



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

FAKULTETI BIZNES DHE EKONOMI

- STUDIME POSTDIPLOMIKE -

**INOVACIONI I GJELBËR DHE PERFORMANCA E FIRMËS:
RASTI I RMV-SË**

Mentori

Prof. Dr. Hyrije ABAZI-ALILI

Kandidatja

Blerina Zendeli

Tetovë, 2023

DEKLARATË AUTORËSIE

Në përgjegjësinë time deklaroj se ky punim me titull “ **Inovacioni i gjelbër dhe performanca e firmës: Rasti i RMV-së**” është shkruar prej meje, nuk është prezentuar asnjëherë para një institucioni tjetër për vlerësim dhe nuk është botuar i tëri ose pjesë të vecanta të tij. Informacioni i marrë nga veprat e botuara ose të pabotuara të autorëve të tjerë citohen në tekst dhe referencat janë paraqitur në literaturën e shfrytëzuar.

Tetovo

Blerina Zendeli

Mirënjohje

Një projekt i tillë kërkimor në shkallë të gjërë nuk mund të realizohet me përpjekjet e një individi të vetëm. Shumë njerëz kanë kontribuar në realizimin e tij në mënyrën e tyre.

Fillimisht, dëshiroj të shpreh mirënjohjen time të thellë për mentoren time, mbështetja dhe mirëkuptimi i palëkundur i Doc. Dr. Hyrije Abazi – Alili, ishin thelbësore për këtë përpjekje kërkimore. I jam mirënjohëse për durimin dhe gatishmërinë e saj për të ndarë njohuritë e saj të gjëra, si dhe për udhëzimet dhe këshillat e saj të pacmueshme që kanë luajtur një rol kyc në suksesin tim.

Prindërve të mi dhe vëllaut u jam përjetësisht mirënjohëse për mbështetjen e tyre të palëkundur, e cila ka shtrirë rrugëtimin tim arsimor nga fëmijëria e hershme deri në universitet. Fjalët nuk mund të shprehin në mënyrë adekuate thellësinë e mirënjohjes sime ndaj tyre dhe gjithë familjes sime. Ju keni qenë burimi im i vazhdueshëm i frymëzimit, inkurajimi vazhdueshëm, motivimi dhe besimi në aftësitë e mia ishin dhe janë një burim i madh force.

Në fund, dëshiroj të shpreh mirënjohjen time të sinqertë për të gjithë ata që kanë luajtur një rol në këtë rrugëtim. Mbështetja dhe inkurajimi juaj është i pacmuar dhe unë jam vërtet mirënjohëse për praninë tuaj në jetën time.

Tabela e përmbajtjes

Abstrakt	7
Анотация.....	8
Abstract	9
Hyrje	10
1.1 Rëndësia e studimit	12
1.2 Organizimi i tezës	13
II. ASPEKTI TEORIK DHE SHQYRTIMI I LITERATURËS	15
2.1 Hyrje	15
2.2 Rishikim teorik mbi aktivitetet e inovacionit dhe performancën e firmës	17
2.2.1 Përkufizimi dhe llojet e inovacionit	17
2.2.2 Inovacioni në rritje, radikal dhe i gjelbër	20
2.3 Inovacioni i gjelbër dhe zhvillimi i qëndrueshëm	24
2.4 Evidencë empirike mbi ndikimin e inovacionit të gjelbër në performancën e firmës	31
2.5 Politikat e financimit të gjelbër dhe ndikimi i tyre në inovacion dhe performancën e firmës	34
2.6 Përfundimi	42
III. Metodologjia e hulumtimit	44
3.1 Specifikimi i modelit	44
3.2 Metoda e hulumtimit	44
3.3 Analiza e të dhënave	49
3.4 Analiza e regresionit të shumëfishtë	50
IV: Rezultatet e kërkimit	57
4.1 Interpretimet e Rezultateve të Regresionit	57
4.2 Diskutimi i gjetjeve empirike	60
V: Përfundimi dhe rekomandime	62
5.1 Hyrje	62
5.2 Gjetjet kryesore të hulumtimit	63
5.3 Rekomandime	64
Literatura e shfrytëzuar	66

Lista e figurave

Figura 1: Spektri i inovacionit dhe Dinamika globale	21
Figura 2: Marrëdhënia konceptuale midis qëndrueshmërisë dhe zhvillimit të qëndrueshëm.....	29
Figura 3: Marrëdhënia në mes inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës	32
Figura 4: Katër P-të e financave gjithëpërfshirëse.....	35
Figura 5: Zhvillimi i hipotezave	47

Lista e tabelave

Tabela 1: Një shembull i përkufizimeve të ndryshme të Inovacionit në literaturën ekzistuese ..	18
Tabela 2: Dallimet në mes inovacionit dhe inovacionit të gjelbër.....	24
Tabela 3: Përkufizime te ndryshme te inovacionit të gjelbër	27
Tabela 4: Përshkrimi i variablave	46
Tabela 5: Statistikat përshkrueses të variablave të vazhdueshme.....	49
Tabela 6: Rezultatet e regresionit të modelit të parë.....	51
Tabela 7: Rezultatet e regresionit të modelit të dytë.....	53

Abstrakt

Ndjekja e zhvillimit të qëndrueshëm dhe mbrojtjes së mjedisit është bërë një shqetësim nëpër të gjithë globin. Në këtë kontekst, inovacioni i gjelbër është dëshmuar të jetë një shtytës kryesor për promovimin e praktikave sa më miqësore me mjedisin dhe përmisimin e performancës së firmës. Qëllimi kryesor i këtij studimi është që të hetojë lidhjen midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës, dhe faktorëve që ndikojnë në këtë marrëdhënie.

Duke përdorur një grup të dhënash gjithëpërfshirëse të Anketës së Performancës së Ndërmarrjeve në Mjedisin e Biznesit (BEEPS) të kryer nga Banka Botërore dhe Banka Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim (BERZH), analiza e regresionit të shumëfishtë dhe statistika përshkruese u përdorën për të identifikuar më shumë vlerësime mjedisore. Kjo analizë empirike jo vetëm që shqyrton lidhjen e drejtëpërdrejtë midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës, por edhe rolin ndërmjetësues të faktorëve të tjerë si rregullimi mjedisor dhe përkushtimi ndaj përgjegjësisë sociale të firmës.

Rezultatet tona ofrojnë dëshmi të fuqishme të një lidhjeje pozitive domethënëse midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së biznesit. Rezultatet tregojnë se firmat që angazhohen në mënyrë aktive në praktikën e inovacionit të gjelbër arrijnë nivele më të larta të performancës financiare, efikasitetit operacional dhe konkurrencës në treg. Për më tepër, ne zbuluam se përkushtimi ndaj rregullimit mjedisor dhe përgjegjësisë sociale të firmës vepruan si lehtësues të rëndësishëm, duke përforcuar ndikimin pozitiv të inovacionit të gjelbër në performancën e firmës dhe për të bërë nxitjen e një ekonomie të gjelbër.

Si përfundim, ky studim kontribuon në literaturën në rritje mbi inovacionin e gjelbër dhe performancën e firmës, duke avancuar të kuptuarit për implikimet ekonomike të praktikave të qëndrueshme. Duke hetuar lidhjet midis inovacionit të gjelbër dhe dimensioneve të ndryshme të performancës së firmës, ky studim ofron njohuri të vlefshme si për akademikët ashtu edhe për praktikuesit, duke mbështetur tranzicionin drejt një të ardhmeje më të ndërgjegjshme për mjedisin dhe ekonomikisht të begatë.

Fjalët kyçe: Inovacioni i gjelbër, zhvillim i qëndrueshëm, performanca e firmës.

Апстракт

Стремежот са одржлив развој и заштита на животната средина стана загриженост низ целиот свет. Во овој контекст, селените иновации се покажа како клучен двигател за промовирање на еколошки практики и подобрување на перформансите на фирмата. Главната цел на оваа студија е да ја истражи врската помеѓу зелените иновации и перформансите на фирмата и факторите кои влијаат на оваа врска.

Користејќи сеопфатна база на податоци од Анкетата за перформансите на претпријатијата за деловно опкружување (BEEPS) спроведена од Светска банка и Европската банка за обнова и развој (ЕБОР), беа користени повеќекратна регресивна анализа и описна статистика за да се идентификуваат најголем број проценки за животната средина. Ова емпириска анализа не само што ја испитува директната врска помеѓу зелените иновации и перформансите на фирмата, туку и посредничката улога на други фактори како што се регулативата за животната средина и посветеноста на корпоративната општествена одговорност.

Нашите резултати дават силен доказ за значајна позитивна врска помеѓу зелените иновации и деловните перформанси. Резултатите покажуваат дека фирмите кои активно се занимаваат со зелени иновативни практики постигнуваат повисоки нивоа на финансиски перформанси, оперативна ефикасност и конкурентност на пазарот. Понатаму, откривме дека посветеноста на регулативата за животната средина и корпоративната општествена одговорност делуваа како значајки олеснувачи, засилувајќи го позити

Клучни зборови: Зелена иновација, одржлив развој, перформанси на фирмата.

Abstract

The pursuit of sustainable development and environmental protection has become a concern across the globe. In this context, green innovation has proven to be a key driver for promoting environmentally friendly practices and improving firm performance. The main purpose of this study is to investigate the relationship between green innovation and firm performance, and the factors influencing this relationship.

Using a comprehensive dataset of the Business Environment Enterprise Performance Survey (BEEPS) conducted by the World Bank and the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), multiple regression analysis and descriptive statistics were used to identify the most environmental assessments.

This empirical analysis not only examines the direct relationship between green innovation and firm performance, but also the mediating role of other factors such as environmental regulation and commitment to corporate social responsibility.

Our results provide strong evidence of a significant positive relationship between green innovation and firm performance. The results show that firms that actively engage in green innovation practices achieve higher levels of financial performance, operational efficiency, and market competitiveness. Furthermore, we found that commitment to environmental regulation and corporate social responsibility acted as significant facilitators, reinforcing the positive impact of green innovation on firm performance, and promoting green economy.

In conclusion, this study contributes to the growing literature on green innovation and firm performance by advancing understanding of the economic implications of sustainable practices. By investigating the links between green innovation and various dimensions of firm performance, this study provides valuable insights for both academics and practitioners, supporting the transition to a more environmentally conscious and economically prosperous future.

Keywords: Green innovation, sustainable development, firm performance.

Hyrje

Shumica e bizneseve synojnë të rrisin performancën e tyre në çdo mënyrë të mundshme. Shekulli 21-të ka paraqitur mundësi të rëndësishme si për ekonomitë e zhvilluara ashtu edhe për ato në zhvillim për të qenë në tendencat e zhvillimi. Ata që bëjnë përpjekje për të zhvilluar, arritur dhe ruajtur performancën mund të mbajnë kartën fituese. Për të kuptuar dhe ndjekur performancën, duhet që të konkurrohet në një mjedis që ndryshon vazhdimisht. Viteve të fundit, ka pasur një njohje në rritje të nevojës për praktika të qëndrueshme mjedisore në botën e biznesit. Koncepti i “inovacionit të gjelbër” është shfaqur si një shtytës kritik për firmat që kërkojnë të adresojnë njëkohësisht sfidat mjedisore dhe të arrijnë avantazhe konkurruese. Inovacioni i gjelbër i referohet zhvillimit dhe zbatimit të produkteve, proceseve dhe modeleve të reja të biznesit që kanë një ndikim pozitiv mjedisor (Porter & Van Der Linde, 1995a). Ai përfshin një sërë aktiviteteve, duke përfshirë adoptimin e teknologjive, përmisimin e efikasitetit të burimeve dhe integrimin e praktikave mjedisore në strategjitë e biznesit (Horbach & Rammer, 2019). Në dekadat e fundit gjithashtu, koncepti i qëndrueshmërisë ka fituar vëmendje të konsiderueshme në sektorë të ndryshëm, duke theksuar nevojën për praktika të ndëgjegjshme për mjedisin dhe inovacionin e gjelbër.

Përfitimet e mundshme të inovacionit të gjelbër shtrihen përtej kujdesit mjedisor, ato gjithashtu kanë implikime të thella për performancën e firmës. Studiuesit dhe praktikuesit janë gjithnjë e më të interesuar të kuptojnë se si inovacioni i gjelbër ndikon në dimensione të ndryshme të performancës së firmës, duke përfshirë performancën financiare, vlerën e tregut dhe reputacionin. Supozimi themelor është se firmat që adaptojnë praktika të qëndrueshme dhe angazhohen në iniciativat të inovacionit të gjelbër kanë më shumë gjasa të rrisin avantazhin e tyre konkurrues dhe të arrijnë rezultate superiore të performancës (Delmas & Pekovic, 2012). Inovacionet në përgjithësi kanë detyruar gjithashtu organizatat që ti ndjekin këto trende, përndryshe këto organizata do të vazhdonin të bënin biznes në mënyrën e tyre dhe do të prisnin datën e skadimit të biznesit të tyre. Për më tepër, nuk janë vetëm bizneset që përfitojnë nga risitë, por edhe konsumatorët. Sic pretendon Beckley, “kompanitë që marrin rrezikun më të madh, mbyllin boshllëqet më të mëdha dhe identifikojnë mundësitë më të reja, shpëblehen me titullin e novatorëve dhe liderëve të vërtetë nga konsumatorët dhe kolegët e tyre”

Kjo temë masteri synon të eksplorojë marrëdhënien midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës. Duke shqyrtuar literaturën, studimet e rasteve dhe provat empirike, ky studim do të hedhë dritë mbi mekanizmat e ndryshëm përmes të cilëve inovacioni i gjelbër mund të ndikojë pozitivisht në performancën e përgjithshme të një firme, duke përfshirë përfitimin, efikasitetin, reputacionin dhe pozicionimin konkurrues (Hart, 1995) (Zhu & Sarkis, 2004).

Për të krijuar një bazë solide për këtë hulumtim, është thelbësore të rishikohet sasia ekzistuese e njohurive mbi këtë temë. Së pari, studimet kanë treguar vazhdimisht se firmat që përfaqësojnë inovacionin e gjelbër prirën të shfaqin performancë të përmisuar financiare (2018). Për shembull, Delmas dhe Petkovic (2018) gjetën një korrelacion pozitiv midis praktikave të menaxhimit mjedisor dhe përfitimit të firmës. Studimi i tyre zbuloi se kompanitë që zbatuan në mënyrë proaktive iniciativë miqësore me mjedisin përjetuan rritje më të lartë të shitjeve dhe rritje të kthimit të aktiveve (ROA). Së dyti, adoptimi i inovacionit të gjelbër mund të rrisë efikasitetin operacional të një firme dhe përdorimin e burimeve. Praktikë miqësore me mjedisin shpesh inkurajojnë përdorimin efikas të materialeve, energjisë dhe burimeve të tjera, duke rezultuar në reduktimin e kostove të prodhimit (Zhu & Sarkis, 2004). Studimet tregojnë se firmat që zbatojnë praktikë të prodhimit të gjelbër arrijnë nivele më të larta të performancës operationale, duke përfshirë cilësinë e përmisuar, produktivitetin dhe reduktimin e mbetjeve.

Për më tepër, inovacioni i gjelbër mund të kontibujë në ndërtimin e një imazhi apo reputacioni të mirëfilltë mbrenda në organizatë, i cili nga ana tjetër rrit performancën e tregut të një firme (Rosa Maria Dangelico, Pujari Devashish, 2010). Konsumatorët, investitorët dhe palët e interesuara po bëhen gjithnjë e më të vetëdijshëm për çështjet mjedisore dhe janë të prirur të mbështesin kompanitë që kanë prioritet qëndrueshmërinë. Hulumtimi nga Dangelico dhe Pujari (2010) zbuloi se firmat me performancë të fortë mjedisore arritën një vlerë më të lartë tregu dhe gëzonin një avantazh konkurrues.

Duke ekzaminuar sektorë, industri dhe kontekste të ndryshme gjeografike, ky studim synon të kontribujë në një kuptim më të gjërë se si mund të zbatohen në mënyrë efektive strategjitë e inovacionit të gjelbër për të nxitur sukses të qëndrueshëm. Për më tepër, ky studim do të eksplorojë sfidat dhe barrierat e mundshme me të cilat firmat me theks të vecantë në Republikën e Maqedonisë Veriore mund të hasin kur miratojnë praktikë të inovacionit të gjelbër, duke ofruar njohuri mbi strategjitë dhe politikat e nevojshme për të kapërcyer pengesa të tilla. Poashtu do të rishikohet literatura në mënyrë që të ekzaminohen kufijtë deri ku është studiuar inovacioni i gjelbër, kështu që më në fund mund të kuptojmë marrëdhënien midis inovacionit dhe performancës së firmave. Në përgjithësi më së shumti efekt inovacioni i gjelbër ka në firmat e mëdha, më pak vëmendje u është kushtuar atyre më të vogla. Dhe sa i përket aspektit praktik, analiza do të zgjerohet deri në menaxhimin e inovacionit të gjelbër nëpër NVM-të. Nga vetëdija e menaxherëve për të qenë novatorë dhe për të arritur performancë superiore rezultatet duhet të tregojnë se cilët faktorë që lidhen me inovacionin e zhvilluar nga kompania ndikojnë më shumë në performancën financiare.

1.1 Rëndësia e studimit

Vitet e fundit, ka pasur një njohje në rritje të rëndësisë së zhvillimit të qëndrueshëm dhe nevojës që bizneset të adoptojnë praktika të përgjegjshme ndaj mjedisit. Kjo njohje ka çuar në rritjen e fokusit të kërkimit në marrëdhënien midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës. Ky punim synon të kontribojë në këtë fushë duke shqyrtuar rëndësinë e inovacionit të gjelbër për performancën e firmës, veçanërisht në kontekstin e Maqedonisë së Veriut.

Inovacioni i gjelbër luan një rol jetik në nxitjen e rritjes së qëndrueshme ekonomike. Duke adoptuar praktika miqësore me mjedisin, firmat mund të reduktojnë konsumin e burimeve, të minimizojnë gjenerimin e mbetjeve dhe të rrisin efikasitetin e energjisë. Këto masa jo vetëm që promovojnë qëndrueshmërinë mjedisore, por gjithashtu çojnë në kursime të kostos dhe përmisim të efikasitetit operacional. Studime të shumta kanë nxjerrë në pah marrëdhënien pozitive midis inovacionit të gjelbër dhe rritjes ekonomike (Porter & van der Linde, 1995; Huizingh, 2011). Duke hetuar lidhjen midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmave në Maqedoninë e Veriut, ky studim mund të identifikojë strategji dhe politika specifike që nxisin rritjen e qëndrueshme ekonomike në vend.

Përqaftimi i inovacionit të gjelbër mund t'u sigurojë firmave një avantazh konkurrues në treg. Me rritjen e theksit mbi qëndrueshmërinë midis konsumatorëve dhe palëve të interesuara, bizneset që integrojnë praktikën e gjelbra në operacionet e tyre mund të diferencohen nga konkurrentët (Dangelico & Pujari, 2010). Konsumatorët tani po marrin parasysh faktorët e qëndrueshmërisë kur marrin vendime për blerje (Laroche et al., 2001). Duke miratuar strategji të gjelbër të inovacionit, firmat mund të tërheqin konsumatorë të ndëgjegjshëm për mjedisin, të rrisin reputacionin e markës së tyre dhe në fund të fitojnë një avantazh konkurrues. Për më tepër, hulumtimi ka treguar se inovacioni i gjelbër ndikon pozitivisht në treguesit e performancës së firmës si pjesa e tregut, përfitimi dhe besnikëria e klientit (Chen & Huang, 2009). Prandaj, shqyrtimi i ndikimit të inovacionit të gjelbër në performancën e firmave në Maqedoninë e Veriut do të ofrojë njohuri të vlefshme për bizneset që kërkojnë të forcojnë pozicionin e tyre konkurrues.

Performanca financiare e firmave mund të ndikohet nga aplikimi i strategjive specifike të inovacionit të gjelbër. Është e rëndësishme të gjurmohen llojet e inovacioneve të gjelbra që kompanitë maqedonase janë të përqendruara t'i adoptojnë, strategji të thjeshta apo më komplekse. Sic pretendojnë Karlson dhe Tavassoli (2015), në përgjithësi kompanitë mund të zgjedhin midis gjashtëmbëdhjetë strategjive të ndryshme të inovacionit. Për më tepër, ata shtojnë se zakonisht firmat inovative bëjnë një kombinim të strategjive të thjeshta dhe komplekse të inovacionit. Pra, kjo paraqet një çështje tjetër të rëndësishme për t'u studiuar përmes këtij punimi kërkimor.

Studimi i marrëdhënies midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës kontribuon në qëllimin më të gjerë të promovimit të kujdestarisë mjedisore. Duke kuptuar se si firmat adaptojnë praktikën e gjelbra dhe ndikimin pasues në rezultatet mjedisore, politikëbërësit mund të hartojnë politika mjedisore efektive, të stimulojnë praktikën miqësore me mjedisin dhe të inkurajojnë sjelljen e përgjeshme të biznesi (Dangelico & Pujari, 2010). Kjo është veçanërisht e rëndësishme

në kontekstin e Maqedonisë së Veriut, e cila aspiron të arrijë objektivat e qëndrueshmërisë. Hetimi i nivelit të inovacionit të gjelbër dhe korrelacioni i tij me performancën e firmës mund të udhëzojë politikëbërësit në formulimin e strategjive të promovojnë zhvillimin e qëndrueshëm dhe adresojnë sfidat urgjente mjedisore (Choe et al.,2018).

Ky studim është me një rëndësie të madhe pasi mund të sigurojë njohuri për nxitjen e rritjes së qëndrueshme ekonomike , rritjen e avantazhit konkurrues dhe promovimin e kujdestarisë mjedisore. Duke kryer një analizë të plotë mbi këtë marrëdhënie kjo temë do të kontribuojë në grumbullin ekzistues të njohurive mbi inovacionin e gjelbër dhe të ofrojë rekomandime të vlefshme për politikëbërësit, udhëheqësit e biznesit dhe akademikët në Maqedoninë e Veriut dhe me gjërë.

1.2 Organizimi i tezës

Objekti i këtij studimi do të jetë që të eksplorojë se si adoptimi i praktikave të inovacionit të gjelbër mund të ndikojë në performancën e përgjithshme të një firme. Ne duam të kuptojmë marrëdhënien midis zbatimit të nismave miqësore me mjedisin dhe aspekteve të ndryshme të suksesit të një firme, të tilla si performanca e saj financiare, efikasiteti operacional dhe avantazhi konkurrues. Duke hetuar këtë lidhje, ne synojmë të ofrojmë njohuri të vlefshme për avantazhet dhe sfidat e mundshme që mund të hasin bizneset kur integrojnë praktikën e qëndrueshme në strategjitë e tyre. Ky studim synon të kontribuojë në grupin ekzistues të njohurive mbi inovacionin e gjelbër në Republikën e Maqedonisë së Veriut, duke ofruar informacion praktik për politikëbërësit, drejtuesit e biznesit dhe palët e interesuara që janë të interesuar të marrin vendime nga aspekti i qëndrueshmërisë. Në fund të fundit, shpresojmë që gjetjet e punimit do t'i ndihmojnë organizatat të kuptojnë më mirë se si përqafimi i inovacionit të gjelbër mund të ndikojë në performancën e tyre të përgjithshme dhe të hapë rrugën për praktika biznesi më të ndërgjegjshme për mjedisin.

Nëpërmjet këtij hulumtimi do të përpiqem të jap edhe rekomandime që do të merren parasysh nga kompanitë në studim për të përmisuar aktivitetet e tyre inovative të gjelbra.

Pyetjet e hulumtimit:

A ndikon inovacioni i gjelbër në performancën e firmës?

Si kontribuon inovacioni i gjelbër në avantazhin dhe qëndrueshmërinë afatgjatë të firmës?

Cilat janë barrierat me të cilat përballlet firma në zbatimin e inovacionit të gjelbër, si mungesa e fondeve apo teknologjisë, dhe si mund të adresohen këto pengesa?

Si ndikon madhësia e një firme në adoptimin dhe suksesin e inovacionit të gjelbër dhe cilat janë implikimet për performancën e firmës?

Në kapitullin e parë trajtojmë hyrjen e temës, rëndësinë e studimit të paraqitur nga një sfond i shkurtër i peisazhit ekonomik dhe mjedisor të një vendi. Poashtu vëmendje të vecantë do ti kushtohet mënyrës se si inovacioni i gjelbër mund të përmisojë performancën e firmës dhe

ekonominë e një vendit në përgjithësi, përkushtimin e vendit për qëndrueshmëri dhe me theks të vecantë në praktikën e gjelbra brenda organizatave. Problemi dhe objektivat e hulumtimit më pas përcaktohen qartë, duke theksuar nevojën për të kuptuar se si iniciativat e inovacionit të gjelbër ndikojnë në performancën e firmave që operojnë brenda kushteve unike socio-ekonomike dhe mjedisore. Për më tepër, strategjitë e ndryshme të inovacionit të gjelbër dhe kombinimet e tyre janë paraqitur në këtë kapitull dhe janë shtjelluar në seksione të tjera të tezës. Pra ky kapitull paraqet se për çfarë bëhet fjalë për tezën.

Në kapitullin e dytë ne shtjellojmë rishikimin e literaturës dhe aspektin teorik të temës. Rishikimi teorik do të zhvillohet duke dhënë përkufizimet e inovacionit, inovacionit të gjelbër dhe strategjitë e tij, ku më konkretisht do të analizohen risitë në rritje dhe radikale, duke diskutuar karakteristikën, përfitimet dhe sfidat e tyre. Paraqiten dëshmi empirike mbi marrëdhënien midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës. Për më tepër, kapitulli shqyrton rolin e inovacionit të gjelbër në promovimin e zhvillimit të qëndrueshëm. Do të diskutohet edhe ndikimi i politikave të financimit të gjelbër në inovacion dhe performancën së firmave.

Kapitulli i tretë paraqet metodologjinë e kërkimit të përdorur në këtë studim, duke përdorur pyetësorin e të dhënave BEEPS si burim parësor të të dhënave. Paraqet specifikimin e modelit për shqyrtimin e marrëdhënies midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës të studiuar në Republikën e Maqedonisë së Veriut. Këtu specifikohen modelet e zgjedhura ekonometrike dhe shpjegon përshtatshmërinë e tyre për adresimin e objektivave të kërkimit.

Kapitulli i katërt do të paraqesë gjetjet e hulumtimit, duke filluar me analizën e regresionit dhe një ekzaminim të detajuar të koeficientëve që përfaqësojnë variablat tanë. Ne do të ofrojmë një diskutim të thellë të rezultateve dhe çfarë zbulojnë ato në lidhje me hipotezat tona kryesore. Për më tepër, ne do të diskutojmë gjetjet empirike të paraqitura gjatë studimit dhe rëndësinë e tyre në lidhje me gjetjet tona.

Në kapitullin e pestë, si i fundit, ne ofrojmë një përmbledhje të gjetjeve kryesore të tezës. Ne përshkruajmë gjithashtu kufizimet e studimit në këtë seksion, ku renditen vështirësitë që kufizuan qëllimin e tezës. Në të njëjtën mënyrë kemi paraqitur sugjerimet tona për kërkime të ardhshme mbi këtë temë, përveç sugjerimit për të shtuar atë që na ka munguar nga metodologjia e kërkimit, kemi shtuar edhe sugjerime që do ta përmbushin më mirë studimin.

II. ASPEKTI TEORIK DHE SHQYRTIMI I LITERATURËS

2.1 Hyrje

Në botën e sotme, mjedisi është shfaqur si një shqetësim thelbësor në shkallë globale. Strategji dhe teknologji të ndryshme janë duke u përdorur për të ruajtur dhe mbrojtur mjedisin. Inovacioni i referohet zbatimit praktik të njohurive për të përmbushur nevojat specifike. Inovacioni i gjelbër përfshinë një gamë të gjerë qasjesh teknologjike që synojnë të minimizojnë efektet negative të aktiviteteve njerëzore në mjedis. Ato promovojnë zhvillimin e qëndrueshëm dhe barazinë sociale duke ofruar zgjidhje për të reduktuar gjurmën tonë ekologjike. Poashtu në fushën e zhvillimit të qëndrueshëm, inovacionet e gjelbra janë shfaqur si një qasje pioniere. Menaxhimi efektiv i materialeve të ndryshme të mbetjeve është bërë një çështje urgjente dhe qasja më e qëndrueshme është të shikosh mbetjet si një burim të vlefshëm dhe të përdorësh teknologji të qëndrueshme të gjelbra për minimizuar prodhimin e mbetjeve. Kjo perspektivë lejon që mbetjet të klasifikohen si burime të rinovueshme për çdo firmë, thënë kjo nga një numër i madh i studiuesve.

Për një kohë tashmë, ekonomistët dhe politikëbërësit janë magjepsur nga marrëdhënia midis aktiviteteve të inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës. Në një përpjekje për të identifikuar elementët kryesorë që ndikojnë në aktivitetet e inovacionit gjelbër dhe ndikimin e tyre të mëvonshëm në performancën e firmës, një shumëllojshmëri idesh janë hetuar me kalimin e kohës.

Puna novatore e Joseph Schumpeter nga viti 1934 është përgjegjëse për idenë e “inovacionit të fortë”, e cila është domethënëse në shumë mënyra. Sipas kontributit të Schumpeter në këtë pjesë, inovacioni është “prezentimi i një produkti të freskët, një metode të re prodhimi ose një burim original furnizimi, krahas eksplorimit të tregjeve të reja dhe qasjeve të reja organizative të biznesit”. Për më tepër, teoritë ekonomike të ndikuara nga këndvështrimi Schumpeterian shpesh presupozojnë që tregu shpërbën bizneset më inovative: ato që demonstrojnë inovacion më të madh (dhe rrjedhimisht efikasitet më të madh) parashikohet të tejkalojnë homologët e tyre më pak inovativë, duke cuar në rritjen ekonomike, përfitimit dhe cmimeve të aksioneve. Kjo ide bazohet në hipotezën se inovacioni i produktit mund të hapë tregje të reja ose të forcojë praninë e inovatorëve në treg. Megjithatë, pavarësisht nga këto hipoteza të besueshme, ka ende disa dyshime në lidhje me provat empirike që tregojnë se organizatat inovative bëjnë më mirë se ato jo inovative (Keklik, 2018).

Por në këtë pikë, është e rëndësishme të njihet ndryshimi midis inovacionit dhe novacionit. Inovacioni nuk është gjithmonë një rezultat i drejtpërdrejtë i novacionit. Ky dallim sqarohet nga Freeman (1982), i cili thotë se një shpikje është një koncept, dizajn ose prototip pune për një produkt, procedurë ose sistem krejt të ri ose të përmisuar. Nga ana tjetër, një novacion bëhet i vërtetë vetëm nga pikëpamja ekonomike pas transaksionit të parë tregtar që përfshin mallin, shërbimin ose sistemin. Mund të konkludojmë se novacionet mund të ndodhin në sërë mjedisesh. Nga ana tjetër, risitë zakonisht ndodhin brenda bizneseve, ku nevojitet një shkrirje e aftësive dhe njohurive të ndryshme. Dhe sipas modelit të njohur Schumpeter, sipërmarrësit promovojnë inovacionet përmes themelimit të bizneseve. Këto biznese kanë mbështetjen financiare të kapitalistëve, të cilët përfaqësojnë një element të arsyeshëm dhe pranues të rrezikut. Në këtë

skenar, përmisimet e produktit të ri ose metodës së prodhimit përfundimisht rezultojnë në fitime sipërmarrëse.

Nga ana tjetër sa i përket inovacioneve të gjelbra, ato mund të vijnë nga një sërë vendesh, duke përfshirë objektet kërkimore ose laboratorët eksperimentalë. Inovacionet e gjelbra më së shpeshti miratohen nga bizneset që duhet të integrojnë një shumëllojshmëri njohurish dhe përvojash të ndjeshme mjedisore. Sipërmarrësit në thelb nxisin inovacione të gjelbra duke themeluar biznese të përkushtuara ndaj zgjidhjeve të qëndrueshme ekologjike. Këto biznese marrin fonde nga investitorë të ndërgjegjshëm për mjedisin, duke demonstruar një komponent realist dhe pranues të rrezikut. Sipas kësaj inovacionet e gjelbra që marrin formën e mallrave revolucionare ekologjike ose metodave industriale të përpunura ekologjike të përgjegjshme, përfundimisht rezultojnë në shpërblime ekonomike (Singh et al., 2020).

Studimet mbi lidhjen midis inovacionit të gjelbër dhe suksesit të kompanisë, megjithatë, mund të ndahen në dy lloje bazuar në gjetjet e tyre empirike. Kategoria e parë sheh inovacionin si variabël të varur dhe kërkon të zbulojë përcaktuesit e tij, të cilët përfshijnë tregues të performancës për bizneset. Kategoria e dytë, në të kundërt, shqyrton faktorët që ndikojnë në performancën e një kompanie, me inovacionin që është një nga variablat shpjeguese. Ne planifikojmë të kombinojmë studimet nga kategoria e parë dhe e dytë në këtë studim duke përfshirë të dyja këto këndvështrime. Duke përdorur këtë metodë, ne jemi në gjendje të studiojmë tërësisht elementet që ndikojnë në inovacionin e gjelbër si dhe efektet e mevonshme të tij në performancën financiare të firmës kryesisht të fokusuar në Republikën e Maqedonisë së Veriut.

2.2 Rishikim teorik mbi aktivitetet e inovacionit dhe performancën e firmës

Hulumtimi modern i biznesit tani fokusohet në ndërveprimin midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës. Rëndësia e aktiviteteve të inovacionit të gjelbër në përcaktimin e suksesit dhe konkurrencës së bizneseve theksohet nga natyra dinamike dhe në ndryshimin e ekonomisë globale. Kjo analizë e plotë teorike eksploron korpusin e gjerë të kërkimit që fokusohet në marrëdhënien komplekse dhe shumëdimensionale midis aktiviteteve të tij dhe suksesit të biznesit. Ky rishikim kërkon të ofrojë një pamje të detajuar të mënyrës në të cilën aspekte të ndryshme të inovacionit të gjelbër kontribuojnë në përmisimin e performancës së firmave duke kombinuar gjetjet nga studime të ndryshme.

Duke pasur parasysh marrëdhëniet herë pas here divergjente midis hipotezave teorike dhe të dhënave empirike, strategjia jonë do të përfshijë një ekzaminim të plotë të të dy aspekteve të inovacionit dhe efektit të tij në suksesin e firmave. Në këtë pjesë ne shikojmë teoritë pas inovacionit të një firme dhe i lidhim ato me idenë kryesore të kësaj teze. Së pari të shqyrtuar do të kemi teorinë Schumpeteriane të inovacionit, e cila konsiderohet si teoria themelore që mbështet kuadrin aktual teorik që rrethon inovacionin. Për më tepër, ne do të analizojmë me kujdes edhe inovacionin e përparuar sic është inovacioni i gjelbër dhe qëndrueshmëria e mjedisit me qëllim për të identifikuar faktorët që ndikojnë në përmisimet e performancës financiare të bizneseve.

2.2.1 Përkufizimi dhe llojet e inovacionit

Cfarë dimë aktualisht për inovacionin dhe sa lloje të ndryshme ekzistojnë? Në përgjithësi, kategoritë e vendosura duke përfshirë produktin, procesin, organizimin dhe inovacionin e marketingut janë ato që përcaktojnë peisazhet e inovacionit. Këto kategori përcaktohen dhe teorizohen në kuptimin se si ato lidhen me inovacionin teknik. Megjithatë, për shkak të çështjeve globale dhe modifikimeve në organizimin e prodhimit të njohurive, janë bërë një numër i madh i inovacioneve, duke e bërë më të vështirë se kurrë më parë identifikimin dhe kategorizimin e tyre. Një fuqi para ndryshimit, rritjes dhe avancimit në strukturën komplekse të qytetërimit njerëzor.

Inovacioni ka qenë gjithmonë një gur themel i përparimit njerëzor. Shpikjet e famshme si shtypshkronja dhe rrota shërbejnë si shembuj se si kulturat kërkojnë vazhdimisht mënyra të reja për të adresuar problemet dhe mundësitë. Ka shtyrë qytetërimet përpara duke u mundësuar atyre të përshaten, të evoluojnë dhe të lulëzojnë.

Ndikimi historik i inovacionit ka përfshirë ndryshime në filozofi, kulturë dhe qeverisje, përveç produkteve të prekshme. Për shembull, epoka e Rilindjes pa një risi të madhe në fuhsat e filozofisë, shkencës dhe artit. Pika të tikla kthese historike tregojnë se si inovacioni i kapërcen objektet materiale, duke ndikuar në strukturën shoqërore. Termi “inovacion” ka një histori të pasur. Fillimisht rrjedh nga termi ligjor mesjetar “novacion”, ai fitoi rëndësi në fillim të shekullit njëzet e një. Ky interpretim modern rrjedh që në filozofinë e lashtë greke

Procesi dinamik prezentimit të koncepteve, procedurave, mallrave ose shërbimeve të reja që sfidojnë mencurinë dhe hapin derën e ndryshimit konstruktiv mund të përmbledhet si inovacion (Alum & Drucker, 1986). Ai qëndron për ndjekjen e transformimit të qëllimshëm për të rritur efektivitetin, efikasitetin ose gjenerimin e vlerës në një mjedis specifik. Në kontrast me përkufizimet e tjera të inovacionit, Drucker thekson natyrën e qëllimshme të ndryshimit dhe aftësië e tij për të ofruar vlerë reale. Inovaconi përfshin eksplorimin e qëllimshëm të territorit të ri për të cuar njerëzit , organizatat dhe komunitetet drejt niveleve më të larta të arritjeve dhe kjo pra nuk është e rastësishme.

Termi “inovacion” përkufizohet në mënyra të shumta në të gjithë akademinë, industrinë, qeverinë dhe sektorët e shërbimeve. Literatura akademike mbulon një gamë të gjerë disiplinash, duke kontribuar në interpretime të ndryshme . Për këtë studim të bërë, një përkufizim i përshtatshëm i inovacionit duhet të përputhet me temën dhe kërkimin në fjalë, Për këtë arsye përkufizime të ndryshme janë shqyrtuar për të kuptuar komponentit thelbësorë të inovacionit vecanërisht në aspektin e performancës së firmave.

Definicioni	Sqarim
Kombinime të reja burimesh të bëra nga ato ekzistuese	Në vitet 1930, Schumpeter e kuptoi vlerën e inovacionit
Zbatimi i një produkti të ri ose të përmisuar ndjeshëm (e mirë/shërbim) ose proces (metodë/praktikë/marrëdhënie)	Udhëzimet ndërkombëtare për përkufizimin e propozuar
Inovacioni përfshin zhvillimin dhe zbatimin e procedurave të reja, artikujve, shërbimeve dhe qasjeve të ofrimit që cojnë në përmisime të dukshme në rezultate, efikasitet, efektivitet ose cilësi.	Një zgjerim i definimit
Duke përdorur në mënyrë efektive konceptet e reja, qofshin ato me origjinë nga brenda ose të adoptuara nga sektorë të jashtëm.	Përkufizimi i qeverisë së Mbretërisë së Bashkuar për inovacionin
Arritja e rezultateve të favorshme përmes ëancimit efektiv të shërbimeve, produkteve, proceseve, modeleve të biznesit dhe qasjeve operacionale	Këshilli i Kërkimeve Ekonomike dhe Sociale që përfshin modelet e biznesit dhe mënyrat e punës në përkufizim
Inovacionet janë vecanërisht të reja dhe të afta të prishin rutinat e vendosura dhe strukturat mbizotëruese	Ky përkufizim e sheh inovacionin si ndikim në mjedisin e jashtëm
Inovacioni është mekanizmi përmes të cilit idetë e reja shndërrohen në vlerë të prekshme brenda botës reale	Kë përkufizim fokusohet në zbatimin praktik të ideve

Tabela 1: Një shembull i përkufizimeve të ndryshme të Inovacionit në literaturën ekzistuese

Tabela 1 paraqet përkufizime të ndryshme të inovacionit, duke theksuar elementët thelbësorë që përbëjnë inovacionin. Tabela gjithashtu ilustron një shkallë të përafrimit në perspektivat dhe mendimet në lidhje me inovacionin. Këta elementë thelbësorë janë bashkuar në një përkufizim gjithëpërfshirës të inovacionit si “procesi krijues përmes të cilit idetë e reja formulohen dhe zbatohen në mënyrë efektive për të dhënë rezultate praktike dhe të vlefshme” (Taylor, 2017).

Sic ka thënë Freeman (1997), fitimi i një avantazhi konkurrues mbështetet shumë në aftësinë për tu përfshirë në mënyrë efektive në inovacionin teknologjik. Rrjedhimisht, shumë kompani po kryejnë kërkime të gjëra për të siguruar konkurrencën e tyre brenda industrive të tyre përkatëse. Futja e produkteve dhe proceseve të reja në afate më të shkurtra kohore është bërë një faktor kritik për firmat, duke shërbyer si një mjet i rëndësishëm konkurrues (F. K. Sen & Egelhoff, 2000).

Studime të ndryshme kanë eksploruar klasifikime të ndryshme të inovacionit. Megjithatë, disa klasifikime përfshijnë inovacione joteknologjike, duke përfshirë aftësitë e tregut, organizative dhe mjedisore. Autori Henderson (1990) ka klasifikuar inovacionet në katër lloje rritëse, arkitekturore, modulare dhe radikale. Ku ai i ka përkufizuar në këtë formë:

- Inovacioni në rritje: përfshin përmisimin e kostos dhe performancës pa ndryshuar arkitekturën ose konceptin e produktit.
- Inovacioni arkitektonik: i referohet inovacionit që sjell një ndryshim në arkitekturën e produktit duke mbajtur konceptin e pandryshuar.
- Inovacioni modular: ky lloj inovacioni ndryshon rrënjësisht konceptin teknologjik, por nuk ndikon në arkitekturën e produktit.
- Inovacioni radikal: përfaqëson një formë përcarëse të inovacionit që prezanton një arkitekturë dhe koncept të ri, shpesh duke revolucionarizuar normat ekzistuese

Nga ana tjetër aktivitetet dhe zgjidhjet të ndryshme të ndërgjegjshme për mjedisin janë shfaqur si rezultat i zhvillimeve të fundit në inovacionin e gjelbër. Këto strategji të fundit synojnë të trajtojnë çështjet mjedisore duke përmisuar gjithashtu performancën dhe qëndrueshmërinë e kompanisë. Ndër format e dukshme të inovacionit të gjelbër janë:

- Teknologjitë e Energjisë së Rinovueshme: Inovacionet në teknologjitë diellore, të erës dhe të tjera të energjisë së rinovueshme kanë prodhuar teknika më të pastra të prodhimit të energjisë që janë më efikase dhe më të përballueshme (*Global EV Outlook 2020 – Analysis* - IEA, n.d.).
- Praktikë e ekonomisë rrethore: Sipas Fondacionit Ellen MacArthur (2019), modeli i ekonomisë rrethore i jep përparësi reduktimit të mbetjeve dhe rritjes së efikasitetit të burimeve. Bizneset po ulin efektin e tyre mjedisor duke përdorur startegji si riciklimi, krijimi i mallrave që janë të thjeshta për tu cmontuar dhe ripërdorur.
- Ndërtesat & Arkitektura e Gjelbër: E ardhmja e arkitekturës së qëndrueshme po formësohet nga përparimet në materialet e ndërtimit, metodat e ndërtimit dhe dizajnet me efikasitet të energjisë (*LEED Rating System* | U.S. Green Building Council, n.d.). Catitë e gjelbra, koceptet e projektimit pasiv dhe strukturat e energjisë zero po bëhen të zakonshme.

- Automjetet elektrike: Ka një zhvendosje drejt automjeteve elektrike dhe transportit në industrinë e automobilave. Ndërsa transformojnë lëvizshmërinë urbane, këto përparime synojnë të ulin emetimet dhe varësinë nga karburantet fosile (*Global EV Outlook 2020 – Analysis - IEA*, n.d.).
- Materialet e biodegradueshme: Plastika tradicionale, e cila kontribuon në ndotjen e mjedisit, po zëvendësohet me bioplastikë dhe materiale të reja të biodegradueshme të zhvilluara nga shkencëtarët (*Komisioni Evropian, 2021*). Këto substanca dekompozohen natyrshëm, duke pakësuar efektet e tyre negative në ekosisteme.
- Bujqësia: Për të përmisuar menaxhimin e të korrave, teknikat e bujqësisë përdoren në sektorin bujqësor. Këto qasje përdorin teknologji të drejtuara nga të dhënat si sensorët, dronët dhe AI. Kjo rezulton në rritje të rendimenteve, një përdorim më efektiv të burimeve dhe një ulje të inputeve kimike (*FAQ, 2018*).
- Produkte miqësore me mjedisin: Një shumëllojshmëri mallrash po zhvillohen me një ndikim të zvogëluar mjedisor në mendje, nga veshjet e prodhuara nga tekstile të qëndrueshme deri te produktet e kujdesit personal miqësor ndaj mjedisit (*Fondacioni Ellen MacArthur, 2020*)

Këto risi miqësore me mjedisin nxjerrin në pah mënyrat e ndryshme me të cilat kompanitë dhe sektorët po integrojnë qëndrueshmërinë në operacionet e tyre të përditshme. Krijimi dhe aplikimi i këtyre zgjidhjeve të fundit janë thelbësore për të sjellë ndryshime të mira dhe për të nxitur një të ardhme më të qëndrueshme ndërsa shqetësimet mjedisore vazhdojnë të rriten.

2.2.2 Inovacioni në rritje, radikal dhe i gjelbër

Inovacioni, duke qenë një koncept i shumëanshëm, i mungon një përkufizim i vetëm i pranuar botërisht sic është theksuar edhe në pjesët më lartë. Dhe si pasojë e kësaj, për të siguruar qartësi është bërë e nevojshme nga shumë autorë një sistem klasifikimi për lloje të ndryshme të inovacionit. Marquis (1969) ofron një klasifikim ku përfshin inovacione në rritje dhe radikale. Ku inovacioni në rritje i referohet asaj se funksionalitetet ekzistuese përmisohen duke ulur kostot, duke përmisuar efikasitetin, sinonim i përshtatjes. Inovacioni radikal përfshinë një funksionalitet ose teknologji të re që ishte e paidentifikuar më parë, duke cuar shpesh në një ndryshim paradigme, sic është shpikja e rrotës, tranzistorit ose mikroprocesorit.

Nga një studim i bërë këto dy llojet e inovacionit trajtohen në atë se inovacioni në rritje synon të arrijë pikën më të lartë në “kodrën” aktuale, ndërsa inovacioni radikal kërkon “kodrën” më lartë në tërësi. Për më tepër, studimi thekson se përpjekjet me qendër njeriun rallë cojnë në risi radikale, kjo ndodh përshkak të ndikimit dhe kufizimeve të imponuara nga përvojat e mëparshme të projektuesve dhe përdoruesve (Eroglu, 2019).

Dewar dhe Dutton (1986) pranojnë se ndërsa është më e lehtë të kuptohet dallimi midis inovacioneve në rritje dhe radikale në një kuptim të përgjithshëm, përcaktimi dhe matja e këtyre dallimeve mund të jetë sfiduese. Kjo ndodh sepse klasifikimi i një inovacioni si në rritje ose

radikal varet nga perceptimet e individëve për njohuritë e reja të mishëruara në inovacion, të cilat mund të ndryshojnë në bazë të përvojave, pozicioneve dhe ekspertizës së tyre. Të dy autorët tregojnë se nëse një inovacion përputhet me supozimet mbizotëruese, praktikat dhe strukturat e vendosura të një organizate, ka të ngjarë të klasifikohen si inovacione në rritje. Në raste të tilla, organizatat fokusohen në përsosjen ose maksimizimin e potencialit të proceseve ose produkteve të tyre ekzistuese duke mbajtur të paprekura marrëdhëniet e tyre themelore shoqërore, rregullat, perspektivat dhe modelet e aktivitetit. Nga ana tjetër, nëse një risi sfidon ose kundërshton supozimet mbizotëruese, devijon nga praktikat ekzistuese dhe është në mospërputhje me strukturat e vendosura, ka të ngjarë të klasifikohet si radikale. Këto risi radikale prishin status quo-në dhe sjellin ndryshime të rëndësishme në mënyrën e të bërit të gjërave të një organizate.

Modeli i Porterit (1990) që përshkruan progresin e zhvillimit konkurrues nënvizon domosdoshmërinë e përshtatjes së inovacionit në ekonominë në zhvillim. Forcat lëvizëse të modelit me tre faza përfshijnë faktorin, investimin dhe inovacionin. Në fazën fillestare, e referuar si faza e nxitur nga faktorët, imitimi mbizotëron kryesisht, veçanërisht në vendet e pazhvilluara që varen nga inovacionet e kombeve të tjera. Faza pasuese, e quajtur faza e drejtuar nga investimet, u përket vendeve që rrisin vlerën duke ofruar produkte dhe shërbime me efikasitet më të madh. Kjo fazë i karakterizon vendet që kanë ekonominë në zhvillim. Së fundi, faza e inovacionit karakterizon kryesisht vendet e zhvilluara ku inovacioni radikal në produkte dhe shërbime shërben si katalizator kryesor për rritje. Prej modelit të Porterit (Figura 1) ilustrojmë tre fazat e rritjes të nxitura nga tregtia ndërkombëtare, duke përfshirë imitimin, përshtatjen dhe inovacionin. Në përputhje me Porter (1990), parashikohet që ekonominë në zhvillim do të shfrytëzojnë avantazhin e tyre konkurrues.

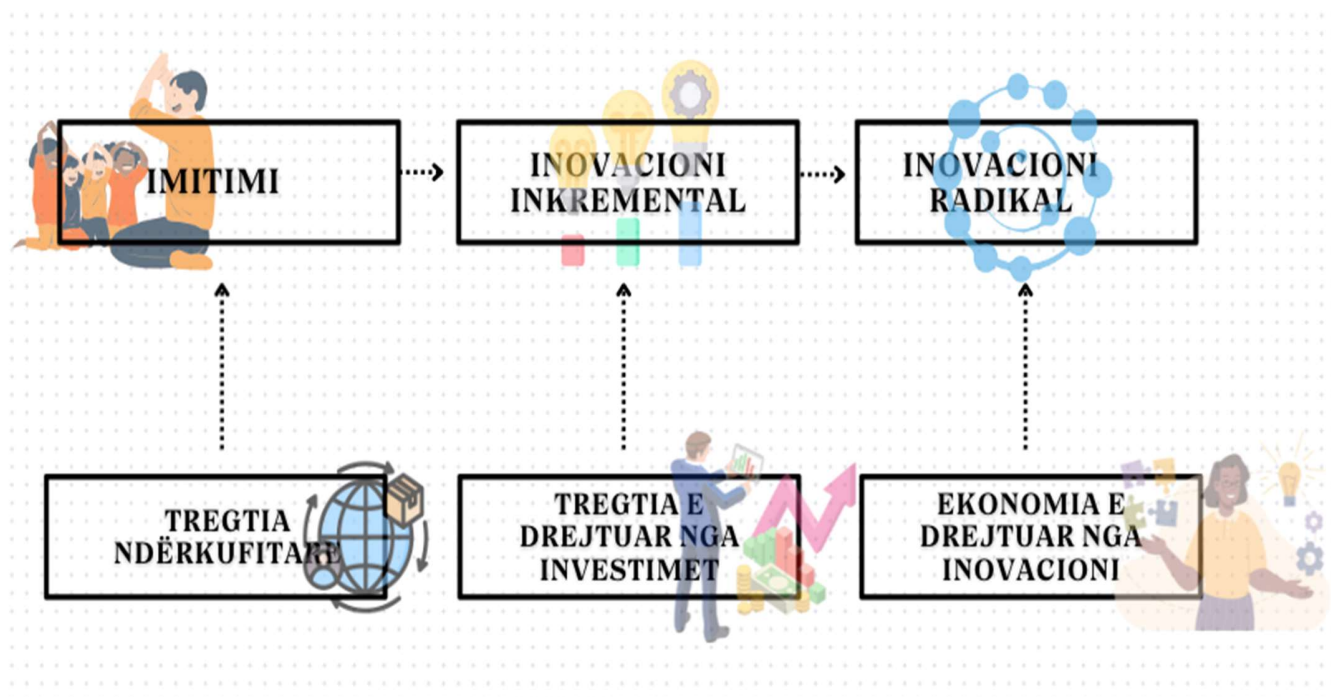


Figura 1: Spektri i inovacionit dhe Dinamika globale

Sipas figures së paraqitur më lartë është thelbësore të pranohet se inovacioni radikal, pa aftësinë e të tjerëve për tu përshtatur në një botë të globalizuar, do të pengojë rritjen duke mbajtur cmimet e larta. Historikisht, ekonomitë kryesore kanë qenë në ballë të inovacionit, ndërsa vendet më të varfra kanë qenë kryesisht adaptues të ngadaltë (Sen & Ghandforoush, 2011).

Dallimi midis inovacionit në rritje dhe radikal është shpesh i paqartë, vecanërisht në situata komplekse që përfshijnë grupe të shumta. Palë të ndryshme të interesuara mund të interpretojnë dhe ti përgjigjen një risie bazuar në interesat, pozicionet, objektivat dhe njohuritë e tyre, duke cuar në perceptime të ndryshme. Zbatimi i inovacionit radikal është dukshëm më sfidues sesa inovacioni në rritje. Ku kërkon shkëputjen nga normat, supozimet, njohuritë, strukturat dhe praktikat ekzistuese, duke e bërë më të vështirë përshtatjen. Ndërsa inovacioni radikal përfshin zhvillimin e ideve produkteve ose proceseve krejtësisht të reja që sfidojnë paradigmat e vendosura, inovacioni në rritje po përmison ose ndryshon gradualisht konceptet, produktet ose procedurat aktuale. Inovacioni radikal prodhon risi revolucionare që mund të ristrukturojnë industrinë ose qytetërimet, ndërsa inovacioni në rritje prodhon rregullime modeste që përmisojnë mallrat ose proceset aktuale. Për të bërë dallimin midis këtyre dy koncepteve konsiderohen dy dimensione: dimensionin i parë është i brendshëm dhe lidhet me njohuritë dhe burimet e përfshira. Inovacioni në rritje bazohet në njohuritë dhe burimet ekzistuese brenda një kompanie, duke kontribuar në rritjen e kompetencave. Në të kundërt, inovacioni radikal kërkon njohuri dhe burim krejtësisht të reja, duke cuar në shkatërrimin e kompetencave ekzistuese. Dimensionin e dytë është i jashtëm dhe dallon inovacionin bazuar në ndryshimet teknologjike dhe ndikimin e tyre në konkurrencën e tregut. Inovacioni në rritje përfshin ndryshime modeste teknologjike duke lejuar që produktet ekzistuese në treg të mbeten konkurruese. Nga ana tjetër, inovacioni radikal përfshin përparime thelbësore teknologjike që i bëjnë produktet ekzistuese jokonkurruese dhe të vjetruara (*Compare Between Radical Innovation and Incremental Innovation*, n.d.).

Në botën moderne, ku çështjet mjedisore janë të rëndësishme, inovacioni është thelbësor për tejkalimin e problemeve të qëndrueshmërisë. Dy strategji të ndryshme të dyja të orientuara nga e gjelbra që ndihmojnë për të pakësuar ndikimin tonë në mjedis dhe për të promovuar një të ardhme më të qëndrueshme. Inovacioni i gjelbër radikal përfshinë inovacione radikale që ristrukturojnë plotësisht industri dhe sisteme të tëra, në krahasim me atë në rritje që fokusohet në bërjen e përmisimeve në rritje të mallrave dhe proceseve aktuale.

Disa definicione të ndryshme nga studime dhe autorë të ndryshëm sa i përket këtyre dy koncepteve. Termi i inovacionit rritës i gjelbër i referohet përmisimit dhe optimizimit të vazhdueshëm të mallrave, shërbimeve ose procedurave ekzistuese, ai përfshin rregullime të vogla, graduale që kanë niki kumulativ në mjedis. Kërkon të përmisojë qëndrueshmërinë duke ruajtur vecoritë ose funksionet thelbësore. Përmisimet në efikasitetin e zinxhirit të furnizimit, minimizimin dhe riciklimin e mbetjeve, zëvendësimin e materialit dhe dizjantin e paketimit janë disa shembuj.

Sipas hulumtimit të bërë nga ana e Chen et al. (2014) theksohet se inovacioni i gjelbër radikal i referohet ndryshimeve të rëndësishme dhe novatore në produktet, shërbimet ose proceset ekzistuese miqësore me mjedisin duke përdorur teknologji të avancuar mjedisore që shkon përtej njohurive aktuale mjedisore. Inovacioni i gjelbër rritës përfshin përmisime të vogla ose

rregullimee të thjeshta për produktet, shërbimet ose proceset ekzistuese të gjelbra duke përdorur teknologjinë mjedisore për të përforcuar, modifikuar ose zgjeruar njohuritë aktuale mjedisore. Të dyja së bashku jo vetëm që lejojnë kompanitë të diferencohen duke përmbushur nevojat mjedisore, por gjithashtu kanë potencialin për të ripërcaktuar strategjitë e marketingut në treg.

Për të rritur qëndrueshmërinë dhe për të pakësuar ndikimin në mjedis, inovacioni i gjelbër në rritje kërkon përmisimin ose ndryshimin gradual të koncepteve, teknologjive, produkteve ose proceseve ekzistuese. Në vend që të prezentojë ide krejt të reja, ai thekson zhvillimin dhe optimizimin e vazhdueshëm të procedurave dhe teknologjive aktuale. Inovacioni në rritje i gjelbër synon të përmisojë dhe përditësojë zgjidhjet aktuale për ti bërë ato më miqësore me mjedisin dhe të qëndrueshme. Shembull është krijimi i pajisjeve me efikasitet energjie, të tilla si frigoriferë ose llamba, duke përdorur izolim më të mirë, ndricim LED ose komponentë më efikasë. Një lëvizje e konsiderueshme drejt qëndrueshmërisë dhe përmisimit të mjedisit është sjellë përmes krijimit dhe lancimit të ideve, teknologjive, produkteve ose proceseve krejt të reja, të cilat i referohen si “risi radikale e gjelbër”. Ku përfshin ndryshime të papritura që shkojnë kundër konventave të pranura dhe ndryshojnë rrënjësisht praktikatat e qëndrueshmërisë. Për të adresuar shqetësimet mjedisore, shpesh përfshin teknologji të reja, strategji avangarde dhe nocione revolucionare. Një ilustrim i një inovacioni radikal është shpikja e paneleve diellore, të cilat transformuan fushën e energjisë së rinovueshme duke ofruar një zëvendësim të sigurt dhe afatgjatë për burimet konvencionale të energjisë (Mazzei et al., 2023).

Dallimi në mes inovacionit dhe inovacionit të gjelbër e shprehur në një tabelë nga autorë të ndryshëm:

Inovacioni	Inovacioni i gjelbër
Akt i nisjes së një sipërmarrjeje të re ose i rafinimit të mallrave, procedurave ose ofertave tashmë ekzistuese	Një aspekt i inovacionit që përqendrohet në zhvillimin e mallrave, procedurave dhe shërbimeve që të përfitojë mjedisi.
Synon të rrisë konkurrencën e tregut, të ulë shpenzimet dhe të përmisojë efikasitetin.	Fokuset kryesisht në reduktimin e efekteve negative në mjedis, ruajtjen e burimeve dhe avancimin
Shtrirje e gjerë, duke përfshirë një sërë sektorësh dhe industrish	Fokusi është në reduktimin e mbetjeve, energjinë e rinovueshme, zgjidhjet eko-miqësore dhe aktivitetet eko-miqësore
Shembull: Lëshimi i një modeli të ri smartphone me funksionalitet më të avancuar	Krijimi i makinave elektrike, pajisjeve me energji diellore ose paketimeve miqësore me mjedisin.

Konkurrueshmëria e treut, produktivitet më të lartë dhe rritja ekonomike	Qëndrueshmëri afatgjate, ruajtja e burimeve, dhe një ndikim më pak miqësor
Nuk i jepet prioritet kryesor çështjeve mjedisore	Pengesat e mundshme përfshijnë ato që kanë të bëjnë me shpenzimet fillestare, ndërgjegjësimin e konsumatorëve dhe infrastrukturën e teknologjisë së gjelbër.
Respektimi i ligjeve dhe normave të industrisë	Në përputhje me ligjet dhe udhëzimet mjedisore.
Shpesh përqendrohet në ciklet e jetës së produktit pa marrë parasysh në mënyrë specifike efektet mjedisore	Thekson të menduarit e ciklit jetësor dhe merr parasysh faktorët mjedisorë gjatë gjithë procesit të projektimit
Pjesa e tregut, të ardhurat dhe lumturia e klientit janë shpesh pikat kryesore të treguesve kryesorë të performancës.	Metrikat mund të përfshijnë përdorimin e ujit, certifikatat e etiketës ekologjike
Bashkëpunimi specifik për industrinë përfshin bashkimin me furnitorët dhe rivalët për të marrë një avantazh konkurrues në treg.	Shpesh përfshin bashkëpunimin e shumë palëve për zgjidhje të qëndrueshme, duke përfshirë qeveritë, OJQ-të dhe komunitetet.

Tabela 2: Dallimet në mes inovacionit dhe inovacionit të gjelbër

2.3 Inovacioni i gjelbër dhe zhvillimi i qëndrueshëm

Inovacioni i gjelbër, i njohur gjithashtu si eko-inovacioni, është thelbësor për kompanitë, organizatat dhe komunitetet në përpjekjet e tyre për të arritur menaxhimin dhe qëndrueshmërinë mjedisore. Vitet e fundit, ka pasur një interes në rritje për të hetuar për këtë çështje për shkak të kërcënimit në rritje të degradimit të mjedisit për mbijetesën njerëzore. Shumë organizata dhe komunitete e kanë njohur rëndësinë e inovacionit të gjelbër si një strategji për të mbrojtur mjedisin duke promovuar rritjen ekonomike. Ndjekja e qëndrueshmërisë mjedisore dhe përfitimit ekonomik është e një rëndësie të madhe, dhe inovacioni i gjelbër mund të çojë në avantazhe konkurruese të qëndrueshme për organizatat. Sot, ai është bërë një mjet kritik për bizneset për të rritur pjesën e tyre të tregut dhe për të siguruar mbijetesë afatgjate. Inovacioni i suksesshëm i gjelbër përmison pozicionimin në treg, tërheq klientët, ofron shërbime të gjelbra dhe ofron avantazh konkurrues. Rrjedhimisht, ai është bërë një prioritet për menaxherët dhe studiuesit në organizata të shumta (Takalo et al., 2021).

Autorë të ndryshëm e kanë definuar inovacionin e gjelbër në mënyra të ndryshme dhe çfarë ndikimi në të vërtetë ka ai në një mjedis, duke e dituar atë se ai është një koncept i shumëanshëm. Do të përfshijë përkufizime të ndryshme të inovacionit të gjelbër nga studiues dhe ekspertë të ndryshëm, duke hedhur dritë mbi dimensionet dhe implikimet e tij të ndryshme për zhvillimin e qëndrueshëm.

Sipas një punimi shkencor inovacioni i gjelbër i referohet krijimit dhe adoptimit të produkteve, shërbimeve, proceseve dhe sistemeve të reja që kontribuojnë në qëndrueshmërinë mjedisore duke reduktuar përdorimin e burimeve, ndotjen dhe gjenerimin e mbetjeve. Duke përfshirë përparimet teknologjike, strategjitë organizative dhe ndërhyrjet e politikave që synojnë nxitjen e zhvillimit të qëndrueshëm (Ghisetti et al., 2015). Nga ana tjetër studimi i Rennings dhe Rammer (2009) në vete përfaqëson një ndryshim në të menduarit, ku avancimet teknologjike dhe sociale përdoren për të adresuar sfidat mjedisore. Ai përfshin zhvillimin e zgjidhjeve të reja që mundësojnë shkëputjen e rritjes ekonomike nga konsumi i burimeve dhe degradimi mjedisor, duke promovuar kështu prodhimin dhe konsumin e qëndrueshëm. Inovacioni i gjelbër mund të kuptohet si një proces i përmisimit të vazhdueshëm dhe kreativitetit që çon në krijimin dhe zbatimin e teknologjive më të pastra, produkteve miqësore me mjedisin dhe modeleve të qëndrueshme të biznesit. Ai përfshin integrimin e konsideratave mjedisore gjatë gjithë ciklit jetësor të inovacionit, nga kërkimi dhe zhvillimi në prodhim deri në fazat e fundit të ciklit jetësor (Tietze et al., 2011).

Sipas Driessen dhe Hillebrand (2002), inovacioni i gjelbër mund të përkufizohet në mënyrë pragmatike, duke u përqendruar në përfitimet mjedisore që ai jep dhe jo në qëllimin e tij fillestar për të reduktuar barrën mjedisore. Ai nuk duhet domosdoshmërisht të zhvillohet me qëllimin e qartë të reduktimit të mjedisit, por duhet të rezultojë në rezultate të rëndësishme pozitive mjedisore. Chen Lai et al (2006) ofrojnë një përkufizim më gjithëpërfshirës, duke e përshkruar inovacionin e gjelbër si futjen e risive të reja harduerike ose softuerike që janë të lidhura në mënyrë specifike me produktet ose proceset e gjelbra. Kjo përfshin risitë në teknologjitë që lidhen me kursimin e energjisë, parandalimin e ndotjes, riciklimin e mbetjeve, dizajnet e produkteve të gjelbra dhe menaxhimin mjedisor të korporatës.

Teoria e inovacionit të Schumpeter shërbeu si bazë për studimet e inovacionit që shqyrtonin se si inovacioni i gjelbër plotëson nevojat e konsumatorëve për mbrojtjen e mjedisit (Guerlek, Tuna, 2018). Sipas Castellaci dhe Lie (2017), inovacioni i gjelbër është një proces që zhvillon teknika dhe teknologji të reja prodhimi me synimin për të ulur rreziqet mjedisore si ndotja dhe efektet negative të nxjerrjes së burimeve, si energjia. Inovacioni i produktit/shërbimit dhe inovacioni i procesit janë dy nënkategori të inovacionit të gjelbër. Inovacioni i produktit/shërbimit kërkon të përmisojë përdorshmërinë e mallrave dhe shërbimeve për konsumatorët, ndërsa procesi i inovacionit promovon efektivitetin financiar, përshtatshmërinë organizative dhe reduktimin e rrezikut për mjedisin. Në të njëjtën kohë edhe inovacioni i gjelbër redukton imitimin dhe rrit ndikimin e këtij elementi vendimtar tek bizneset dhe komuniteti. Aplikimi i tij është shumë i rëndësishëm dhe i nevojshëm që një organizatë të jetë e sukseshme duke zbatuar një kulturë organizative që inkurajon ndarjen e njohurive midis punonjësve, praktikë të një kulture të gjelbër të bizneseve, bashkëpunim organizativ dhe integrim të njohurive të jashtme dhe të brendshme. Këta elemente theksojnë se sa kritike është zhvillimi i tij nëpër mjedisin biznesor. Mirëpo nga ana tjetër adoptimi i teknologjive të reja dhe adresimi i çështjeve të tyre mjedisore, rreziku i dështimit të zbatimit, kostot e larta të kërkimit dhe zhvillimit, sfidat në mbledhjen e të dhënave, rritja e ngarkesës së punës dhe pakënaqësia në punë midis punonjësve janë disa nga pengesat për zbatimin e inovacionit të gjelbër që do ti trajtojmë më vonë.

Përkufizime të ndryshme për inovacionin e gjelbër të përmbledhur në një tabelë:

Inovacioni mjedisor	Krijimi dhe përdorimi i koncepteve, mjeteve dhe procedurave të reja me synimin për të zgjidhur çështjet mjedisore dhe për të avancuar qëndrueshmërinë. Përfshin veprime, mallra dhe procedura që reduktojnë efektet negative mjedisore (Johnstone, 2007).
Inovacioni i qëndrueshëm	Inovacion që vendos nevojat e së tashmes para atyre të brezave të ardhshëm. Ai përfshin gjetjen e zgjidhjeve që janë të ndërgjegjshme shoqërore, komercialisht të realizueshme dhe të favorshme për mjedisin (Fiksel, 2009).
Eko-inovacioni	Futja e mallrave, procedurave ose shërbimeve të reja që përmisojnë qëndrueshmërinë ekologjike në përgjithësi, minimizojnë ndotjen ose konsumojnë më pak burime në përgjithësi. Eko-inovacioni synon të balancojë ruajtjen e mjedisit dhe rritjen ekonomike (Schaltegger et al., 2020).
Teknologjia e pastër	Shpikja dhe aplikimi i teknologjisë me pak efekt mjedisor. Kjo mbulon teknologjinë me efikasitet energjetik, burimet e rinovueshme të energjisë dhe qasje të tjera që ulin ndotjen dhe emetimet e gazrave (Acemoğlu et al., 2016)
Inovacioni i ekonomisë rrethore	Inovacion që mbështet parimet e ekonomisë rrethore, të cilat përfshijnë minimizimin e mbetjeve, produkteve afatgjate dhe të riciklueshme dhe përdorimin efektiv të burimeve. Qëllimi i kësaj strategjie është të zhvillojë një sistem të mbyllur që zvoglon efektin e konsumit në mjedis (Vergragt, 2010)
Inovacioni i produktit të gjelbër	Planifikimi, zhvillimi dhe prodhimi i mallrave me efekte minimale negative në mjedis në çdo fazë të ciklit të tyre jetësor, nga nxjerrja e lëndëve të para deri te prodhimi, shpërndarja, përdorimi dhe asgjësimi. Inovacioni në produktet e gjelbra shpesh përfshin përdorimin e burimeve të qëndrueshme dhe teknikave të prodhimit (Rennings, 2000)
Bio-inovacioni	Inovacion në shkencat biologjike dhe bioteknologji për të krijuar zgjidhje afatgjate. Materialet me bazë bio, organizmat e modifikuar gjenetikisht për rehabilitimin e mjedisit dhe metodat biologjike për trajtimin e çështjeve mjedisore janë disa shembuj të kësaj (Skidmore et al., 2015).
Inovacioni me karbon të ulët	Krijimi i metodave dhe teknologjive që ndihmojnë në uljen e metimeve të karbonit dhe kalimin në një ekonomi me karbon të ulët. Për të pakësuar efektet e ndryshimeve klimatike, mund të nevojiten përparim në

	operacionet industriale, transportin dhe prodhimin e energjisë (“Global Carbon Pricing,” 2017).
Zgjidhje të bazuara në natyrë	Zgjidhje të dizajnuara për të zgjidhur problemet mjedisore duke imituar ose përdorur procese natyrore. Kjo përfshin përdorimin e gjetheve dhe pyjeve si shembuj të ekosistemeve natyrore për të dhënë zgjidhje afatgjata për probleme si sekuestri i karbonit, pastrimi i ujit dhe ruajtja e biodiversitetit (Skidmore et al., 2015).
Inovacioni i ndërtimit të gjelbër	Përdorimi i teknikave innovative në projektimin dhe ndërtimin e ndërtesave për të reduktuar efektet negative mjedisore. Për të zhvilluar struktura miqësore me mjedisin dhe me efikasitet ndaj burimeve, kjo mund të kërkojë përfshirjen e burimeve të rinovueshme (Berardi, 2013)

Tabela 3: Përkufizime të ndryshme të inovacionit të gjelbër

Në përmbledhje, përkufizimet e lartëpërmendura të inovacionit të gjelbër, qëndrueshëm, eko, dhe mjedisor shfaqin dallime të vogla në atë se çfarë në të vërtetë domethënë nocioni i tij. Megjithatë, ato përgjithësisht mbulojnë të njëjtën temë dhe mund të përdoren në mënyrë të ndërsjellë, mirëpo nga ato përkufizime mund të identifikohen aspekte të rëndësishme të cilat përfshijnë:

- Objekti i inovacionit: I referohet fokusit specifik të inovacionit, i cili mund të jetë një produkt, proces, shërbim ose metodë, duke përfshirë modelet e biznesit.
- Orientimi në treg: Thekson nevojën që inovacioni të kënaqë kërkesat e tregut dhe të jetë konkurrues në treg.
- Aspekti mjedisor: Thekson qëllimin e reduktimit të ndikimeve negative në mjedis, ku skenari ideal është zero ndikim mjedisor

Dy aspektet e para janë të natyrës së përgjithshme dhe zbatohen gjerësisht për përkufizimet e inovacionit të gjelbër, duke deklaruar se risitë mund të përfshijnë objekte të ndryshme dhe duhet të adresojnë nevojat e përdoruesve ndërkohë që janë të orientuara nga tregu. Për sa i përket aspektit mjedisor, të gjitha përkufizimet bien dakord që risitë duhet të synojnë të reduktojnë ndikimet negative mjedisore, duke arritur në një pikë ideale pa ndikim negativ. Ky aspekt kërkon krahasimin e inovacionit me alternativat ekzistuese, si brenda ashtu edhe ndërmjet organizatave, dhe mund të specifikohet relativisht dhe përkohësisht.

Efikasiteti dhe kostoja e energjisë diellore dhe të erës janë rritur falë përparimeve teknologjike. Këto përparime ndihmojnë në krijimin e një të ardhmeje më të pastër dhe më të gjelbër duke u larguar nga lëndët djegëse fosile dhe duke ulur emetimet e gazeve (IPCC, 2021). Nëpërmjet tij, teknikat e qëndrueshme po zhvillohen dhe zbatohen në sistemet e bujqësisë dhe ushqimit. Agroekologjia dhe bujqësia e maksimizojnë përdorimin e burimeve, zvogëlojnë nevojën për pesticide të rrezikshme dhe mbështesin tokën dhe biodiversitetin e shëndetshëm.

Një fushë tjetër ku inovacioni i gjelbër ka një ndikim të madh është ideja e një ekonomie rrethore. Ne mund të kufizojmë mbetjet, të inkurajojmë riciklimin dhe ripërdorimin dhe të ulim

konsumin e burimeve duke rimenduar se si i prodhojmë dhe përdorim produktet. Për të arritur një ekonomi rrethore, ku burimet qarkullojnë në një sistem të mbyllur, risitë në hartimin e produkteve dhe teknikat e riciklimit janë thelbësore (Fondacioni Ellen MacArthur, 2021). Bashkëpunimi ndërmjet palëve të interesuara është thelbësor si për të po ashtu edhe për qëndrueshmërinë. Qeveritë, bizneset, akademia dhe komunitetet duhet të punojnë së bashku për të zbatuar politika, për të ndarë njohuritë dhe për të mbështetur përpjekjet për të cuar përpara zhvillimin e qëndrueshëm. Partneritetet dhe veprimet kolektive mund të përshpejtojnë tranzicionin drejt një të ardhmeje më të gjelbër dhe më të qëndrueshme. Të dyja sëbashku janë shtylla themelore për adresimin e sfidave mjedisore. Burimet e rinovueshme të energjisë, një ekonomi rrethore, teknologjitë inovative dhe përpjekjet kolektive, të gjitha kontribuojnë në ndërtimin e një bote më të qëndrueshme. Duke përqafuar këto koncepte dhe duke ndërmarrë veprime, ne mund të krijojmë një të ardhme që balancon rritjen ekonomike dhe mbrojtjen e mjedisit.

Vetëm teknologjia nuk është burim i vetëm, përfshin inovacione sociale që nxisin zhvillim të dobishëm, duke u fokusuar në aspektin social të zhvillimit të qëndrueshëm duke fuqizuar njerëzit, duke ndërtuar barazi sociale dhe duke promovuar stile jetese të qëndrueshme. Është thelbësore të përfshihet në nivele të ndryshme, nga aktivitetet individuale deri te strategjia e biznesit, në menyrë që të arrihen qëllimet e zhvillimit të qëndrueshëm.

Përcaktimi i konceptit dhe zbatimi praktik i “qëndrueshmërisë” paraqet sfida të konsiderueshme. Mungesa e një përkufizimi të pranuar botërisht rrjedh nga natyra e shumëanshme e konceptit, i cili pëson ndryshime me kalimin e kohës dhe në kontekste të ndryshme. Gjatë dekadave të fundit, qëndrueshmëria ka evoluar në një nëndisiplinë të vecantë, vecanërisht në sferat e shkencave fizike dhe sociale. Rëndësia qëndron në proceset e zgjidhjes së problemeve dhe vendimmarrjes që ka kontribuar në njohjen dhe rëndësinë e tij në rritje.

Robert Engelman (2013) president i Institutit Worldwatch, e përmbledh me vend këtë dilemë, duke deklaruar “Ne e gjejmë veten në një epokë qëndrueshmërie, të shënuar nga një mori interpretimesh të termit, duke filluar nga përmisimi i mjedisit deri te të qenit në modë

Sipas studimit të bërë nga ana e Ozili (2022) sa i përket zhvillimit të qëndrueshëm theksohet se është një koncept që ka kuptime të ndryshme në varësi të aspekteve që meren parasysh. Ku ka tërhequr vëmendje të konsiderueshme nga politikëbërësit dhe akademikët për disa arsye. Së pari, zhvillimi i qëndrueshëm shihet nga kënvështimi i tij si qëllimi përfundimtar i planit të Kombeve të Bashkuara për planetin, me shumë vende që angazhohen për arritjen e qëllimeve të zhvillimit të qëndrueshëm. Së dyti, synon të sigurojë një planet të qëndrueshëm për brezat e ardhshëm, duke promovuar kujdesin mjedisor. Së treti, përfshin të gjitha qëllimet e tjera të zhvillimit, pasi objektivi është arritja e një niveli zhvillimi që mund të mbahet me kalimin e kohës. Dhe së fundi, pritet që të sjellë përfitime afatgjata socio-ekonomike për njerëzit dhe mjedisin. Pra, definimi i tij është një detyrë komplekse, përfshinë një filozofi, qasje ose praktikë që synon të përdorë burimet në mënyrë efikase për të përmbushur nevojat e tanishme dhe të ardhshme. Marrjen e vendimeve të përgjegjshme në shpërndarjen e burimeve për të arritur rezultatet e dëshiruara sociale, ekonomike dhe mjedisore. Nga studimi i bërë theksohet se qëndrueshmëria dhe zhvillimi i qëndrueshëm paraqesin dy terme që teknikisht nuk janë të njëjta. Ku qëndrueshmëria shërben si forcë drejtuese që drejton zhvillimin drejt një niveli të qëndrueshëm ku përcaktohet toni dhe

parimet për kordinimin e të gjitha aspekteve dhe zhvillimit për të arritur qëndrueshmërinë. Nga ana tjetër, zhvillimi i qëndrueshëm është qëllimi ose objektivi që arrihet duke ndjekur parimet dhe udhëzimet e qëndrueshmërisë.

Komisioni Botëror për Mjedisin dhe Zhvillimin (WCED, 1987) e përkufizoi qëndrueshmërinë si përmbushje në thelb të kërkesave aktuale pa marrë parasysh kapacitetin e brezave të ardhshëm për të kënaqur nevojat e tyre. Njëkohësisht, përkufizimi i OKB-së për zhvillimin e qëndrueshëm (OKB, 1987) shkon përtej shqetësimeve mjedisore për të arritur një ekuilibër të balancuar midis objektivave sociale, ekonomike dhe mjedisore. Sipas Clark (2020), ekziston një marrëdhënie dinamike dhe reciprokisht përforcuese midis qëndrueshmërisë dhe zhvillimit të qëndrueshëm. Koncepti i qëndrueshmërisë është thelbësor për kuadrin e zhvillimit të qëndrueshëm, duke theksuar nevojën për të marrë parasysh faktorët socialë, ekonomikë dhe mjedisorë të gjithë përnjëherë.

Ku sqarohet dallimi ndërmjet tyre nëpërmjet kësaj figure:



Figura 2: Marrëdhënia konceptuale midis qëndrueshmërisë dhe zhvillimit të qëndrueshëm

Zhvillimi i qëndrueshëm ndodh kur zhvillimi udhëhiqet nga një kornizë qëndrueshmërie, sic përshkruhet në figurën 1. Kjo thekson rëndësinë e qëndrueshmërisë në arritjen e rezultateve të zhvillimit që janë të qëndrueshme. Pa një kornizë qëndrueshmërie, rezultatet e zhvillimit konsiderohen sit ë paqëndrueshme (Ozili, 2022). Gjetjet kryesore të këtij punimi tregojnë se ka pasur kërkitime të shumta për zhvillimin e qëndrueshëm dhe se cdo rajon i botës ka bërë disa përparime drejt arritjes së niveleve të larta të tij, mirëpo cdo rajon përballë me sfida unike që ndikojnë në arritjen e synimeve në rajon dhe ku këto sfida kishin dimensione sociale, politike, strukturore, institucionale dhe ekonomike.

Bashkëveprimi i përbashkët në mes inovacionit të gjelbër dhe zhvillimit të qëndrueshëm sjell shumë përfitime për komunitetin biznesor. Nga gjetjet e punimit shkencor nga ana e Alyahya et al. (2022) tregohet se planet e zhvillimit të brendshëm dhe aftësitë brenda firmave janë identifikuar si thelbësore për promovimin e inovacionit të gjelbër. Kompanitë që yotërojnë një kuptim më të madh të inovacionit të gjelbër dhe menaxhimit të mjedisit shfaqin inovacion të përmisuar të produkteve dhe proceseve të gjelbra. Nga gjetjet e punimit është vënë re se firmat që ndjekin eko-inovacionet dhe firmat që investojnë në eko-inovacione motivohen nga faktorë të ndryshëm. Ndërsa motivimi për të bërë ndryshime miqësore me mjedisin buron nga plotësimi i nevojave themelore të klientëve dhe shoqërisë, kursimet e kostos dhe rregulloret më të rrepta nxisin rritjen e investimeve në inovacione miqësore me mjedisin. Rregulloret, si ekzistuese ashtu edhe të parashikuara, theksohen shpesh si shtytës të rëndësishëm të inovacionit të gjelbër, duke treguar se përmbushja e standardeve është e lidhur ngushtë me motivimin për inovacion të gjelbër.

Inovacioni i gjelbër dhe zhvillimi i qëndrueshëm janë ide të lidhura që mbështesin njëra tjetrën. Për të reduktuar efektin mjedisor dhe për të avancuar qëndrueshmërinë, teknologjitë, procedurat dhe praktikat e reja duhet të zhvillohen dhe të vihen në përdorim (UNEP, 2013). Nga ana tjetër, zhvillimi i qëndrueshëm përpiket të kënaqë nevoajt ekzistuese pa rrezikuar kapacitetin e brezave të ardhshëm për të kënaqur nevojat e veta. Ata punojnë së bashku si një ekip jetik për të adresuar çështjet mjedisore dhe për të promovuar mirëqenien afatgjate të shoqërisë. Duke inkurajuar kujdesin ndaj mjedisit, inovacioni i gjelbër luan një rol kritik në nxitjen e zhvillimit të qëndrueshëm. Ku mbështet modele më të qëndrueshme të prodhimit dhe konsumit nëpërmjet zhvillimit dhe aplikimit të teknologjisë që ulin konsumin e burimeve, minimizojnë gjenerimin e mbetjeve dhe përmisojnë degradimin mjedisor (UNEP, 2013).

Nga e gjithë kjo mund të përfundojmë se për të arritur qëllimet e zhvillimit të qëndrueshëm, inovacioni i gjelbër është thelbësor. Bizneset mund të pakësojnë ndikimin e tyre mjedisor, të ruajnë burimet dhe të adresojnë çështje urgjente si ndotja dhe ndryshimet klimatike duke zbatuar teknologji dhe procedura miqësore me mjedisin. Kjo promovon zgjerimin ekonomik duke reduktuar efektet negative mjedisore (Alyahya et al., 2022). Poashtu avancojnë progresin social dhe prosperitetin ekonomik. Investimet e teknologjisë së gjelbër rezultojnë në krijimin e tregjeve të reja, vendeve të punës dhe avantazheve konkurruese. Bujqësia e qëndrueshme dhe sektorë të tjerë si energjia e rinovueshme jo vetëm që nxisin rritjen ekonomike, por gjithashtu rrisin shëndetin publik dhe cilësinë e jetës (Green Growth Forum 2022). Zhvillimi i qëndrueshëm dhe

inovacioni i gjelbër punojnë së bashku për përfitim reciprok. Ruajtja e ekosistemit dhe kalimi në një ekonomi me karbon tll ulët dhe me burime efikase janë dy mënyra që ndihmojnë njëra tjetrën.

2.4 Evidencë empirike mbi ndikimin e inovacionit të gjelbër në performancën e firmës

Për shkak të potencialit të tij jo vetëm për të zbutur sfidat mjedisore, por edhe për të përmisuar performancën e biznesit, inovacioni i gjelbër, i cili përcaktohet nga zhvillimi dhe adoptimi i praktikave, teknologjive dhe produkteve ekologjikisht miqësore, ka tërhequr vëmendjen në rritje vitet e fundit. Studimet empirike që japin dritë mbi lidhjen midis inovacionit të gjelbër dhe suksesit të kompanisë janë përfshirë në këtë pjesë.

Studime të shumta kanë demonstruar efektet e dobishme të inovacionit të gjelbër në shumë aspekte të performancës së firmës. Për shembull, studimi i bërë nga ana e Smith et al (2018) zbuloi se ndërmarrjet e përfshira në aktivitetet e inovacionit të gjelbër panë një rritje të efikasitetit operacional dhe një ulje të kostove si rezultat i optimizimit të burimeve dhe iniciativave për reduktimin e mbetjeve. Këto përmisime të efikasitetit ndihmuan që biznesi të bëhej më fitimprurës në përgjithësi.

Është gjithashtu e rëndësishme ti kushtohet vëmendje një studimi të fundit nga Johnson dhe Clark (2020), i cili përfshinte një analizë të plotë të një game të larmishme biznesesh që shtrihen në industri të shumta. Një korrelacion pozitiv thelbësor dhe statistikisht i rëndësishëm midis përdorimit të taktikave të inovacionit të gjelbër dhe rritjes së pjesës së tregut u gjet nga hetimi i tyre i plotë. Kjo lidhje e fortë nxjerr në pah një ndryshim të rëndësishëm në sjelljen e konsumatorëve që tregon një preferencë të qartë për mallrat dhe shërbimet miqësore me mjedisin. Nevoja për biznese që kanë prioritet dhe angazhohen në mënyrë aktive në integrimin e inovacionit të gjelbër brenda operacioneve të tyre rritet si rezultat i këtij ndryshimi në preferencat e klientëve.

Bazuar në literaturën ekzistuese dhe disa gjetje empirike, është evidente se pavarësisht nga lloji i inovacionit, ai vazhdimisht ka një ndikim pozitiv në performancën financiare të një firme. Geroski (1994) paraqet dy këndvështrime alternative për këtë çështje. Perspektiva e parë pohon se zhvillimi i produkteve dhe proceseve të reja rrit përkohësisht pozicionin konkurrues të një firme, për aq kohë sa ajo mund ta mbrojë këtë pozicion kundër konkurrentëve. Perspektiva e dytë argumenton se inovacioni transformon rrënjësisht një kompani duke rritur aftësitë e saj të brendshme, duke e bërë atë më të adaptueshme dhe fleksibël për t'u përgjigjur presioneve të tregut në krahasim me firmat jo inovative. Prandaj, sipas Geroskit, gjithmonë konsiderohet si shtytës themelor i rritjes dhe prosperitetit të qëndrueshëm ekonomik.

Disa studime kanë eksploruar lidhjen midis performancës së inovacionit të gjelbër të një kompanie dhe performancës së saj mjedisore dhe avantazhit konkurrues. Sipas këtyre studimeve, ekziston një lidhje pozitive midis produktit të gjelbër të një kompanie dhe performancës së inovacionit të procesit dhe avantazhit të saj konkurrues (Chen, Lai & Wen, 2006; Chang, 2011). Për më tepër, inovacioni i gjelbër është gjetur të ketë një marrëdhënie të favorshme me performancën mjedisore që është një aspekt vendimtar i tij (Conding & Habidin, 2012).

Sipas studimit të bërë nga Küçükoğlu and Pinar (2015) sipas një figure ilustruese në atë se si e shohim këtë marrëdhënie në mes inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës ai e shfaq në këtë mënyrë:

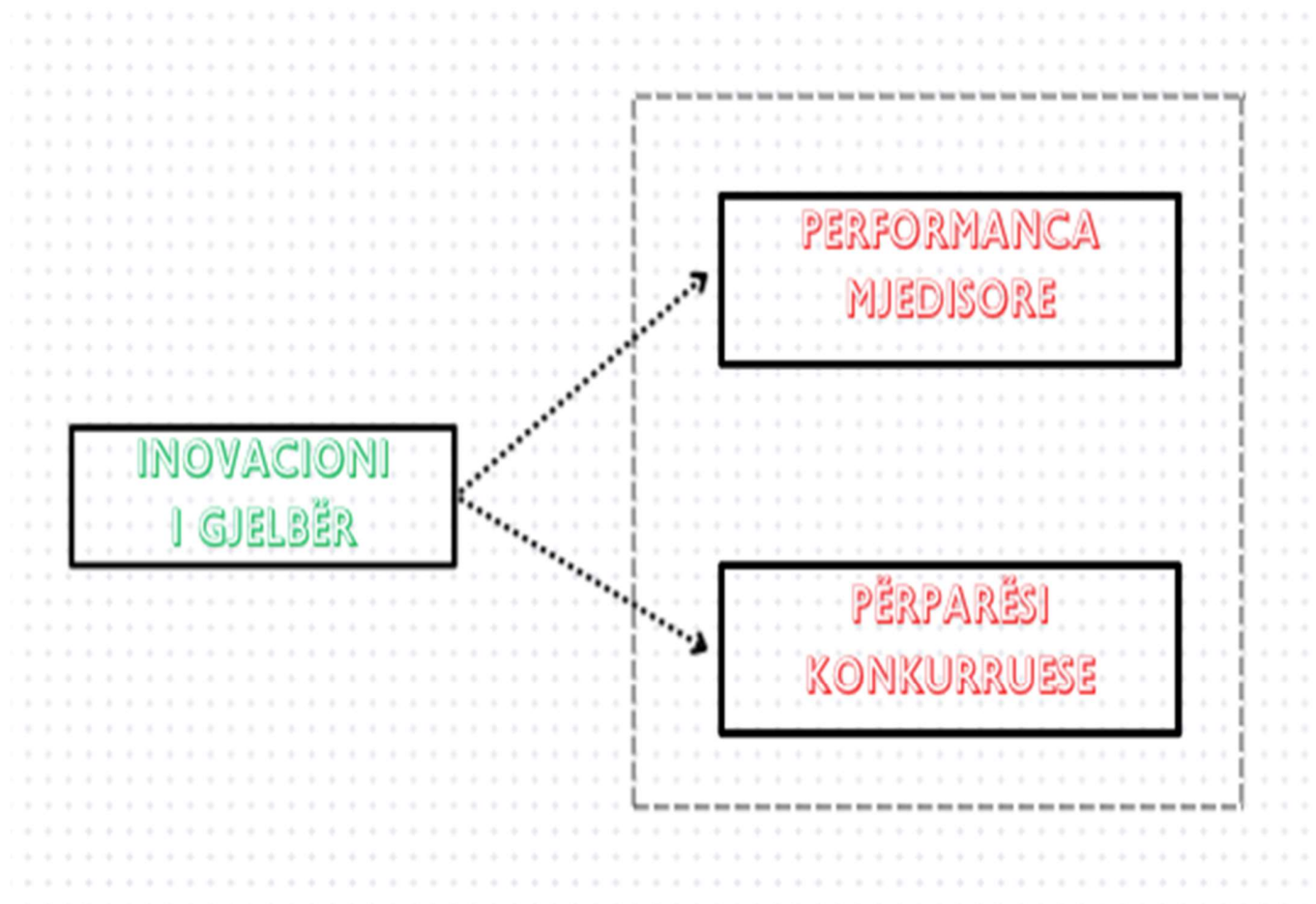


Figura 3: Marrëdhënia në mes inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës

Küçükoğlu and Pinar (2015) kanë bërë një studim gjithëpërfshirës të 162 kompanive turke, duke aplikuar analiza rigoroze statistikore për të shqyrtuar marrëdhëniet midis inovacionit të gjelbër, performancës mjedisore dhe avantazhit konkurrues. Nga ky studim janë gjetur korrelacione thelbësore pozitive midis këtyre aspekteve ku inovacioni i gjelbër përbën afërsisht 57.3% të ndryshshmërisë në performancën mjedisore të një kompanie dhe rreth 31.1% të ndryshueshmërisë në avantazhin konkurrues, duke vertetuar atë se ka ndikim pozitiv ka inovacioni i gjelbër në performancën mjedisore të një kompanie.

Ndërsa e kthejmë vëmendjen tonë në fushën e performancës financiare, studimi i rëndësishëm i Brown dhe Jones (2019) meriton një konsideratë më të detajuar. Hetimi i tyre i plotë u fokusua në kompanitë e tregtuara publikisht dhe nxori një gjetje befasuese: kompanitë me një portofol të fortë të patentave të gjelbra shpesh tregtojnë një rritje të dukshme në kthimet e aksioneve, ndërkohë që përjetojnë gjithashtu një ulje të paqëndrueshmërisë së cmimeve të aksioneve. Këto gjetje empirike theksojnë në mënyrë të pagabueshme përfitimet reale financiare të përdorimit të projekteve të inovacionit të gjelbër. Në thelb, kërkimi i tyre nxjerr në pah mundësinë që bizneset të investojnë qëllimisht dhe të integrojnë metodat e inovacionit të gjelbër në planet e tyre të përgjithshme të biznesit, në mënyrë që të arrijnë jo vetëm emrancë miqësore me mjedisin, por edhe shpërblime të rëndësishme financiare.

Lidhja komplekse midis inovacionit të gjelbër dhe fushës së performancës financiare ka tërhequr gjithashtu një interes të studiusve në kontekstin e kërkimit akademik. Hulumtimi i gjerë i kryer nga Lee dhe Smith (2017) kërkon ekzaminim të thelluar sepse hedh njohuri interesante në këtë drejtim. Analiza e tyre e plotë u fokusua në ndërveprimet komplekse midis bizneseve dhe praktikave të qëndrueshme, vecanërisht ato që përfshihen në fushën e inovacionit të gjelbër. Gjetja e habitshme e studimit empirik të Lee dhe Smith ishte se bizneset që tregtuan angazhim proaktiv në fushën e praktikave të qëndrueshme, së bashku me një komunikim startegjik të përpjekjeve të tyre me publikun, fituan shpërblime të shumta. Një nga gjetjet më të dukshme të hulumtimit theksoi përmisimin e dukshëm në imazhin dhe reputacionin e markës që pasoi si rezultat. Ky përmisim në reputacion, si rezultat i adoptimit të zjarrit të qasjeve të inovacionit të gjelbër dërgoi valë tronditëse në mjedisin e tregut. Efekte të shumta pozitive rezultuan nga ky efekt. Më e rëndësishmja prej tyre ishte zhvillimi i rritjes së besnikërisë së klientit, një nënprodukt i konsumatorëve që vërshojnë natyrshëm drejt bizneseve që janë në përputhje me preferencat e tyre morale mjedisore. Për më tepër ky reputacion i përmisuar veproi si një shtytës për zhvillimin e një kulture pozitive, në të cilën palët e interesuara dhe konsumatorët e kënaqur përhapnin natyrshëm opinione pozitive rreth etikës dhe produkteve të kompanisë. Ky studim hedh një dritë mbi efektin gjithëpërfshirës të inovacionit të gjelbër në reputacionin e biznesit. Gjetjet e tyre kanë rezultate të mëdha që shtrihen përtej fushës së sjelljes së konsumatorit dhe kanë një ndikim të rëndësishëm në suksesin organizativ në përgjithësi. Thekson edhe përfitimet e shumta që presin bizneset që përqafojnë inovacionin e gjelbër dhe angazhojnë me zgjuarsiri publikun në këto përpjekje, duke mundësuar kështu një cikël reciprokisht të dobishëm, ku ndërgjegjja mjedisore ushqen shtat të lartë të markës dhe besnikëri të qëndrueshme të klientit.

Sigurisht që kërkohet një hetim i thelluar për aspekte të ndryshme për të fituar njohuri që qëndron në themel të ndikimit të inovacionit të gjelbër në performancën e firmës. Ky ndërveprim midis këtyre dy aspekteve në fakt është kompleks dhe i ndikuar nga një sërë faktorësh, duke përfshirë madhësinë e firmës, karakteristikat e industrisë e të tjera. Studii i kryer nga Chen et al. (2021), i cili shqyrtoi ndërlikimet e marrëdhënies e këtyre dy aspekteve paraqet një shembull të dukshëm në atë se sa e ndërlikuar është kjo lidhje. Hulumtimi i tyre tregoi në mënyrë specifike se përforsimi i përfitimeve që rezultojnë nga inovacioni i gjelbër është dukshëm më i spikatur midis industrive me ndikim konsiderueshëm mjedisor. Marrëdhënia simbiotike midis inovacionit të gjelbër dhe suksesit financiar arrin kulmin e saj shfaqen si sektorë me efekte të konsiderueshme mjedisore sic janë prodhimi dhe energjia.

2.5 Politikat e financimit të gjelbër dhe ndikimi i tyre në inovacion dhe performancën e firmës

Konvergjencia e financave, inovacionit dhe performancës së firmave ka tërhequr vëmendjen në një kohë kur ndërgjegjësimi mjedisor është në nivelin më të lartë të të gjitha kohërave dhe praktikat e qëndrueshme të kompanisë janë thelbësore (Smith & Johnson, 2020). Me anë të kësaj teme ne shohim se si planet financiare që mbështesin objektivat mjedisore ndikojnë në procesin e inovacionit dhe suksesin e përgjithshëm të biznesit. Qëllimi i këtij kapitulli është të ofrojë njohuri mbi ndërveprimin dinamik midis rregulloreve të financave të gjelbra, aktiviteteve të inovacionit dhe efekteve që rezultojnë në performancën e firmave.

Peisazhi i politikave të financimit të gjelbër mbulon një sërë mjedesh financiare, procedurash dhe stimulues që synojnë të drejtojnë financim drejt projekteve dhe programeve që promovojnë përgjegjësinë mjedisore (Dyllicl and Hockerts 2002). Obligacionet e gjelbra, huatë e qëndrueshme dhe fondet e investimeve janë disa shembuj. Pra egzistojnë aspekte të shumta të politikave të tilla, duke përfshirë qëllimet, funksionimin dhe rëndësinë e tyre në avancimin e sjelljes etike të firmës.

Bizneset që miratojnë politika mjedisore me përgjegjësi financiare janë më të pozicionuara për të nxitur inovacionin (Ameer et al., 2017). Organizatat janë të detyruara të inovojnë për të përmbushur standardet strikte të vendosura nga këto politika duke rialokuar paratë e gatshme drejt projekteve të qëndrueshme dhe efektive. Performanca e një firme, duke përfshirë rezultatet e saj financiare dhe angazhimin e palëve të interesuara, mund të përfitojë duke ndjekur një inovacion të qëndrueshëm (Bansal, 2017).

Vetëm një numër i vogël punimesh akademike kanë ekzaminuar këtë marrëdhënie në mes financimit të gjelbër, miqësor me mjedisin dhe efektivitetin e firmës. Sipas Ding (2019), kufizimet e kredisë mjedisore i bëjnë bizneset shumë ndotëse të reduktojnë në mënyrë pasive shpenzimet kapitale, gj kjo që vonon përmisimin e produktivitetit të përgjithshëm. Në bazë të efekteve të financave të gjelbra dhe programeve pilot të inovacionit, Wang et al (2021) zbuloi se ndërsa produktiviteti total i faktorëve u rrit për bizneset që janë miqësore me mjedisin, dhe u ul ndjeshëm për bizneset që e ndotin mjedisin.

Politikat e financimit të gjelbër mbulojnë një sërë përpjekjesh të drejtuara nga qeveria dhe insitucionet financiare dhe synojnë të inkurajojnë operacionet e korporatave miqësore me mjedisin. Stimujt si uljet e taksave, grantet, subvencionet, obligacionet e gjelbra dhe kornizat rregullatore janë vetëm disa shembuj se si këto politika marrin formë të ndryshme (Zakari, 2022). Këto politika, të cilat kryhen shpesh në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar, janë krijuar për të drejtuar financimin drejt nismave që mbështesin qëndrueshmërinë mjedisore dhe kundërveprojnë ndryshimet klimatike. Derisa rregullatorët financiarë kanë përdorur një sërë taktikash për të luftuar ndryshimet klimatike, ka ende vend për përmisim dhe ripërdorim të mjeteve dhe metodave aktuale për të ndihmuar njerëzit me të ardhura të ulëta. Kjo u mundëson vendimmarrësve të veprojnë menjëherë, duke siguruar gjithashtu bazën për politika më komplekse që mund të kërkojnë planifikim shtesë, nga kjo vjen deri te përdorimi i katër P-të e financave të gjithëpërfshirëse: sigurimi, promovimi, mbrojtja dhe parandalimi.

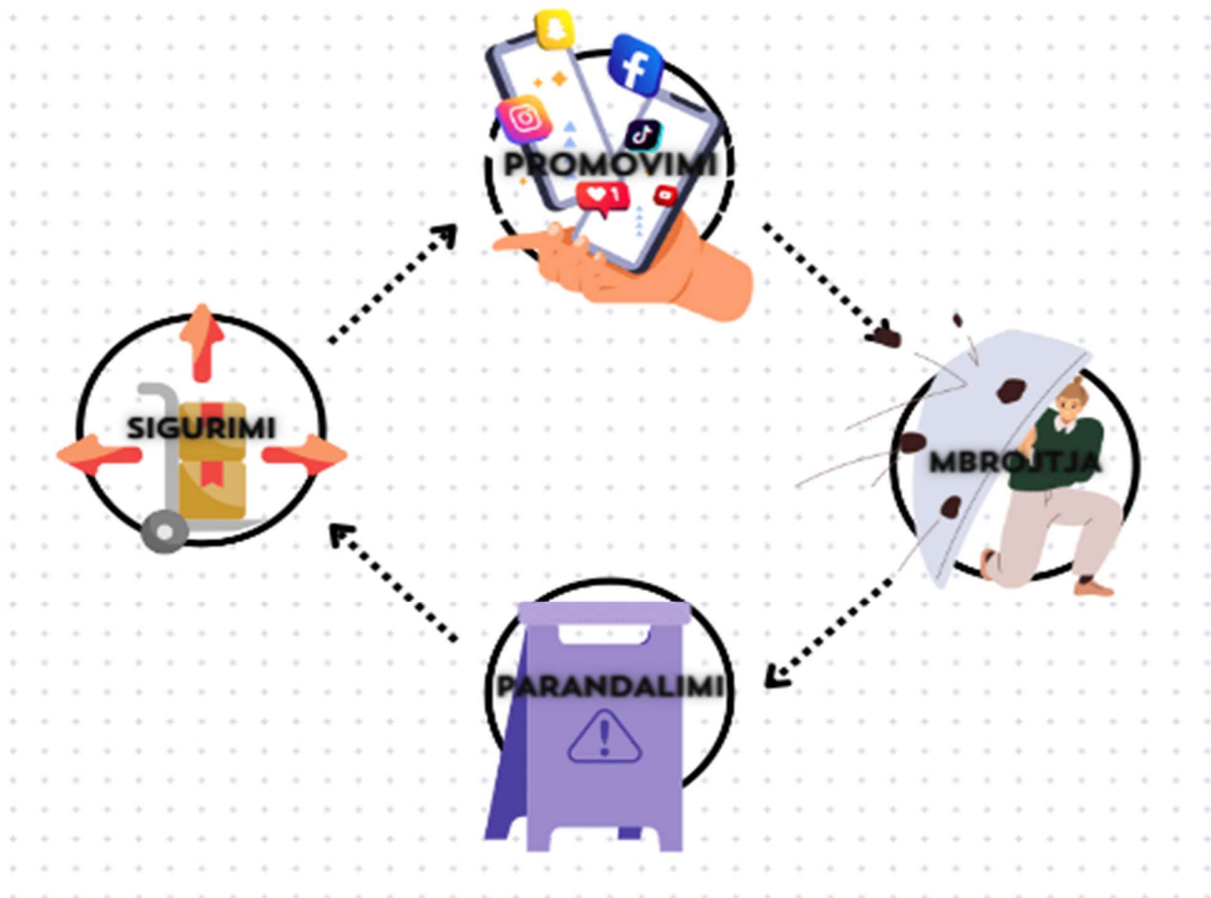


Figura 4: Katër P-të e financave gjithëpërfshirëse

Hulumtuesi Aziz (2021) në mënyrë të detajuar ka spjeguar të gjitha këto elemente:

Sigurimi: Sigurimi që shërbimet dhe mallrat financiare të jenë lehtësisht të aksesueshme për të mbështetur aktivitete të qëndrueshme mjedisore është qëllimi kryesor i shtyllës së Sigurimit të financave të gjelbra gjithëpërfshirëse. Ky element përfshin zhvillimin e sistemeve që hapin financimin e gjelbër për një sërë palësh të interesuara, të tilla si njerëzit, kompanitë dhe qeveritë. Komponentët kryesorë të shtyllës së sigurimit janë:

Qasja në shërbimet Financiare të Gjelbërta: Bërja e mundshme për njerëzit dhe organizatat që të marrin Produkte Financiare të Gjelbër si Obligacionet e Gjelbërta, Kreditë e Gjelbra dhe Portofoli i Investimeve të Gjelbërta referohet si Provizion. Për krijuar dhe ofruar këto shërbime të specializuara, institucionet financiare dhe qeveritë shpesh bashkëpunojnë. Opsionet e financave të gjelbra duhet të jenë të lira dhe kjo mund të theksohet sa duhet. Për ti vënë të mirat financiare të gjelbra të disponueshme për një publik më të gjërë, kjo mund të kërkojë ofrimin e normave të favorshme të interesit, tarifat më të ulta ose subvencionet.

Ndërtimi i kapaciteteve synon të përmisojë njohuritë dhe aftësitë e institucioneve financiare, rregullatorëve dhe klientëve, në mënyrë që ata të mund të ndërveprojnë me produktet financiare të gjelbra në mënyrë efikase. Aftësia për të kuptuar kompleksitetin e financave të gjelbra ndërtohet përmes programeve të trajnimit dhe aktiviteteve edukative.

Promovimi: Shtylla e promovimit të financave të gjelbra gjithëpërfshirëse përqëndrohet në promovimin e proceseve dhe mallrave financiare të gjelbra dhe në ofrimin e stimuljeve për miratimin e tyre. Ai synon të risë interesin për opsionet e financimit të gjelbër dhe të motivojë palët e interesuara që të marrin një rol aktiv në përpjekjet eko-miqësore. Ndër komponentët thelbësorë të shtyllës së promovimit janë:

- Iniciativat promovuese të cilat përfshijnë fushata ndërgjegjësimi të publikut për të informuar njerëzit dhe kompanitë rreth avantazheve të financimit të gjelbër dhe praktikave të qëndrueshme të biznesit. Këto reklama shpesh shfaqin arritjet dhe efektet e favorshme të investimeve të gjelbra
- Qeveritë dhe subjektet financiare mund të ofrojnë stimulje dhe cmime për të promovuar sjellje miqësore me mjedisin. Kjo mund të marrë formën e lehtësimit të taksave për investime miqësore me mjedisin, zbritjeve për blerjen e produkteve me efikasitet energjetik ose trajtim të vecantë për kompanitë miqësore me mjedisin gjatë gjithë procesit të prokurimit.
- Certifikimi dhe etiketimi i gjelbër: Programet për certifikimin dhe etiketimin e mallrave dhe shërbimeve miqësore me mjedisin ndihmojnë klientët në marrjen e vendimeve të informuara për blerjet. Një etiketë “Energy Star”, për shembull, mund të jepet pajisjeve që përdorin më pak energji dhe kanë një ndikim më të vogël mjedisor. Këto shenja i ndihmojnë konsumatorët të marrin vendime që janë të qëndrueshme.

Mbrojtja: Reduktimi i rrezikut dhe sigurimi që sistemet financiare të mbeten të forta dhe të fuqishme përballë kërcënimeve të lidhura me klimën janë fokusi i shtyllës së mbrojtjes së financave të gjelbra gjithëpërfshirëse. Mbrojtja e organizatave financiare dhe e klientëve nga humbjet e lidhura me klimën bëhet më e rëndësishme me zhvillimin e shqetësimeve mjedisore. Komponentët kryesorë të shtyllës së mbrojtjes janë:

- Vlerësimi i rrezikut të klimës: Për të kuptuar dhe për të përcaktuar ndikimin e mundshëm të ndryshimeve klimatike në portfolet e tyre, institucionet financiare dhe rregullatorët kryejnë vlerësime të rrezikut klimatik. Kjo ndihmon në identifikimin e dobësive dhe informon masat e menaxhimit të rrezikut.
- Promovimi i përdorimit të sigurimit dhe mekanizmave të transferimit të rrezikut për të mbrojtur njerëzit dhe bizneset nga humbjet e lidhura me klimën është një pjesë e zakonshme e masave mbrojtëse. Zgjidhjet e sigurimit specifik për rrezikun mjedisor mund të ofrojnë mbrojtje jetike.
- Institucionet financiare mund të kryejnë teste stresi për të parë se sa elastike janë ato ndaj fatkeqësive të lidhura me klimën. Kjo strategji proaktive mbështet përpjekjet për të reduktuar rreziqet klimatike duke identifikuar dobësitë.

Parandalimi: Përfshirja në financat e gjelbra vendos një theks të madh në mbrojtjen proaktive të mjedisit dhe promovimin e praktikave të qëndrueshme. Ai vendos një fokus në masat legislative dhe të politikave që dekurajojnë veprimet që dëmtojnë mjedisin dhe inkurajojnë menaxhimin e mirë të burimeve. Ndër komponentet thelbësorë të shtyllës së parandalimit janë:

- Qeveritë krijojnë dhe zbatojnë rregullore që ndalojnë veprimet që janë të dëmshme për mjedisin, emetimet e tilla të karbonit ose shpyllëzimi. Këto rregulla mund të përfshijnë analizat e ndikimit mjedisor, kufijtë e emetimeve dhe sanksionet për shkeljen e tyre.
- Standardet Mjedisore: Me vendosjen e standardeve mjedisore, sigurohet që ndërmarrjet dhe industritë të ndjekin standardet e përcaktuara mjedisore. Është e detyrueshme respektimi i këtyre kërkesave për tu dhënë leje dhe licenca.
- Institucioneve financiare mund tu kërkohej nga disa qeveri që të investojnë një përqindje të caktuar të fondeve të tyre në iniciativë që janë miqësore me mjedisin. Kjo promovon metoda etike investimi dhe rreshton flukset e parave me objektivat e qëndrueshmërisë.

Sigurimi, promovimi, mbrojtja, parandalimi katër komponenta të rëndësishme që ofrojnë një strategji gjithëpërfshirëse për zhvillimin e politikave të financimit të gjelbër. Cdo shtyllë është thelbësore për tu siguruar që paratë e gjelbra janë të disponueshme, motivuese, të mbrojtura nga rreziku dhe mbështetëse për sjelljet eko-miqësore. Ky kuadër vepron si një udhërrëfyes i plotë për vendimmarrësit në sektorët financiarë dhe të politikave që duan të avancojnë zhvillimin e qëndrueshëm dhe të trajtojnë çështje urgjente mjedisore.

Politikat e financimit të gjelbër thënë në përgjithësi kanë një ndikim të madh dhe të larmishëm në performancën e një kompanie ku keto politika ndikojnë në performancën e firmave në mënyra të ndryshme si:

Akresi në kapital: Teknikat e financimit të gjelbër shpesh u japin bizneseve që përdorin praktika të qëndrueshme stimuj financiarë dhe kushte të favorshme kredie (Smith et al., 2020). Kompanitë tani janë më të afta të përfshihen në teknologji dhe projekte miqësore me mjedisin që përndryshe mund të jenë të vështira financiarisht (Chen & Lin, 2019). Kjo mund të rezultojë në rritjen e stabilitetit financiar dhe potencialit të zgjerimit të biznesit

Inovacioni dhe politikat e financave të gjelbra janë të lidhura ngushtë, secila duke ndikuar dhe mbështetur tjetrën në mënyra të ndryshme shpjegohet lidhja e tyre në mënyrë Drejtimi dhe shkalla e inovacionit në kontekstin e qëndrueshmërisë mjedisore ndikohen shumë nga politikat e financave të gjelbra. Këto rregullore mbulojnë një sërë mjetesh dhe stimulsh financiarë, duke përfshirë grantet, përjashtimet nga taksat, subvencionet dhe obligacionet e gjelbra, të gjitha synojnë avancimin e iniciativave dhe teknologjive të gjelbra, të gjitha që synojnë avancimin e iniciativave dhe teknologjive të gjelbra. Këp rregullore e bëjnë më joshëse për kompanitë dhe institutet kërkimore që të investojnë në inovacionin e gjelbër duke ofruar mbështetje financiare dhe duke ulur shpenzimet e iniciativave të gjelbra. Rreziqet financiare që lidhen me investimet e gjelbra reduktohen gjithashtu nga politikat e financimit të gjelbër. Këto politika mund të përfshijnë sigurime ose garanci të mbështetura nga qeveria që mbrojnë

investitorët nga humbjet e mundshme. Këto politika nxisin investimet e sektorit privat në teknologjinë dhe projektet e reja të gjelbra duke reduktuar rreziqet e perceptuara që lidhen me përpjekje të tilla, gjë që inkurajon më shumë inovacion në këtë fushë. Politikat e financave të gjelbra shpesh imponojnë kërkesa dhe standarde mjedisore për firmat përvec ofrimit të stimujve financiarë. Ndërsa bizneset punojnë për të respektuar këto rregullore nëpërmjet krijimit dhe pranimit të teknologjisë dhe procedurave të reja, këto standarde veprojnë si një nxitje për inovacion. Inovacioni bëhet një strategji për arritjen e pajtueshmërisë dhe ruajtjen e konkurrencës së tregut.

Për më tepër, rregulloret e financave të gjelbra zakonisht kërkojnë që kompanitë të raportojë të dhëna për qëndrueshmërinë dhe mjedisin, duke inkurjuar hapjen në operacionet e biznesit. Kjo hapje inkurajon inovacionin duke u bërë presion bizneseve për të përmisuar performancën e tyre mjedisore. Bizneset mund të investojnë në teknologji të pastra dhe të krijojnë zgjidhje të fundit për të pakësuar ndikimin e tyre mjedisor në mënyrë që të jenë në përputhje me ligjet e zbulimit.

Edhe kërkimi dhe zhvillimi në teknologjinë e gjelbër dhe praktikën e qëndrueshme financohen drejtpërdrejt nga disa skema të financimit të gjelbër. Përparime inovative në fusha si energjia e rinovueshme, efica e energjisë dhe reduktimi i mbetjeve mund të rezultojnë nga kjo mbështetje financiare për kërkim dhe zhvillim. Ai përshpejton krijimin e teknologjive të fundit që mund të ndryshojnë tërësisht industrinë dhe të cojnë në një të ardhme më të qëndrueshme.

Në kontekstin e financimit të qëndrueshëm, obligacionet e gjelbra janë bërë një mejt financiar thelbësor për shpërndarjen e fondeve për nisma të ndërgjegjshme ekologjike (Flammer, 2020). Karakteristika themelore e obligacioneve të gjelbra është se ato janë krijuar posaçërisht për të financuar projekte që kanë një ndikim të mirë në mjedis, sepse është arsyeja pse ato janë emetuar. Këto aktivitete përfshirjnë një gamë të gjerë temash, duke përfshirë projektet e ujit të pastër, programet e efikasitetit të energjisë, projektet e transportit të qëndrueshëm, projektet e energjisë së rinovueshme dhe programet e suajtjes së biodiversitetit.

Respektimi i rreptë i normave dhe certifikatave të njohura është një nga tiparet dalluese të bonove të gjelbra. Për të siguruar një shpërndarje transparente dhe të besueshme të të ardhurave, emetuesit shpesh i përmbahen kornizave si Standardet e Obligacioneve Klimatike dhe Parimet e bonove të Gjelbra. Për të forcuar më tej legjitimitetin e përkushtimit të tyre ndaj projekteve ekologjike të qëndrueshme, shumë emetues shkojnë lart e lart duke siguruar verifikimin nga palët e treta (Ehlers & Packer, 2017).

Një komponent kyç i atraktivitetit të obligacioneve gjelbra është aftësia e tyre për të tërhequr investitorë që kanë një aksion në kryerjen e investimeve të ndërgjegjshme shoqërore dhe ekologjike (Ghoul & Karoui, 2017). Kur një emetues emeton bono të gjelbra, ai po demonstroi përkushtimin e tij ndaj praktikaave të qëndrueshme dhe po ndjek trendin në rritje të investitorëve që u japin përparësi faktorëve mjedisorë, socialë dhe të qeverisjes (ESG) në portofolet e tyre të investimeve (Bialkowski & Starks, 2016).

Sipas Tang dhe Zhang (2020), tregu për obligacionet e gjelbra ka përjetuar një zgjerim të konsiderueshëm, duke reflektuar prirjen mabërbotërore drejt financimit të qëndrueshëm. Obligacionet e gjelbra po përdoren nga qeveritë, qytetet dhe organizatat private si një mjet

strategjik për financimin e iniciativave që mbështesin qëllimet e zhvillimit të qëndrueshëm dhe zbutjen e ndryshimeve klimatike (Flammer, 2020).

Emetimi i obligacioneve të gjelbra njihet si një mjet për të sinjalizuar një angazhim ndaj përgjegjësisë mjedisore nga aktorë të ndryshëm, duke përfshirë menaxherët, aksionarët, klientët dhe shoqërinë. Ky angazhim kontribuon në njohjen pozitive të investitorëve, me investitorët që tregojnë tolerance më të madhe për kthime më të ulëta financiare dhe shfaqin durim të shtuar në flukset e fondeve kur investojnë në kompani me përgjegjësi shoqërore, sic tregohet nga studime të ndryshme (Riedl, Smeets 2017). Në tregjet e kapitalit, firmat që emetojnë bono të gjelbra prirën të përjetojnë reagime të favorshme në cmimet e aksioneve dhe likuiditet të zgjeruar tregtar. (Flammer 2020).

Kur krahasohen me obligacionet standarde, obligacionet e gjelbra kanë treguar performance të krahsueshme apo edhe më mire financiarisht (Baker et al., 2018). Reputacioni i emetuesit rritet dhe baza e tij investiture zgjerohet ku ka një ndikim pozitiv mjedisor dhe përafrim me standardet e vendosura (Hachenberg & Schiereck, 2018). Hulumtimet tregojnë se obligacionet e gjelbra kanë potencialin që japin kthime të ngjajshme dhe të promovojnë përgjegjësinë mjedisore. (Zerbib, 2019)

Në tregun e tyre, mbiabonimi është bërë një dukuri e zakonshme, duke treguar rritjen e kërkesës për investime që janë të ndërgjegjshme ekologjike. Njohja e tregut për rëndësinë e financimit të qëndrueshëm theksohet më tej nga fakti se kjo kërkesë e tepërt shpesh përkthehet në kushte tërheqëse për emetuesit, duke përfshirë rendimente më të ulta. Emetuesit e tyre raportojnë rregullisht se si përdoren të ardhurat dhe se si iniciativat e sponsorizuara ndikojnë në mjedis (Gianfrate & Peri, 2019). Kjo shtrirje është thelbësore për ruajtjen e besimit të investitorëve, sepse ofron një shembull konkret të angazhimit të vazhdueshëm të emetuesit ndaj objektivave të qëndrueshmërisë.

Për ta thënë thjesht, obligacionet e gjelbra luajnë një rol kritik në mbledhjen e fondeve për iniciativat që trajtojnë çështjet urgjente mjedisore (Flammer, 2020). Integrimi i tyre në tregjet financiare promovon një qasje të qëllimshme dhe të përgjegjshme ndaj investimeve, duke ofruar një lidhje konkrete mes finances dhe zhvillimit të qëndrueshëm.

Pranimi i gjerë i obligacioneve të gjelbra si një mjet financiar i rëndësishëm tregohet nga çështjet e shumta që kanë ndodhur në një sërë vendesh, të cilat të gjitha kanë ndihmuar në zhvillimin e nismave miqësore me mjedisin. Këto ilustrime nxjerrin në pah angazhimin global për përdorimin e financave si një katalizator për ndryshime konstruktive mjedisore.

Me emetimin e tyre, Banka Industriale dhe Tregtare e Kinës dha një kontribut të madh në avancimin e financave të gjelbra në Kinë. Fondet e mbledhura nga shitja e këtyre obligacioneve u caktuan për të mbështetur projekte të energjisë efikase dhe të rinovueshme (ICBC, 2016). Ky program jo vetëm që pasqyroi përkushtimin e Kinës ndaj rritjes së qëndrueshme, por gjithashtu tregoi se sa e rëndësishme është që institucionet e mëdha financiare të drejtojnë fondet drejt projekteve që mbrojnë mjedisin. Janë ndërmarrë iniciativat të tilla si ato të energjisë erë dhe dieëllit, që kontribuojnë ndjeshëm në angazhimin e vendit për të reduktuar varësinë nga karburantet tradicionale fosile.

Tani le të përqendrohemi në SHBA. Shteti i Kalifornisë lëshoi obligacione të gjelbra për të financuar iniciativat të ndryshme mjedisore. Këto projekte, të cilat përfshinin sektorë të rëndësishëm si energjia e pastër dhe infrastruktura e ujit, demonstruan përkushtimin e Kalifornisë për të përdorur mjete kreative financimi për të adresuar çështjet urgjente mjedisore (Shteti i Kalifornisë, 2017). Organizatat ndërkombëtare luajnë një rol vendimtar në promovimin e zhvillimit të qëndrueshëm, sic tregohet nga përfshirja agresive e shtetit në tregun e obligacioneve të gjelbra.

Franca ka qenë një lojtar kryesor evropian në tregun e obligacioneve të gjelbra. Ato u përdorën nga qeveria franceze për të financuar iniciativat në lidhje me efikasitetin e energjisë, energjinë e rinovueshme dhe transportin miqësor ndaj mjedisit (Francë, 2017). Kjo lëvizje taktike tregoi përkushtimin e Francës ndaj parimeve të financave të gjelbra dhe aftësinë e iniciativave të udhëhequra nga shteti për të ndikuar në tregjet financiare në një mënyrë që është e dobishme për mjedisin. Në vitin 2022, Franca ishte emetuesi i pestë më i madh i obligacioneve të gjelbra në mbarë botën, pas Kinës, SHBA-së, Gjermanisë dhe Holandës. Emetuesi më i madh francez ishte vetë Republika e francës, pasi kishte emetuar obligacione të gjelbra me vlerë 10.8 miliardë dollarë amerikanë. Grupi BPCE, emetuesi i tretë më i madh francez, emetoi me vlerë dy miliardë dollarë amerikanë (Statista, 2023).

Duke kaluar në Azi, bonot e gjelbra u lëshuan nga Banka e Eksportit-Importit të Indisë (EXIM) në Indi për të mbështetur iniciativat e energjisë së rinovueshme. Ky mjet financiar ishte thelbësor për të ndihmuar Indinë të arrijë objektivat e saj të larta për përdorimin e burimeve të energjisë së rinovueshme dhe zhvillimin e qëndrueshëm (EXIM Bank, 2015). Një shembull kryesor i mënyrës sesi institucionet financiare mund të jenë instrumentale në cuarjen përpara të strategjisë së gjelbër të një vendi është hyrja e Bankës EXIM në tregun e bonove të gjelbra.

Biznesi i shërbimeve publike Stockholm Exergi në Suedi miratoi bono jeshile për të financuar iniciativat që synojnë uljen e emetimeve të karbonit dhe avancimin e burimeve të qëndrueshme të energjisë në rajon (Stockholm Exergi, 2019). Ky shembull tregon se si sektori i biznesit mund të përdorë bonot e gjelbra për të financuar projekte që avancojnë përgjegjësinë e korporatës dhe qëndrueshmërisë mjedisore.

Sa i përket vendit tonë, Maqedonisë së Veriut, banka Sparkasse në Shkup është bërë partner financiar për tu angazhuar në financimin e gjelbër. Një bashkëpunim pilot midis Bankës Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim (BERZH), Kombeve të Bashkuara dhe qeverisë së Maqedonisë së Veriut (*European Bank for Reconstruction and Development (EBRD)*, n.d.). kjo përfshin ofrimin e linjave të kreditit deri në 30 milionë eurppë bankat lokale pjesëmarrëse dhe kompanitë e lizingut. Objektivi kryesor i këtij bashkëpunimi është të lehtësojë aksesin e përbalueshëm të financave të gjelbra për NVM-të dhe individët ose familjet e pashërbyera në treg, duke nxitur investimet në energjinë e rinovueshme dhe zgjidhjet e efikasitetit të energjisë. Kjo nismë synon të kontribuojë në reduktimin e emetimeve të gazeve serrë dhe ndotjes së ajrit në Maqedoninë e Veriut.

Së bashku, këta shembuj globalë nxjerrin në pah se sa fleksibël janë obligacionet e gjelbra kur bëhet fjalë për financimin e një sërë projektsh ekologjikisht miqësore. Pranimi i gjerë i bonove të gjelbra nga institucionet kryesore financiare, organizatat ndërkombëtare dhe korporatat e shërbimeve nxjerr në pah rëndësinë e tyre si instrument financiar që ndryshon lojën në avancimin e zhvillimit të qëndrueshëm.

Diskutimi rreth kostove dhe përfitimeve të bonove të gjelbra, një mjet i rëndësishëm në financat e gjelbra, ka qenë i gjerë. Studimet empirike sugjerojnë që obligacionet e gjelbra shfaqin kosto të krahasueshme ose edhe më të ulëta në krahasim me obligacionet konvencionale (Baker et al. 2018). Vecanërisht, një angazhim i forte mjedisor, i demonstruar përmes etiketave të gjelbra, certifikimit të bonove të gjelbra dhe verifikimit të pavarur, rezulton në avantazhe të konsiderueshme në kosto për emetuesit e bonove të gjelbra. Emetues të tillë gëzojnë një reduktim të rendimentit prej 8 pikë bazë në krahasim me obligacionet konvencionale (Gianfrate dhe Peri 2019) dhe 6 pikë bazë në lidhje me obligacionet e gjelbra te pacertifikuara.

2.6 Përfundimi

Si përfundim, bota sot është gjithnjë e më e fokusuar në shqetësimet mjedisore, me inovacionin e gjelbër që luan një rol kryesor në adresimin e këtyre çështjeve. Inovacioni i gjelbër përfshin një gamë të gjerë qasjesh teknologjike që synojnë minimizimin e ndikimit negativ të aktiviteteve njerëzore në mjedis duke promovuar zhvillimin e qëndrueshëm dhe barazinë sociale. Ky lloj inovacioni është shfaqur si një qasje pioniere, e drejtuar nga sipërmarrës dhe investitorë të ndërgjegjshëm ndaj mjedisit.

Marrëdhënia midis inovacionit, vecanërisht inovacionit të gjelbër, dhe performancës së firmës ka qenë një temë me interes për ekonomistët dhe politikëbërësit. Inovacionet, qofshin ato të lidhura me produkte, procese, organizata ose me marketing, historikisht kanë qenë një forcë shtytëse pas përparimit shoqëror dhe rritjes ekonomike.

Kocepti i Schumpeter ka qenë ndikues në të kuptuarit se si inovacioni mund të çojë në rritje të rritjes ekonomike, përfitimit dhe cmimeve të aksionieve për bizneset. Megjithatë, ka një debat të vazhdueshëm rreth provave empirike që mbështesin këtë ide. Për më tepër, inovacioni i gjelbër ka krijuar zgjidhje miqësore me mjedisin në sektorë të ndryshëm, duke përfshirë energjinë e rinovueshme, praktikën e ekonomisë rrethore, ndërtesat e gjelbra, automjetet elektrike, materialet e biodegradueshme, bujqësinë dhe produktet ekologjike.

Një proces i qëllimshëm i transformimit të qëllimshëm dhe krijimit të vlerave, ka formësuar kulturat, filozofitë dhe shoqëritë gjatë historisë, duke i cuar qytetërimet përpara. Përkufizimet e inovacionit ndryshojnë midis sektorëve, por ato konvergjojnë në nocionin e kreativitetit që çon në rezultate praktike dhe të vlefshme. Në peisazhin e sotëm konkurrues, inovacioni teknologjik është një shtytës kritik i suksesit, ndërsa klasifikimet si inovacioni në rritje, arkitekturë, modular dhe radikal ofrojnë njohuri për format e ndryshme të tij. Për më tepër, inovacioni i gjelbër po trajton shqetësimet urgjente mjedisore, me inovacione që përfshijnë energjinë e rinovueshme, praktikën e ekonomisë rrethore, arkitekturën e gjelbër, automjetet elektrike, materialet e biodegradueshme, bujqësinë e qëndrueshme dhe produktet eko-miqësore që kontribuojnë në një të ardhme më të qëndrueshme. Në përgjithësi, mbetet një gur themel i përparimit njerëzor dhe celës për adresimin e sfidave bashkëkohore.

Dallimi midis inovacionit në rritje dhe atij radikal është jetik, ku i pari fokusohet në përsosjen e koncepteve ekzistuese dhe i dyti në ndryshime novatore që sfidojnë normat. Kjo mund të jetë sfiduese për tu diferencuar dhe varet nga konteksti. Në një botë të globalizuar, inovacioni radikal duhet të plotësohet nga përshtatshmëria e të tjerëve për të nxitur rritjen. Inovacioni i gjelbër luan një rol kryesor në adresimin e shqetësimeve mjedisore, me inovacionin e gjelbër në rritje që përmirëson zgjidhjet ekzistuese miqësore me mjedisin, ndërsa inovacioni radikal i gjelbër revolucionarizon industrinë. Së bashku, ata nxisin qëndrueshmërinë dhe ripërcaktojnë strategjitë e tregut, duke ofruar një rrugë drejt një të ardhmeje më miqësore me mjedisin.

Inovacioni i gjelbër ofron një shteg për të mbrojtur mjedisin duke nxitur rritjen ekonomike, duke e bërë atë një prioritet për bizneset. Përfshin krijimin dhe adoptimin e produkteve, shërbimeve,

proceseve dhe sistemeve të reja që reduktojnë përdorimin e burimeve, ndotjen dhe gjenerimin e mbetjeve, duke kontribuar në zhvillimin e qëndrueshëm. Përpjekjet bashkëpunuese dhe inovacionet sociale plotësojnë përparimet teknologjike, duke nxitur barazinë sociale dhe stile jetese të qëndrueshme. Në fund të fundit, sinergia midis inovacionit të gjelbër dhe zhvillimit të qëndrueshëm është thelbësore për një të ardhme më të ekuilibruar ku rritja ekonomike përputhet me mbrojtjen e mjedisit, mirëqenien shoqërore.

III. Metodologjia e hulumtimit

3.1 Specifikimi i modelit

Kemi përdorur të dhëna në nivel firme nga Anketat e Performancës së Ndërrmarjeve në Mjedisin e Biznesit të Bankës Botërore/BERZH-it (BEEPS) për të analizuar në mënyrë eksperimentale tezën. Këto sondazhe mbulojnë një gamë të gjerë të kombeve evropiane, duke përfshirë edhe Ballkanin. Megjithatë, në kuadër të të dhënave më të mëdha, ne kemi përdorur vetëm të dhëna për Maqedoninë e Veriut për qëllimet e këtij studimi. Informacioni u mbledh nga viti 2013 deri në vitin 2019 duke përfshirë 360 biznese të madhësive të ndryshme, duke filluar nga bizneset e vogla deri tek shumëkombëshe të mëdha.

3.2 Metoda e hulumtimit

Sa i përket metodologjisë së anketimit, BEEPS përgjigjet në intervista ballë për ballë nga pronarët e bizneseve dhe menaxherëve të lartë. Zakonisht, të dhënat mblidhen nga sektorët kryesorë të prodhimit dhe shërbimeve në cdo vend. Sondazhet janë krijuar për të siguruar grupe të të dhënave panel, sepse të dhënat e panelit janë një nga mënyrat më të mira për të përcaktuar se si dhe cili nga ndryshimet në mjedisin e biznesit ndikojnë në produktivitetin e nivelit të firmës. Ky instrument është përdorur për të hetuar marrëdhënien midis inovacionit të gjelbër, shqetsësimeve menaxheriale mjedisore, kapacitetit absorbues dhe performancës brenda peisayhit unik të biznesit në Maqedoninë Veriore. Pyetësi është përshtatur me kujdes për të kapur nuancat dhe sfidat me të cilat përballen bizneset. Të dhënat e mbledhura nga përgjigjet e anketës janë analizuar në mënyrë të përpiktë për të daçëuar modelet dhe marrëdhëniet specifike për mjedisin e biznesit në vendin tonë. Duke përdorur metoda të përshtatshme statistikore, të tilla si regresioni i shumëfishtë, ols, analiya e korrelacionit, të gjitha të dhënat janë ekzaminuar për të identifikuar korrelacionet dhe tendencat midis variablave me interes. Kjo analizë ishte vendimtare në marrjen e njohurive mbi ndërveprimin midis inovacionit të gjelbër, madhësisë së bizneseve, vjetërsisë, performancës, eksporteve direkte, përdorimit të web faqeve, numrin e të punësuarve, certifikimit cilësor të njohur ndërkombëtarisht e shumë aspekte të tjera që lidhen në mënyrë të drejtpërdrejt ose të tërthortë me inovacionin e gjelbër.

Në këtë tezë, do të shqyrtohet inovacioni i gjelbër si variabël e pavarur, duke përfshirë vlerësime të aspekteve të ndryshme të tilla si adoptimi i aftësive të reja nga organizata për të zhvilluar produkte miqësore me mjedisin, përditësimi i procedurave për të reduktuar emetimet dhe mbetjet dhe integrimi i inovacionit të gjelbër në praktikën e menaxhimit.

Variabla e varur, performanca e firmës duke përfshirë aspekte të ndryshme operacionale, financiare dhe mjedisore. Këtu përfshihen reagimi i organizatës ndaj kohës së dorëzimit, përmisimet në cilësinë e produktit, rritja e kthimit nga shitjet dhe aftësia për të reduktuar emetimet, mbeturinat dhe mbetjet e prodhimeve krahasuar ndaj konkurrentëve kryesorë. Disa variabla do të përfshihen për të rritur besueshmërinë e studimit. Madhësia e firmës, e përfaqësuar nga logaritmi natyror i fuqisë punëtore, do të përfshihet për të adresuar ndikimin e madhësisë në performancë. Mosha e firmës, që tregon vitet që nga themelimi, do të konsiderohet për të llogaritur maturimin e një firme. Lloji i industrisë (prodhues kundrejt joprodhues) do të

përdoret për të parë ndikimin e saj të mundshëm në dinamikën e tregut dhe aktivitetet e inovacionit. Pronësia (shtetërore kundrejt private) do të përfshihet për të eksploruar ndikimin e strukturës së pronësisë në performancë.

Keto variabla do të testohen në mënyrë të detajuar për të siguruar një analizë të plotë të marrëdhënies midis inovacionit të gjelbër, shqetësimit menaxherial mjedisor dhe performacës së firmave në kontekstin e Maqedonisë së Veriut.

Pyetësi përbëhet nga pyetje të cilat na mundësojnë të specifikojmë variablat që ne na interesojnë duke ndjekur nga ana tjetër edhe teorinë:

Emri i variablës	Definimi i variablës	Pyetjet e BEEPS
Age	Përfaqëson moshën e kompanisë, duke treguar se sa kohë ka qenë në funksion që nga themelimi i saj	Mosha e kompanisë
Age_sq	Ky term lejon eksplorimin e një marrëdhënie jolineare mes moshës së kompanisë dhe ndryshores së varur, duke sugjeruar që ndikimi i moshës në variablin e varur mund të ndryshojë në mënyrë jolineare me kalimin e kohës	
Absorptive_capacity	Përfaqëso aftësinë e një kompanie për të absorbuar dhe përdorur njohuritë, teknologjitë ose inovacionet e jashtme për të përmisuar aftësitë dhe performancën e saj.	
own_concent~n	I referohet përqendrimit të pronësisë brenda kompanisë. Vlerat më të larta sugjerojnë një strukturë më të përqendruar të pronësisë, ku disa aksionarë mbajnë një pjesë të konsiderueshme të aksioneve të kompanisë.	Sa përqindje të kësaj kompanie zotëron pronari më i madh?
Direct_Expo~s	Tregon shtrirjen e eksporteve direkte të kompanisë, duke reflektuar përqindjen e produkteve ose shërbimeve të shitura drejtpërdrejt në tregjet ndërkombëtare	% shitjeve:Eksporte direkte

Green_Innov	Përfaqëson nivelin e inovacionit të gjelbër brenda një kompanie.	Aktivitetet e inovacionit+Kërkesat e konsumatorëve për standarde mjedisore
International~k	Përfaqëson prezencën e kompanisë në tregjet ndërkombëtare, vlerat më të larta tregojnë një prani më të rëndësishme në tregun ndërkombëtar, duke reflektuar përpjekjet globale për zgjerim.	Tregu ndërkombëtar
Size	Tregon madhësinë e kompanisë, e matur me tregues të tillë si numri i të punësuarëve me kohë të plotë	Të punësuar me kohë të plotë në fund të vitit fiskal.
website	Variabli binar që tregon nëse kompania ka një faqe interneti zyrtare. Prania e një faqe interneti nënkupton shikueshmërinë dhe aksesin në internet	Institucioni ka faqen e vet të internetit
quality_cert	Variabli binar që tregon nëse kompania ka një certifikim cilësie. Certifikata e cilësisë nënkuptojnë respektimin e standardeve dhe praktikave specifike të cilësisë	A ka institucioni një certifikim cilësor të njohur ndërkombëtarisht

Tabela 4: Përshkrimi i variablave

Zhvillimi i hipotezave:

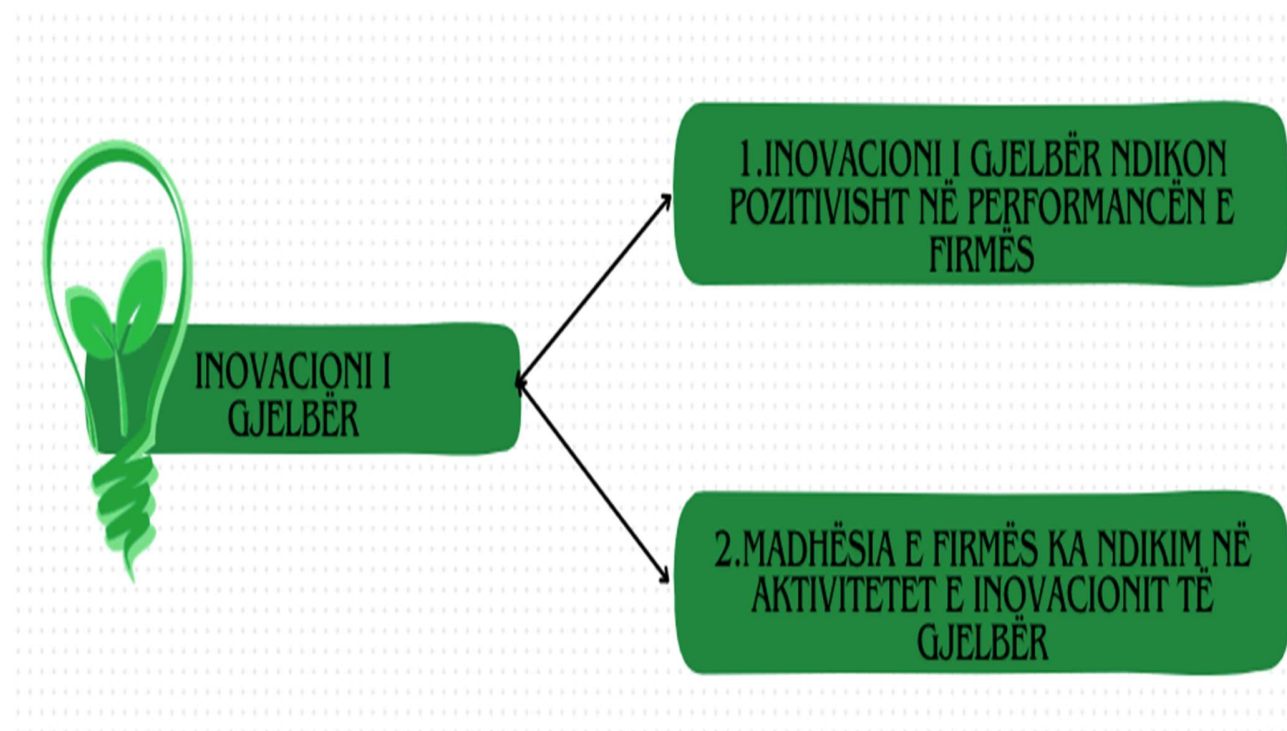


Figura 5: Zhvillimi i hipotezave

1. Sigurisht, inovacioni i gjelbër ka potencialin të ndikojë pozitivisht në një organizatë dhe kjo do të analizohet në mënyrë të detajuar nëpërmjet modelit të përcaktuar. Duke e lejuar të tejkalojë konkurrentët e saj. Kompanitë shpesh investojnë në aktivitete të inovacionit të gjelbër për të përmbushur nevojat dhe dëshirat e klientëve të mundshëm, duke rritur në fund shifrat e shitjeve. Megjithatë marrëdhënia midis inovacionit dhe përfitimit është e ndërlikuar dhe disa studime sugjerojnë se ndjekja e qëllimeve mjedisore mund të çojë në rezultate negative financiare. Kritikët argumentojnë se firmat e përkushtuara ndaj objektivave mjedisore mund të përjetojnë ulje të përfitimit për shkak të rritjes së kostove që lidhen me përpjekjet për inovacion të gjelbër. Studiuesit si Aguilera Caracuel dhe Ortiz de Mandojana nuk gjetën ndonjë përmisim të rëndësishëm në performancën e firmave që perdorin inovacionin e gjelbër në krahasim me ato që nuk e kanë përdorur fare. Në mënyrë të ngjashme Liu, Dai dhe Cheng theksuan se inovacioni i gjelbër mund të rezultojë në kosoto më të larta, ndërsa Driessen, Hillebrand, Kok & Verhallen e lidhën inovacionin e produktit të gjelbër me performance më të ulët financiare. Përkundrazi, shumë studiues theksojnë ndikimin pozitiv të inovacionit të gjelbër në performancën financiare. Studimet e kryera në firmat prodhuese japoneze zbuluan një korrelacion pozitiv midis reduktimit të emetimeve të CO₂ dhe performances së firmave. Për më tepër, ekspertë si Bonini dhe Oppenheim argumentojnë se praktikat e eko-inovacionit

është thelbësor për reduktimin e mbetjeve dhe promovimin e markës, duke cuar në krijimin e një market të etiketuar me gjelbërim që tërheq klientët dhe gjeneron përfitime financiare. Sa i përket Maqedonisë së Veriut, po sheh një rritje të inovacionit të gjelbër dhe një ndikim pozitiv në performancën e bizneseve të tyre, nëpërmjet aplikimit të këtij inovacioni kompanitë mësojnë se sa e rëndësishme është të operojnë në mënyrë të qëndrueshme. Për të yvogëluar gjurmën e tyre ekologjike, bizneset në një sërë industrish po investojnë në burime të rinovueshme të energjisë, teknologji miqësore me mjedisin dhe praktika biznesi miqësore me mjedisin. Një sërë faktorësh, si rritje e ndërgjegjes mjedisore, stimujt legjislativë dhe ygjerimi i tregut për mallra dhe shërbime të qëndrueshme, po e drejtojnë këtë zhvendosje drejt inovacionit të gjelbër, në krahasim me vendet tjera evropiane Maqedonia e Veriut gjendet ende në hapat e para të zhvillimit (*Taking Green Strides: Becoming an Eco-Friendly Business | United Nations Development Programme*, n.d.).

2. Bizneset e mëdha shpesh marrin drejtimin në krijimin e teknologjisë dhe mallrave miqësore me mjedisin, sepse ato kanë departmente të dedikuara kërkimore dhe shumë burime (Porter, 1991). Këto biznese janë në gjendje të përballojnë kërkesat e ndërlikuara dhe të përballojnë shpenzimet e mëdha fillestare të inovacionit të gjelbër (Rennings, 2000). Nga ana tjetër, bizneset e vogla dhe të mesme kanë burime të kufizuara, por janë të shpejta për të zbatuar procedurat eko-miqësore pjesë-pjesë (Cohen & Levinthal, 1989). Iniciativat e inovacionit të gjelbër nxiten nga kërkesa e konsumatorëve për produkte miqësore me mjedisin dhe bashkëpunimi midis institucioneve kërkimore dhe bizneseve (Ramus & Montiel, 2005). Ky është një proces kompleks që ndikohet nga një sërë faktorësh, duke përfshirë edhe madhësinë e firmës. Në kontekstin Maqedonisë së Veriut, efekti i madhësisë së firmës në iniciativat e inovacionit të gjelbër është një temë e rëndësishme/ Duke përfituar nga burimet e tyre të mëdha, kompanitë e mëdha, si ato në sektorin industrial, shpesh marrin drejtimin në krijimin e teknologjisë dhe mallrave miqësore me mjedisin (World Bank, 2021). Këto biznese janë në gjendje të trajtojnë me sukses pengesat rregullatore dhe të përballojnë shpenzimet e rëndësishme paraprahe që lidhen me inovacionin e gjelbër. Siqoqoftë, bizneset e vogla dhe të mesme të Maqedonisë së Veriut mund të kenë kufizime buxhetore, por ato gjithashtu tregojnë fleksibilitet në zbatimin e praktikave miqësore me mjedisin (European Commission, 2020). Për të promovuar inovacionin e gjelbër, bashkëpunimi midis bizneseve, institucioneve akademike dhe programeve qeveritare është thelbësor (European Bank for Reconstruction and Development, 2019). Ky partneritet vepron si një katalizator, ashtu si edhe dëshira në rritje e konsumatorëve për malëtra të qëndrueshme.

3.3 Analiza e të dhënave

Për të filluar analizën tone, do të fillojmë duke ofruar statistika gjithëpërfshirëse përshkruese për grupin e të dhënave që përfshin vitet 2013 deri në 2019. Variablat Brenda këtij grupi të dhënash do të klasifikohen në dy kategori: të vazhdueshme dhe dikotomike. Më pas për të lehtësuar në paraqitje më të qartë të të dhënave, ne do të gjenerojnë dy tabela të vecanta, përkatësisht tabelat 2 dhe 3, secila e përshtatur për të shfaqur karakteristikat dalluese të ndryshoreve të vazhdueshme dhe dikotomike. Kjo qasje synon të ofrojë një eksplorim të nuancuar të të dhënave, duke lejuar një ekzaminim më të detajuar të modleeve dhe tendencave brenda secilit lloj të variablave.

Variable	Obs	Mean	Std. Dev	Min	Max
lnRnD_inte~y	69	13.32105	2.139697	8.699514	21.41641
FRGNowner	1,084	7.168819	23.91409	0	100
DOMowner	1,084	91.91697	25.14829	0	100
Age	1,078	23.61503	13.36945	2	137
Size	1,014	46.85503	363.0316	1	10000
skilled_wo~s	1,086	.9843462	.1241891	0	1

Tabela 5: Statistikat përshkruese të variablave të vazhdueshme

Nga tabela vërejmë se kemi gjashtë ndryshore që hedhin dritë mbi aspekte të ndryshme të firmave të vëzhguara. Mestarja e lnRnD prej 13.32105 nënvizon një përkushtim të dukshëm ndaj aktiviteteve të kërkimit dhe zhvillimit. Duke u thelluar në strukturat e pronësisë, variabla e pronësisë së huaj tregon ndryshueshmëri të konsiderueshme, me pothuajse gjysmën e firmave që shfaqin aksione në pronësi të subjekteve të huaja. Njëkohësisht variabla e Pronësisë së brendshme zbulon një përbërje kryesisht të pronësisë vendase me një mesatare prej 91.92%. Nga variabla e moshës, firmat shfaqin një game të larmishme, me disa institucione që zgjasin deri në 137 vjet, duke sugjeruar një përzierje të entiteteve me përvojë relativisht më të reja. Variabla Siye me një devijim standard prej 363,0316 që reflekton madhësi të ndryshme të firmave. Së fundmi, variabla e punësuar të kualifikuar tregon një fuqi punëtore me arsim të lartë, me një mesatare prej 98,43% që yotërojnë diploma universitare. Së bashku këto statistika përshkruese ofrojnë një përmbledhje gjithëpërfshirëse të të dhënave duke vendosur bazat për një eksplorim të hipotezave të vendosura.

3.4 Analiza e regresionit të shumëfishtë

Sic e kemi cekur edhe më lartë, punimi është gati të ndërmarë një hetim gjithëpërfshirës empirik, duke analizuar në mënyrë më të thellë ndërveprimin e ndërlikuar ndërmjet inovacionit të gjelbër dhe një sërë faktorësh të tjerë që kontribuojnë në performancën e firmave. Në kërkimin tonë për të kuptuar performancën e firmës, ne kemi zgjedhur të përdorim Produktivitetin e punës, i cili matet nga raporti i shitjeve ndaj punës. Kjo zgjedhje bazohet në efektivitetin e saj si një tregues, duke kapur thelbin e efikasitetit operacional dhe prodhimit ekonomik të një firme. Kjo metrikë, nuk është vetëm një masë sasiore, por përfshin edhe një dimension kohor duke përfshirë të dhëna nga viti i fundit fiskal, kjo vjen duke marrë parasysh natyrën dinamike të mjediseve të biznesit dhe trajektoret në zhvillim të firmave me kalimin e kohës.

Duke përdorur produktivitetin si një tregues kyc brenda modelit tonë, ne synojmë të shqyrtojmë jo vetëm prodhimin sasior të firmave, por edhe efikasitetin dhe efektivitetin me të cilin burimet përdoren në gjenerimin e shitjeve. Kjo qasje, e shtjelluar në analizën empirike të inovacionit të gjelbër dhe ndikimit të tij në performancën e firmës, ofron një ndikim të shumëanshëm përmes së cilës ne mund të dallojmë marrëdhëniet e ndërlikuara që formojnë peisazhin bashkëkohor të biznesit dhe inovacionit. Modeli i përgjithshëm të cilit i referohemi për analizën e regresionit është shkruar si më poshtë:

$$\begin{aligned} LNLP = & \beta_0 + \beta_1 GREEN_{INNOV} + \beta_2 Size + \beta_3 Age + \beta_4 Age_{sq} + \beta_5 own_{concentration} \\ & + \beta_6 direct_{exports} + \beta_7 International_{mrk} + \beta_8 website + \beta_9 quality_{cert} \\ & + \beta_{10} \end{aligned}$$

Studimi ynë thellohet në analizën e ndërlikuar të variablave të ndryshme specifike, duke përfshirë, inovacioni i gjelbër me ndërveprimin e dy variablave aktivitetet e inovacionit (risitë e produktit dhe procesit) dhe kërkesat e konsumatorëve me standarde mjedisore. Ndërveprim ky që sjell në fund atë që ne kerkojmë nga ky studim, madhësinë e firmës, vjetësinë, përqendrimi i pronësisë, eksportet ndërkombëtare, marka ndërkombëtare, uebfaqja, certifikimi i cilësisë. Ne synojmë që të vërtetojmë hipotezën e vendosur se “Inovacioni i gjelbër ndikon pozitivisht në performancën e firmave”.

Për të forcuar qëndrueshmërinë e gjetjeve tona, ne kemi ndërmarrë transformimin e produktivitetit të punës në formë logaritmike, të shënuar si “LNLP”. Ky transformim logaritmik shërben për një qëllim të dyfishtë- lehtëson krahasimet më të lehta të variablave të pavarura dhe ofron një metodë të përshtatshme për të shprehur vlera të mëdha numerik, duke rritur kështu sqarimin më të lehtë të rezultateve.

Specifikimi i modelit toë përfshin analizën e 956 vëzhgimeve dhe koeficientët e regresionit, së bahsku me vlerat p-përkatese të tyre, të cilat janë paraqitur sistematikisht në tabelën 6. Ky

prezentim i tabelës ofron një pasqyrë gjithëpërfshirëse në rezultatet empirike të nxjerra nga modeli ynë.

<i>Independent Variables</i>	<i>Multiple Regression Model</i>	
	<i>Dependent Variable: Labour Productivity</i>	
	Coeff.	p-values
GREEN_Innov	0.622**	0.304
Size	-0.000600	-0.00243***
Age	-0.0397	-0.190**
Age_sq	0.000662	0.00225**
own_concentration	-0.0205***	-0.0272*
Direct_Exports	0.0158**	0.0154
International_mrk	-2.195***	-1.352
website	-0.451	0.298
quality_cert	0.0110	0.329
Patent	1.831	-2.947
lnRnD_intensity	0.218	0.184
Constant	14.54***	16.30***
Observations	956	68
R-square	0.055	0173
Standard errors in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1		

Tabela 6: Rezultatet e regresionit të modelit të parë

Nga tabela e mësipërme do të analizojmë gjetjet kryesore nga modeli ku:

- GREEN_Innov (koeficienti: 0.6221658, p-vlera: 0.041)
Një rritje me një njësi në inovacionin e gjelbër shoqërohet me një rritje prej 0,6221658 në performancën e firmës, ceteris paribus. Marrëdhënia është positive dhe statistikisht e rëndësishme në nivelin e rëndësisë prej 0.05, duke mbështetur hipotezën se inovacioni i gjelbër ndikon pozitivisht në performancën e firmës.

- Madhësia e firmës nuk ka një ndikim statistikisht në performancën e firmës. Koeficienti është negative mirëpo jo i rëndësishëm në këtë model, duke treguar se madhësia e firmës nuk ndikon në LNLP në këtë analizë.
- Një rritje me një njësi në eksportet direkte con në një rritje prej 0.0158266 në LNLP. Ky variable ka një lidhje pozitive me performancën e firmës dhe statistikisht i rëndësishëm në nivelin 0.05

Rezultatet tregojnë se, pas kontrollit për variablat e tjera, inovacioni i gjelbër ka një efekt pozitiv dhe statistikisht domethënës në performancën e firmës. Disa variabla të tjera, si përqendrimi, eksportet direkte kanë gjithashtu ndikime të rëndësishme në performancën e firmave në këtë analizë. Variablat që nuk janë statistikisht domethënëse nuk kanë një ndikim të rëndësishëm në performancën e firmës në këtë model.

R-katror: Kjo është një masë se sa mirë variabla e pavarur shpjegon dryshueshmërinë e ndryshore së varur. Për modelin, është 0.055, duke sugjeruar që variablat e pavarura shpjegojnë kolektivisht 5.5% të ndryshimit në performancën e firmës. Pra inkorporimi i inovacionit të gjelbër në operacionet e kompanisë ka treguar përfitime të ndryshme për performancën e firmës në konjekstin e Maqedonisë së Veriut.

Mundësia e kursimit të kostos dhe rritja e efikasitetit është avantazh i madh i inovacionit të gjelbër (Smith et al, 2020). Miratimi i praktikave të gjelbra con në reduktime të konsiderueshme të kostove për ndërmarrjet në zona si Maqedonia e Veriut, ku mungesa e burimeve dhe rritja e kostove të energjisë janë sfida. Duke kënaqur kërkesën në rritje për zgjidhje miqësore me mjedisin dhe duke përmisuar imazhin e markës së tyre, bizneset e Maqedonisë e parë edhe nga studimi i bërë fitojnë avantazh konkurrues duke zbatuar praktika të gjelbra. Duke mbajtur një qëndrim proaktiv, bizneset ulin rrezikun e gjobave dhe problemeve ligjore dhe pozicionohen më mirë për tu përgjigjur ndryshimeve të ardhshme rregullatore (Instituti i Kërkimeve Ligjore, 2019). Duke i dhënë përparësi kësaj, investitorët dhe tregjet e reja mund të arrihen nga kompanitë që investojnë në inovacionin e gjelbër (Investment Journal, 2022). Bizneset në vendin tonë përfitojnë nga burimet e rritura të të ardhurave dhe qëndrueshmëria financiare afatgjate si rezultat i këtij diversifikimi.

Për të analizuar se a ndikon madhësia e firmave në aktivitetet e inovacionit të gjelbër kemi përdorur modelin e regresionit të quajtur Probit. Ky model statistikor shërben për të përcaktuar si GREEN_Innov, tregues binar që pasqyron praninë (i koduar si 1) ose mungesën (i koduar si 0) e aktiviteteve të lidhura me inovacionin e gjelbër brenda bizneseve të ekzaminuara në pyetësor. Ky model statistikor është një mjet është një mjet i dobishëm për analizimin e rezultateve binare.

Qëllimi i modelit të regresionit Probit është të zbulojë marrëdhënien komplekse që egziston midis ndryshores së varur dhe një grupi variablash të pavarura që mendohet se kanë një ndikim në probabilitetin që një kompani të përdorë strategji të ndryshme (Greene, 2008), në rastin tonë që të ndjekin strategji inovacioni të qëndrueshme për mjedisin. Këto variabla të pavarura përfshijnë një sërë elementesh që mund të kenë një efekt në gjasat që bizneset të ndjekin aktivitete që janë në përputhje me inovacionin e gjelbër. Një analizë e plotë e ndikimeve komplekse në procesin e marrjes së vendimeve për inovacionin e gjelbër është bërë e mundur po nga ky aplikim i këtij modeli statistikor të disa variablave të pavarura të inkorporuara në model. Këto variabla përfshijnë gjëra të ndryshme si aspekte ekonomike, dinamikat specifike të

industrisë, cilësimet rregullatore dhe vecoritë organizative. Përmes shqyrtimit të këtyre variablave, do të arrijmë të identifikojmë tendencat, korrelacionet dhe nivelet e rëndësisë që mund të avancojnë të kuptuarit tonë për faktorët që ndikojnë në prirjen e ndërmarrjeve të Maqedonisë së Veriut për t'u përfshirë në projekte inovative të ndërgjegjshme për mjedisin, dhe këtë në mënyrë ,ë të qartë do ta analizojmë sipas tabelës 7 të vendosur më poshtë:

<i>Independent Variables</i>	<i>Probit model</i>	
	<i>Dependent Variable: GREEN_Innov</i>	
	Coeff.	Std. Err.
firm_size	0.174**	(0.0757)
Age	-0.0129	(0.0134)
Age_sq	3.84e-05	(0.000178)
Direct_Exports	0.00224	(0.00365)
part_of_LF	0.514*	(0.290)
website	0.508***	(0.116)
International_mrk	0.315	(0.299)
Competitors	-0.00112**	(0.000520)
RnD_intensity	8.05e-07*	(4.42e-07)
knowledge	0.00481*	(0.00277)
Patent	1.141***	(0.258)
Constant	-0.500**	(0.249)
Observations	608	
Standard errors in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1		

Tabela 7: Rezultatet e regresionit të modelit të dytë

Modeli i përgjithshëm me anë të të cilit i jemi referuar modelit të dytë të regresionit është si vijon:

$$GREEN_{Innov} = \beta_0 + \beta_1 firm_{size} + \beta_2 Age + \beta_3 Age_{sq} + \beta_4 Direct_{Exports} + \beta_5 Part_{of_{LF}} + \beta_6 Website + \beta_7 International_{mrk} + \beta_8 Competitors + \beta_9 RnD_{Intensity} + \beta_{10} knowledge + \beta_{11} patent$$

Që nënkupton:

1. GREEN_Innov është probabiliteti për të pasur aktivitete inovacioni të gjelbër.
2. β_0 term konstant
3. $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots$ janë koeficientët për variablat e pavarura përkatëse
4. Madhësia e firmës, moshë, patenta, etj janë variablat e pavarura.

(Kemi 608 observime ne modelin e dytë dhe 956 në të parin ky lloj ndryshimi në observime vjen si rezultat i vlerave që mungojnë në model)

Marrëdhënia midis variablave të pavarura dhe gjasat për tu përfshirë në aktivitete të inovacionit të gjelbër është shprehur nëpërmjet ekuacionit të shprehur më lartë. Kombinimi linear i variablave dhe koeficientëve të pavarur transformohet në një vlerë probabiliteti ndërmjet 0 dhe 1 nga funksioni i shpërndarjes kumulative.

- Nga tabela e mësipërme vërejmë se egziston një korrelacion i rëndësishëm statistikor midis firmave më të mëdha dhe gjasa më të larta për zbatimin e aktiviteteve të inovacionit të gjelbër. Me një koeficient 0.174, probabiliteti i zbatimit të inovacionit të gjelbër rritet me 0.174 për çdo rritje të njësisë në madhësinë e firmave. Kjo sugjeron se në Maqedoninë e Veriut, ekziston një korrelacion pozitiv ndërmjet madhësisë së ndërmarrjes dhe adoptimit të praktikave miqësore me mjedisin. Kapitali financiar dhe burimet njerëzore janë dy fusha ku bizneset më të mëdha zakonisht kanë më shumë burimeve. Si rezultat, ata mund të jenë në gjendje të investojnë më shumë në teknologji, R&D dhe praktika të qëndrueshme, duke rritur mundësinë që ata të përfshihen në inovacionin e gjelbër (Lin et al., 2019). Firmat më të mëdha në vendin tonë mund të kenë një fokus strategjik, sic dëshmohet nga korrelacioni midis madhësisë së firmës dhe inovacionit të gjelbër. Ata mund të kenë më shumë gjasa të miratojnë procedura ekologjike në operacionet e tyre të biznesit për shkak të dëshirës për të mbajtur përgjegjësinë e tyre shoqërore të korporatës, për të përmbushur kërkesat ligjore ose për të kënaqur kërkesat e klientëve për mallra dhe shërbime të qëndrueshme (*Handbook on the Business of Sustainability*, 2022).
- Vjetërsia me koeficient prej -0.0129, devijim standard prej 0.0134 tregon se vjetërsia e firmave nuk ka efekt statistikisht domethënës në aktivitetet e inovacionit të gjelbër, dhe se vjetërsia e një firme mund të mos jetë një faktor vendimtar në përcaktimin e prirjes së saj drejt praktikave të qëndrueshme të biznesit.
- Eksportet direkte (Coef.=0.00224, Std.Err.=0.00365, p-value=0.539) të dhëna që tregojnë se nuk ka korrelacion statistikisht domethënës, ekzpozimi i drejtpërdrejtë i eksporteve në tregjet e huaja mund të mos jetë një shtytës kryesor i inovacionit të gjelbër.
- Pjesa LF efekti i kësaj variable është i rëndësishëm, të qenit pjesë e një firme më të madhe shoqërohet me një ndikim pozitiv në inovacionin e gjelbër. Për shkak të burimeve të përbashkëta ose politikave të korporatave, nga ky model vërtetohet se bizneset e

lidhura me organizatat më të mëdha në rajon mund të kenë më shumë gjasa të përqafojnë praktikat e gjelbra.

- Uebfaqja ka ndikim të rëndësishëm përshkak se nga koeficienti i saj vërejmë se aktivitetet e gjelbra rriten nëse një firmë përmban faqen e saj të internetit. Për shkak të rritjes së shikueshmërisë dhe kanaleve të komunikimit, bizneset në Maqedoninë e Veriut kanë më shumë gjasa që të ndërrmarin këto aktivitete.
- Tregu global- sipas modelit vërejmë se nuk ka asnjë korrelacion të rëndësishëm statistikor midis pranisë së një tregu global dhe gjasave të inovacionit të gjelbër, përpjekjet për inovacion të gjelbër në ndërmarrjet e Maqedonisë së Veriut mund të mos ndikohen ndjeshëm nga pjesëmarrja e tyre në tregjet e huaja.
- Tek pjesa e konkurrencës vërejmë se kemi një korrelacion të lehtë, statistikisht i rëndësishëm midis numrit të konkurrentëve dhe aktiviteteve të inovacionit. Mirëpo çfarë do të thotë kjo, kjo nënkupton se rritja e konkurrencës mund ta bëjë më të vështirë për bizneset në vendin tonë të adaptojnë këto risi të gjelbra, dhe mund të vijë si pasojë i kufizimeve të burimeve ose ndryshimeve që ndodhin në treg.
- RnD intensiteti-Koeficienti i tij pozitiv sugjeron se intensiteti më i lartë i kërkim zhvillimit shoqërohet me një rritje të vogël, por jo statistikisht të rëndësishme sa i përket aspektit të inovacionit, ato mund të kenë një efekt pozitiv mirëpo nuk ndikon shumë në inovacionin e gjelbër.
- Sipas modelit statistikor egziston një korrelacion i fortë dhe statistikisht i rëndësishëm midis patentës dhe prirjes së një kompanie për të përdorur inovacionin e gjelbër (koeficienti i patentave=1.141, gabimi standard = 0.258, vlera $p < 0.001$). Sipas këtij koeficienti, gjasat për tu përfshirë në përpjekje për inovacion të ndërgjegjshëm për mjedisin rriten ndjeshëm kur dikush posedon patenta. Interpretimi i kësaj gjetje nënkupton që firmat me patenta tregojnë një përkushtim më të fortë ndaj inovacionit të gjelbër. Koeficienti pozitiv sugjeron që gjasat e një firme për tu angazhuar në aktivitete që mbështesin praktika të qëndrueshme dhe miqësore me mjedisin rriten në përpjestim me numrin e patentave. Ky zbulim është në përputhje me hulumtimet e mëparshme që theksojnë funksionin e patentave si masa të aftësisë së një kompanie për të inovuar dhe avancuar teknologjinë (Smith, 2010). Praktikisht, ekzistenca e patentave në këtë fushë mund të tregojë një ndikim të rëndësishëm të inovacionit, ndoshta duke promovuar një klimë biznesi që respekton dhe u jep përparësi praktikave të qëndrueshme. Mbështetja dhe nxitja e programeve që avancojnë blerjen e patentave, nga ana tjetër, mund të përmisojnë peisazhin e përgjithshëm të qëndrueshmërisë në bizneset e Maqedonisë së Veriut duke nxitur një ekosistem më dinamik të inovacionit të ndërgjegjshëm për mjedisin.

Rezultatet empirike të modelit të regresionit Probit ofrojnë një pasqyrë të një numri variablash të rëndësishme që ndikojnë në inovacionin e gjelbër në firmat e Maqedonisë. Mundësia e përfshirjes në aktivitetet e risive që mbrojnë mjedisin ndikohet ndjeshëm nga faktorë të ndryshëm, duke përfshirë madhësinë e firmës, lidhjen e saj me një entitet më të madh korporativ, krijimin e një faqe interneti dhe zotërimin e patentave. Korrelacionet pozitive midis këtyre variablave tregojnë se iniciativat e inovacionit të ndërgjegjshëm për mjedisin kanë më shumë gjasa të mbështeten nga kompanitë më të mëdha, rrjetet e korporatave, faqet e internetit dhe historitë e patentave. Në të kundërt disa variabla nuk tregojnë efekte statistikisht të rëndësishme, kjo nënvizon natyrën specifike të marrëdhënies ndërmjet këtyre variablave. Është befasuese të

mësohet se konkurrenca ka një efekt të vogël, por të rëndësishëm të dëmshëm në inovacionin e gjelbër. Ky zbulim nënkupton që rritja e konkurrencës mund të paraqesë pengesa për kompanitë që kërkojnë të angazhohen në këtë lloj inovacioni. Mirëpo parë në mënyrën pozitive konkurrenca mund të ndikojë tek bizneset që të ndërmarin sa më shumë iniciativa për mbrojtjen e mjedisit dhe për të pasur edhe përfitime më të mëdha.

Duke marrë parasysh të gjitha gjërat, marrëdhëniet komplekse që formësojnë përpjekjet për inovacion të gjelbër në firmat e Maqedonisë së Veriut janë theksuar nga gjetjet e ndryshme. Politikëbërësit, profesionistët e biznesit dhe studiuesit që duan të mbështesin një ekosistem biznesi krijues dhe të qëndrueshëm në zonë do të gjejnë vlerë të madhe në këto njohuri.

IV: Rezultatet e kërkimit

4.1 Interpretimet e Rezultateve të Regresionit

Në konnektin e Maqedonisë së Veriut analiza e dy modeleve për të vërtetuar hipotezat e vendosura ofrojnë njohuri të rëndësishme për faktorët që ndikojnë në sjelljet miqësore me mjedisin dhe performancën ekonomike.

Nga modeli i parë i regresionit i kemi këto rezultate:

- Inovacioni i gjelbër me një koeficient prej 0.622, tregon se një rritje në inovacionin e gjelbër është e lidhur me një rritje edhe në performancën e firmës me 0.622 njësi. Pra lihet pozitivisht me performancën e firmës, duke treguar se firmat që adoptojnë teknika miqësore me mjedisin zakonisht kanë nivele më të larta të performancës së tyre.
- Inovacioni i gjelbër dhe certifikatat e cilësisë dalin si kontribues pozitivë në Performancën e firmës, duke sugjeruar përfitimet e firmës nga praktikatat e qëndrueshme dhe të fokusuara në cilësi.
- Politikëbërësit duhet të mendojnë për mbështetjen e programeve që nxisin certifikatat e cilësisë dhe inovacionin e gjelbër në mënyrë që të rrisin performancën e përgjithshme të firmës.
- Bizneset mund të përfitojnë nga fokusimi në aksesin në tregjet e huaja, menaxhimin efektiv të madhësisë dhe duke i kushtuar vëmendje intensitetit të kujdesit dhe zhvillimit në mënyrë që të maksimizojnë performancën e firmës.

Nga modeli i parë i cili hulumtoi marrëdhëniet midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës, përputhen me hipotezën e parë dhe ofrojnë mbështetje për atë. Hipoteza 1 parashtronte se “Inovacioni i gjelbër ndikon pozitivisht në performancën e firmës”. Analiza zbulon një koeficient pozitiv statistikisht domethënës për variablën e Inovacionit të Gjelbër në modelin e regresionit për performancën e firmës. Ky rezultat nënkupton që bizneset në Maqedoninë e Veriut që përfshijnë praktikatat e Inovacionit të gjelbër përjetojnë performancë më të lartë të punës. Hipoteza e parë mbështetet nga koeficienti pozitiv statistikisht i rëndësishëm, kjo nënkupton se ka një rritje të dukshme në performancën e firmës në Maqedoninë e Veriut pasi firmat adoptojnë praktika ekologjikisht të qëndrueshme.

Fakti se hipoteza e parë u pranua thekson se sa i rëndësishëm është inovacioni i gjelbër për performancën e firmave në Maqedoninë e Veriut. Firmat që përdorin praktika miqësore me mjedisin e përmisojnë performancën e tyre të përgjithshme ekonomike, sic tregohet nga produktiviteti i të punësuarve, dhe gjithashtu kontribuojnë në qëndrueshmëri.

Rekomandimet që dalin nga pranimi i hipotezës së parë:

- Politikëbërësit dhe drejtuesit e bizneseve duhet të mbështesin dhe promovojnë në mënyrë aktive përpjekjet që stimulojnë adoptimin e inovacionit të gjelbër, duke pasur parasysh ndikimin pozitiv që është identifikuar. Kjo përfshin ofrimin e shpërblimeve, inkurajimin e bashkëpunimit dhe krijimin e një kuadri rregullator që është i favorshëm.
- Edukimi dhe ngritja e njohurive të biznesit për avantazhet e inovacionit të gjelbër.

- Nxitja e bizneseve që të përfshijnë inovacionin e gjelbër si një pjesë themelore të të gjithë planeve të tyre të biznesit. Kjo mund të përfshijë nxjerrjen në pah të përfitimeve financiare të administrimit mjedisor dhe integrimin e objektivave të qëndrueshmërisë në planifikimin strategjik.

Nga modeli i dytë i regresionit për të analizuar hipotezën e dytë kemi arritur në përfundim dhe janë këto rezultate:

- Sipas një koeficienti pozitiv statistikisht të rëndësishëm prej 0.174 për madhësinë e firmës, adoptimi i inovacionit të gjelbër ka më shumë gjasa në organizatat më të mëdha. Kjo sugjeron që gjasat e adoptimit të praktikave ekologjike statistikisht të qëndrueshme rriten me madhësinë e firmës, duke nënvizuar rëndësinë e ekonomive të shkallës ose disponueshmërisë së burimeve. Në nivelin 5%, rezultati është statistikisht i rëndësishëm.
- Koeficienti për konkurrencën është negativ (-0.00112), që do të thotë se ka një lidhje të vogël të anasjelltë midis numrit të konkurrentëve dhe gjasave për të adoptuar inovacionin e gjelbër. Miratimi i praktikave ekologjike miqësore mund të ndikohet nga presionet konkurruese, sic tregohet nga ky rezultat, i cili është statistikisht i rëndësishëm në nivelin 5%.
- Një korrelacioni i fortë pozitiv ndërmjet inovacionit të gjelbër dhe pronësisë së patentave vërtetohet nga koeficienti i lartë pozitiv prej 1.141 për pronësinë e patentës. Praktikave të qëndrueshme mjedisore kanë më shumë gjasa të miratohen nga bizneset që kanë patenta.
- Numri i konkurrentëve, prania e faqes së internetit, pjesëmarrja në fuqinë punëtore, pronësia e patentave dhe madhësia e firmës janë faktorët që tregojnë korrelacione statistikisht të rëndësishme me adoptimin e inovacioneve të gjelbra.
- Krijimi i një faqe interneti dhe pjesëmarrja në përpjekjet e kërkimit dhe zhvillimit janë komponentë thelbësorë në promovimin e këtyre praktikave të qëndrueshme mjedisore.

Koeficienti pozitiv dhe statistikisht i rëndësishëm i madhësisë së firmës i jep mbështetje hipotezës së dytë. Kjo sugjeron se firmat më të mëdha të Maqedonisë së Veriut kanë më shumë gjasa të marrin pjesë në aktivitetet e inovacionit të gjelbër. Rezultati tregon prova të forta se gatishmëria e një firme për të adoptuar praktika të qëndrueshme ekologjike ndikohet ndjeshëm nga madhësia e saj dhe statistikisht e rëndësishme në nivelin 5% (**).

Rekomandimet që dalin nga ky model i dytë janë që të motivohen më shumë firmat e mëdha që të marrin drejtimin drejt inovacionit të gjelbër. Duke pasur parasysh korrelacionin që ekziston midis madhësisë së firmës dhe aktiviteteve të inovacionit të gjelbër, politikëbërësit duhet të shtojnë bizneset të jenë pionerë në zbatimin dhe avancimin e praktikave miqësore me mjedisin. Mbështetja e iniciativave dhe shpërblimet e fokusuara mund të ndihmojnë në arritjen e kësaj. Krijimi i kanaleve për ndarjen e njohurive dhe bashkëpunim ndërmjet firmave më të mëdha, në mënyrë që ato të shkëmbejnë idetë kreative dhe praktikave më të mira për inovacionin e gjelbër. Kjo mund të inkurajojë komunitetin e biznesit të adoptojë një kulturë të qëndrueshme. Të njohin gamën e madhësisë së firmave dhe krijimi i strategjive që mund të përshtaten nevojave dhe burimeve të firmave të ndryshme. Kjo mund të sjellë përshtatjen e nismave mbështetëse për të marrë me vështirësi dhe shanset e vecanta me të cilat përballen bizneset e madhësitë të ndryshme.

Vlefshmëria e hipotezës së dytë thekson se sa e rëndësishme është të merret parasysh madhësia e firmës kur vlerësohet adoptimi i teknikave të Inovacionit të Gjelbër. Firmat më të mëdha, me ndoshta më shumë burime dhe aftësi, janë thelbësore në promovimin e përpjekjeve për qëndrueshmëri në mjedisin korporativ të Maqedonisë së Veriut. Kjo njohuri mund të përdoret nga drejtuesit e korporatave dhe politikëbërësit për të zhvilluar plane të fokusuara që inkurajojnë dhe financojnë iniciativat e Inovacionit të Gjelbër, duke nxitur kështu një klimë biznesi më të vetëdijshme ekologjike dhe të qëndrueshme.

Këto gjetje, të cilat marrin parasysh lidhjet komplekse midis shumë elementeve dhe praktikave të qëndrueshmërisë, japin njohuri të dobishme për firmat dhe rregulatorët që kërkojnë të zhvillojnë strategji që inkurajojnë miratimin më të gjërë të Inovacionit të Gjelbër në një mjedis korporativ.

4.2 Diskutimi i gjetjeve empirike

Gjetjet empirike të hulumtimit demonstrojnë një korrelacion të fortë dhe statistikisht të rëndësishëm pozitiv midis performancës së një firme dhe adoptimit të inovacionit të gjelbër. Ky rezultat është në përputhje me kërkimin novator të Porter & Van der Linde (1995), të cilët pretendojnë se firmat që përfshijnë shqetësimet mjedisore në operacionet e tyre kanë një avantazh konkurrues. Në kontekstin e Maqedonisë së Veriut, korrelacioni pozitiv ofron dëshmi empirike që përputhen me literaturën më të gjërë mbi praktikën e qëndrueshme të biznesit. Hulumtimi i Hart (2017) tregon se firmat që kanë prioritet qëndrueshmërinë mjedisore avancojnë si shëndetin ekologjik ashtu edhe suksesin financiar afatgjatë. Ai mbështet idenë se inovacioni i gjelbër mund të rezultojë në përmisimin e performancës së firmës duke theksuar përfitimin strategjik të përfshirjes së qëndrueshmërisë në operacionet e biznesit. Në të njëjtën kohë përfitimet pozitive të inovacionit të gjelbër janë theksuar edhe nga ana e Smith (2020) dhe kolegët e tij, ku të drejtuar janë më së shumti në kosto më të ulëta dhe efikasitet më të lartë. Studimi i tyre forcon idenë se adoptimi i praktikave të gjelbra mund të ndihmojë firmat të realizojnë përfitime reale financiare të kënaqshme për palën që e ushtron këtë aktivitet.

Për më tepër, hulumtimi sqaron përfitimet e ndryshme që lidhen me inovacionin e gjelbër. Fokusi në uljen e kostove dhe përmisimin e efektivitetit operacional është në përputhje me gjejet e kërkimit të Smith et al (2020). Kjo jo vetëm që vërteton përfitimet ekonomike të praktikave të gjelbra, por gjithashtu nënvizon avantazhin konkurrues të fituar nga firmat nëpërmjet iniciativave të qëndrueshme, një koncept i bazuar në pikpamjen se si Barney (1991) e ka shtjelluar këtë çështje.

Ndryshe nga pritshmëria fillestare nga modeli i parë i regresionit që madhësia e firmës do të ndikonte në performancën e firmës, gjetjet tregojnë se madhësia e firmës nuk tregon një efekt të drejtpërdrejtë statistikisht domethënës. Megjithatë, modeli i regresionit Probit sugjeron një korrelacion pozitiv midis firmave më të mëdha dhe probabilitet për tu angazhuar në inovacionin e gjelbër. Kjo përputhet me gjetjet e Lin et al. (2019), duke sugjeruar që firmat më të mëdha zotërojnë burime për të investuar në teknologji, kërkime dhe zhvillim, dhe praktika të qëndrueshme, duke rritur kështu prirjen e tyre për inovacion të gjelbër.

Ideja se bizneset më të vjetra mund të jenë më pak të adoptueshme në zbatimin e praktikave të qëndrueshme të biznesit, hidhet poshtë nga mungesa e një marrëdhënieje kuptimplote midis moshë së firmës dhe aktivitetit të inovacionit të gjelbër. Kjo qasje përputhet me hulumtimin e kryer nga Green dhe Miles (2007), duke treguar se mosha e një kompanie nuk është gjithmonë një faktor përcaktues në angazhimin e saj ndaj qëndrueshmërisë. Nga kjo kuptohet se nuk ka të bëjë ajo në mendimin se firmat e vjetra mund të jenë më pak të shkathëta në adoptimin e praktikave të qëndrueshme të biznesit.

Një zbulim magjepsës është bërë mbi ndikimin e pranisë së internetit në inovacionin e gjelbër. Bizneset që kanë faqet e tyre të internetit kanë më shumë gjasa të përfshihen në iniciativa miqësore me mjedisin. Kjo gjetje është në përputhje me tezën e bërë që para 13 viteve ku ska qenë edhe shumë e zhvilluar nga Bansal & Roth (2000), e cila thotë se përkushtimi i një

kompanie ndaj qëndrueshmërisë dhe praktikave të gjelbra forcohet duke pasur një prani të forte në internet dhe kanale komunikimi efikase.

Rritja e konkurrencës dhe inovacioni i gjelbër janë gjetur të kenë një lidhje të dobët por statistikisht të rëndësishme. Ky zbulim përputhet me gjetjet e Delmas & Toffel (2008), të cilët pretendojnë se firmat që kërkojnë të zbatojnë praktika të gjelbra mund të përballen me pengesa nga konkurrenca e ashpër ndërmjet tyre, për shkak të kufizimeve të burimeve që mund të kenë ose objektivave të financiare afatshkurtra të vendosura nga ana e tyre.

Janë gjetur korrelacione të forta dhe statistikisht të rëndësishme midis gjasave për tu përfshirë në inovacionin e gjelbër dhe numrit të patentave. Kjo është në përputhje me kërkimin novator të Smith (2010), i cili theksoi një përkushtim të forte ndaj inovacionit të gjelbër dhe sugjeroi se patentat janë një tregues të kapacitetit të një kompanie për inovacion dhe përparim teknologjik.

Është interesante se pse nga studimi jonë nuk është gjenur një korrelacion i rëndësishëm statistikor midis pjesëmarrjes në tregun global dhe inovacionit të gjelbër në firmat e Maqedonisë së Veriut, duke sfiduar në mënyrë të hapur nocionin se ndërkombëtarizmi në thelb nxit praktika të qëndrueshme mjedisore. Ku në studimin e bërë nga Dangelico & Pujari (2010) kjo gjë kundërshtohet duke thënë se ka një ndikim pozitiv pjesmarrja nëpër tregje ndërkombëtare. Politikëbërësit dhe bizneset duhet ta marrin parasysh këtë dinamikë specifike të kontekstit kur formulojnë strategji për të promovuar praktika të qëndrueshme. Politikëbërësit dhe format duhet të marrin parasysh këtë dinamikë specifike të kontekstit kur formulojnë strategji për të promovuar praktika të qëndrueshme. Kjo gejtje hap rrugën për kërkime të ardhshme për të gërmuar në ndërlikimet e kontekstit local dhe për të identifikuar mekanizmat specifikë që ndërmjetësojnë marrëdhëniet midis pjesëmarrjes në tregun global dhe inovacionit të gjelbër në Maqedoninë e Veriut.

Arrijmë në përfundimi se egziston një lidhje pozitive ndërmjet suksesit të firmave në Maqedoninë e Veriut dhe adoptimit të inovacionit të gjelbër. Ky hulumtim nxjerr në pah një sërë përfitimesh të lidhura me inovacionin e gjelbër, duke theksuar përfitimet financiare dhe një avantazh konkurrues për firmat që adoptojnë metoda të qëndrueshme. Gjetjet theksojnë se bizneset më të mëdha kanë më shumë gjasa të adoptojnë metoda ekologjike. Kanalet efektive të komunikimit janë thelbësore, sic dëshmohet nga lidhja e favorshme e gjetur midis inovacionit të gjelbër dhe pranisë së internetit. Për Maqedoninë e Veriut këto gjetje ofrojnë informacion të thellë dhe një kuptim të plotë të marrëdhënieve komplekse midis inovacionit të gjelbër, performancës së kompanisë dhe faktorëve ndikues.

V: Përfundimi dhe rekomandime

5.1 Hyrje

Ky studim mbyllet me këtë kapitull, i cili ofron një sintezë të plotë të të gjithë komponentëve të rëndësishëm, duke përfshirë një përmbledhje të gjërë të gjetjeve kryesore, përfundimeve të përgjithshme dhe sugjerimeve të dobishme.

Fillimisht kemi paraqitur tezën, organizimin e saj dhe hipotezat që do të testohen. Në kapitullin e dytë vazhduam me rishikimin e literaturës që përmban detaje që përshkruanin përkufizimin e inovacionit të gjelbër, llojet dhe strategjitë. Për më tepër, ky seksion zhytet në një ekzaminim të detajuar të faktorëve që ndikojnë në performancën e firmës, duke parë nga afër marrëdhëniet komplekse midis inovacioneve të gjelbra dhe masave të ndryshme që karakterizojnë suksesin organizativ. Është prezentuar edhe performanca aktuale e firmave në Maqedoninë e Veriut.

Duke kaluar në kapitullin e tretë, teknika e studimit zbërthehet me kujdes, duke shpjeguar nuancat e modelit të mostrës, metodologjinë që është përdorur dhe një analizë të plotë të të dhënave. Ky hulumtim i plotë metodologjik shtron bazën për një analizë të sofistikuar të të dhënave empirike. Kapitulli i katërt funksionon si një fushë e specializuar për një shqyrtim të plotë të gjetjeve empirike që dalin nga teza, Kjo pjesë ofron një kuptim të plotë të implikimeve që rrjedhin nga përpjekja e zgjeruar kërkimore duke paraqitur rezultatet e regresionit me vëmendje të madhe në detaje dhe duke ofruar një shpjegim të plotë të gjetjeve empirike por gjithashtu shtron bazat e ardhshme të kërkimit në marrëdhëniet në mes performances së firmes dhe inovacionit të gjelbër.

Nga ky studim marrim parasysh efektet e rëndësishme që ka inovacioni i gjelbër në suksesin e biznesit, blhet e qartë se ndjekja e qëndrueshmërisë mjedisore nuk është vetëm moralisht e drejtë por edhe strategjikisht e nevojshme. Firmat që miratojnë inovacionin e gjelbër përfitojnë nga ndikimi më i ulët mjedisor, si dhe nga rritja e efektivitetit operacional, kursimet financiare dhe njohja më e lartë e markës. Megjithatë ka pengesa në rrugën e një të ardhmeje më të gjelbër, firmat e ndërgjegjshme për mjedisin mund të dalin si liderë në një klimë biznesi që po ndryshon shpejt falë potencialit për rritje afatgjate dhe elastike. Së fundi, marrëdhënia reciproke e dobishme midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës thekson se sa thelbësore është për organizatat që të përfshijnë qëndrueshmërinë në planet e tyre themelore të biznesit në mënyrë që të krijojnë një të ardhme në të cilën mbrojtja e mjedisit dhe suksesi ekonomik të shkojnë pararelisht.

5.2 Gjetjet kryesore të hulumtimit

Brenda kornizës së Maqedonisë së Veriut, gjetjet e hulumtimit ofrojnë një kuptim të plotë të ndërveprimit midis inovacionit të gjelbër dhe performancës së firmës. Gjetjet e rëndësishme nga analiza statistikore nxjerrin në pah se sa vendimtare është inovacioni i gjelbër për prosperitetin e kompanive në zone.

Një rritje e dukshme prej 0.6221658 në performancën e firmës lidhet me çdo rritje njësi në inovacionin e gjelbër, sipas lidhjes positive dhe statistikisht të rëndësishme midis inovacionit të gjelbër (GREEN_Innov) dhe performancës së firmës. Kjo nënvizon mundësinë që kompanitë të përparojnë duke zbatuar praktika miqësore me mjedisin dhe mbështet teorinë se inovacioni i gjelbër rrit performancën e firmës.

Në të kundërt, pikëpamja popullore se firmat më të mëdha performojnë më mirë në baza të brendshme sfidohet kur zbulohet se madhësia e firmë është një faktor jo i rëndësishëm në ndikimin e performancës së firmës. Megjithatë, një vështrim më i afërt i detajeve tregon një lidhje statistikisht domethënëse midis bizneseve më të mëdha dhe një prirje më të fortë për tu përfshirë në iniciativat e inovacionit të gjelbër. Kjo nënkupton se megjithëse madhësia e një korporate mund të mos ketë një efekt të drejtpërdrejtë në performancën e përgjithshme, ajo është një faktor kryesor në inkurajimin e aktiviteteve miqësore me mjedisin.

Korrelacioni i favorshëm midis eksporteve të drejtpërdrejta dhe performancës së biznesit nxjerr në pah avantazhet e mundshme të zgjerimit të shtrirjes së tregut. Analiza e detajuar demonstron lidhjen midis përgjegjësisë mjedisore dhe pranisë në treg në mbarë botën, duke treguar se kompanitë më të mëdha të përfshira në eksporte të drejtpërdrejta kanë më shumë gjasa të adoptojnë praktika të gjelbra.

Model i regresionit Probit eksploron më në detaje variablat që ndikojnë në iniciativat e inovacionit të gjelbër në bizneset e Maqedonisë së Veriut. Mundësia e zbatimit të inovacionit të gjelbër dhe madhësia e firmës kanë një lidhje positive të rëndësishme, e cila thekson rolin që luajnë burimet financiare dhe kapitali në nxitjen e projekteve që qënueshmërisë. Nga ana tjetër, rezulton se mosha nuk është një përcaktues i rëndësishëm, duke hedhur poshtë teorinë sesi pjekuria e një firme ndikon në prirjen e saj drejt praktikave të qëndrueshme.

Ekzistenca e një faqe interneti tregohet se ka një ndikim të rëndësishëm pozitiv në veprimet e gjelbra, duke theksuar rëndësinë e shikueshmërisë dhe kanaleve të komunikimit në mbështetjen e projekteve miqësore me mjedisin. Cuditërisht, nuk ka asnjë lidhje statistikisht domethënëse ndërmjet pjesëmarrjes në tregjet globale dhe inovacionit të gjelbër, duke treguar se ekspozimi ndaj tregjeve jashtë shtetit mund të mos jetë një otivues kryesor për iniciativat e qëndrueshmërisë në bizneset e Maqedonisë së Veriut.

Vecanërisht, një përkushtim ndaj metodave ekologjike miqësore tregohet nga lidhja thelbësore e gjetur midis patentave dhe inovacionit të gjelbër. Bizneset që yotërojnë patenta kanë më shumë gjasa të përfshihen në inovacione të qëndrueshme, duke theksuar funksionin e pronësisë intelektuale si një motivues për përpjekje miqësore me mjedisin.

Për ta përmbledhur, gjetjet e hulumtimit paraqesin një pamje komplekse se si lidhen inovacioni i gjelbër dhe performanca e firmës në Maqedoninë e Veriut. Vështrimet mbi elementet që ndikojnë në performancën dhe efektet e dobishme të praktikave të gjelbra u ofrojnë firmave, qeverive dhe studiuesve, drejtime të rëndësishme për zhvillimin e një ekosistemi që qëndrueshëm në zonë

5.3 Rekomandime

Rekomandimet e mëposhtme, të cilat përfaqësojnë përfundimin e hulumtimit tone, i ofrojnë Maqedonisë së Veriut njohuri strategjike të bazuara në rezultatet empirike të modeleve tona statistikore për adoptimin e inovacionit të gjelbër dhe analizën mbi performancën e firmave. Këto rekomandime kanë për qëllim të shërbejnë si një udhëzues për palët e interesuara, ndërrmarjet dhe ligjvënësit në krijimin e një klime ekonomike të gjallë dhe afatgjatë. Këto propozime synojnë të përmisojnë përgjegjësinë mjedisore dhe performancën ekonomike të Maqedonisë së veriut duke adresuar element të rëndësishëm që gjenden në modele. Qëllimi i punimit është që të vendosë vendin në një rrugë për rritje të gjelbër dhe të qëndrueshme.

- Inkurajimi i Inovacionit të Gjelbër – Duke pasur parasysh efektin e favorshëm në performancën e firmës që gjendet në analizën e regresionit, këshillohet që Maqedonia e Veriut të krijojë dhe të zbatojë rregulllore për të nxitur firmat që të përdorin teknikat e Inovacionit të Gjelbër. Kjo mund të sjellë dhënien e stimuljeve financiarë, përfitimeve tatimore dhe njohjes për bizneset që zbatojnë ide të qëndrueshme ekologjike.
- Mbështetje për Ndërrmarjet e Vogla dhe të Mesme (NVM) – Duke pasur parasysh lidhjen e vendosur midis rritjes së performancës dhe reduktimit të madhësisë së firmave, këshillohen programe të vecanta asistence për NVM-të. Këto programe duhet të mbështesin inovacionin, të përmisojnë kapacitetet dhe ta bëjnë më të lehtë për firmat më të vogla zbatimin e praktikave të Inovacionit të Gjelbër.
- Transformim digjital – Firmat në Maqedoninë e Veriut nxiten të angazhohen në teknologjinë digjitale, platformat e tregtisë elektronike dhe marketingun online përshkak të rëndësisë digjitale për performancën dhe adoptimin e tij. Ligjvënësit duhet ti ndihmojnë këto iniciativa duke nisur fushata ndërgjegjësimi dhe iniciativa financuese që inkurajojnë ndryshimin digjital.
- Strategjitë e personalizuara në varësi të madhësisë së firmës – Këshillohet të krijohen strategji të personalizuara pasi madhësia e firmës ndikon si në performancën e firmës ashtu edhe në adoptimin e inovacioneve të gjelbra. Kompanitë më të mëdha duhet të nxiten të për të udhëhequr iniciativat e qëndrueshmërisë dhe NVM-të duhet të marrin ndihmë në formën e iniciativave për ngritjen e kapaciteteve dhe nxitjen e inovacionit.
- Programe të ndërgjegjësimi mjedisor – Është e rëndësishme që zhvillohen fushata ndërgjegjësimi për të informuar firmat për përfitimet e inovacionit të gjelbër si për

qëndrueshmërinë mjedisore ashtu edhe për suksesin ekonomik. Këto nisma kanë potencialin për të promovuar ndërgjegjen mjedisore dhe për të motivuar më shumë kompani që të përdorin procedura miqësore me mjedisin.

- Monitorim dhe vlerësim i shpeshtë – Këshillohet që të krijohen sistemi për monitorimin dhe vlerësimin e rregullt të nismave dhe politikave që vihen në veprim. Kjo përfshin monitorimin e përhapjes së teknikave të Inovacionit të Gjellbër, përshtatjen e performancës së firmave dhe efektin e përgjithshëm në klimin e biznesit të Maqedonisë së Veriut.
- Njohja e rolit të patentave – Mbështetje dhe stimuj për firmat për të marrë pjesë në aktivitetet krijuese që rezultojnë në inovacione të patentueshme, duke pasur parasysh rëndësinë e patentave në promovimin e inovacionit të gjellbër. Kjo do të riste konkurrencën dhe promovimin e qëndrueshmërisë mjedisore.

Së fundi, këto rekomandime demonstrojnë potencialin revolucionar në strukturën ekonomike të Maqedonisë së Veriut. Ato paraqesin një veprim të llogaritur, të mbështetur nga gjetjet e aktuale të dy modoleve të përdorura në hulumtim. Maqedonia e Veriut mund të drejtohet drejt rritjes së qëndrueshme duke përqafuar inovacionin e gjellbër, duke mbështetur firmat e të gjitha llojeve, duke nxitur transformimin digjital dhe duke vendosur një përkushtim ndaj përgjegjësisë mjedisore. Këto sugjerime janë një thirrje për veprim, jo vetëm një listë udhëzimesh, për bizneset, palët e interesuara dhe qeveritë që të punojnë së bashku për të krijuar një të ardhme ku mjedisi mjedisor dhe rritja ekonomike bashketojnë së bashku. Miratimi i këtyre sugjerimve mund të rishkruajë pozicionimin e Maqedonisë së Veriut ashtu sic është nisur në drejtim të kësaj rruge të gjellbërt.

Literatura e shfrytëzuar

Keklik, M. (2018). Schumpeter, Innovation and Growth. In *Routledge eBooks*.

<https://doi.org/10.4324/9781315192055>

Singh, S. K., Del Giudice, M., Chierici, R., & Graziano, D. (2020). Green innovation and environmental performance: The role of green transformational leadership and green human resource management. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119762. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119762>

Porter, M. E., & Van Der Linde, C. (1995a). *Green and competitive: Ending the stalemate*.

Horbach, J., & Rammer, C. (2019). *Employment and Performance Effects of Circular Economy Innovations*.

Delmas, M. A., & Pekovic, S. (2012). Environmental standards and labor productivity: Understanding the mechanisms that sustain sustainability. *Journal of Organizational Behavior*, 34(2), 230–252. <https://doi.org/10.1002/job.1827>

Hart, O. (1995). *Firms, Contracts, and Financial Structure*. Clarendon Press.

Zhu, Q., & Sarkis, J. (2004). Relationships between operational practices and performance among early adopters of green supply chain management practices in Chinese manufacturing enterprises. *Journal of Operations Management*, 22(3), 265–289. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2004.01.005>

Alum, R. A., & Drucker, P. F. (1986). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. *Public Productivity Review*, 10(1), 105. <https://doi.org/10.2307/3380320>

Sen, F. K., & Egelhoff, W. (2000). Innovative capabilities of a firm and the use of technical alliances. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 47(2), 174–183.

<https://doi.org/10.1109/17.846785>

Taylor, S. P. (2017). What is Innovation? A study of the definitions, academic models and applicability of innovation to an example of social housing in England. *Open Journal of Social Sciences*, 05(11), 128–146. <https://doi.org/10.4236/jss.2017.511010>

How to Build a Circular Economy | Ellen MacArthur Foundation. (n.d.).

<https://ellenmacarthurfoundation.org/>

Global EV Outlook 2020 – Analysis - IEA. (n.d.). IEA. <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2020>

LEED rating system | U.S. Green Building Council. (n.d.). <https://www.usgbc.org/leed>

Home | Food and Agriculture Organization of the United Nations. (n.d.). PRD-FAOHome.

<https://www.fao.org/home/en/>

Taking green strides: Becoming an Eco-Friendly Business | United Nations Development Programme.

(n.d.). UNDP. <https://www.undp.org/north-macedonia/stories/taking-green-strides-becoming-eco-friendly-business>

Chen, Y., Chang, C. S., & Lin, Y. (2014). The Determinants of Green Radical and Incremental Innovation Performance: Green Shared Vision, Green Absorptive Capacity, and Green Organizational Ambidexterity. *Sustainability*, 6(11), 7787–7806.

<https://doi.org/10.3390/su6117787>

Sen, T. K., & Ghandforoush, P. (2011). Radical and Incremental Innovation Preferences in Information Technology: An Empirical Study in an Emerging Economy. *Journal of*

Technology Management & Innovation, 6(4), 33–44. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242011000400003>

Eroglu, I. (2019). EFFECTS OF INNOVATION TYPES ON PRODUCT IDENTITIES: DOES RADICAL INNOVATION LEAD TO A MORE INTEGRATED PRODUCT IDENTITY? *International Journal of Innovation*, 7(2), 252–272.

<https://doi.org/10.5585/iji.v7i2.376>

Pallister, B. (2023). Radical Innovation vs Incremental Innovation. *Innovolo*. <https://innovolo-group.com/innovation-en/innovation-concepts-compared-en/radical-innovation-vs-incremental-innovation/>

Kim, H., Park, C., & Lee, H. (2019). The Effect of Incremental Innovation and Switching-Over to Architectural Innovation on the Sustainable Performance of Firms: The Case of the NAND Flash Memory Industry. *Sustainability*, 11(24), 7105.

<https://doi.org/10.3390/su11247105>

Compare between Radical Innovation and Incremental Innovation. (n.d.). QS Study.

<https://qsstudy.com/compare-between-radical-innovation-and-incremental-innovation/>

Mazzei, J., Rughi, T., & Virgillito, M. E. (2023). Knowing brown and inventing green? Incremental and radical innovative activities in the automotive sector. *Industry and Innovation*, 1–40. <https://doi.org/10.1080/13662716.2023.2230159>

Takalo, S. K., Tooranloo, H. S., & Parizi, Z. P. (2021). Green innovation: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 279, 122474.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122474>

Ghisetti, C., Marzucchi, A., & Montresor, S. (2015). The open eco-innovation mode. An empirical investigation of eleven European countries. *Research Policy*, 44(5), 1080–1093. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.12.001>

Rennings, K., & Rammer, C. (2009). Increasing Energy and Resource Efficiency Through Innovation - An Explorative Analysis Using Innovation Survey Data. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1495761>

Tietze, F., Schiederig, T., & Herstatt, C. (2011). What is Green Innovation? – A Quantitative LiteratureReview. *ResearchGate*.
[https://www.researchgate.net/publication/228320089_What_is_Green_Innovation -
A Quantitative LiteratureReview](https://www.researchgate.net/publication/228320089_What_is_Green_Innovation_-_A_Quantitative_LiteratureReview)

Driessen, P. H., & Hillebrand, B. (2002). Adoption and Diffusion of Green Innovations. *ResearchGate*.
https://www.researchgate.net/publication/259176528_Adoption_and_Diffusion_of_Green_Innovations

Ozili, P. K. (2022). Sustainability and Sustainable Development Research around the World. *Managing Global Transitions*, 20(3). <https://doi.org/10.26493/1854-6935.20.259-293>

Alyahya, M. A., Aliedan, M., Agag, G., & Abdelmoety, Z. H. (2022). Exploring the Link between Sustainable Development Practices, Institutional Pressures, and Green Innovation. *Sustainability*, 14(21), 14312. <https://doi.org/10.3390/su142114312>
<https://www.oecd.org/greengrowth/ggsd2022/> - green growth forum 2022

Küçüköğlu, M. T., & Pınar, R. İ. (2015). Positive influences of green innovation on company performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1232–1237.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.261>

Bai, Y., Liu, L., & Chen, H. (2023). Can green finance improve the financial performance of green enterprises in China? *International Review of Economics & Finance*, 88, 1287–1300. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.07.060>

Zakari, A. (2022). The role of green finance in promoting sustainable economic and environmental development. *Estudios De Economía Aplicada*, 40(3).
<https://doi.org/10.25115/eea.v40i3.5398>

RFILC. (2020, October 5). *INCLUSIVE GREEN FINANCE POLICIES FOR MSMEs*.
<https://www.rfilc.org/library/inclusive-green-finance-policies-for-msmes/>

Aziz, A. (2021, February 12). *The 4P Framework of Inclusive Green Finance – Policy responses to climate change - Alliance for Financial Inclusion*. The 4P Framework of Inclusive Green Finance – Policy Responses to Climate Change. <https://www.afiglobal.org/newsroom/blogs/the-4p-framework-of-inclusive-green-finance-policy-responses-to-climate-change/#:~:text=Policies%20are%20categorized%20into%20the,Provision>.

Greene, W. H. (2008). *Econometric analysis*. Prentice Hall.

Lin, W. L., Cheah, J., Azali, M., Ho, J. A., & Yip, N. (2019). Does firm size matter? Evidence on the impact of the green innovation strategy on corporate financial performance in the automotive sector. *Journal of Cleaner Production*, 229, 974–988.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.214>

Handbook on the Business of Sustainability. (2022, February 11). Edward Elgar Publishing.
<https://www.e-elgar.com/shop/gbp/handbook-on-the-business-of-sustainability-9781839105333.html>

- Johnstone, N. (2007). Environmental policy and corporate behaviour. In *Edward Elgar Publishing eBooks*. <https://doi.org/10.4337/9781781953020>
- Fiksel, J. (2009). Design for environment : a guide to sustainable product development. In *McGraw-Hill eBooks*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB02918246>
- Schaltegger, S., Hörisch, J., & Loorbach, D. (2020). Corporate and entrepreneurial contributions to sustainability transitions. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1617–1618. <https://doi.org/10.1002/bse.2454>
- Global carbon pricing. (2017). In *The MIT Press eBooks*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10914.001.0001>
- Berardi, U. (2013). Sustainable construction: green building design and delivery. *Intelligent Buildings International*, 5(1), 65–66. <https://doi.org/10.1080/17508975.2012.756388>
- Skidmore, A. K., Pettorelli, N., Coops, N. C., Geller, G. N., Hansen, M. C., Lucas, R., Muecher, C., O'Connor, B. A., Paganini, M., Pereira, H. M., Schaepman, M. E., Turner, W., Wang, Z., & Wegmann, M. (2015). Environmental science: Agree on biodiversity metrics to track from space. *Nature*, 523(7561), 403–405. <https://doi.org/10.1038/523403a>
- Vergragt, P. J. (2010). System Innovation for Sustainability 1: Perspectives on Radical Changes to Sustainable Consumption and Production edited by edited by Arnold Tukker, Martin Charter, Carlo Vezzoli, Eivind Stø and Maj Munch Andersen. *Journal of Industrial Ecology*, 14(1), 179–181. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9290.2009.00218.x>
- Rennings, K. (2000). Redefining innovation — eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics*, 32(2), 319–332. [https://doi.org/10.1016/s0921-8009\(99\)00112-3](https://doi.org/10.1016/s0921-8009(99)00112-3)

Acemoğlu, D., Akcigit, U., Hanley, D., & Kerr, W. R. (2016). Transition to clean technology. *Journal of Political Economy*, 124(1), 52–104. <https://doi.org/10.1086/684511>

European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). (n.d.). <https://www.ebrd.com/>