

UNIVERZITETI I EVROPËS JUGLINDORE
FAKULTETI I BIZNESIT DHE EKONOMISË



PUNIM MAGJISTRATURE

RËNDËSIA DHE FINANCIMI I AKTIVITETEVE TË
NDËRMARRËSISË SOCIALE
RASTE STUDIMI NGA MAQEDONIA E VERIUT

Kandidati:
Ilmije Iseni

Mentori:
Prof. Dr. Veland Ramadani

Shkup, 2020

PËRMBAJTJA

FALENDERIME	5
ABSTRAKT	6
I. HYRJE	8
1.1 Përkufizimi i problemit	9
1.2 Qëllimet e hulumtimit dhe pyetjet kërkimore	10
1.2.1 Qëllimet e hulumtimit	10
1.2.2 Pyetjet kërkimore	11
1.3. Metodologjia e hulumtimit	11
1.4 Përmbajtja e punimit.....	12
II. NDËRMARRËSIA SOCIALE: DEFINIMI I KONCEPTIT	14
2.1 Definimi i ndërmarrësisë.....	14
2.1.1 Koncepti i ndërmarrësisë sociale	18
2.1.2 Dallimi ndërmjet ndërmarrësisë klasike dhe ndërmarrësisë sociale	22
2.2 Rëndësia e ndërmarrjeve sociale në zhvillimin ekonomik të vendit	23
2.3 Karakteristikat e ndërmarrjeve sociale	24
2.4 Llojet e ndërmarrjeve sociale	26
2.5 Procesi i ndërmarrësisë sociale	27
2.6 Matja e vlerës sociale.....	29
III. FINANCIMI I NDËRMARRËSISË SOCIALE	31
3.1 Financimi i ndërmarrësisë klasike	31
3.1.1 Burimet joformale të financimit	32
3.1.2 Burimet formale të financimit	35

3.2	Financimi i ndërmarrësisë sociale	39
3.2.1	Kursimet e themeluesve	40
3.2.2	Donacionet – Grantet.....	40
3.2.3	Biznes engjëjt socialë	41
3.2.4	Fondi filantropik i rreziko-kapitalit.....	42
3.2.5	Bankat e vlerës.....	43
IV.	METODOLOGJIA E HULUMTIMIT	46
4.1.	Metoda e mbledhjes së të dhënave	46
4.2.	Madhësia e mostrës.....	47
4.3.	Ndërmarrjet sociale të anketuara	48
4.4.	Analiza e të dhënave.....	51
V.	PREZANTIMI DHE ANALIZA TE DHENAVE	51
5.1	Prezantimi dhe analiza e të dhënave nga anketimi i ndërmarrjeve sociale	52
5.2	Prezantimi dhe analiza e të dhënave nga anketimi i bizneseve private	63
5.3	Prezantimi dhe analiza e të dhënave nga anketimi i personave fizik	70
5.4	Testimi i hipotezave të parashtruara	77
	PËRMBLEDHJE	80
	KONKLUZAT	82
	REKOMANDIMET	83
	BIBLIOGRAFIA	84

FALENDERIME

Fillimisht dua ta falënderoj dhe të shpreh mirënjohjen time të sinqertë për mentorin tim Prof. Dr. Veland Ramadani, për mbështetjen e vazhdueshme gjatë perpilimit të kësaj teme. Falënderoj të gjithë ndërmarresit social, bizneset dhe individët për kohën dhe mundin që morën për të plotësuar pyetësin si dhe që pranuan të përgjigjen në pyetjet e intervistës.

Gjithashtu i falënderoj mësimdhënësit, kolegët e të afërmit e mi, që më kanë inkurajuar, udhëzuar si dhe më kanë ndihmuar në përfundimin e këtij punimi.

Falënderimi me i veçantë shkon për prindërit e mi, nënën time e cila vazhdimisht kujdeseshte për mua vecanërisht gjatë kohës së provimeve dhe babi im i cili vazhdimisht më përkrahte dhe më ndihmonte dhe ishte ai që më motivoi që sa më shpejt të përfudnoj këtë temë.

Në fund dua të falënderoj bashkëshortin tim Nebiun, për mbështetjen dhe durimin e treguar gjatë gjithë kohës së perpilimit të këtij punimi.

Shkup, 30/01/2020

ABSTRAKT

Në këtë kohë, ne jemi dëshmitarë të rritjes së trendit të ndërmarrësisë sociale si nëndegë e ndërmarrësisë në përgjithësi, ku edhe po shohim shumë ndërmarrës të rinj nëpër aktivitete shoqërore krahasuar me ato vetëm përfitime ekonomike.

Ndërmarrjet e reja sociale mund të përimsojnë në mënyrë të drejtpërdrejtë çfardo sfide shoqërore, qoftë atë të diskriminimit racor, seksual apo gjinor. Ndërmarrjet sociale tanimë njihen si një ndër format më eficiente kontribuese në zhvillimin ekonomik dhe social të një shoqërie.

Ndërmarrësia sociale çdo ditë e më shumë po e rrit kontributin e saj në shoqëri duke adaptuar modelet e biznesit, për të ofruar zgjidhje të reja dhe kreative për çështjet komplekse sociale. Me gjithë rritjen e interesimit dhe impaktit të ndërmarrësisë sociale, mjaft pak hulumtime janë bërë në lidhje me të. Ndërmarrësia sociale si koncept është dobët e përfaqësuar në Republikën e Maqedonisë së Veriut. Në fakt, ende nuk ekziston një kornizë ligjore për një ndërmarrje sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut, dhe në praktikë nuk ka ndërmarrje shoqërore në kuptimin e vërtetë të fjalës. Republika e Maqedonisë së Veriut nga viti 2014 e deri më tani ka disa tentime për krijimin e kornizës ligjore për ndërmarrje sociale, por pa sukses ende është në fazën e propozim ligjit.

Sipas NESST raportit *“Ekosistemet e ndërmarrësisë sociale në Kroaci dhe Ballkanin Perëndimor”* nga viti 2017, ndërmarrësia sociale në Maqedoninë e Veriut ende është në zhvillim dhe sektori është përbërë nga rreth 40 deri 70 ndërmarrje sociale, në pjesën më të madhe shoqata të vogla me më pak se dhjetë të punësuar dhe të ardhura vjetore nën 100.000 euro, të cilat kanë problem me qëndrueshmëri dhe varen nga përkrahja prej granteve dhe donacioneve. Pjesa më e madhe e ndërmarrjeve sociale janë regjistruar si shoqata të qytetarëve dhe të ardhurat prej aktiviteteve ekonomike lëvizin prej një deri në 22 për qind të të ardhurave të përgjithshme vjetore

Praktika e parë e ndërmarrësisë sociale në Maqedoninë e Veriut është vërejtur që në vitin 1900, kur kanë qenë funksionale shumë shoqata të shumta vullnetare, koperativa dhe forma të tjera të shoqërive autonome (Sivchev&Randelovic, 1966)

Gjatë këtij punimi do të mundohemi ti japim përgjigje rëndësisë që kanë ndërmarrësit social si në zhvillimin ekonomik të vendit ashtu edhe në disa aspekte tjera, do të tregojmë burimet më të shpeshta të financimit të ndërmarrjeve sociale, sa shoqëria jonë ka njohuri për ndërmarrësinë sociale dhe sa biznes sektori është i gatshëm të kontribon në financimin e po të njejtave.

Do intervistojmë një numër të ndërmarrësve social nga të cilat do të mësojmë se cilat janë burime e financimit, cila është rëndësia e projektit në të cilën ata veprojnë, sa janë ata të interesuar për një bashkëpunim me biznes sektorin. Do të anketojmë biznes sektorin se sa ato janë të gatshëm që të kontribojnë në financimin e këtyre ndërmarrjeve sociale, si dhe do të anketojmë njerëz të grup moshave të ndryshme se sa kanë njohuri me konceptin e ndërmarrësisë sociale.

I. HYRJE

Duke u bazuar në të dhënat e Komisioni Evropian që tregojnë se mbi 11 milionë njerëz ose rreth 6% nga të punësuarit në Bashkimin Evropian punojnë si ndërmarrje sociale. Ekonominë sociale në BE e përbëjnë dy milionë ndërmarrje, që paraqet më shumë se 10% nga të gjitha bizneset në BE.

Ndërmarrjet sociale sipas KE-së janë të rëndësishme pasi që mbi 160 milionë njerëz në Evropë janë pjesë e ekonomisë sociale dhe kontribuojnë për punësimin në BE, kohezionin social, zhvillimin rajonal dhe rural, mbrojtjen e mjedisit të jetesës, mbrojtjen e konsumatorëve, bujqësisë dhe sigurisë sociale.

Ndërmarrësia është bërë një fjalë në mode në politikat bashkëkohore dhe në debatin publik. Promovimi i ndërmarrësisë në formën e brofeve ndërmarrëse është aktivitet i mencur, të cilit është duke iu dhënë prioritet i lartë në të gjithë botën si në nivel transnacional, kombëtar, rajonal dhe local. Në Suedi masat për mbështetjen e ndërmarrësisë janë ndër më prioritetet në programet e Rritjes Rajonal.

Në Republikën e Maqedonisë së Veriut zhvillimi i ndërmarrjeve sociale është në fillim. Koncepti paraqitet pak në një pjesë të politikës publike, mirëpo njohja politike e sektorit është larg njohjes përkatëse, strategjike dhe vizionare. Qeveria, për herë të parë në programin e vet të punës (2017- 2020) e vendosi ndërmarrësinë sociale duke paraparë sjelljen e ligjit për ndërmarrësi sociale përmes së cilit do të lehtësohet qasja në tregun e punës për kategoritë e ndjeshme sociale të qytetarëve.

Shumë ndërmarrës në ditët e sotme kanë për qëllim të krijojnë vlerë të shtuar në shoqëri duke adresuar problem si ndotja e mjedisit, pabarazia gjinore dhe diskriminimet ndaj minoriteteve. Kjo më së miri mund të bëhet duke përdorur inovacionet sociale si mjet kryesor për qëllime të tilla.

Bizneset, gjithnjë e më shumë sot po sjellin një ndryshim pozitiv në modelin e tyre organizativ që të jenë në gjendje të japin një kontribut të rëndësishëm për komunitetin. Kjo pra është arsyeja, pse ne shohim shumë individë të profilit të lartë të marrin rolin e ndërmarrësve

socialë dhe vijnë me ide e strategji kreative për të ndihmuar shoqërinë, koncept i njohur si ndërmarrësia sociale. Përdërisa nuk ka përkufizim specifik të këtij termi, ai në thelb i referohet aplikimit të strategjive tregtare, vetëm për qëllim të një impakti social ose mjedisor. Fitimi financiar nuk është objektivi kryesor i bizneseve të tilla, meqë synimet e tyre shoqërore zëvendësojnë dëshirën për të arritur fitim. Por kjo definitivisht nuk do të thotë që të gjitha bizneset sociale janë jofitimprurëse. Sipas një hulumtimi të The Great Social Enterprise Census, ndërmarrjet sociale që përfshijnë ata me një mission social ose mjedisor, gjeneruan 300 milion dollar të ardhura në Amerikë.

Ndërmarrësia sociale, në kuptimin e gjerë mund të përkufizohet si aktivitet inovativ me një objektiv social në sektorin fitimprurës, të tilla si ndërmarrjet sociale; sektorin jo-fitimprurës; sektorin publik; apo në të gjithë sektorët në formë të organizatave hibride, që kombinojnë qasjet fitimprurëse dhe jo-fitimprurëse. Ndërsa, në kuptimin e ngushtë, përkufizohet si aplikim i ekspertizës biznesore dhe shkathtësive të marketingut në sektorin fitimprurës, jo-fitimprurës apo sektorin publik, në raste kur këto organizata zhvillojnë qasje më inovative në aktivitetet e biznesit. Të gjitha përkufizimet rreth ndërmarrjes sociale kanë të përbashkët atë se objektivi i saj kryesor është krijimi i vlerave sociale dhe jo i pasurisë personale apo të palëve të interesuara (stakeholders).

1.1 Përkufizimi i problemit

Ndërmarrësia sociale në Maqedoninë e Veriut nuk është edhe mjaft e zhvilluar dhe shumë pak shoqëria jonë ka njohuri rreth konceptit të ndërmarrësisë sociale.

Përvoja ime që kam pasur me disa organizata joqeveritare dhe që kemi pasur edhe bashkëpunime me disa ndërmarrje sociale më ka inkurajuar që të kycem më shumë rreth kësaj çështje dhe të bëjë disa hulumtime. Problemi që më së shumti ballafaqoheshin këto ndërmarrje ishte pjesa financiare, pikërisht pjesa ku edhe është hapi i parë për të hapur një ndërmarrje të tillë.

Individët që miren me ndërmarrje sociale janë persona me karakter social ku qëllimi i tyre është tu ndihmojë njerëzve që kanë nevojë, personave që ballafaqohen me probleme të ndryshme sociale.

Dua të potencoj edhe faktin se kam ndëgjuar shumë biznese që dëshirojnë të ndihmojnë ndërmarrjet e tilla, andaj desha të bëjë një lidhshmëri dhe të shoh se sa bizneset do të ndihmojnë ndërmarrjet sociale, dhe sa ndërmarrjet sociale financohen nga bizneset private.

Në bazë të këtij hulumtimi do marim përgjigje të ndryshme si nga ana e bizneseve ashtu edhe nga ana e ndërmarrjeve sociale. Do të kuptojmë se cilat projekte më së shumti pranojnë që ti financojnë bizneset private, problemet që ballafaqohen ndërmarrjet sociale gjatë financimit të tyre si dhe mangësitë e tyre.

1.2 Qëllimet e hulumtimit dhe pyetjet kërkimore

1.2.1 Qëllimet e hulumtimit

Rëndësia praktike dhe teorike e tezës në fjalë është që të shpjegoj rëndësinë që kanë ndërmarrjet sociale në ekonominë e vendit, financimin e ndërmarrjeve sociale dhe gadishmërinë e bashkëpunimit mes ndërmarrjeve sociale dhe biznes sektorit privat.

Qëllimi i hulumtimit është që të:

- Tregohet rëndësia e ndërmarrjeve sociale në ekonominë e vendit
- Analizohen burimet e financimit të ndërmarrjeve sociale
- Analizohen problemet e financimit në ndërmarrësitë sociale, si dhe mundësia e bashkëpunimit mes tyre dhe sektorit të biznesit privat.

Gjatë këtij punimi do të mundohet të tregohet për rëndësinë që kanë ndërmarrjet sociale, financimin e tyre si mundësinë për një bashkëpunim ndërmjet biznes sektorit privat dhe ndërmarrjeve sociale.

1.2.2 Pyetjet kërkimore

Pyetjet kërkimore të cilat do të përgjigjen në funksion të këtij studimi janë:

1. Kush janë burimet e financimit të aktiviteteve të një ndërmarrje sociale?
2. Cilat janë problemet që ballafaqohen gjatë financimit të tyre?
3. Cila është rëndësia e ndërmarrësisë sociale?
4. Sa është i gatshëm sektori i biznesit të bashkëpunon me ndërmarrjet sociale ?
5. Sa shoqëria jonë ka njohuri për termin ndërmarrësi sociale?

Pastaj do të bëhet analiza e kushteve momentale në të cilat veprojnë ndërmarrësit sociale në Maqedoninë e Veriut, do të tregohen përparësit dhe mangësit e ndërmarrjeve sociale, si dhe sfidat me të cilat përballen gjatë veprimtarisë së tyre.

Në funksion të trajtimit të pyetjeve hulumtuese do të shtjellohen hipotezat në vijim:

Hipoteza 1

H1- Ndërmarrësia sociale nuk është koncept mjaft i njohur në shoqërinë tonë

Hipoteza 2

H2- Sektori i biznesit është i gatshëm për financimin e aktiviteteve të ndërmarrësisë sociale

Hipoteza 3

H3- Ndërmarrjet sociale më së shumti financohen nëpërmjet donacioneve

1.3. Metodologjia e hulumtimit

Ky hulumtim është bazuar në metodologjinë e mbledhjes së të dhënave përmes metodave kualitative dhe kuantitative. Në aspektin kualitativ është zbatuar duke përdorur burimet dytësore si hulumtimet e ngjashme, librat e botuar, artikuj të ndryshëm, të dhëna nga interneti etj. Në

aspektin kuantitativ është përdorur grumbullimi i të dhënave përmes tre pyetësoreve të strukturuar, i cili u është shpërndarë respondentëve personalisht. Pyetësi i parë ishte i dedikuar për ndërmarrjet sociale ku ishte i ndarë në 4 kategori. Kategoria e parë përfshin informacione të përgjithshme si: mosha, gjinia etj, kategoria e dytë përbëhet nga pyetje lidhur me aktivitetet e ndërmarrjes sociale, rëndësinë e projekteve, kategoria e tretë ka të bëjë me financimin e aktiviteteve të ndërmarrjes sociale dhe pyetjet e kategorisë së katërt kanë të bëjnë me rëndësinë e ndërmarrjes sociale.

Pyetësi i dytë është i dedikuar për bizneset i cili naqeshte në 3 pjesë. Pjesa e parë përfshin informacione të përgjithshme si: mosha, gjinia etj, pjesa e dytë përbëhet nga pyetjet që kanë të bëjnë me kompaninë në përgjithësi dhe pjesa e tretë përbëhet nga pyetjet që kanë të bëjnë me ndërmarrësinë sociale.

Pyetësi i tretë është i dedikuar për njerëzit, individë të grup moshave të ndryshme, me statute të ndryshme, i cili poashtu edhe ky pyetësorë ndaheshte në 3 pjesë. Pjesa e parë përfshin informacione të përgjithshme si: mosha, gjinia etj, pjesa e dytë ka të bëjë me atë se sa individët kanë njohuri për ndërmarrësinë sociale dhe pjesa e tretë përfshin pyetje që do të na ndihmojnë të kuptojmë se sa shoqëria jonë është e gatshme që të hapin një ndërmarrje sociale.

Gjithashtu për të plotësuar mangësitë e pyetësit është përdorur edhe intervista joformale me pronarët e ndërmarrjeve sociale dhe me pronarët e bizneseve.

Të dhënat janë analizuar përmes Programi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), program i cili mundëson analizimin dhe nxjerrjen e rezultateve statistikore, për të gjitha fushat e hulumtimit.

Gjatë analizave deskriptive është përdorur metoda Analyse – Descriptive Statistics – Frequency, dhe janë paraqitur grafikët për variablat kryesore të pyetësit dhe është bërë përshkrimi i rezultateve për secilën prej tyre.

1.4 Përmbajtja e punimit

Ky hulumtim shtjellohet në pesë kapituj, siç ilustron në figurën e mëposhtme.

- Në kapitullin e parë (**hyrje**) do të mundohemi të japim një definim të temës që është hulumtuar, shqyrtohet problemi në përgjithësi, qëllimet e hulumtimit, pyetjet kërkimore dhe hipotezat, metodologjia e përdorur gjatë hulumtimit shkencor për analizimin e ndërmarrësve socialë.
- Në kapitullin e dytë (**ndërmarrësia sociale- definimi i konceptit**) do të shqyrtojmë pjesën teorike, përkufizimet e ndryshme lidhur me ndërmarrësinë, ndërmarrësinë sociale dhe karakteristikat specifike të saj, dallimin ndërmjet ndërmarrësisë klasike dhe asaj sociale, rëndësin e tyre që luajnë një rol shumë të rëndësishëm në zhvillimin ekonomik të vendit, uljen e papunësis si dhe kontribojnë në rritjen e GDP-së. Do të përmendim llojet e ndërmarrësisë sociale si dhe procesin e tyre i cili kalon nëpër disa etapa.
- Në fillim të kapitullit të tretë (**financimi i ndërmarrësisë sociale**) do të analizojmë burimet e financimit të ndërmarrësisë klasike si dhe të ndërmarrësisë sociale.
- Kapitulli i katërt (**metodologjia e hulumtimit**) diskuton metodat e aplikuara, mënyrën se si janë grumbulluar dhe analizuar të dhënat. Diskutohen pjesmarrësit dhe mostra, si dhe metodat e përdorura për analizimin dhe vërtetimin e hipotezave. Do të bëhet përshkrimi i disa ndërmarrjeve sociale të cilët kanë marrë pjesë në plotësimin e pyetësorit.
- Në kapitullin e pestë të kësaj teze (**prezantimi dhe analiza e të dhënave të grumbulluara**) do të bëhet prezantimi i të dhënave në të cilat i kemi fituar gjatë intervistimeve dhe anketimeve.

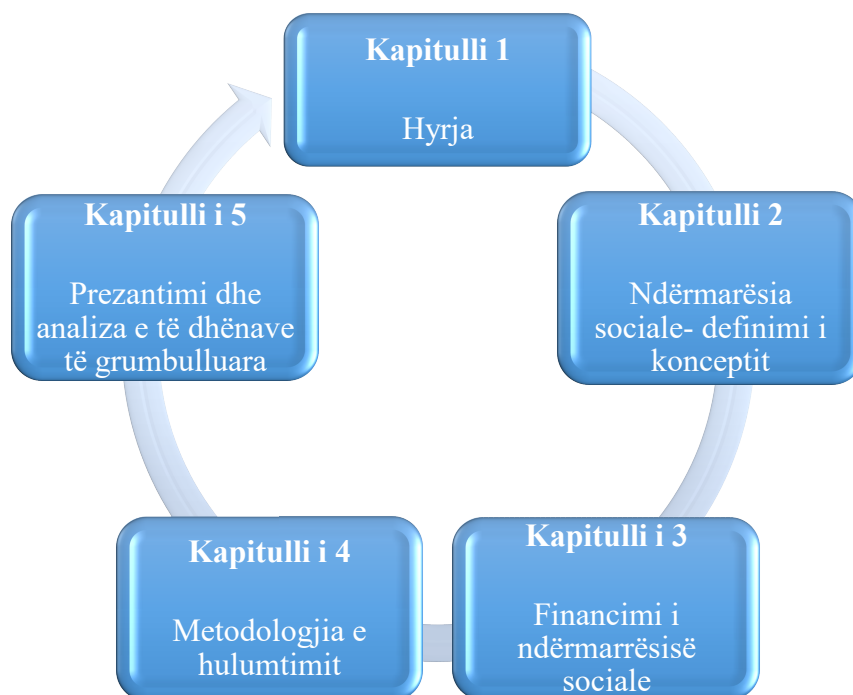


Figura 1: Përmbajtja e temës

II. NDËRMARRËSIA SOCIALE: DEFINIMI I KONCEPTIT

2.1 Definimi i ndërmarrësisë

Koncepti i ndërmarrësisë është duke u përdorur gjithnjë e më shumë në një numër fushash jashtë konceptit të saj bazë të themelimit të bizneseve të reja (Westlund, 2010).

Ndërmarrësit janë themelet kryesore për ekonominë botërore. Ata janë të vetmit që dizajnojnë gjendjen financiare të botës dhe të banorëve të saj. Inovacioni është një tjetër gjë e madhe dhe e dobishme si produkt i ndërmarrësisë së suksesshme. Ndërmarrësit janë krijues të mëdhenj të mundësive të punësimit. Ata sigurisht luajnë një rol të konsiderueshëm në formësimin e ekonomisë botërore. Ka shumë ndërmarrës të suksesshëm, të vegjël dhe të mëdhenj, nga vende të ndryshme të shpërndarë nëpër botë.

Mund të themi se pothuajse çdo ditë me miliona njerëz, gjithkund nëpër botë hapin bizneset e tyre, me çka sigurojnë ekzistencë për vete dhe familjet e tyre, hapin vende të reja

pune, krijojnë inovacione dhe në mënyrë aktive marrin pjesë në zhvillimin e përgjithshëm ekonomik të vendeve të tyre. (Fiti&Ramadani, 2013)

Fjala ndërmarrësi rrjedh nga fjala “**Entrepreneur**”, është fjalë e huazuar nga gjuha frënge që do të thotë ndërmerr diçka, fillo të bësh diçka. Në shekullin XXII, fjala ndërmarrës është përdorur në shkrimet franceze dhe e ka përshkruar ndërmarrësin si të fortë dhe të gatshëm për të rrezikuar jetën dhe pasurinë e tij.

Në shekullin XV, fjala ndërmarrësi hyri në fjalorin francez dhe përshkruante një person aktiv që kryen punë. Përpyekjet e para për të shpjeguar termin ndërmarrësi në kuptimin ekonomik erdhën në shekullin XVIII, ku ndërmarrësi llogaritet si individ që blen punën dhe materialet me një çmim të pasigurt, por e shet produktin përfundimtar me një çmim të caktuar. Ky koncept ishte rishikuar nga *Richard Cantillon*, në punimin e tij të botuar në *Essai Sur la Natyra du Commerce a General* në vitin 1755, ku thuhet se ndërmarrësi është një person që paguan një çmim të caktuar për një produkt për ta rishitur atë me një çmim të pasigurt, duke marrë në këtë mënyrë vendime për sigurimin dhe përdorimin e burimeve e për pasojë duke pranuar edhe rrezikun e sipërmarrjes.

Në shekullin XX, gjatë viteve 30', ndërmarrësia është studiuar nga Joseph Alois Schumpeter, ekonomist amerikan. Sipas Schumpeter “Ndërmarrësi është i gatshëm dhe i aftë të shndërrojë një ide apo proces në një inovacion të suksesshëm”. Schumpeter ndërmarrësinë e konsideron si një “grykë të shkatërrimit krijues” që zëvendëson pjesërisht ose tërësisht ofertat inferiore në tregje dhe industri duke krijuar njëkohësisht produkte dhe modele të reja biznesi. Schumpeter besonte se ambienti nuk është asnjëherë përsosshmërisht i ekuilibruar dhe vazhdimisht ndryshon duke siguruar informata të reja rreth shpërndarjes optimale të burimeve për të rritur rentabilitetin. Disa individë kanë aftësinë të kapin informacionin e ri para të tjerëve dhe të rikombinojnë burimet e tyre për të arritur një fitim ndërmarrës.

Dicka të ngjashëm ka dhënë edhe Kirzner, i cili thotë se ndërmarrësit bëjnë ekuilibrimin e ekonomisë duke i përmirësuar jobalancimet ekzistuese. (Kirzner, 1973)

Një përkufizim tjetër që është i përafërt me përkufizimin francez të shekullit XII është përkufizimi që ndërmarrësinë e përshkruan si një person i cili është i gatshëm të rrezikojë paratë e tij ose të saj në një biznes të ri (Zander, 2007).

Ndërmarrësit janë njerëz që veprojnë në mënyrë të pavarur ose si pjesë e një sistemi të korporatave për të krijuar diçka të reja ose për të nxitur rinovimin ose inovacionin brenda një kompanie ekzistuese (Sharma&Chrisman, 1999)

Disa definicione rreth ndërmarrësisë nga autorë të ndryshëm:

- Ndërmarrësia është një aktivitet ekonomik në kushte të pasigurisë (Richard Cantillon)
- Ndërmarrësia është krijimi i një ndërmarrje të re (Low&MacMillan, 1988)
- Ndërmarrësia është një akt i inovacionit që përfshin dhënien e burimeve ekzistuese me kapacitete të reja për prodhimin e pasurive (Drucker, 1985)
- Ndërmarrësia është krijimi i një biznesi të ri, biznesi të ri do të thotë që ato nuk kopjojnë saktësisht bizneset ekzistuese por kanë një inovacion brenda vetes (Rumelt, 1987)
- Sipas Albert Shapero ndërmarrësi merr iniciativën, pranon rrezikun e dështimit dhe ka një lokus të brendshëm të kontrollit (vetëkontroll) të zhvilluar (Shapero, 1975)

Nga të gjithë definicionet që u përmendën më lartë mund të themi që ndërmarrësia është një resurs i rrallë si koncept i të menduarit, si agjent i ndryshimeve. Ndërmarrësia përpaket që gjërat ti organizojë ndryshe nga të tjeret, të krijojë diçka të re pra të zhvillojë një “destruksion kreativ”.

Ndërmarrësi është lider, iniciator, kreativ, miratues i vendimeve strategjike, kureshtar për të bërë gjëra të reja dhe kombinon të gjitha asetet që i ka në dispozitim duke përvetësuar proceset e reja teknologjike si dhe i vëren dhe akcepton ndryshimet të cilat mund të bartin rrezik dhe pasiguri. Këtu mund të bashkëgjitemi definicionit që e ka thënë një profesor nga Harvardi – Jef Timmons ku thotë që ndërmarrësi duhet të ketë **“mendje helikopteri”**

Sa i përket efekteve të ndërmarrësisë, pjesa më e madhe e literaturës merret me firmat, krijimin dhe performancën e tyre, ndërsa vetëm një pjesë e vogël analizon efektet rajonale apo lokale të ndërmarrësisë (Carree & Thurik, 2003).

Disa studime kanë treguar se ndërmarrësia me rritje të lartë ka tendencë të jetë më shumë e koncentruar në qytete, sesa në zonat rurale (ACS&Armington, 2006). Ndërmarrësit ruralë mund të krijojnë më pak vende pune sesa kompanitë e mëdha, por këto vende pune kanë më shumë gjasa të jenë të përshtatura me shkathtësitë në dispozicion në komunitetin lokal.

Në fakt, ndërmarrësia me rritje të lartë në krijimin e vendeve të punës, jo vetëm që ka tendencë të jetë e përqendruar në një hapësirë të caktuar (ACS&Mueller, 2008), por ka tendencë të ndodhë vetëm në mesin e një numri të vogël të firmave që krijojnë një numër disproporcional të vendeve të reja të punës (Henrekson&Johansson, 2010).

Ndërmarrësia dhe ndërmarrësi mund të trajtohen nga këndvështrime të ndryshme, dhe për secilin prej tyre ato perceptohen ndryshe, varesisht veprimtarisë në të cilën ato e kryejnë. Për shembull, “për ekonomistin ndërmarrësi është individ, i cili kombinon resurset dhe rrit vlerën e tyre, si dhe sjell inovacione, ndryshime dhe rend të ri; për psikologun, ndërmarrësi është i frymëzuar nga shumë motive për të realizuar diçka, të eksperimentojë, të plotësohet, ose thjeshtë të krijojë autoritet para të tjerëve; politikani i keq ndërmarrësinë e sheh si individ që vështirë mund të kontrollohet, ndërsa politikani i mirë e sheh atë si individ që gjen mënyra efektive për realizimin e punëve; për një grup afaristësh, ndërmarrësi paraqet pengesë, konkurrent agresiv, ndërsa për disa tjerë, ai paraqet partner, burim i ofertave të ndryshme, klient dhe investitor i mirë”. (Daft & Marcic, 2001)

Thelbi i ndërmarrësisë është inovacioni (Lumpkin&Dess, 1996).

Procesi i ndërmarrësisë përfshin në vete të gjitha aktivitetet dhe veprimet, të cilat i ndërmerr një individ apo organizatë për ti identifikuar dhe shfrytëzuar mundësit e ofruara në treg(Ramadani&Fiti, 2013). Një ndërmarrës duhet që fillimisht të gjejë, vlerësojë dhe zhvillojë një mundësi dhe pastaj të kapërcejë forcat që i rezistojnë krijimit të një diçkaje të re. Procesi ndërmarrës kalon nëpër katër faza:



Këto faza rrjedhin në mënyrë progresive, që don të thotë se asnjëra fazë nuk zhvillohet në mënyrë të izoluar apo tërësisht të jetë e përfunduar, para se të fillojnë fazat tjera. Për shembull, për të identifikuar dhe vlerësuar me sukses një mundësi, ndërmarrësi duhet fillimisht të ketë parasysh burimet e nevojshme, sidomos ato financiare, apo cilin lloj të ndërmarrjes ka për qëllim ta krijojë. Karakteristikat e këtyre fazave janë prezantuar në Tabelën 1.(Ramadani&Hisrich, 2015)

Identifikimi dhe vlerësimi i mundësisë	Krijimi i planit të biznesit	Sigurimi i burimeve të nevojshme	Menaxhimi i ndërmarrjes së krijuar
•Vlerësimi i mundësisë •Krijimi dhe gjatësia e mundësisë •Vlera reale dhe e perceptuar e mundësisë •Rreziku dhe të ardhurat nga mundësia •Mundësia dhe aftësitë dhe qëllimet personale •Mjedisi konkurrues	•Kopertina •Tabela e përmbajtjes •Përmbledhja ekzekutive •Seksionet kryesore: •Përshkrimi i biznesit •Përshkrimi i industrisë •Plani i teknologjisë •Plani i marketingut •Plani i prodhimit •Plani organizacional •Plani operacional •Plani financiar •Shtojca	•Përcaktimi i resurseve të nevojshme •Përcaktimi i resurseve ekzistuese •Identifikimi i gepeve të resurseve dhe furnizuesve të mundshëm •Sigurimi i qasjes deri te resurset e nevojshme	•Zhvillimi i stilit të menaxhimit •Kuptimi i variablave kryesore për sukses •Identifikimi i problemeve ekzistuese dhe potenciale •Implementimi i sistemit të kontrollit •Zhvillimi i strategjisë për rritje

Tabela 1. Karakteristikat e fazave të procesit të ndërmarrësisë (Hisrich, 2014)

2.1.1 Koncepti i ndërmarrësisë sociale

Ndërmarrësia është fushë e rëndësishme dhe shumë e rëndësishme për tu hulumtuar (Shane&Venkataraman, 2000).

Ndërmarrësia sociale është një prej formave shumë të veçanta të ndërmarrjes (Henton et al, 1997).

Me problemet sociale dhe nevojat sociale që janë prezente ose në rritje gjatë njëqind viteve të fundit, është e lehtë për të gjetur një numër shembujsh të ndërmarrjeve sociale në pjesë të ndryshme të botës (Fayolle&Matlay, 2011).

Një biznes me qëllim social është një aktivitet biznesi i nisur nga një organizatë jofitimprurëse që zbaton zgjidhjen e problemeve në shoqëri dhe ka për qëllim avancimin e misionit të organizatës, gjenerimin e të ardhurave dhe adresimin e nevojave sociale. Gjatë pesë viteve të fundit, fusha e ndërmarrjeve sociale është rritur ndjeshëm. Ndërmarrjet sociale po kërkojnë metoda inovative për diversifikimin e të ardhurave të tyre dhe ndërtimin e organizatave më të qëndrueshme.

Supozohet se termi 'ndërmarrësi sociale' është shpikur nga **William Drayton** në vitin 1972, themeluesi i *Ashoka: Innovators for the Public*, njëra nga organizatat joprofitabile më të njohura në botë, e cila i adreson problemet sociale dhe kërkon ndërmarrës social në tërë globin. Në krijimin e një pasqyre rreth asaj se çfarë paraqet ndërmarrësia sociale duhet trajtuar disa terme, si: ndërmarrës social, probleme sociale, ndërmarrje sociale, dhe në fund të formulohet një definicion që do të përmbajë këto elemente në brendi të tij.

Ndërmarrësia sociale është një fushë e cila përshkruan qasje inovative si dhe i adreson problemet sociale. Gjatë dhjetë viteve të fundit, kjo fushë ka ngjallur interes të madh nëpër ligjeratat e administratës publike si dhe nëpër shkollat e bizneseve. Siç tha Paul Light, një profesor i administratës publike, 'Me sa duket ka shumë dëshmi se ekziston ndërmarrësia sociale, veçanërisht nëse e matim me numrin e konferencave që organizohen për ndërmarrësinë sociale, rasteve studimore dhe financuesve të cilët janë të interesuar në lidhje me ndërmarrësinë sociale' (Light, 2005)

Ndërmarrësit socialë përshkruhen vazhdimisht si "vizionarë", ku edhe një prej karakteristikave të ndërmarrësve socialë është se ata kanë një vizion të cilin e ndjekin pa u ndalur, derisa ai vizion të jetë miratuar dhe përmbushur (Hockerts, Mair & Robinson, 2010)

Ndërmarrësit social janë individë në organizatat jofitimprurëse që bëjnë ndryshime në shoqëri duke sjellë ndryshime në zgjedhjen e problemeve të çështjeve sociale (Alvord et al. 2004, Waddock & Post, 1991).

Sipas J. Gregory Dees, i cili njihet si një ndër kontribuuesit më të mëdhenj në zhvillimin e konceptit të ndërmarrësisë sociale, ndërmarrësit socialë luajnë rolin e agjentëve të ndryshimit në sektorin social, nëpërmjet:

- Miratimit të një misioni për të krijuar dhe mbështetur vlera sociale (jo vetëm vlera private),
- Njohjes dhe ndjekjes së vazhdueshme të mundësive të reja për të realizuar atë mision,
- Angazhimit në një proces të sjelljes së inovacioneve, përshtatjes, dhe të mësuarit të vazhdueshëm,
- Veprimit të guximshëm, pa u kufizuar nga resurset që aktualisht janë në dispozicion, dhe
- Llogaridhënies ndaj konstituentëve që i shërbyen dhe për rezultatet e arritura (Dees, 1998)

Sa i perket Wiliam Drayton, për ndërmarrësit social thotë se:

“... e fokusojnë talentin e tyre ndërmarrës për zgjedhjen e problemeve sociale – pse fëmijët nuk janë duke mësuar, pse njerëzit nuk kanë qasje në teknologjitë e reja në mënyrë të barabartë, pse ndotja është në rritje, e kështu me radhë. Të dy llojet e ndërmarrësve (social dhe afarist) e nuhasin kur një pjesë e shoqërisë ka ngecur dhe ofrojnë mënyra se si ta lëvizin...dhe kështu vazhdojnë e vazhdojnë deri sa të kryhet puna...” (Drayton, 2002)

Me termin ‘probleme sociale’ nënkuptohen situatat apo rrethanat që rrezikojnë ose pengojnë mirëqenien e njerëzve në shoqëri.

Ndërmarrësit socialë janë njerëz që përpiqen të sjellin shoqërinë më shumë në ekuilibër. Ndërmarrësia sociale është një qasje që mund të jetë e efektshme nëse shkon drejt zgjidhjeve të një sërë problemesh sociale si zbutja e varfërisë, ndërtimi i burimeve të vetmjaftueshme të energjisë, sigurimin e kujdesit bazë shëndetësor dhe promovimin e të mirës së përbashkët. Kjo është arsyeja pse është e rëndësishme për ti mesuar gjeneratat e reja rreth ndërmarrësisë sociale.(Kickul &Lyons, 2012)

Shumica e përkufizimeve të ndërmarrësve social theksojnë karakterin inovativ (Alvord et al, 2004)

Ndërmarrjet sociale janë organizata që themelohen kryesisht për të plotësuar qëllime të karakterit social. Ato mund të jenë organizata joqeveritare, organizata joprofitabile, por edhe organizata profitabile, të cilat profitin e riinvestojnë për plotësimin e nevojave të ndryshme sociale.

Ndërmarrjet sociale janë ato ndërmarrje që kombinojnë ndërmarrësinë dhe qëllimet sociale dhe bëjnë përpjekje për të qenë financiarisht të qëndrueshme duke gjeneruar të hyra nga aktivitete afariste.

Ndërmarrësia sociale është një ndër konceptet më të reja të studimit në ndërmarrësi. Por, sipas shumë autorëve, edhe koncepti më i rëndë për t'u definuar.

“...po qe se pyesni 100 njerëz se çka është ndërmarrësia sociale, ju do të merrni 100 përgjigje të ndryshme, duke filluar nga dikush që kërkon t'i trajtojë problemet sociale në mënyrë inovative, deri te definicionet që përfshinë kompanitë profitabile dhe joprofitabile...” (Kaplan&Waren, 2013)

E shohim që në literaturë mund të hasen shumë definicione rreth ndërmarrësisë sociale. Në vazhdim permendim edhe disa prej tyre.

Ndërmarrësia sociale është proces nëpërmjet të cilet qytetarët ndërtojnë ose transformojnë institucionet që të avancojnë në zgjidhjen e problemeve sociale, si varfëria, sëmundjet, analfabetizmi, shkatërrimi i mjedisit, abuzimi i të drejtave të njeriut dhe korrupsioni, me qëllim që ta bëjë jetën më të mirë për shumë njerëz. (Bornstein&Davis,2010)

Ndërmarrësia sociale është aktivitet novator për të krijuar vlera sociale, që mund të vërehet brenda ose përreth organizatave jofitimprurëse dhe sektorit publik. (Austin et al, 2006)

Ndërmarrësia sociale është konstrukt multidimensional që përfshinë sjelljen virtuoze ndërmarrëse për të plotësuar misionin social. (Mort et al, 2006)

Vokacioni kryesor i ndërmarrësisë sociale, përveç krijimit të një ndërmarrjeje të re me qëllime sociale, është përmbushja e nevojave sociale, të cilat ende nuk janë trajtuar nga shteti apo sektori komercial. (Fayolle&Matlay, 2010)

Shumë shembuj të ndërmarrësisë sociale ndajnë të njëjtat objektiva të vërejtura nga Smallbone et al, sidomos për ndërmarrjet sociale:

- Të ofrojë mallra dhe shërbime të cilat tregu ose sektori publik nuk është i gatshëm ose nuk është në gjendje ti ofrojë.

- Të zhvillojnë aftësi.
- Të krijojnë punësime
- Të nxisin rrugët për integrimin e njerëzve që janë të përjashtuar nga shoqëria (Smalbone et al, 2001)

2.1.2 Dallimi ndërmjet ndërmarrësisë klasike dhe ndërmarrësisë sociale

Dallimi ndërmjet një ndërmarrje klasike dhe sociale vërehet që nga motivi personal, ku për një pronar biznesi motivi personal është maksimizimi i pasurisë personale ndërsa për një ndërmarrës social ky motiv lidhet me krijimin e vlerave sociale. Sa i përket aktiviteteve tek ndërmarrjet klasike aktiviteti është komercial ndërsa tek ndërmarrjet sociale joprofitabil pra është organizatë jofitimprurëse.

Ndërmarrjet klasike që nga momenti i krijimit ato krijojnë një hierarki tradicionale biznesi me ndërmarrësinë në rolin e liderit ndërsa tek ndërmarrjet sociale kemi hierarki jotradicionale ku të gjithë janë të barabartë dhe më tepër bazohet në barazi sesa në efikasitet.

Sa i përket strategjisë së ndërmarrësisë klasike është më tepër e fokusuar në konkurrencë dhe maksimizimin e kthimit të ndërmarrësit/ investitorëve, ndërsa ndërmarrësia sociale është krejtësisht ndryshe, ajo shmang konkurimin dhe më tepër është e fokusuar në krijimin dhe shpërndarjen e vlerave sociale.

Motivi personal	Ndërmarrësia sociale			Definimi dhe raporti me pjesëmarrësit
	Sektori/aktiviteti	Forma e krijuar organizative	Strategjia	
Maksimizimi i 'vlerave sociale'	Joprofitabil/publik	Hierarki jotradicionale e bazuar më shumë në barazi se sa në efikasitet	Shmang konkurrimin, e fokusuar në krijimin dhe shpërndarjen e vlerave sociale	Steikholderët janë definuar gjërësisht, grupe të mëdha

Tabela 2. Dallimet në mes ndërmarrësisë klasike (komerciale) dhe sociale

Ndërmarrësia klasike				
Motivi personal	Sektori/aktiviteti	Forma e krijuar organizative	Strategjia	Definimi dhe raporti me pjesëmarrësit
Maksimizimi i pasurisë personale	Komercial	Hierarki tradicionale biznesi me ndërmarrësin në rolin e liderit	E fokusuar në konkurrencë dhe maksimizim të kthimit të ndërmarrësit/investitorëve	Raportet me investitorët dhe konsumatorët konsiderohen kruciale

Tabela 3. Dallimet në mes ndërmarrësisë klasike (komerciale) dhe sociale

Burimi: Wickham, 2007, p.18

2.2 Rëndësia e ndërmarrjeve sociale në zhvillimin ekonomik të vendit

Termi ndërmarrje sociale është koncept i ri dhe ka për qëllim që të ndihmojë njerëzve të cilat kanë nevojë. Objektivat për ndërmarrjet sociale, si një mekanizëm nxitës për punësimin, na bën të ndërgjegjshëm për mbështetjen që mund të japin bizneset, donacione të ndryshme ndaj grupeve të marginalizuara, ato me aftësi të kufizuara, individë në zona të thella rurale, gra, vajza me probleme etj. Roli i ndërmarrjeve sociale në zhvillimin ekonomik-social është i madh.

Shumë ndërmarrje sociale kanë dhënë kontributin e tyre në punësimin e një sërë shtresat në nevojë, të marginalizuara apo edhe të rinjve, kontribut ky i cili është kthyer kah zhvillimi dhe stabiliteti.

Ndërmarrjet sociale kontribojnë për të mirën e vendit tonë, ato ndikojnë në uljen e papunësisë, zhvillimin ekonomik si dhe e gjithë kjo ndikon në rritjen e GDP-së vendit.

Ndërmarrjet sociale konsiderohen, forma të duhura në luftën kundër varfërisë, papunësisë dhe integrimin në tregun e punës të grupeve të disavantazuara. Në dallim nga shkalla e zhvillimit të ndërmarrësive sociale, ky koncept mbetet i panjohur për vendin tonë, në dallim të disa grupeve të ndryshme, përgjithësisht OJQ, që e aplikojnë. Por, fondet e investuara apo donacione filantropike kanë qenë të pakta për të mbuluar kërkesat në nevojë. Në mungesë të një politike dhe të një legjislacioni për ndërmarrjet sociale, statusi i këtyre organizatave

jofitimprurëse konsiderohet jo i përshtatshëm për gjenerimin e të ardhurave në këto aktivitete. Ndaj e rëndësishme mbetet kontributi financiar nga institucione publike përgjegjëse apo edhe donacionet e huaja të organizatave të mëdha botërore.

Ndërmarrjet sociale do t'i hapin rrugë zhvillimit dhe qasjes në ekonomi të grupeve të cënueshme.

Zhvillimi i ndërmarrjeve sociale ofron shumë mundësi punësimi, që mund të ndihmojnë në zvogëlimin e nivelit të papunësisë dhe në përballimin e sfidave demografike të këtyre popullatave, të cilat janë në rritje të shpejtë. Përveç kësaj, zhvillimi i ndërmarrësisë sociale mund të kontribuojë në përforcimin e konkurrueshmërisë duke nxitur njëkohësisht rritjen e të ardhurave globale dhe të ardhurave për frymë. Nga ana tjetër, ky proces kontribuon në zhvillimin rajonal dhe lokal, si edhe në kohezionin social, duke mundësuar zvogëlimin e pabarazive, sepse rritja e të ardhurave të një segmenti të gjerë të popullsisë do të përforcojë kërkesat për një qeverisje më të mirë. Këto zhvillime pozitive do të përmirësojnë mundësitë ekonomike dhe politike, duke transformuar projektimet demografike dekurajuese, të cilat thellojnë varfërinë dhe paqëndrueshmërinë, në forca që mund të shkaktojnë ndryshime pozitive. Për këtë arsye nuk është e tepruar të themi që ndërmarrësitë sociale kanë mundësi të ndikojnë pozitivisht në vektorët kryesorë të zhvillimit në tërë rajonin e Maqedonise së Veriut.

Ndërmarrësia sociale në Maqedoninë e Veriut gjithnjë e më shumë shihet si një model alternative dhe inovativ për promovimin e përfshirjes sociale, ri-socializimit, integritit të tregut të punës dhe punësimit për njerëzit nga grupet e cënueshme të qytetarëve.

Koncepti i ndërmarrjes sociale është një nga shtyllat kryesore në strategjinë e rritjes ekonomike dhe të zhvillimit të BE-së deri në vitin 2020 dhe me siguri do të vazhdojë të zbatohet, sepse përfitimet sociale janë të mëdha. Komisioni Evropian i Iniciativës për Biznesin në vitin 2012 promovoi sloganin *"Nuk ka rritje ekonomike dhe krijimin e vendeve të punës pa ndërmarrje sociale"*.

2.3 Karakteristikat e ndërmarrjeve sociale

Ndërmarrësia sociale është një formë e veçantë sipërmarrëse në të cilën integrohen qëllimet ekonomike dhe sociale, është një model inovativ për zgjidhjen e sfidave sociale dhe mjedisore dhe për rritjen e rritjes gjithëpërfshirëse.

Ndërmarrësia sociale përcaktohet gjithashtu si zbatimi i vazhdueshëm i aktiviteteve ekonomike në kushte të caktuara të punës dhe punësimit të grupeve kryesisht të manganizuara të personave. Qëllimi kryesor i ndërmarrësisë sociale është forcimi i kohezionit social dhe solidaritetit, si dhe forcimi i kapaciteteve për inovacion në sektorë të ndryshëm ekonomikë dhe fusha të dobishme shoqërore. Qëllimi është të krijojë vlerë sociale në të cilën komuniteti do të përfitojë nga aktivitetet sipërmarrëse. Ndërmarrja sociale është një model i ri i biznesit me një qëllim social që ende nuk është trajtuar (mjaftueshëm) në ekonominë e vendit tonë, por praktikohet në mbarë botën.

Karakteristikat primare të ndërmarrësisë sociale janë:

- përfaqëson një shumëllojshmëri të aktiviteteve dhe proceseve
- dëshiron të krijojë dhe mbështesë vlerën shoqërore
- inkurajon qasje më shumë sipërmarrëse për përdorim social
- tregon shkallë të ndryshme të inovacionit dhe ndryshimit
- është i kufizuar nga mjedisi i jashtëm.

Karakteristikat sekondare të ndërmarrësisë sociale janë:

- mund të përfitojë nga mundësitë e reja
- mund të përdorë koncepte, parime, modele dhe mjete të biznesit
- mund të kufizohet nga të afërmit
- mund të zgjidhë dështimet e tregut social
- mund të investojë profesionin në veprimtarinë e vetë sipërmarrjes dhe jo t'ia kthejë atë investitorëve
- mund të marrë një shumëllojshmëri të formave ligjore
- mund të arrihet duke krijuar një biznes të ri.

Sipas Pearce, ndërmarrjet sociale kanë këto karakteristika:

- si qëllime primare i kanë ato të karakterit social të përfitojnë njerëzit dhe planeti;

- qëllimet sociale i realizojnë nëpërmjet angazhimit në biznes;
- profitin nuk e distribuojnë në individë/pronarë, por e riinvestojnë në ndërmarrje apo në ndonjë aktivitet të natyrës sociale;
- individët që qeverisin me ndërmarrjen zgjidhen në mënyrë demokratike;
- llogaridhënës ndaj konstituentëve dhe komunitetit më të gjerë;
- janë të pavarura nga influencimi dhe kontrolli i jashtëm – nga qeveria dhe pronarët e kapitalit. (Pearce, 2003)

Të gjitha ndërmarrjet sociale kanë përcaktuar objektiva sociale ose mjedisore. Shumë biznese do ta konsideronin veten të kenë objektiva sociale, por ndërmarrjet sociale dallojnë nga bizneset, sepse qëllimi i tyre social ose mjedisor është thelbësor për atë që bëjnë ata. Ndërmarrjet sociale gjithashtu karakterizohen shpesh nga strukturat e tyre e pronësisë; ato mund të jenë në pronësi të punonjësve të tyre, konsumatorëve dhe përdoruesve, të besuarve, organeve publike, komunitetit më të gjerë ose një kombinimi të grupeve të ndryshme.

2.4 Llojet e ndërmarrjeve sociale

Në literaturë mund të hasen disa lloje të ndërmarrësisë sociale. Ne do ti numerojme ato të cilët janë më të shpeshta: (Smith&Stevens, 2010)



1. **Ndërmarrësia brikolazhë**, si një prej llojeve të ndërmarrësisë sociale më tepër fokusohet në brengat lokale, ku si burim i idesë janë kryesisht problemet e dorës së parë të shoqërisë lokale. Ky lloj i ndërmarrësisë shpesh si motiv përzgjedh një problem lokal, me të cilin

ballafaqohet vetëm një komunitet lokal. Problemet në përgjithësi kanë të bëjnë me rajone të varfra, të cilat ballafaqohen me probleme esenciale, si për shembull, ujrat e zeza, të cilat grumbullohen për çdo vit në vendet ku ata banojnë, dhe të cilat mund të shkaktojnë sëmundje të ndryshme për shoqërinë. Shembuj të ndërmarrësisë brikolazhë ka shumë. Do të veçojmë rastin e një ndërmarrësi social, Oswaldo Tello, i cili e shfrytëzoi mundësinë për mikrofinancim për të trajnuar popullatën si t'i shfrytëzojnë mikrokreditë për shfrytëzim të përparësive gjeografike.

2. Konstruksioni social. Ky lloj i ndërmarrësisë sociale mundohet t'i identifikojë boshllëqet në tregun e ekonomive të vendeve të ndryshme dhe përpiket t'i plotësojë ato. Dallimi kryesor në mes ndërmarrësisë sociale brikolazhë dhe konstrukcionit social është se ky lloj i ndërmarrësisë është më i gjërë pra jo vetëm lokal siç ishte me ndërmarrësinë e brikolazhë. Por, që të dyja kanë për qëllimin e njëjtë pra, gjetjen e zgjidhjeve më të mira, për të mirën e popullatës. Konstruksioni social identifikon mundësitë sociale të ekonomisë vendore duke qenë më vigjilent se të tjerat në krijimin e mundësive të reja.

3. Inxhinieria sociale, lidhet me ndërmarrësinë në formën origjinale, që Joseph Alois Schumpeter e ka cekur në vitin 1942 dhe dallon nga dy llojet që i cekëm më lartë. Inxhinieria sociale fokusohet në shkatërrimin dhe rindërtimin e ekonomive nën intencën e arritjes së qëllimeve të gjëra sociale. Koncepti i Schumpeter-it kërkon nga ndërmarrjet sociale të zbatojnë zgjidhje sociale për gjithcka që sot ofrohet në treg nga institucionet ekzistuese. Kjo formë e ndërmarrësisë sociale duhet të realizohet kryesisht me një kërkim për legjitimitet, në një shkallë të gjerë të fushëveprimit të ndërmarrjeve sociale. Si shembull mund të merret Muhamed Junus, fitues i Çmimit Nobël në vitin 2006, i cili i shqetësuar për nivelin e varfërisë që kishte kapluar Bangladeshin e tij të lindjes, nuk trajtoi problemin vetëm në një nivel të komunitetit ku ai jetonte, por në vend të kësaj u përqendrua në ndryshimet sistematike në nivel global. Ai gjithashtu luftoi çështjet, si paragjykimi kundër grave në sistemin e kreditimit, korrupsionin brenda sistemit të kreditimit dhe nepotizmit. Kjo formë e ndërmarrësisë sociale gjithsesi se na mëson se ekzistojnë shumë mundësi për inovacione sociale për të gjetur zgjidhje për shumë probleme, me të cilat ballafaqohet shoqëria.

2.5 Procesi i ndërmarrësisë sociale

Procesi i ndërmarrësisë po thuhet se është i ngjajshëm nga ai i ndërmarrjes klasike me disa përjashtime të vogla sociale.

Ky proces njëjtë sikur ndërmarrësia klasike fillon me *identifikimin e mundësive*, ku dallimi i vetëm është se këtu mundësia ka të bëjë me krijimin e vlerave sociale e jo krijimin e pasurisë. Ndërmarrësit social shohin mundësi atje ku të tjerët shohin rrezik ose tragjedi, për shembull, në një vend ku të gjithë shohin një zonë të rrënuar industriale, ata shohin hapësirë për të ndërtuar një park për fëmijë, ose një strehimore për njerëzit pa kulm mbi kokë. Ata mundohen që cdo mundësi që u vjen në dorë ta shfrytëzojnë duke krijuar dicka të re që do të jetë kah ndihmesa e njerëzve në nevojë. Mundësia çon në *zhvillimin e konceptit të ndërmarrjes*. Për shembull, nëse mundësia ka të bëjë ofrimin e ndihmesës se njerëzve pa shtëpi dhe të varfër, atëherë mund të ndërtohet një strehimore ose mensë për të varfrit. Krijimi i ndërmarrjes sociale shihet si mundësi për realizimin e shpërblimit social, i cili në ndërmarrësinë sociale edhe nuk është shumë i qartë. Në ndërmarrësinë ‘komerciale’, ai dihet, rritja e profitit ose zgjerimi i pjesëmarrjes në treg. Më tej vazhdohet me *mobilizimin e resurseve* të nevojshme. Tre lloje resursesh janë esenciale për ndërmarrësinë sociale. I pari është resursi financiar, që sigurohet nga shitjet, filantropia dhe shteti (këto dy të fundit janë mëse të rëndësishme në fazën e parë të themelimit të ndërmarrjes sociale. Resursi i dytë ka të bëjë me vullnetarët, stafi i nevojshëm për t’i realizuar punët më të thjeshta. I treti është kapitali njerëzor, që disponon me dije, shkollim, eksperiencë dhe ekspertizë, që do të mundësojë që ndërmarrja sociale të jetë operative dhe kompetitive. Pasi të sigurohen resurset, shkohet më tej në *themelimin e ndërmarrjes sociale*, e cila do të ketë për detyrë t’i plotësojë nevojat sociale dhe t’i zgjidh problemet sociale. Në fund duhet menduar në *realizimin e qëllimeve* dhe çka më tej?! Ndërmarrja sociale, pas plotësimit të qëllimit mund të mbyllet, të kërkojë mundësi tjetër apo të integrohet në ndonjë aktivitet tjetër. Për shembull, nëse qëllimi ka qenë vaksinimi i fëmijëve kundër ndonjë sëmundje të caktuar në një vend të caktuar, atëherë pasi të realizohet ky qëllim, ndërmarrja sociale ka mundësi të mbyllet, të vazhdojë vaksinimin në një vend tjetër apo të luftojë një sëmundje të llojit tjetër, ose t’i bashkëngjitet ndonjë programi më të madh shëndetësor qeveritar. (Ramadani, 2018).

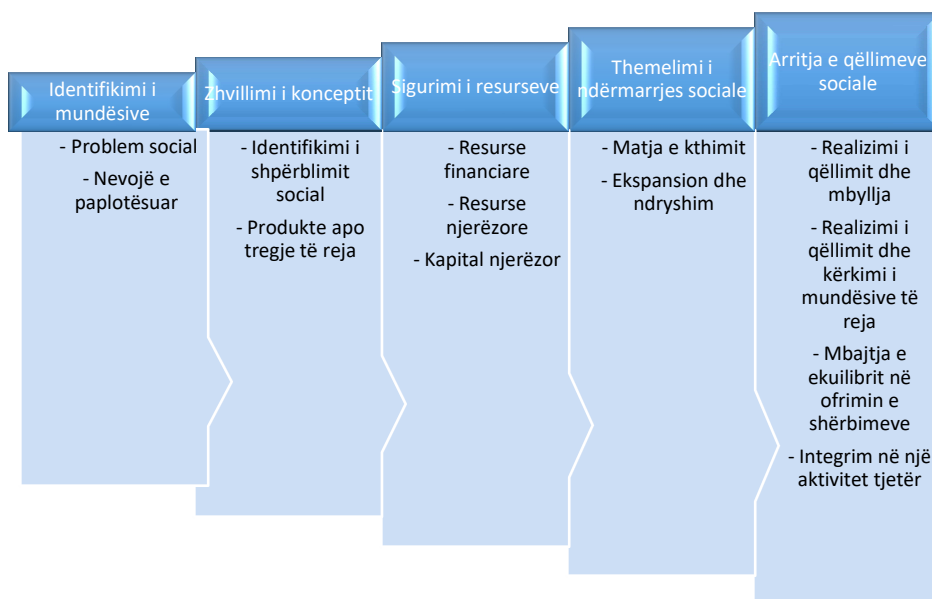


Tabela 4. Procesi i ndërmarrësisë sociale

2.6 Matja e vlerës sociale

Matja e ndikimit të një ndërmarrje sociale paraqet çështje mjaft të vështirë, ngase ajo ka qëllime të dyfishta (double-bottom line). Një ndërmarrje sociale duhet të maksimizojë ndikimin e misionit të saj social, në kuadër të mjeteve financiare në dispozicion. Për suksesin e një ndërmarrje sociale është shumë e rëndësishme që ajo të jetë sa më e saktë e mundur në matjen e vlerës së saj sociale, efikasitetin dhe shëndetin organizativ, efektivitetin e përgjithshëm dhe menaxhimin financiar. (Ramadani&Hisrich, 2015)

Pjesa më e rëndësishme për çdo ndërmarrje sociale është llogaridhënia. Për ta bërë këtë, ndërmarrja sociale duhet të mat, të paktën në bazë vjetore, rezultatet ose ndikimet e përpjekjeve të saja. Matjet japin informacion për klientët, donatorët dhe publikun e gjerë në lidhje me performancën dhe efektivitetin e ndërmarrjes sociale. Këtë mund ta bëjnë nëpërmjet:

- krahasimit të performancës së ndërmarrjes sociale me ndërmarrjen kryesore sociale që vepron në të njëjtën zonë;
- krahasimit të performancës aktuale të ndërmarrjes sociale me performancën e saj në vitet e mëparshme;

- tregimit të shkallës, në të cilën ndërmarrja sociale i ka arritur objektivat dhe piketat e vendosura në planin e saj të biznesit.

Një masë tjetër e rëndësishme është vlera e qëllimit social, vlera që ndërmarrja sociale krijon në shoqëri. Ajo mund të matet nëpërmjet ruajtjes së shoqërisë prej shpenzimeve të caktuara apo nëpërmjet të hyrave të gjeneruara nga ndikimi pozitiv në jetën e individit. Respektivisht, punësimi i një individi të caktuar, në njërën anë ul shpenzimet e entit social, ndërsa në anën tjetër ndikohet pozitivisht buxheti i shtetit nga taksat dhe kontributet e paguara si rezultat i këtij punësimi.

Treguesit në vazhdim, poashtu mund të merren në konsideratë:

$$\text{shpenzimet administrative} = \frac{\text{shpenzimet totale administrative}}{\text{shpenzimet e përgjithshme}}$$

$$\text{fitimi operativ} = \frac{\text{të hyrat e përgjithshme} - \text{shpenzimet e përgjithshme}}{\text{të hyrat e përgjithshme}}$$

$$\text{Norma e kthimit nga investimi (ROI)} = \frac{\text{neto-fitimi}}{\text{investimi}}$$

$$\text{indeksi i kthimit të ndërmarrjes} = \frac{\text{vlera e ndërmarrjes}}{\text{para të grumbulluara nga filantropia}}$$

$$\text{indeksi i kthimit i qëllimit social} = \frac{\text{vlera e qëllimit social}}{\text{para të grumbulluara nga filantropia}}$$

Secili prej këtyre treguesve jep informacion mbi efektivitetin, efikasitetin, ndikimin dhe kthimin social nga investimi i ndërmarrjes sociale.

III. FINANCIMI I NDËRMARRËSISË SOCIALE

3.1 Financimi i ndërmarrësisë klasike

Financimi i ndërmarrësisë klasike në faza të ndryshme të zhvillimit paraqet një ndër çështjet më të diskutuara në ndërmarrësi. Kjo është edhe normale duke pasur parasysh se qasja e

bizneseve deri te burimet e financimit të rritjes dhe zhvillimit të tyre paraqet një nga segmentet kryesore të klimës së biznesit të cilësdo ekonomi. (Ramadani&Fiti, 2013)

Karakteristikat e financimit të ndërmarrjeve klasike, janë si pasojë e karakteristikave të vetë zhvillimit të ndërmarrjeve dhe ndërmarrësisë, si dhe te karakteristikave të sistemit financiar të vendit të caktuar se ku zhvillohet biznesi. Varësisht nga natyra e çasjes në financa, trajtimi i financimit mund të bëhet nga ana e ofertës financiare, (potenciali financiar për kreditim i institucioneve financiare) apo kërkesës për mjete financiare, (kërkesa e bizneseve për mjete financiare), dallohen edhe sfidat dhe problemet e tyre.

Në Bashkimin Europian janë pothuajse rreth 45,000 ndërmarrje të mëdha, kompani që kanë më shumë se 250 të punësuar. Sa i perket ndërmarrjeve të vogla janë pothuajse 24 milion që kanë më pak se 250 të punësuar. Rreth 99.8% e të gjitha kompanive në BE janë NVM. Ata punësojnë 93 milion njerëz, që përbëjnë dy të tretat e punësimit të përgjithshëm. Dhe ato gjenerojnë gati 60% të vlerës së shtuar. (Daniele Nouy, 2018). Sipas tij bankat janë burimi kryesor i financimit për NVM-të. NVM varen shumë nga bankat, dhe shpesh nga një bankë specifike. Kjo mund të dobësojë pozicionin e tyre negociues dhe t'i bëjë ata të prekshëm.

Në literature ekonomike të kësaj fushe zakonisht flitet për dy lloje të burimeve të financimit, si: (Ramadani&Shuklev, 2012)

- burime joformale të financimit
- burime formale të financimit

Gjithashtu burimet e financimit mund të grupohen edhe si *burime financimi vetanake* (Equity Capital) dhe *burime financimi të huazuara* (Debt Capital)

3.1.1 Burimet joformale të financimit

Çdo biznes ka nevojë për burime njerëzore, logjistike dhe financiare. Burimet financiare mund të sigurohen në mënyra të ndryshme e me to pastaj sigurohen burimet tjera të nevojshme për operacionet e biznesit.

Burimet joformale mund të llogariten si një ndër burimet kryesore të financimit të ndërmarrësisë klasike.

Duke u bazuar në të dhënat e publikuara në “Financing SMEs and Entrepreneurs 2019” vëllimet e faktorizimit u rritën me një vlerë mesatare prej 3.3% në 2017, me kërkesën e NVM aktive ndërkombëtarisht që drejtonin rritjen e industrisë; aktivitetet e blerjes me qira u rritën në 26 nga 34 vendet me një mesatare prej 6.2%; borxhi privat u rrit me 10% në nivel global dhe me 27% në Evropë në 2017; investimet e kapitalit të ndërmarrjeve u rritën në shumicën e vendeve.(Financing SMEs and Entrepreneurs 2019)

Në burimet joformale të financimit numërohen:

- kursimet nga themeluesit,
- familja dhe miqtë, që janë të njohura si 3F Money (founders, family and friend)
- mjetet financiare të mobilizuara nga partneret dhe biznes engjëjt.

➤ *Kursimet nga themeluesit*

Për pjesën më të madhe të ndërmarrjeve financimi fillestar bazohen në fondet personale gjegjësisht kursimet personale të pronarëve. Sipas hulumtimeve të bëra rezulton se në SHBA mbi 67% të kapitalit fillestar e sigurojnë vetë pronarët e ndërmarrjeve (Ramadani&Shuklev, 2012). Kjo përqindje lartë tregon se në përgjithësi ndërmarrësit në fillim të aktiviteteve të tyre më së shumti mbështeten në fondet personale pasi që paraqesin një burim më të lirë dhe më të lehtë për financim.

Duke u bazuar në intervisten me disa pronar të bizneseve se prej cka financohen më së shumti bizneset në fillim të veprimtarisë së tyre, thuhet që ata më së shumti në fillim financohen nga akumulimi i kursimeve të themeluesve të tyre. Më pas me zgjerimin e biznesit ata fillojnë të kërkojnë edhe burime tjera sic janë huaja nga miqtë, bashkimi i kapitalit të disa pronarëve në formë ortakërie, kredit e ndryshme etj.

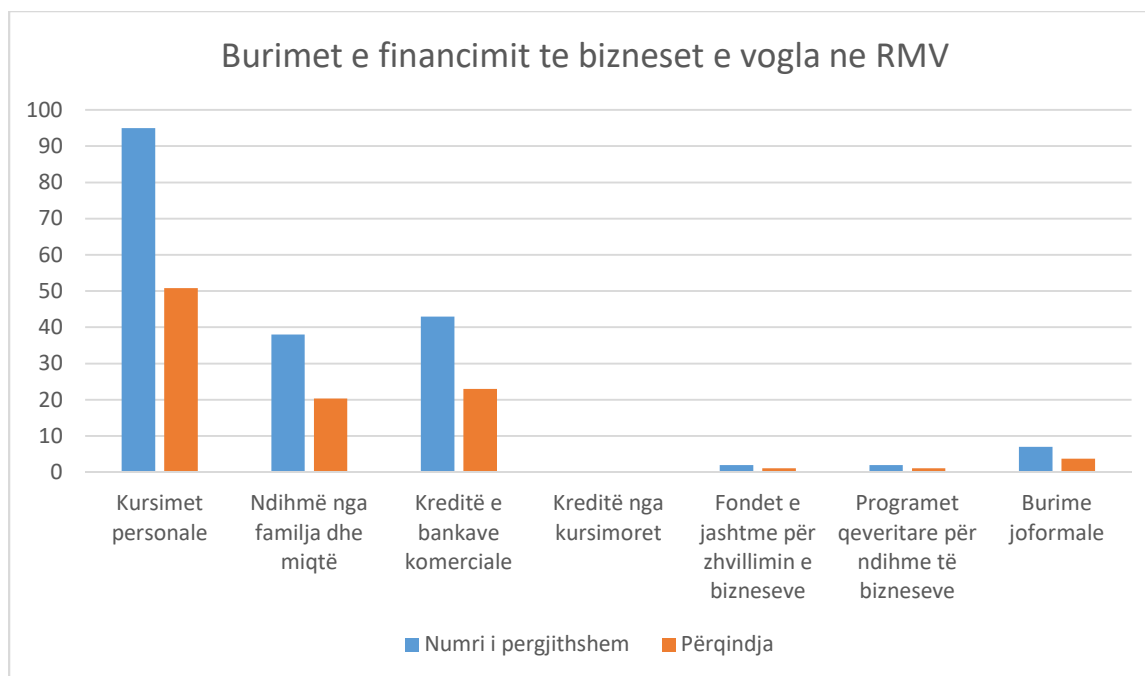


Figura 2: *Burimet e financimit te bizneset e vogla në Maqedoninë e Veriut.*

Burimi: Ramadani, Hisrich, 2015

➤ *Ndihma nga familja dhe miqtë*

Huazimet nga miqtë apo nga anëtarët e familjes mund të shërbejnë si një prej burimeve më të sigurta dhe më efektive për financimin e biznesit të ri. Por shuma të cilën ata mund ta investojnë nuk është edhe aq e madhe sa që mund të jetë ajo e kursimeve personale apo e biznes engjëjve. Ajo mund të arrij në disa mijëra euro të cilat mund edhe të mos kenë ndikim të madh në rritjen apo zhvillimin e ndërmarrjes. Mënyra e financimit nga ndihmat e anëtarëve të familjes apo miqve ka edhe mangësitë e veta. Me faktin që ato kanë investuar në biznesit tuaj, mund të mendojnë se me automatizëm kanë të drejtë në vendimmarrje ose se bëhen partner i juaj. Që nga fillimi kjo çështje duhet te sqarohet dhe tu bëhet me dije familjarëve pozitën e tyre. Gjithmonë preferohet që të fillohet me diçka të vogël në mënyrë që gabimet eventuale të bëhen me një buxhet më të vogël, dhe më lehtë të menaxhueshëm.

Kur financimi huazohet nga njerëz që i njohim, preferohet që afatet e kthimit të huazimit të precizohen me shkrim për të evituar keqkuptimet në të ardhmen.

Raporti i Pronarëve të Biznesit të Vogël të Bankës së Amerikës (v. 2016), bazuar në një studim ku u anketuan 1.000 pronarë të bizneseve të vogla në të gjithë vendin, zbuloi se më shumë se gjysma konkretisht 53% e të anketuarve mbështeten në familje për të shërbyer role të rëndësishme të biznesit, si këshilltarët, punonjësit, investitorët dhe partnerët. Për më tepër, 38% të ndërmarrësve të anketuar kanë marrë një dhuratë financiare ose hua nga familja dhe / ose miqtë në një moment për të financuar biznesin e tyre, dhe 35% thanë që miqtë dhe familja i ndihmojnë ata më shumë gjatë drejtimit të biznesit të tyre.

➤ *Biznes engjëjt*

Biznes engjëjt janë individë me përvojë biznesi që ofrojnë kapital investues për biznese të reja në këmbim të pjesëmarrjes në pronësinë e biznesit. Ndonjëherë investitorët engjij bëjnë edhe investime në formë të kreditimit.

Kohës fundit shohim që janë përhapur mundësi të reja online përmes platformave të ndryshme të llojit Crowdfunding ku biznes engjijt mund të investojnë online në biznese të reja.

Ekzistojnë raste kur biznes engjij janë të organizuar nëpër rrjete të biznes engjij, që mundësojnë investime të përbashkëta duke zvogluar rrezikun individual për secilin investitor.

Praktika e financimit të bizneseve të reja përmes investimeve nga biznes engjij është popullarizuar me masë të madhe pasi që biznes engjij nuk ofrojnë vetëm financim, ata gjithashtu ofrojnë edhe përvojë dhe ekspertizë në zhvillimin e biznesit. Bizneset e reja në këtë mënyrë përfitojnë shume nga aftësitë, këshillat dhe rrjeti i kontakteve të investitorëve engjij.

Financat alternative, siç janë mbledhja e kapitalit të kapitalit dhe huadhënia nga kolegët, u zgjeruan në mënyrë të konsiderueshme në vitin 2017 dhe veçanërisht në ato vende me tregje relativisht të vogla. Vlerësimet tregojnë se investimet e biznes engjijve u rritën në Evropën me 9% dhe në Sh.B.A me 12.6%.

3.1.2 Burimet formale të financimit

Burimet formale të financimit dallojnë nga ato joformale pasi që këta ndërmarrja i siguron nëpërmjet huazimit dhe të njëjtat pas një kohë është e detyruar ti kthejë, mirepo këtu pervec që e kthen vleren e huazimit ajo ngarkohet edhe me interes. Në grupin e burimeve formale bëjnë pjesë:

- Bankat Komerciale
- Kursimoret
- Fondet për rreziko kapital
- Bursat.

➤ *Bankat Komerciale*

Financimi nëpërmjet sistemit bankar, pra bankave paraqet një formë tjetër e financimit te veprimtarisë së ndërmarrjeve në faza të ndryshme të saj.

Kredia si formë e financimit të biznesit është më e zakonshme për bizneset e mesme dhe të mëdha, kryesisht të regjistruara si shoqëri me përgjegjësi të kufizuar (SH.P.K.) ose si shoqëri aksionare (SH.A). Ky lloj biznesi harton pasqyrat financiare të cilat ia prezanton bankës kur aplikon për kredi. Pasqyrat financiare i shërbejnë bankës për të vlerësuar pozitën financiare të biznesit, gjegjësisht aftësinë e biznesit për të kthyer kredinë e marrë. Me një fjalë, pasqyrat financiare tregojnë se sa është i shëndetshëm biznesi dhe sa janë gjasat që ai biznes të vazhdojë të ekzistojë dhe të operojë me sukses. Nëse banka e vlerëson se biznesi është i shëndetshëm ajo ia aprovon kërkesën për kredi, përndryshe e refuzon atë.

“Banka zakonisht nuk pranon të ofroj kredi për biznese të vogla nëse pronari nuk ofron garancione personale në formë të hipotekës,” thotë Herbert Marks.

Sipas të dhënave të publikuara nga ana e Bankës Popullore të Republikës së Maqedonisë së Veriut, në figurën më poshtë mund të shohim që përqindja e kredisë në sektorin e biznesit vitë pas viti shkon në rritje. Nga viti 2017 deri në fund të vitit 2018 kemi pasur vazhdimisht rritje të kredisë pastaj fillon që të kemi ulje ku në nëntor të vitit 2019 rritja ishte 2.7% ose 162,618 milion denarë, që është shumë më e ulët nëse e krahasojmë me vitin 2018.

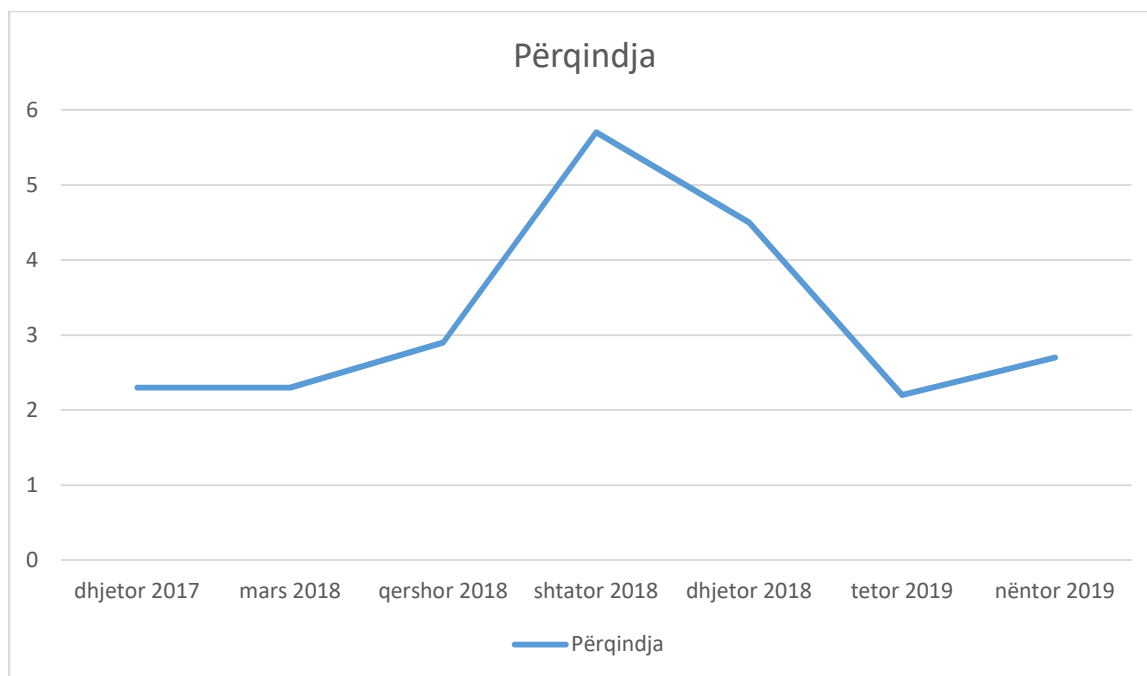


Figura.3: Kredia e mare nga ana e biznes sektorit

Burimi: Banka Popullore e Maqedonise se Veriut

Duke u bazuar në përvojën time që kam punuar në disa biznese private, ata mundoheshin që të qëndrojnë sa më larg kredisë, mirëpo sipas tyre, kërkesat e shumta si dhe investimet e bëra i detyrojnë që të marrin kredi. Përndryshe ata ndjehen shumë më të qetë kur financohen me kapitalin e tyre venatak.

➤ *Kursimoret*

Kompanitë e kursimeve paraqesin një burim tjetër të financimit të ndërmarrjeve. Kursimoret janë pothuajse të ngjajshme me bankat pasi që ata edhe pranojnë depozita por edhe japin kredi personave fizik apo ndërmarrjeve. Ato u ofrojnë ndërmarrjeve kredi nga më të ndryshmet edhe pse portfolio-ja e tyre është më e vogël në krahasim me ato të bankave komerciale.

Në përgjithësi portfolio-ja e tyre është më e vogël nëse krahasohet me bankat komerciale pasi që edhe ndikimi i tyre në tregun financiar nuk është edhe aq i madh.

➤ *Fondet për rreziko kapital*

Nocioni “rreziko-kapital” rrjedh nga vete natyra dhe karakteristikat e projekteve investuese në të cilat investohet kapitali. Ngase pjesa më e madhe e projekteve investuese karakterizohet me një shkallë të lartë të rrezikut dhe kapitali që investohet në to cilësohet si “ i rrezikshëm”.

Venture Capital është një formë e "kapitalit të rrezikut". Me fjalë të tjera, kapitali që investohet në një projekt, ku ekziston një element thelbësor i rrezikut që ka të bëjë me krijimin e ardhshëm të fitimeve dhe flukseve monetare. Kapitali i rrezikut investohet si aksione (kapitali) dhe jo si kredi dhe investitori kërkon një "normë kthimi" më të lartë për ta kompensuar atë për rrezikun e tij.

Kapitali i rrezikut i referohet fondeve të alokuara për veprimtari spekulative dhe të përdorura për investime me rrezik të lartë si dhe shpërblim të lartë.

➤ *Bursat*

Ndërmarrjet zakonisht mundë të përdorin kutomin e saj në bursë nëpërmjet emitimit të letrave me vlere. Kjo arihet në momentin kur ndërmarrja ka aritur fazën e pjekurisë dhe tani ka një vend të sigurtë në treg. Këtë mund ta bëjnë nëpërmjet emitimit të aksioneve dhe fletëobligacionev.

Fletëobligacionet janë letra me vlerë, të cilat pronarëve të tyre u sjellin kamatë, e cila mund të jetë fikse dhe njohur që në fillim. Fletëobligacionet emitohen nga ndërmarrjet për të grumbulluar kapital për financimin veprimtarisë , me kusht që pasi të skadojë afati duhet ta kthejnë kryegjënë bashkë me kamatën.

Aksionet janë letra me vlerë, me ate te se ciles pronarëve të tyre u sigurojnë pronësi në ndërmarrje. Ato mund të jenë të *rëndomta* dhe *preferenciale*.

Sipas *Daniele Nouy, 2018* tregjet e kapitalit shpesh janë të mbyllura për ndërmarrjet duke pasur vëllime të ulëta dhe kosto të larta fikse dhe kështu i bëjnë ata të mos lëshojnë bono ose aksione.

Numri më i madh i transaksioneve financiare zhvillohet në tregun formal të kapitalit, mirëpo prap se prap rëndësia e burimeve joformale të kapitalit nuk është aspak për tu nënçmuar. Ata kanë rëndësi të vecant në vendet që nuk janë shumë të zhvilluara e sidomos në fazën e themelimit të ndërmarrjeve.

3.2 Financimi i ndërmarrësisë sociale

“Një ndërmarrje sociale udhëhiqet nga një mision ekonomik, social, kulturor ose mjedisor, në përputhje me përfitimet e publikut ose komunitetit; ata tregtojnë për të përmbushur misionin e tyre, marrin një pjesë të konsiderueshme të të ardhurave të tyre nga tregtia, dhe riinvestojnë pjesën më të madhe të fitimit / tepicës së tyre në përmbushjen e misionit të tyre ”
(Baraket et al, 2010)

Financimi i ndërmarrjeve sociale paraqet një ndër çështjet më të diskutuara në literaturën bashkëkohore, konferenca shkencore, sesione të hapura dhe forume të ndryshme kushtuar kësaj kategorie të bizneseve. Burimet e financimit të ndërmarrjeve sociale janë të ndryshme.(Volkman&Tokarski, 2012)

Financimi i brendshëm sigurohet nga flukset e mjeteve monetare të krijuara përmes ofrimit të shërbimeve ose produkteve. Shërbimet mund të paguhen nga grupi i synuar ose përfituesit e palëve të treta (p.sh. punëdhënësit, vizitorët ose prindërit) nëse kanë mjete financiare për të mbuluar kostot për produktet ose shërbimet e ofruara. Kjo rrjedhë e të ardhurave është shpesh e arritshme, por ka edhe përjashtime. Fushat siç janë të drejtat e njeriut ose parandalimi i dhunës zakonisht nuk ofrojnë potencial për këtë strategji. Një burim alternativ financimi i cili mund të klasifikohet si financim i brendshëm është sektori publik. Autoritetet publike shpesh janë të detyruara ligjërisht të financojnë shërbimet dhe produktet e ofruara nga organizatat sociale ose mund të përdorin fuqinë e tyre diskrecionale për të financuar projekte në bazë të kostos. Ky burim i financimit zakonisht nuk është i arritshëm për ndërmarrjet fitimprurëse dhe për këtë arsye përbën një nga dallimet brenda strukturës së financimit.

Financimi i jashtëm ose përdoret për të mbuluar flukse monetare operative të përkohshme ose për të financuar investime afatgjata siç janë ndërtesat, pajisjet ose infrastruktura. Ndërmarrjet sociale kanë qasje në burime financimi të jashtëm të cilat nuk janë në dispozicion për kompanitë fitimprurëse. Tradicionalisht, donacionet luajnë një rol të rëndësishëm në sektorin social (Volkman&Tokarski, 2012).

Burimet më të shpeshta të financimit në ndërmarrjet sociale janë:

- Kursimet e themeluesve
- Donacionet – grantet
- Biznes engjëjt
- Fondi filantropik i rreziko-kapitalit

3.2.1 Kursimet e themeluesve

Shumica e ndërmarrjeve sociale, në fillim, financohen nga akumulimi i kursimeve të themeluesve të tyre. Përveç vetë themeluesve, donacionet nga anëtarët e familjes, miqtë dhe fondacionet paraqesin burim shumë relevant të mjeteve financiare.

Kursimet e themeluesve janë hapi i parë për të hapur një ndërmarrje sociale. Individët me karakter sociale në vend se të hapin një ndërmarrje klasike ata mendojnë për ndërmarrje sociale me qëllim që tu ndihmojnë të tjerëve. Në fillim ata e themelojnë ndërmarrjen me mjetet e tyre të kusyera kurse më pas për zgjerimin e tyre apo nëse dëshirojnë të kycen në më shumë projekte ata sigurisht që do të kërkojnë burime tjera të financimit kryesisht sic janë donacionet, biznes sektori, kreditë etj.

3.2.2 Donacionet – Grantet

Forma tradicionale e financimit në sektorin social bazohet në donacione. Donacionet ofrohen zakonisht nga fondacione ose individë në formë monetare ose jo monetare. Donacionet janë atraktive pasi ato nuk janë të ripagueshme dhe nuk u japin donatorëve ndonjë kontroll të detyrueshëm ose të drejta votimi. Për më tepër, ndërmarrja sociale siguron mundësinë për të kryer aktivitete pa potencial që gjenerojnë të ardhura. Viktimat e dhunës në familje, emigrantët e

paligjshëm ose adoleshentët e interesuar në fushën kulturore në familjet me të ardhura të ulta vështirë se mund të paguajnë për shërbimet dhe autoritetet publike zakonisht nuk financojnë koncepte shumë novatore ose eksperimentale. Për këto arsye, donacionet vazhdojnë të jenë një pjesë e rëndësishme e sektorit social.

Grantet për ndërmarrjet sociale po bëhen më të zakonshme. Sipas disa rasteve studimore, zonat veçanërisht të frytshme për përkrahjen e ndërmarrjeve sociale po mbështesin shpenzimet fillestare dhe kostot e kapitalit dhe ndihmojnë për të siguruar që ndërmarrjet sociale të kenë mbështetjen e duhur të biznesit dhe lidhje me njëra-tjetrën.

Donatorët e ndryshëm ofrojnë grante për biznese sociale sipas programeve të bazuara në strategjitë e tyre.

Përveq granteve për bizneset ekzistuese, ekzistojnë edhe skema të granteve që ndihmojnë bizneset e reja me shuma të vogla për lehtësimin e fillimit të biznesit social.

Përkundër rëndësisë së tyre, donacionet kanë një sërë mangësish. Ato zakonisht ofrohen vetëm për kostot e lidhura me projektin pasi donatorët nuk janë të gatshëm të mbulojnë më shumë se një pjesë minimale të shpenzimeve administrative ose ndonjë shpenzim për zhvillimin e korporatave. Për më tepër, ato janë afatshkurtra dhe kanë kosto të konsiderueshme për mbledhjen e fondeve. Disa ofrues të kapitalit i trajtojnë këto çështje duke ofruar stipendione ose duke përdorur një qasje të filantropisë sipërmarrëse.

Donatorët ose fondacionet individuale ndonjëherë kontribuojnë në një pjesë të konsiderueshme të të ardhurave të ndërmarrjeve sociale dhe humbja e këtyre kontributeve mund të ketë implikime serioze për një ndërmarrje sociale. Prandaj, donatorët ose fondacionet duhet të marrin në konsideratë strategjitë e daljes për të siguruar qëndrueshmërinë e ndërmarrjes sociale. Nuk mund të jetë një financim përcjellës ose ndërmarrja sociale bëhet e vetë-qëndrueshme dhe nuk është më e varur nga donacionet. Nëse të dy opsionet nuk janë të arritshme dhe ndërmarrja sociale nuk mund të vazhdojë operacionet e saj, likuidimi mbetet opsioni i fundit. Pasuritë e mbetura u jepen zakonisht një organizate bamirëse sociale.(Volkmann&Tokarski, 2012)

3.2.3 Biznes engjëjt socialë

Biznes engjëjt socialë janë investitorë privatë, të cilët gjatë punës së tyre aktive kanë fituar pasuri dhe përvojë dhe janë të gatshëm këtë ta investojnë në biznese të reja sociale, me qëllim që t'ju ndihmojnë ndërmarrësve të ri socialë dhe eventualisht të realizojnë profit për vete (të cilin prap do ta riinvestonin në ndonjë projekt të ri me karakter social).

Biznes engjëjt socialë në Maqedoninë e Veriut nuk janë të përhapura shumë, por nëse shohim në vendet më të zhvilluara ky koncept është mjaftë i njohur dhe shumë i përhapur për financimit e ndërmarrjeve sociale.

Tek ne nëse përmendet koncepti biznes engjëj pothuajse të gjithë do të habiteshin pasi që nuk kanë ndëgjuar ndonjëher për këtë lloj burimi të financimit. Andaj mund të themi që ndërmarrjet sociale që veprojnë në vendin tonë aspak nuk financohen nëpërmjet biznes engjëjve social.

3.2.4 Fondi filantropik i rreziko-kapitalit

Fondi filantropik i rreziko-kapitalit nënkupton ekzistimin e dy entiteve: investitorëve institucionalë, si burime të kapitalit, dhe kompania për rreziko-kapital, e cila i menaxhon këto fonde, respektivisht i investon në ndërmarrjet sociale, për të realizuar qëllimet financiare dhe sociale.

Këto fonde në përgjithësi kanë një fokus rajonal dhe sektorial për të fituar përvojë dhe për të transferuar njohuritë brenda portofolit të tyre.

Fondet e filantropise sipërmarrëse mbështesin ndërmarrjen sociale në biznesin e tyre të përditshëm përmes qasjes në rrjetet e tyre ose konsultimit të menaxhimit (angazhim i lartë dhe mbështetje jo financiare). Fondet e filantropisë sipërmarrëse jo vetëm që përdorin kapitalin dhe kapitalin e borxhit por gjithashtu sigurojnë donacione. Në kundërshtim me fondacionet ose donatorët individualë, ato mbështesin organizatat gjatë një periudhe të gjatë kohore prej 3-7 vjetësh (mbështetje shumëvjeçare). Për më tepër, ato ofrojnë fonde për menaxhimin dhe shpenzimet e përgjithshme dhe sigurojnë një strukturë të duhur të qeverisjes (ndërtimi i kapaciteteve organizative). Një nga dallimet kryesore në themelet është qasja e tyre për të matur dhe monitoruar performancën e vendimeve shoqërore (matja e performancës). Fondet e filantropisë sipërmarrëse gjithashtu përdorin një proces përzgjedhës me shumë faza, me një

shqyrtim fillestar të aplikacioneve dhe intervistave të ndryshme duke përfshirë një vizitë në terren. (Achleitner et al, 2010).

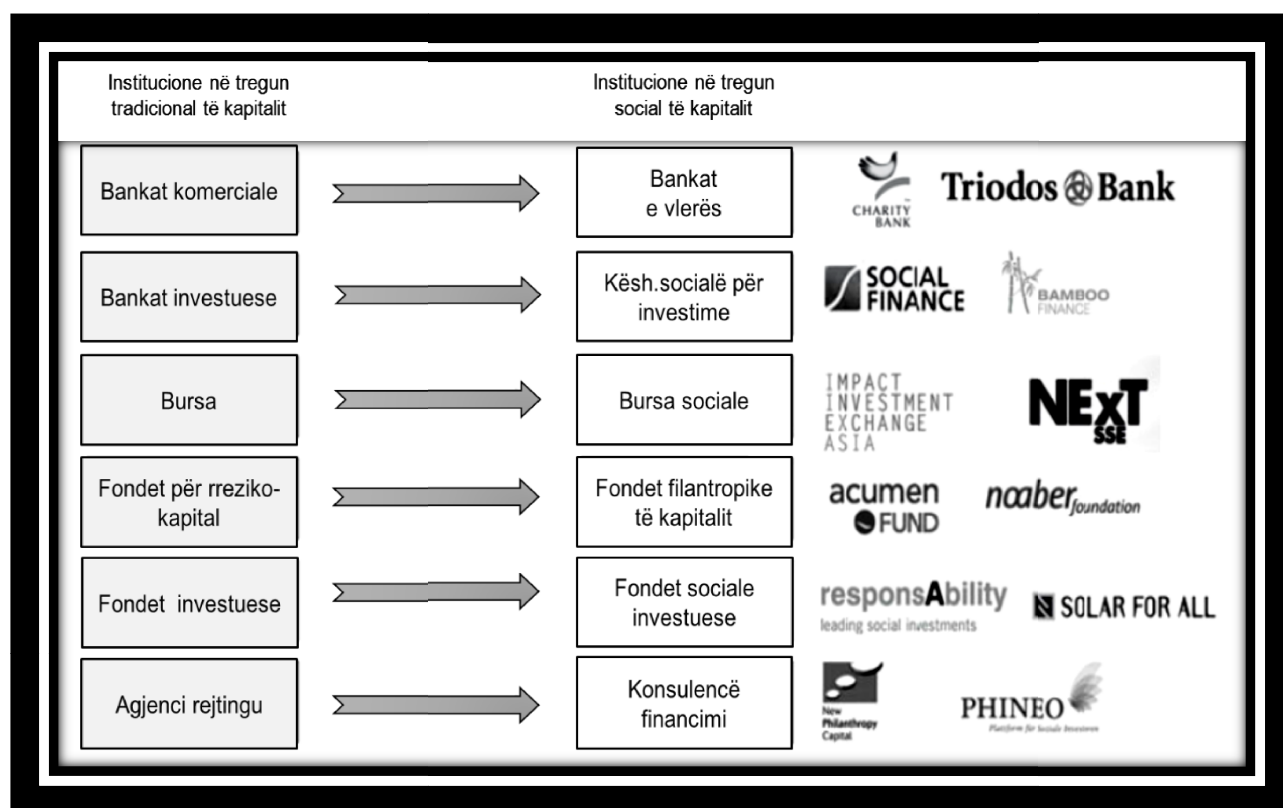
3.2.5. Bankat e vlerës

Bankat me vlerë kryejnë të njëjtin rol si bankat komerciale në tregun tradicional të kapitaleve. Këto banka pranojnë depozita nga kursimtarët dhe japin kredi për ndërmarrjet ose individët. Megjithatë bankat me vlerë janë të përqendruara në sektorin social, ata kanë një kuptim më të mirë të modeleve të ndryshme të biznesit dhe nevojave dhe kërkesave specifike.

Megjithatë, ato gjithashtu duhet të minimizojnë normën e parazgjedhur dhe për këtë arsye të përqëndrohen në shpenzimet kapitale me rrezik më të ulët në sektorin social. Disa ndërmarrje sociale kanë flukse të qëndrueshme dhe të parashikueshme të parasë pasi shërbimet e tyre paguhet nga sigurimet ose fondet publike (p.sh. spitalet) duke u dhënë atyre një profil me rrezik të ulët.

Variacionet e ndryshme financiare dhe korelacioni i tyre me burimet e financimit të ndërmarrjeve komerciale janë prezantuar në figurën 2. (Volkmann&Tokarski, 2012)

Figura 4. Burime të ndryshme financimi të ndërmarrjeve sociale



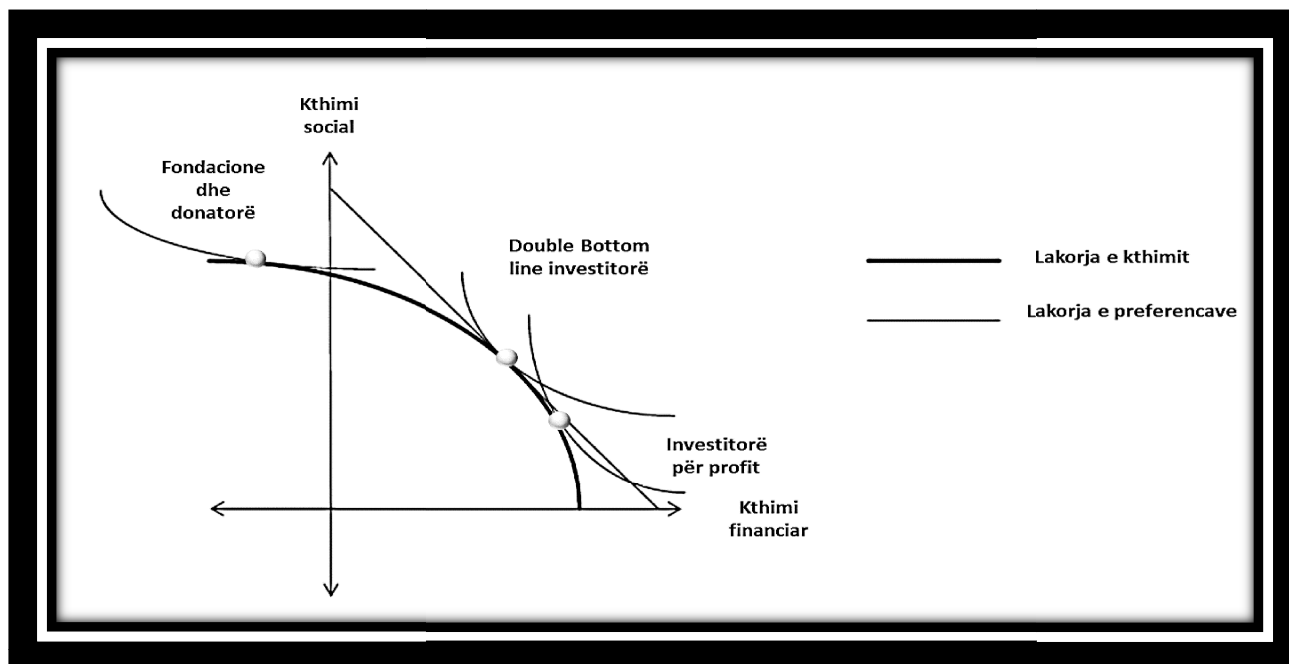


Figura 5. Raporti i burimeve të financimit të ndërmarrjeve sociale kundrejt kthimit financiar dhe social

Më larte është prezantuar raporti i burimeve të financimit kundrejt kthimit social dhe atij financiar (Heister, 2010). Këtu mund të vërehet se fondacionet dhe donatorët e ndryshëm janë më të interesuar që nga mjetet e tyre të realizohet qëllimi social, respektivisht të zgjidhet ndonjë problem social, dhe fare nuk janë të interesuar për kthimin e mjeteve në aspektin financiar. Investitorët e kategorisë ‘double bottom line’, me interesa të dyfishta, dëshirojnë në mënyrë të barabartë të realizojnë edhe qëllimet financiare edhe ato sociale, ndërsa grupi i investitorëve për profit, nga investimet e tyre në një ndërmarrje sociale interesohen më tepër për profitet që mund t’i gjenerojnë nga investimet përkatëse, se sa për impaktin në shoqëri

Në Republikën e Maqedonisë, projekt-ligji për zhvillimin e ndërmarrësisë sociale në kontekst të financimit të aktiviteteve sociale parasheh këto burime të financimit: mjete nga Buxheti i Shtetit; Buxhetet e njësisve të qeverisjes vendore; Flukset e mjeteve në baza të ndryshme të dedikuara për ndërmarrësi sociale; Donacionet nga burime të brendshme; Investimet nga investitorë publikë dhe privatë dhe organizata të shoqërisë civile; Investime nga organizata të ndryshme fetare dhe humanitare; Fondet e ndara për zhvillim rajonal dhe zhvillim të zonave rurale; donacionet dhe ndihmat tjera për hapje të bizneseve nëpërmjet granteve, subvencionet për

punësim dhe trajnim nga Planet Operative për Punësim, linjave të kreditit për nxitjen e punësimit dhe ndërmarrësisë nga Banka e Maqedonisë për Zhvillim dhe Fondit për inovacione dhe zhvillim teknologjik. Po ashtu janë të parapara edhe mjetet financiare nga donacionet dhe fondet e huaja, nga fondet e Bashkimit Evropian dhe fondet tjera të huaja, donacionet dhe trashëgimitë. (Ramadani, 2018).

Sa i përket ndërmarrjeve sociale që veprojnë në Republikën e Shqipërisë ato kanë mbështetje financiare direkte nga shteti me kushte që të favorizohen në punësim njerëzit në nevojë.

Sipas deklaratës që u bë nga Ministria e Shëndetësisë dhe Mbrojtjes Sociale, Orgeta Manastirliu në maj të vitit 2019, Qeveria do të financojë 150 milion leke/vit për mbështetjen e këtyre ndërmarrjeve. Buxheti total brenda 3 viteve do të jetë 450 milion lekë.

Kosova po ashtu është në një fazë mjaft të hershme në zhvillimin e ndërmarrjeve sociale dhe natyra e ndërmarrjeve sociale vazhdon të keqkuptohet gjerësisht, mjaft shpesh. Në vitin 2016 Ministria e Punës dhe Mirëqenies Sociale në Kosovë propozoi legjislacionin në të cilin ndërmarrja sociale është përshkruar si: “Person juridik pavarësisht mënyrës së themelimit të tij, që në aktin e vet themelues i përmban objektivat sociale, kryen aktivitete ekonomike, bënë prodhimin e mallrave dhe shërbimeve në interes të përgjithshëm të shoqërisë dhe i integron në punë personat nga grupet e cënueshme.”

Sa i përket financimit të ndërmarrjeve sociale në Kosovë, sipas një hulumtimi të bërë në vitin 2017, rreth 50% e organizatave të intervistuar varen nga grantet dhe fitimi nga shitjet, ndërsa rreth 19% nga sponsorizimi privat dhe fitimi nga shitjet.

Duke u bazuar në ndërmarrjet sociale që veprojnë në Maqedoninë e Veriut, mund të konkludojmë që ata më së shumti financohen nëpërmjet kapitalit vetanak. Sipas tyre bizneset nuk financojnë shumë ndërmarrjet sociale ndërsa nga ana tjetër të gjithë bizneset thonë që janë të gatshëm ti mbështesin aktivitetet e ndërmarrjeve sociale. Ndërmarrjet sociale me të cilat është zhvilluar edhe intervistë janë kryesisht të varura nga asistenca e donatorëve të huaj.

Në tabelën në vijim janë paraqitur burimet e financimit të ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut.

Burimet e financimit	Perqindja
Kapitali vetanak	45.5%
Donacionet- grantet	27.27%
Burime te ndryshme:kapitali vetanak,donacionet,sektori i biznesit, kredite	27.27%

Tabela 6. *Burimet e financimit të ndërmarrjeve sociale në Maqedoninë e Veriut*

IV. METODOLOGJIA E HULUMTIMIT

4.1. Metoda e mbledhjes së të dhënave

Gjatë këtij hulumtimi u përdoren të dhëna nga burime primare dhe sekondare pra të dhëna nga librat e botuar, artikuj të ndryshëm, të dhëna nga interneti, si dhe të dhëna të marra nga anketa dhe intervista të bëra nga kandidati. Hulumtimi u zbatua në periudhën nga qershori i vitit 2019 deri në tetorë të vitit 2019, ndërsa i përfshiu më tepër rajonin planor të Shkupit.

Gjatë analizimit të situatës në Maqedoni, u përdorën të dhënat primare të marra nëpërmjet intervistimit në disa ndërmarrje sociale, ndërmarrje të vogla dhe të mesme si dhe anketimin e individëve të grup moshave të ndryshme. Nga instrumentet metodologjike do të përdoren metodat e mëposhtme:

1. **Metoda e analizës dhe sintezës** - kjo metodë do të përdoret për prezantim logjik të objektit të hulumtimit, pra problemet dhe perspektivat e ndërmarrjeve sociale gjatë financimit të tyre, si dhe gadishmëria për një bashkepunim në mes sektorit privat dhe ndërmarrjeve sociale.
2. **Metoda e induksionit dhe deduksionit** - kjo metodë do të përdoret për të ardhur deri te konkluzionet dhe rekomandimet lidhur me këtë çështje, pastaj duke filluar nga testet me detaje dhe hollësitë në lidhje me këtë çështje, si dhe identifikimin e disa detajeve të panjohura në bazë të fakteve që janë të njohur në përgjithësi ose të bazuar në diçka që është supozuar.
3. **Metoda e intervistimit dhe anketimit** - kjo metodë do të përdoret në analizën e situatës në ndërmarrjet sociale, respektivisht për t'i njohur specifikat, përfitimet dhe kufizimet, si dhe problemet që hasin gjatë procesit të financimit

4.2. Madhësia e mostrës

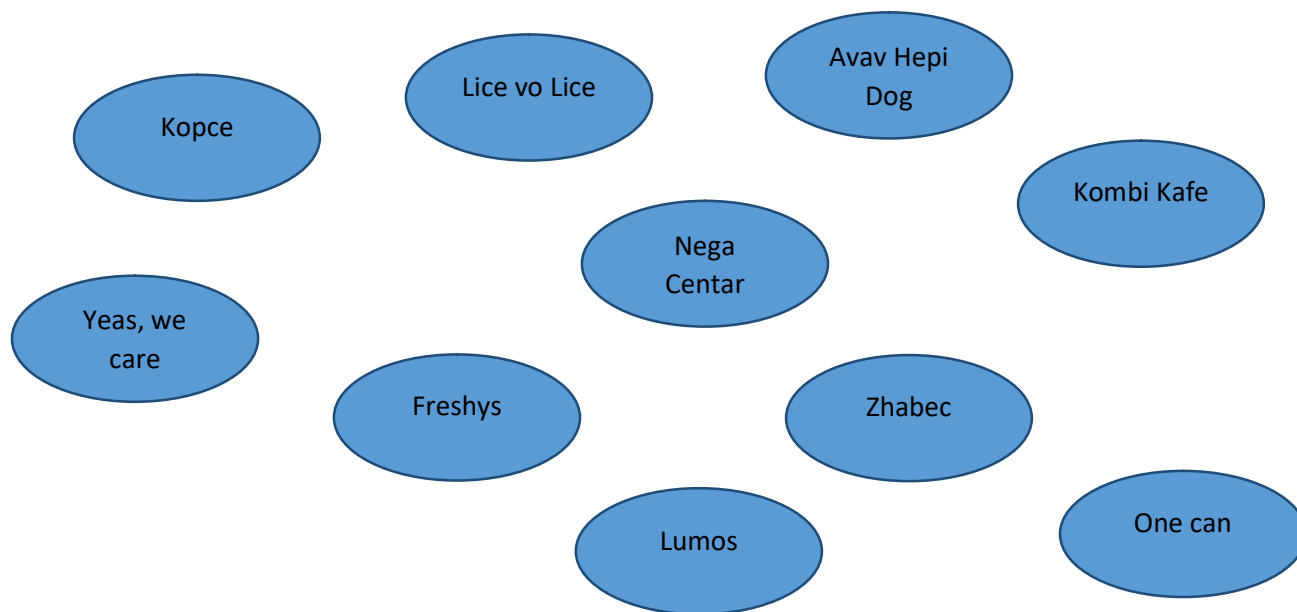
Numri i ndërmarrjeve sociale që veprojnë në Maqedoninë e Veriut janë në numër shumë të vogël, por edhe me ato që arrita të jem në kontakt nuk pranonin gjitha që të pjesë e hulumtimit.

Une arrita të fitoj përgjigje nga 11 ndërmarrje sociale ku iu përgjigjen anketës si dhe kemi bërë intervistë me disa që të kemi sa më shumë informacione në lidhje punën e tyre.

Sa i përket anketës për ndërmarrjet konkretisht sektori i biznesit, pyetësi i është dërguar rreth 46 ndërmarrjeve por vetëm 21 prej tyre janë përgjigjur. Përvec anketës gjithashtu është edhe intervistë me disa biznese se sa ato dëshirojnë të bashkëpunojnë me ndërmarrjet sociale.

Pyetësi i fundit ishte i përpiluar për personat fizik, konkretisht individë të grup moshave të ndryshme, me statuse të ndryshme ku janë përgjigjur gjithsej 55 individë.

4.3. Ndërmarrjet sociale të anketuara



“LICE VO LICE”

E vetmja revistë “lice vo lice” është një nga ndërmarrjet sociale pionierë në vend. Në dispozicion është që nga shtatori 2012 dhe shitet në pesë qytete - Shkup, Kumanovë, Negotinë, Strugë dhe Manastir. Temat në të cilat adresohen ngrenë vetëdijen e publikut për çështje të rëndësishme sociale të shikuara përmes ligjërimit të vizionarëve, ekspertëve, analistëve, gazetarëve që adresojnë zhvillimin e qëndrueshëm, vlerat universale, drejtësinë sociale, parimet e barazisë, rolin e përgjegjësisë individuale dhe kolektive. ...

Ajo operon në kuadër të Shoqatës së Kërkimeve Publike, Komunikimit dhe Zhvillimit, dhe u mundëson shitësve të revistave të rocializohen përmes qasjes sociale dhe integritit përmes programeve të zhvillimit dhe afrimit, duke i përgatitur kështu ata për një treg të hapur të punës. Revista angazhon njerëz që nuk kanë marrë mundësi të mjaftueshme për zhvillim (njerëz të papunë, njerëzit me aftësi të kufizuara, njerëzit e pastrehë ...), duke i fuqizuar kështu ekonomikisht dhe shoqërisht. Aktiviteti kryesor ekonomik është shitja e Rrugës Magazine, si dhe

sigurimi i të ardhurave nga reklamimi i revistës, shitja e përshëndetjeve të Vitit të Ri, si dhe të ardhurat nga programi i ri Face to Face.

“POKROV”

Pokrov është një ndërmarrje sociale që prodhon ushqim organik ndërsa punon në procesin e pranimit, trajtimit, rehabilitimit, rocializimit dhe ri-integrimit të personave me probleme të varësisë. Ekziston që nga viti 2009 dhe është ndër ndërmarrjet sociale pionierë në vend. Ajo operon në territorin e Komunës së Strumicës, dhe është themeluar nga Shoqata për Këshillim, Shërim, Riintegrim dhe Ri-socializim i të varurve me substanca psikoaktive.

Qëllimi i tyre është integrimi në punë, terapia ose trajtimi, ndryshimi i zakoneve të përdoruesve të përfshirë në prodhimin e ushqimit organik (kompania ka certifikuar prodhimin organik të frutave dhe perimeve).

“Pokrov” vazhdimisht zgjeron kapacitetet e tij të prodhimit dhe rrit aktivitetet e tij ekonomike, duke shpërndarë produktet e tij në tregjet kryesore në të gjithë vendin, në dyqane të specializuara për ushqim të shëndetshëm dhe organik, si dhe shitje në internet në të gjithë vendin.

“KOPCE”

Kopce ka funksionuar që prej vitit 2018 dhe është një vend ku veshjet unike të dorës së dytë mund të gjenden me çmimet më të mira.

“Kopce” është një projekt i zhvilluar nga Kryqi i Kuq i Republikës së Maqedonisë Veriore dhe Kryqi i Kuq i Qytetit të Shkupit si rezultat i viteve të punës në fushën e dhurimit të rrobave dhe shpërndarjes së tij për qytetarët më të prekur.

Sipas të dhënave të Kryqit të Kuq, organizata merr rreth 20 ton veshje të dhuruara çdo vit dhe ndihmon më shumë se 2,000 njerëz në rrezik në Qytetin e Shkupit. Ky program u plotësua me përmbajtje të reja që, përmes ndërmarrjes sociale “Kopce”, mundësuan plotësimin e nevojave të një numri më të madh të qytetarëve.

Ndërmarrja sociale siguron një sistem më efikas të shpërndarjes së veshjeve për njerëzit në nevojë, çmime të përballueshme të veshjeve për të gjithë qytetarët, punësimin e grupeve të

cënueshme të synuar, por edhe mbrojtjen e mjedisit për shkak të sasisë së zvogëluar të mbeturinave të tekstilit që do të përfundonin në deponi.

“NEGA CENTAR”

Nega Centar është një ndërmarrje sociale që ofron kujdesin shtëpiak dhe kujdesin për të moshuarit dhe të sëmurët. Ekziston që nga viti 2018 dhe funksionon brenda Kryqit të Kuq të Qytetit të Shkupit. Shërbimi është krijuar për këdo që nuk është në gjendje të kujdeset dhe të funksionojë në mënyrë të pavarur, por dëshiron të qëndrojë në komoditetin e shtëpisë së tyre. Ky shërbim ofrohet në territorin e Shkupit.

Shërbimi i dytë i ofruar është trajnimi dhe certifikimi i kujdestarëve të rinj në kuadër të Qendrës së Trajnimit të Kryqit të Kuq të Republikës së Maqedonisë Veriore dhe vazhdimisht është duke punuar në përmirësimin e kapaciteteve të kujdestarëve që punojnë në terren përmes trajnimeve, punëtorive, takimeve të shkëmbimit. përvojat dhe vizitat studimore.

“FRESHYS”

Restoranti Freshis është një ndërmarrje sociale që shpërndan 34% të të ardhurave të saj mujore për dhurime të rregullta ushqimi për të pastrehët në Shkup. Ekipi Fresh beson se të gjithë meritojnë një obrok të mirë, kështu që ofron një ulje të qëndrueshme prej 15% për studentët dhe nxenesit. Me çdo obrok të përgatitur, ata përpiqen të ndërtojnë besim dhe empati me bashkëqytetarët, dhe kështu motoja e "Freshys" është "Zemra e ngrohtë".

Freshys është ndërmarrje sociale me një përvojë pune 4 vjecare dhe deri më tani kanë dhuruar pothuajse 400,000 denarë dhe kane siguruar mbi 15,000 obroke me zbritje.

“ZHABEC”

“Zhabec” është qendra e parë dhe e vetme arsimore për fëmijë që promovon ekologjinë dhe çështjet mjedisore. Këto tema janë themeli përmes të cilit fëmijët mësojnë për tema dhe situata të ndryshme të tjera realiste dhe moderne në të cilat fëmijët janë personazhet kryesore të ndryshimit pozitiv në çdo fushë të jetesës së përditshme. Ajo është menduar për fëmijët e moshës 6-12 vjeç.

Veçantia e "Zhabec" është se në punën e saj parashikon përmirësimin dhe promovimin e problemeve dhe sfidave të ndryshme sociale, duke studiuar tema që nuk përfshihen në orët mësimore nëpër shkolla, dhe kanë një rëndësi të madhe, për më tepër, 33% e fitimeve do të përqendrohet në aktivitete edukative për fëmijë nga kategori të cënueshme (jetimët, fëmijët nga familjet që janë në situata të vështira ekonomike, etj.).

Ndërmarrje sociale punon duke zgjedhur dhe kombinuar tema dhe aktivitete: ekologji, sport, aftësi sociale, rritje dhe zhvillim të duhur, ushqim të shëndetshëm, yoga për fëmijë, arte, organizimin e aktiviteteve në natyrë.

4.4. Analiza e të dhënave

Analiza e të dhënave është bërë nëpërmjet programit SPSS.

Të dhënat janë prezantuar në kapitullin e pestë. Përgjigjet e pyetjeve janë shprehur me anë të figurave të ndryshme si dhe është bërë komentimi i tyre.

V. PREZANTIMI DHE ANALIZA TE DHENAVE

Të gjithë të dhënat që do të përdoren gjatë perpilimit të këtij punimi janë marrë nëpërmjet anketimit të ndërmarrjeve sociale, anketimit të bizneseve si dhe individëve. Anketimi është bërë nëpërmjet pyetesoreve të cilët kanë qenë në vecanti për ndërmarrjet sociale, bizneset dhe individët ku të anketuarit kanë mundur të zgjedhin njëren prej alternativave të parashtruara në cdonjërin pyetje.

Anketimi është bërë në mënyre elektronike ndërsa me disa ndërmarrje sociale dhe me disa biznese është bërë edhe intervistë me qëllim që të grumbullojmë sa më shumë informata.

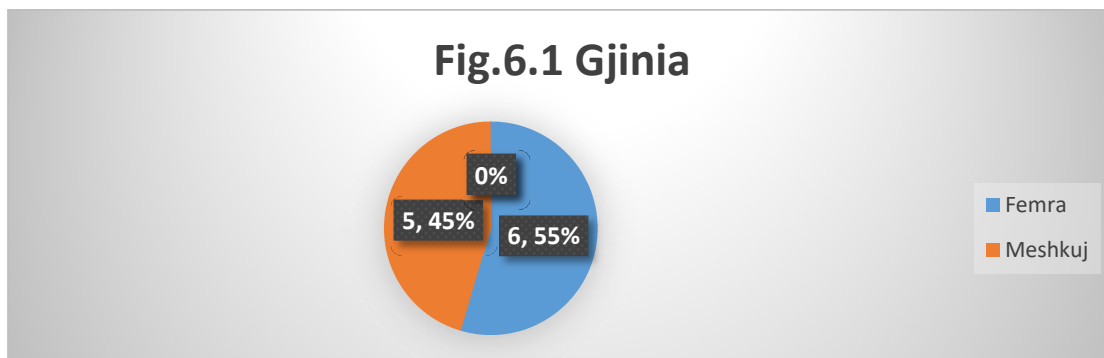
5.1 Prezantimi dhe analiza e të dhënave nga anketimi i ndërmarrjeve sociale

Prej 17 ndërmarrje sociale që unë arrita të gjej kontakte vetëm 11 ndërmarrje sociale janë përgjigjur në pyetësin ndërsa 4 prej tyre kanë pranuar edhe intervistë.

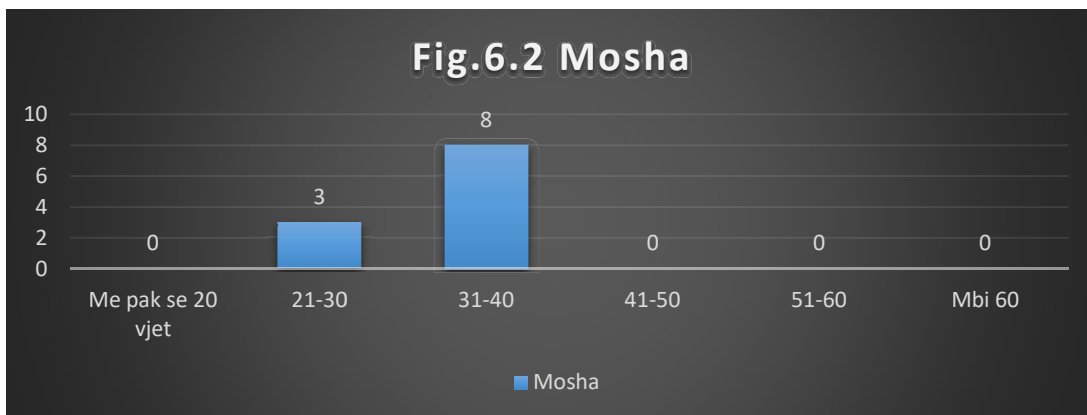
Më poshtë i kemi rezultatet e fituara për cdonjërin pyetje.

Pyetësi ishte i perpiluar nga 4 kategori ku kategoria e parë kishte të bëjë për informatat personale, kategoria e dytë kishte të bëjë me informatat në lidhje me ndërmarrjen sociale, kategoria e tretë u përqendrua në financimin e aktiviteteve të ndërmarrjeve sociale dhe në fund kategoria e katërt kishte të bëjë me rëndësinë e ndërmarrjeve sociale.

Sa i përket pyetjes së parë se cilës gjini i takon pronari i ndërmarrjes sociale mund të shohim se më shumë i takojnë gjinisë femërore. Edhe pse dallimi nuk është shumë i madhe, por shohim që gjinia femërore mbizotron më tepër. Gjithashtu edhe me ato ndërmarrje sociale që bisedova dhe nuk iu përgjigjen anketës ishin të gjinisë femërore. Nga gjithsej 11 ndërmarrje sociale, 6 prej tyre i takonin gjinisë femërore konkretisht 55% ndërsa 5 prej tyre ishin meshkuj ose 45%.

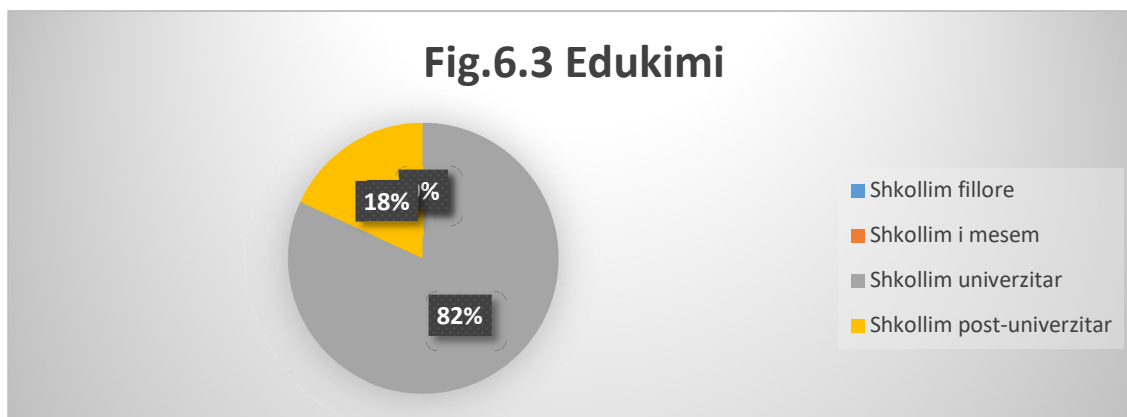


Pyetja e dytë ka të bëjë me moshën e pronarëve të ndërmarrjeve sociale. Nga përgjigjet e tyre mund të themi që shumica e ndërmarrësve sociale janë të rinjë. Ndërsa në krahasim prej bizneseve private shumica janë mbi moshën 45 vjeçare. Më poshtë mund të shohim që shumica e ndërmarrësve social janë konkretisht 73% i takojnë moshës 31-40 vjeçare ndërsa 27% i takojnë moshës 21-30 vjeçare.



Pyetja e tretë ka të bëjë me edukimin e ndërmarrësve social ku 9 pronarë të ndërmarrjeve sociale ishin me shkollim univerzitar konkretisht 82% nga të gjithë të anketuarit ndërsa vetëm 2 prej tyre konkretisht 18% ishin me edukim postuniverzitar.

Sipas kësaj e shohim që ndërmarrësit social janë persona profesional, me shkollim të lartë, në krahasim prej bizneseve ku shumica e tyre janë me shkollim të mesëm.



Kategoria e dytë e pyetjeve ka të bëjë me informata të përgjithshme rreth ndërmarrjeve të tyre sociale.

Pyetja e parë ishte emri i ndërmarrjeve sociale. Ndërmarrjet sociale të cilët morën pjesë që të kycen në përpunimin e hulumtimit ishin:

- KOMBI KAFE
- AVAV HEPI DOG

- LICE VO LICE
- NIE SE GRIZIME
- KOPCE
- NEGA CENTAR
- HEPI DOG
- ZHABEC
- FRESHYS
- LUMOS
- ONE CAN

Pyetja e dytë kishte të bëjë me qëllimin e projektit ku ata prezantuan qëllime të ndryshme, varësisht prej natyrës së ndërmarrjes sociale. Cdo ndërmarrje sociale ka qëllime të ndryshme që dëshiron ti arrijë në fund. Të dëgjosh qëllimet e tyre na motivon edhe neve të kycemi në ndërmarrjet sociale. Kur arrihet qëllimi sociale ndërmarrësit social ndjejnë kënaqësi e cila nuk është e njëjtë sikurse kur arrihet qëllimi i një ndërmarrje klasike.

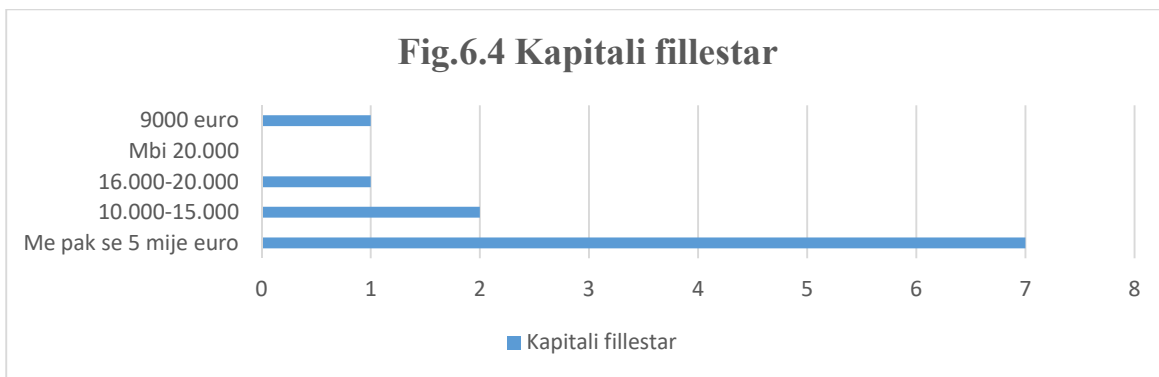
Më poshtë janë prezantuar qëllimet e tyre.

- Financimi i personave të cilët shesin kombe.
- Krijimi i një qendër ku të gjithë do të ndjehen të qetë me kafshët e tyre, do të shkëmbejnë përvoja, do të mbajnë ngjarje publike me përmbajtje të ndryshme dhe do të rrisim vetëdijen dhe përgjegjësinë për kujdesin e mirë të qenve nga pronarët, dhe veçanërisht fëmijët si pronarë të ardhshëm e të përgjegjshëm të qenve. Ne duam të ndihmojmë në zgjidhjen e problemit të qenve të pastrehë.
- Fuqizimi socio-ekonomik i kategorive të prekshme të qytetarëve.
- Sigurimi në kohë i veshjeve më të përshtatshme për njerëzit në nevojë - aksesimi i lehtësuar për veshje me kosto të ulët për njerëzit me të ardhura të ulëta - forcimi i kapaciteteve të grupeve të cënueshme të popullsisë - përdorimi efikas i veshjeve të tepërta për të kontribuar në ruajtjen e mjedisit - krijimin e zakoneve të përgjegjshme dhurimi dhe zakonet e shpenzimeve me përgjegjësi - inkurajimi dhe krijimi i zakoneve të punës për personat me pengesa shoqërore - krijimi i vendeve të punës për të lehtësuar integrimin e grupeve të cënueshme dhe popullsisë. - promovimin e solidaritetit, njerëzimit dhe vullnetarizmit.

- Kujdesi shtëpiak dhe kujdesi për të moshuarit dhe aftësi të kufizuara nga kujdestarët e certifikuar dhe profesionistë, për secilin që nuk është në gjendje të kujdeset dhe të veprojë në mënyrë të pavarur, por nuk dëshiron të vendoset në një institucion, por dëshiron të marrë kujdes në komoditetin e shtëpisë së tij. Kjo qendër operon në modelin e sipërmarrjes sociale dhe ofron shërbimet e mëposhtme: kujdesi në shtëpi dhe kujdesi për të moshuarit dhe / ose personat me aftësi të kufizuara nga kujdestarët e certifikuar në territorin e qytetit të Shkupit; trajnim i certifikuar i kujdestarisë brenda Qendrës së Trajnimit të Kryqit të Kuq të Maqedonisë Veriore.
- Qëllimi është të rritet ndërgjegjësimi për pronësinë e përgjegjshme në mënyrë që të parandalojë shfaqjen e qenve në rrugë.
- Rritja e vetëdijes mjedisore dhe vlerave morale tek fëmijët e moshës 5-10 vjeç.
- Dhurimi i ushqimit për të pastrehët, duke provokuar empati njerëzore
- Integrimi i njerëzve të pastrehë në sistemin e punës.
- Rritja e punësimit për nënat beqare. Pse ata janë beqarë të rritur në familjet e prindërve beqarë dhe pse kanë arsye objektive për vështirësi në qasjen në tregun e punës dhe madje edhe më shumë, pse nuk ka masa shtetërore për rritje dhe zhvillim normal për nënat beqare ose fëmijët e tyre në këtë vend.
- Hartëzimi dhe forcimi i ndërmarrjeve sociale në zonën e Evropës (Makqedoni, Sloveni dhe Austri) dhe në Afrikën Lindore (Ruanda, Uganda dhe Kenia)

Pyetja e tretë ka të bëjë me kapitalin fillestar, konkretisht sa ishte kapitali i tyre fillestar për të filluar me biznes. Nga tabela më poshtë mund të shohim se 7 ndërmarrje sociale kapitalin e tyre fillestar e kanë pasur më pak se 5.000 euro, 2 prej tyre kanë pasur kapital fillestar ndërmjet 10.000-15.000 euro, 1 ndërmarrje sociale ka pasur kapitalin fillestar ndërmjet 16.000-20.000 euro ndërsa 1 ndërmarrje është përgjigjur fiks që kapitali i saj fillestar ka qenë 9.000 euro.

Nga këtu mund të përfundojmë që shumica e ndërmarrjeve sociale kanë një kapital fillestar më pak se 5 mijë euro.



Pyetja e katërt ka të bëjë me vizionin e ndërmarrjeve sociale.

Më poshtë janë paraqitur vizione të ndryshme nga të gjithë ndërmarrjet e anketuara, ndërsa dy prej tyre nuk janë përgjigjur në pyetjen paraprake.

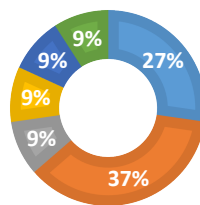
- Vizioni ynë është të krijojmë një komunitet ku çdo qen do të ketë një shtëpi të përhershme, t'i sigurojë çdo qenie kujdesin themelor dhe ta bëjë qytetin e Shkupit një qytet pa qen në rrugë dhe dhunë të kafshëve.
- Një shoqëri gjithëpërfshirëse me të drejta të barabarta për të gjithë qytetarët.
- Rritja e ndërmarrjeve sociale në Evropë dhe Afrikë.
- Ne përpiqemi të kontribuojmë në krijimin e një shoqërie të qytetarëve përgjegjës me zakone të mira, ku të gjithë vlerësojnë atë që marrin dhe të gjithë kontribuojnë për komunitetin në të cilin jetojnë. Ne besojmë në potencialin dhe forcën që sjell secili individ dhe jemi këtu për të kontribuar në fuqizimin dhe përfshirjen sociale të njerëzve në rrezik përmes aktiviteteve me qëllim të krijimit të një mjedisi miqësor ndaj mjedisit.
- Qendra e Infermierisë vazhdimisht punon për të rritur ndërgjegjësimin për nevojën e kujdesit profesional dhe cilësor në shtëpi të siguruar nga kujdestarë të çertifikuar dhe vazhdimisht punon për të përmirësuar kapacitetin e kujdestarëve që punojnë në këtë fushë përmes trajnimeve, punëtorive, takimeve të shkëmbimit të përvojave dhe vizitat studimore.
- Edukimi joformal mjedisor për të gjithë fëmijët në Maqedonine Veriore.
- Për të zgjidhur problemin e mungesës së ushqimit.
- Vetë-kontribut dhe përfshirje në çështjet sociale.
- Mundësi për liri ekonomike për nënat beqare dhe fëmijët e tyre.

Pyetja e pestë ishte se në cilën komunë shtrihet ndërmarrja sociale.

Nga këtu mund të shohim që prej ndërmarrjeve të anketuara më së shumti i takojnë komunës Karposh edhe atë 4 ndërmarrje sociale ose 37%, 3 prej ndërmarrjeve sociale i takojnë komunës Qendër ose 27%, ndërsa sa i përket komunave tjera – Komuna Aerodrom, Gazibabë, Saraj si dhe Komuna e Bitolës i takojnë nga një ndërmarrje sociale.

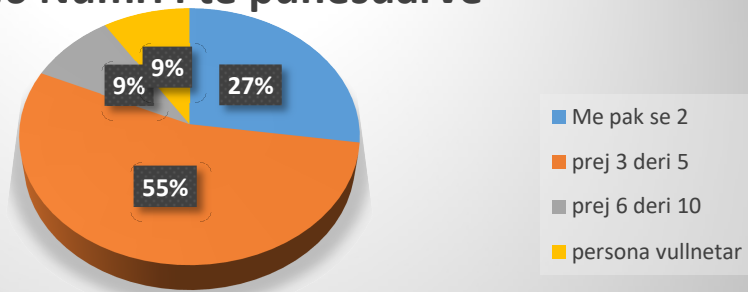
Fig.6.5 Komuna në të cilën shtrihen ndërmarrjet sociale

■ Qender ■ Karposh ■ Aerodrom ■ Gazi Babe ■ Saraj ■ Bitole



Në pyetjen e radhës se cili është numri i të punësuarve në ndërmarrjet sociale mund të shohim që shumica e ndërmarrjeve sociale, konkretisht 6 prej prej tyre kanë numër të të punësuarve prej 3-5 ose 55%, 3 prej ndërmarrjeve sociale kanë më pak se dy të punësuar ose 27%, 1 prej tyre ka 6-10 të punësuar ndërsa 1 ndërmarrje sociale është përgjigjur që personat që punojnë nëpër projekte janë volunter.

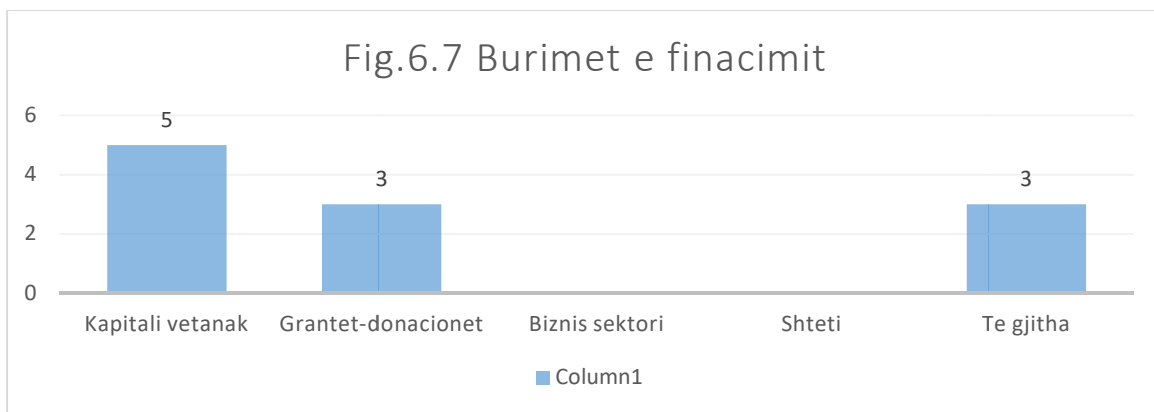
Fig.6.6 Numri i të punësuarve



Kategoria e tretë e pyetjeve ka të bëjë me financimin e aktiviteteve të ndërmarrjeve sociale.

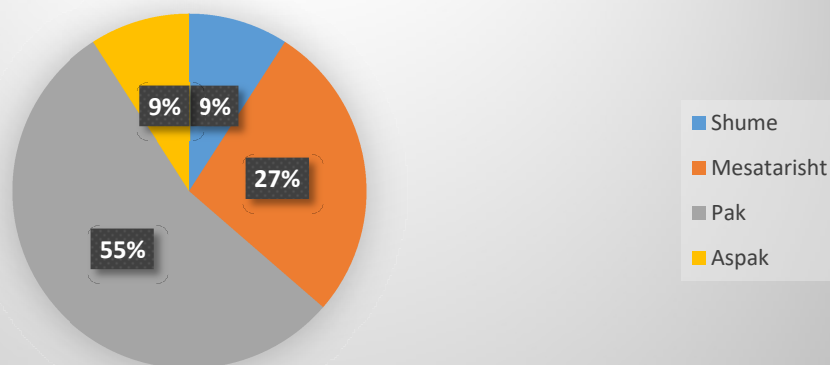
Sa i përket pyetjes së parë se cilët ishin burimet e financimit shumica e tyre 45.45% ose 5 prej NS financoheshin me kapitalin vetanak, 3 prej tyre ose 27.27% financoheshin nëpërmjet granteve – donacioneve, ndërsa 3 prej tyre ose 27.27% janë përgjigjur që kanë më tepër burime të financimit edhe atë: kapitalin vetanak, kreditet, donacionet si dhe sektori i biznesit.

Fig.6.7 Burimet e finacimit



Bazuar në pyetjen e dytë se sa sektori i biznesit ju ndihmon në financimit e aktiviteteve shumica prej tyre 6 NS ose 55% janë përgjigjur që pak ju ndihmojnë bizneset private, 3 prej tyre ose 27% thojnë që aspak nuk ju ndihmon sektori i biznesit, 1 nga ato ose 9% janë përgjigjur mesatarishtë ndërsa 1 prej tyre ose 9 % thojnë që u ndihmon shumë sektori i biznesit.

Fig.6.8 Sa sektori i biznesit i financon projektet e NS



Sa i përket pyetjes së tretë se sa shteti ju ndihmon ndërmarrjeve sociale 6 prej tyre ose 55% janë përgjigjur që aspak nuk ju ndihmon në realizimin e projekteve, 4 prej tyre ose 36% janë përgjigjur që pak ju ndihmon ndërsa 1 prej tyre ose 9% janë të kënaqur dhe thonë që ju ndihmon shumë shteti.

Fig.3.9 Sa shteti ndihmon ne financimin e projekteve te NS



Pyetja e radhës ishte me problemet në të cilët ballafaqoheshin ndërmarrjet sociale gjatë financimit të aktiviteteve të tyre.

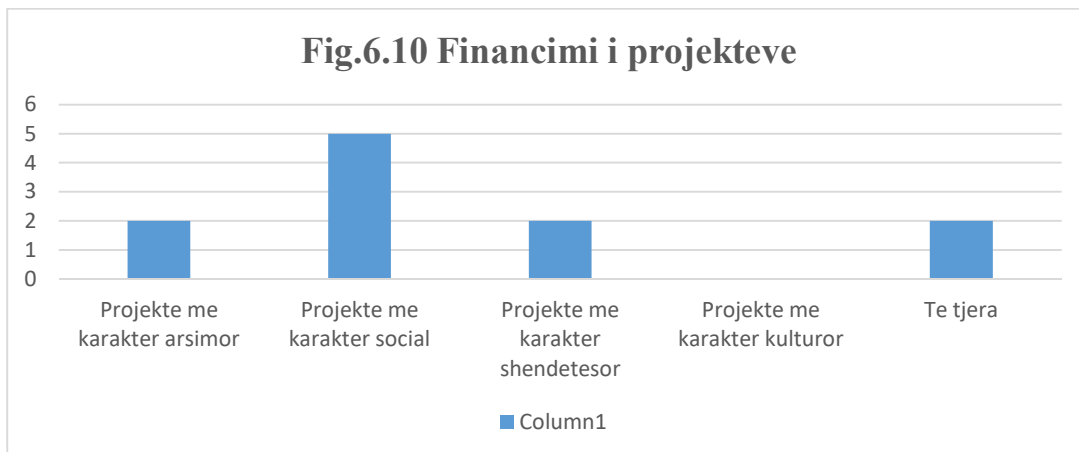
Më poshtë janë paraqitur disa probleme:

- Mungesë e kapitalit qarkullues
- Mungesa e të kuptuarit të konceptit - ndërmarrjeve sociale
- Pas përfundimit të projektit, puna në të njëjtën fushë do të përfundon

- Pjesa më e madhe e donatorëve nuk financojnë rroga për të punësuarit
- Qëndrueshmëria pas përfundimit të projekteve
- Nuk ka asnjë partner nga ana e institucioneve të sistemit për ndonjë mbështetje
- Mungesa e parave
- Si mungese është financimi i qëndrueshëm, si dhe mungesa e fondeve specifike për ne

Disa ndërmarrje sociale janë përgjigjur që nuk hasen në probleme gjatë financimit të projekteve të tyre.

Pyetja e fundit sa i përket kategorisë së tretë ka të bëjë me projektet që më së shumti financohen dhe janë të rëndësishme për vendin tonë. Nga gjithsej 11 ndërmarrje të anketuara 5 prej tyre ose 46% prej tyre janë përgjigjur që më së shumti financohen projektet me karakter social, 2 prej tyre ose 18% janë përgjigjur që më së shumti financohen dhe kanë rëndësi projektet me karakter arimor, 2 prej tyre ose 18% thonë që janë projektet me karakter shëndetësor, njëra prej ndërmarrjeve sociale është përgjigjur- projektet që kanë të bëjnë me politikat ditore për fat të keq, ndërsa njera thotë që ndërmarrjet sociale askush nuk i njeh dhe nuk financojnë asnjë kategori.

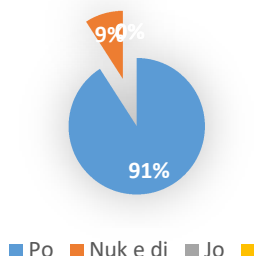


Kategoria e katërt dhe e fundit sa i përket pyetësorit për ndërmarrjet sociale ka të bëjë me rëndësinë e ndërmarrjes sociale.

Pyetja e parë e kësaj kategorie ka të bëjë me atë se ndërmarrjet sociale a dëshirojnë të bashkëpunojnë me sektorin e biznesit. Nga figura më poshtë mund të shohim që 91% e

ndërmarrjeve dëshirojnë të bashkëpunojnë me sektorin e biznesit ndërsa 9% prej tyre ende nuk e dinë se a duan apo jo. Nga këtu mund të përfundojmë që asnjë ndërmarrje nuk është përgjigjur që nuk dëshiron të bashkëpunojë me bizneset dhe se shumica prej tyre dëshirojnë të bashkëpunojnë.

Fig. 6.11 Bashkëpunimi i NS me sektorin e biznesit



Pyetja e radhës ka të bëjë me përparësit dhe mangësite e ndërmarrjeve sociale të anketuara.

Më poshtë janë dhënë përgjigjet e tyre.

- Mangesi është se ndërmarrjet sociale janë të parregulluara juridikisht, pa stimuj ose përjashtime duke pasur parasysh problemet sociale ne jemi duke u përpjekur t'i ndihmojmë në zgjidhjen e tyre ndërsa ne anen tjetër janë përgjegjësi e institucioneve.
- Disavantazhi është se ne jemi të financuar përmes një projekti të vetëm.
- Disavantazhi është që ndërmarrjet sociale nuk njihen si një formë e veçantë dhe nuk ka ligj / rregullore për punën e tyre.
- Mangesi është se ne nuk njihemi si ndërmarrje sociale si dhe mungesa e një ligji për ndërmarrjet sociale.
- Ne jemi duke zgjedhur shumë problem sociale, ndërsa nuk jemi aspak të njohur nga ana e shtetit.
- Ne shkaktojmë ndryshim pozitiv shoqëror, por ne përdorim burimet tona për ta bërë këtë.
- Përparësi e jona është promovimi konkurrues për shkak të markës që kemi dhe njohjes së publikut. Disavantazhi jone është mungesa e fondeve për zhvillim.

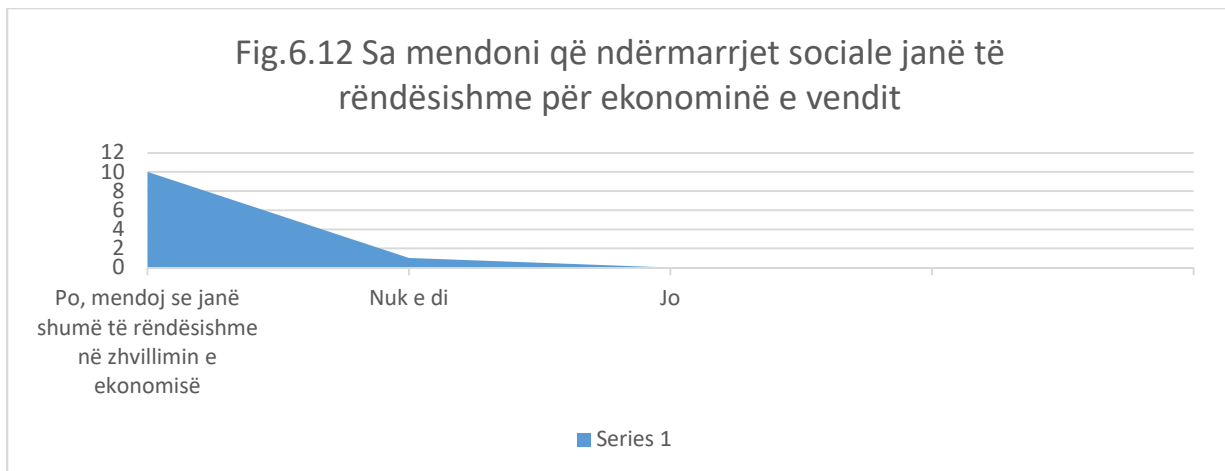
- Dobësitë janë financat, ndersa perparesi eshte arritja e mireqenies per kategorin qe eshte e prekur.

Nga përgjigjet e mësipërme mund të përfundojmë se shumica e ndërmarrjeve sociale janë përgjigjur vetëm për mangësitë e tyre, ajo që ata e shohin si disavantazh janë mjetet financiare, si dhe mungesa e një rregullore për punën e tyre.

Pyetja e radhes është se si ndërmarrjet sociale do ti motivojnë të tjerët që të kycen në këto ndërmarrje. Në vazhdim i kemi disa përgjigje nga ana e ndërmarrjeve të anketuara.

- Vetëm duke shkëmbyer përvoja dhe njohuri
- Duke paraqitur shembuj individual
- Përmes programeve të ndryshme për të promovuar dhe edukuar të rinjtë për përfitimet e sipërmarrjes sociale
- Ndiqni shembullin tonë duke inkurajuar vullnetarizmin në aktivitete
- Përmes angazhimeve vullnetare
- Me shembullin tonë të dashurisë, qëndrueshmërisë dhe këmbënguljes në atë që bëjmë
- Pa ndarjen e ndërmarrjeve social nuk ka asnjë ndryshim social
- Me shembuj të ndryshëm

Pyetja e rradhës bazohet në atë se sa ndërmarrjet sociale mendojnë që janë të rëndësishme për ekonominë e vendit tonë. Nga përgjigjet e mara shohim që 10 prej tyre janë përgjigjur se ata janë shumë të rëndësishme në zhvillimin e ekonomisë së vendit ndërsa vetëm një ndërmarrje thotë nuk e dinë se a janë të rëndësishme.

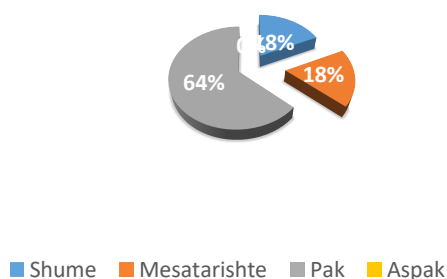


Ndërmarrjet sociale ashtu sic e kemi cekur edhe në kapitullin e dytë, duhet të jenë shumë kreative me aktivitetet e tyre. Të gjithë ndërmarrjet sociale janë përgjigjur që aktivitetet duhet të jenë sa më kreative dhe inovative.

Pyetja e fundit për ndërmarrjet sociale ishte se sa mendojnë ata që shoqëria jonë ka njohuri për NS.

Në figurën më poshtë mund të shohim që 64% prej tyre ose 7 ndërmarrje sociale mendojnë që shumë pak shoqëria jonë ka njohuri për ndërmarrjet sociale, 18% ose 2 ndërmarrje mendojnë që aspak nuk kanë njohuri ndërsa 18% ose 2 prej tyre janë përgjigjur që mesatarishte kanë njohuri.

Fig. 6.13 Sa shoqëria jonë ka njohuri për NS



5.2 Prezantimi dhe analiza e të dhënave nga anketimi i bizneseve private

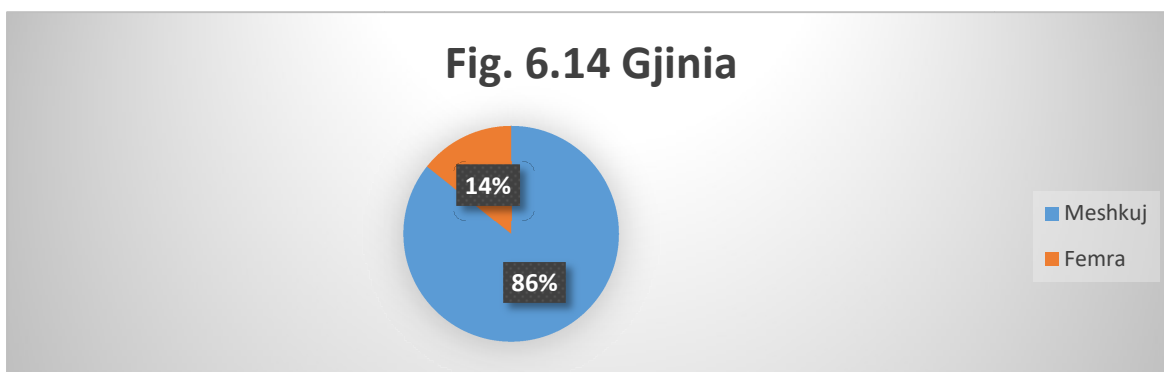
Pyetësi i dytë ishte për bizneset private, ku u përgjigjen 21 pronarë të kompanive të ndryshme.

Kompanitë të cilët iu përgjigjen anketës janë:

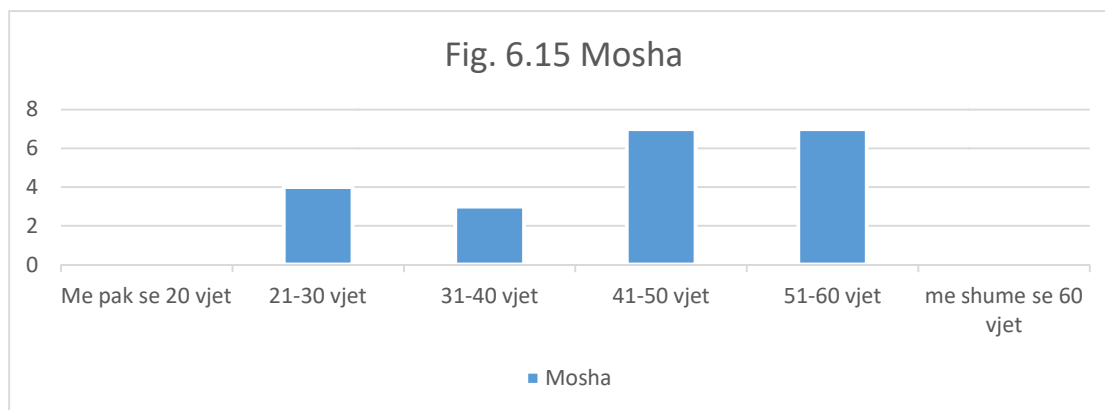
Baudom, Baukop, Bentrejd, Bodini Kompani, Dauti Komerc, Intermol Center, Kofi Korner, Living Inn, Omsu-Ag, On-Er, Sarp Ltd, Saf Meris, Tempo Profili 99, Via Home Store, Shuko-

Eko, Gama Gradba, Bonita Trejd, Euro Granit, ndërsa tre prej tyre nuk kanë shënuar emrin e kompanisë.

Sa i përket gjinisë së pronarëve shohim që shumica i takojnë gjinisë mashkullore, edhe atë 18 prej tyre konkretisht 86%, ndërsa vetëm 3 ose 14 % i takojnë gjinisë femërore.

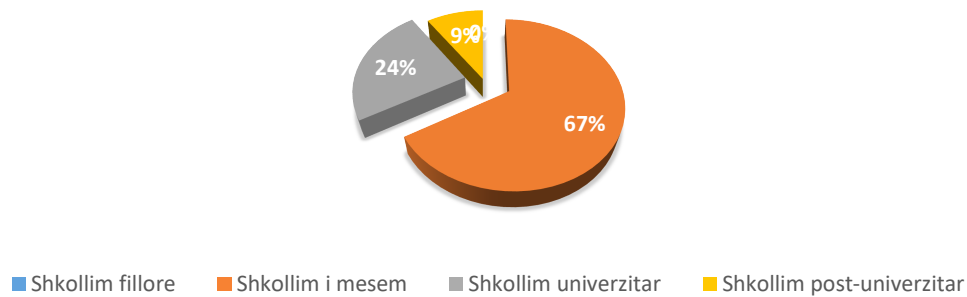


Sa i përket moshës së pronarëve të bizneseve shumica i takojnë moshës mbi 41 vjeçare, edhe atë 7 prej të anketuarve janë të moshës 51-60 vjeçare, 7 prej të anketuarve janë të moshës 41-50 vjeçare, 3 prej të anketuarve janë të moshës 31-40 vjeçare ndërsa 4 prej tyre janë ndërmjet moshës 21-30 vjeçare.



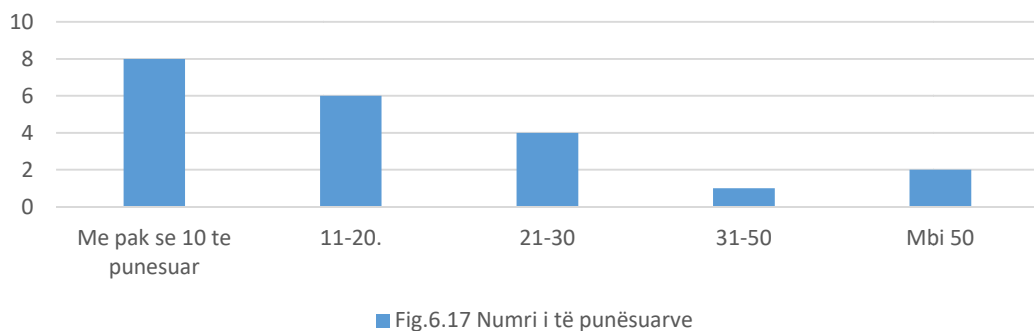
Pyetja e radhës ishte në lidhje me edukimin e pronarëve të bizneseve private ku vim në përfundim që shumica prej tyre konkretisht 67% ose 14 pronarë janë me shkollim të mesëm, 5 prej tyre ose 24% janë me shkollim univerzitar ndërsa 9% apo vetëm 2 prej tyre janë me shkollim post univerzitar.

Fig.6.16 Edukimi



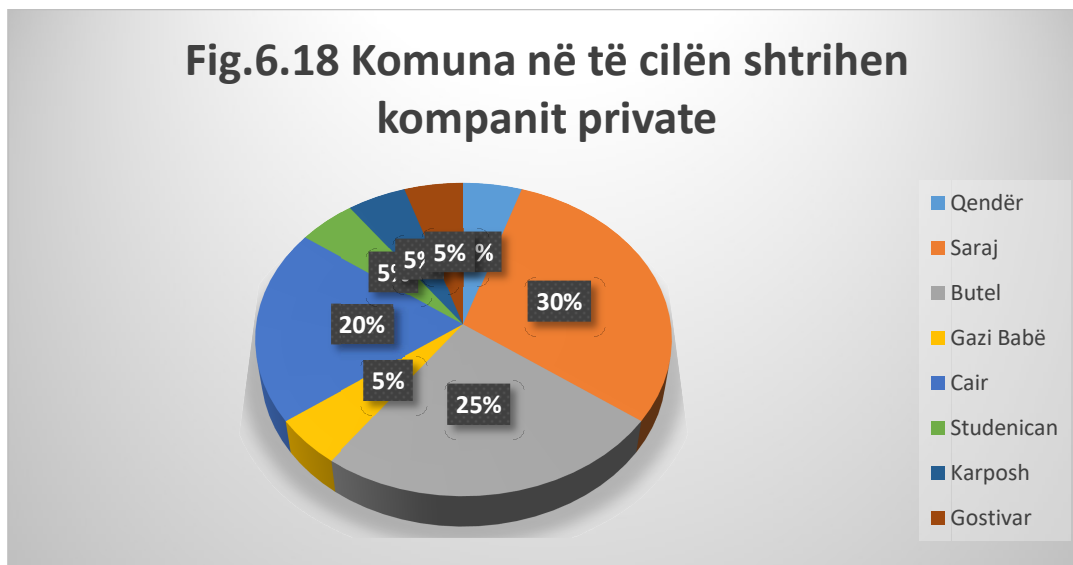
Bazuar në pyetjen se sa ishte numri i të punësuarve në bizneset e anketuar shohim që 8 prej tyre ose 38.1% kanë më pak se 10 të punësuar, 6 prej tyre kanë 11-20 të punësuar ose 28.6%, 4 prej ndërmarrjeve të anketuara gjithashtu kanë 21-30 të punësuar ose 19% nga total i ndërmarrjeve, 1 prej tyre kishte 31-50 të punësuar ose 4.8%, ndërsa 2 prej tyre kishin mbi 50 të punësuar konkretisht 9.5% nga total i tyre.

Fig.6.17 Numri i të punësuarve



Komunat në të cilën shtrihen bizneset e anketuar shohim që pjesa më e madhe konkretisht 6 prej tyre i takojnë komunës së Sarajit, 5 prej tyre i takojnë komunës së Butelit, 4 prej tyre i takojnë komunës Cair, 1 prej tyre i takon komunës Qendër, 1 i takon komunës së Gazi Babës, 1 prej tyre i takon komunës së Studenicanit, 1 i takonte komunës së Gostivarit dhe 1 prej tyre komunës Karposh.

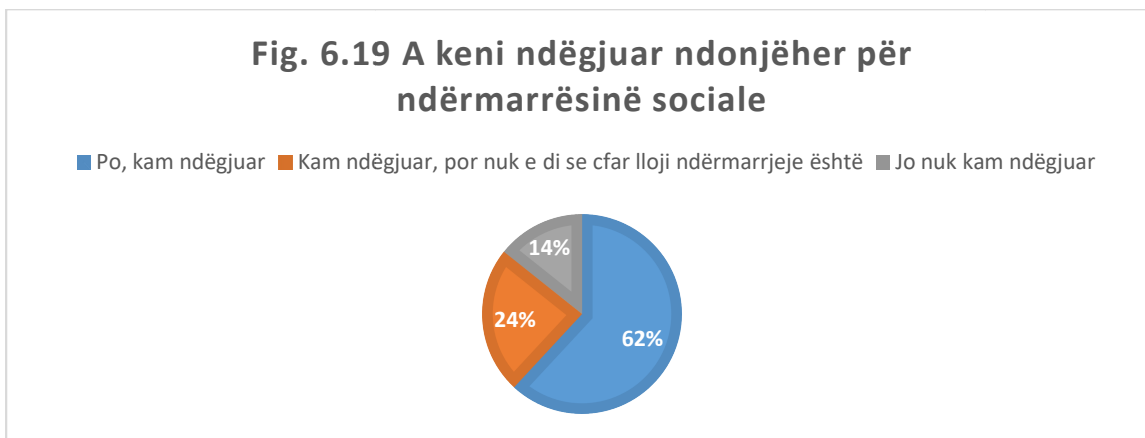
Fig.6.18 Komuna në të cilën shtrihen kompanit private



Tani shkojmë te kategoria që neve më tepër na intereson konkretisht, sa bizneset kanë informata për ndërmarrjet sociale dhe sa ata dëshirojnë që të bashkëpunojnë me ato.

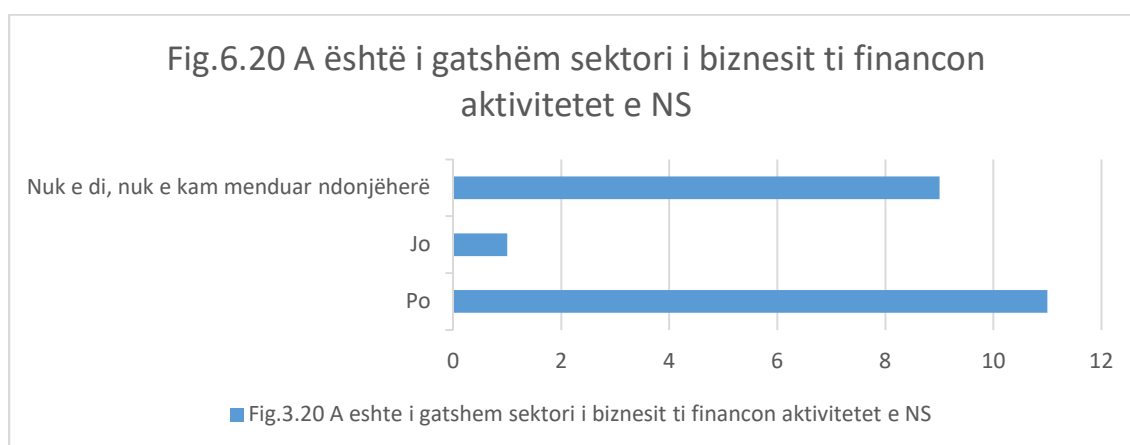
Lidhur me pyetjen se sa kanë njohuri bizneset për ndërmarrjet sociale shohim që 13 prej tyre ose 62% kanë dëgjuar për ndërmarrësinë sociale, 5 prej tyre ose 24% kanë dëgjuar por nuk e dinë saktë se cfar lloji i ndërmarrjes është ndërsa 3 prej tyre ose 14% nuk kanë dëgjuar aspak në lidhje me këto lloje të ndërmarrjeve.

Fig. 6.19 A keni ndëgjuar ndonjëher për ndërmarrësinë sociale

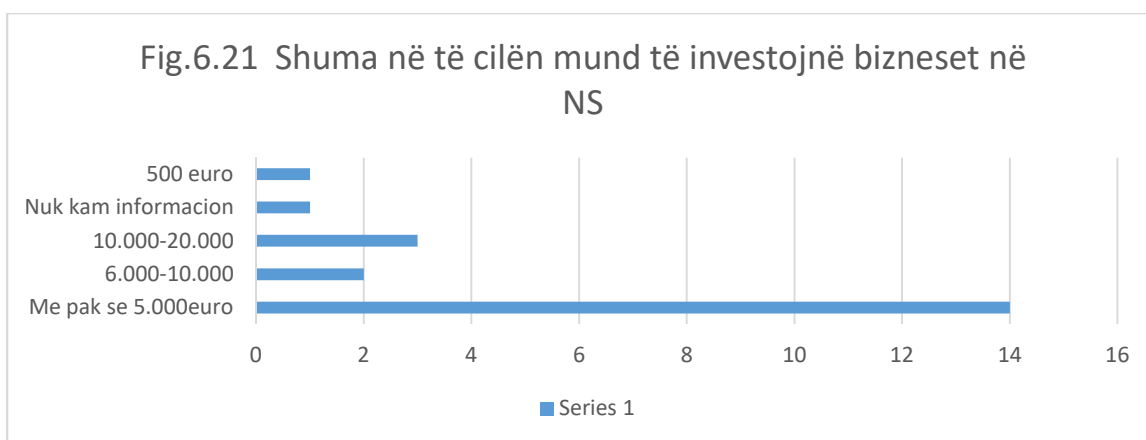


Sa sektori i biznesit është i gatshëm për ti financuar aktivitetet e ndërmarrjeve sociale shohim që 52.38% ose 11 prej tyre janë të gatshëm që të financojnë aktivitetet e tyre, 42.86% ose

9 prej tyre nuk e kanë menduar ndonjëherë që të ndihmojnë këto ndërmarrje ndërsa 4.76% ose 2 prej tyre nuk i financojnë aktivitetet e ndërmarrjeve sociale.

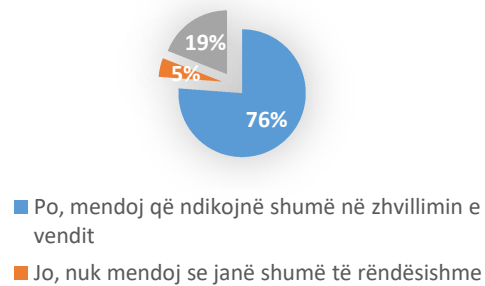


Ndërsa shumën në të cilën ata mund të investojnë në këto ndërmarrje sociale është prezantuar më poshtë.



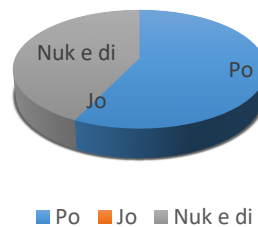
Sa mendojnë bizneset që ndërmarrjet sociale janë rëndësishme për ekonominë e vendit tonë, vëmë në përfundim se 76% ose 16 prej tyre mendojnë që janë shumë të rëndësishme për zhvillimin e vendit, 5 % ose vetëm njëra prej tyre nuk mendon se janë të rëndësishme, ndërsa 19% ose 4 prej tyre janë indiferent.

Fig.6.22 Sa mendojnë bizneset që NS janë të rëndësishme për vendin tonë

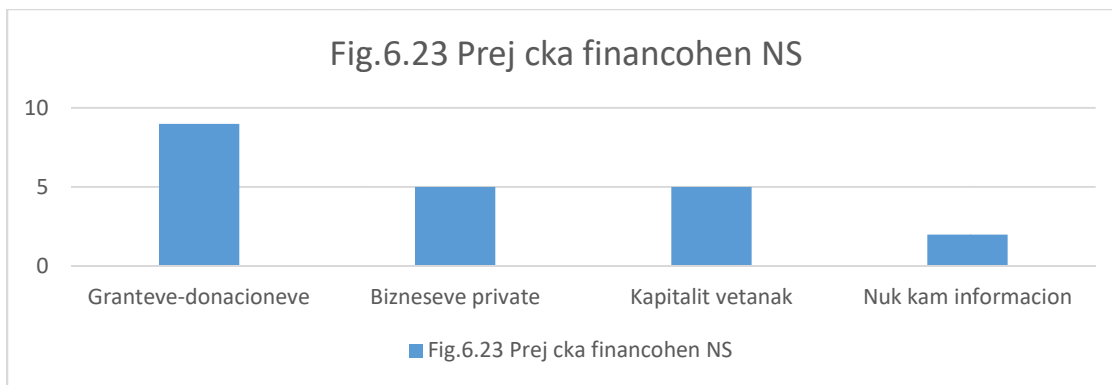


Sektori i biznesit është i gatshëm që të bashkëpunon me ndërmarrjet sociale, këtë e shohim edhe nëpërmjet anketës por edhe nëpërmjet intervistës me disa pronarë të kompanive ku ata janë në gjendje të kontribojnë shumë në këto ndërmarrje. Në figurën më poshtë shohim që 57.1% ose 12 prej tyre janë të gatshëm për një bashkëpunim ndërsa 42.9% ose 9 prej tyre janë përgjigjur që nuk e dinë, mirëpo shohim që askush nuk është përgjigjur që nuk dëshiron bashkëpunim me ndërmarrjet sociale.

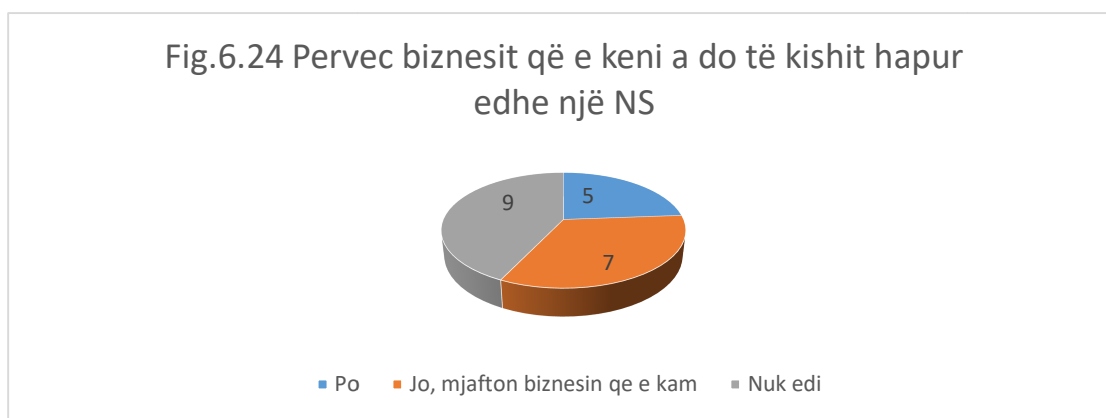
Fig.6.23 A do të ishit të gatshëm që të bashkëpunoni me NS



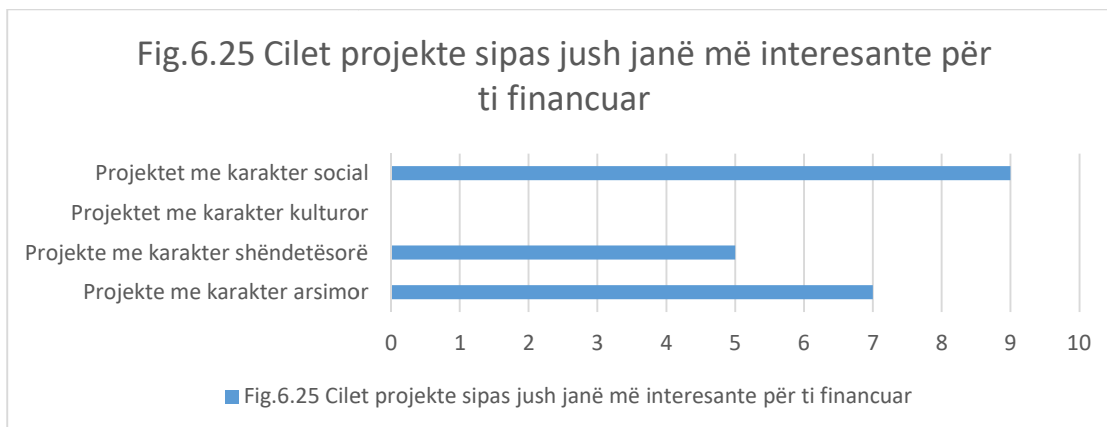
Pyetja e radhës kishte të bëjë me atë se sipas bizneseve prej cka financohen ndërmarrjet sociale më së shumti. Sipas përgjigjeve të tyre shohim që 42.9% ose 9 prej tyre mendojnë që financohen nëpërmjet granteve-donacioneve, 5 prej tyre ose 23.8% mendojnë që financohen prej bizneseve private, 5 prej tyre ose 23.8% prej kapitalit vetanak, ndërsa 2 prej tyre ose 9.5% nuk kanë informacion.



Sa i përket pyetjes se përvec biznesit që e kanë a do të kishin hapur edhe një ndërmarrje sociale, 42,9% prej tyre janë përgjigjur që nuk e dine, 33,3% janë kundër hapjes së një ndërmarrje sociale, thonë që u mjafton biznesi që e kanë ndërsa 23,8% do të kishin hapur edhe një ndërmarrje sociale.



Dhe pyetja e fundit se cilat projekte sipas bizneseve do të ishin më interesante për ti financuar, shohim që shumica prej tyre 9 ose 42,9% i financojnë projektet me karakter social, 33,3% ose 7 prej tyre i financojnë projektet me karakter arsimor ndërsa 23,8% ose 5 prej tyre i financojnë projektet me karakter shëndetësorë.

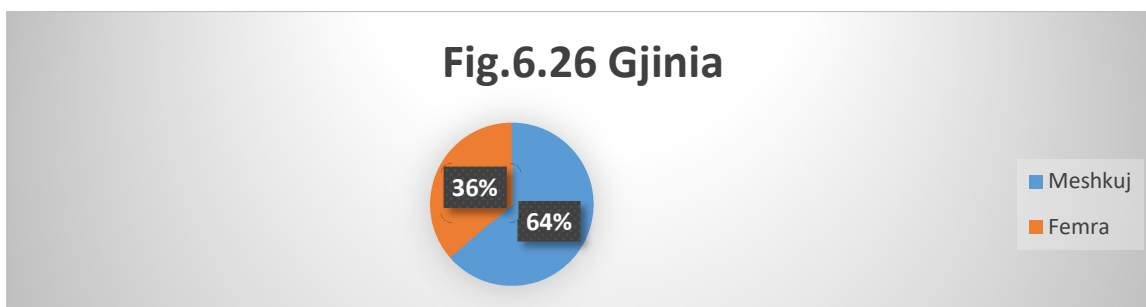


5.3 Prezantimi dhe analiza e të dhënave nga anketimi i personave fizik

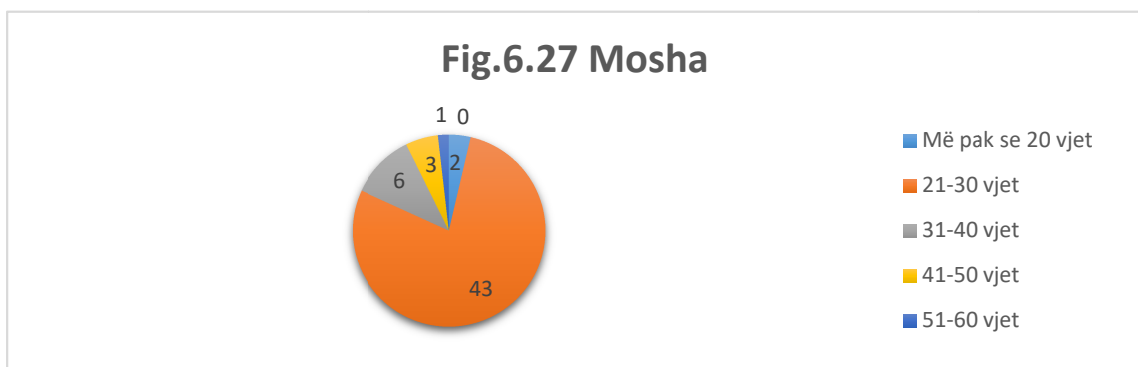
Në vazhdim do ti paraqesim rezultatet e pyetësorit të fundit i cili ishte i dedikuar për personat fizik me qëllim që të kuptojmë se sa ata kanë njohuri për ndërmarrësinë sociale. Pyetësi është shpërndarë tek individë të ndryshëm, të grupmoshave të ndryshme ku iu përgjigjen 55 persona.

Pjesa e parë e pyetësorit sikurse pyetësorët paraprak kishte të bëjë me informatat personale.

Pyetësorit iu përgjigjen gjithsej 35 femra dhe 20 meshkuj konkretisht 64% ishin të gjinisë femërore ndërsa 36 % i takonin gjinisë mashkullore.

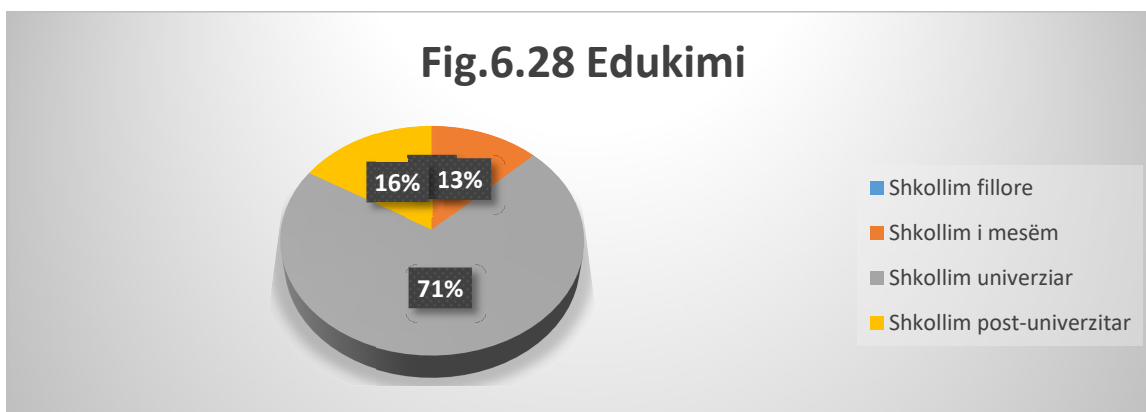


Lidhur me moshën e të anketuarve shumica prej tyre, 43 persona ose 78.2% ishin ndërmjet moshës 21-30 vjeçare, 2 prej tyre ose 3.6% ishin më pak se 20 vjeç, 6 persona ose 10.9% i takonin moshës 31-40 vjeçare, 3 persona konkretisht 5.5% i takonin moshës 41-50



vjeçare, ndërsa vetëm 1 prej tyre ose 1.8% ishte i moshës 51-60 vjeçare.

Sa i përket edukimit të personave në të cilën iu përgjigjen anketës, 39 prej tyre ose 71% ishin me shkollim univerzitar, 9 prej tyre ose 16 % ishin me shkollim post univerzitar ndërsa 7 prej tyre ose 13% ishin me shkollim të mesëm.



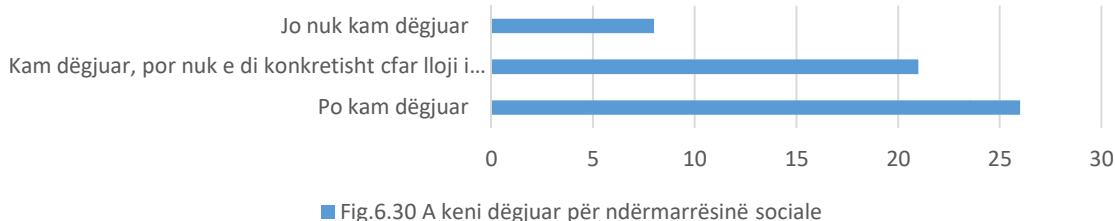
Pyetja e katërt dhe e fundit sa i përket kategorisë së parë që kishte të bëjë me informata personale lidhet me statusin e personave të anketuar ku prej tyre 29 ose 53% ishin të martuar ndërsa 26 ose 47% ishin beqarë.

Fig.6.29 Statusi



Kategoria e dytë e pyetjeve kishte të bëjë me ndërmarrësinë sociale. Sa i përket pyetjes se sa shoqëria jonë ka ndëgjuar ndonjëherë për ndërmarrësinë sociale shohim që 26 prej tyre ose 47.3% kanë dëgjuar për ndërmarrësinë, 21 ose 38.2% kanë dëgjuar por nuk e dinë konkretisht se cfar lloji i ndërmarrjes është, ndërsa 8 prej tyre ose 14.5% nuk kanë ndëgjuar.

Fig.6.30 A keni dëgjuar për ndërmarrësinë sociale



Pyetja e radhës ka të bëjë me atë se sa shoqëria jonë ka njohuri për qëllimin e ndërmarrjes sociale. Nga përgjigjet e tyre shohim që 27 prej tyre ose 49% kanë ndëgjuar por nuk janë të sigurt, 10 prej tyre ose 18% nuk e dinë ndërsa 18 prej tyre ose 33% e dinë dhe kanë shumë informata rreth ndërmarrësisë sociale.

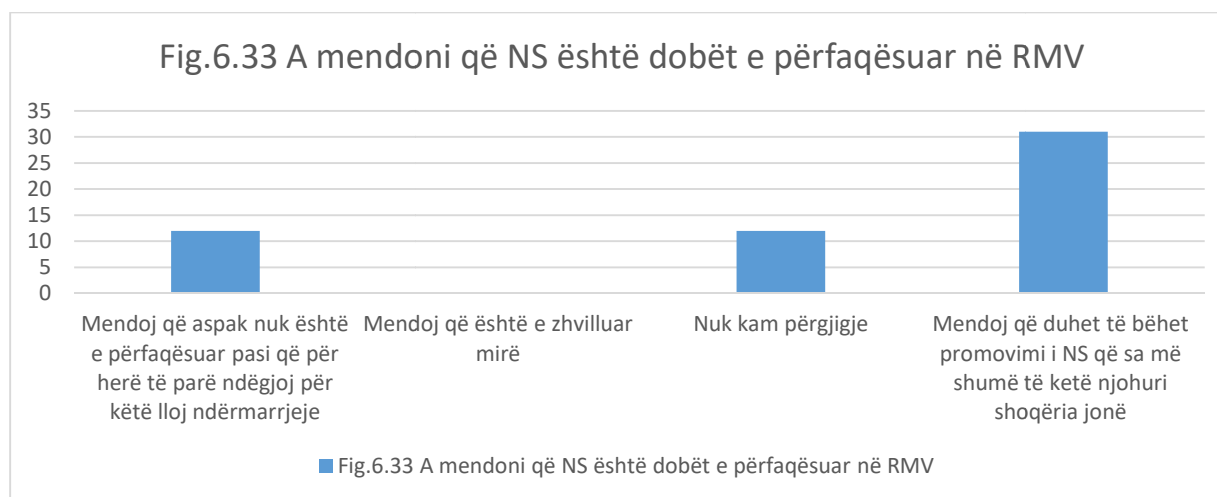
Fig.6.31 A e dini cili është qëllimi i një ndërmarrje sociale



Sa i përket asaj se sa shoqëria jonë dallon ndërmarrjen sociale nga një ndërmarrje klasike shohim që 24 prej tyre ose 44% nuk e dinë se cili është dallimi, 21 prej tyre ose 38% e dinë ndërsa 10 prej tyre ose 18% janë indiferent.

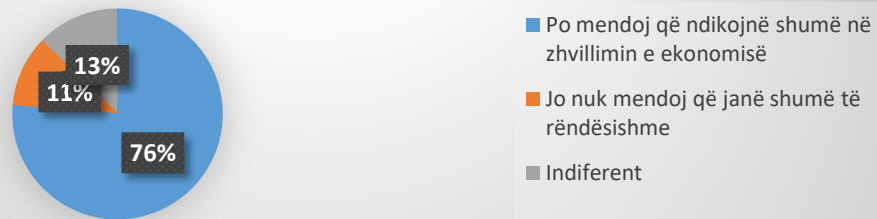


Pyetja e radhës ka të bëjë me atë se sa është e përfaqësuar ndërmarrësia sociale në vendin tonë. Lidhur me këtë pyetje shohim që shumica prej tyre konkretisht 56.4% ose 31 prej tyre mendojnë që duhet të bëhet promovimi i ndërmarrësisë sociale që sa më shumë të ketë njohuri shoqëria jonë dhe të kycet sa më shumë në këto ndërmarrje, 12 nga të anketuarit ose 21.8% nuk kanë përgjigje, si dhe 12 prej tyre ose 21.8% mendojnë që aspak nuk është e përfaqësuar pasi që për herë të parë ndëgjojnë për këtë lloj ndërmarrjeje.



Sa mendon shoqëria jonë se ndërmarrjet sociale janë të rëndësishme për ekonominë e vendit tonë vim në konkludim se shumica prej tyre 42 ose 76% mendojnë që ndikojnë shumë në zhvillimin e ekonomisë, 6 prej tyre ose 11 % mendojnë që nuk ndikojnë shumë në zhvillimin e ekonomisë ndërsa 7 ose 13% prej tyre janë indiferent.

Fig.6.34 A mendoni që NS janë të rëndësishme për ekonominë e vendit tonë

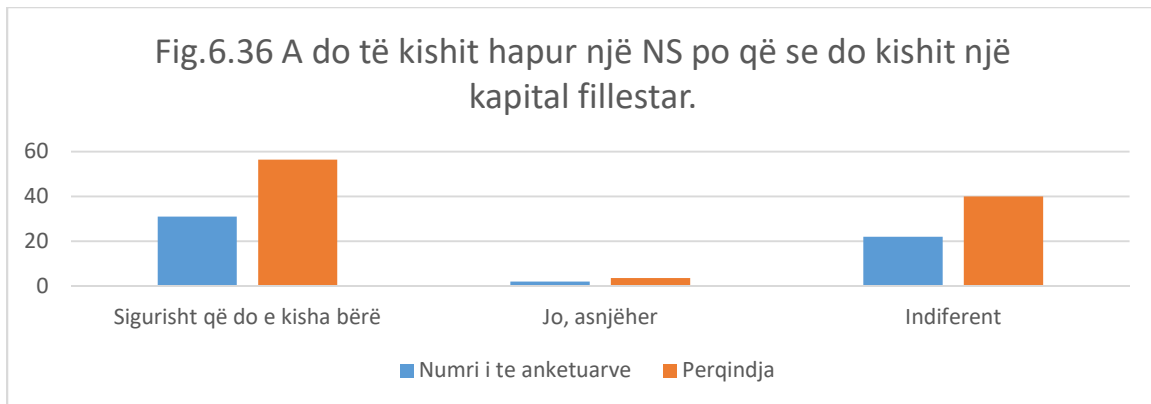


Pyetja e fundit e kategorisë së dytë ka të bëjë me atë se sa shoqëria jonë mendon që ndërmarrjet sociale ndikojnë në uljen e papunësisë. Nga përgjigjet e tyre shohim që 78% ose 43 prej tyre mendojnë që ndikojnë shumë në uljen e papunësisë, 4 prej tyre ose 7% nuk mendojnë se ndikojnë në uljen e papunësisë ndërsa 8 prej tyre ose 15% janë indiferent.

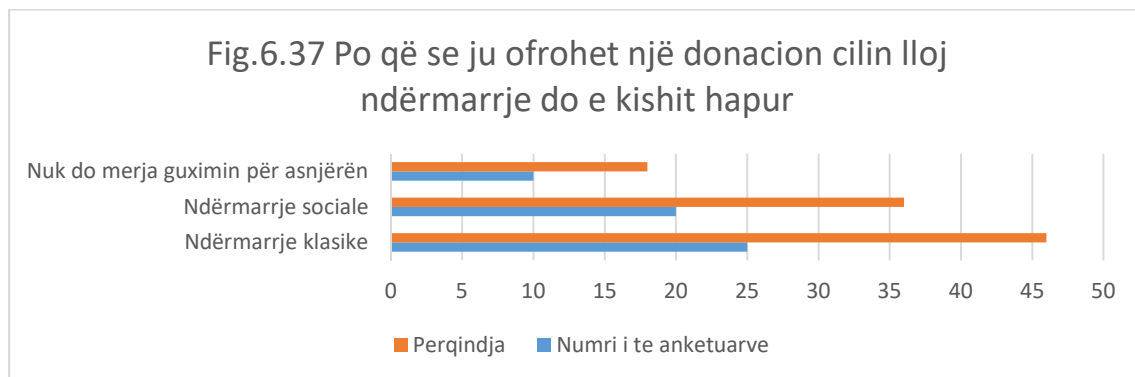
Fig.6.35 A mendoni që NS ndikojnë në uljen e papunësisë



Tani kthehemi në kategorinë e tretë dhe të fundit sa i përket pyetësorit. Pyetja e parë e kësaj kategori se a do të kishin hapur një ndërmarrje sociale po që se do të kishin një kapital fillestar, shohim që shumica prej tyre 31 ose 56% thonë që do e kishin bërë një gjë të tillë, 2 prej tyre ose 4% nuk do e kishin bërë ndërsa pjesa tjetër 22 prej tyre ose 40% janë indiferent.

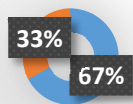


Sigurisht që dëshirojmë që të dimë se shoqëria jonë më tepër dëshiron të hapë një ndërmarrje sociale apo një ndërmarrje klasike. Nëpërmjet pyetjes së radhës se po që se ju ofrohet një donacion nga jashtë cilin lloj të ndërmarrjeje do e kishit hapur shohim që 25 prej tyre ose 46% më tepër dëshirojnë të hapin një ndërmarrje klasike – fitimprurëse, 20 prej tyre ose 36% dëshirojnë një ndërmarrje sociale ndërsa 10 prej tyre ose 18% nuk do merrnin guximin për asnjërin.



Pyetja e radhës na mundëson të marim përgjigje se sa shoqëria ka informata në lidhje me procesin e punës së një ndërmarrje sociale. Nga këtu shohim që 37 prej tyre ose 67% nuk kanë asnjë informatë se si funksionon një ndërmarrje sociale ndërsa 18 prej tyre ose 33% kanë informata të mjaftueshme.

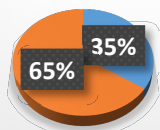
Fig.6.38 A mendoni se keni informata të mjaftueshme në lidhje me procesin e punës...



Jo, nuk kam asnjë informat
Po, kam informata të mjaftueshme

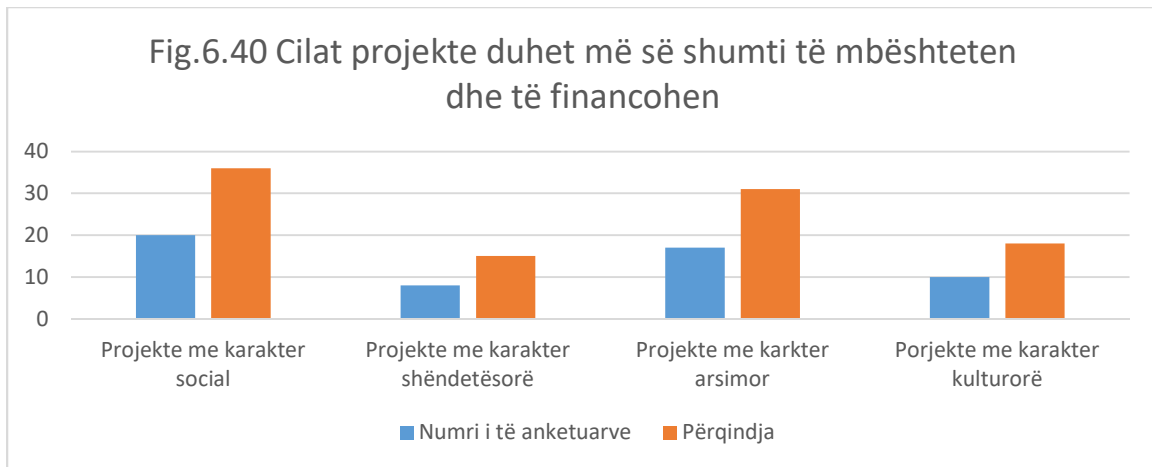
Ndërmarrjet sociale që veprojnë në Maqedoninë Veriore shumë pak prej nesh i njohin, këtë edhe e vërtetuan nëpërmjet pyetjes se a njohin ndonjë ndërmarrje sociale që operon në vendin tone dhe shohim që 65% ose 36 prej tyre nuk njohin asnjë ndërmarrje sociale ndërsa pjesa tjetër konkretisht 35% ose 19 prej tyre i njohin disa prej ndërmarrjeve sociale.

Fig.6.39 A njihni ndonjë NS që operon në RMV



Po
Jo

Pyetja e fundit e cila i është bërë edhe shoqërisë sonë se cilat projekte duhet më së shumti të mbështeten dhe financohen, shohim që 20 prej tyre ose 36% mendojnë që duhet të mbështeten projektet me karakter social, 8 prej tyre ose 15% projektet me karakter shëndetësorë, 17 individë ose 31% projektet me karakter arsimor ndërsa 10 prej tyre ose 18% thonë që duhet të mbështeten projektet me karakter kulturor.



5.4 Testimi i hipotezave të parashtruara

Që kur u fillua përpilimi i këtij punimi u parashtruan 3 hipoteza:

Hipoteza 1

H1- Ndërmarrësia sociale nuk është koncept mjaft i njohur në shoqërin tonë

Hipoteza 2

H2- Sektori i biznesit është i gatshëm për financimin e aktiviteteve të ndërmarrësisë sociale

Hipoteza 3

H3- Ndërmarrjet sociale më së shumti financohen nëpërmjet donacioneve

Për hipotezën e parë bizneseve dhe individëve iu parashtrua pyetja se a kanë ndëgjuar ndonjëherë për ndërmarrësinë sociale dhe rezultatet ishin këto:

Njohuri për NS	Numri i anketimeve	Përqindja
----------------	--------------------	-----------

Po kam ndëgjuar	39	51.315%
Jo nuk kam ndëgjuar	11	14.473%
Kam ndëgjuar por nuk e di konkretisht se cfar lloji i ndërmarrjes është	26	34.210%
Gjithsej	76	100%

Duke pasur parasysh faktin se 51% prej bizneseve dhe individëve kanë ndëgjuar për ndërmarrësinë sociale ndërsa 34% kanë ndëgjuar por nuk e din konkretisht se cfar lloji i ndërmarrjes është e hudhim poshtë hipotezën e parë pasi që shohim se shumica prej tyre e kanë ndëgjuar. Vetëm 10 prej të anketuarve nuk e kanë ndëgjuar e cila përfshin 14% të totalit .

Hipoteza e dytë ishte sa sektori i biznesit është i gatshëm për financimin e aktiviteteve të ndërmarrësisë sociale. Për këtë hipotezë u parashtrua pyetja tek bizneset se a dëshirojnë që ti financojnë aktivitetet e ndërmarrjeve sociale dhe a dëshirojnë të bashkëpunojnë me ndërmarrjet sociale, shohim këto rezultate:

Financimi i aktiviteteve të NS	Numri i anketimeve	Përqindja
Po	11	52.38%
Jo	1	4.76%
Nuk e di, nuk e kam menduar ndonjëher	9	42.85%
Gjithsej	21	100%

Bashkëpunim me NS	Numri i anketimeve	Përqindja
-------------------	--------------------	-----------

Po	12	57.14%
Jo	0	0%
Nuk e di	9	42.85%
Gjithsej	21	100%

Nga përgjigjet e këtyre dy pyetjeve që ishin për të vërtetuar hipotezën e dytë, mund të konkludojmë se 52% prej bizneseve janë të gatshëm që ti financojnë aktivitetet e ndërmarrjeve sociale ndërsa 57% prej tyre janë të gatshëm për një bashkëpunim me këto ndërmarrje. Shohim që asnjë kompani nuk është përgjigjur që nuk dëshiron të bashkëpunojë me NS por kishte prej atyre që ishin indiferent dhe nuk e kishin menduar ndonjëher. Sipas rezultateve, pranojmë hipotezën e dytë si të tillë pasi që shohim që sektori i biznesit është i gatshëm për financim dhe bashkëpunim me ndërmarrjet sociale.

Hipoteza e tretë dhe e fundit ishte se ndërmarrjet sociale më së shumti financohen nëpërmjet donacioneve-granteve. Për këtë hipotezë u parashtrua pyetja se cilët ishin burimet e tyre të financimit. Më poshtë i kemi rezultatet e anketës:

Burimet e financimit	Numri i anketimeve	Përqindja
Donacioneve-granteve	3	27.27%
Kapitalit vetanak	5	45.5%
Sektori i biznesit	0	0%
Shteti	0	0%
Donacione, kapital vetanak. Bizneset,kreditë	3	27.27%
Gjithsej	11	100%

Duke pasur parasysh faktin që shumica e të anketuarve edhe atë 5 prej tyre konkretisht 45.5% financohen nëpërmjet kapitalit vetanak, hipotezën e trete e hudhim poshtë pasi që ndërmarrjet sociale më së shumti financohen nëpërmjet kapitalit të tyre e jo nëpërmjet donacioneve.

PËRMBLEDHJE

Në këtë punim morën pjesë gjithsej 87 individë ku 11 prej tyre ishin ndërmarrës social, 21 prej tyre pronarë të kompanive ndërsa 55 prej tyre persona fizik të grup moshave të ndryshme me statute të ndryshme. Prej tyre 43 ishin të gjinisë mashkullore ndërsa 44 ishin të gjinisë femërore.

Sa i përket edukimit 20 prej tyre ishin me shkollim të mesëm, 22 me shkollim univerzitar ndërsa 45 me shkollim post univerzitar.

Nga rezultatet e komentuara më lartë mund të përfundojmë se ndërmarrjet sociale më së shumti fiancohen nëpërmjet kapitalit të tyre. Sipas ndërmarrjeve sociale shumica prej tyre 64% mendojnë që shoqëria jone shume pak ka njohuri për ndërmarrjet sociale dhe këtë edhe e vertetua duke i pyetur individët se sa kanë njohuri për procesin e punës së një ndërmarrje sociale ku shumica prej tyre vetëm kishin ndëgjuar ose aspak nuk kishin informat se si funksionon një ndërmarrje e tillë. Sa i përket pyetjes se a njohin ndonjë NS që vepron në RMV, shumica prej tyre 66% nuk dinin asnjë ndërmarrje sociale. Bazuar në numrin e të punësuarve pamë që shumica prej tyre 54.5% kanë prej 3 deri në 5 të punësuar.

Shumica e ndërmarrësve social kishin mangësi mjetet financiare, si dhe problemet që ballafaqoheshin ato ishin se shumë pak i njohin këto ndërmarrje sociale dhe nuk ekziston një kornizë ligjore për këto ndërmarrje. Shumica e donatorëve thonë që i financojnë vetëm projektet ndërsa pagat për të punësuarit si dhe shpenzimet tjera administrative nuk i përfshijnë aspak. Qëndrueshmëria financiare paraqet sfidë për të gjithë, pa dallimin e formës juridike sipas të cilës janë regjistruar.

Biznes sektori është i gatshëm për bashkëpunim me këto ndërmarrje si dhe ndërmarrjet sociale janë të gatshëm për një bashkëpunim të tillë. Një bashkëpunim i tillë do mundëson që ndërmarrjet sociale të kycen në më shumë projekte pasi që do të kenë mjete edhe nga ana e bizneseve.

Nëpërmjet këtij punimi mësuam gjithashtu se cilët projektet duhet më së shumti të mbështeten. Nga gjithsej 87 të anketuar, 39% prej tyre ose të themi që shumica thonë që duhet të mbështeten projektet me karakter social, 30% projektet me karakter arsimorë, 17% projektet me karakter shëndetësorë, 12% projektet me karakter kulturorë ndërsa 2% janë përgjigjur për projekte të kategorive të ndryshme.

Sipas të anketuarve shohim që ndërmarrësia sociale është dobët e përfaqësuar në Maqedoninë e Veriut dhe duhet të bëhet promovimi i ndërmarrësisë sociale me qëllim që individët të kycen sa më shumë në këto lloje të ndërmarrjeve.

Nga anketimi i ndërmarrjeve sociale 55% prej tyre thonë që shteti aspak nuk ju ndihmon financiarisht në realizimin e projekteve të tyre, ndërsa sa i përket sektorit të biznsit shumica prej tyre 55% janë përgjigjur që pak ju ndihmon.

KONKLUZAT

Veprimtaria e ndërmarrjeve sociale duhet të jetë në fusha, të cilat i shërbejnë interesit publik, komunitetit, me anë të ofrimit të shërbimeve dhe të mallrave shtesë për të rritur cilësinë e jetës, kryesisht të grupeve përfituese në nevojë. Synohet përfshirja sociale dhe ri-integrimi i personave në ndihmë ekonomike, personave me aftësi të pakufizuara, si dhe duke patur si një nga prioritetet e qeverisë krijimi i mundësive të punësimit të grave, kryesisht në zona rurale

Ndërmarrjet sociale janë të rëndësishme për ndërtimin e një shoqërie të hapur, demokratike – përmes punës së tyre ata japin një shembull për atë se si mund të mendohet ndryshe dhe si duhet qasur çështjeve serioze, duke bërë me këtë rast ndryshime të mëdha shoqërore. Duke përdorur mjete dhe teknika të ndryshme biznesi, ndërmarrjet sociale zhvillojnë ide dhe zgjidhje inovative për problemet ekzistuese, e ngrenë vetëdijen për to, por edhe i motivojnë qytetarët dhe komunitetet që të jenë të vetëdijshëm dhe aktivë. Ndërmarrjet sociale janë efikase dhe efektive në krijimin e ndryshimeve të qëndrueshme pozitive shoqërore.

Entitetet të cilat e përbëjnë sektorin e ndërmarrjeve sociale në vend janë të llojllojshme. Edhe krahas mungesës së formave specifike juridike për ndërmarrjet sociale, një pjesë e akteve ligjore ekzistuese mundësojnë themelimin dhe funksionimin e entiteteve që mund të njihen si ndërmarrje sociale, si, për shembull, organizata dhe fondacione qytetare, kooperativa, shoqata mbrojtëse, oda të zejtarëve, kooperativa bujqësore si edhe sektori joformal për grumbullimin e mbeturinave e ka potencialin të transformohet përmes sipërmarrësisë sociale.

Gjatë vitit 2018/2019 Qeveria e Republikës së Maqedonisë së Veriut punoi në reformat në sistemin e furnizimeve publike dhe të mbrojtjes sociale, të cilat sigurojnë stimulimin e kornizës ligjore të mbrojtjes sociale.

REKOMANDIMET

Pas gjithë asaj që u tha në këtë punim, rekomandimet e mija do të ishin:

- Krijimi i një kornizë ligjore për një ndërmarrje sociale në Republikën e Maqedonisë së Veriut e cila do ta rregullojë procesin e marrjes së statutit;
- Krijimi i ndonjë organizate apo një ode e cila do lidhë ndërmarrjet sociale dhe bizneset ku NS do ti prezantonin projektet e tyre, idet ndërsa bizneset do të ndihmonin në realizimin e projekteve financiarisht;
- Ekziston mungesa e mbështetjes financiare nga vetëqeverisja lokale, qeveria dhe prej institucioneve të tjera publike andaj duhet që të krijohen fonde nga ana e shteti në realizimin e projekteve të ndërmarrjeve sociale;
- Krijimi i instrumenteve financiare inovative për mbështetjen e ndërmarrjeve sociale;
- Promovimi i ndërmarrjeve sociale nëpërmjet aktiviteteve dhe konferencave të ndryshme
- Sigurimi i qasjes në një grup më të gjerë shërbimesh, të cilat do t'u mundësojnë atyre të përgatiten për investime.

BIBLIOGRAFIA

Libra dhe artikuj të ndryshëm

1. Alain Fayolle, Harry Matlay - *Handbook of Research on Social Entrepreneurship* (Elgar Original Reference)-Edward Elgar Pub (2011) pg.29.
2. Alain Fayolle, Harry Matlay - *Handbook of Research on Social Entrepreneurship* (Elgar Original Reference)-Edward Elgar Pub (2011) pp. 45-50.
3. Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). *Social entrepreneurship and societal transformation*.
4. A. Fayolle and H. Matlay, *Social Entrepreneurship: A Multicultural and Multidimensional Perspective*, In Fayolle, A., and Matlay, H. (Eds.), *Handbook of Research on Social Entrepreneurship*, Edward Elgar Cheltenham, 2010, p.1.
5. A Toolkit for Developing a Social Purpose Business Plan, Seedco Innovations in Community Development. Funding provided by Mizuho USA Foundation.
6. Achleitner, A.-K., Heinecke, A., Noble, A., Schöning, M. and Spiess-Knafl, W. (2011) "*Social Investment Manual*" , online: <http://ssrn.com/abstract=1884338>.
7. B. R. Smith and C. E. Stevens, *Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement scaling of social value*, *Entrepreneurship and Regional Development: An international journal*, [2010](#), Vol. 22. Issue 6, pp. 575-598 (Çështje të trajtuara nga prof.Gadaf Rexhepi në një trajnim të përbashkët me Prof.Veland Ramadanin rreth ndërmarrësisë sociale, organizuar nga Fondacioni 'Dauti')
8. Christine K. Volkmann, Kim Oliver Tokarski, Kati Ernst (auth.), Christine K. Volkmann, Kim Oliver Tokarski, Kati Ernst (eds.) - *Social Entrepreneurship and Social Business _ An Introduction and Discuss*, 2012.
9. Drucker, P. 1985. *Innovation and entrepreneurship* . New York: Harper and Row .
10. Dees, J. G. (1998, October 31). *The meaning of social entrepreneurship*.
11. Daniele Nouy, Chair of the Supervisory Board of the ECB, *Conference organized by the Oesterreichische Nationalbank and the Austrian Federal Economic Chamber, Linz*, 6 July 2018.

12. D. Bornstein and S. Davis, *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*, Oxford University Press, Oxford, 2010, p.1.
13. Financing SMEs and Entrepreneurs 2019.
14. Fiti,T & Ramadani,V, *Ndërmarrësia*, UEJL, Tetovë, 2013.
15. G.S. Mort, Weerawardena, J., and Carnegie, K., Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 2006, Vol. 8, Issue 1, pp. 76–88.
16. Globally, some banks formed the "Global Alliance for Banking on Values"(www.gabv.org).
17. Hisrich, D.R. (2014), *Advanced Introduction to Entrepreneurship*, Cheltenham: Edward Elgar, p.34.
18. Hane, S. and S. Venkataraman (2000), 'The promise of entrepreneurship as a field of research', *Academy of Management Review*, **25**(1), 217–26.
19. Henton, D., J. Melville and K. Walesh (1997), *Grassroots Leaders for a New Economy: How Civic Entrepreneurs Are Building Prosperous Communities*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
20. Jill Kickul, Thomas S. Lyons, *Understanding Social Entrepreneurship*, The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World 2012.
21. J.E. Austin, *Three Avenues for Social Entrepreneurship Research*, In Mair, J., Robinson, J. and Hockerts, K. (Eds.), *Social Entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, New York, 2006, p.22.
22. J. Pearce, *Social Enterprise in Anytown*, Calouste Gulbenkian Foundation, London, 2003.
23. Kirzner, I. 1973. *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press
24. Kai Hockerts, Johanna Mair, Jeffrey Robinson - *Values and Opportunities in Social Entrepreneurship*-Palgrave Macmillan (2010).
25. Kate Frykberg, 2012 - *A short summary and case studies of Social Enterprise & Social Finance in Aotearoa New Zealand*.

26. Light, P. 2005. *Searching for Social Entrepreneurs: Who might they be, where they might be found, what they do*. Paper presented at the Association for Research on Nonprofit and Voluntary Association.
27. Low, M. B. and MacMillan, I. C. 1988. *Entrepreneurship: Past research and future challenges* . *Journal of Management* , (14) (2): 139 61.
28. Lumpkin, G. T. and Dess, G. G. 1996. *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance* . *Academy of Management Review* , (21) : 135 72.
29. M.J. Kaplan and C.A Warren, *Patterns of Entrepreneurship Management*, 4th Edition, Wiley, Hoboken, 2013, p.158.
30. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, S. Michael Camp And Donald L. Sexton, *Strategic Entrepreneurship* edited by them.
31. P. Heister, *Finanzierung von Social Entrepreneurship durch Venture Philanthropy und Social Venture Capital*, Wiesbaden, 2010, pp.56-60..
32. Projektligji për Ndërmarrjet Shoqërore 05-L-148 është iniciuar nga Ministria e Punës dhe Mirëqenies Sociale në Kosovë dhe synon të përcaktojë parimet, aktivitetet dhe kushtet e punësimit të ndërmarrjeve sociale në Kosovë.
33. Ramadani.V, Shkuklev. B, *Biznesi i vogel dhe ndermarresia*, UEJL, Tetovë, 2012, p.157.
34. Ramadani,V & R.D. Hisrich, UEJL, Tetovë, 2015.
35. Rumelt, R. P. 1987. *Theory, strategy, and entrepreneurship* . In D. J. Teece (ed.), *The competitive challenge* . Cambridge, MA: Ballinger , 137 58.
36. R. Daft and D. Marcic, *Understanding Management*, 3rd edition, Harcourt College Publishers, San Diego, 2001, p.112
37. Ramadani,V shqyrtuar ne nje trajnim per ndermarresin sociale organizuar nga Fondacioni Albiz, 2018 (Doracaku i ndermarresise sociale).
38. Ramadani,V dhe Hisrich, R.D *Ndërmarrësia dhe menaxhimi i biznesit të vogël*, UEJL, Tetovë, 2015.
39. Ramadani.V, *Fiti. Ti*, UEJL, Ndermarresia, Tetove, 2013.
40. Sivcev, B. & Randelovic, V. (1966) *The cooperative movement in Yugoslavia*. Belgrade, pp.28-40.

41. Smallbone, D., Evans, M., Ekanem, I., and Butters, S. (2001). *Researching Social Enterprise: Final Report to the Small Business Service*. Pp.18.
42. Sharma, P. and Chrisman, J. J. 1999. Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship . *Entrepreneurship Theory and Practice* , (23) (3): 11 27.
43. The 8th edition of **“Financing SMEs and Entrepreneurs 2019**.
44. VCS Programme. Written by the Family and Parenting Institute (FPI) with support from the Social Enterprise Coalition pp.3.
45. W. Drayton, The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial And Competitive as Business, *California Management Review*, Vol.44, 2002, p.123.
46. Wickham, A.P., *Strategic Entrepreneurship*, 4th Edition, Prentice Hall, Boston, 2007, p.184.
47. Shuklev, Bobek. & Ramadani, Veland. *Biznesi i vogel dhe ndermarresia*, UEJL, Tetovë, 2012, p.160-161.

Burime nga interneti:

48. <https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Frotull.com%2F2017%2F10%2F24%2>
49. <http://konekt.org.mk/sto-e-socijalno-pretpriemnistvo/>
50. <https://www.tutor2u.net/business/reference/finance-venture-capital>
51. <https://www.investopedia.com/terms/r/riskcapital.asp>
52. <http://milingona.al/Blogu/format-e-financimit-t203-bizneseve>
53. <http://www.mda-foundation.org/resurse/burimet-e-financimit-per-biznese-te-reja/>
54. <https://www.javanews.al/financimi-ndermarrijeve-sociale-nga-shteti-manastirliu-punesim-per-njerezit-ne-nevoje/?fbclid=IwAR1O-O4ZVBpZoYUkyiEpWbS1Ztql5P4Pr99k8l5u2Q17EY-breGVvwnpht8>
55. https://foshm.mk/sq/current-project/ndermarresi-sociale-per-ndryshime-te-gendrueshme-pozitive-shoqerore/?fbclid=IwAR1zsoHM6bEF7_umMN_hWj4lHIkayPQv1fIMgos9mNfLFZzAA8uvleOOGIU
56. http://www.ngolens.org/wp-content/uploads/2018/01/Hulumtimi-per-ndermarrjet-sociale_shqip_Kosove.pdf
57. <https://www.businessnewsdaily.com/9617-friends-family-business-support.html>
58. <http://www.oecd.org/dataoecd/5/11/31932173.pdf>

59. <https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Faab-edu.net%2Fmedia%2Fgazetaknn%2Fndermarrjet-sociale-motor-per-zhvillim-ekonomik%2F%3Ffbclid%3DIwAR0BithThreK0DEbDc4Y1jaujG0- -O6C1y79kxQ8 i0EoBzKxtMSfFn4ZA&h=AT1u6oYJcG9n8o1KWTNWq t3D37Y4dHrta4S0Zhr-KgFADTK RvCJK3efSVZerAoP0YaesE89Cf1RRNgwbC37yrhNwGFvAZA 6DRO0NmzHup56g0x-S0GgzLcNz7ttryV5W>
60. <http://multikulti.mk/sq/news/archive/gjendja-endermarresise/?fbclid=IwAR3yaKsMFpgwVPI-zzV9P1z6E5W8CO8OkL75Mlx9FdNjLLJA-J9Nf nQ D4>
61. <http://www.dukagjinicollege.eu/empirikus1/149 156 thelleza sadrija - merita begolli - labinot mustafa.pdf>
62. <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-kreditni-agregati.nsp?fbclid=IwAR2wNQJNRHOO-If2u0CbMAWAI 6PiPQEgoxRQ6uFysmZB3mUJeDmhisQmHU>
63. <https://sen.mk/socijalni-pretprijatija?fbclid=IwAR2NLSHSJpOFC59FEeduJxizLyIRcckRKAewCKbC8WXW0M52mi 7mjLhLWU>
64. <https://mia.mk/ne-maqedoni-ende-nuk-eshte-ndertuar-identiteti-i-sipermarresise-sociale/?lang=sq&fbclid=IwAR1f 1GuIDI78aRSMFNiyQqtTktivz2IwpDp3Tc9FGTRrFV9rmLKgM6ZO4E>
65. <https://fosm.mk/sq/current-project/ndermarresi-sociale-per-ndryshime-te-qendrueshme-pozitive-shoqerore/?fbclid=IwAR3pCUyiEOdis1syJ8zpBIP0MLWEfd5SPVxH1CsER3NuKOEjaoLbbu159Hg>
66. https://www.ey.com/en_nl/finance-navigator/12-sources-of-finance-for-entrepreneurs-make-sure-you-pick-the-right-one?fbclid=IwAR3pCUyiEOdis1syJ8zpBIP0MLWEfd5SPVxH1CsER3NuKOEjaoLbbu159Hg
67. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50213&fbclid=IwAR0YRdkyCfGPm2XhIjPYw2kT9wEscJwemdb0krTT2ryWOGy9M1f8c3-m4fQ>
68. <http://www.insme.org/financing-smes-and-entrepreneurs-2019/?fbclid=IwAR2Vu27THfPV7vhtdPRb c Mq rUT2SdMy-AqdiToQa q1ngCN0Y5XzjY2E>
69. <https://public.org.mk/wp-content/uploads/2019/08/analiza na socijalni pretprijatija al.pdf?fbclid=IwAR1dl6PgqgDz8fjSdwhYRaAnXb47EnogolQngiQN37DGp1-Jdm5 Qu0615w>