



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

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

Studime pasdilomike - Cikli i dytë

NDIKIMI I HARMONISË FAMILJARE DHE KOMUNIKIMIT NË PERFORMANCËN E NVM-VE

Kandidati:

Suejla Demiri

Mentori:

Prof. Dr. Veland Ramadani

Shkup, 2023

Lista e shkurtesave

NVM – ndërmarrjet e vogla dhe të mesme

IT – Teknologjitë e informimit

ITG – Integrated Technology Group

BF – biznesi familjar

RMV – Republika e Maqedonisë së Veriut

Abstrakti

Zhvilimi i digjitalizimit në industri të ndryshme ka bërë që ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (NVM) të jenë si më e kërcënuarat nga të gjitha llojet e organizatave tjera e vecanërisht në rastet kur teknologjitë e informacionit nuk janë të zbatuara, menaxhuara dhe përdorura në mënyrë adekuate. Zgjedhjet strategjike të firmave familjare shpeshë janë të shpartalluara në traditën dhe trashëgimin familjare të akumuluar që në themelet e tyre të cilat mund të bien ndesh me nevojën për renovim dhe rishpikje. Ky punim shqyrton se si ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (NVM) funksionojnë dhe si ndikon harmonia familjare dhe teknologjia në performancën e bizneseve familjare në to dhe sa është rëndësishme funksionimi familjar në to. Në këtë punim përdoret literature ekzistuese dhe bëhet analiza e tyre si dhe përdoren informacione nga burime të ndryshme për të diskutuar në lidhje me ndikimin familjar në ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. Në këtë punim është marrë si raste studimore disa biznese familjare. Nga hulumtime e bëra dhe të mbledhura mund të konstatojmë se harmonia familjare dhe teknologjia ndikojnë në performancën e bizneseve familjare.

Fjalë kyçe: biznesi familjar, harmonia familjare, teknologjitë e informacionit, performanca

Abstract

The development of digitalization in various industries has made small and medium enterprises (SMEs) to be the most threatened of all other types of organizations, especially in cases where information technologies are not implemented, managed and used properly. adequate. The strategic choices of family firms are often rooted in tradition and family heritage accumulated since their foundation, which may conflict with the need for renovation and reinvention. This paper examines how small and medium-sized enterprises (SMEs) work and how family harmony and technology affect the performance of family businesses in them and how important family functioning is in them. In this paper, existing literature is used, and their analysis is made, as well as information from different sources is used to discuss the family impact on small and medium-sized enterprises. In this paper, several family businesses are taken as case studies. From the research done and collected, we can conclude that family harmony and technology affect the performance of family businesses.

Keywords: family business, family harmony, information technologies, performance

Апстракт

Развојот на дигитализацијата во различни индустрии ги направи малите и средните претпријатија (МСП) да бидат најзагрозени од сите други видови организации, особено во случаи кога информатичките технологии не се имплементираат, управуваат и не се користат правилно. Стратешките избори на семејните фирми често се вкоренети во традицијата и семејното наследство акумулирано од нивното основање, што може да се коси со потребата за реновирање и реинвенција. Овој труд испитува како работат малите и средни претпријатија (МСП) и како семејната хармонија и технологија влијаат на перформансите на семејните бизниси во нив и колку е важно функционирањето на семејството во нив. Во овој труд е користена постоечка литература и направена е нивна анализа, како и информации од различни извори за да се дискутира за влијанието на семејството врз малите и средни претпријатија. Во овој труд, неколку семејни бизниси се земени како студии на случај. Од направените и собрани истражувањата, можеме да заклучиме дека семејната хармонија и технологијата влијаат на перформансите на семејните бизниси.

Клучни зборови: семеен бизнис, семејна хармонија, информатички технологии, перформанса

PERMBAJTJA

Lista e shkurtesave	2
Abstrakti	3
Abstract	4
Анстракт	5
I. HYRJE	7
2. Qasja teorike mbi harmoninë familjare	14
2. IT si mjet komunikimi në biznesin familjare	15
III. METODOLOGJIA	18
IV. GJETJET	20
V. PËRFUNDIME DHE REKOMANDIME	50
REFERENCAT	52

I. HYRJE

Në literaturën ekonomike, si dhe atë që lidhet me menaxhimin dhe sipërmarrjen, incidenca e studimeve të firmave familjare është rritur vitet e fundit dhe një sërë studimesh të fundit empirike kanë treguar se edhe pse përkufizimi i një “biznesi familjar” mbetet një çështje e disa debateve, përfshirja e drejtëpërdrejtë e anëtarëve të familjes në pronësinë dhe menaxhimin e firmave është shumë e zakonshme. Edhe pse më pak se një përqind e punimeve të botuara në revista të njohura akademike të biznesit kanë të bëjnë me këtë kategori organizimi, provat e bëra mbi këtë temë zbulojnë dallime të rëndësishme midis firmave familjare dhe jofamiljare në disa dimensione të rëndësishme si struktura financiare, preferencat e rrezikut, qeverisja e korporates dhe inovacioni.

Me rritjen e digjitalizimit në industri të ndryshme, suksesi i ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme (NVM) paraqitet si më e kërcënuara nga të gjitha llojet e organizatave tjera e vecanërisht në rastet kur teknologjitë e informacionit nuk janë të zbatuara, menaxhuara dhe përdorura në mënyrë adekuate. Zgjedhjet strategjike të firmave familjare shpeshë janë të shpartalluara në traditën dhe trashëgimin familjare të akumuluar që në themelet e tyre të cilat mund të bien ndesh me nevojën për renovim dhe rishpikje.

Ky punim shqyrton se si hramonia familjare dhe komunikimi ndikon në performancën e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme (NVM). Në këtë punim përdoret literature ekzistuese dhe bëhet analiza e tyre si dhe përdoren informacione nga burime të ndryshme për të diskutuar në lidhje me ndikimin familjar në ndërmarrjet e vogla dhe të mesme.

Në pjesën e parë të punimit do të përfshihen analiza të ndryshme nga libra dhe autorë të ndryshëm në lidhje me temën. Do të bëhen analiza të ndryshme po ashtu edhe se si ndikon teknologjia në harmoninë e biznesit familjar tek NVM dhe sa është e rëndësishme për ndërmarrjet. Më pas janë bërë hulumtime në lidhje me firmat familjare ku janë marrë informacione të ndryshme nga firma të caktuara të vogla dhe të mesme, të prezantuara në fund të këtij punimi. Nga hulumtime e bëra dhe të dhënat e mbledhura mund të konstatojmë se harmonia familjare ndikon në performancën e ndërmarrjeve.

Kështu me kërkime, hulumtime, diskutime të ndryshme nga literaturë të ndryshme kemi arritur deri te përfundimi i temës.

1.1 Qëllimet dhe hipotezat e hulumtimit

Qëllimi i këtij studimi është të kuptojmë se sa harmonia familjare është e rëndësishme dhe ka ndikim në performancën e NVM-ve. Kemi shumë ndërmarrje familjare dhe duhet të hulumtojmë se si anëtarët ndërmjet veti zhvillojnë biznesin dhe si ndikojnë ato në të. Duket se NVM janë organizata ndër më të kërcënuarat për suksesin e tyre dhe ato më shumë se të gjithë organizatat kanë nevojë që ti rrisin shanset për mbijetesë, më për këtë arsye ato më shumë se kurrë kanë nevojë për komunikim dhe teknologji.

Duke u nisur nga të gjitha teoritë qëllimi kryesor i këtij studimi është që të kuptojmë nëse harmonia familjare ndikon në performancën familjare të NVM-ve dhe deri në çfarë mase komunikimi/teknologjia ndërmjetëson këtë marrëdhënie.

Hipotezat bazë:

H1. Harmonia familjare ka një efekt pozitiv në performancën e NVM-ve familjare

H2. Strategjia e TI-së ka një efekt pozitiv në performancën e NVM-ve familjare

1.2 Metodologjia e hulumtimit

Me anë të një ankete të formuar me shumë pyetje janë anketuar ndërmarrje dhe kemi grumbulluar të dhënat dhe informacionet e duhura në lidhje me ndikim e familjes në performancën e saj si ndërmarrje e mesme. Pyetësi është krijuar me pyetje të hapura ku ndërmarrja mund të shpreh më lehtë mendimet e veta dhe pyetje të mbyllura ose me alternativa ku duhet të bëhet përzgjedhja e vetëm një alternative.

Kështu pyetësi është dërguar deri tek ndërmarrja dhe kemi marrë përgjigjet e tyre në lidhje me temën e parashtruar dhe nga gjithë këto hulumtime kemi arritur rezultatet e kërkuara ku kemi parë se harmonia familjare ka ndikim pozitiv në ndërmarrjet familjare.

1.3 Gjetjet

Gjetjet initiale nga takimi me pronarët e biznesit sugjerojnë që harmonia familjare dhe komuniimi/IT teknologjia pozitivisht ndikojnë në performancën e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në Republikën e Maqedonisë së Veriut.

1.4 Diskutime dhe implikime

Qëllimi i këtij hulumimi ishte të kuptojmë se si harmonia familjare dhe IT ndikojnë në performancën e NVM-ve familjare. Rezultatet tregojnë se performanca e NVM-ve mund të shpjegohet nga dy variabla: harmonia familjare dhe strategjia e IT-së.

Përcaktuesi i parë i drejtëpërdrejtë i performances së NVM-ve familjare është IT. Kjo tregon se firma të tilla me një funksion IT të përcaktuar qartë në aspektin e strukturës, mekanizmave, të kontrollit dhe menaxhimit të marrëdhënieve kanë më shumë gjasa të përmirësojnë performancën organizative në drejtim të rritjes të shitjeve dhe përfitimit. Do të thotë që rolet dhe përgjegjësit janë të qarta. Mekanizmat e kontrollit duke përfshirë mjetet, teknikat ose standardet janë të kombinuara për të siguruar një shtrirje strategjike të aktiviteteve të IT-së me strategji të biznesit dhe ndjekjen e performances. Në fund, pjesëmarrja, bashkëpunimi dhe komunikimi ndërmjet anëtarëve të familjes dhe firmës mbështesin një vizion të përbashkët të menaxhimit dhe përdorimit të IT-së, si dhe objektivat e performancës organizative.

Përcaktuesi i dytë i drejtëpërdrejtë i performancës së NVM-ve familjare është harmonia familjare. Koncepti i harmonisë familjare është karakteristikë specifike e firmave familjare. NVM familjare që përdorin besimin, përkushtimin ose paqen ndërmjet anëtarëve të familjes kanë më shumë gjasa të kenë performance më të lartë.

Harmonia familjare gjithashtu është një kontribues i rëndësishëm në performancën e NVM-ve. Kjo do të thotë se firmat familjare ku anëtarët e familjes janë thellësisht të përkushtuar ndaj vazhdimësisë së biznesit, kanë më shumë gjasa të strukturojnë në mënyrë adekuate

funksionimin e tyre, të zbatojnë kontrollin dhe mekanizmat për zbutjen e rrezikut, si dhe ndarjen dhe shpjegimin e vendimeve ë mes anëtarëve të familjes dhe jo të familjes.

Harmonia familjare më tej u zbulua se ishte një parashikues i rëndësishëm i strategjisë së zhvillimit. Një rezultat i tillë mund të tregojë se firmat familjare ku anëtarët janë më të përfshirë në menaxhimin e firmës dhe ndoshta më shumë të interesuar për mbijetesën dhe përfitimin e saj, prirën t'i përshtatin aplikacionet dhe strategjitë e tyre të IT-së me realitet e reja të tregut si media sociale, biznesi analitikë dhe tjera inovacione të reja.

Këto dy variabla të lidhura ngushtë kontribuojnë së bashku për të shpjeguar një pjesë të rëndësishme të performancës familjare.

II. RISHIKIMI I LITERATURËS

Një biznes në pronësi familjare (FOB) është ai ku anëtarë të shumtë të së njëjtës familje mbajnë pozicione kyçe si menaxherë ose pronarë në të njëjtën kohë ose gjatë disa viteve (Miller et al., 2007). Ai ndikohet drejtpërdrejt nga të njëjtët anëtarë të familjes, qëllimi i përbashkët i të cilëve është të gjenerojnë pasuri për veten dhe pasardhësit e tyre (Maas dhe Diederichs, 2007). Për shkak të frymës së mprehtë të konkurrencës që ekziston midis anëtarëve të familjes, dinamika e biznesit familjar është një çështje shumë e ndërlikuar dhe e ndërlikuar (IFB, 2016).

Qëllimi kryesor i familjes është të sigurojë që të gjithë anëtarët të ushqehen dhe zhvillohen, duke ofruar gjithashtu mundësi dhe përfitime të barabarta për të gjithë anëtarët. Megjithatë, qëllimi themelor i një firme është të lulëzojë, të ofrojë të mira/shërbime dhe të jetë e qëndrueshme (Burns, 2003).

Prandaj, duke qenë se anëtarët e familjes janë të përfshirë në të dyja pjesët, nuk është e pazakontë që të ketë konflikte emocionale sociale si në biznes ashtu edhe në familje. Shpesh, është e vështirë të pajtohen çështjet e përhapura dhe ky mund të jetë një faktor kontribues se pse bizneset e vogla në pronësi të familjes nuk janë të qëndrueshme (Maas dhe Diederichs, 2007).

Meqenëse biznesi familjar kontribuon në mënyrë të konsiderueshme në ekonominë kombëtare, bëhet thelbësore të vlerësohen lidhjet e tij komplekse familjare, të cilat ndonjëherë mund të rrezikojnë qëndrueshmërinë afatgjatë të këtij lloji të firmës (Chrisman et al., 2012). Në një shkallë globale, bizneset familjare janë më të zakonshmet dhe anëtarët e familjes zakonisht drejtojnë biznesin familjar (Palalic dhe Smajic, 2021). Bizneset private familjare janë lloji

organizativ më i përhapur në planet, dhe ato konsiderohen si burimi jetësor i ekosistemeve ekonomike globale (Guedes et al., 2022).

Ata kanë role të rëndësishme në suksesin ekonomik të vendeve (Rachmawati et al., 2020). Nisur nga rëndësia e tyre ekonomike, nuk është e papritur që specialistët po i kushtojnë kohë dhe përpjekje të konsiderueshme kërkimit të arritjes së FOB-ve dhe faktorëve që ndikojnë në to (Palalic dhe Smajic, 2021).

Acquaah (2016) e përkufizon kërkimin e biznesit familjar si "hetimi i shkaqeve dhe efekteve të variacioneve të shkaktuara nga angazhimi i biznesit familjar". Ai është vendosur si një bazë e literaturës kërkimore të biznesit familjar, duke nxitur shfaqjen e shpjegimeve të reja për mënyrën se si familjet drejojnë ndërmarrjet e tyre (Barrett, 2014).

Një biznes familjar, sipas Louangrath (2015), është një kalim midis një sipërmarrjeje sipërmarrëse dhe një SME të formalizuar ose një korporate plotësisht të themeluar dhe ekzistenca e tij mund të justifikohet duke përdorur një sërë këndvështrimesh teorike.

Teoritë e sipërmarrjes mund të përdoren për të përshkruar ndërmarrjet familjare në nivelin më themelor, ndërsa teoritë e firmave mund të përdoren në një nivel më të ndërlikuar. Për më tepër, për sa i përket kapacitetit shpjegues teorik për përshkrimin e njohjeve, emocioneve, marrëdhënieve dhe konflikteve në bizneset familjare, teoritë psikologjike ofrojnë premtime. Rrjedhimisht, nuk ekziston asnjë "teori e biznesit familjar" (Brundin et al., 2023).

2. Qasja teorike mbi harmoninë familjare

Firmat familjare janë forma të vecanta organizative ku lidhja midis familjes dhe sistemeve biznesore u jep një shije të vecantë mënyrës se si bëhen zgjedhjet strategjike. Në fakt vendimmarrësit e familjes janë të shtyrë në prespektivën drejt zgjedhjeve strategjike nga dëshira për të ruajtur dhe mbrojtur stokun e akumuluar të vlerës së lidhur me ndikim që familja zotëruese ka investuar në firm, gjithashtu e njohur si pasuri socio-emocionale. Pasuria socio-emocionale përbëhet nga dimensione të ndryshme ku janë të përfshira kontrolli dhe ndikimi i familjes, identifikimi i familjes me firmën, nevoja për të transferuar firmën tek gjenerata e ardhshme dhe një lidhje dhe kohë të vecantë ndërmjet anëtarëve të familjes.

Duke u nisur nga disa argumente mund të themi se harmonia familjare ka një efekt pozitiv në performancën NVM-ve familjare. Krijimi i një strukture organizative funksionale është dhe mbetet një nga çështjet më kruciale për menaxhmentin e ndërmarrjeve si në nivel vendor ashtu edhe në nivel ndërkombëtarë. Struktura organizative vazhdimisht është e ndikuar nga ndryshimet e nevojshme duke marrë për bazë ndryshimet që burojnë nga mjedisi i brendshëm organizativ si dhe ndryshimet që burojnë nga mjedisi i jashtëm duke përfshirë faktorët, ekonomik, politik, social, teknologjik, etj.

Qëllimi i përgatitjes së këtij punimi është që të hulumtoj rolin dhe rëndësinë e harmonisë familjare dhe komunikimit në organizimin si funksion i menaxhimit të bizneseve në RMV. Pasi që vendi jonë ka pasur një sistem të ekonomisë së centralizuar që i takon të kaluarës si dhe ka qenë joefikas, kurse tash duhet të tentojmë apo të zhvillojmë një sistem modern të organizimit të subjekteve ekonomike duke u bazuar në trendet e ekonomisë moderne.

Gjatë krijimit të strukturës organizative duhet të kemi parasysh nivelet hierarkike të ndërmarrjeve si dhe detyrat dhe përgjegjësitë e niveleve menaxheriale dhe stafit jomenaxherial si dhe faktorët që ndikojnë në funksionimin organizativ të menaxhmentit. Një nga detyrat shumë të rëndësishme të ndërmarrjeve apo të gjitha subjekteve ekonomike në RMV, në dy dekadat fundit është edhe përmirësimi i strukturës organizative të bizneseve si dhe përmirësimi i mjedisit të të zhvilluarit biznes. Bizneset krahas përmirësimit të funksioneve tjera, duhet të përmirësojnë edhe funksionin menaxherial të organizimit, ku funksioni i organizimit duhet t'i përmbushë të gjitha standardet e ekonomisë së tregut.

Në situatën e tanishme në RMV, praktikat e vendeve të zhvilluara na ofrojnë zgjedhje sipas të cilave bizneset, duke zhvilluar një organizim të mirëfilltë ndikon në ngritjen e efikasitetit të afarizmit të tyre. Aplikimi i një strukture organizative të mirëfilltë në subjektet ekonomike në RMV, do të ndikojë në ngritjen e afarizmit të ndërmarrjeve. Problematika rreth përmirësimit të organizimit si funksion i menaxhmentit si dhe përmirësimi i trendeve të dinamikës së bizneseve në RMV më ka motivuar që të mundohem të jap kontributin tim në këto çështje mjaft të rëndësishme në bizneset tona, etj.

2. IT si mjet komunikimi në biznesin familjar

Një tjetër element kontribues që ndikon në harmoninë brenda një biznesi familjar dhe performancën e tij është edhe teknologjia e informacionit. Rëndësia e tij qëndron në suksesin e ndërmarrjeve familjare, veçanërisht duke pasur parasysh se vetëm një e treta e këtyre firmave kanë një plan strategjik të vendosur. Teknologjia e informacionit, e quajtur zakonisht TI, përfshinë

sistemet teknologjike të përdorura për transmetimin, ruajtjen, përpunimin, shfaqjen dhe gjenerimin e informacionit. Nga një këndvështrim themelor, TI-ja përfshin një përzierje komponentësh që lehtësojnë ekzekutimin efikas të detyrave administrative ose operationale të një organizate bazuar në të dhëna, duke mundësuar kështu krijimin e strategjive që synojnë arritjen e performancës së përmirësuar.

Nga një këndvështrim i fundit investimet në IT janë treguar të jenë më shumë se positive për NVM. Për shembull, është pranuar se NVM mund të përdorin teknologjinë e informacionit dhe komunikimit (ICT) për të forcuar ose zëvendësuar IS dhe rrjetet ekzistuese ku në këtë mënyrë mund të hapim një treg të ri për biznesin.

Në këtë hulumtim fokusohemi më saktë në dy dimensionet të rëndësishme të IT-së: qeverisjen dhe strategjinë. Bergeron et al. (2015) i referohet qeverisjes së IT (ITG) si “një përgjegjësi e menaxhimit të lartë dhe një pjesë integrale e qeverisjes së korporatës përfshin të drejtat e vendimit dhe kornizën e llogaridhënies për inkurajimin e sjellje së dëshirueshme në përdorimin e IT-së dhe sigurimin që qëllimet dhe objektivat e IT-së janë realizuar në mënyrë efikase dhe efektive”.

Integrated Technology Group (ITG) është një lloj mjedisi rregullator i propozuar nga teoria e agjencisë për të ndikuar në sjelljen dhe kontrollin e kostove. ITG është i nevojshëm për të fituar kontrollin e përdorimit të IT në NVM familjare. ITG nuk është një detyrë e lehtë dhe nevojitet një nivel më i madh i harmonisë familjare midis anëtarëve për të kapërcyer ndërlikimet e zgjedhjeve, menaxhimit dhe kontrollit të IT. Kompleksiteti i IT-së justifikon nevojën për një harmoni të fortë familjare. Prandaj themi se: Harmonia familjare ka një efekt pozitiv në ITG ku ITG është e lidhur me performancën e biznesit të NVM.

Nga gjitha këto mund të themi se IT dhe ITG kanë efekt pozitiv në performancën e NVM-ve familjare.

III. METODOLOGJIA

Në këtë punim do të tentohet që përmes një analize përshkruese të të dhënave primare analizojmë faktorët që ndikojnë në rritjen e performancës dhe të bizneseve familjare. Synim tjetër është edhe identifikimi i gjendjes aktuale të bizneseve familjare në RMV-s dhe identifikimi i faktorëve që po ndikojnë në uljen e performancës së këtyre bizneseve duke rezultuar shpesh edhe me shuarjen e tyre.

Meqenëse, në RMV dhe në vendet në rajon shumë pak ka studime dhe njohuri për bizneset familjare, si kategori e vecant e biznesit, mund të themi që ky hulumtim i takon llojit të hulumtimit eksplorues. Metoda eksploruese e hulumtimit përdoret atëherë kur nuk kemi njohuri të mjaftueshme për problemin ose për situatën e caktuar (Saunders, Lewis & Thornhill, 2009).

Sipas tyre ky hulumtim mund të realizohet duke hulumtuar në literaturën aktuale, duke u konsultuar me ekspert të ndryshëm të fushës dhe duke mbledhur të dhëna përmes intervistës me grupe të ndryshme fokusi. Në literaturë egzistojnë edhe lloje të tjera të hulumtimit. Yin (2009) i paraqet tri forma të hulumtimit shkencorë. Ai thekson se hulumtimi mund të jetë eksplorues, përshkrues dhe shpjegues.

Studiues të ndryshëm theksojnë se qëllimi i hulumtimit përshkrues nuk është identifikimi i arsyeve të problemit, por ai ka për qëllim përshkrimin e fenomenit dhe karakteristikave të tij. Përmes kësaj metode do të paraqiten të gjitha karakteristikat e bizneseve familjare dhe do të prezentohet gjendja aktuale e tyre. Hulumtimi shpjegues merret me marëdhëniet e efektit dhe

shkakut ndërmjet variablave të ndryshme, duke sqaruar se kush ndikon në rezultatin e efektit të caktuar Yin (2009). Pra ky punim do të jetë më shumë një hulumtim përshkrues dhe eksplorues, përmes të cilit do të identifikohen faktorët që ndikojnë në rritjen apo uljen e performancës së bizneseve familjare në RMV-s.

Në këtë punim është marrë për bazë metoda e rasteve studimore (Dana & dana, 2005).

IV. GJETJET

Gjettjet në këtë punim magjistrature janë bazuar në bazë të bisedave dhe intervistave me pronarët e bizneseve të prezantuar si raste studimore, si në vijim.

Kompania STC

1. Historiku

STC është themeluar në vitin 1990. Si ndërmarrje ekziston 33 vite, mirëpo 13 vite vepron në biznes si supermarket. Fillimi i këtij biznesi ka filluar nga një shitore e vogël e cila është hapur në vitin 1991, ku është punuar me shumicë dhe pakicë vetëm nga anëtarët e familjes pastaj duke parë se ky biznes është një lloj biznesi i mirë dhe mund të ketë sukses të madh pronari ka filluar të mendoj se si të filloj me zgjerimin e këtij biznesi.

Fillimet e para i ka pasur si një diskont i cili ka funksionuar për 8 vite rresht me anë të së cilës janë furnizuar shitoret përreth qytetit si dhe pothuajse të gjitha shitoret e fshatrave të Kumanovës. Duke parë se ky lloj biznesi mund të sjellë sukses të madh pronari ka filluar të mendoj rreth zgjerimit të tij dhe në vitin 2010 e ka hapur marketi parë në të cilin ofronte produktet më bazike dhe më të nevojshme për të gjithë qytetarët. Me kalimin e kohës duke fituar më shumë përvojë rreth këtij biznesi dhe duke parë që mund të ketë sukses vendosen që në vitin 2012 të hapin dhe marketin e dytë me një sipërfaqe më të madhe i cili njihej si marketi i parë më i madh në Kumanovë që ofronte produkte të ndryshme të nevojshme për të gjithë qytetarët e

Kumanovës ku mund të furnizoheshin me produkte e tyre që iu nevojiteshin në një vend. Me hapjen e marketit të dytë filloi që në mënyre adekuate duke ofruar llojllojshmëri të produkteve të plotësojë pothuajse të gjitha nevojat e konsumatorëve të vet. Pastaj filloi që të zgjerojë biznesin e tij përreth qytetit ku hapi dhe dy supermarkete të reja një në fshatin Cerkez të Kumanovës dhe tjetrin në fshatin Opajë. Sot gjithsej ka 4 supermarkete të mëdha dhe ka të punësuar rreth 80 punëtorë të cilët punojnë me dy ndërrime.

Pronari i këtij biznesi është Taxhedin Ademi i lindur në vitin 1971 në Kumanovë. Ai është një pronarë dhe intelektual i madh i cili ndërvite me aftësitë e tij ka arritur që në mënyrë cilësore të korr sukses të madh dhe sot të mbizotroj si një firmë e madhe. Poashtu ai ka filluar dhe të hap biznes në drejtim të ndryshëm ku ka filluar dhe të mendoj rreth zgjerimin të biznesit dhe në sfera tjera si ndërtim jashtë shtetit.

Në vazhdim do të shohim logon dhe sloganin me të cilët njihen kompania:



Bleni lirë. Jetoni më mirë!

Купи етино. Живеј подобро!

Kjo është logo dhe slogani të cilin përdorin është **“Bleni lirë. Jetoni më mirë”**

2. Produktet dhe shërbimet

STC ofron linjë të produkteve të ndryshme është i furnizuar me të gjitha produktet e domosdoshme, ku ofron numër të madh të produkteve ushqimore dhe higjienike. Produktet njihen si cilësore dhe me cmime të lira që të mund cdo konsumatorë të gjejë veten e vet aty. Produktet e ofruara me kualitet të lartë kanë fituar besimin e konsumatorëve të cilët janë bërë pjesë e cdo tryeze në cdo familje.





Poashtu në STC mund të gjejsh dhe këndin ku ofron llojllojshmëri të lodrave për fëmijët ku secili fëmijë e gjen veten e vet aty duke plotësuar dëshirën për cdo lloj lodre që ai ka nevojë. Gjithashtu gjindet dhe këndi i librave ku për të gjithë lexuesit ka libra të shumta nga autorë të ndryshëm.



Poashtu ofron çdo ditë pemë dhe perime të freskëta me llojllojshmëri të madhe.



Si shërbim më të vecantë që ka STC është që ato posedojnë mishtoren e vet të pozicionuar mbrenda në market ku ofrojnë mish cilësorë dhe të freskët.

Cilësia e mishit është vërtetuar nga vet konsumatorët e vet ku janë ndarë të kënaqur cdo here me blerjen e mishit.





Konsumatorët ndahen të kënaqur me produktet dhe shërbimet përderisa STC posedon një ekip të vecantë të punëtorëve të cilët sjellen mirë dhe me edukatë kundrejt konsumatorëve të tyre, gjë e cila l ofron edhe më shumë konsumatorët që të furnizohen me produktet e tyre.

3. Struktura menaxheriale

Si në cdo biznes poashtu edhe tek STC struktura organizative luan rol të rëndësishëm dhe cdo kompani që të veprojë në treg duhet që të ketë strukturë organizative që të funksionojë në mënyrë adekuate. Përderisa kjo kompani funksionon si biznes familjar, si fillim familjarët krijojnë një strukturë organizative ndërmjet veti. Së pari, pronari l biznesit është ai l cili qëndron në krye

të të gjitha punëve dhe mban përgjegjësitë e të gjithëve që qëndrojnë më poshtë. Pastaj pasi që është biznes familjar qëndron djali I tij I cili merret me detyrime rreth firmës sic është porositja e mallit, vendosja për produkte të reja për shitje dhe koordinimin e punëtorëve. Pas këtyre dy familjarëve qëndron një tjetër I afërt I tyre që mirret vetëm me punëtorët dhe menaxhimin e tyre. Perderisa marketi funksionon me dy ndërrime në secilin ndërrim duhet të ketë një shef ndërrimi ku bën kontrollimin e gjithë punëtorëve gjatë gjithë ditës. Poashtu kanë persona të vecantë aty ku bëhet dhe pranimin I mallit dhe fakturimi I tyre. Ne cdo pjesë te marketit ka punëtorë të posacem që mirren vetëm me pjesën e tyre. Kështu ata kanë të punësuar të afërt dhe familjar të shumtë dhe mundohen që në mënyrë sa më të mirë dhe më cilësore secili prej tyre të kryejë obligimet e veta.

Që të ketë strukture menaxheriale të përkryer duhet që të ketë harmoni dhe komunikim sa më të mirë ndërmjet të gjithëve që të mund sa më me cilësi të kryhen punët dhe në fund të gjithë të ndjejnë kënaqësi me arritjet e tyre.

4. Harmonia familjare dhe performanca

Harmonia familjare në cdo biznes familjar është çelësi për një funksionim të mirë të biznesit. Me anë të disa pyetjeve kemi arritur të shohim harmoninë familjare dhe performancën e tyre në të. Së pari kemi parë se janë të dy familjar të familjes së ngushtë është babai dhe djali. Ata thanë që cdoherë pa marr parasysh se për cka bëhet fjalë bëjnë konsultime rreth veti dhe mundohen që të jenë dakort të dy rreth cdo vendimi të marrë. Kjo ndoshta I ka bërë që edhe të mos kenë shumë mosmarrveshje rreth tyre dhe të funksionojnë në mënyrë cilësore. Pastaj janë të punësuar dhe

tre familjar të afërt të tyre me të cilët mundohen që të komunikojnë sa më shumë rreth cdo gjëje dhe të mos ken konflikte ndërmjet tyre përderisa harmonia familjare ndikon shumë në biznes dhe ata mundohen që sa më shumë të mbajn harmoni në mes tyre. Mu për këtë arsye ato thojnë që shumë rrallë kanë ndonjë mosmarrëveshje ndërmjet veti dhe po atëherë kur ndodh ndonjë mosmarrëveshje e vogël ata mundohen që përmes komunikimit ta zgjidhin atë problem në mes veti dhe të mos ndikohen të tjerët në mënyrë negative. Ndonjëherë normal që ndodhin dhe konflikte të vogla eventuale ndërmjet punonjësve por ata mundohen që ato konflikte të kalohen sa më lehtë dhe të mos kenë ndikim negative në performacën e tyre, përderisa cdo gjë që ndodh qoftë positive apo negative ka ndikim në performancën e tyre.

5. IT në biznes familjar

Në ditët e sotme ne të gjithë e dimë se teknologjia luan rol të madh në jetën tonë dhe se ka arritur të ndryshojë shumë jetën duke na e bërë cdo gjë më të lehtë për të funksionuar. Poashtu edhe në biznese ka arritur të bëjë ndryshime të shumta duke ia lehtësuar pronarëve shumë e më shumë punët e tyre. STC përdor sistemin e INFO BIROS që e ka blerë në Shkup përmes së cilit ka qasje për gjithcka rreth situates aktuale të marketeve, ku mund të sheh gjendjen e mallrave sa ka dhe sa mungojnë nëpër markete, mund të sheh sa shitje janë bërë, bën përcjelljen e kasave gjatë shtijeve si dhe në fund të ditës përmes këtij sistemi ka arritur që të bëjë kontrollimin e të ardhurave. Përmes këtij sistemi poashtu bëhet edhe kontabiliteti i firmës që domethënë që cdo gjë kryhet në firmë bëhet përmes këtij sistemi dhe e ka bërë shumë më të lehtë punën se sa në të kaluarën. Ky sistem një herë është blerë dhe pastaj firma paguan për

mirëmbajtjen e tij dhe për cdo defekt që mund të ndodh. Poashtu firma përmes emaileve informohet për cdo ndryshim që ndodh në lidhje me biznesin. Informohet edhe për evente biznesore ku mund fitojë edhe më shumë njohuri rreth biznesit. Gjithashtu teknologjia ka arritur që përmes saj biznesi të mund të bëjë promocione të shumta rreth vetes. STC përdor rrjetet sociale si fejsbuk dhe Instagram për promocionet e veta gjë që thonë se kanë ndikim të madh në performance e tyre. Ata kanë ndikuar në mënyrë pozitive dhe ndoshta mu në atë mënyrë kanë arritur që të fitojnë edhe më shumë konsumatorë.

Kompania DEMIR IMPEX-S

1. Historiku

Kompania Demir Impex-S është themeluar në vitin 1995 me seli në Kumanovë. Fillimet e para me prodhim datojnë në vitin 1992, kur u hap fabrika e parë e prodhimit. Kjo kompani është kompani prodhuese e cila merret me prodhimin e dyerve, dritareve nga PVC dhe alumini. Fillimet e para i ka pasur në një hapësirë shumë të vogël afro 40m² ku kanë punuar vetëm dy punonjës. Me kalimin e kohës derisa kanë parë se mund të kenë sukses rreth këtij biznesi ata kanë filluar të zgjerohen dhe sot janë partner të shumë kompanive gjermane sic janë REHAU, ROTO, SIEGENIA, STADTUR, GEZE e shumë të tjerë. Gjysmën e prodhimit të saj kompania e tregon në tregun vendor, ndërsa gjysmën tjetër e eksporton më së shumti në Gjermani, Zvicër, Itali dhe Austri dhe është prezente edhe në vendet fqinje: Serbi, Kosovë, Shqipëri dhe Mal të Zi. Furnizuesi kryesor, pasi është edhe përfaqësues i saj, është kompania gjermane Rehau, nga e cila importon 80% të ripromaterialeve – profile PVC. Pjesa e mbetur prej 20% është blerë nga prodhuesi turk Winturk. Aktualisht kompania ka 35 punonjës.



Pronari dhe menaxheri i kompanisë është Sedat Demiri, i cili ka një përvojë shumëvjeçare në industri si sipërmarrës. Në kompani janë të punësuar edhe anëtarët më të vegjël të familjes të cilët të gjithë janë të pozicionuar si menaxherë nëpër sektoret e ndryshme prodhuese. Pjesa tjetër e punonjësve janë të përfshirë drejtpërdrejt në procesin e prodhimit dhe montimit të produkteve të gatshme. Ai është i përfshirë në mënyrë aktive në jetën shoqërore dhe përpaket për të mirën shoqërore. Në atë drejtim ka nënshkruar edhe memorandum bashkëpunimi me OSTU “Nace Budjoni” – Kumanovë për trajnimin e kuadrove të rinj të cilët do të kenë mundësi të lidhin teorinë me aftësi praktike. Është një kompani që përpaket për zhvillim dhe ka një strategji eksporti.

2. Produktet dhe shërbimet

Kompania Demir Impex-S ofron një game produktesh të ndryshme ku klienti mund të zgjedh atë që dëshiron. Është kompani prodhuese e cila merret me prodhimin e dyerve, dritareve nga PVC dhe alumini, roleta të aluminit të të gjitha llojeve me termoizolim, fasada strukturale dhe gjysmëstrukturale, fasada ventiluese, rrethoja të aluminit dhe qelqit, qelqi termopan, panele dekorative për dyer, dyer garazhe dhe dyer garazhe industrial. Ata mundohen që në mënyrë sa më cilësore të kryejnë punët e tyre dhe klientët të ndahen cdoherë të kënaqur me produktet e tyre. Produktet prodhohen nëpër sektoret e posacme për secilin produkt gjë që i mundëson punëtorit hapësirë të nevojshme dhe të rehatshme gjatë procesit të punës. Kompania përmes stafit të tij profesional të cilet me një sjellje të vecantë duke i shërbyer në mënyrë sa më efikase klientët i bëjnë për veti dhe i shërbejnë gjithmonë me produkte cilësore dhe kualitative.



Kompaninë Demir Impex-S e bën më të vecantë dhe të dallojë nga të tjerët jo vetëm në Kumanovë por edhe në të gjithë Maqedoninë e Veriut është se të gjitha prodhimet e veta I ka që prodhohen në sektoret e kompanisë që domethënë që është vet prodhuese dhe nuk ka bashkëpunime me kompani tjera. Si produktet më të vecanta I ka dyert e hyrjes ekskluzive të dizajnuara dhe të patentuara nga kompania. Inovacionin më të fundit dhe më të veçantë në treg

e kanë lansuar këtë vit dyert e hyrjes të cilat quhen “Pivot Door”, ku risia e kësaj dere është gjerësia maksimum 2.5m dhe lartësia 6m me një hapje. Hapja e kësaj dere bëhet me smart system dhe dera mund të bëhet me dizajne të ndryshme që e bën të dallon nga dyert e tjera.

3. Struktura menaxheriale

Pra edhe Demir Impex-S është biznes familjar ku pikësëpari struktura organizative ndahen në mes anëtarëve të vet familjes. Në krye të gjithëve është kryefamiljari I cili mirret me gjithë përgjegjësitë e vet kompanisë. Pastaj janë tre djemtë e tij ku secili prej tyre është menaxher në njërin prej sektorëve. Ata mundohen që sa më shumë të motivojnë punëtorët dhe të kryhen punët me sukses. Poashtu ka edhe disa familjarë të tjerë të punësuar të cilët mirren me punë administrative dhe të ngjajshme. Në secilin sektor të prodhimit ka poashtu një punonjës që njihet si më kryesori që bën kontrollimin e kryerjes së detyrave të të tjerëve. Poashtu ka edhe dy pika të shitjes ku punojnë punëtorë të posacëm ku klientët mund të vinë dhe të shohin modelet dhe produktet që ata kërkojnë. Një pjesë tjetër e punonjësve janë ata të cilët merrem me transportin dhe montimin.

4. Harmonia familjare dhe performanca

Pika kryesore e cdo biznesi familjar është harmonia dhe performanca e tyre të cilët luan rol të rëndësishëm. Në këtë kompani janë të punësuar gjashtë anëtarë të familjes së afërt dhe ata mundohen që sa më rrallë të ndodhin mosmarrëveshje në mes tyre duke menaxhuar punët sa

më mirë dhe më korrekte. Ata thanë që shpeshë ndodhin konflikte në mes punëtorëve të tjerë duke mos qenë ata shumë aktiv dhe preciz në kryerjen e detyrave, mirëpo ata mundohen që sa më lehtë përmes komunikimit të mirë të ndalojnë mosmarrëveshjet duke i përmirësuar gabimet e tyre. Gjithëmonë mundohen që të kenë qetësi, rehati dhe komunikim të lirshëm me punonjësit në mënyrë që të fitojnë harmoni në mes tyre. Harmonia ndikon shumë në kryerjen e punëve kështu që duhet që të kenë harmoni positive për të kryer punët me efikasitet. Ndonjëherë një konflikt i vogël eventual mund të ndikojë shumë duke e corientuar punëtorin duke i fal pa rehati dhe stres ai nuk mund të koncentrohet në kryerjen e vet detyrës. Për këto arsye harmonia familjare ndikon shumë në performancat e tyre dhe për këtë duhet të ketë komunikim të mirë dhe të zgjidhen problemet sa më lehtë.

5. IT në biznes familjar

Teknologjia edhe te kjo kompani ka arritur majat e suksesit duke ia lehtësuar punët me zëvendësimin e punëtorëve me makinerit më modern të cilat i përdorin. Makina të ndryshme si CNC për prerjen e profileve, saldimin e këndeve dhe pastrimin e këndeve në mënyrë robotike, vendosjen e mekanizmave, prerjen e qelqit, larjen dhe paketimin e qelqit termopan në mënyrë robotike, mbushjen e silikonit gjithashtu në mënyrë robotike, dekorimin e dyerve të hymjes me CNC makinë me një fjalë i gjithë procesi i prodhimit kryhet me një makineri më të avancuar e gjeneratës së fundit robotike. Të gjitha makineritë janë prodhim gjerman dhe Italian. Kjo teknologji ka bërë pothuajse të gjithë procesin më të lehtë duke e zëvendësuar punën e së kaluarës në dorë dhe poashtu zvogëlimin e numrit të punëtorëve. Poashtu kjo kompani përdor

programin e blerë nga përfaqësuesit e vet ku bën dizajnimin e produkteve dhe në atë mënyrë digjitale shumë lehtë mund të kalkulohen cmimet si dhe në atë mënyrë bëhet marrëveshja me klientin dhe dërgohet në prodhim ku bëhet gjithcka në mënyrë teknologjike.

Në këtë vit investimet e fundit i ka bërë edhe në instalimin e paneleve solare për energjinë elektrike ku me investimin e kësaj teknologjie ka arritur që të zvogëlojë harxhimet e veta energjike gjë që ka ndikuar me shumë pozitivitet në performancën e tyre.



Kompania BENTON-NI

1. Historiku

Kompania BENTON-NI është kompani prodhuese e cila gjendet në Kumanovë. Eshtë themeluar në vitin 1997 dhe ata u bënë lider të tregut në Maqedoni me produktet e tyre. Ata janë prodhues të produkteve ushqimore dhe higjienike. Themeluesi i kësaj kompanie është Nazmi Ejupi i cili është kimist i diplomuar dhe dëshira e tij ishte gjithëmonë të prodhonte diçka për të plotësuar nevojat e konsumatorëve. Me shumë sakrifica dhe sfida ai ka arritur të realizojë qëllimin e tij me sukses duke filluar prodhimin në industrinë ushqimore si uthullën e bardhë. Filloi me produktet e para në industrinë ushqimore me prodhimet e uthullës sic ishin uthulla e bardhë, uthulla e kuqe (venës) dhe uthulla e mollës, si dhe maja (esencë) e uthullës për konzervimin e produkteve ushqimore. Me kalimin e kohës kjo kompani filloi dhe të zgjerojë veprimtarinë edhe në industrinë kimike duke filluar me prodhimin e shumë llojeve të detergjentëve. Nga një industri e vogël prodhuese sot ka arritur majat e suksesit në këtë lëmi duke u zhvilluar për të përfaqësuar teknologjinë modern e cila ndjek trendet dhe përmirësimet e efikasitetit të prodhimit. Kompania gjithëmonë është në kërkim dhe zhvillim për inovacione dhe sjelljen e produkteve të reja në treg dhe poashtu të bëjë ndryshime në produktet aktuale.



Kjo kompani ka linjë të gjërë të produkteve higjienike dhe produkteve ushqimore. Kohëve të fundit ka arritur të bëj edhe kontrata të reja si disa franchise për produkte të caktuara për shtete të caktuara. Bën transportin e produkteve të veta edhe nëpër shtete të tjera përveç Maqedonisë si në Kosovë, Shqipëri, Mal të Zi, Greqi dhe shumë tjera. Në të ardhmen mendojë të zgjerojë edhe më shumë industrinë e prodhimit duke i ofruar klientëve produkte të reja dhe me llojllojshmëri të ndryshme për të plotësuar nevojat e tyre dhe të mos ndjejnë mungesë të asnjë produkti që iu nevojitet.

2. Produktet dhe shërbimet

Qëllimi i tyre si kompani është që gjithëmonë të arrijnë të plotësojnë nevojat e konsumatorëve me produktet dhe shërbimet e tyre me qëllim që ata të ndahen cdoherë të kënaqur dhe të plotësuar. Si produkt ushqimor dhe të parin që ata edhe nisën biznesin e tyre ishte uthulla e bardhë ushqimore.



Këtë produkt ushqimor mund ta gjesht në cdo vend të qytetit poashtu edhe ne jasht vendit tonë. Ky është njëri nga produktet që cdo shtëpi ka nevojë për të dhe pothuajse në cdo shtëpi është prezente dhe e nevojshme. Përveç uthullës së bardhë ata ofrojnë dhe lloje tjera të uthullës si uthulla e kuqe(venës), uthulla e mollës si dhe maja(esencë) e uthullës për konzervimin e produkteve ushqimore.

Poashtu ofrojnë në treg edhe shumë produkte higjienike me aroma të ndryshme.

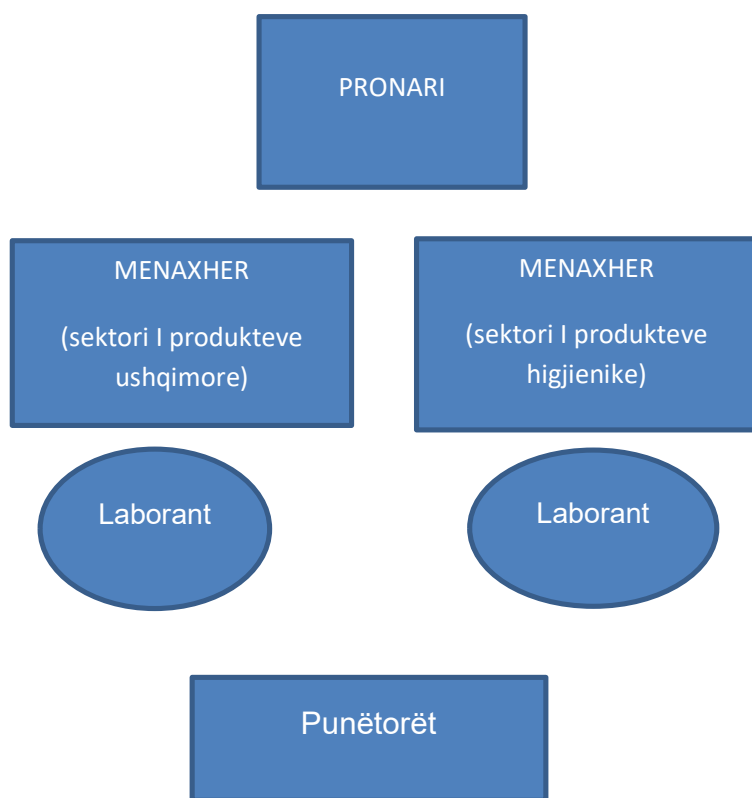


Ata bëjnë transportin nëpër markete ku blejnë rafte për të shitur vetëm produktet e tyre dhe kjo ka sjell një efekt pozitiv për to. Produktet e ofruara nga kjo kompani vlerësohen si produktet më të mira dhe cilësore në vend. Shërbimi i tyre është gjithëmonë në nivel dhe janë shumë të kujdesur në lidhje me kryerjen e shërbimeve të veta. Gjithëmonë mundohen që në treg ti paraqesin produktet edhe me cmime të volitshme për të arritur deri te plotësimi i nevojave të konsumatorëve.

3. Struktura menaxheriale

Pasi që është biznes familjar normal që është kompani që menaxhohet nga familjarët. Në krye të të gjithëve qëndron pronari i cili është përgjegjës për gjithcka dhe më pastaj janë katër vajzat e tij që merren me menaxhimin e punëve tjera. Njëra prej vajzave është menaxher në section e produkteve ushqimore ku ajo gjithëmonë është përgjegjëse për të gjithë aty. Ajo aty bën koordinimin e gjithë punëtoreve dhe përcjell gjithë procesin e punës prej prodhimit e deri te paketimi e shitja. Poashtu dhe vajza tjetër është njëra nga menxherët në sektorin e produkteve

higjienike ku ajo bën përcjelljen e punës prej fillimit deri në fund, cdoherë konsultohet me punonjësit e tjerë për cdo detaj, mban evidencat për të gjithë tjerët gjatë gjithë procesit. Pastaj vajza tjetër pasi që është edhe kimiste është e kycur në laboratorit ku bëhet procesi i prodhimit dhe vajza tjetër merret me dizajnimin e produkteve, ajo mundohen që sa më të vecantë të bëj dizajnet e tyre dhe në treg të pranohen sa më mirë. Pastaj janë disa të afërt të tjerë të cilët merren me punët administrative të firmës dhe në fund janë gjithë punonjësit e tjerë që merren në procesin e prodhimit të produkteve ushqimore dhe higjienike.



4. Harmonia familjare dhe performanca

Cdo kohë dhe në cdo moment mundohemi të jemi pozitiv - ishte përgjigja e tyre e pare. Harmonia familjare në biznes familjar ka rëndësi të madhe dhe mu për këtë arsye ata mundohen gjithëmonë të mendojnë drejtë dhe mirë. Pasi që numri më i madh i të punësuarve janë familjar ata thonë se harmonia ndikon shumë në procesin e punës së tyre. Ka raste kur ndonjëherë ndonjëri prej familjarëve është në gjendje jo të mire dhe ka ndikuar negativisht gjatë procesi të punës dhe ka pasur rasten që janë bërë dhe gabime mirëpo cdoherë janë munduar me komunikim të qetë të tejkalojnë cdo situat. Shpesh ndodhin dhe mosmarrëveshje në mes punëtorëve për të cilën mundohen që të mos ketë gisht në procesin e punës dhe e tejkalojnë me bisedime dhe mundohen që të mos ndodhin mosmarrëveshje të tilla për shkak të mos dëmtimit të vet biznesit. Cdo gjë është e lidhur ngusht në mes veti dhe mu për këtë arsye duhet të mos ketë mosmarrëveshje dhe konflikte sepse ndikojnë shumë në performancën e tyre si biznes.

5. IT në biznes familjar

Teknologjia ka ndryshuar cdo biznes duke e bërë cdo gjë më të lehtë dhe më efikase. Sot ata kanë shumë makineri në fabrikën e tyre ku gjysa e punës iu është lehtësuar pasi që bëhet nga vet makinat në mënyrë robotike. Ato janë të furnizuar më shumë nga Turqia dhe janë shumë të kënaqur me përdorimin e tyre. Furnizimi i makinerive të reja ka bërë që të zvogëlojë edhe numrin e punëtorëve pasi që makina zëvendëson vet njeriun dhe e shpejton procesin e punës dhe e gjitha kjo ndikon pozitiv në performancën e punës. Kohëve të fundit është pajisur me mjete laboratorike

më të avansuara në treg ku ju shërbejnë për kryerjen e analizave të ndryshme sipas standardeve bashkëkohore. Gjithmonë mundohen që të pajisen me teknologjitë më të reja me qëllim që të sjellin produkte sa më cilësore dhe të sigurtat tek konsumatorët.



Përmes teknologjisë ka arritur edhe të bëjnë shitje me numër më të madh duke përdorur rrjetet sociale për promocione të shumta të produkteve të veta. E gjithë kjo ka ndikuar pozitivisht pasi që edhe kjo është një lloj mjeti i komunikimit me konsumatorët dhe janë cdoherë afër tyre.

PRINCE AMB

1. Historiku

Të fillosh një biznes çfardo lëmie që të jetë është shumë vështirë, pasi çdo here ballafaqohemi me rreziqe si dhe kërcënime që vijnë nga rrethi i jashtëm dhe i brendshëm. Prince AMB është kompani distribuimi I produkteve të kafes. Ata u bënë lider të tregut në Maqedoni për kualitetin e produkteve të tyre. Kompania u themelua në vitin 2002 në Kumanovë, si kompani distribuimi me themelues Atulla Mirtezani. Çdonjëra prej firmave tona në Republikën e Maqedonisë së Veriut që kanë arritur suksese të mëdha dhe janë bërë një ndër firmat më të njohura, në fillim ato kanë pasur një biznes të vogël dhe më pas me përparimin e biznesit ato zgjerohen dhe bëhen firma të mëdha. Prince Amb njihet si një ndër kompanitë e suksesshme në vendin tone. Kompania me këmbëngulje dhe me një vendosshmëri të madhe dhe me një vision të qartë vendosi të punojë me një force të madhe. Kështuqë nga një firmë e vogël, pas disa vitesh punë të pandalshme arriti të bëhet në një nga firmat e popullarizuara. Menaxhimi i marketingut është gjithmonë i rëndësishëm për kompaninë tonë. Qëllimi për të shkruar këtë plan marketingu është të vazhdojë zgjerimin e produkteve ekzistuese dhe nevojitet si pjesë e planifikimit vjetor. Këtu kompania harton objektivat dhe hapat e ardhshëm për të arritur këto qëllime. Gjithashtu me këtë kompania mund të identifikojë tregun e synuar, cilët janë ata, ku janë ata dhe a e duan atë produkt. Duke bërë këtë, kompania mund të kuptojë tregun dhe të sigurojë produktin që konsumatorët janë të kënaqur. Një tjetër pikë është se kompania do të fillojë të vlerësojë

pozicionin e tyre aktual në treg. Gjithashtu, identifikon pikat e forta, dobësitë dhe mundësitë e tyre. Pas kësaj, ata do të përpiqen t'i kthejnë ato dobësi në mundësi.

2. Produktet dhe shërbimet

Prince Amb mundohet që cdoherë të jetë në hapërim dhe të sjellë produkte të reja dhe cilësore në treg. Produktet e tyre gjithëmonë janë shumë të kërkuara dhe të konsumara nga tregu, shkaku i kërkesës së madhe të produkteve të tyre është cilësia që ato posedojnë. Produktet që ata ofrojnë janë: Prince Dolce, Prince Grande, Prince Premium, Prince Gold, Prince Yes Please. Ata cilësohen për kafën më me shije dhe më të mirë.





Produktet e Prince AMB janë me cmime të volitshme dhe të kapshme për të gjithë konsumatorët. Poashtu ata mundohen që të bëjnë shërbime sa më të mira që ti dallojë nga të tjerët. Ata bëjnë dërgimin e produkteve deri në lokal ku ata kanë bërë marrëveshje për bashkëpunim, poashtu si shërbim që ata e bëjnë më të vecantë është se ata cdoherë i pajisin furnizuesit me filxhane dhe aparatura të tyre. Bëjnë kujdesin e mirëmbajtjes së mullirit të kafes, atje dhe ku duhet të kushtohet kujdes i madh për të pasur produkte sa më cilësore.

3. Struktura menaxheriale

Strukturës menaxheriale i kushtohet kujdes të madh dhe si te shumë kompani profesionale edhe te kjo kompani bëhet organizimi i punës në mënyrë adekuate duke i ndarë punët sipas nivelit. Në krye qëndrojnë pronaret dhe më pastaj menaxherët të cilët miren edhe me bërjen e shumë kontratave për të furnizuar kompani dhe lokale të ndryshme me produktet e tyre. Pastaj janë punonjës të tjerë të posacëm të cilët e bëjnë shpërndarjen e produkteve nëpër vendet ku duhet shitur. Ata mundohen që të kenë struktur organizative sa më efikase që të mund kompania të funksionojë sa më drejtë.

4. Harmonia familjare dhe performanca

Në këtë biznes janë të kycur gjithësej 22 punëtorë dhe 3 janë familjarë e afërt ata të cilët janë edhe themelues edhe pronarë të kësaj kompanie. Së pari ata mundohen të mbajnë një komunikim të lirshëm në mes veti që në mënyrë sa më të lehtë të mund ti kalojnë ndonjë

mosmarrëveshje që mund të ndodhë. Cdoherë mundohen të mendojnë pozitiv dhe të përcjellin pozitivitet edhe tek të tjerët që punët mund të kryhen në një menyrë më të mirë dhe më me cilësi sepse harmonia familjare ka ndikim të madh në performancën e tyre. Nga bashkëbisedimi me ata se shpeshë mund të ndodhin mosmarrëveshje ata thanë që nuk ndodhë shpesh, sepse punëdhënësit dhe punëmarrësit janë të vetëdijshëm për rëndësinë e parandalimit dhe zgjidhjes së mosmarrëveshjeve brenda ndërmarrjes. Edhe po të ndodhë ndonjë mosmarrëveshje e vogël zgjidhen në mënyrë paqësore, të shpejtë përmes rregullave dhe procedurave të cilët ekzistojnë brenda ndërmarrjes. Poashtu pyetëm edhe se si konfliktet eventuale ndikojnë në performancën e biznesit?

Si përgjigje morëm se konflikti ndikon negativisht në performancën e biznesit sepse mund të çojë në një humbje serioze të kohës dhe energjisë. Mbas të të gjithave ata mundohen që në biznes të paraqesin harmoni familjare të mirë që të ndikojë sa me pozitivitet në performancën e tyre.

5. IT në biznes familjar

Përdoret teknologjia e kohës e avancuar posaqërisht në makineritë e kafes dhe sheqerit. Qendër biznesi për distribuim të konsumit të gjërë, furnizues nga Kosovat. Teknologjia e avancuar ka bërë që të dalloj nga të tjerët duke ofruar makineri të kohës fundit. Cdo teknologji e re e fundit ndikon në performancën e cdo biznesi.

Rastet studimore dhe testimi i hipotezave

Në këtë punim janë shtruar 2 hipoteza:

H1. Harmonia familjare ka një efekt pozitiv në performancën e NVM-ve familjare

H2. Strategjia e IT-së ka një efekt në performancën e NVM-ve familjare

Sa shpeshë ndodhin mosmarreveshje në kompani?	Shumë shpeshë	Ndonjëherë	Asnjëherë
Cfarë ndikimi ka harmonia familjare në biznes?	Negativ	Pozitiv	Asnjë ndikim
Si zgjidhen konfliktet në biznes ?	Komunikim	Nuk kanë zgjidhje	
Ndikimi i IT në performancën e kompanise ?	Negativ	Pozitiv	Nuk ka asnjë ndikim

Kjo tabelë përfshinë disa prej pyetjeve që ia kemi parashtruar kompanive dhe kemi marrë mendimet e tyre në lidhje me to. Në pyetjen se sa shpeshë ndodhin në kompanitë e tyre mosmarrëveshje kemi marrë përgjigje se ndonjëherë ndodhin mosmarrëveshje në kompanitë e tyre, por ata mundohen që ti zgjidhin ato pa pasur ndonjë efekt negative në to. Pastaj në pyetjen

se si ndikon harmonia familjare në biznesin e tyre familjar ata janë përgjigjur se ndikon në mënyrë pozitive dhe për këtë arsye ne mundohemi cdoherë të kemi harmoni në mes veti që të reflektojmë edhe tek të tjerët me pozitivitet. Atëherë kur ndodhë ndonjë konflikt në kompani mes punonjësve përmes komunikimit mundohen që të vinë në një përfundim për zgjidhjen e atij konflikti sa më lehtë dhe më mire dhe të mos ngel asnjë konflikt i vogël mes tyre.

Poashtu edhe IT ka efekt pozitiv në performancën e tyre pasi që me përdorimin e teknologjisë ata kanë arritur shumë suksese duke e lehtësuar punën e tyre dhe duke e bërë më efektive dhe efikase.

Hipoteza e parë harmonia familjare ka ndikim pozitiv në performancën e NMV-ve është pranuar nga të gjithë kompanitë duke thënë se harmonia familjare ka ndikim pozitiv në performancën e kompanisë.

Hipoteza e dytë strategjia e IT-së ka efekt në performancën e NMV-ve familjare është pranuar nga të gjithë kompanitë duke thënë se ka një efekt pozitiv në performancën e tyre si biznes familjar.

V. PËRFUNDIME DHE REKOMANDIME

Në këtë punimë janë pasqyruar gjetjet të cilat janë analizuar dhe janë nxjerrë konkluzione në bazë të tyre. Rezultatet e marra paraqesin gjendjen aktuale të kompanive familjare në vendin tone dhe në bazë të tyre ne do mundohemi të paraqesim dhe disa rekomandime.

Qëllimi i këtij hulumtimi ishte të shohim se si harmonia familjare dhe IT ndikojnë në performancën e NMV-ve familjare.

Përmbledhja e të gjitha hulumtimeve të bëra sheh se jeta biznesore është e lidhur ngushtë me harmonin familjare dhe gjithcka përrreth ndikohet nga ajo. Është faktor kryesor dhe cdo biznes familjar është i prekur nga ajo. Nga e gjithë ajo që pamë dhe folëm më lartë pamë se në biznes familjar së pari duhet të ketë harmoni në mes tyre sepse ka ndikim në performancën e tyre si biznes. Poashtu duhet që gjithmonë të komunikohet dhe të arrihet një pikë e përbashkët dhe të mos ndodhin konflikte në mes tyre sepse konfliktet gjithmon ndikojnë për negativitet.

Komunikimi i mirë bën që cdo gjë të kryhet më lehtë dhe të mos ndikojë dicka negative gjatë procesit të punëve. Gjithashtu edhe teknologjia ka arritur të ndryshojë cdo jetë biznesi duke bërë që punët të kryhen në mënyrë më të lehtë dhe më të shpejtë pa pasur komplikime të shumta. Çdo gjë që ndoshta në të kalurën është dashur të kryhet me dorë sot teknologjia na e ka mundësuar që përmes saj ta kryejmë sa ma lehtë dhe poashtu të shpenzojmë kohë më pak. Vërehet se teknologjia poashtu ka ndikim pozitiv në performancën e cdo biznesi. Rekomandimet janë të gjitha bizneset familjare të orientohen më shumë në mënyrën se si të rritet harmonia familjare që të kenë një biznes të arritur me sukses dhe të kenë sa më shumë anëtarë të familjes

në menaxhimin e punëve. Poashtu të jenë sa më shumë të fokusuar në teknologjitë moderne të fundit dhe cdoherë të jenë në hapërim me inovacionet teknologjike sepse ato me të vërtetë ndryshojnë jetën biznesore duke e bërë të funksionojë me efikasitet të madh.

REFERENCAT

- Ademi, B. (2008). *Menaxhimi i Biznesit Familjar*. Tetove: Arberia Design.
- Agamy, H. E. (2013, 10 25). *The family business life cycle*. Retrieved 03 19, 2016, from familybusinessunited: <http://www.familybusinessunited.com/family-business/people/the-family-business-life-cycle/>
- Alan Murray. (n.d.). *What is the Difference Between Management and Leadership?* Retrieved 03 21, 2016, from Guides.wsj.com: <http://guides.wsj.com/management/developing-a-leadership-style/what-is-the-difference-between-management-and-leadership/>
- Albconsulting. (2016). *Menaxhim Strategjik*. Retrieved 03 16, 2016, from albconsulting.org: <http://www.albconsulting.org/shqip/shqip/menaxhim-strategjik>
- Alberti, F.G. and Pizzurno, E. (2013), "Technology, innovation and performance in family firms", *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 17 Nos 1-3, pp. 142-161
- Amin Nasser, A. (2014). *Understanding family dynamics and family conflicts*. Retrieved 0302 2016, from www.pwc.com: <https://www.pwc.com/m1/en/assets/document/family-business-docs/understanding-family-dynamics-and-family-conflicts.pdf>
- Amran, N. A. (2011). *The Effect Of Owner's Gender And Age To Firm Performance: A Review On Malaysian Public Listed Family Businesses*.

- Anonim. (2012). *Biznesi*. Retrieved 02 20, 2016, from rapitful.blogspot:
<http://rapitful.blogspot.com/2012/04/cka-quajm-biznes.html>
- Ansoff, I. H. (1984). *Implanting Strategic management*. Prentice Hall.
- Aspasia Vlachvei & Ourania Notta. (2008). Firm Growth, Size and Age in Greek firms .
- Astrachan, J.H. (2010), "Strategy in family business: toward a multidimensional research agenda", *Journal of Family Business Strategy*, Vol. 1 No. 1, pp. 6-14.
- Athwal, R. (2014, 09 26). *Vistage Uk Blog*. Retrieved 02 19, 2016, from Vistage:
<http://blog.vistage.co.uk/advantages-disadvantages-of-a-family-business>
- Bahri Musabeliu, Donika Kercini, Alketa Bejko. (2012). *Menaxhimi Strategjik*. Tirane. Bannock, G. (1981). *The economics of Small Firms*. Oxford: Blackwell.
- Baki Rexhepi. (20015) *Bizneset e vogla familjare garant i zhvillimit ekonomik e social*. Universiteti AAB. Retrieved from: [<https://aab-edu.net/assets/uploads/2016/12/01-2015-SQ-10-Baki-Rexhepi.pdf>]
- Barbara S. Hollander, Nancy S. Elman. (1988). Family-Owned Businesses: An Emerging Field of Inquiry. *Family Business Review* , 145-164.
- Bardhyl Ceku & Nail Reshiti. (2006). *Marketingu*. Prishtine.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management* ,99-120.

- Bennedsen, M., Nielsen, K.M., Perez-Gonzalez, F. and Wolfenzon, D. (2007), "Inside the family firm: the role of families in succession decisions and performance", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 122 No. 2, pp. 647-691
- Bennis, W. (1989). *On Becoming a Leader*. USA: Basic Books.
- Bergeron, F., Croteau, A.M., Uwizeyemungu, S. and Raymond, L. (2015), "IT governance theories and the reality of SMEs: bridging the gap", 48th Hawaii International Conference on System Sciences, pp. 4544-4553
- Bergeron, F., Raymond, L. and Rivard, S. (2001), "Fit in strategic information technology management research: an empirical comparison of perspectives", *Omega*, Vol. 29 No. 2, pp. 125-142.
- Berlin: Cornelsen.
- Bizmove. (2015). *Choosing A Successor In A Family Business*. Retrieved 03/04, 2016, from Bizmove: <http://www.bizmove.com/general/m6s5.htm>
- Blundell, R., Griffith, R. and Van Reenen, J. (1999), "Market share, market value and innovation in a panel of British manufacturing firms", *The Review of Economic Studies*, Vol. 66 No. 3, pp. 529-554.
- Bob Matthews & Liz Ross. (2012). *Metodat e hulumtimit*. Tirane: Centre for democratic education. Bowman-Upton, N. (2000). *Transferring Management in the Family-Owned Business*.

- Boyatzis, R. E. (2006). An overview of intentional change from a complexity perspective. *Journal of Management Development* , 607–623.
- BQK. (2015). *Ngarkesa me borxh e klientëve*. Kosove: Banka Qendrore e Kosoves.
- Bruser, J. (2007). *Unternehmensnachfolge: Wie Sie als Mittelständler den Stab weitergeben*,.
- Buble, M. (2005). *Menaxhmenti Strategjik*. Zagreb: Sinergjia D.O.O.
- Burnam, C. (2014, 10 12). *5 Strategies for Growing Your Family Business Happily*. Retrieved 03
- Calabro, A. and Valentino, A. (2019), STEP2019 Global Family Business Survey-REPORT the Impact of Changing Demographics on Family Business Succession Planning and Governance, Deloitte Development LLC, Paris.
- Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization* , 327-348.
- Catherine M. Banbury and Will Mitchell. (1995). The Effect of introducing important incremental innovations on market share and business survival. *Strategic Management Journal* , 161-182.
- Chang-Soo Kim & Lewis F. Davidson. (2004). The effects of IT expenditures on banks' business performance: using a balanced scorecard approach. *Managerial Finance* , 28-45.

- Charles R Nelson & Ido Millet. (2001). A foundation course in ERP and Business process rational,desing and educational outcomes. *Seventh Americas Conference on Information Systems Boston*. MA.
- Charles R Nelson, Ido Millet. (2001). A foundation course in ERP and Business process rational, design and educational outcomes. *Seventh Americas Conference on Information Systems Boston*.MA.
- Chris Woodruff & Kristi McMillan. (2002). The Central Role of Entrepreneurs in Transition Economies. *Journal of Economic Prespectives*, 153-170.
- Claudio F. Loderer & Urs Waelchli . (2010). Firm Age and Performance. *Social Science Research Network* , 1-52.
- Coplin, L. C. (2002). *Competitive advantage and the SME': The role of the distinctives competencesas the determinants of success are there differences accros gender, sector and size*. Spain: Universitet Autonomia da Barcelona.
- Danes, S.M., Stafford, K. and Loy, J.T.C. (2007), "Family business performance: the effects of gender and management", *Journal of Business Research*, Vol. 60 No. 10, pp. 1058-1069.
- Harvard Business Review. (2012) *Avoid the Traps That Can Destroy Family Businesses*.Retrieved from: [https://hbr.org/2012/01/avoid-the-traps-that-can-destroy-family-businesses?referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom]

- Instituti Riinvest për kërkime zhvillimore. (2015) *Qeverisja korporative në bizneset familjare në Kosovë*. Retrieved from: [\[http://www.riinvestinstitute.org/uploads/files/2016/September/20/Qeverisja_Korporative_ne_Biznese_Familjare_ne_Kosove1474379290.pdf\]](http://www.riinvestinstitute.org/uploads/files/2016/September/20/Qeverisja_Korporative_ne_Biznese_Familjare_ne_Kosove1474379290.pdf)
- *International Conference on Applied Economics* , 915-921.
- *Journal of global business and economics* , 104-116.
- London Economics. (2002). *Family businesses: do they perform better?* Retrieved from [\[http://londoneconomics.co.uk/wp-content/uploads/2011/09/101-Comparing-the-economic-performance-of-family-businesses-and-non-family-businesses.pdf\]](http://londoneconomics.co.uk/wp-content/uploads/2011/09/101-Comparing-the-economic-performance-of-family-businesses-and-non-family-businesses.pdf)
- Tharawat Magazine. (2015) *9 Generations of Family Shoe Making: The Story of van Bommel*. Retrieved from: [\[https://www.tharawat-magazine.com/family-business-internationalization/van-bommel\]](https://www.tharawat-magazine.com/family-business-internationalization/van-bommel)
- Turel, O., Liu, P. and Bart, C. (2017), "Board-level information technology governance effects on organizational performance: the roles of strategic alignment and authoritarian governance style", *Information Systems Management*, Vol. 34 No. 2, pp. 117-136