduara janë 8 milion euro gjatë tre viteve të ardhshme. NVM-të përfitojnë duke marrë mbështetje financiare dhe duke e përdorur atë për tërhiq investitorë tjerë. IT është një nga sektorët më inovativ në vend. Thirja e parë e FITD për bashkëfinancimin e granteve dhe rrotullimi inovativ në vitin 2015 rezultuan në 78 aplikacione me 34 kalimin e fazës para-përzgjedhjes dhe 15 duke u përzgjedhur në financim. Shtatë projekte tjera janë në IT, arsim, industri ushqimore, industria e videove dhe promovimi makinave. FITD kontribuoi 450,000 €. Thirja e dytë u mbyll në 2015, por rezultatet nuk janë publikuar. Ambienti mbështetës për inovacionin e NVM-ve por përmirësohet gradualisht. Përveç GoM, ekzistojnë një numër organizatash që mbështesin nisjen inovative të NVM. Fondacioni Balkan Unlimited u krijua në vitin 2011 me qëllim të mbështetjes inovative të TIK. Fondacioni ka dy aktivitete kryesore: një forum për inovacionin (Forum Ventures Balkan) dhe një program përsheptimi (Super Fonders). LAUNCH Hub është një grup bullgar përsheptues, i cili mbështet fillimin e punës nga rajoni, përfshirë Maqedoninë. CEED Maqedonia ka një numër programesh përmes të cilave ajo ndërton një tubacion të kompanive duke përgatitur sipërmarrësit për kapital të jashtëm duke përmirësuar aftëitë e tyre të menaxhimit financiar dhe duke i udhëuar ato tek ofruesit e duhur. MEDF ndihmon në ndërtimin e kapaciteteve të dhomave të tregtisë, promovon zhvillimin e ndërmarrësisë

jasht Shkupit dhe inkurajon turizmin alternativ si një mundësi e re ekonomike. Fondi i Zhvillimit Crimson drejton Financimit të Inovacionit të financuar nga USAID prej USD 300,000 që të mbështet inovacionin dhe fillimin e biznesit.

4.6 Kërkesa për Financim

4.6.1 Vlerësimi i kërkesës

Kërkesa e përgjithshme për kredi për NVM vlerësohet në 1.3 miliard euro, rreth 15% e PBB-së dhe 30 % e totalit të kredive të sistemit financiar. Kjo shifër është nxjerrë duke përdorur skemën e vëllimit të huave të mbledhura nga huadhënësit e NVM-ve, të dhënat nga SSO dhe regjistri i biznesit dhe vlerësimet e Bankës Botërore për firmat që nuk kanë nevojë për kredi. Llogaritja është treguar më poshtë:

Tabela 7. Llogaritja e kërkesës për kredi nga NVM-të

Hapi në llogaritje	Vlera	Burimi
A.Numri i NVM	70,453	SSO, Regjistri i Bizneseve
B. Madhësia mesatare e kredisë(EURO)	45,052,3	Llogaritjet KBF
C.% e ndërmerjeve që kanë nevojë për kredi	40.1%	Sondazhet e Ndërmarrjeve të Bankës Botërore
D.Totali i kërkesës (EURO milion)	1,272,8	= A * B * C

Burimi: Anketat e Bankës Botërore raportojnë % e ndërmerjeve që nuk kanë nevojë për kredi, nga të cilat përqindja e ndërmerjeve që kanë nevojë për një hua dedikohet si 100% minus % që nuk kanë nevojë për një hua.

Vlerësimi i kërkesës ka për qëllim vetëm të jap një ide të përgjithshme të nivelit të kërkesës. Metodologjia e llogaritjes është e thjeshtë dhe bazohet në një numër supozimesh. Nuk ka të dhëna të disponueshme mbi matjen e madhësisë së huasë të kërkuar nga NVM-të, madhësia mesatare e kredisë së disbursuar është përdorur si një përfaqësues për madhësinë e këkuar të kredisë. Madhësia mesatare e kredisë së disbursuar është llogaritur duke e ndarë portofolin e vlerësuar të kredisë së NVM-ve me numrin e vlerësuar të huamarrësve. Numri i huamarrësve është vlerësuar në bazë të numrit të NVM-ve në Maqedoni dhe përqindjes së firmave me kredi bankare siç raportohet nga Anketa e Ndërmarrjeve të Bankës Botërore.

4.6.2 Kërkesa sipas llojit të NVM-ve

Kërkesa është e pabarabartë në të gjithë sektorët ekonomikë. Madhëia e secilit sektor ekonomik ndikon drejtpërdrejt në kërkesën për financa. Kërkesa për çdo sektor ekonomik do të rritet ose ulet varësisht nga zhvillimi i pritshëm i sektorit. Tregtia vazhdon të ngrit sektorin e NVM-ve dhe kërkesa e përgjithshme e NVM-ve për financa. Agjencia për Investime të Huaja dhe Promovimi Eksportit inkurajon investimet në 4 sektor : bujqësia, industria e makinave , industria e tekstit dhe sektori IT. Agjencia për Promovimin dhe Mbështetjen e Turizmit ka mandatin për të stimuluar një rritje të turizmit. Ndërmarrjet e vogla do të nxisin kërkesën për financimin e NVM-ve. Në aspektin e madhësisë , ndërmarrjet e vogla do të udhëhqedin me shumë mundëi kërkesën. Mikro-ndërmarrjet dhe numri i tyre dhe kontributi ndaj vlerës së shtuar janë në rritje. Ndërmarrjet e vogla dhe numri i tyre pritet të rritet për shkak të ndërmarrjeve të sukseshme. Nëse përpjekjet e GoM do të jenë të suksesshme dhe sektorët e identifikuar do të rriten më shpejt, kërkesa për financim do të rritet.

4.6.3 Kërkesa nga instrumenti

Kreditë do të vazhdojnë të përbëjnë pjesën më të madhe të kërkesës , si sistemi banakr është i zhvilluar dhe produktet e kredisë janë më të njohur. Kërkesa për kredi për kapital qarkullues është në rritje të kredive për investime. Nga njëra anë, pasiguria mbizotëruese për të ardhmen redukton gatishmërinë e bizneseve për të investuar në afat të gjatë. Nga ana tjetër pagesa është përkeqësuar dhe tendenca e përgjithshme në vend është për të vonuar pagesat për periudha të gjata kohore të parregullta - për një vit dhe më shumë. Kërkesa për financimin e tregtisë do të rritet më tej. Rritja reale dhe e qëndrueshme besohet të jetë e shtyrë nga NVM-të që menaxhojnë për të bërë biznes jashtë Maqedonisë. Financimi i tregtisë bëhet bëhet më i rëndësishëm dhe kërkesa për të me siguri do të rritet. Kërkesa për qira është e ulët dhe kreditë janë të preferuar për qira. Kreditë janë më pak tërheqëse sepse: NVM-të janë më pak të njohur se lizingu, kreditë janë më lirë se lizingu dhe marrja e një kredie mund të jetë më lehtë. Disavantazhet e tjera përfshijnë një të dyfishtë taksën e transferimit të pronës, trajtimin e TVSH-së dhe Kontratat e qirasë. Kërkesa për kapitalin e vet është gjithashtu i ulët edhe kur financimi i jashtëm është shumë i nevojshëm. Financimi ekuitetit është i panjohur në Maqedoni. Njohuritë

kufizuara për kapitalin e rrezikut bën sipërmarrësit e vogël të ndjehen të paretshëm me këtë instrument. Pa e kuptuar siç duhet rreziku dhe parimi i ndarjes fitimit ,NVM-të janë të gatshëm të marrin në konsideratë financimin e kapitalit sepse përfshin pronësinë për një investitorë të huaj.¹⁸³

Lehtësimi i qasjes së NVM-ve në tregjet globale

Shumë sipërmarrës po njohin mundësitë që ky proces ofron dhe ka qasje në tregjet globale është bërë një instrument strategjik për zhvillimin e mëtejshëm të tyre. Qasja në tregjet globale për bizneset e vogla mund të ofrojë një mikpritës të mundësive të biznesit, siç janë tregjet më të mëdha dhe të reja ; mundësitë që të shfrytëzojë shkallën dhe përparësitë teknologjike ; përmirësimi aftëve teknologjike ;mënyrat e përhapjes rrezikut,uljen dhe ndarjen e kostove ,duke përfshirë R&D shpenzimet ;përmirësimin e qasjes në financa. Globalizimi mund të paraqes sfida dhe kërcënime. Këto sfida ekspozojnë ata në konkurrencën e rritur ndërkombëtare nga firmat e huaja dhe mund të rrezultojë në humbjen e tregjeve tradicionale për konkurrencë me çmim më të ulët nga jashtë. Kërcënimet kanë të bëjnë me: standardet dhe çështjet e përputhshmërisë ndërkombëtare ;mbrojtjen e pronësisë intelektuale ;rreziqet politike ;korrupsioni. Tabloja e gjerë për më shumë OECD dhe disa ekonomi joanëtare janë ato të një niveli të ulët,edhe pse rritet niveli aktivitetit NVM-ve në tregjet ndërkombëtare.

- Një studim i kryer për Bashkëpunimin Ekonomik Azi-Paqësor,(APEC) sugjeron që llogaritë e NVM-ve janë më pak se 30% të totalit të eksporteve në rajon.
- Në Evropë, aktiviteti eksportues rritet me madhësi të fortë. Pjesa e ndërmarrjeve të mesme në eksportim është më shumë se dyfishi i mikro-ndërmarrjeve.
- Përvoja e SHBA sugjeron që eksportimi i NVM-ve i kufizon përpjekjet e tyre në treg.

¹⁸³ Hauser,P. Dolgaya,T. Revenko,S. Kortenbuscha,M. Assessment of funding needs of SMEs in Western Balkans August 2016 Report: FYROM, f.13

- Një sondazh i 2001 i ndërmarrjeve evropiane tregoi se rreth një e treta e NVM-ve raportojnë një numër në rritje të kontakteve ndërkombëtare të biznesit, duke filluar nga 30% nga ndërmarrjet e vogla deri në 50% për ndërmarrjet e mesme.
- Pak NVM investojnë jashtë vendit. Një studim tregoi se vetëm 3% e NVM-ve në Evropë kanë filiale, degë ose sipërmarrje të përbashkëta në vendet e tjera.¹⁸⁴

¹⁸⁴ OECD , (2004). Promoting entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy, f.25

KREU 5 Metodologjia e hulumtimit dhe Rezultatet empirike

5.1 Metodologjia e hulumtimit

Metodologjia e përdorur për hulumtimin e faktorëve të jashtëm dhe të brendshëm të një biznesi është me anë të një pyetësi. Ky pyetësor synon marrjen e përgjigjeve të cilat janë formuluar me qëllim realizimin e një studimi për identifikimin e faktorëve kryesorë determinues që përcaktojnë operimin e suksesshëm të NVM-ve në Maqedoni.

Përgjigjet e pyetësit do të përdoren gjithashtu dhe për të identifikuar problemet që NVM-të ndeshin aktualisht për ti bërë ballë konkurrencës globale.

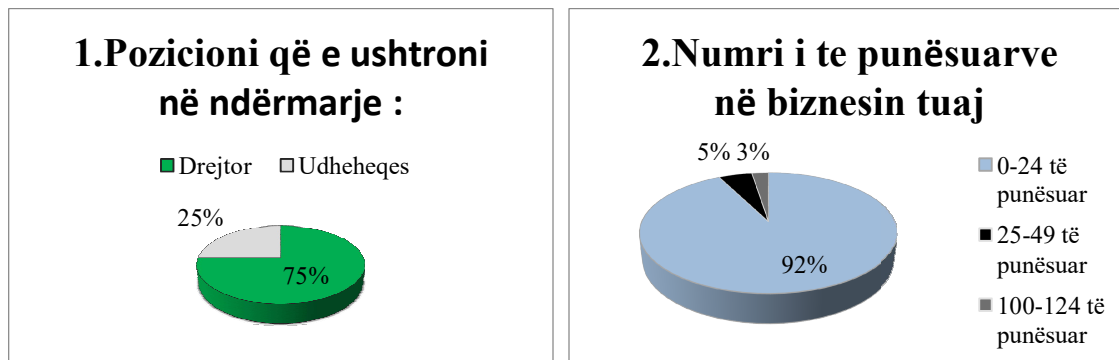
Vendosja e emrit lidhet më tepër me nevojën e identifikimit që ai që i përgjigjet këtij pyetësi është pronari, administratori apo manaxheri i përgjithshëm i ndërmarrjes së përzgjedhur.

5.2 Rezultatet e hulumtimit empirik

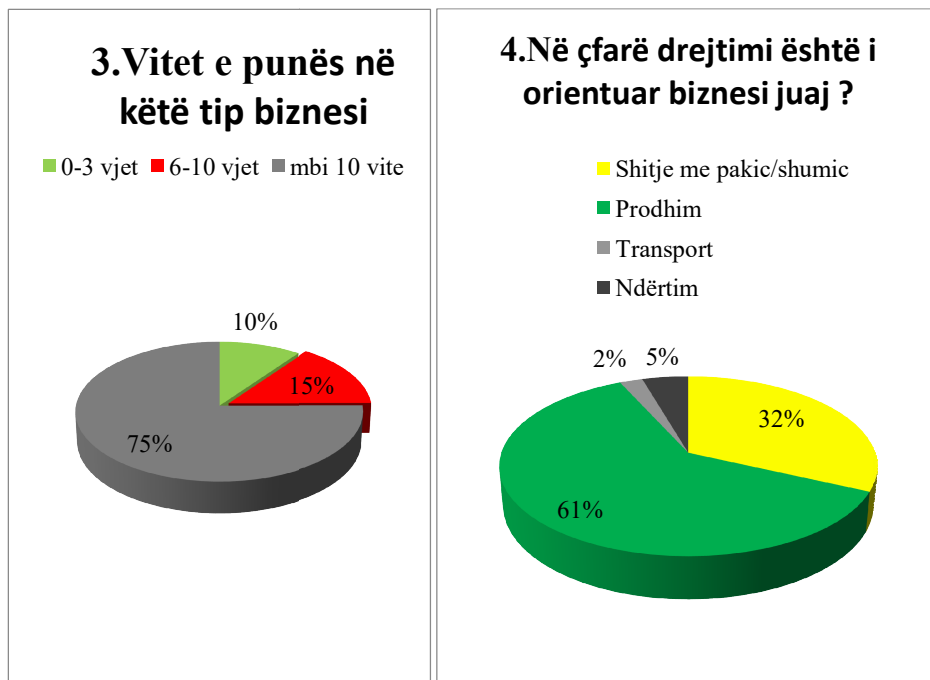
Rezultatet në vijim janë të paraqitura detajisht të dhënat e hulumtimit në formë të figurave, duke i bashkangjitur komentet e rezultateve.

I bashkangjitur është pyetësi, i kryer në kompani .

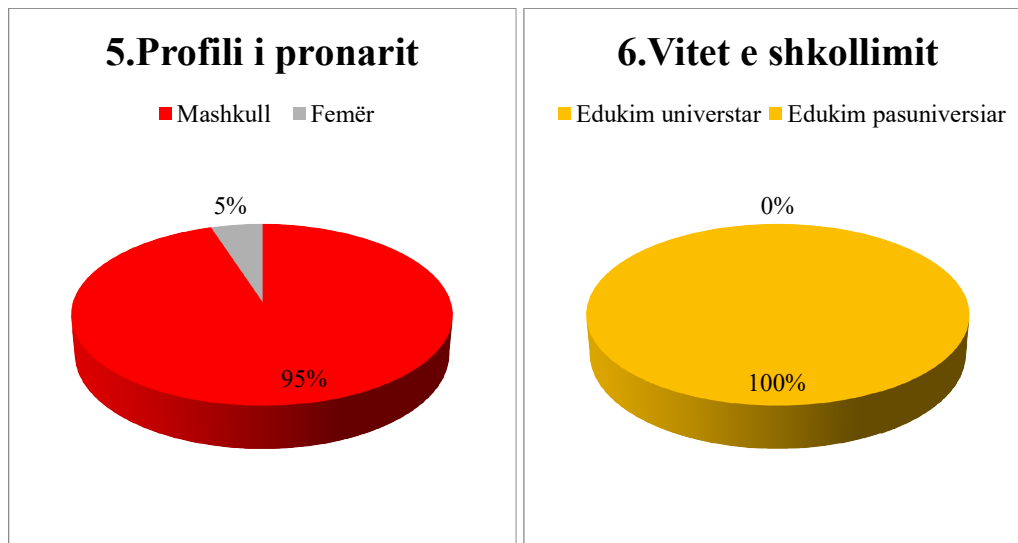
Pyetësi shfaq këto rezultate:



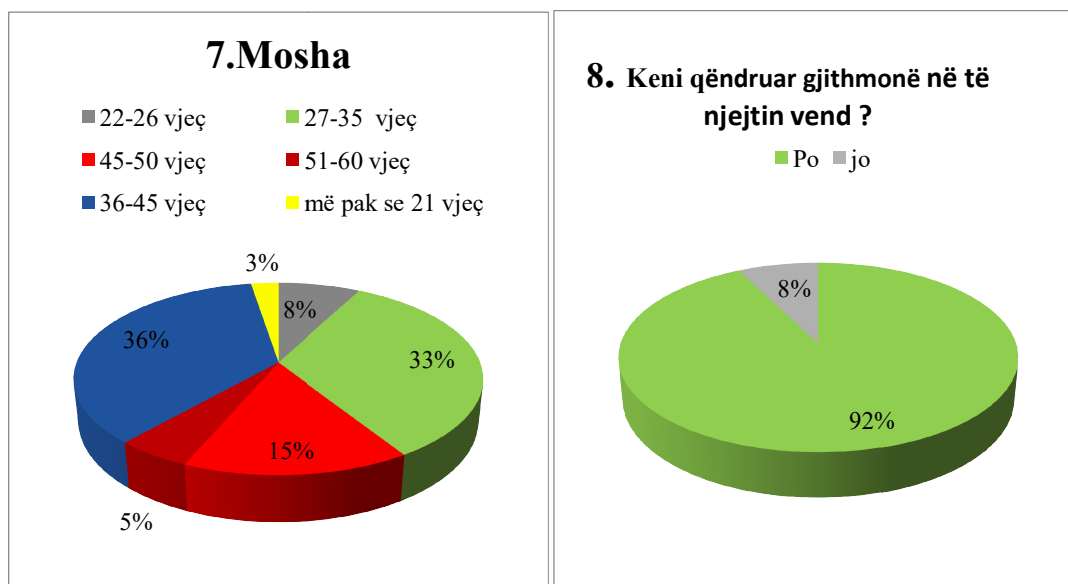
Në pyetjen se çfarë pozicioni kanë në ndërmarrje ,të anketuarit janë përgjigjur me 25% udhëheqës dhe 75% drejtor.Ndërsa numri i të punësuarve në kompani është me 0-24 të punësuar është 92%,prej 25-49 të punësuar është 5% dhe prej 100-124 të punësuar është 3%.



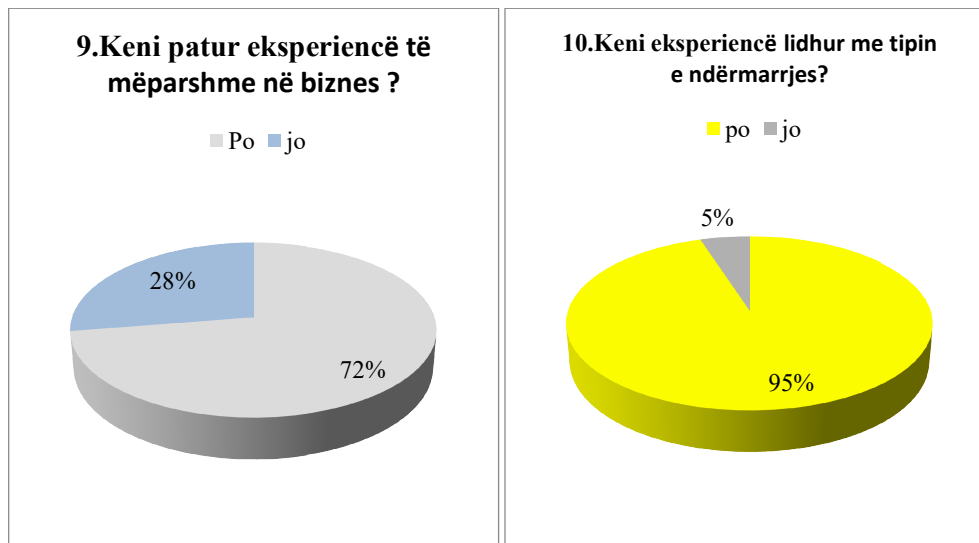
Vitet e punës në këtë tip biznesi janë përgjigjur me 0-3 vite janë 10% ,me 6-10 vite janë 15% dhe më shumë se 10 vite janë 75%.Se në n'çfarë drejtimi e kanë të orientuar biznesin me shitje me pakic/shumic janë32%,me prodhim janë 61%,me transport janë 2% dhe me ndërtim janë 5%.



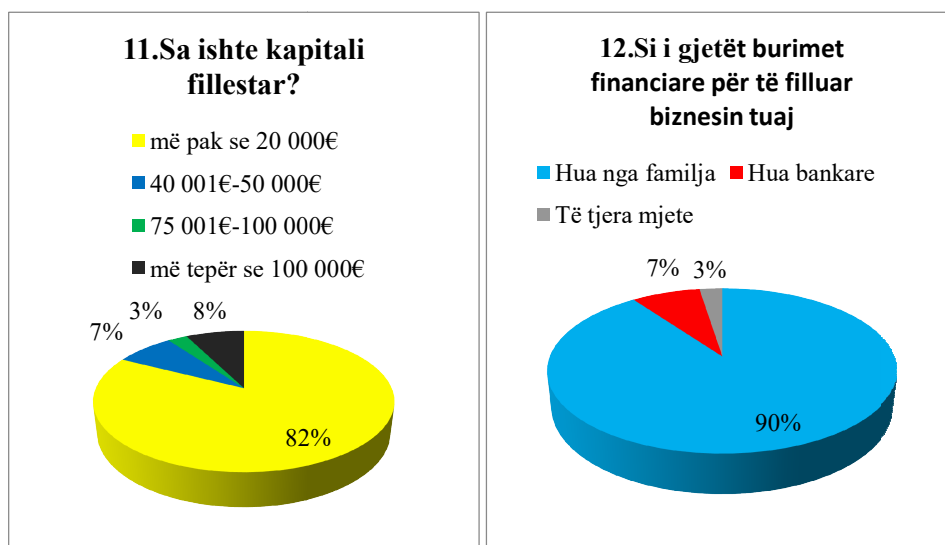
Pyetja e 5 ka të bëjë me profilin e pronarit dhe 5 % e tyre janë femra, kurse 95% janë meshkuj. Ndërsa sa i përket edukimit me edukim universitar janë 100%, kurse pasuniversitar 0%.



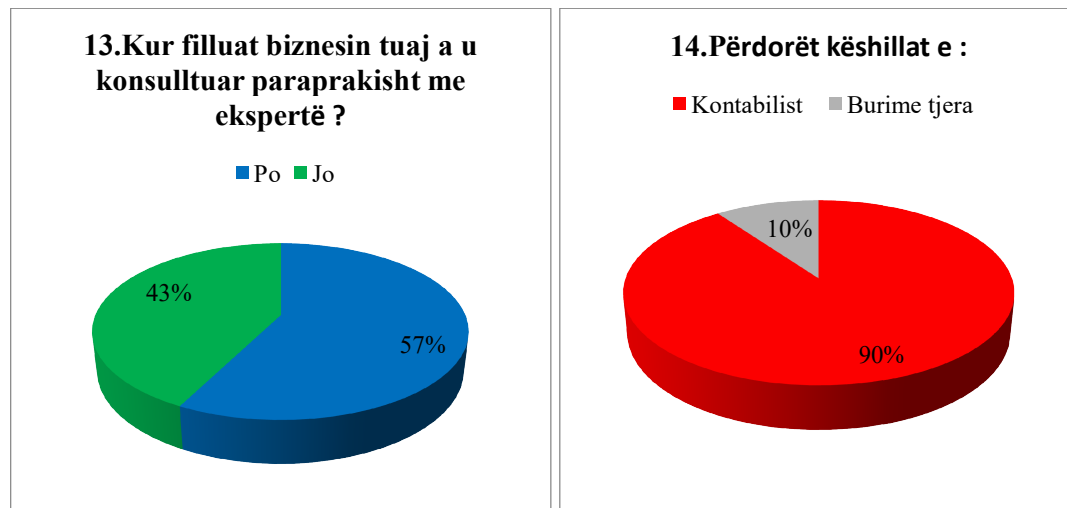
Moshë e të anketuarve me më pak se 21 vjeç është 3% ,prej 22-26 vjeç është 8%,prej 27-35 vjeç është 33%,prej 36-45 vjeç është 36%,prej 45-60 vjeç është 15% ,prej 51-60 vjeç është 5%. Lidhur me pyetjen se e kanë qëndruar gjithmonë në të njëjtin vend me po janë përgjigjur 92% ,kurse me jo vetëm 8%.



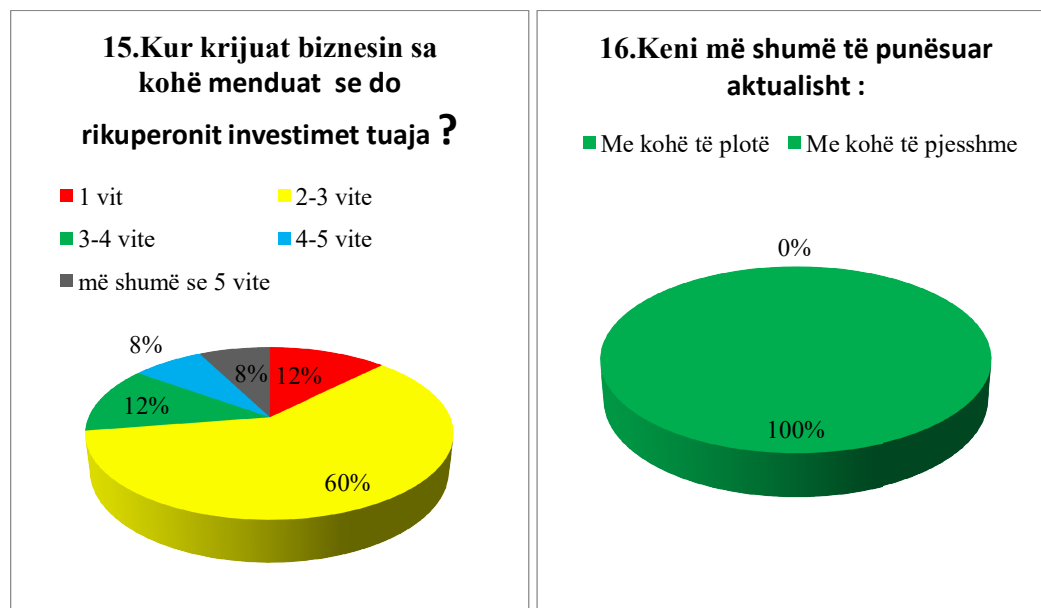
Pyetja e 9 ka të bëjë me eksperiencën ku 28% e të anketuarve nuk kanë pasur eksperiencë të mëparshme,ndërsa 72% kanë pasur. Pyetja se a kanë pasur eksperiencë lidhur me tipin e ndërmarrjes 92% prej tyre kanë pasur,kurse vetëm 5% nuk kanë pasur.



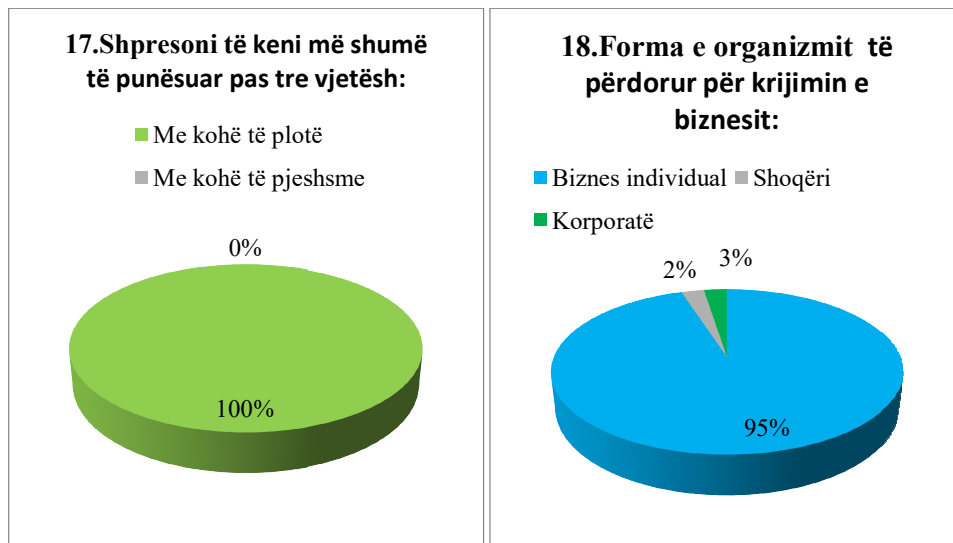
Se sa ka qënë kapitali fillestar i kompanive me më pak se 20 000€ është 82%,prej 40 001€-50 000€ është 7%,prej 75 000€-100 000€ është 3% dhe me më tepër se 100 000€ është 8%. Në pyetjen se si i kanë gjetur burimet financiare për të filluar biznesin me hua nga familja janë 90%,hua bankare është 7% dhe të tjera mjete 3%.



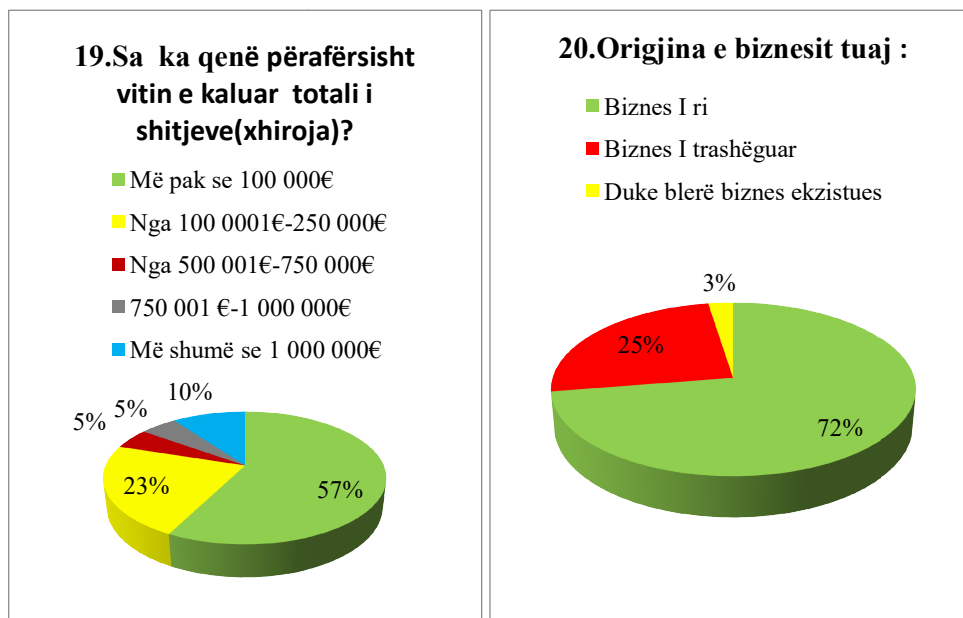
Kur e kanë filluar biznesin a janë konsultuar me ekspertë 57% e tyre janë përgjigjur po, kurse 43% e tyre me jo. Kompanitë se a kanë përdorur këshillat e kontabilistit me po janë përgjigjur 90% , kurse me jo janë përgjigjur 10%.



Pyetja se për sa kohë kanë menduar të rikuperojnë investimet ata janë përgjigjur me 1 vit 12%, prej 2-3 vite është 60% , prej 3-4 vite është 12%, 4-5 vite është 8% dhe me më shumë se 5 vite është 8%. Se sa të punësuar kanë aktualisht me kohë të plotë është 100% , kurse me kohë të pjesshme është 0%.

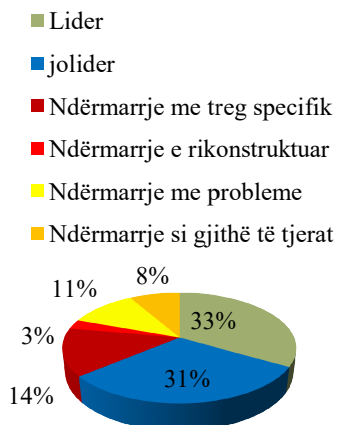


Se sa të punësuar shpresoni të keni pas tre vjetësh me kohë të plotë janë 100%, kurse me kohë të pjesshme janë 0%. Forma e organizimit të përdorur për krijimin e biznesit me 95% janë biznes individual, shoqëri janë 2% dhe me korporatë janë 3%.

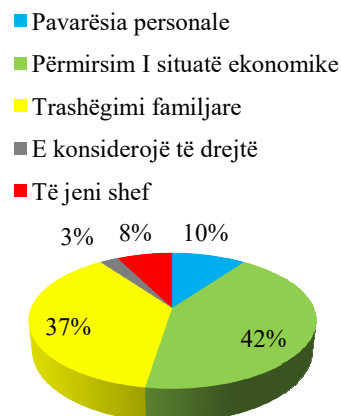


Sa ka qenë xhiroja vitin e kaluar ata janë përgjigjur me më pak se 100 000 € është 57%, prej 100 001€-250 000€ është 23%, nga 500 001€-750 000€ është 5%, nga 750 001€-1 000 000 është 5% dhe me më shumë se 1 000 000€ është 10%. Tek pyetja se cila është origjina e biznesit ata janë përgjigjur si biznes i ri me 72%, biznes i trashëguar 25% dhe duke blerë biznes ekzistues 3%.

21. Lidhur me pozicionimin në treg si e konsideroni ju veten



22. Cila është arsyeja kryesore që e filluat këtë biznes :

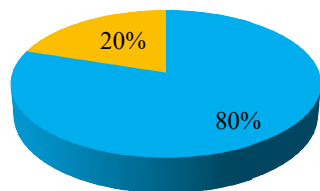


Pyetja e 21 ka të bëjë me pozicionimin e tregut lider e kanë konsideruar 33%, jolider janë 31%, jolider janë 31%, ndërmarrje me treg specifik janë 14%, ndërmarrje e rikonstruktuar janë 3%, ndërmarrja me probleme janë 11% dhe ndërmarrje si gjithë të tjerat janë 8%.

Lidhur me pyetjen se cila ka qenë arsyeja kryesore për të filluar biznesin me pavarësin personale janë 10%, me përmirësim i situatës ekonomike janë 42%, trashëgimi familjare janë 37%, e konsiderojë të drejtë janë 3% dhe të jeni shef janë 8%.

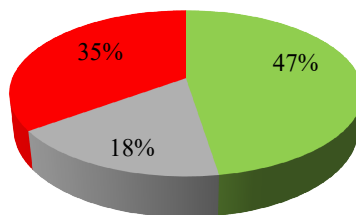
23. Para se të fillonit biznesin tuaj, a hartuat një plan biznesi qoftë edhe formal?

PO JO

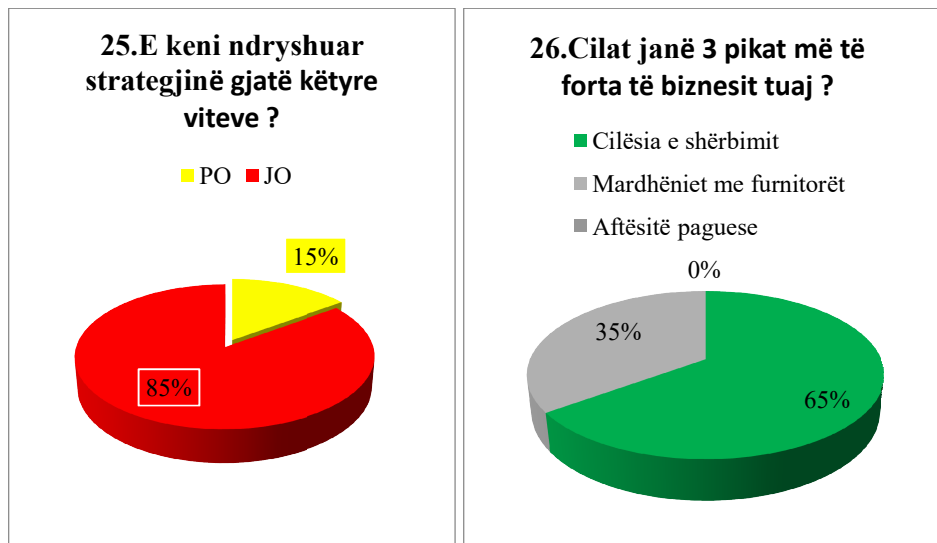


24. Përmendni ndonjë tip të përdorur në fillim .Ku konsistonte?

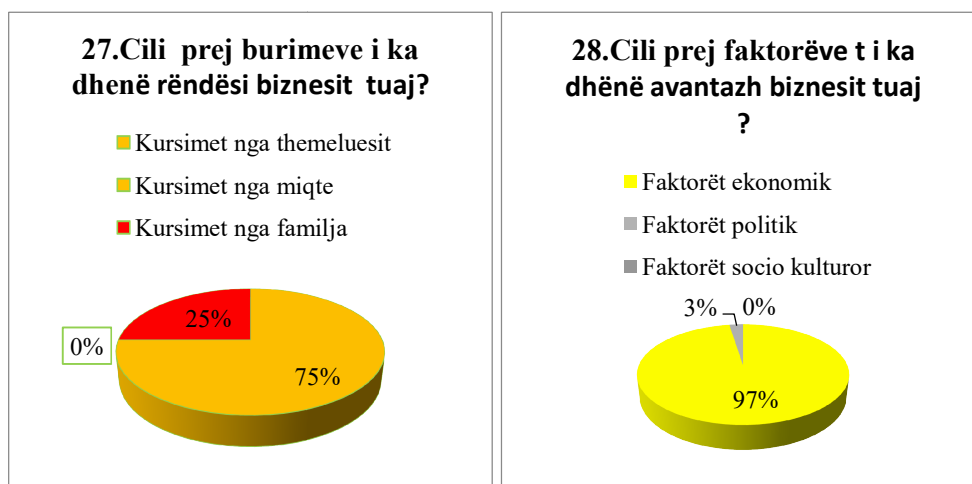
Rritja e prodhimit Marketing/shitje Shërbime



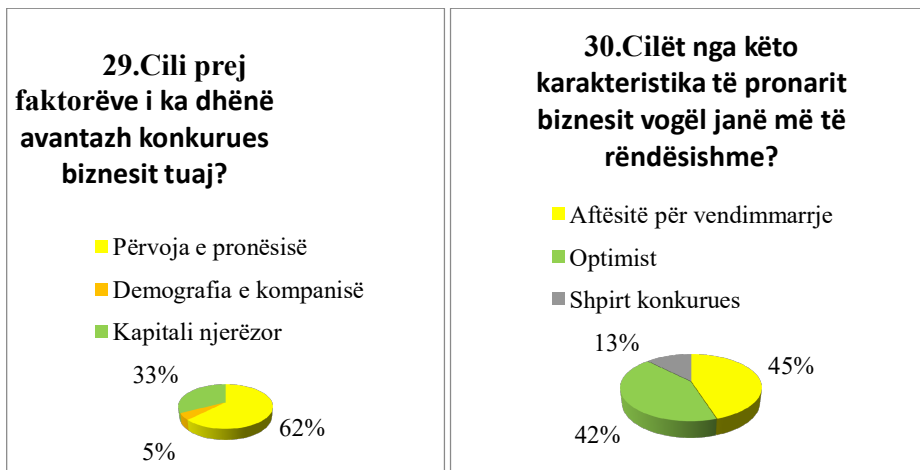
Pyetja e 23 ka të bëjë se a kanë bërë plan biznesi me po janë përgjigjur 80% e të anketuarve, me jo janë përgjigjur 20%. Strategjia e përdorur e kompanive është rritja e prodhimit me 47%, marketingu/shitja është 18% dhe shërbimet janë 35%.



Tek pyetja e 25 se a e kanë ndryshuar strategjinë gjatë këtyre viteve me po janë përgjigjur 85% dhe me jo 15%. Kurse 3 pikat më të forta të biznesit janë Cilësia e shërbimi me 65%, mardhëniet me furnitorët 35% dhe aftësia paguese 0%.



Në pyetjen se cili prej burimeve i ka dhënë rëndësi më shumë biznesit ata janë përgjigjur se kursimet nga themeluesit janë 75%, kursimet nga familja 25%, kursimet nga miqtë janë 0%. Për sa i përket faktorëve që i kanë dhënë më shumë avantazh faktorët ekonomik janë 97%, kurse politik janë 3%, kurse faktorët socio-kulturor janë 0%.



Në pyetjen se cili prej faktorëve i ka dhënë më shumë avantazh biznesit me përvojën e pronësisë janë 62% ,Demografia e kompanisë janë 5% dhe kapitali njerëzor janë 33%.Se cilat nga këto karakteristika të profilit pronarit biznesit vogël janë më të rëndësishme me aftësitë për vendimarrje janë 45%,optimist janë 42% dhe shpirt konkures janë 13%.

5.3 Vërtetimi i hipotezave

Në pjesën paraprake u bë presentimi dhe analiza e të dhënave të fituara nga hulumtimi, në këtë pjesë është bërë testimi hipotezave të parashtrurara në këtë punim. Siç u përmend edhe në pjesën e parë, në këtë tezë janë parashtruar dy hipoteza bazë :

H₁.Faktorët e jashtëm dhe të brendshëm ndikojnë pozitivisht në zhvillimin e NVM-ve.

H₂. Që të kemi një zhvillim të NVM duhet të analizohen faktorët e jashtëm dhe të brendshëm sepse ato ndikojnë në faktorët ekonomik, të tregut, mjedisin personal apo firma bazë e një vendi të caktuar .

Pas përpunimit statistikor të hipotezës së parë, nga rezultati i fituar mund të konkludojmë se hipoteza e parë pranohet pra, mund të themi lirisht se Faktorët e jashtëm dhe të brendshëm ndikojnë pozitivisht në zhvillimin e NVM.

Ky konkluzion u fitua edhe nga vetë rezultatet e pyetësorit, sepse secili nga faktorët e jashtëm dhe të brendshëm ka ndikuar pozitivisht në zhvillimin e NVM.

Duke u bazuar në këtë hulumtim dhe përgjigjet e marrura nga të anketuarit shihet , të gjithë nga faktorët e jashtëm dhe të brendshëm kanë ndikuar pozitivisht në zhvillimin e NVM.

Ndërsa sa i përket hipotezës së dytë, pas testimit statistikor, mund të konkludojmë se edhe hipoteza e dytë pranohet, pra rezultati statistikor konfirmoi se: që të kemi një zhvillim të NVM duhet të analizohen faktorët e jashtëm dhe të brendshëm sepse ato ndikojnë në faktorët ekonomik ,të tregut ,mjedisin personal apo firma bazë e një vendi të caktuar .

Kjo shihet edhe nga rezultatet paraprake se tek kompanitë kanë ndikuar faktorët ekonomik dhe përvoja e pronësisë që të kemi një zhvillim më të shpejt.

5.4 Përfundime nga hulumtimi empirik

Në këtë kapitull paraqitet një përmbledhje e këtij studimi dhe përfundimet kryesore. Ai është fokusuar në dhënien e përgjigjeve konkrete për pyetjet dhe hipotezat kryesore të shtuara në kapitullin hyrës dhe përfundimeve të nxjerra në kapitujt e tjerë për dhënien e këtyre përgjigjeve. Këtu përmbledhen pikërisht këto përgjigje sidhe përfundimet kryesore të studimit. Më tej në kapitullin tjetër shtrohen disa rekomandime të cilat jepen për të punësuarit në kompanitë e caktuara. Kapitulli përmbyllet me një seksion dedikuar kufizimeve të këtij studimi dhe dhënien esugjerimeve se si këto kufizime mund të adresohen në studime kërkimore në të ardhmen apo çfarë mund të jetë interesante në të ardhmen apo çfarë mund të jetë interesante për zgjerimin e gjetjeve tona

Ekonomia e ndërmarrjes është disiplinë shkencorë-mësimore, e cila i studion problemet ekonomike të ndërmarrjes dhe sjelljet e tyre në tregun e brendshëm dhe atë ndërkombëtar. Si shkencë, ekonomia e ndërmarrjes i studion problemet ekonomike të ndërmarrjeve, hulumton faktorët e suksesit dhe njofton për ligjshmërinë edukative afariste (Veseli, 2010).

Globalizimi i biznesit ka tërhequr gjithnjë e më shumë NVM-të në zinxhirë të vlerave globale përmes llojeve të ndryshme të aktivitetit ndërkufitar. Shumë sipërmarrës po pranojnë mundësitë që ky proces ofron dhe për të fituar qasje në tregjet globale është bërë një instrument strategjik për zhvillimin e tyre të mëtejshëm. Media sociale, edhe pse një fenomen relativisht i ri , është duke u bërë pjesë gjithnjë e më e rëndësishme e

marketingut të çdo biznesi edhe një platformë e zhvillimit dhe rritjes së bazës së klientelës.

Simpson et al (2004:484) përcakton makro-mjedisin (faktorët e jashtëm të kompanisë) që paraqesin variablat e situatës që mund të ndihmojnë ose pengojnë sipërmarrjen në fillimin e aktivitetit dhe gjatë ciklit jetësor të NVM-ve. Kjo mbështetet nga Dahlqvist et al (2000:5), i cili shpjegon se faktorët e jashtëm paraqesin mundësit, kërcënimet dhe informacione që ndikojnë në të gjithë sipërmarrësit brenda në këtë mjedis ,pavarësisht sfondit tyre, arsimit apo konceptit biznesit.

Pothuajse 95% e NVM-ve të përfshira në tregti janë mikro-ndërmarrje. Ky sektor ekonomik gjeneron një qarkullim të lartë (më shumë se gjysma në mesin e të gjitha jo NVM-të bujqësore, jofinanciare dhe jo publike) por llogaritet për më pak se një e treta e vlerës së shtuar. Maqedonia aktualisht është vendi i dytë më i mirë në botë për lehtësinë e fillimit të një biznesi. Pas disa përmirësimeve në vitet e mëparshme, Maqedonia së pari bëri regjistrimin në internet pa pagesë dhe më pas, në vitin 2015 paraqiti regjistrimin e detyrueshëm online të kryer nga agjentët e certifikuar. Fillimi i një biznesi tani kërkon vetëm një procedurë, merr një ditë dhe kushton vetëm 250MKD (ose 4 EURO).

Numri i huamarrësve është vlerësuar në bazë të numrit të përgjithshëm të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në Maqedoni dhe përqindjes së firmave me kredi bankare / kredi, siç raportohet nga Anketa e Ndërmarrjeve të Bankës Botërore. Kërkesa për kapitalin e vet është gjithashtu i ulët edhe kur financimi i jashtëm është shumë i nevojshëm. Njohuritë e kufizuara për kapitalin e rrezikut (në krahasim me kreditë bankare tradicionale) bënë shumë sipërmarrës të vogla të ndjehen të paretatshme me këtë instrument. Pa e kuptuar siç duhet rreziku dhe parimi i ndarjes së fitimit, NVM-të në përgjithësi janë të gatshëm të marrin në konsideratë financimin e kapitalit pasi ajo përfshin pronësinë për një investitor të huaj.

Bazuar në këtë rishikim të nocionit të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në kompani të ndryshme u hartua pyetësor. Pyetësori u plotësua në 40 kompani me drejtor dhe udhëheqës , të cilët kanë pozita vendimmarrëse lidhur me faktorët që kanë ndikim në zhvillimin e NVM-ve.

Çdo kompani që të ketë zhvillim, faktorët kryesor janë ato të brendshëm dhe të jashtëm. Grupet e studimit faktorët e jashtëm i ndajnë në dy kategori: makro ekonomike dhe mjedisi i tregut. Ky studim na ka dhënë shumë përgjigje duke u nisur nga ato pozitive që shfaqin faktorët që ndikojnë në kompani.

Këtu kemi edhe një shembull konkret i cili e vërteton hipotezën e parë:

H₁. Faktorët e jashtëm dhe të brendshëm ndikojnë pozitivisht në zhvillimin e NVM.

Për sa i përket faktorëve të jashtëm që i kanë dhënë më shumë avantazh faktorët ekonomik janë 97% , kurse politik janë 3%, kurse faktorët socio-kulturor janë 0%. Në pyetjen se cili prej faktorëve të brendshëm i ka dhënë më shumë avantazh biznesit me përvojën e pronësisë janë 62%, Demografia e kompanisë janë 5% dhe kapitali njerëzor janë 33%.

Hipoteza e dytë ishte:

H₂. Që të kemi një zhvillim të NVM duhet të analizohen faktorët e jashtëm dhe të brendshëm sepse ato ndikojnë në faktorët ekonomik ,të tregut , mjedisin personal apo firma bazë e një vendi të caktuar.

Shihet qartë se faktorët e jashtëm dhe të brendshëm kanë ndikuar në zhvillimin e NVM-ve nga rezultatet e paraqitura më lartë. Faktorët ekonomik janë më të rëndësishëm krahasuar me faktorët e tjerë (politik dhe socio-kulturor) sepse ato ndikojnë pozitivisht në kompani.

KREU 6 PËRFUNDIMET DHE KONSIDERIMET FINALE SIPAS OBJEKTIVAVE KRYESORE

Duke kërkuar përgjigje për pyetjet dhe objektivat kryesore të këtij studimi dhe për të paraqitur përfundime për akademikët, sipërmarrësit dhe politikbërësit jepen gjithashtu edhe rekomandime.

Në mënyrë të ngjashme do të evidentohen dhe limitimet e studimit sidhe orientime kërkimore të ardhshme. Përfundimet kanë për qëllim të shpjegojnë pyetjet dhe objektivat në bazë të cilave u ngrit ky studim dmth, të evidentosh se çfarë e përcakton suksesin dhe çfarë i bën disa firma me të njëjtat burime të rriten dhe të kenë suksesin që të tjerat nuk i kanë. Rezultatet nga përgjigjet e sipërmarrësve dhe analizat e tyre treguan se ishin më shumë meshkuj për sa i përket moshës, arsimimit.

Rezultatet e ngjashme treguan se pronarët e firmave kishin tendencën të ishin tepër të arsimuar .

NVM-të veçanërisht ato me një eksperiencë me mbi 10 vjet në sektorët e tyre, kanë arritur nivele më të larta suksesi se ato me më pak vite. Pra, firmat krijohen me së shumti kur pronarët e tyre kanë një nivel eksperience .

6.1 Rekomandime

Ky studim kontribuon në zhvillimin e teorisë mbi sipërmarrjen. Studimi tregon se modeli i hartuar është i palikueshëm pavarësisht gjinisë së sipërmarrësit ,sektorit dhe madhësisë së biznesit .

Përfundimet sugjerojnë nevojën e krijimit të një programi rregullator dhe strategji për të krijuar nxitje që do të rrisin krijimin e bizneseve të mirë analizuara në zona të veçanta.

Programet e krijuara duhet të fokusohen në në përfitimet dhe praktikrat që kanë të bëjnë me zhvillimin e jashtëm dhe të brendshëm.

Duhet të bëhen akoma kërkime mbi NVM-të dhe statistikat që pasqyrojnë realitetin

Këto mund të realizohen nëpërmjet bashkëpunimit midis sektorit publik dhe atij privat.

Rezultate nga ky studim sugjerojnë se shumë prej NVM-ve kanë hyrë në sektorin e tyre për disa arsye: siguruar mbajtjen e familjes ,traditës familjare dhe mundësisë së punësimit.

6.2 Sugjerime për kërkime të mëtejshme

Ideja e studimit, e parë dhe nga metodologjia e zgjedhur, kishte si qëllim mbledhjen e informacionit të kërkuar, përta i përket përcaktuesve të suksesit të NVM-ve në Maqedoni ,dhe dha rezultatet e dëshiruara. Kjo u arrit me kufizime të vogla.

Rekomandohet që në të ardhmen të bëhet një hulumtim më i gjerë në të gjitha kompanitë në Maqedoni për të analizuar faktorët që ndikojnë në zhvillimin e NVM-ve .

Pyetjet kryesore të kërkimit dhe përfundimet e kërkimit mund të përdoren për studime të mëtejshme në fushën përkatëse.

Bibliografia

- Adam Smith , Rwigema dhe Venter, Morris dhe Zahra (1776, 2004,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 57- 95
- Ahwireng-Obeng dhe Piaray(1999), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.78
- Andries dhe Debackere(2006), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.81
- Antonites, Brazeal dhe Herbet Pretorius et al ,Themba et al (2003,1999,2005), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria, f.109- 29- 57- 107)
- Besser(1999), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.25
- Bolton dhe Thompson ,McCline et al (2004,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .21- 88
- Botha, Rwigema dhe Venter(2006,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria, f. 68-57
- Bygrave,Carter,Gartner dhe Reynolds ,Gartner et al (1993,1996,19999), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.256-152- 216
- Clover dhe Darroch, Viviers et al(2005,2001), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.242-4
- Cornwall dhe Naughton(2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 71
- Dahlqvist et al (2000,)Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.5
- Darroch dhe Clover, Tustin, Rogerson(2005,2001,1999) , Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.327-56-126-137
- Davila et al(2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.700
- De Villiers,Baars dhe Van den Berg (1997,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 82- 2
- Deakins & Freel(1998), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.150
- Dockel dhe Ligthelm, Lightelm dhe Cant(2005,2002), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 61- 6

- Fielden et al, Luiz(2000. 2002), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 300- 56
- Finamrk,2006;Ligthelm dhe Cant ,2002(2006,2002), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.5
- GEM,Weber,Morrison ,Ligthelm dhe Cant ,Lee et al (2002,1930, 2000,2006), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.20 - 106- 41- 352
- Glancey,Guzman dhe Santos (1998,2001), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .18- 217
- Gundry dhe Welsch(2001,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 458- 29
- Gurol dhe Atsan,Thomas dhe Mueller(2006,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 28-292
- Guzman dhe Santos (2001),Factors affecting SME success,University of Pretoria , f.217
- Hauser,P. Dolgaya,T. Revenko,S. Kortenbuscha,M. Assessment of funding needs of SMEs in Western Balkans August 2016 Report: FYROM,f.13
- Hisrich dhe Peters, Guzman dhe Santos, Hening, Preterius et al, Nasser et al (2002, 2001, 2003, 2005, 2003), Factors affecting SME success,University of Pretoria, f.73- 217-2-55-400
- Hornhill dhe Amit,Lowe dhe Marriot (2003,2000), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f .498-11
- <http://menaxherat.com/biznes-2/itbiznes/karakteristikat-tregtise-elektronik/f.1>
- <https://www.interweb.al/rendesia-e-medias-sociale-ne-boten-e-biznesit-modern/f.1>
- Ladzani dhe Van Vuuren, Tustin ,Reigema dhe Venter(2002,2003,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 157- 34- 25
- Ladzani dhe Van Vuuren, Tustin ,Reigema dhe Venter(2002,2003,2004), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f. 157- 34- 25
- Ligthelm dhe Cant (2005),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.5
- Luiz,2002), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.65
- Markman dhe Baron,(2003), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria,f.281
- Maslow (1980), Factors affecting SME success,Universityof Pretoria

- Mazzarol ,Volery,Doss dhe Thein, dhe Viviers et al(1999,2004), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.50-4
- McClellan,Markman dhe Baron (2000,2001,2003), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f. 82-16-288
- McClellan et al,Rwigema dhe Venter ,Barreira(2000), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.88- 70- 55
- Morris dhe Zahra(2000), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.94
- Mueller dhe Thomas, Finmark(2001,2006) , Factors affecting SME success,University of Pretoria,f. 67
- Mughan et al, Viviers et al ,Lighthelm dhe Cant ,Clover dhe Daroch ,Strydom dhe Tustin ,Rwigema dhe Karungu ,Freeman ,Thomhill dhe Amit(2004,2001,2002,2005,2003 ,1999,2000), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f .429- 4- 6- 243- 1- 107- 372- 500
- Mughan, Lloyd-Reason dhe Zimmerman, Leah dhe Tucker ,Luiz ,Rwigema dhe Venter (2004,2000,2002,2004), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.424- 67-19
- Nasser et al, Lighthelm dhe Cant(2003, 2002) Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.339-5
- OECD (2004). Promoting entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy(2004), f.25
- OECD(2002),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.7
- OECD(2017), Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy,f.6
- OECD,Lange et al Man et al Bird et al (2002,2000,2004,1998), Factors affecting SME success,University of Pretoria,f .240- 6- 131-428- 443
- OSCE(2006),Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme: Zhvillimi dhe nxitja e tyre(2006), <http://www.osce.org> ,f.122
- OSCE(2006),Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme:Zhvillimi dhe nxitja e tyre(2006), <http://www.osce.org>,f.123
- Panco dhe Korn(1999),Factors affecting SME success,University of Pretoria,f.6¹

- Peberdy dhe Rogerson (2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.21
- Pretorius dhe Van Vuuren, Stewart, Carland, Watson dhe Sweo, Mueller dhe Thomas (2003, 2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 517-30-58
- Pretorius et al (2005), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.57
- Ramadani, V. Robert, H. (2015)..Ndërmarrësia dhe menaxhimi i biznesit të vogël. Tetovë
- Rauch dhe Frese, Markman dhe Baron (2000, 2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.2-284
- Robertson et al (2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.311
- Rogerson, Clover dhe Darroch, Ahwireng-Obeng dhe Piarray (1999, 2005, 1999), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.137-242-78
- Rwigema dhe Venter, Wickham, Gurol dhe Atsan, Stewart et al (2004, 2001, 2006, 20003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 54-16-28-31
- Schumpeter, Kirziner (1934, 1973), Factors affecting SME success, University of Pretoria¹
Rwigema & Venter Ahwireng-Obed (2004, 2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria f.57-1
- Selimi, N Ramadani, V. (2010). Specifikat e biznesit të vogël. Tetovë, f.27. (2008). Hyrje në ekonomi. Tetovë, f.73
- Simpson et al (2004), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.484
- Strydom dhe Tustin, Panco dhe Korn (2003, 1999), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.4-7
- Shane dhe Venkatarman, Thomhill dhe Amit, Nasser et al, Mark Man dhe Baron (2000, 2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 221-506-399-285
- Timmons, Gurol dhe Atsan, Stewart et al, Hisrich dhe Peters, Themba et al (1999, 2006, 2003, 2002), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.3828-27-238-107
- Toye (2002), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.49
- Tustin, Goodall, Czinkota dhe Ronkainen (2003, 200, 2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.126-15-49

- Themba et al (1999), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.106
- Thomas dhe Mueller(2000), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.288
- Thornhill dhe Amit(2003), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f. 505
- Thornhill dhe Amit, Lowe dhe Marriot (2003,2000), Factors af
- Van Vuuren dhe Nieman, Gem (1999,2005), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.2-17
- Veseli ,N. (2004). Bazat e marketingut. Tetovë 2004, f.8
- Viviers et al ,Ligthelm dhe Cant(2001,2002), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.4-5
- Wasilczuk, Gurol dhe Atsan, Themba et al, Rogerson, Tustin, (2000,2006.1999,2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.67- 93- 28- 108- 117- 126
- Westhead, Ucbasaran dhe Wright, Clinton, Totterdell dhe Wood, Drakopoulou Dodd & Anderson(2005,2006,2007), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.72-179- 341).
- Wickham, Guzman dhe Santos (2001), Factors affecting SME success, University of Pretoria, f.227

SHTOJCA A. SONDAZHET

Ky pyetesor synon marrjen e përgjigjeve nga ana juaj të pyetjeve që vijojnë, të cilat janë formuluar me qëllim realizimin e një studimi për identifikimin e faktorëve kryesorë determinues që përcaktojnë operimin e suksesshëm të NVM-ve në Maqedoni.

Dy pyetjet e para nevojiten për të marrë informacion të përgjithshëm mbi profilin tuaj dhe të biznesit tuaj. Pyetjet e tjera që përbëjnë fokusin kryesor të këtij studimi, kërkojnë të përcaktojnë se cilat janë burimet e brendëshme që ndërmarrjet I konsiderojnë të rëndësishme, cilat kopetenca duhet të zhvillohen dhe si mund të shndërrohen këto kopetenca në aftësi dalluese apo avantazhe konkurruese. Përgjigjet e pyetësorit do të përdoren gjithashtu dhe për të identifikuar problemet që NVM-et ndeshin aktualisht për ti bërë ballë konkurrencës globale.

Vendosja e emrit lidhet më tepër me nevojën e identifikimit që ai që i përgjigjet këtij pyetësori është pronari, administratori apo manaxheri i përgjithshëm i ndërmarrjes së përzgjedhur. Do t'ju falenderoja paraprakisht për përgjigjet tuaja duke dëshiruar e kërkuar ndërkohë që këto përgjigje të jenë sa më të përmbledhura.

Instruksionet: Ju lutem lexoni me kujdes pyetjet dhe përgjigjuni në përputhje me instruksionet që jepen. Zgjidhni vetëm ato përgjigje që janë adekuate dhe që kanë lidhje me ndërmarrjen tuaj. Shënoni me X.

A) INFORMACION I PËRGJITHSHEM PËR JU DHE BIZNESIN TUAJ:

1) Emri _____

Biznesi _____

Adresa _____

Pozicioni i punës _____

Tel _____ Fax _____

2) Numri i të punësuarve në BIZNESIN tuaj.

_____ 0-24 _____ 125-145

___ 25-49 ___ 150-199

___ 50-99 ___ Mbi 200 ___ 100-124

3) Vitet e punës në këtë tip biznesi

___ 0-3 ___ 4-6 ___ 6-10 ___ Mbi 10

4) Në çfarë drejtimi është i orientuar biznesi juaj _____

Shitje pakicë/shumicë _____

Prodhim _____

Transport _____

Shërbim _____

Ndërtim _____

Agrokulturë

5) Profili i pronarit

___ Mashkull ___ Femër

6) Vitet e shkollimit _____ Edukim universitar (specifikoni)

_____ Edukim pasuniversitar(Specifikoni)

7) Moshë

___ më pak se 21 vjeç ___ 22 – 26 ___ 27-35 ___ 36-45 ___ 46-50 ___ 51-60 ___ Më shumë se 60

8) Keni qëndruar gjithmonë në të njëjtin vend? Po ___ Jo ___

B) INFORMACION MBI ORIGINËN E BIZNESIT TUAJ DHE EKSPERIENCËN TUAJ NË FUSHËN E BIZNESIT PËRPARA SE TË KRIJONIT BIZNESIN TUAJ.

9) Keni patur eksperiencë të mëparshme në biznes? Po ___ Jo ___

10) Keni eksperiencë lidhur me tipin e ndërmarrjes që keni krijuar? Po ___ Jo ___

11) Lidhur me ngritjen e biznesit tuaj:

Sa ishte kapitali fillestar?

___ më pak se 20.000 € _____ 40.001€ - 50.000€ _____ Më tepër se 100.000€

_____ 20.001€ - 30.000€ _____ 50.001€ - 75.000€ _____ 30.001€ - 40.000€
 _____ 75.001€ - 100.000€

12) Si i gjetët burimet financiare për të filluar biznesin tuaj?

_____ Hua nga familja? Sa? _____

_____ Hua bankare? Sa? _____

_____ Të tjera mjete ose kombinime të tyre. Ju lutemi specifikoni _____

13) Kur filluat biznesin tuaj a u konsultuat paraprakisht me ekspertë?

PO _____ JO _____

14) Përdoret këshillat e _____ Kontabilistit _____ Avokatit _____ Konsulentit _____ Bankës _____

Burime të tjera, ju lutemi specifikoni. _____

15) Kur krijuat biznesin tuaj, për sa kohë menduat se do te rikuperonit investimet tuaja (arritja e break-even point- të ardhurat barazohen me shpenzimet)?

Një vit _____ 2-3 vjet _____ 3-4 _____ 4- 5 vjet _____ Më shumë se 5 vjet _____

Lidhur me numrin e të punësuarve .

16) Sa të punësuar keni aktualisht?

Me kohë të plotë _____

Me kohë të pjesëshme _____

17) Sa të punësuar shpresoni të keni pas tre vjetësh?

Me kohë të plotë _____

Me kohë të pjesëshme _____

18) Forma e organizimit të përdorur për krijimin e biznesit.

Biznes individual _____ Shoqëri _____ Korporatë _____ Shoqëri e vecantë _____

Të tjera _____

19) Sa ka qenë përafërsisht totali i shitjeve (xhiroja)?

Vitin e kaluar

Më pak se 100.000€ _____ Nga 500.001€ – 750.000€ _____

Nga 100.001€ – 250.000€ _____ Nga 750.001€ – 1.000.000€ _____

Nga 250.001€ – 500.000€ _____ Më shumë se 1.000.000€ _____

20) Origjina e biznesit tuaj (Shënoni vetëm një përgjigje).

_____ Filloi si një biznes i ri _____ Duke blerë një biznes ekzistues

_____ Si një biznes i trashëguar _____ Mënyrë tjetër (specifikoni)

21) Lidhur me pozicionimin tuaj në treg, si e konsideroni ju veten (shënoni vetëm një përgjigje)?

_____ Lider në të gjitha aspektet (me pjesëmarrjen më të madhe në treg)

_____ Jo lider por ndjekës në gjithcka (përafërsisht i dyti në treg)

_____ Një ndërmarrje si gjithë të tjerat e cila lufton për të mbijetuar, ndjek tendencat

_____ Një ndërmarrje me probleme për të bërë tregti

_____ Një ndërmarrje pothuajse në falimentim

_____ Një ndërmarrje e rikonstruktuar e që funksionon mirë

_____ Një ndërmarrje me një pjesë tregu në një treg specifik

22) CILA ËSHTË (ISHTE) SIPAS RËNDESHISË ARSYEJA JUAJ KRYESORE QË FILLUAT KËTË BIZNES (shënoni atë që është më e rëndësishmja)

_____ Të kishit pavarësi më të madhe personale _____ Përmirësimi i situatës ekonomike

_____ Të jeni shef i vetes _____ Traditë familjare

_____ Trashëgimi familjare _____ Isha i papunë dhe nuk gjeja punë _____ E konsideroj

një të drejtë apo sfidë _____ Si një kalim kohe _____ Kam studiuar për këtë _____

Arsye të tjera (Specifiko) _____ Të kem me çfarë të merrem kur të dal në pension

23) Para se të fillonit biznesin tuaj, a hartuat një plan biznesi qoftë edhe formal?

PO _____ JO _____

24) Përmendni ndonjë tip strategjie të përdorur në fillim. Ku konsistonte?

_____ Rritje e prodhimit

_____ Marketing/Shitje

_____ Shërbime

25) E keni ndryshuar ju strategjinë tuaj gjatë këtyre viteve? Po _____ Jo _____

26) Cilat janë 3 pikat më të forta të biznesit tuaj sipas këndvështrimit tuaj. Përshkruani të parin si më të rëndësishmin dhe vazhdoni me të tjerët: Aftësitë paguese financiare/ekonomike, Marrëdhëniet me furnitorët, Cilësia e shërbimit ?

27) Përmendni vetëm tre burime sipas rëndësisë së tyre. Përshkruani të parin si më të rëndësishmin dhe vazhdoni me të tjerët: kursimet nga themeluesit, familja dhe nga miqtë?

28) Cili prej tre faktorëve të jashtëm (faktorët ekonomik, faktorët politik-institucional ,faktorët socio-kulturore) i ka dhënë biznesit tuaj më tepër avantazh konkures?

29. Cili prej tre faktorëve të brendshëm (demografia e kompanisë, kapitali njerëzor ,përvoja e pronësisë së biznesit) i ka dhënë biznesit tuaj më tepër avantazh konkures?

30. Cilët nga këto karakteristika të pronarit të biznesit të vogël janë më të rëndësishme (aftësitë për vendimmarje, optimist, shpirti konkures) ?

Ju faleminderit për kohën tuaj!

(Seksioni opsional)

Nëse keni vetëm një shtojcë atëherë titulli të shtojcës nuk duhet ti shtohet shtesa **SHTOJCA A**, por vetëm titulli i shtojcës. Në këtë rast duhet të përdorni stilin **KqIntppn**.

Për nëntitujt e shtojcës përdorni nëntitujt. Titujtdhe nëntitujt e shtojcës duhet të përfshihen në tabelën tuaj të përmbajtjes.

BIOGRAFIA

Kandidatja Rilinda Rahimi e lindur më 31 dhjetor 1990 , në Tetovë , Republika e Maqedonisë . Në vitin 2004 e ka kryer shkollën fillore „Sami Frashëri " në fshatin Pirok, Tetovë. Në vitin 2004 regjistrohet në gjimnazin„Kiril Pejçnoviç" Tetovë. Në vitin 2008 ka mbaruar shkollën e mesme dhe në po të njëjtin vit regjistrohet në Fakultetin e Biznesit dhe Ekonomisë pranë UEJL. Në gusht të vitit 2012 ka kryer studimet dhe mer titullin Bachelor në Fakultetin e Biznesit dhe Ekonomisë. Në vitin 2012 ka regjistruar studimet pasdiplomike në Fakultetin e Biznesit dhe Ekonomisë në drejtimin Financa dhe Kontabilitet.