

Investigimi i faktorëve të mjedisit që ndikojnë rritjen e bizneseve të vogla në SHQIPËRI

Anisa Kume

NË KËRKIM TË GRADËS SHKENCORE “DOKTOR”,

Fakulteti i Ekonomisë

Departamenti i Menaxhimit

Universiteti i Tiranës

Udhëheqës Shkencor

Prof. Dr. Shyqyri Llaci

2015

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

Abstrakt

Bizneset e vogla, veçanërisht bizneset në rritje, shihen nga politikë-bërësit dhe ekonomistët si burime të rëndësishme për rritjen e mirëqenies dhe pasurisë së një vendi si dhe gjenerues punësimi dhe novacionesh. Megjithatë shumë pak biznese të vogla rriten. Një mënyrë për të shpjeguar pse kaq shumë biznese nuk rriten është ajo e nocionit të “barrierave” ose “faktorëve kritikë” që pengojnë rritjen. Studime të mëparshme kanë identifikuar cilët janë faktorët kryesorë që influencojnë në suksesin apo mospasuesin e një biznesi, por pak hulumtime janë bërë për të argumentuar shkaqet, pse dhe si këta faktorë ndikojnë në bizneset dhe në perceptimet e pronarëve/menaxherëve për rritjen e biznesit. Veçanërisht nëse do të flasim për literaturën shqiptare, mund të gjejmë vetëm disa studime të shkëputura, apo opinione individuale.

Ky punim ka për qëllim të analizojë faktorët që pengojnë rritjen dhe suksesin e bizneseve të vogla në Shqipëri. Për këtë janë realizuar një studim empirik sasior dhe dy studime cilësore, bazuar në intervista, në Tiranë; dy të parët janë realizuar në vitin 2011, i treti në vitin 2014. Për të realizuar pjesën qendrore të punimit, janë përdorur intervista gjysmë të strukturuar me 22 pronarë/menaxherë të bizneseve të vogla në Shqipëri, të cilëve u është bërë pyetja nëse kanë qëllim të rrisin biznesin e tyre, si synojnë të realizojnë këtë rritje dhe çfarë ata mendojnë se do të ndërhynte në këtë proces. Qëllimi i studimit është i dyfishtë: së pari, të analizohen faktorët kritikë dhe konteksti në të cilin ato perceptohen, dhe së dyti të zbulohen rrugët se si këta faktorë kritikë mund të ndikojnë në sjelljet dhe qëllimet e pronarëve dhe menaxherëve.

Të dhënat u analizuan duke përdorur analiza template, kryesisht duke bërë analizën e fenomeneve dhe analizën matricore.

Bazuar në raportimet e pronarëve/menaxherëve, kemi të bëjmë me një numër relativisht të madh faktorësh të cilët ndikojnë në mënyra të ndryshme në fusha të ndryshme. Prania e këtyre faktorëve ndikon në formulimin e objektivave të rritjes dhe realizimin e tyre. Shkalla e ndikimit të këtyre faktorëve varet edhe nga mënyra si e perceptojnë pronarët/menaxherët mjedisin institucional brenda të cilit operojnë bizneset e tyre.

Gjetjet sugjerojnë që relacionet midis faktorëve kritikë dhe rritjes së biznesit janë komplekse. Megjithatë, ekziston një lidhje (marrëdhënie) domethënëse që mund të jetë një fushë studimi për të ardhmen – analiza e rritjes së biznesit duke ekzaminuar në mënyrë të vazhdueshme faktorët kritikë, veçanërisht ndikimin e tyre mbi synimet e biznesit, në lidhje me faktin se sa është niveli i ndikimit të tyre, si ato perceptohen, dhe konteksti në të cilin perceptohen.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

Abstract

Small businesses, especially growing businesses, seen by policymakers and economists as important resources for increasing prosperity and wealth of a country and generating employment and innovation. However very few small businesses grow. One way to explain why so many businesses do not grow is that the notion of "barriers" or "critical factors" that impede growth. Previous studies have identified that are key factors that influence the success or failure of a business, but little research has been performed to support the causes, why and how these factors affect the businesses and perceptions of owners/managers for business growth. Especially if they talk about Albanian literature, we can find only a few studies separately, or individual opinions.

This paper aims to analyze the factors that inhibit the growth and success of small businesses in Albania. For this empirical study is conducted both quantitative and qualitative studies based on interviews in Tirana; the first two were conducted in 2011, third in 2014. To realize the central part of the paper, are used semi-structured interviews with 22 owners / managers of small businesses in Albania, to whom the question is asked whether they intended increase their business, as intended to achieve this growth and what they think they will intervene in this process. The aim of the study is twofold: first, to analyze critical factors and the context in which they are conceived, and secondly to detect ways how these critical factors can affect the behavior and intentions of the owners and managers.

Data were analyzed using template analysis, mainly by analyzing the phenomena and matrix analysis.

Based on the reports of managers / owners, we are dealing with a relatively large number of factors that influence the different ways in different areas. The presence of these factors affects the formulation of objectives and realizes their growth. The degree of influence of these factors depends on the way we perceive the owners / managers institutional environment within which their businesses operate.

Findings suggest that the relationship between critical factors and business growth are complex. However, there is a connection (relationship) can be significant to an area for future study - analysis of business growth by continuously examining critical factors, particularly their impact on business goals, about how much is their level of influence, as they are perceived, and the context in which it is perceived.

Falenderime

Mirënjohje

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

Së pari, shpreh falënderimet e mia te sinqerta për udhëheqesin tim Prof. Dr. Shyqyri Llaci për orientimet, mbështetjen e tij, sugjerimet e vazhdueshme dhe gatishmërinë për të më ndihmuar në çdo hap të këtij punimi.

Shumë falënderime Departamentit të Manaxhimit të Fakultetit të Ekonomisë, Universiteti i Tiranës që më dha mundësinë të jem studente e tyre gjatë studimeve të doktoraturës.

Falënderoj familjen time për mbështetjen dhe ndihmën e pakursyer.

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

Përzemërsisht

Anisa Kume

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

Përmbajtja

KAPITULLI I: Hyrje	1
1.1 Rëndësia e studimit	2
1.2 Përzgjedhja e literaturës së përshtatshme për kërkimin	3
1.3 Arsytimi i kërkimit	5
1.4 Qëllimet dhe kontributet	6
1.5 Kufizimet e kërkimit	6
1.6 Struktura e punimit	8
KAPITULLI II: Rishikimi i Literaturës	
2.1. Hyrje	11
2.2 Background	12
2.2.1 <i>Një këndvështrim historik</i>	12
2.2.2 <i>Faktorët kritikë. Përkufizimet dhe matësit e rritjes së biznesit</i>	13
2.2.3 <i>Zhvillimi i sipërmarrjes dhe biznesit të vogël në ekonomitë në tranzicion</i>	14
2.2.4 <i>Faktorët që kanë penguar zhvillimin e bizneseve të vogla në ekonomitë në tranzicion</i>	17
2.2.5 <i>Përmbledhje e Seksionit</i>	19
2.3 Faktorët kritikë të rritjes	20
2.3.1 <i>Koncepti i barrierave</i>	20
2.3.2 <i>Çfarë lloje barrierash të rritjes diskutohen në literaturë?</i>	21
2.3.3 <i>Përmbledhje e pjesës së dytë</i>	30
2.4 Si janë identifikuar, përkufizuar dhe matur barrierat?	31
2.5 Kritikat ndaj procedimit tradicional në studimin e faktorëve kritikë të rritjes	32
2.6 Përmbledhje e kapitullit dhe konkluzione	34
KAPITULLI III: Përpjekje për të kuptuar barrierat e rritjes	37
3.1 Hyrje	37
3.2 Menaxhimi në kontekstet e ndryshme të rritjes së firmave	38
3.2.1 <i>Influencat e jashtme dhe të brendshme në rritjen e firmave</i>	40

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

3.2.2 Faktorët që ndikojnë në rritje dhe stadet e modeleve të rritjes	40
3.3 Literatura mbi synimet e rritjes	43
3.3.1 Përcaktimi i qëllimeve	43
3.3.2 Qëllimet e rritjes dhe mjedisi institucional	46
3.4 Kuptimi i marrëdhënieve ndërmjet barrierave, qëllimeve të rritjes dhe sjelljeve	46
3.5 Konkluzionet e kapitullit	49
KAPITULLI IV: Sipërmarrja dhe zhvillimi i biznesit të vogël në Shqipëri	51
4.1. Hyrje	51
4.2 Përkufizime dhe statistika	52
4.3 Traditat historike të zhvillimit të NVM-ve në vite	59
4.3.1 Vitet '90	60
4.4 Mjedisi i zhvillimit të NVM-ve sot	63
4.4.1 Zhvillimet e post krizës	63
4.4.2 Nevoja për një model të ri rritje	64
4.4.3 Kapja e mundësive të reja	66
4.4.4 Konkurrueshmëria e ekonomisë shqiptare	67
4.4.5 Krahasimi i NVM-ve shqiptare me ato të vendeve në zhvillim	71
4.4.6 Banka Botërore: Lehtësia e të bërit biznes 2012-2013	73
4.4.7 Sfidat për zhvillimin e NVM-ve	75
4.5 Përmbledhje e kapitullit dhe konkluzione	78
KAPITULLI V: Barrierat e Zhvillimit të NVM-ve në Shqipëri	80
5.1 Hyrje	80
5.2 Rishikim i literaturës	80
5.3. Sqarimi i qëllimit të studimit: Inspirimi për fokusin e studimit	89
5.4 Studimi eksplorues nr 1: Njohja e problemeve me të cilat ndeshen pronarët/menaxherët për realizimin e rritjes	90
5.4.1 Qëllimi kryesor dhe pyetjet kërkimore	90
5.4.2 Metodologjia e kërkimit	91
5.4.3 Analiza e rezultateve	92

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

5.4.4 <i>Konkluzione</i>	99
5.5. Studimi eksplorues nr 2: Ndikimi i barrierave në qëllimet për rritje	101
5.5.1 <i>Metodologjia</i>	101
5.5.2. <i>Mostra e studimit</i>	101
5.5.3 <i>Mbledhja e të dhënave</i>	103
5.5.4 <i>Analiza</i>	103
5.5.5 <i>Gjetjet</i>	105
5.5.6 <i>Ndikimi i barrierave mund të jetë i thjeshtë dhe i drejtpërdrejtë ose i ndërthurur</i>	108
5.5.7 <i>Përmbledhje dhe diskutime</i>	109
5.6 <i>Konkluzione të kapitullit</i>	110
5.7 <i>Identifikimi i fokusit të studimit kryesor</i>	111
KAPITULLI VI: Studimi kryesor (studimi nr 3)	112
6.1 <i>Hyrje</i>	112
6.2 <i>Qëllimet e kërkimit</i>	112
6.2.1 <i>Qëllimet e kërkimit dhe evoluimi i tyre gjatë fazës së kërkimit</i>	112
6.2.2 <i>Adresimi i qëllimeve të kërkimit: adoptimi i procedurës metodologjike</i>	114
6.3 <i>Dizenjimi i studimit</i>	117
6.3.1 <i>Mostra e zgjedhur</i>	117
6.3.2 <i>Zgjedhja e metodës për grumbullimin e të dhënave</i>	120
6.3.3 <i>Procesi i intervistimit</i>	121
6.3.4 <i>Konfidencialiteti</i>	123
6.4 <i>Analiza e të dhënave</i>	123
6.4.1 <i>Procedura e përdorur për analizën e të dhënave</i>	123
6.4.2 <i>'Analizat Template'</i>	127
6.5 <i>Vlerësimi i cilësisë së interpretimit të të dhënave</i>	128
6.5.1 <i>Besueshmëria</i>	129
6.5.2 <i>Vlefshmëria</i>	129
6.6. <i>Rezultatet: Pjesa e parë</i>	130
6.6.1 <i>Hyrje</i>	130
6.6.2 <i>Pjesëmarrësit – Një përshkrim i shkurtër</i>	130

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

6.7	Barrierat e rritjes	137
6.7.1	<i>Analiza e të dhënave nga intervistat - Përshkrimet e barrierave</i>	137
6.7.2	<i>Barrierat</i>	139
6.7.3	<i>Përshkrimi i detajuar i barrierave</i>	144
6.8:	Rezultatet: Pjesa e dytë	148
6.8.1	<i>Hyrje</i>	148
6.8.2	<i>Analiza e informacionit të intervistave - përcaktimi i temave</i>	148
6.8.3	<i>Analiza e një rasti individual</i>	151
6.8.4	<i>Temat</i>	153
6.9	Përmbledhje e kapitullit dhe konkluzione	169
KAPITULLI VII: DISKUTIME DHE KONKLUZIONE		172
7.1	Hyrje	172
7.2	Diskutimi i gjetjeve	173
7.2.1	<i>Nën qëllimi 1</i>	173
7.2.2	<i>Nën qëllimi 2</i>	177
7.3	Kontributet e kërkimit	183
7.4	Konkluzione	185
7.4.1	<i>Implikimet për politikën, praktikën, dhe hulumtimin e biznesit të vogël</i>	185
7.4.2	<i>Kufizimet e kërkimit</i>	186
7.4.3	<i>Disa rekomandime për kërkimet në të ardhmen</i>	188
7.5	Disa rekomandime praktike për politikë-bërësit, akademikët dhe pronarët/menaxherët e bizneseve të vogla	189
7.6	Shënime përmbyllëse	195
	Shtojcat	196
	Literatura	211

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

Shtojcat

Shtojca 1: Udhëzues interviste për menaxherët/pronarët	196
Shtojca 2: Udhëzues interviste për stakeholders	198
Shtojca 3: Studim nr. 3	200
Shtojca 4: Template dhe Kodimi	203
Shtojca 5: Template e kodimit të plotë	204
Shtojca 6: Zhvillimi i një rasti: Shembull i krijimit të një Template të plotë	208

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

Lista e tabelave

<i>Tabela 2.1: Përmbledhje e literaturës së zgjedhur mbi barrierat e rritjes</i>	35
<i>Tabela 3.1: Lidhjet ndërmjet barrierave, qëllimeve të rritjes, dhe sjelljeve</i>	50
<i>Tabela 4.1: Përkufizimi i SME-ve në Shqipëri dhe EU</i>	55
<i>Tabela 4.2: Numri ndërmarrjeve dhe punësimi në EU</i>	56
<i>Tabela 4.3 Disa prej treguesve kryesore makroekonomike (2004-2013)</i>	63
<i>Tabela 4.4: Kushtet e biznesit në Shqipëri krahasuar me vendet e tjera në rajon</i>	71
<i>Tabela 4.5: Situata aktuale e kushteve të biznesit në Shqipëri krahasuar me vendet e rajonit</i>	72
<i>Tabela 5.1: Qëndrimet e menaxherëve/pronarëve për sa i përket fitimit dhe vështirësisë së arritjeve</i>	93
<i>Tabela 5.2: Cilat janë kërkesat që ju keni kundrejt të punësuarve</i>	96
<i>Tabela 5.3: Profili i pronarëve/menaxherëve të intervistuar dhe bizneseve të tyre</i>	102
<i>Tabela 5.4 Shembuj të barrierave të përmendura nga pjesëmarrësit</i>	106
<i>Tabela 5.5. Shembuj të barrierave që janë diskutuar në lidhje me qëllimet e rritjes</i>	107
<i>Tabela 6.1: Formulimi dhe aplikimi i qëllimeve të kërkimit</i>	113
<i>Tabela 6.2: Karakteristikat e pronarëve/menaxherëve dhe firmave të tyre</i>	119
<i>Tabela 6.3. Përmbledhje e aktiviteteve analitike gjatë procesit të kërkimit</i>	128
<i>Tabela 6.4: Përshkrim i shkurtër i pjesëmarrësve në studim</i>	131
<i>Tabela 6.5: Ilustrimi i identifikimit të temave</i>	138
<i>Tabela 6.6: Barrierat financiare</i>	139
<i>Tabela 6.7: Barrierat e aftësive</i>	140
<i>Tabela 6.8: Barrierat institucionale</i>	140
<i>Tabela 6.9: Barrierat e tregut</i>	142
<i>Tabela 6.10. Barriera të tjera</i>	142
<i>Tabela 6.11. Barriera që janë përmendur më shpesh gjatë intervistave</i>	143
<i>Tabela 6.12. Shembuj të përdorimit të analizës matricore për të njohur mënyrën në të cilat barrierat influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes të një pjesëmarrësi në intervistë</i>	150

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPERI

Tabela 6.13. <i>Shembull i barrierave dhe qëllimeve të rritjes nga një pjesëmarrës.</i>	152
Tabela 6.14. <i>Përshkrimet e nëntemave për temën A.</i>	153
Tabela 6.15. <i>Përshkrimet e nëntemave për temën B.</i>	154

Lista e grafikëve

Figura 1.1- Procesi i kërkimit	faqe	7
Figura 1.2 –Struktura dhe lidhja midis kapitujve		9
Figura 3.1. Një model i marrëdhënieve të mundshme ndërmjet barrierave të perceptuara, qëllimeve të rritjes dhe sjelljeve.		48
Grafiku 4.1: Shpërndarja e sipërmarrjeve aktive sipas rajoneve		57
Grafiku 4.2: NVM-të sipas madhësisë		58
Grafiku 4.3: NVM-të sipas sektorëve të ekonomisë		58
Grafiku 4.4: Pozicioni i Shqipërisë kundrejt vendeve të Ballkanit Perëndimor, sipas raportit të Konkurrueshmërisë Globale		68
Grafiku 4.5: Renditja e Shqipërisë referuar kushteve që lehtësojnë aktivitetin e biznesit		69
Grafiku 4.6: Renditja e Shqipërisë referuar kushteve që lehtësojnë aktivitetin e biznesit		70
Grafiku 4.7: Renditja e Shqipërisë referuar kushteve që lehtësojnë aktivitetin e biznesit		70
Grafiku 4.8: Renditja e Shqipërisë për sa i përket lehtësisë së të bërit biznes		73
Grafiku 4.9: Indeksi i politikave të NVM-ve për Shqipërinë, viti 2012		75
Grafiku 5.1: Mosha e biznesit		92
Grafiku 5.2: Në cilin nga grupet e mëposhtme mund të klasifikohet biznesi juaj?		92
Grafiku 5.3: Vështirësi në gjetjen e njerëzve të kualifikuar		96
Grafiku 5.4: Fushat e trajnimit		96
Grafiku 5.5: Konkurrenca		98

KAPITULLI I

1. Hyrje

Krijimi dhe rritja e bizneseve të reja është në qendër të procesit të tranzicionit. Kjo për shkak se ndryshimi i sistemit ekonomik nga komunizmi në kapitalizëm nënkupton një rishpërndarje të burimeve, proces në të cilin firmat e reja janë aktorët kryesorë (shih Olson 1992). Në krahasim me situatat e tjera të liberalizimit, firmat ekzistuese janë më pak të prirura të jenë motori i ndryshimeve strukturore, sepse ato janë vetë institucione të sistemit të planifikimit dhe duhet të jenë subjekt i reformave të mëdha. Kështu, ndërsa ekonomistët kanë theksuar tri shtyllat e "Konsensusit të Uashingtonit" - stabilizimi, liberalizimi dhe privatizimi (Banka Botërore 1996) - analistë si Kornai (1990) dhe McMillan&Woodruff (2002) kanë argumentuar se krijimi i firmave të reja do të jetë mekanizmi kryesor i tranzicionit. Si një periudhë ndryshimesh ekonomike dhe institucionale, tranzicioni krijon mundësi të panumërta për sipërmarrësit, nxitje për novacion dhe efikasitet (Hayek 1945).

Ekonomitë në tranzicion i nisën reformat e tyre pa një kuadër të plotë ligjor dhe institucional, të nevojshëm për të krijuar bazat e ekonomisë së tregut dhe sipërmarrjes (shih Verheul *et al* (2002), Chilosi 2001). Nga ana e vet, mjedisi institucional ka krijuar në numër barrierash për hyrjen në treg dhe më tej për rritjen e firmave të reja. Kjo i ka penguar sipërmarrësit të shfrytëzojnë plotësisht shanset e krijuara nga tranzicioni. Në fakt, në shumë vende, kaosi që shoqëroi reformat transformuese bëri që ish elita e komunizmit të bllokonte tregun (Boycko, Shleifer dhe Vishny 1995).

Një sipërmarrje e suksesshme varet jo vetëm në konditat fillestare në ekonomitë në tranzicion, por gjithashtu në shpejtësinë dhe konsistencën me të cilën është zbatuar procesi i reformave. Pavarësisht mjedisit shpesh herë jo të përshtatshëm, vihet re një ekspansion i sektorit privat në ekonomitë në tranzicion. Pjesa mesatare e të ardhurave të sektorit privat në GDP-në e vendeve të Evropës Juglindore u rrit nga pothuajse zero në 1989, në rreth 62 përqind në 2001, dhe mbi 80 përqind në vitet 2010.

Një pyetje e vazhdueshme që shtrohet para menaxhimit është pse bizneset nuk rriten. Një nga mënyrat e mundshme të shpjegimit të kësaj pyetje është përmes nocionit të pengesave të rritjes. Këto pengesa janë përkufizuar përgjithësisht si faktorë apo kondita të brendshme apo të jashtme që kufizojnë potencialin e rritjes në firmat që dëshirojnë të rriten (Storey,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

1994). Qëllimi kryesor i këtij punimi është njohja e këtyre pengesave për rritjen e bizneseve të vogla. Për të arritur këtë qëllim, janë ndërmarrë tre studime me pronarët/menaxherët e biznesit të vogël në Tiranë.

Ky kapitull i shkurtër hyrës ofron një pasqyrë të përgjithshme të punimit. Ai fillon me një diskutim të rëndësisë së temës së hulumtimit, brenda kontekstit më të gjerë të hulumtimit mbi bizneset e vogla - një "biznes i vogël" do të konsiderohet biznesi i cili pronësohet dhe menaxhohet në mënyrë të pavarur, dhe ka një pjesë të vogël të tregut (Bolton Report, 1971). Kapitulli më pas analizon literaturën relevante dhe identifikon hendekun e krijuar në hulumtimet aktuale. Ai vazhdon me diskutimin e qëllimeve të studimit, kufizimet e tij, dhe një vështrim të shkurtër të gjithë kapitujve të tezës.

1.1 Rëndësia e studimit

Rëndësia e këtij studimi është në ofrimin e një pamjeje më të plotë të rritjes së biznesit të vogël dhe faktorëve kritikë që ndikojnë në suksesin apo mosesuksin e tij. Kjo është arritur duke analizuar një numër të madh faktorësh, duke u përqendruar më tej në pengesat për rritjen e biznesit të vogël, dhe duke e zgjeruar këtë kuptim përtej kontekstit të ekonomive të maturuara të tregut, në ekonomitë në tranzicion, të planifikuara më parë.

Përfitimet e rritjes së biznesit të vogël janë të mëdha. Në nivel ekonomie përfitimet përfshijnë krijimin e pasurisë, vendeve të punës dhe inovacionin (p.sh. Carter-Jones dhe Evans, 2006). Në nivelin e firmës, përfitimet, të cilat realizohen ose nga rritja e numrit të punonjësve ose shitjeve, shërbejnë për të zgjeruar bazën e burimeve dhe për të përmirësuar pozicionin konkurrues (Cardozo, Elder, T dhe Harmon, 1996). Në nivelin e individit, pronarët/menaxherët mund të përfitojnë nga 'aftësitë', 'mundësitë' dhe 'imazhi' që sjell rritja e biznesit (Cardozo et al., 1996). Megjithatë pavarësisht përfitimeve, vetëm pak firma të vogla rriten (Storey, 1994; Kirchoff, 1994) dhe shumica e firmave të reja qëndrojnë të vogla ose dështojnë (Loveman dhe Sengenberger, 1990); dhe shpesh "shumë firma vdesin të reja" (Cressy, 2006).

Në kërkimin e tyre rreth rritjes së bizneseve të vogla, Davidsson, Achtenhagen dhe Naldi (2004) sugjerojnë se arsyt pse pak firma rriten janë të ndryshme dhe vinin theksin në faktin se shumë firma operojnë në industri të pjekura ku potenciali i rritjes është pothuajse zero; nga ana tjetër, dështimi për të realizuar rritjen vjen nga shkaku se themeluesit e bizneseve nuk kanë vullnetin apo aftësitë për të inkurajuar rritjen, ose sepse disa faktorë të mjedisit pengojnë rritjen. Për sa më sipër konkludohet se rritja vjen si nga faktorët e brendshëm ashtu edhe ata të jashtëm, dhe këta faktorë ndonjëherë është e vështirë të ndahen. Në këtë këndvështrim, si faktorë kritikë të rritjes mund të konsiderohen ata faktorë që veprojnë si "pengesat" të rritjes" (Davidsson, Achtenhagen dhe Naldi, 2004, f. 11). Megjithatë,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

pavarësisht nga influenca që ato kanë në rritjen, këtyre faktorëve i është dhënë një vëmendje modeste në punimin e cituar më lart.

Në mënyrë të ngjashme, faktorëve kritikë ju është dhënë një rëndësi modeste në përmbledhje të tjera të literaturës lidhur me rritjen e bizneseve të vogla, pavarësisht se kanë ofruar një “perspektivë alternative” ose trajtim ndryshe në të kuptuarit e rritjes së biznesit të vogël (p.sh. Storey, 1994; Deakins, 1999), pavarësisht se përbëjnë një fillesë të studimit në literaturën e bizneseve të vogël.

Mund të themi gjithashtu, se shumë studime në rritjen e biznesit të vogël janë fokusuar në ekonomitë e tregut të maturuara, përgjithësisht në ekonomitë e Amerikës së Veriut dhe Evropës Perëndimore, ndërsa kjo temë është më pak e njohur kur bëhet fjalë për ekonomitë në tranzicion, ish ekonomitë e planifikuara. Ekonomitë në tranzicion, në këtë punim, janë të përcaktuara si ekonomi tranzitore, një herë e një kohë pjesë e Sistemit Socialist, ekonomitë të cilat përfshijnë Bashkimin Sovjetik, Shqipërinë, Bullgarinë, Çekosllovakinë, Hungarinë, Poloninë, dhe Rumaninë. (Peng, 2000: 14). Dekadat e fundit, studimet në ekonomitë e tranzicionit janë përqendruar më shumë në problemet e menaxhimit, apo në efikasitetin e ish kompanive shtetërore (p.sh., Meyer and Peng, 2005). Megjithatë, një vëmendje e madhe po i jepet zhvillimit të sektorit të bizneseve të vogla. Ka evidenca në literaturën e periudhës së tranzicionit të cilat sugjerojnë që zhvillimi i ndërmarrjeve dhe bizneseve të vogla është i rëndësishëm në ekonomitë e tranzicionit, por konditat për të nuk janë shumë optimale, dhe kjo për arsye të tregut institucional, të pazhvilluar (p.sh. Smallbone dhe Welter, 2006; Estrin, Meyer dhe Bychkova, 2006). Megjithatë, pak njihet në lidhje me mënyrën se si mendojnë dhe si veprojnë sipërmarrësit në ekonomitë e tranzicionit (Bruton, Ahlstrom dhe Obloy, 2008).

1.2 Përzgjedhja e literaturës së përshtatshme për kërkimin

Studimi aktual bazohet në disa drejtime të literaturës duke përfshirë zhvillimin dhe rritjen në përgjithësi, sipërmarrjet-bizneset e vogla, literaturën e periudhës së tranzicionit si dhe studimet psikologjike lidhur me sipërmarrjen.

Fillimisht është studiuar literatura që ka të bëjë me rritjen e bizneseve në përgjithësi (p.sh. Penrose, 1959), literatura e bizneseve të vogla (p.sh. Storey, 1994) si dhe literatura e bizneseve në ekonomitë në tranzicion (p.sh. McMillan dhe Woodruff, 2002).

Është studiuar një literaturë e gjerë për të investiguar kuptimin e faktorëve kritikë dhe lidhjen e tyre me zhvillimin e bizneseve të vogla në dy ekonomitë e tregut: tranzitore dhe të maturuara. Ky ekzaminim sugjeroi që shumë kërkime mbeten në supozimin që shumica e bizneseve dëshirojnë të rriten por ekzistojnë disa faktorë që e pengojnë rritjen.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Studiuesit janë përpjekur të kuptojnë llojet e barrierave që janë identifikuar nga vrojtimitet e firmave të vogla. Më tej qëllimi i tyre ka qenë të tregojnë se sa më të rëndësishme ose të shpeshta të jenë këto barriera për firmat, aq më të lidhura janë ato me mungesën e rritjes (Bartlett dhe Bukvić, 2001). Gjithsesi, këto studime nuk kanë treguar përse ose si këta faktorë ndikojnë në zhvillimin e biznesit, dhe nëse është e vërtetë përse ndikojnë. Në literaturën e këtyre viteve konstatohen disa mungesa, midis të cilave më të rëndësishme mund të konsiderojmë ‘pse dhe si barrierat ndikojnë mbi sjelljen ndaj rritjes të pronarëve/menaxherëve’.

Përveç literaturave të mësipërme, janë bërë studime të mëvonshme për njohjen e sipërmarrjeve si dhe disiplinës së sipërmarrjes, psikologjisë njohëse, etj. Janë bërë punime doktore për të analizuar lidhjen midis qëllimeve të sipërmarrësve dhe faktorëve kritikë të rritjes së bizneseve të vogla. Është konstatuar që faktorët kritik mund të ndikojnë në periudha të ndryshme të procesit të sipërmarrjes, veçanërisht ato mund të ndikojnë në formulimin e qëllimeve të biznesit dhe lidhjes ndërmjet qëllimeve dhe sjelljes (p.sh.. Krueger, 2003). Megjithatë, në ngjashmëri me studimet e mëparshme për faktorët që pengojnë rritjen e bizneseve të vogla, studimet lidhur me qëllimet e rritjes së bizneseve të vogla me një pronar/menaxher (p.sh. Kolvereid dhe Bullvåg, 1996) tentojnë të angazhohen më pak në relacionet midis barrierave dhe qëllimeve ose në mënyrën si barrierat ndikojnë në qëllimet për rritje.

Ndër punimet më të rëndësishme që vlejné për tu përmendur në këtë fushë janë:

Punimi	Autori	Komente
Entrepreneurship in Transition Economies (2006)	Saul Estrin, Klaus E. Meyer, Maria Bytchkova, London Business School	Përqëndrohen në zhvillimin e sipërmarrjes në ekonomitë në tranzicion, fazat, tiparet dhe problemet.
Investigating Barriers to SME Growth and Development in Transition Environment (2011)	Rachel Doern, Royal Holloway, London University	Ka studiuar në mënyrë të hollësishme, barrierat për rritjen e bizneseve në ekonomitë në tranzicion
Barriers to SME Growth in Slovenia (2001)	Will Bartlett, Vladimir Bukvić	Janë studiuar barrierat e rritjes së Bizneseve në Sloveni
Overcoming Barriers to the Growth of Firms in Macedonia (2009)	El-Hadj Bah <i>The University of Auckland</i>	Studim i bërë nga një projekt i Bankës Botërore, në disa vite të njëpasnjëshme në Maqedoni

Shënim: Përmbledhje e bërë nga autori

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Përpjekje janë bërë edhe në Shqipëri

Institutional constraints and SME growth in post-communist Albania (1994)	Mirela Xheneti, Emerald Insight	Analizohen problemet me të cilat u ndeshën bizneset e para në periudhën pas komuniste
Identifikimi i problemeve dhe barrierave që hasen nga biznesi në Shqipëri dhe përcaktimi i rrugëve për heqjen e tyre, (2012)	Biznes Albania Tiranë	Studim me 500 biznese në Shqipëri, mbi disa barrierat që janë evidentuar gjate tri viteve të fundit
Financial and Institutional Barriers to SME Growth in Albania: Results of an Enterprise Survey, 2001	Iraj Hashi Stafordshire University,	Studim me mbi 30 biznese në Shqipëri

Shënim: Përmbledhje e bërë nga autori

1.3 Arsyetimi i kërkimit

Kërkimet ekzistuese na ofrojnë një paraqitje jo të plotë të zhvillimit të biznesit të vogël duke neglizhuar studimet ekstensive në lidhje me barrierat e procesit të rritjes. Më tej, studimet mbi bizneset e vogla, përfshirë këtu edhe studimet mbi barrierat e rritjes së biznesit të vogël, kufizohen vetëm në disa punime individuale të disa kërkuesve të shkëputur (Jennings, Perren dhe Carter, 2005: 147).

Studimi aktual ndërmerr hapa modeste për të zgjidhur këto mangësi (në literaturën Shqiptare) duke i ekzaminuar faktorët kritik nga perspektiva e bizneseve të vogla me një pronar/menaxher, duke ndërmarrë një studim empirik sasior dhe njëkohësisht dy studime cilësore të bazuara në intervistat verbale. Studimi i parë është sasior dhe dy të tjerët përshkruar. Studimet bazohen në atë çfarë Davies, Hill dhe LaForge (1985) i janë referuar si metoda e “rrjedhës së studimit”, në të cilën rezultatet nga studimi i parë influencojnë mënyrën si do të zhvillohet studimi i dytë.

Së fundi, përsëritja e studimeve të mëparshme kërkimore për tregje dhe kontekste ekonomike të ndryshme është e rëndësishme për të vlerësuar besueshmërinë, vlefshmërinë, dhe aftësinë e këtyre studimeve. Nevoja për të zhvilluar një studim për një kontekst të caktuar (rasti i Shqipërisë) është me rëndësi jo vetëm për zhvillimin e bizneseve të vogla në Shqipëri, por dhe në literaturën e biznesit.

Studimi aktual mund të konsiderohet se fillon si një studim induktiv, i pasuar pas disa deduksioneve të bëra midis studimit të parë dhe të dytë, dhe së fundi përsëri vazhdojmë me

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

induksionin. Të tre studimet janë zhvilluar në Tiranë.

Në këtë studim, është ndjekur procesi i ilustruar në figurën 1.1. Studimi u zhvillua sipas fazave të figurës.

1.4 Qëllimet dhe kontributet

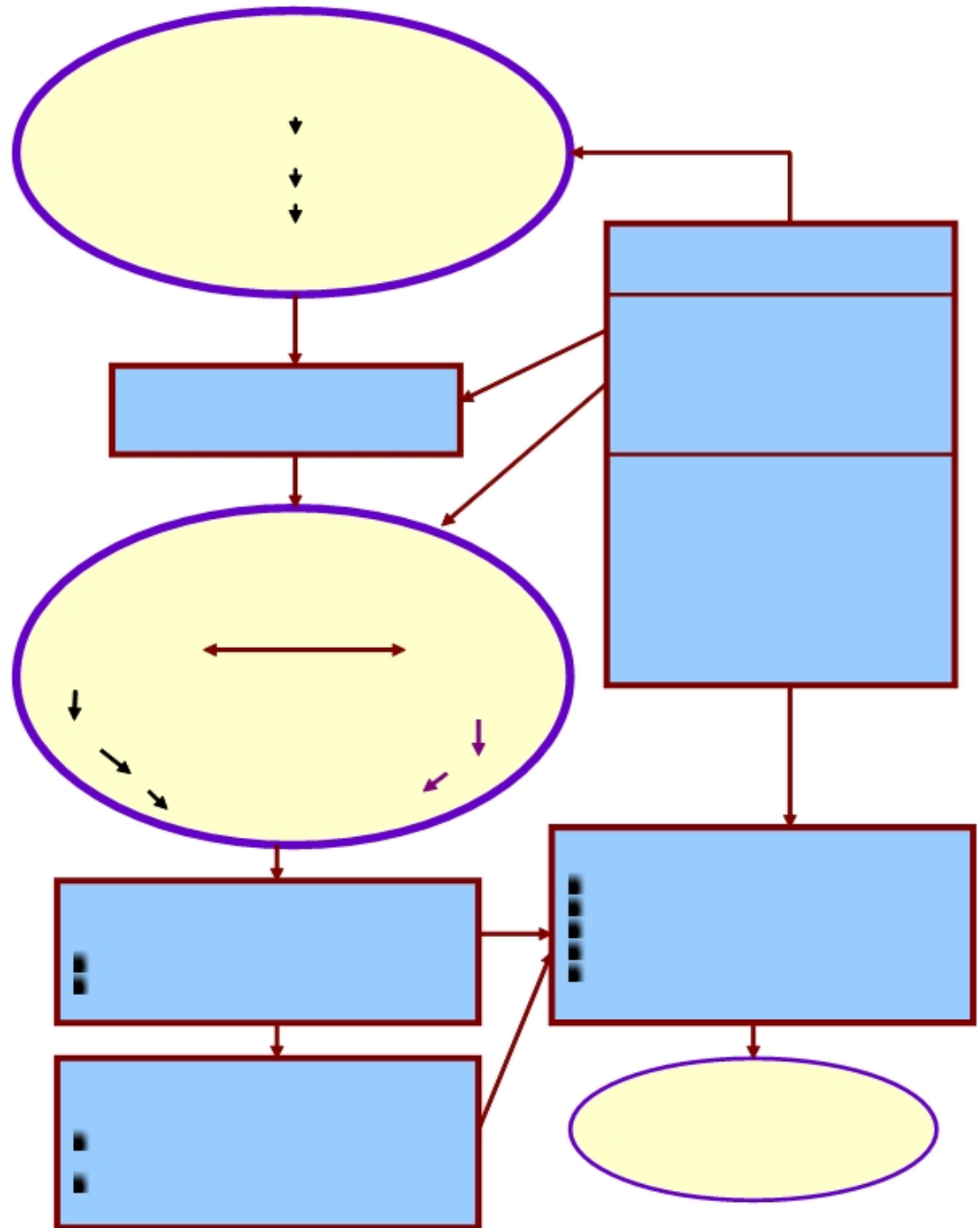
Punimi ka një qëllim të përgjithshëm dhe dy objektiva:

1. Për të kuptuar më mirë faktorët kritikë për rritjen e biznesit të vogël. Në veçanti,
 - i) Të analizojmë faktorët kritikë që pengojnë rritjen e biznesit të vogël nga perspektiva e pronarëve/menaxherëve duke vënë theksin në kuptimin e barrierave dhe kontekstin në të cilin ato perceptohen.
 - ii) Të eksplorojmë dhe ekzaminojmë si, ose mënyrat në të cilat, faktorët kritikë të perceptuar nga pronarët/menaxherët ndikojnë në qëllimet dhe sjelljen e tyre ndaj rritjes.

1.5 Kufizimet e kërkimit

Studimi ka disa kufizime. Së pari, studimi empirik është realizuar vetëm në Tiranë, Shqipëri. Së dyti, gjatë diskutimeve dhe intervistave, pyetjet u fokusuan vetëm në periudhën e kohës pas viteve 1995, deri në vitin 2014. Dhe së treti, gjatë mbledhjes dhe analizës së të dhënave, pengesat të rritjes janë konsideruar të gjithë ata faktorë të brendshëm dhe të jashtëm që ishin identifikuar nga pronarët/menaxherët, duke lënë jashtë studimit pengesat e '*fshhehta*' (të paperceptuara) (Kouriloff, 2000). Kufizime të tjera të këtij studimi janë diskutuar gjatë trajtimit të kapitujve analizues.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI



1.6 Struktura e punimit

Punimi përbëhet nga dy pjesë:

Pjesa e parë e tezës shqyrton kërkimet ekzistuese mbi faktorët kritikë të rritjes së biznesit të vogël dhe përshkruan kontekstin e punës empirike dhe gjetjet e dy studimeve fillestare, eksploruese. Këtu përfshihet një studim në terren për të njohur faktorët kritikë dhe relacionin që ata kanë me qëllimet e biznesit. Pjesa e parë mbulon kapitujt 2 deri në 4.

Kapitulli 2 shqyrton literaturën e biznesit të vogël/sipërmarrjes, literaturën e përgjithshme mbi rritjen e firmave dhe literaturën e tranzicionit, me qëllim që të krijohet një njohje mbi faktorët kritik për rritjen e biznesit të vogël. Në veçanti ai fokusohet mbi atë se si kanë evoluar studimet mbi faktorët që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël, cilat janë barrierat (si përkufizohen ato nga literatura konceptuale dhe empirike), cilat lloje të këtyre barrierave ndikojnë në rritje.

Në kapitullin e tretë bëhen përpjekje për të kuptuar barrierat e rritjes. Qëllimi i këtij kapitulli është që të shqyrtojë lidhjet e mundshme ndërmjet barrierave, qëllimeve të rritjes, dhe sjelljeve duke u mbështetur në literaturë. Në këtë mënyrë përcaktohet objektivi i dytë i këtij kërkimi: shqyrtimi i mënyrës se si barrierat e perceptuara mund të influencojnë sjelljet ose synimet e rritjes së pronarëve/menaxherëve. Kapitulli nxjerr në pah edhe psikologjinë njohëse, për të ekzaminuar lidhjet e mundshme “barriera-qëllime”.

Kapitulli i katërt bën një përmbledhje të shkurtër historike të zhvillimit të sipërmarrjes në Shqipëri. Ky kapitull ofron një këndvështrim të përgjithshëm të faktorëve të mjedisit që ndikojnë në rritjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël në Shqipëri, mënyrën si perceptohen barrierat e rritjes nga pjesëmarrësit në studim, me qëllim përdorimin e këtij informacioni për interpretimin e rezultateve të studimit. Gjithashtu ky kapitull do të shërbejë edhe për përcaktimin e kampionit të studiuar dhe llojit të informacionit të mbledhur. Në fund të këtij kapitulli analizohet mjedisi në të cilin operon biznesi i vogël. Kjo analizë ndihmon në interpretimin e rezultateve të nxjerra nga studimi empirik në kapitullin e pestë, gjashtë dhe shtatë.

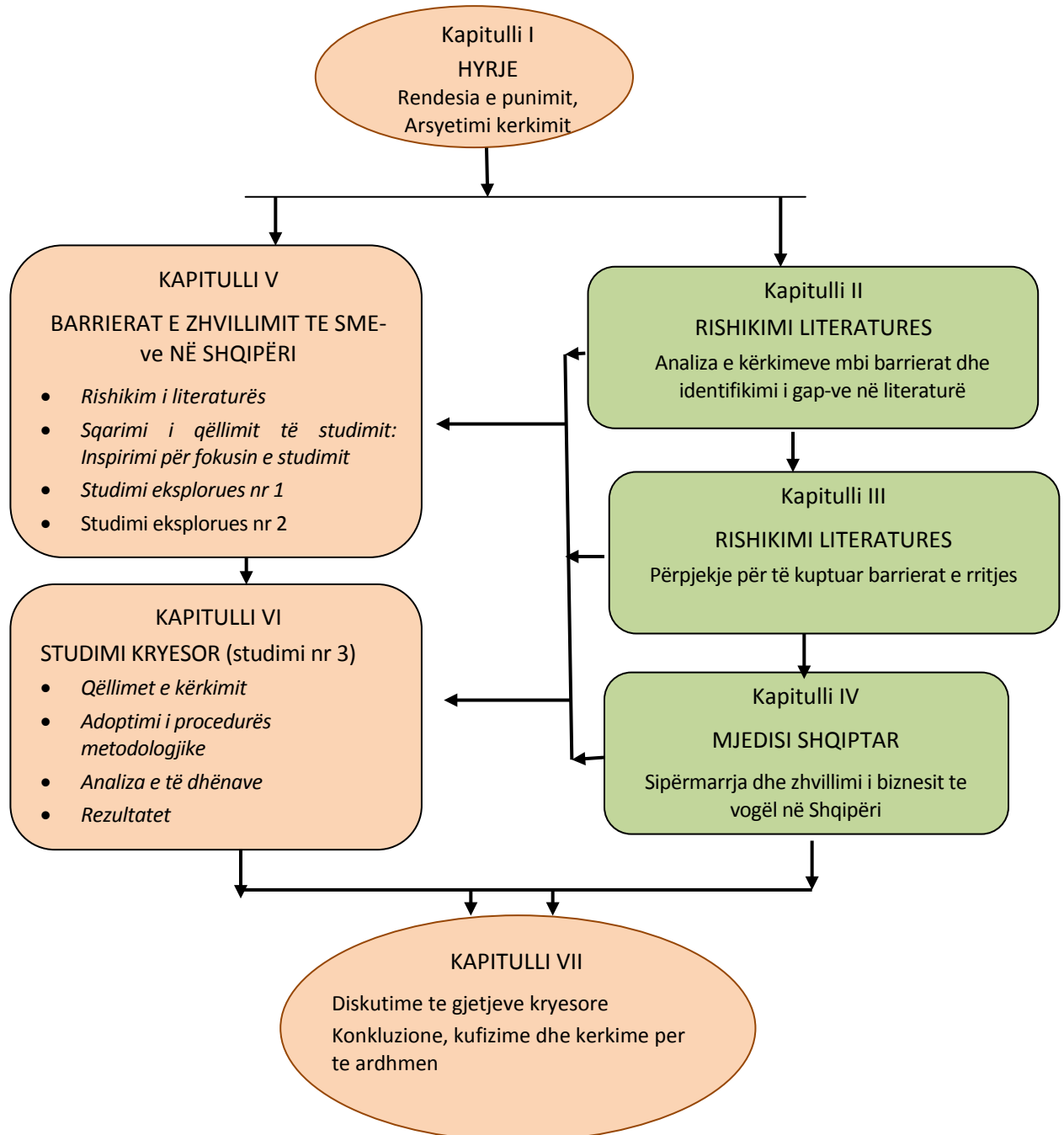
Pjesa e dytë e punimit përfshin metodologjinë dhe rezultatet e studimit të dytë (kapitujt 5, 6 deri 7).

Kapitulli i pestë i kthehet edhe njëherë literaturës, tashmë lidhur me barrierat e zhvillimit të SME-ve në Shqipëri. Këtu janë analizuar studimet e bëra për mjedisin shqiptar të zhvillimit të biznesit të vogël dhe të mesëm. Ky kapitull do të shërbejë si një bazë e rëndësishme ku do të mbështetet studimi i bërë nga autorja. Më tej në këtë kapitull shpalosen gjetjet e dy studimeve eksplorues, duke përfshirë intervistat me 69 biznese

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

(studimi i parë sasior) dhe me 10 pronarë/menaxherë dhe tetë stakeholders të bizneseve të vogla (këtu bëhet fjalë për financues, furnitorë, dhe të tjerë grupe interesi jashtë biznesit); bashkëbisedimet jo formale me studentë, me specialistë të biznesit, dhe miq që janë profesionistë të fushës (studimi i dytë).

Figura 1.2 –Struktura dhe lidhja midis kapitujve



Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Ky kapitull analizon hollësisht një objektiv të rëndësishëm të biznesit të vogël në një vend në tranzicion si Shqipëria, dëshira për rritje dhe faktorët që pengojnë këtë rritje dhe mënyra si ato perceptohen nga menaxherët/pronarët e bizneseve të vogla. Studimet bëjnë një hap të rëndësishëm për të kuptuar më mirë barrierat e rritjes së biznesit të vogël.

Kapitujt 2, 3 4, dhe 5 janë trajtuar njëkohësisht. Studimet e përshkruara në kapitullin e pestë u iniciuan për tjetër qëllim: për të eksploruar efektet e mjedisit të jashtëm në aktivitetet e planifikimit strategjik në bizneset shqiptare. Megjithatë, gjatë mbledhjes dhe analizës së të dhënave, rezultoi se, shqetësimi i pronarëve/menaxherëve rreth zhvillimit të biznesit të tyre kishte të bënte me sfidat, vështirësitë dhe problemet me të cilat ndesheshin firmat. Përmes një analize të mëtejshme u zbulua se faktorët kritikë të perceptuar nga menaxherët si pengues në rritjen e firmave të tyre, konsideroheshin si kushtëzues për zhvillimin e biznesit. Kjo do të thotë që edhe objektivat e biznesit hartoheshin duke u bazuar në këta faktorë.

Kjo bëri që të shqyrtonim literaturën mbi barrierat për rritjen e biznesit të vogël dhe të analizonim mjedisin e zhvillimit të biznesit në Shqipëri.

Kapitulli i gjashtë bën një analizë më të detajuar të kërimit të bërë mbi qëllimet e rritjes dhe relacionet midis qëllimeve dhe faktorëve kritik. Me qëllime të rritjes do të konsiderojmë mënyrën e të menduarit nga pronarët lidhur me alternativat e rritjes. Për këtë është përdorur një model (Rachel Doern, 2011) i cili përshkruan relacionet midis faktorëve pengues, qëllimeve të rritjes dhe sjelljes së pronarëve/menaxherëve. Ky model është përdorur për mbledhjen e të dhënave në studimin empirik. Kapitulli i gjashtë shpjegon gjithashtu pse metodologjia e përdorur në kërkim është kryesisht interpretuese.

Në kapitullin e gjashtë përshkruhen gjithashtu gjetjet e bëra nga studimi. Aty përshkruhen pjesëmarrësit kryesorë dhe llojet e faktorëve kritikë që u identifikuan gjatë intervistave. Këtu bëhet një përshkrim i gjerë i atyre faktorëve që konsiderohen nga pronarët/menaxherët si pengesa për rritjen e biznesit si dhe vihet theksi në ato barrierat që ndikojnë në qëllimet dhe sjelljen e pronarëve/menaxherëve.

Kapitulli i shtatë përmbledh dhe diskuton gjetjet e kërimit. Ai vlerëson arritjet, duke ju referuar qëllimeve dhe nën-qëllimeve të kërimit. Ky kapitull vlerëson gjithashtu kontributet dhe kufizimet e kërimit. Ai ofron disa sugjerime për politikë-bërësit, komunitetin e biznesit dhe komunitetin shkencor. Së fundmi këtu bëhen disa sugjerime për kërkimet në të ardhmen.

KAPITULLI II

Rishikimi i Literaturës

2.1. Hyrje

Rëndësia e kërkimit të bërë në këtë punim qëndron në ofrimin e një pikturë të plotë të rritjes së bizneseve të vogla, duke studiuar faktorët kritik të rritjes në vendet në tranzicion. Në këtë kapitull do të studiojmë literaturën lidhur me faktorët kritik që ndikojnë në rritjen e firmave. Meqenëse faktorët kritik pengues, apo barrierat, nënkuptojnë që “minojnë” rritjen (Davidsson, Achtenhagen dhe Naldi, 2004: 11), dhe meqenëse këto pengesa janë trajtuar në literaturën e biznesit të vogël (p.sh.. Storey, 1994; Davidsson, 1991), në literaturën e rritjes së bizneseve (p.sh. Penrose, 1959), dhe në literaturën e tranzicionit (p.sh. McMillan dhe Woodruff, 2002), organizimi optimal i literaturës ishte një sfidë. Ishte sfidë sepse kërkimet paraprake që kanë identifikuar cilat janë barrierat për rritjen e firmave, rezultojnë me lista të gjata të faktorëve që ndikojnë apo pengojnë rritjen e firmave, dhe shumë pak prej tyre e vënë theksin në probleme konceptuale apo teorike. Kombinimi i këtyre faktorëve krijoi trupin e kërkimit tonë.

Ky kapitull është organizuar në tre seksione kryesore:

Seksioni i parë krijon bazat për studimin. Ai përbëhet nga pesë pjesë. *Pjesa e parë* ofron një përshkrim të faktorëve kritik të rritjes si dhe arsyet pse akademikët apo politikë-bërësit janë të interesuar për to. *Pjesa e dytë* bën një rishikim të literaturës lidhur me karakteristikat e rritjes së bizneseve të vogla dhe stadet e rritjes; aty vihet theksi në relacionin midis stadeve të rritjes dhe faktorëve kritik që ndikojnë në rritjen. *Pjesa e tretë* përshkruan shkurtimisht zhvillimin e sipërmarrjes në ekonomitë e tranzicionit, ish të planifikuara. Fokusi këtu vendoset në shpjegimin pse zhvillimi i sipërmarrjes dhe biznesit të vogël janë të rëndësishëm në ekonomitë në tranzicion, dhe si ato kanë performuar. *Pjesa e katërt* detajon më tej faktorët që kanë penguar zhvillimin e bizneseve të vogla në ekonomitë në tranzicion.

Seksioni dytë analizon në mënyrë të drejtpërdrejtë literaturën mbi faktorët kritik që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël, dhe është ndarë në tre pjesë. Në *pjesën e parë* diskutohet si përkufizohet koncepti i faktorëve kritikë në literaturë. *Pjesa e dytë* analizon llojet e barrierave që identifikohen në literaturë – biznesi i vogël/sipërmarrja, rritja e përgjithshme dhe literatura e tranzicionit. *Pjesa e tretë* analizon si janë identifikuar dhe përkufizuar këta faktorë dhe mënyrën se si mund të matet ndikimi i tyre në rritjen e biznesit.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Seksioni i tretë analizon në mënyrë kritike si janë identifikuar, përkufizuar dhe matur barrierat që ndikojnë në rritjen e biznesit, duke vënë në dukje edhe boshllëqet që konstatohen.

2.2 Background

Seksioni i parë ndahet në pesë pjesë, duke filluar me një këndvështrim historik të shkurtër të kërkimit mbi faktorët që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël. Ndërkohë që kjo literaturë kryesisht ka lidhje me bizneset e vogla në ekonomitë e tregjeve të maturuara, shpesh i referohemi edhe literaturës që ka lidhje me ekonomitë ish të planifikuara.

2.2.1 Një këndvështrim historik

Bizneset e vogla në ekonomitë e tregut të maturuara, veçanërisht në Britaninë e Madhe dhe Shtetet e Bashkuara, kanë patur pak vëmendje nga politikë-bërësit ose studiuesit deri në fund të viteve 60-të, kur kontributet e tyre në ekonomi njiheshin kryesisht në termat e gjenerimit të punësimit. Firmat që rriteshin me ritme të shpejta kontribuonin në mënyrë disproporcionale në rritjen e punësimit. Në këtë kohë u bënë disa studime (p.sh. Bolton Report, 1971) për të krijuar profilin e bizneseve të vogla, për të analizuar problemet me të cilat ndesheshin këto biznese, për të përcaktuar nevojat e tyre, dhe për të bërë rekomandime për uljen e ndikimit të atyre faktorëve që besohesh se diskriminonin bizneset e vogla. Studimet e ndërmarra gjatë kësaj periudhe zbuluan se mbijetesa dhe rritja e këtyre bizneseve vareshin në disa faktorë apo kushte (p.sh. aksesimi në kapital). Këto çuan në zhvillimin e një sërë iniciativash.

Në fillim të viteve 90-të, lindi një trend i studimit dhe analizës së karakteristikave të bizneseve të vogla që rriteshin. Meqenëse burimet e këtyre firmave ishin të limituara, argumentohej se qeveritë mund të maksimizonin të ardhurat e këtyre bizneseve duke fokusuar përpjekjet në firmat që paraqisnin më tepër mundësi për rritje (p.sh. Holmes dhe Zimmewr, 1994); një strategji e njohur si ‘picking winners’. Kjo tendencë u pasua me studime empirike që nga UK deri në US, të cilat konkludonin se vetëm pak firma rriten (picking winners) (p.sh. Storey, 1994; Birch, 1987). Ndërsa nocioni i ‘picking winners’ më vonë u sfidua nga disa kërkues si jo efektiv (p.sh. Freel, 1998, 2000), për shkak të problemit të identifikimit të karakteristikave të firmave që rriten. Studimet synonin të identifikonin ata faktorë ose kondita të brendshme dhe të jashtme që kufizonin rritjen, veçanërisht ata faktorë të jashtëm që kanë lidhje me ndërhyrjen e qeverisë. Këta faktorë kufizues shpesh janë quajtur barriera, kufizime, probleme, dhe pengesa.

Në ekonomitë në tranzicion të ish Bashkimit Sovjetik dhe të Evropës Qendrore dhe Lindore (CEE), bizneset e vogla nuk përbënin ndonjë numër të madh dhe nuk kishin tërhequr vëmendjen e politikë-bërësve ose akademikëve deri në fund të viteve 90-të.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Sikundër në ekonomitë e maturuara, edhe në ekonomitë e reja në tranzicion, bizneset e vogla kontribuojnë në mënyrë disproporcionale në punësim, pavarësisht niveleve të ulëta të zhvillimit të biznesit të vogël në disa vende në tranzicion (Bartlett dhe Bukvić, 2001; Hanley, 2000; Broadman, 2000); kjo ka rritur vëmendjen ndaj zhvillimit të biznesit të vogël në këto vende. Identifikimi i problemeve me të cilat ndeshen këto biznese është parë si një mënyrë e përshtatshme për të monitoruar mbarëvajtjen e biznesit të vogël dhe angazhimin e qeverisë në hartimin e reformave për këtë sektor (p.sh. Bohatá dhe Mládek, 1999).

2.2.2 Faktorët kritikë. Përkufizimet dhe matësit e rritjes së biznesit

Meqenëse punimi fokuson faktorët kritikë që ndikojnë në rritjen e biznesit, përkufizimi i rritjes së biznesit na shërben për të orientuar kërkimin.

Rritja e biznesit është parë si një fenomen kompleks, shumë dimensional. Aspekti shumë dimensional i rritjes është studiuar nga Bridge, O'Neill dhe Cromie's (2003). Këta autorë e përkufizojnë rritjen e biznesit si:

“... lëvizja e biznesit drejt ambienteve më të mëdha, rritja e numrit të stafit, rritja e qarkullimit, krijimi i linjave të reja të prodhimit, blerja e një biznesi tjetër, e kështu me radhë” (p. 202).

Ajo që është e re në përkufizimin e Bridge et al. (2003) është se rritja përfaqëson një ndryshim sasior, ku me sasi nënkuptohen të ardhurat nga shitja, numri i punonjësve, ose kthimi në asetet (Liao, Welsch dhe Pistrui, 2001). Një ndryshim në shitjet, për shembull, u përdor nga Eisenhardt dhe Schoonhoven (1990) për të përkufizuar rritjen e biznesit, në studimin e tyre mbi ndërmarrjet e gjysmë përçuesve në Amerikë, në vitet 1978-1988. Ndryshimi këtu është matur me madhësinë e firmës. Starbuck (1965) e përkufizoi rritjen si “një ndryshim në madhësinë e organizatës, ku madhësia matet me anëtarët apo punonjësit e organizatës (p. 451). Weinzimmer et al. (1998) e konsiderojnë rritjen e biznesit si “një matës dinamik të ndryshimit në kohë” (p. 235). Rritja është konceptuar gjithashtu si një “proces zhvillimi” (Penrose, 1959: 1). Megjithatë, natyra e procesit të rritjes ka qenë e nënvleftësuar në literaturë, për shkak të mbivlerësimit të rritjes së të ardhurave, të cilës Davidsson et al. (2004) i referohen si “perspektiva e ndryshimit të madhësisë” (p. 1), të përshkruar më sipër.

Një tjetër aspekt i rëndësishëm i rritjes së biznesit, që e konsiderojmë me rëndësi për studimin tonë, është si është matur rritja. Pavarësisht përkufizimeve të prezantuara në fillim të këtij seksioni rreth rritjes së biznesit si një fenomen shumë dimensional, duhet theksuar se shumica e studimeve përdorin matës shumë dimensional të rritjes. Problemet që rezultojnë nga përdorimi i matësve shumë dimensional të rritjes janë diskutuar nga shumë autorë (shih

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Davidsson et al., 2004), dhe nuk do të jenë objekt i këtij kërkimi.

Për qëllime të kërkimit, është e rëndësishme të theksojmë se rritja e shitjeve ka qenë matësi më i përdorshëm në studimet e bëra në këtë fushë (Weinzimmer et al., 1998). Ndërkohë, në studimet me fokus bizneset e vogla, treguesi më i përdorur ka qenë rritja e punësimit (Storey, 1994). Tendenca për të përdorur matësit e punësimit në kërkimet për bizneset e vogla është shpjeguar nga Smallbone dhe Wyer (2006), si një tregues që politikë-bërësit janë të interesuar ta përmirësojnë. Këta autorë gjithashtu kanë theksuar se shifrat e punësimit konsiderohen më reale dhe më të pranueshme.

Delmar et al. (2003) kanë kontribuar në këtë diskutim duke pohuar se rritja e punësimit ose e shitjeve mund të konsiderohen si faktorë organik të brendshëm (Penrose, 1959), dhe e kanë burimin nga rritja e të ardhurave nga shitja, që gjenerohen nga zgjerimi i aktiviteteve të biznesit – ose nga blerjet apo shkrirjet. Shumica e firmave të vogla dhe të reja, tentojnë të rriten organikisht, kryesisht sepse nuk kanë të tjera burime të rritjes. Këtu duhet përmendur që rritja e numrit të punonjësve apo rritja e shitjeve mund të jenë të qëndrueshme apo të çrregullta. Ndërsa politikë-bërësit janë të interesuar për rritje të qëndrueshme, duhet përmendur se shumë pak nga këto firma rriten (aktualisht).

2.2.3 Zhvillimi i sipërmarrjes dhe biznesit të vogël në ekonomitë në tranzicion

Në këtë pjesë të tretë të seksionit të parë, argumentohet që zhvillimi i sipërmarrjes dhe biznesit të vogël janë tepër të rëndësishëm por me shumë kufizime në ekonomitë në tranzicion. Ato janë të limituara kryesisht prej zhvillimit të pamjaftueshëm të institucioneve me bazë tregun. Siç kemi diskutuar edhe në kapitullin e parë, me term ekonomi në tranzicion në këtë punim do të konsiderojmë ekonomitë që kanë funksionuar me sistem të planifikuar, ish socialiste për “një periudhë relativisht të gjatë kohe” (Peng, 2000: 14); ekonomi të tilla përfshijnë Bashkimin Sovjetik, Shqipërinë, Bullgarinë, ish Çekosllovakinë, Hungarinë, Poloninë dhe Rumaninë (Peng, 2000).

Krijimi dhe rritja e ndërmarrjeve të reja është në qendër të procesit të tranzicionit. Kjo është për shkak se ndryshimi në sistemin ekonomik, nga komunizmi në kapitalizëm, nënkupton një rishpërndarje të burimeve në të cilën firmat e reja duhet të jenë aktorët kryesorë. Ndërsa ekonomistët kanë theksuar tri shtyllat e "Konsensusit të Washingtonit" - stabilizimi, liberalizimi dhe privatizimi (Banka Botërore 1996) - analistë si Kornai (1990), McMillan dhe Woodruff (2002) argumentojnë se krijimi i firmave të reja do të jetë mekanizmi primar i tranzicionit.

Zhvillimi i sipërmarrjes dhe biznesit të vogël janë të rëndësishëm për ekonomitë në tranzicion për një numër arsyesh, disa nga të cilat janë të lidhura me mjedisin unik të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

tranzicionit dhe të tjerat janë më të përgjithshme. Krijimi dhe rritja e firmave të reja në ekonomitë në tranzicion konsiderohet si një komponent kritik për transformimin ekonomik të këtyre vendeve (McMillan dhe Woodruff, 2002). Rezulton se bizneset e reja ndihmojnë procesin e ristrukturimit duke ofruar një “frymëmarrje” gjatë procesit të recesionit (demonopolizimi dhe punësimi) (Winiecki, 2003). Së bashku me krijimin e vendeve të reja të punës, firmat e reja inkurajojnë praktika më të mira pune, krahasuar me ish ndërmarrjet shtetërore. Për më tepër ato i përgjigjen ‘praktikave të dobëta’ me sanksione ose edhe pushime nga puna. (Winiecki, 2003: 13). Gjithashtu, sipërmarrjet e vogla kontribuojnë në ofrimin e një game më të gjerë produktesh dhe shërbimesh dhe krijojnë mundësi punësimi për ata që janë të marxhinalizuar nga pikëpamja sociale (Scase, 1997: Smallbone dhe Welter, 2001).

Megjithatë, shumë biznese të reja në ekonomitë në tranzicion, nuk kanë qenë në gjendje të rriten dhe kanë dështuar në rolin e tyre transformues (Johnson dhe Loveman, 1995). Zhvillimi i sipërmarrjes në ekonomitë në tranzicion është mjaft i ndjeshëm ndaj mjedisit institucional (Estrin, Meyer dhe Bytchkova, 2006). Institucionet ofrojnë ‘rregullat e lojës’ që i japin formë aktiviteteve ekonomike. Ato përfshijnë institucionet ligjore dhe rregullatore, doganat dhe normat. Sipas Kolodko (2000), ndërtimi i institucioneve është ‘themeli’ i tranzicionit ekonomik (p. 273); ai përfaqëson një nga tre proceset paralele të tranzicionit nga një ekonomi e planifikuar në një ekonomi tregu, së bashku me liberalizimin e çmimeve dhe ristrukturimin mikroekonomik të kapaciteteve ekzistuese. Megjithatë, ndërtimi i institucioneve është një proces gradual dhe për këtë arsye, në ekonomitë në tranzicion, institucionet tentojnë të jenë “pjesërisht të instaluar” (Smallbone dhe Welter, 2006: 196). Nga ana tjetër, zhvillimi i pamjaftueshëm i institucioneve, është konsideruar faktor për ecurinë e ngadalshme të tranzicionit në disa vende (Kontorovich, 1999); dhe për dështimin në arritjen e një niveli zhvillimi të krahasueshëm me ato të Evropës Perëndimore (Bartlett dhe Bukvić, 2001; Hanley, 2000).

Si një periudhë ndryshimesh të mëdha ekonomike dhe institucionale, tranzicioni krijon mundësi të shumta për sipërmarrësit "e nivelit të ulët", për të transferuar burimet nga aktivitete me produktivitet të ulët në ato me produktivitet të lartë. Stimujt për inovacion janë një faktor i rëndësishëm në këtë proces (Kontorovich, 1999).

Megjithatë, ekonomitë në tranzicion filluan reformat e tyre me mungesë kuadri institucional dhe politikash nxitëse për krijimin e bazës për një ekonomi të tregut sipërmarrës. Përkundrazi, mjedisi institucional ka krijuar pengesa të shumta të reja të hyrjes, disa të përgjithshme dhe të tjerat unike të tranzicionit. Këto kanë penguar sipërmarrësit të shfrytëzojnë plotësisht mundësitë e krijuara nga tranzicioni. Për më tepër, mjedisi institucional është në evoluim të vazhdueshëm dhe procesi i reformave nuk i përgjigjet ndryshimeve të tregut. Në të vërtetë, në shumë vende në tranzicion, kaosi

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

lidhur me reformat transformuese ka çuar në një fortifikim të ish-elitës (Kogut 2000).

Pavarësisht mjedisit të papërshtatshëm, në ekonomitë ish komuniste u vu re një zgjerim i shpejtë i sektorit privat. Pjesa e sektorit privat në PBB u rrit nga pothuajse zero në vitin 1990, të paktën në ekonomitë e centralizuara si Çekoslovakia dhe Bashkimi Sovjetik, në 62 përqind në vitin 2001. Prandaj ekonomitë përjetuan një transformim të ngjashëm si në Kinë, sikundër deklaroi Deng Xiaoping, që në tetë vitet e para të reformës kineze lulëzuan "të gjitha llojet e ndërmarrjeve të vogla në fshat, sikur një ushtri e çuditshme u shfaq papritmas nga askund" (cituar nga McMillan dhe Woodruff, 2002).

Baumol (1990) argumenton se përkufizimi i sipërmarrësit duhet të pasqyrojë strukturat lokale. Në ekonomitë në tranzicion, kjo përfshin 'kasaphanën' e ndryshimeve të shpejta që rezultojnë me një mjedis me pasiguri të lartë, gamën e gjerë të mundësive të krijuara nga ristrukturimi i ekonomive të planifikuara, pabarazinë midis ofertës dhe kërkesës, institucionet e brishta apo vetëm të pjesshme të tregut dhe një shumëllojshmëri të rregullave informale dhe sjellje të cilat janë mbetje të së kaluarës komuniste. Megjithatë, ndërsa institucionet e tregut mungonin, niveli i aftësive profesionale dhe arsimore, dhe në disa raste investimet në teknologji ishin në të njëjtin nivel me botën e zhvilluar.

Procesi i tranzicionit mund të ndahet në disa faza që janë bërë shkas për lloje të ndryshme të sipërmarrjes. Në fazën e parë, në fillim të tranzicionit, ekuilibrimi i kërkesës dhe ofertës, manifestuar në rregullimin e çmimeve relative, krijojnë mundësitë kryesisht për llojin Kirznerian¹ të sipërmarrësit. Kjo është një periudhë e pasigurisë ekstreme, pasi nuk ka asnjë informacion të mëparshëm të tregut. Stabilizimi makroekonomik, që reflektohet nga inflacioni i reduktuar dhe rifillimi i rritjes ekonomike, redukton disi këtë pasiguri ekstreme dhe rrit stimulin për sipërmarrësit Schumpeterian. Në këtë fazë të dytë, mekanizmi i çmimeve mund të përdoret për të përcjellë informacion në lidhje me ofertën dhe kërkesën dhe stabiliteti makroekonomik redukton rreziqet e biznesit. Kjo lejon investimet në projekte më afatgjata dhe zbulon nevojat për projekte dhe teknologji të reja.

Në fazën e tretë, institucionet e tregut zhvillohen më tej dhe sigurojnë mekanizma më të mirë për koordinimin e burimeve, mbledhjen e informacionit dhe respektimin e detyrimeve kontraktuale.

Lindja e një ekonomie të tregut nga një ekonomi e planifikuar nënkupton një ndryshim të madh në alokimin e burimeve nga industria në shërbimet, nga prodhimi i brendshëm në prodhimin global, nga produktet gjysmë të gatshme në mallra përfundimtare. Ekonomitë e planifikuara ishin "mbi-industrializuar" – pjesa e industrisë në PBB ishte rreth 45-50

¹ Sipërmarrësi Kirznerian është një person i cili mbështet kryesisht në oportunitet fitimprurëse.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

përqind kundrejt më pak se 30 përqind në ekonomitë e zhvilluara të tregut, dhe prodhimi u fokusua në prodhimin e produkteve të ndërmjetme. Për më tepër, edhe pse shumica e vendeve komuniste ishin të vogla, ato nuk ishin shumë të hapura, sidomos ndaj fqinjëve të Evropës Perëndimore. Planifikuesit komunistë e kishin përqendruar tregtinë vetëm brenda bllokut komunist. Kështu reformat krijuan shumë mundësi në shërbimet, produktet përfundimtare dhe tregtinë ndërkombëtare.

Ekonomia e re e tregut lindi nga aktivitetet “gri dhe të zeza”. Planifikimi kishte çuar në mungesa të mallrave të konsumit, gjë që krijoi një mjedis të përshtatshëm për kontrabandistët, aktivitetet ilegale dhe kriminelët (McMillan dhe Woodruff, 2002).

2.2.4 Faktorët që kanë penguar zhvillimin e bizneseve të vogla në ekonomitë në tranzicion

Institucionet ndikojnë përpjekjet sipërmarrëse në dy mënyra. *Së pari* ato mund të pengojnë krijimin e firmave, duke ulur kështu numrin e përgjithshëm të hyrësve të rinj në treg. *Së dyti* ata mund të krijojnë pengesa për performancën e firmave, e matur kjo nga periudha e mbijetesës, rritja apo fitimet. Edhe pse tranzicioni krijoi mundësi të shumta për hyrjet e reja në treg, trashëgimia nga koha e ekonomisë së planifikuar ishte në shumë mënyra jo e favorshme dhe ka ndikuar për ta bërë mjedisin edhe më pak të favorshëm për sipërmarrësit.

Cilat janë disa nga barrierat me të cilat janë ndeshur sipërmarrësit, pronarët dhe menaxherët në ekonomitë në tranzicion?

1. *Barrierat financiare*: Tregjet financiare ishin deficiente dhe progresi në këtë fushë ishte shumë i ngadalshëm (EBRD, 2004) Në vitin 1994, vetëm pesë vende kishin arritur një renditje prej 3² për treguesit e tregut të kapitalit dhe situata nuk u përmirësua dukshëm deri në vitin 2000. Dhjetë vende nuk e kishin ndryshuar pozicionin e tyre në pesë vitet e fundit dhe situata ishte përkeqësuar në tre vende - Rusi, Sllovakia dhe Slloveni. Megjithatë, përbënin një diferencim të lehtë, Polonia dhe Hungaria që ishin pozicionuar në vendin e katërt dhe të tre shtetet baltike që ishin përmirësuar disi. Kështu tregjet financiare në tranzicion janë shpesh shumë të kufizuara dhe të pazhvilluara dhe struktura e tregut është shumë e përqendruar në bankat që shpesh kanë nivele të ulëta të efikasitetit. Sektori bankar është gjithashtu relativisht i papërvojë në kreditimin e sektorit privat, dhe financimin e projekteve në mënyrë të veçantë, dhe në këtë mënyrë i *mungojnë aftësitë organizative për të financuar bizneset sipërmarrëse* (Pissarides, F., Singer, M., & Svenjnar, J. 2003).

² Vlerësimi nga 1-7, ku 7 më e larta

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

2. *Mjedisi institucional.* Sistemi ligjor dhe institucional është sigurisht i papjekur, duke qenë se në shumë vende është prezantuar për herë të parë në vitet e para të tranzicionit. Shumica e ekonomive të Evropës Qendrore dhe Lindore kishin një kod të vjetruar komercial në vitin 1990, por, edhe këtu, ligjet e reja ishin të nevojshme për të përcaktuar konceptin e një firme private, dhe për të krijuar procedurat për hyrjen dhe falimentimin e firmave. Në shumë vende të Ballkanit, trashëgimia ligjore për një ekonomi tregu ishte edhe më e dobët. Në vakuumin ligjor pas rënies së komunizmit, *vështirësia në zbatimin e kontratave* ishte gjithashtu me rëndësi të madhe. Sipërmarrësit janë shpesh më të prekur nga korrupsioni dhe kornizat rregullative jo efektive, sepse ata nuk kanë fuqinë negociuese me burokracinë publike (Djankov et al 2004). Në të gjitha vendet në tranzicion, taksat, financimi dhe paqëndrueshmëria e politikave janë ndër tre problemet më të përmendura, ndërsa institucionet informale, të tilla si krimi apo funksionimi i gjyqësorit, janë përmendur më rrallë. Në analizën e tyre, Pissarides, Singer, dhe Svejnar (2003) zbulojnë se *normat e larta të interesit dhe pengesat për gjetjen e fondeve* janë më të vlerësuarat, ndjekur nga *'furnizuesit që nuk kanë mundësi për të livruar mallrat', 'problemet operationale'* dhe *'aksesi në tokën dhe ndërtesat'*.

Në ekonomitë në tranzicion, kostot e krijuara nga një *sistem joefikas ose i korruptuar i mbledhjes së taksave* mund të shtojnë ndjeshëm shpenzimet për drejtimin e një biznesi sipërmarrës. Disa evidenca për këtë mund të gjenden në studimin e Aidis dhe Mickiewicz (2004). Një studim i bërë nga Meyer et al (2005) gjithashtu nxjerr në pah *paqëndrueshmërinë e ligjeve dhe rregullave*, në vend të mungesës së tyre, si një pengesë të raportuar nga investitorët e huaj. Edhe pse kuadri rregullator në vendet në tranzicion është duke shkuar drejt përafrimit me legjislacionin e BE-së, procesi i ndryshimit si i tillë krijon kosto dhe pasiguri që ndikojnë bizneset.

Johnson et al (2000) konkludojnë se besimi i biznesit në *aftësinë e gjykatave* për të zbatuar kontratat ka një efekt negativ në rritjen e punësimit, megjithëse ky efekt nuk është i rëndësishëm në rritjen e shitjeve. Në vendet në tranzicion, sipërmarrësit duket se kanë pak besim në efikasitetin e sistemit gjyqësor.

3. *Faktorët socio-ekonomik dhe të kapitalit njerëzor.* Kapitali njerëzor është gjithashtu një përbërës i rëndësishëm në zhvillimin e biznesit, dhe kjo është konfirmuar nga Barberis et al (1996), të cilët tregojnë se kapitali njerëzor i ri ishte një përbërës i rëndësishëm për hyrjen e suksesshme në treg të firmave të vogla në vendet në tranzicion. Vendet në tranzicion janë relativisht mirë në aspektin e arsimit formal. Megjithatë, mjedisi social dhe kulturor është më pak i favorshëm. Regjimet socialiste, krijuan një shërbim arsimor dhe shëndetësor të gjerë, të cilat kontribuojnë pozitivisht në mjedisin e ri të krijuar. Si rezultat nivelet e arsimit janë të larta në ekonomitë në

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

tranzicion dhe standardet arsimore janë të krahasueshme me Evropën Perëndimore.

Një aspekt i rëndësishëm i kapitalit njerëzor është edhe *struktura e moshës së popullsisë*, kur shumica e sipërmarrësve janë në rangun e moshës 30 deri në 45. Struktura demografike e Evropës Qendrore dhe Lindore në shumë mënyra ngjan me atë të Evropës Perëndimore, me relativisht një numër më të madh të rinjsh. Kjo në vetvete mund të shihet si një pengesë për sipërmarrjen.

Ka edhe dëshmi se në vendet në tranzicion mungojnë *aftësitë menaxheriale*. Shumica e drejtorëve të lartë në ekonomitë në tranzicion kishin një background inxhinierik dhe mungonin aftësitë menaxheriale si dhe përvoja e tregut. Përqendrimi në planet afatgjata edukoi “lojën e sigurt” (shih Estrin 2001). Sipërmarrja në kuptimin e krijimit të bizneseve të reja private ka qenë e paligjshme në ish Bashkimin Sovjetik që nga viti 1917, dhe në Evropën Qendrore dhe Lindore pas vitit 1945. Për më tepër, u kthye në kulturë kundërshtimi me forcë i veprimtarisë sipërmarrëse. Pak dallim është bërë në media apo në perceptimin publik mes sipërmarrësit dhe kriminelëve.

2.2.5 Përmbledhje e Seksionit

Për të përmbledhur pikat kyçe të diskutuara në këtë seksion, së pari mund të themi se studimet në faktorët kritik që ndikojnë në rritjen e bizneseve të vogla janë zhvilluar kryesisht në ekonomitë e maturuara. Si rezultat është konkluduar në faktorët kritik që pengojnë rritjen e këtyre firmave, dhe ndikimi i këtyre faktorëve duhet minimizuar. Së dyti, barrierat për rritjen janë inkluduar në studime që kanë pasur qëllim identifikimin e karakteristikave të rritjes dhe problemeve që lindin në stadi të ndryshme të zhvillimit. Së treti, në ekonomitë në tranzicion, niveli i zhvillimit të sipërmarrjes dhe biznesit të vogël është i kufizuar për shkak të zhvillimit të kufizuar të institucioneve me bazë tregun. Për këto arsye, është konkluduar se bizneset e vogla kanë qenë të paafta të kontribuojnë në mënyrë të ndjeshme në tranzicionin ekonomik të këtyre vendeve, përfshirë edhe gjenerimin e punësimit.

Seksioni i dytë analizon më në detaje faktorët kritikë dhe relacionin e tyre me rritjen e biznesit.

2.3 Faktorët kritikë të rritjes

Seksioni i dytë ndahet në tre pjesë. Pjesa e parë prezanton konceptin e barrierave dhe diskuton si ato janë përkufizuar në literaturë. Pjesa e dytë bën një përmbledhje të shkurtër të studimeve të bëra lidhur me barrierat e rritjes, duke u përqendruar specifikisht në barrierat financiare, institucionale, që kanë lidhje me aftësitë dhe me tregun. Duke u mbështetur në këto studime, pjesa e tretë analizon si janë përkufizuar barrierat, dhe si është matur impakti i tyre në rritjen e bizneseve të vogla.

2.3.1 *Koncepti i barrierave*

Cilat janë barrierat e rritjes dhe si janë përshkruar ato në literaturë? Koncepti i barrierave të rritjes përshkruhet në katër mënyra: si faktorë apo kondita 1) që përfaqësojnë një hendek midis kushteve ekzistuese për rritje dhe atyre që janë të dëshirueshme, 2) që kanë influencë negative në rritjen e biznesit, kur rritja është e dëshirueshme, 3) janë të brendshme apo/dhe të jashtme për firmën, dhe 4) mund të menaxhohen apo kapërcehen.

1. *Barrierat si diferenca të perceptuara midis kushteve reale dhe atyre të dëshirueshme*

Sipas kësaj përjasje, koncepti i barrierave nënkupton një diferencë të perceptuar midis konceptimit individual të realitetit aktual dhe atij të dëshiruar (Barth, 2004). Perceptimi i barrierave apo çdo faktori që ndikon në rritjen e organizatës influencohet nga karakteristikat e individit, përfshirë njohurinë dhe motivimin (background, edukimi, eksperiencia), si dhe nga karakteristika të jashtme si stadi i rritjes, vendosja (location) dhe mjedisi kombëtar (Huang dhe Brown, 1999).

2. *Barrierat si influenca negative në rritjen e firmave, kur kjo është e dëshirueshme*

Sipas kësaj përjasje, koncepti i barrierave tenton të jetë negativ. Barrierat konsiderohen si faktorë që pengojnë rritjen e firmës kur *rritja është e dëshiruar*. Davidsson et al. (2004) shpjegojnë se “disa faktorë influencojnë rritjen kryesisht duke shërbyer si katalizatorë ndërsa të tjerët mund ta pengojnë atë” (p. 11). Sipas Storey (1994), literatura mbi barrierat, “supozon që një numër firmash dëshirojnë të rriten, por pengohen nga disa faktorë të quajtur barrierat” (p. 154). Ky vlerësim është bërë edhe nga autorë të tjerë (p.sh. Barth, 2004; Hartley dhe Hutton, 1989; Davidsson et al., 2004).

3. *Barrierat si faktorë të brendshëm apo të jashtëm*

Sipas kësaj përjasje, koncepti i barrierave është përshkruar, gjithashtu si faktorë të brendshëm dhe të jashtëm që influencojnë rritjen e biznesit. Sipas Smallbone dhe Wyer

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

(2006), barrierat varen nga influenca e sipërmarrësve apo nga madhësia e firmës dhe në këtë rast quhen të brendshme, ose varen nga influenca të mjedisit dhe quhen barrierat të jashtme. Barth (2004) argumentonte se pavarësisht ngjashmërive midis problemeve dhe barrierave, problemet kanë të bëjnë me mjedisin e brendshëm si probleme të menaxhimit apo organizacionale. Ndërkohë që barrierat përfshijnë dhe kushte të mjedisit të jashtëm (p. 53). Megjithatë, studiues të tjerë sugjerojnë se edhe problemet mund të jenë me natyrë të jashtme dhe përfshijnë njohuritë mbi tregun dhe planifikimin marketing (p.sh. Fullerton, Dodge dhe Robbins, 1994).

4. Barrierat si faktorë që duhen menaxhuar ose kapërcyer

Sipas kësaj përjasje, koncepti i barrierave nënkupton që ato duhen menaxhuar apo kapërcyer, nëse duam që firma të rritet. Nëse nuk ndërhyjmë në kohën e duhur, nga jashtë apo brenda firmës, rritja është e vështirë të ndodhë (Deakins, 1999). Koncepti i barrierave të rritjes shpesh është studiuar me konceptin e barrierave të novacionit (Barth 2004). Barth argumenton se kërkimet për barrierat e rritjes janë të ngjashme me ato të barrierave të novacionit, kur bëhet fjalë që ato duhen menaxhuar dhe për këtë qëllim duhen hartuar strategji (p. 53).

2.3.2 Çfarë lloje barrierash të rritjes diskutohen në literaturë?

Në pjesën e dytë të seksionit të dytë do të diskutojmë cilat janë barrierat e rritjes që janë identifikuar në literaturë. Për këtë janë zgjedhur tri rryma të studimeve: literatura në sipërmarrjen dhe biznesin e vogël, literatura mbi rritjen në përgjithësi, dhe literatura e tranzicionit.

Rishikimi i literaturës ka patur si qëllim të ofrojë përshkrimin e barrierave, klasifikimin e tyre, si dhe ndryshimin e barrierave në ekonominë e pjekura të tregut dhe ato në tranzicion.

Në studimin e bërë nga Advisory Council for Applied Research and Development (ACARD) në Britani, Barber et al. (1989) mblodhën shtatë ekspertë për të bërë një rishikim të literaturës mbi barrierat e rritjes në firmat e konsoliduara. Sipas tyre barrierat klasifikohen në tre fusha: 1) menaxhimi dhe motivimi, 2) burimet, 3) shanset dhe strukturat e tregut. Në një studim të dytë të bërë nga Barth (2004) si pjesë e disertacionit në kërkim të gradës doktor, ai i klasifikon barrierat në: 1) inovacioni, 2) eksporti dhe tregtia, 3) strategjia dhe planifikimi, dhe 4) manaxhimi. Një studim tjetër i barrierave është bërë nga Smallbone dhe Wyer (2006). Këta autorë i ndanë barrierat në dy klasifikime të mëdha, ato që kanë lidhje me 'kontekstin e brendshëm' (p.sh., kufizime të pronarëve/menaxherëve dhe madhësisë së firmës), dhe ato që kanë lidhje me 'kontekstin operues të jashtëm' (p.sh., industria dhe konkurrenca).

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Barrierat e rritjes janë klasifikuar në fusha më të ngushta nga Moy dhe Luk (2003), në studimin e tyre mbi barrierat e rritjes dhe zhvillimit në SME-të e Hong-Kongut. Në studimin e tyre ata identifikuan barrierat e mëposhtme: menaxhimi i produktit dhe marketingut, kapitali, pronarët, njerëzit dhe konkurrenca. Për sa i përket ekonomive në tranzicion, Bartlett dhe Bukvić (2001) përdorën grupimet e mëposhtme të barrierave në Sloveni: institucionale, të brendshme, financiare dhe sociale. Ndërkohë, Estrin, Meyer dhe Bytchkova (2006) kanë studiuar barrierat financiare, institucionale dhe njerëzore në ekonomitë e tranzicionit.

Rachel R. Doern (2011), ka studiuar barrierat për rritjen e biznesit të vogël në Rusi, duke i klasifikuar barrierat në: 1. *financiare*, 2. *të aftësive*, 3. *institucionale* dhe 4. *të tregut*. Për çdo klasifikim, janë identifikuar dhe përshkruar barrierat.

Në kërkimin tonë do të adaptojmë klasifikimin e bërë nga Rachel Doern.

1. Barrierat financiare

Barrierat financiare janë ndër më të debatuarat midis barrierave të rritjes. Studiuesit ndahen në mendimin se barrierat financiare janë të jashtme (të lidhura me financimet) (Winborg dhe Landström, 2001), apo të brendshme (të lidhura me kërkesën për financime). Opinione të ndryshme kemi lidhur me menaxhimin e këtyre barrierave apo ndikimin që ato kanë në rritjen e firmave.

Mbrojtësit e argumentit se barrierat financiare janë të jashtme, sugjerojnë që këto barrierat duhet të zhduken, nëse dëshirojmë rritje të biznesit. Këto barrierat përfshijnë mungesën e aksesit në kapital (p.sh., oferta e limituar nga bankat, kapitali) dhe koston e lartë të kapitalit (p.sh., normat e larta të interesit, kërkesat për kolateral).

Mungesa e aksesit në kapital varet nga disa faktorë si qëndrimet e huadhënësve kundrejt bizneseve ose mungesa e informacionit. Argumentohet se koston e lartë të kapitalit i detyrojnë sipërmarrësit të mbështeten në burimet e brendshme financiare, ose të marrin hua shuma të vogla kapitali, duke rezultuar në mundësi të kufizuara për rritjen (Casson, 2005). Nga ana tjetër, sasi të kufizuara të kapitalit, veçanërisht gjatë stadive të para të zhvillimit, mund të kenë ndikim negativ në rritjen e firmës në të ardhmen, ndikime që përfshijnë reduktimin e burimeve për një seri aktivitesh si marketingu, pajisjet, rekrutimet dhe trajnimet, etj. (Fielden, Davidson dhe Makin, 2000).

Pronarët/menaxherët e firmave të vogla raportojnë se aksesit në financime është i vështirë. Në intervistat me 20 pronarë/menaxherë të lartë të SME-ve (më pak se 300 punonjës) në Skoci, Keogh dhe Evans (1999), zbulojnë se aksesit në financime është ndër barrierat më të rëndësishme. Megjithatë në këtë studim nuk është e qartë 1) pse aksesit është problematik; 2)

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

cilat lloje financimesh janë problematike dhe 3) si mungesa e aksesit ndikon në rritjen e biznesit. (Kufizime të punimit të pranuar nga autorët)

Në ekonomitë në tranzicion, barrierat financiare për rritjen dhe zhvillimin e bizneseve të vogla, ‘rëndohen’ nga një mjedis institucional i pazhvilluar (Chilosi, 2001; Pissarides, 1999). Pissarides (1999) ka argumentuar se në ekonomitë në tranzicion në Evropën Qendrore-Lindore, si institucionet financiare ashtu edhe ato ekonomike kanë nënvleftësuar metodat tradicionale të kreditimit. Gjithashtu bankat në këto vende, krahasuar me ato të vendeve të Evropës Perëndimore, janë më tepër të predispozura të punojnë me organizmat shtetërore, duke bërë që bizneset e vogla të përballen me norma të larta interesi dhe kërkesa të larta për kolateral. Pissarides konstaton se një tjetër faktor që e bën të vështirë aksesin në financat të bizneseve të vogla është se bizneset e vogla kanë tendencën të raportojnë fitime dhe qarkullime më të vogla se realet. Johnson, McMillan dhe Woodruff (2000) kanë konkluduar se në ekonomitë në tranzicion informacioni mbi huadhënien nuk është i plotë, gjë që bën që pasiguria e investimeve të jetë e lartë. Për këto arsye Pissarides konkludon se “mungesa e financave kushtëzon rritjen e SME-ve në këto vende” (p. 519).

Si konkluzion, nga studime të ndryshme, rezulton se barrierat nga ana e ofertës (aksesi në kapital dhe kosto e lartë e kapitalit), konsiderohen nga menaxherët në ekonomitë në tranzicion si barriera të rëndësishme apo shumë të rëndësishme. Për të ilustruar këtë konkluzion, Pissarides, Singer dhe Svejnar (2003) vrojtuan 216 firma Ruse dhe 221 Bullgare. CEO-ve ju paraqitën një listë objektivash dhe ju kërkua që ti vlerësonin me një shkallë nga 1 deri në 5 (përkatësisht 1, aspak e rëndësishme deri 5, shumë e rëndësishme). CEO-të e konsideruan “fitimin” dhe “maksimizimin e prodhimit” si objektivat më të rëndësishme, ndërsa “aksesi në financat” dhe kosto e lartë e kapitalit” u konsideruan si pengesat më të rëndësishme.

Duke përdorur një metodologji të ngjashme me Pissarides et al. (2003), Bartlett dhe Bukvić (2001) konkluduan se kosto e kredidhënies dhe kolaterali i lartë ishin ndër barrierat më të rëndësishme për 173 bizneset e studiuara. Hashi (2001) studioi barrierat e rritjes në 50-të SME Shqiptare. Ai shkoi më tej duke identifikuar jo vetëm faktorët më të rëndësishëm të rritjes, por edhe efektet ndërvepruese të tyre. Hashi zbuloi se barrierat financiare në shumicën e rasteve shoqëroheshin me barrierat institucionale, dhe të kombinuara ato ndikonin në rritjen e firmave.

Ndërkohë që studimet e mësipërme konfirmojnë se barrierat financiare perceptohen si të rëndësishme për rritjen dhe zhvillimin e bizneseve të vogla, nuk është evidentuar një efekt shkak-pasojë i qartë midis barrierave financiare dhe rritjes së firmave.

Nga ana tjetër kërkimet e fokusuara në barrierat nga ana e kërkesës konstatojnë se këto janë

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

më pak dominuese në ekonomitë në tranzicion krahasuar me ekonomitë e zhvilluara. Në studimin e Hashi (2001) një pjesë e pjesëmarrësve (58 përqind) raportonin se nuk do të aplikonin për kredi, ose sepse nuk kanë nevojë për të, ose sepse ishin të sigurt që aplikimi i tyre nuk do të ishte i suksesshëm. Në rastin e parë, të pyeturit nuk aplikonin sepse kishin burimet e veta. Në rastin e dytë ato kishin 'frikë' nga dështimi (ndofta për shkak të problemeve të vendit). Në një tjetër studim, Bratkowski, Grosfeld, dhe Rostowski's (2000) vrojtuan 281 firma të reja në Republikën Çeke, Hungari dhe Poloni dhe zbuluan se kërkesa për kredi bankare rritej nëse firmat kishin marrë kredi në të kaluarën. Këto konkluzione kanë dy shpjegime. Së pari, mungesa e familjaritetit me procedurat e marrjes së kredisë mund të kthehet në një barrierë rritje. Së dyti, të qenit i suksesshëm në marrjen e një kredie në të kaluarën i jep pronarëve besim për një ri-aplikim për kredi.

Nga studimet konkludojmë se ndërsa barrierat e anës së kërkesës janë të rëndësishme dhe duhet të njihen, ekzistojnë edhe barrierat e jashtme të anës së ofertës. Për faktin se të dytat, barrierat e jashtme ndikojnë negativisht në qëndrimet ndaj kapitalit nga jashtë, ato mund të ndikojnë edhe në barrierat e brendshme. Prandaj është e vështirë që këto barrierat të trajtohen në mënyrë të izoluar.

Në një studim të bërë nga Arendarski, Mroczkowski, dhe Sood (1994) i 100 firmave të vogla (më pak se 20 punonjës), në disa rajone të Polonisë, autorët zbuluan se afërsisht 77 përqind e pronarëve mbështeteshin në kapitalin e tyre, ndërsa 20 përqind mbështeteshin në kapitalin e shokëve dhe familjes. Arendarski et al (1994) konkluduan se duke bërë krahasimin me firmat e ekonomive të zhvilluara, pengesat financiare në vendet në tranzicion janë më të larta dhe më të rëndësishme për rritjen e firmave.

Sipas një studimi të bërë nga U.S. Small Business Administration, në 1998, afërsisht 55 përqind e firmave të vogla në Amerikë merrnin kredi nga bankat, ndërsa në Rusi, në vitin 2000, sipas Komitetit të Statistikave, 75 përqind e kapitalit të investuar vinin nga burime private (St. Petersburg Times, 2001).

Nga studimet e mësipërme konkludojmë se barrierat financiare të larta në vendet në tranzicion kanë frenuar në një farë mase investimet në këto vende. Shumica e bizneseve, veçanërisht në fillimet e tranzicionit, mbështeten në burimet e veta financiare.

2 Barrierat e aftësive

Barrierat që kanë lidhje me aftësitë përfshijnë mungesën e edukimit, ose aftësive dhe eksperiencës së pronarëve/menaxherëve dhe punonjësve. Këto barrierat mund të përmbledhen si kapitali njerëzor. (Rauch, Frese dhe Utsch, 2005). Relacionet midis kapitalit njerëzor dhe rritjes së biznesit janë studiuar gjerësisht (p.sh. Dyke, Fischer dhe Reuber,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

1992). Me përjashtim të ndonjë informacioni kontradiktor, nga kërkimet rezulton se kemi një relacion pozitiv midis rritjes së biznesit të vogël dhe kapitalit njerëzor (Storey, 1994). Mungesa e punëtorëve të kualifikuar në rang kombëtar, ose në rang industrie, apo niveli i lartë i analfabetizmit konsiderohen si barriera të jashtme.

Barrierat e aftësive mund të ndikojnë negativisht në proceset e vendimmarrjes dhe për pasojë në rritjen e biznesit. Casson (1982) pohon se me rritjen e një biznesi, bëhet shumë i rëndësishëm delegimi i marrjes së vendimeve në nivelet e ulëta, në punonjës që nuk janë më pjesëtarë të familjes së pronarit. Megjithatë, ekzistojnë disa faktorë që ndikojnë në aftësitë e firmës për të thithur punonjës të kualifikuar. Në hapat e para të biznesit, pronarët/menaxherët mund të ndërhyjnë në procesin e marrjes së vendimeve, nëse ata janë mosbesues ndaj menaxherëve perspektivë të biznesit të tyre. Kjo mund të ndodhë edhe në rast se vetë pronari/menaxheri nuk ka qenë i aftë të gjejë ndjekës të aftë. Gjetja e njerëzve të aftë nënkupton që këta të fundit të kenë njohuri që menaxheri/pronari nuk i ka (Casson, 1982). Një tjetër faktor që mund të ndikojë në aftësinë e tërheqjes së njerëzve të aftë është edhe situata financiare e firmës – paaftësia e firmës për të ofruar paga dhe trajnime konkurruese.

Ekzistojnë evidenca që sugjerojnë se bizneseve të vogla i mungojnë aftësitë manaxheriale dhe ato të marketingut. Carter, Mason dhe Tagg (2006) vrojtuan 18,939 pronarë të bizneseve të vogla në Britaninë e Madhe. Pronarët identifikuan si mangësi të tyre aftësitë manaxheriale (32.7 përqind) dhe aftësitë e marketingut (30.2 përqind).

Sipas studiuësve të sipërpërmendur, meqenëse shumica e bizneseve të vogla tërheqin forcë pune të pakualifikuar, rëndësia e trajnimit rritet. Ndërkohë, bizneset e vogla nuk investojnë në trajnime. Mungesa e investimit në trajnime shpjegohet nga këndvështrimi afatshkurtër, shqetësimi për humbjen e punonjësve të trajnuar, mungesa e ndërgjegjësimit për rëndësinë e trajnimit dhe perceptimi i trajnimit si i kushtueshëm. Carter, Mason dhe Tagg (2006) zbuluan se një pjesë e rëndësishme e pronarëve të vrojtuar në UK (52.1 përqind) ishin të gatshëm të bënin trajnime me financime të treta. Ata kanë konkluduar se trajnimi përfaqëson një investim, por pa të “potenciali i rritjes do të ishte i kufizuar” (p. 33). Megjithatë, Storey (1994) deklaroi të kundërtën, duke pohuar se as trajnimi i punëtorëve dhe as ai i menaxherëve nuk kanë impakt të rëndësishëm në rritjen e biznesit. Megjithatë, autorët pranojnë se të dy studimet kanë limitimet e veta.

Në ekonominë në tranzicion, shpesh pronarët/menaxherët dëshirojnë të rrisin (upgrade) aftësitë e tyre (Smallbone dhe Welter (2001)). Ato ja atribuojnë këtë “kërkesë të fshehtë” për trajnim, nga njëra anë mungesës së eksperiencës manaxheriale dhe nga ana tjetër nivelit të lartë të edukimit në këto vende (p. 256).

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Për sa i përket mungesës së eksperiencës, Smallbone dhe Welter (2001) zbuluan se afërsisht tre të katërtat (74 përqind) e pronarëve të SME-ve të vrojtuar në Moldavi, Bjellorusi dhe Ukrainë, që pretendonin se kishin eksperiencë, e kishin fituar këtë në ish ndërmarrjet shtetërore (p. 255). Megjithatë, në këndvështrimin e tyre, ishte e vështirë që kjo eksperiencë të transmetohej në bizneset private. Prag dhe Aidis (2007), në vrojtimin e bërë me 399 SME në Lituani, zbuluan se as eksperiencia paraprake dhe as eksperiencia në punë nuk ndikonin në mënyrë të rëndësishme në performacë. Sikundër Similar dhe Smallbone ashtu dhe Welter, shpjeguan se eksperiencia e kërkuar në bizneset private nuk është e njëjtë me atë që kërkohej në ndërmarrjet shtetërore. Këto konkluzione mund të shpjegojnë pse pronarët/menaxherët kanë raportuar dobësi dhe probleme manaxheriale.

Për sa i përket nivelit të edukimit, nuk ka ndonjë evidencë që të vërtetojë se në ekonomitë në tranzicion njerëzit janë më ‘të mirë edukuar’, dhe kjo mund të ketë ndikim pozitiv në rritjen e firmave.

Së fundi, vlen të theksohet se barrierat e aftësive në shumicën e rasteve konsiderohen si shumë të rëndësishme nga pronarët/menaxherët e vendeve në tranzicion. Ato shpesh konsiderohen më të rëndësishme se barrierat financiare apo institucionale. Për shembull, ‘mungesa e punëtorëve të kualifikuar’ dhe e ‘menaxherëve të përgatitur’ ishin renditur si faktorët kryesorë në rritjen e biznesit nga 100 pronarë/menaxherë të SME-ve në Çeki (Bohata dhe Mladek, 1999). Megjithatë, në studimin e bërë nga Bartlett dhe Bukvic (2001) me SME-të Sllovene, barrierat e aftësive nuk renditeshin ndër 10 të parat. Mundet, kjo për arsye se situata ekonomike në këto vende vazhdon të stabilizohet dhe me rritjen e kërkesës së tregut dhe konkurrencës, edhe rëndësia e barrierave të aftësive do të rritet.

3 Barrierat institucionale

Institucionet krijojnë ‘‘rregullat e lojës’’. Ato përfshijnë si pengesat formale ashtu edhe ato informale të cilat rregullojnë aktivitetet ekonomike duke influencuar në mjedisin social, ekonomik, teknologjik dhe politik brenda të cilit operojnë firmat (Scott dhe Meyer, 1994). Pengesat apo kufizimet formale i referohen ligjeve dhe rregulloreve, ndërsa kufizimet informale përfshijnë normat dhe zakonet që janë pjesë e kulturës. Është argumentuar se nëse kufizimet formale dështojnë, rritet roli i kufizimeve informale (Scott, 1994).

Institucionet bashkëpunojnë me organizatat për të dizenuar aktivitete ekonomike. Impakti i disa institucioneve në krijimin dhe rritjen e firmave mund të jetë negativ (shih Davidsson dhe Henreksson, 2002). Një arsye për këtë është se firmat e reja dhe të vogla, ndryshe nga firmat e mëdha, kanë vështirësi në krijimin e legjitimitetit³; duke nënkuptuar që ato nuk

³ Legjitimiteti është përkufizuar nga Suchman (1995) si: ‘‘një perceptim apo supozim i përgjithshëm që operacionet e një njësie (entiteti) janë plotësisht të dëshirueshme, apo të përshtatshme në kuadrin e një sistemi

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

bashkëveprojnë në mënyrë efektive me mjedisin institucional.

Kërkimet që analizojnë barrierat institucionale dhe rritjen e biznesit të vogël janë përqendruar në identifikimin e llojit të pengesave institucionale. Në tregjet e ekonomive të maturuara theksi është vënë në barrierat formale – ligjet dhe rregullat – p.sh. taksimi i lartë.

Davidsson dhe Henreksson (2002) kanë argumentuar se disa institucione mund të dekurajojnë aktivitetin sipërmarrës dhe rritjen e firmave. Në studimin e tyre ata kanë përcaktuar barrierat institucionale duke krahasuar aktivitetet e sipërmarrjes në Suedi me ato në Shtetet e Bashkuara. Midis të tjerave, taksimi i të ardhurave të sipërmarrjeve ishte shumë më i lartë. Ata konkluduan se taksimi, së bashku me disa rregullime të sektorëve të caktuar të ekonomisë, dhe legjislacioni i tregut të punës në Suedi kanë një efekt të kundërt në aktivitetet sipërmarrëse.

Studime të tjera kanë analizuar perceptimet e pronarëve/menaxherëve kundrejt faktorëve institucionalë. Për shembull, Carter et al. (2006) zbuluan se pronarët e bizneseve të vogla në UK kanë qenë më të pakënaqur me barrierat e mëposhtme: ‘kompleksiteti i legjislacionit’ (54 përqind), ‘volumi i legjislacionit’ (53 përqind), dhe ‘kosto e pajtueshmërisë’ (51 përqind) (f. 68). Të intervistuarit në sektorin e shërbimeve financiare raportonin nivele të larta pakënaqësie në drejtim të problemeve me legjislacionin; dhe autorët ja atribuonin këtë një regjimi legjislativ ‘strikt’ brenda sektorit.

Mjedisi institucional është konsideruar si faktori kryesor që bën dallimin midis sipërmarrjes në vendet në tranzicion dhe asaj në ekonomitë e planifikuara (Smallbone dhe Welter, 2006). Përpara periudhës së tranzicionit, regjimi i planifikimit shtetëror shërbente si kufizimi kryesor formal për sipërmarrjen; megjithatë, në tranzicion ai është zëvendësuar nga institucione të dobëta të tregut, dhe këto institucione janë zhvilluar shumë ngadalë (McMillan dhe Woodruff, 2002). Estrin, Meyer dhe Bychkova (2006), identifikuan disa nga pengesat institucionale që mendohet se ndikojnë në sipërmarrjen në vendet në tranzicion si ‘mungesa e institucioneve mbështetëse’, ‘barrierat administrative’, dhe ‘pagesat jo-ligjore’. Disa nga këto pengesa janë marrë në konsideratë në punimin tonë.

Në termat e barrierave administrative apo institucionale, një problem kyç në ekonomitë në tranzicion është konsideruar qartësia dhe shpeshësia e ndryshimit të legjislacionit. Mungesa e transparencës dhe volumi i legjislacionit u konsideruan si barrierat kryesore që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël (Balcerowicz, dhe Hashi, 1999). Manolova dhe Yan (2000)

normash, vlerash dhe besimesh.” (p. 574). Legjitimiteti i një organizate influencon në mënyrën si ajo ndërvepron me institucionet dhe mobilizon burimet për mbijetesë.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

zbuluan se disa firma të vogla Bullgare e përshkruanin legjislacionin si ‘kaotik’ ‘të paparashikueshëm’, ‘kontradiktor’, dhe pengesën kryesore për rritjen e bizneseve të vogla.

Taksimi i lartë është identifikuar të jetë një ndër pengesat institucionale më të rëndësishme për rritjen e biznesit të vogël në ekonomitë në tranzicion (p.sh. Aidis dhe Mickiewicz, 2004). Megjithatë është e paqartë se çfarë lloj taksimi është problematik – për shembull bëhet fjalë për taksat sociale, ose taksa të ndryshme rajonale apo lokale, ose nëse pakënaqësitë e taksimit kanë të bëjnë me bakshishet apo inspektorët e taksave.

Mbrojtja e të drejtës së autorit dhe detyrimet kontraktore në vendet në tranzicion tentojnë të jenë ‘të dobëta’ (shih Bohata dhe Mládek, 1999) dhe është përshkruar si një tjetër barrierë e rëndësishme për rritjen e firmave. McMillan dhe Woodruff (2002) shpjegojnë se gjatë stadeve të para të tranzicionit, institucionet ligjore janë të dobëta dhe jo të besueshme. Një studim krahasues i firmave të vogla në Poloni dhe Rusi zbulon se menaxherët rus në krahasim me ata Polak, mbështeten më tepër në mbrojtjen private se sa në zgjidhjen e çështjeve me gjyq (Frye dhe Shleifer, 1997). Në të dyja vendet menaxherët ishin skeptik për sa i përket aftësisë së gjykatave për zgjidhjen e çështjeve.

McMillan dhe Woodruff (2002) kanë argumentuar se ndërkohë që vetë-mbrojtja mund të jetë e mjaftueshme në fazat e para të zhvillimit të biznesit, me rritjen e firmave dhe njëkohësisht me rritjen e numrit të partnerëve nevoja për “sigurimin formal të kontratave” rritet (f. 163).

Meqenëse detyrimet formale janë të dobëta në ekonomitë në tranzicion, detyrimet informale kanë një rol të rëndësishëm. Ndërkohë, detyrimet informale kanë të bëjnë me normat dhe zakonet e mishëruara në kulturën (McMillan dhe Woodruff, 2002).

Lidhjet dhe komunikimi me zyrtarët janë konsideruar si kosto e papajtueshmërisë, pjesë e zhvillimit të biznesit në ekonomitë në tranzicion. Bohatá dhe Mládek (1999) i kërkuar pronarëve/menaxherëve të SME-ve në Çeki të vlerësojnë barrierat potenciale të rritjes në një shkallë që varion nga ‘shumë të lehta’ në ‘shumë të vështira’. Ata zbuluan se taksat dhe kontributet e larta dhe financat e pamjaftueshme ishin vlerësuar nga pronarët/menaxherët si barrierat më të rëndësishme. Një nga faktorët kyç të raportuar si pengesë për sigurimin e financimeve ishte ‘nevoja për tu lidhur me menaxherët e bankave’. Në studimin e tyre me bizneset e vogla në Bullgari, Manolova dhe Yan (2002) konkluduan se ‘relacionet personale’ me zyrtarët ishin një faktor i rëndësishëm (f. 173). Në mënyrë të ngjashme, në Rusi është e zakonshme që të bëhen përpjekje për të krijuar miqësi me zyrtarët e taksave (Smallbone dhe Welter, 2006).

Lidhjet me zyrtarët shpesh sigurohen nëpërmjet ryshfeteve. Një studim i bërë nga Johnson, McMillan dhe Woodruff (2002) zbulon se 90 përqind e menaxherëve rusë të vrojtuar i

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

paguajnë ryshfete zyrtarëve, krahasuar me 20 përqind e menaxherëve Polak që veprojnë në të njëjtën mënyrë (f. 9). Për më tepër, është zbuluar gjithashtu se ata menaxherë që raportojnë se paguanin ryshfete, kishin investuar 40 përqind më pak në bizneset e tyre në krahasim me diferencën që nuk pranonte se jepte ryshfete.

4 Barrierat e tregut

Ndërkohë që barrierat institucionale kishin të bënin me ligjet dhe rregulloret, zakonet dhe normat, barrierat e tregut përfshijnë faktorët që kanë lidhje me strukturën e tregjeve dhe sjelljen e konkurrencës dhe për pasojë, strategjitë konkurruese, kërkesën e tregut dhe eksportin (Westhead, Wright, dhe Ucbasaran, 2001). Barrierat e jashtme të tregut përfshijnë konvertimin e tregut dhe mungesën e kërkesës, ndërsa barrierat e brendshme mund të përfshijnë identifikimin e shanseve të tregut, duke zgjedhur produktin apo segmentin e tregut të gabuar (Davidsson, 2004).

Mund të themi se ekzistojnë shanset për rritje të biznesit kur tregu në të cilin firma shet produkte apo shërbime zgjerohet, ose kur firma zgjerohet më shpejt se tregu (ACOST, 1990). Megjithatë, janë disa faktorë që mund të vështirësojnë konkurrueshmërinë e biznesit. Kirzner (1979) argumenton se kufizimet e rritjes janë produkt i *paaftësisë së menaxhimit* për të perceptuar shanset për rritje. Ai argumentoi gjithashtu se menaxherët ndryshojnë për sa i përket aftësisë për të perceptuar shanset, ai sugjeron që menaxherët duhet të jenë vigjilent për të 'kapur shanset' dhe të kenë 'aftësinë t'i shohin ato' (f. 148).

Disa studime të bëra në ekonomitë e zhvilluara kanë identifikuar konkurrencën si një barrierë të rëndësishme për rritjen (p.sh. Hay dhe Kamshad, 1994; Moydshe Luk, 2003).

Në shumë ekonomi në tranzicion konkurrenca mbetet e limituar. Afërsisht një e treta e sipërmarrësve dhe menaxherëve (30 përqind) të vrojtuar në Bullgari (394 firma të vogla) raportojnë se nuk kishin ndonjë konkurrent (Bartlett dhe Rangelova, 1997: 326). Studiuesit konkluduan se në treg kishte vend për hyrjen e firmave të reja. Nga ana tjetër, shumica e të intervistuarve fokusoheshin vetëm në tregun e brendshëm (91 përqind të shitjeve) (p. 326). Një tranzicion ekonomik i suksesshëm varet në një farë mase në hyrjet në treg dhe konkurrencën midis firmave. Ekzistojnë evidenca që sugjerojnë se firmat do të rriteshin më shpejt dhe në mënyrë efikente në ato vende ku barrierat institucionale të hyrjes janë të ulta dhe konkurrenca është e lartë; dhe rriten më ngadalë kur barrierat e hyrjes janë të larta (Bohata dhe Mladek, 1999).

Meqenëse konkurrenca në ekonomitë në tranzicion ka qenë e kufizuar, nuk është surprizuese që intensiteti i konkurrencës nuk rezulton si një barrierë e rëndësishme tregu në studimet e zhvillimit të biznesit të vogël. Në barrierat e tregut përgjithësisht përfshihen: a)

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

‘barrierat e jashtme’ – p.sh. ‘kërkesa e ulët për produkte dhe shërbime’, ‘aksesi në lëndët e para’ dhe ‘pagesa me vonesë e faturave’ (Bartlett dhe Bukvić, 2001); b) ‘barrierat mjedisore’ – p.sh. ‘mungesa e informacionit’ dhe ‘fuqia e ulët blerëse’ (Aidis, 2003), dhe c) ‘konditat konkurruese dhe të mjedisit’ – p.sh. ‘veprimi i ligjit komercial’, ‘inflacioni’, dhe ‘jo-stabiliteti politik’ (Bohata dhe Mladek, 1999).

2.3.3 Përmbledhje e pjesës së dytë

Pjesa e dytë e seksionit të dytë mbështetet në tri shtylla të literaturës – literatura e biznesit të vogël/sipërmarrjes, literatura e rritjes së firmave dhe literatura e tranzicionit – me qëllim identifikimin e barrierave që mund të ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël dhe cili do të jetë kontributi i këtij studimi në njohjen e barrierave të rritjes së biznesit të vogël.

Nga rishikimi i literaturës konkludojmë se barrierat institucionale mund të kenë një efekt negativ në shpërndarjen e burimeve financiare në ekonomitë në tranzicion. Meqenëse kufizimet formale në këto ekonomi janë të dobëta, barrierat informale shfaqen më të rëndësishme, veçanërisht ato që kanë të bëjnë me lidhjet me zyrtarët.

Kur bëhet fjalë për barrierat e tregut, intensiteti i konkurrencës nuk shfaqet si një barrierë e rëndësishme në ekonomitë në tranzicion. Barrierat financiare, që kanë të bëjnë me ofertë-kërkesën për financa, rezultojnë që janë shumë të rëndësishme në ekonomitë në tranzicion. Aftësitë e kufizuara të marketingut dhe menaxhimit, rezultojnë shumë problematike në këto ekonomi në tranzicion si rezultat i historisë së shkurtër të zhvillimit të biznesit në këto vende.

Ky studim literature na ndihmon të njohim barrierat në disa mënyra, disa prej të cilave ne i analizojmë këtu. *Së pari*, ai tregon që pronarët/menaxherët i perceptojnë disa barrierat të jenë më të rëndësishme se disa të tjera, kur bëhet fjalë për rritjen e firmave. *Së dyti*, ai sugjeron se karakteristikat e firmës – mosha, madhësia dhe sektori – mund të ndikojnë në perceptimin e barrierave. *Së treti*, ai sugjeron që shumë barrierat të rritjes janë të ndërlydhura, megjithëse ndërveprimet përgjithësisht nuk janë analizuar. Për shembull, barrierat financiare të tilla si aksesitë në financa janë të lidhura me barrierat institucionale. Nga ana tjetër, aksesitë në financa ka lidhje me aftësitë dhe eksperiencën e pronarëve/menaxherëve. Gjithashtu, rezulton se aksesitë në fuqinë punëtore të kualifikuar mund të varet nga burimet financiare, dhe aftësia për të konkurruar mund të varet në aftësitë manaxheriale, aksesitë në financa dhe legjislacioni.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

2.4 Si janë identifikuar, përkufizuar dhe matur barrierat?

Evidencat mbi barrierat në rritjen e biznesit të vogël mbështeten në perceptimet e pronarëve/menaxherëve mbi barrierat. Megjithatë ka patur shumë studime kritike në të cilat argumentohet se perceptimet jo gjithmonë reflektojnë eksperiencën e pronarëve/menaxherëve. (Kitching, 2006; Estrin et al., 2006).

Perceptimet e pronarëve/menaxherëve mbi barrierat (p.sh. kufizimet, pengesat, sfidat, problemet, vështirësitë), në shumicën e rasteve janë mbledhur nga intervistat sasiore, pyetësorët e strukturuar. Në këto studime barrierat nuk përkufizohen në mënyrë konceptuale, por në formën e 'rëndësisë së perceptuar'. Barth (2004) ka konkluduar se mungesa e përkufizimeve konceptuale të barrierave të rritjes së biznesit të vogël, kufizojnë zhvillimin e kësaj fushe.

Për të identifikuar barrierat e rritjes, zakonisht pronarëve/menaxherëve u është dhënë një listë e barrierave potenciale të mundshme dhe u është kërkuar të zgjedhin vetëm ato barrierat që ata i perceptojnë të rëndësishme në zhvillimin e biznesit të vogël; ose u kërkohej t'i rendisnin barrierat sipas rëndësisë, vështirësisë apo ashpërsisë së perceptuar.

Një studim disi më ndryshe është bërë nga Hay dhe Khamshad (1994) të cilët u dhanë menaxherëve të SME-ve disa përkufizime të faktorëve të brendshëm dhe të jashtëm të rritjes dhe pastaj i kërkuan atyre të vlerësojnë me pikë, se cilët nga ata mund të pengojnë rritjen (Carter et al., 2000, 2002, 2004, 2006).

Për të analizuar efektet e barrierave në rritjen e biznesit, të gjithë ata faktorë që ishin vlerësuar si shumë të rëndësishëm, përpunoheshin më tej në modele regresioni. Kjo mënyrë është përdorur nga Bartlett dhe Bukvić (2001) në studimin e tyre për barrierat e rritjes në Slloveni. Këta studiues presupozonin se nëse një faktor raportohet si i rëndësishëm, kjo nënkuptonte "barriera të fuqishme" të cilat presupozohej "të reduktonin ritmet e rritjes së firmave" (p. 186). Bartlett dhe Bukvić ishin veçanërisht të interesuar në "vlerësimin e madhësisë së këtyre efekteve dhe identifikimin e variablave kyçe që duhet të merren në konsideratë nga politikë-bërësit me qëllim përmirësimin e rritjes së sektorit të SME-ve" (f. 186).

Perceptimet e barrierave shpesh janë mbledhur edhe nga intervista gjysmë të strukturuar. Keogh dhe Evans (1999) i pyetën menaxherët e 20 firmave të vogla në Aberdeen rreth strategjisë së biznesit, procesit të planifikimit, produktet/shërbimet, shpërndarja dhe proceset operacionale. Sa më shpesh të intervistuarit të përsërisnin një faktor, aq më e rëndësishme konsiderohej kjo barrierë nga studiuesit. Për shembull, nëse të intervistuarit raportonin se mungesa e punonjësve të kualifikuar ishte më problematike se të tjerat,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

barrierat e aftësive janë konsideruar si më të rëndësishmet në rritjen e firmave.

Duhet theksuar se në përgjithësi, barrierat e rritjes janë studiuar në kontekstin e mjedisit në të cilin bizneset operojnë. Davidsson dhe Henreksson (2002) dhe Carlsson (2002), për shembull, kur krahasuan aktivitete sipërmarrëse në Suedi dhe USA, rezultatet i shpjeguan me mjedisin e dobët institucional në Suedi. Po kështu, nivelet e ulëta të zhvillimit të biznesit në Rusi, krahasuar me Poloninë, janë shpjeguar me korrupsionin në Rusi. (Frye dhe Shleifer, 1997).

2.5 Kritikkat ndaj procedimit tradicional në studimin e faktorëve kritikë të rritjes

Studimet e mëparshme janë bazuar në tre supozime. *Supozimi i parë* është që firmat dëshirojnë të rriten por janë disa faktorë që i pengojnë (Storey, 1994; Davidsson et al., 2004). *Supozimi i dytë* është se të gjithë faktorët ndikojnë njëjloj në rritjen e biznesit. *Supozimi i tretë* është se barrierat e rritjes mund të menaxhohen dhe kapërcehen (Hartley dhe Hutton, 1989; Barth, 2004; Barber et al., 1989; Smallbone dhe Wyer, 2006).

Për sa i përket supozimit të parë, studimet e bëra nuk tregojnë qartë, apo nuk kanë investiguar më tej faktin nëse pronarët/menaxherët kanë si objektiv rritjen. Si rezultat është e vështirë të konkludohet që firmat nuk rriten sepse janë disa faktorë që i pengojnë, apo sepse rritja nuk është e dëshirueshme.

Nga ana tjetër, nuk është e lehtë të izoloohen faktorët kritikë, nga disa kushte të tjera të mjedisit që variojnë nga një vend në tjetrin, nga një sektor në tjetrin, nga një periudhë në tjetrën.

Edhe fakti që për vlerësimin e barrierave mbështetemi në perceptimet e menaxherëve, lë vend për diskutime. Në studimin e Bartlett dhe Bukvić (2001) ‘vonesa në pagesat e faturave’ ishte renditur nga menaxherët si një faktor i rëndësishëm që pengon rritjen (më e rëndësishme se çdo barrierë tjetër). Autorët konkluduan se ky faktor nuk ka ndonjë influencë të rëndësishme në rritjen.

Supozimi i dytë, që zë vend në kërkimet mbi faktorët që pengojnë rritjen e bizneseve të vogla, është se barrierat veprojnë në të njëjtën masë në rritjen. Nuk janë bërë përpjekje për të dalluar ndikimin e secilës nga barrierat në rritjen e firmave – barrierat financiare, institucionale, të aftësive dhe të tregut. Kjo mungesë në literaturë ka kufizuar njohjen e barrierave dhe si ato ndikojnë në rritjen.

Këto kufizime janë përpjekur të plotësohen nga Rachel Doern, në studimin e bërë me 54

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

firma në Rusi (2011).

Supozimi i tretë është se barrierat mund të menaxhohen apo kapërcehen. Kjo ka ngritur disa pyetje, tre nga të cilat janë diskutuar nga Rachel Doern, 2008. Pyetja e parë ka të bëjë me, cili është përgjegjës për menaxhimin apo kapërcimin e barrierave, sipërmarrësi apo politikë-bërësit? Përgjigja e kësaj pyetje varet nga natyra e barrierave të identifikuar. Meqenëse barrierat janë si të jashtme ashtu edhe të brendshme, është e vështirë të gjenden shkaqet dhe të propozohen masat për zgjidhjen e problemeve. Pyetja e dytë ka të bëjë me faktin nëse ndërhyrjet janë efektive dhe kjo varet përsëri në natyrën e barrierave. Barber et al. (1989), në studimin e tyre lidhur me barrierat e rritjes argumentuan se është e rëndësishme të analizohen vetëm ato barriera që mund ti nënshtrohen ndërhyrjeve. Ndryshe, Kouriloff (2000) deklaroi se barrierat që janë më të rëndësishme për rritjen, nuk mund ti nënshtrohen ndërhyrjeve politike. Kjo edhe për arsyen se barrierat shpesh ndërveprojnë me njëra tjetrën (Hashi, 2001), nuk mund të studiohen të izoluara, gjë që do të çonte në ndërhyrje politike inefektive. Së fundi, pyetja e tretë ka të bëjë me faktin se disa ndërhyrje mund të rezultojnë të dëmshme. Për shembull, Deakins (1999) shtroi hipotezën se barrierat mund të shërbejnë për të krijuar disa attribute, të cilat në mjediset armiqësore janë të nevojshme për arritjen e suksesit, kështu që ndërhyrjet për zhdukjen e tyre duhen shmangur.

Në studimet mbi barrierat duket se ka patur një mungesë të specifikimit se çfarë janë barrierat dhe cilat barriera janë problematike. Përkufizime të përcipta janë dhënë nga autorë të ndryshëm. Ajo që vlen për tu theksuar është se nuk është studiuar nëse ekziston ndonjë ndryshim midis barrierave në ekonomitë në zhvillim, krahasuar me ato në tranzicion. Sechrest, Fay dhe Hafeez Zaidi (1972) theksojnë se jo vetëm që konceptet mund të ndryshojnë nga një kulturë në tjetrën, por ka mundësi që të mos ekzistojnë koncepte ekuivalente.

Për shembull, Aidis (2003, 2005), në studimin e saj mbi barrierat me të cilat ndeshen bizneset Lituanëze, identifikoi se 'Problemet e menaxhimit' ishin një nga barrierat më të rëndësishme për rritjen e biznesit. Megjithatë, ishte e paqartë se çfarë problemesh të menaxhimit nënkuptoheshin.

Në studimin e saj, Rachel Doern, 2011, analizon dhe përshkruan barrierat e rritjes së biznesit të vogël, duke vënë theksin në kuptimin e barrierave dhe në kontekstin në të cilin ato perceptohen.

Procedimi metodologjik i adoptuar për të realizuar këtë studim i referohet studimit të bërë nga Rachel Doern (2012) dhe diskutohet në kapitullin 6.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Konteksti

Disa studime kanë qenë shumë të kujdesshme, duke studiuar edhe mjedisin e jashtëm prezent në kohën e studimit – p.sh. periudhë stanjacioni apo rritje ekonomike (p.sh. Barkham et al., 1996; ACOST, 1990). Gjithashtu, studimet e bëra në ekonominë në tranzicion kanë tentuar të theksojnë edhe ndikimin e reformave institucionale në ekonominë në përgjithësi dhe biznesin e vogël në veçanti (p.sh. Pissarides et al., 2003). Megjithatë, diskutimi i barrierave në kontekstin e eksperiencave personale dhe historisë së biznesit ka qenë i kufizuar. Nëse të intervistuarit janë pyetur se cilat janë barrierat e rritjes dhe nëse firmat kanë eksperiencë rritjeje, ata nuk janë pyetur nëse këto eksperiencë janë pozitive apo negative.

Në studimin e bërë nga Rachel Doern 2011, për herë të parë bëhet vlerësimi i barrierave brenda kontekstit të tyre. Kjo bëhet duke investiguar barrierat e rritjes nga perspektiva e pronarëve/menaxherëve, duke vënë theksin njëkohësisht në kontekstin në të cilin barrierat janë konceptuar – eksperiencë personale, historia e biznesit, dhe mjedisi i jashtëm dhe veçanërisht si ky mjedis lidhet me kushtet politike, sociale dhe ekonomike – shih kapitujt 5, 6 dhe 7.

Statike ose dinamike

Në literaturë, barrierat e rritjes janë trajtuar kryesisht si statike. Shumica e studimeve nuk i trajtojnë barrierat në kohë. Për shembull, edhe ato studime që kanë përdorur një model me stade (p.sh. Moy dhe Luk, 2003) studiojnë barrierat në stade të ndryshme të ciklit të jetës së organizatës. Ndërkohë që rritja e biznesit dhe ndryshimi janë të ndërlidhura, dhe barrierat e rritjes janë gjithashtu barriera ndaj ndryshimit (ACOST, 1990). Prandaj është e arsyeshme të pranojmë se barrierat ndryshojnë kur biznesi ndryshon dhe rritet. Meqenëse studime të ndryshme kanë zbuluar se objektivat e pronarëve/menaxherëve ndryshojnë kohë pas kohe (p.sh. Newby, Watson dhe Woodliff, 2003), mund të ndodhë që ndryshimi i objektiveve të ndikojë në ndryshimin e barrierave, dhe procesi i ndodhjes së tyre është dinamik.

Në studimin e bërë nga Rachel Doern, 2011, studiohen barrierat në mënyrë dinamike dhe diskutohet se si barrierat e perceptuara ndikojnë në rritjen e biznesit duke studiuar si ato ndikojnë në sjelljen dhe qëllimet e pronarëve/menaxherëve. Kjo diskutohet më tej në kapitullin 6.

2.6 Përmbledhje e kapitullit dhe konkluzione

Qëllimi i këtij kapitulli ishte të analizoheshin faktorët kyç që pengojnë rritjen e bizneseve të vogla. Kjo u realizua duke studiuar literaturën në tre fusha të ndryshme. Kapitulli i dytë është strukturuar në tre seksione. *Seksioni i parë* synon njohjen e barrierave. Aty

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

konkludojmë që politikë bërësit dhe kërkuesit duhet ti kushtojnë një rëndësi të madhe njohjes së barrierave të rritjes, në kushtet kur biznesi i vogël është gjenerues i rëndësishëm punësimi dhe të ardhurash i ekonomisë.

Seksioni i dytë analizon në mënyrë më të detajuar barrierat e rritjes. Janë identifikuar katër mënyra të përshkrimit të barrierave financiare, të aftësive, të tregut dhe institucionale. Nga literatura rezulton se barrierat institucionale ishin ndër barrierat më të rëndësishme të perceptuara në ish ekonomitë e planifikuara.

Seksioni i tretë analizon në mënyrë kritike mënyrën e identifikimit, përkufizimit dhe matjes së barrierave, boshllëqet në literaturë, dhe parashtron nevojën e plotësimit të studimeve mbi barrierat.

Tabela 2.1: Përmbledhje e literaturës së zgjedhur mbi barrierat e rritjes

	Autorët	Fusha e studimit
	Aidis, R. 2004.	Factors affecting small-and medium-sized enterprises during the transition in Lithuania.
	Bartlett, W., & Bukvić, V. 2001.	Barriers to SME Growth in Slovenia.
	Bartlett, W., & R. Rangelova, R. 1997.	Small firms and economic transformation in Bulgaria.
	Barth, H. 2004.	Barriers to growth and development in small firms in Sweeden
	Besnik A. Krasniqi, (2007),	Barriers to entrepreneurship and SME growth in transition: the case of Kosovo
	Biznes Albania Tirane, (2012),	“Identifikimi i problemeve dhe barrierave që hasen nga biznesi në Shqipëri dhe përcaktimi i rrugëve për heqjen e tyre”.
	Bohatá, M., & Mládek, J. 1999.	The development of the Czech sector.
	Broadman, H. G. 2000.	Reducing structural dominance and entry barriers in Russian industry.
	Doern, R. (2011)	Understanding how perceived barriers influence growth intentions and behaviours: Accounts from small business owner-managers in Russia

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

	El-Hadj Bah, (2009),	Overcoming Barriers to the Growth of Firms in Transition Economies: Evidence from Macedonia
	Estrin, S., K. Meyer u. M. Bychkova (2006)	Entrepreneurship in transition economies.
	Fielden, S. L., Davidson, M. J., 2000.	Barriers encountered during micro and small business start-up in North-West England.
	Iraj Hashi, (2001),	Financial and Institutional Barriers to SME Growth in Albania: Results of an Enterprise Survey
	Pissarides, F., Singer, M., & Svenjnar, J. 2003.	Objectives and constraints of entrepreneurs: Evidence from SME-s enterprises in Russia and Bulgaria.

KAPITULLI III

Përpjekje për të kuptuar barrierat e rritjes

3.1 Hyrje

Para se të diskutojmë qëllimet e këtij kapitulli, është e nevojshme të nxjerrim në pah pikat kyçe që kemi përmendur në kapitujt e mëparshëm. Në kapitullin 2 u zbulua p.sh. se një supozim kyç, i cili mbështetej në kërkimin e barrierave për rritjen e bizneseve të vogla, është se disa biznese të vogla duan të rriten por nuk munden, sepse disa nga barrierat janë parandaluese. Megjithatë, shumë pak studime (Rachel Doern, 2008) kanë vërtetuar këtë supozim. Rachel Doern, 2008, ka shpjeguar pse këto barrierat ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël apo në të gjitha bizneset në Rusi. Për këtë arsye në kapitujt pasardhës synojmë të vërtetojmë nëse ky supozim gjen vend edhe në mjedisin shqiptar.

Kapitulli 3 bën një hap tjetër drejt të kuptuarit tonë të barrierave për rritjen e biznesit të vogël. Qëllimi i këtij kapitulli është që të shqyrtojë lidhjet e mundshme ndërmjet barrierave, qëllimeve të rritjes, dhe sjelljeve duke u mbështetur në literaturë. Në këtë mënyrë përcaktohet objektivi i dytë i këtij kërkimi: *shqyrtimi i mënyrës se si barrierat e perceptuara mund të influencojnë sjelljet ose synimet e rritjes së pronarëve/menaxherëve*. Kapitulli nxjerr në pah edhe psikologjinë njohëse, për të ekzaminuar lidhjet e mundshme “barriera-qëllime”. Njohjet sipërmarrëse janë përkufizuar si “struktura e njohurive që njerëzit përdorin për të bërë vlerësime, gjykime apo vendime që përfshijnë vlerësimin oportun dhe krijimin dhe rritjen e përbashkët” (Mitchell, Busenitz et al, 2002, f. 97). Studimi i njohjes sipërmarrëse ka të bëjë me faktin se si sipërmarrësit mendojnë.

Ky kapitull është i organizuar në dy seksione të shkurtër.

Seksioni i parë rishikon literaturën mbi synimet e rritjes. Ky seksion është i ndarë në 4 pjesë. Pjesa e parë studion menaxhimin në kontekste të ndryshme të rritjes së firmave. Këtu analizohen shkurtimisht teoritë e rritjes dhe modelet e fazave të rritjes, të cilat merren me transformimet e brendshme që i nënshtrohet firma gjatë rritjes. Pjesa e dytë paraqet konceptin e qëllimeve. Ajo diskuton se si qëllimi ka qenë përkufizuar në literaturë dhe se si ai lidhet me motivimin dhe objektivat. Pjesa e tretë prezanton dy modele synimesh, që ndihmojnë për të shpjeguar marrëdhënien midis sjelljes dhe synimeve. Në veçanti përshkruhet se si një model qëllimi, “Teoria e Sjelljes së Planifikuar”, është përdorur për të shpjeguar dhe parashikuar marrëdhënien midis synimeve dhe sjelljes, si ajo ka qenë e aplikuar në studimet e rritjes së biznesit të vogël, si edhe kufizimet e saj dhe

modeleve të tjera të qëllimit. Pjesa e katërt diskuton përse qëllimet janë të rëndësishme për kërkimin aktual. Ajo gjithashtu diskuton influencën e mundshme të mjedisit institucional në qëllimet për rritje dhe sjelljet në ekonominë në tranzicion në përgjithësi, dhe në Shqipëri në veçanti.

Seksioni i dytë diskuton lidhjet e mundshme ndërmjet barrierave, synimeve të rritjes dhe sjelljet dhe modelit të ndërtuar për të analizuar këto marrëdhënie. Kjo, më tej siguron bazën e studimit tonë, për të eksploruar dhe ekzaminuar si apo mënyrat në të cilat barrierat e perceptuara mund të influencojnë synimet e rritjes dhe sjelljet e pronarëve/menaxherëve.

3.2 Menaxhimi në kontekstet e ndryshme të rritjes së firmave

Kornizat ekzistuese për rritjen nuk bëjnë dallim midis sfidave menaxheriale të konteksteve të ndryshme të rritjes; ato vendosin një theks të konsiderueshëm mbi cilësinë e përgjithshme të portofoleve të njësive strategjike të kompanive, por më pak nga ajo se si këto njësi të ndryshme duhet të menaxhohen në bazë të kontekstit të rritjes. Sfidat menaxheriale të rritjes së gjeneruar në kontekstin e rritjes së ulët janë shumë më të ndryshme nga ato të menaxhimit të rritjes në kontekstin e rritjes së lartë (Julia Prats, Marc Sosna, S. Ramakrishna Velamuri , 2012).

Në këtë pjesë të parë të kapitullit të tretë do të paraqesim një kornizë matricë që përfshin katër skenarë të rritjes, në të cilat njësitë e firmave mund të pozicionojnë veten brenda këtyre skenarëve, dhe pastaj të përshkruajnë pengesat kryesore me të cilat ato ndeshen në secilën prej këtyre skenarëve si dhe veprimet e nevojshme për të kapërcyer këto pengesa.

Rritja e firmave është një fenomen i gjerë dhe i vështirë për t'u kuptuar. McKelvie dhe Wiklund sugjerojnë një klasifikim të hulumtimeve paraprahe në tri rryma të gjera, të cilat mund të renditen si vijon:

- Rritja;
- Procesi i rritjes dhe
- Rezultati i rritjes;

Pra, hulumtuesit në shqyrtimet e kohëve të fundit përshkruajnë një mori problemesh lidhur me rritjen e firmave, dhe pranojnë se kanë dështuar të zhvillojnë një trup kumulativ për sa i përket njohurive për rritjen. Coad dhe Hölzl (2010), shkojnë aq larg sa thonë se gjetjet empirike tregojnë se “rritja është kryesisht një proces i rastësishëm”, dhe se “parashikimet teorike kanë qenë me përdorim të kufizuar në të kuptuarit e rritjes së firmave, përveç në rastet kur kemi të bëjmë me ndonjë mashtrim të hapur”. Problemi i rezultateve jo konsistente tregon për nevojën e një fokusimi më të madh në qasjet kërkimore që përpiqen të hedhin dritë mbi aspekte të veçanta të rritjes, se sa mbi

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

fenomenin e rritjes shumëdimensionale si një tërësi. Si një nevojë e rëndësishme në hulumtimet e ardhshme duhet të theksohet shpejtësia e ndryshme e rritjes në industrinë përkatëse dhe ndikimet e ndryshme që kjo ka në menaxhimin e rritjes në firma. (Coad dhe Hölzl (2010))

Një kategori e rëndësishme e teorive të rritjes janë modelet e fazave të rritjes, të cilat merren me transformimet e brendshme që i nënshtrohet firma gjatë rritjes. Kategoria e dytë përfaqësohet nga kornizat kontingjente, të tilla si ato të Igor Ansoff (Matrica e misionit të produktit), Matrica e portofolit BCG, Matrica e GE, apo McKinsey (GE Business Screen), apo Matrica “SHELL” e politikave drejtuese. Perspektivat e rritjes që parashtrihen në këto matrica ndihmojnë menaxherët për të bërë një zgjedhje strategjike. Përderisa hulumtuesit kombinojnë një dimension të jashtëm me një të brendshëm, ata fokusohen kryesisht në mbështetjen e vendimeve të alokimit të burimeve të bazuara në atraktivitetin e njësisë të biznesit brenda një portofoli dhe në cilësinë e portofolit të përgjithshëm.

Një përmbledhje e njohurive të përfaqësuara nga literatura e kohëve të fundit mbi rritjen theksojnë dy nevoja kyçe: aplikimi për analiza më shumë të detajuara të njësisë; dhe studimi i këtyre njësisë në kontekstin e rritjeve të ndryshme, të cilat rezultojnë nga kombinimi i normave të rritjes së brendshme të njësisë të firmës me normat e rritjes së segmenteve të jashtme të produktit.

Autorë të ndryshëm kanë argumentuar se studimi i ndërveprimeve të niveleve më të imtësuar të analizës është qasja më e mirë për të kuptuar ndonjë ndikim faktori apo fenomenin. Hulumtimi i inovacioneve përjetoi një përparim të rëndësishëm kur ai u realizua në nivelet e nën sistemit të produktit, duke shmangur konfuzionin që niveli më i përgjithshëm i produktit prodhonte një efekt më të kuptueshëm të inovacionit në aftësitë e brendshme dhe në natyrën e aseteve plotësuese.

Në një studim (Julia Prats, Marc Sosna, 2012) me CEO-të e 62 kompanive teknologjike Europiane, i cili përfshin periudhën 2004-2010, dy autorët eksplorojnë sfidat e ndryshme të përfshira në rritjen gjeneruese dhe atë të menaxhuar. Sipas studimit, këta CEO u takuan në çdo 4 muaj në grupe prej 8-12 personash për t'u prezantuar pjesëmarrësve apo kolegëve të tyre sfidat e ndërlidhura me strategjitë, modelet e bizneseve, qeverisjen, ndërkombëtarizimin, zhvillimin e produkteve të reja, marketingun dhe shitjet, financat, partneritetet strategjike dhe menaxhimin e burimeve njerëzore. Gjithashtu, me këtë rast u theksuan aktivitetet për të tejkaluar këto sfida dhe të gjitha këto të dhëna u dhanë me shkrim. Në çdo katër muaj, deri në dhjetor 2010 u dokumentua implementimi i aktiviteteve dhe pasojat e tyre. Më tej u zhvillua anketimi i performancës vjetore në të cilin CEO-të dhanë informata lidhur me rritjen në të ardhurat, të punësuarit, financat si

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

dhe fitimet, blerjet dhe zgjerimet potenciale (potential acquisitions and divestments), matësit e kanaleve të konsumatorëve, ndërkombëtarizimi, partneritetet, struktura e bordit, dhe të dhënat për kompensime. Gjithashtu u bë edhe një nën – pyetësor më i thelluar me 28 CEO, duke u bërë intervista që shkuan përtej diskutimeve që kanë pasur në komunikimet e tyre të zakonshme. Pra janë realizuar intervista shtesë me pjesëmarrës të tjerë, duke përfshirë punonjësit e firmës, anëtarë të bordit, investitorët dhe ekspertë të industrisë përkatëse.

3.2.1 Influenat e jashtme dhe të brendshme në rritjen e firmave

Është rritja e biznesit, e ndikuar më tepër nga faktorët e brendshëm, faktorët e jashtëm apo të dyja së bashku?

Diskutimet e influencave të jashtme në rritjen e biznesit tentojnë të përqendrohen në strukturën e industrisë dhe tregjeve. Ekzistojnë disa evidenca bindëse që tregojnë se firmat rriten më shpejt në industri dhe rajone që konsiderohen dinamike (p.sh., Carroll, Hannan, 2000) – që nënkupton mjedise që karakterizohen nga tendencat e ndryshimit, novacionet, dhe pa parashikueshmëria e klientëve dhe konkurrentëve (Miller, 1987). Në të njëjtën kohë, studime të tjera kanë sugjeruar se rritja varet kryesisht nga influencat e brendshme, kryesisht 1. vullneti i menaxherëve/pronarëve për t'u rritur, 2. motivimi ose qëllimet e tyre të rritjes (p.sh. Baum dhe Locke, 2004; Delmar dhe Wiklund, 2003), dhe 3. aftësitë e këtyre individëve dhe punonjësve të tyre (p.sh. Rauch, Frese dhe Utsch, 2005). Në disa raste, mund të jetë e vështirë të përcaktohen nëse faktorët kritik që pengojnë rritjen janë të brendshëm apo të jashtëm (Davidsson et al., 2004). Davidsson et al. (2004) bëjnë deklarinimin e mëposhtëm: “konkluzioni është se rritja është në një masë të madhe subjekt i vullnetit dhe aftësive, por lehtësuesit apo pengesat e jashtme nuk duhen nënvleftësuar” (p. 8).

3.2.2 Faktorët që ndikojnë në rritje dhe statet e modeleve të rritjes

Studimet për rritjen e biznesit të vogël janë ndarë shpesh në dy rryma: 1) karakteristikat që përcaktojnë rritjen e firmës, dhe 2) statet e rritjes së firmës. Kemi bërë një diskutim të shkurtër të dy rrymave për tre arsye. *Së pari*, nga studimet rezulton se barrierat për rritjen kanë lidhje edhe me fazat e rritjes së biznesit. *Së dyti*, rezulton se është e vështirë të studiohen barrierat dhe relacionet e tyre me rritjen e firmës pa njohur karakteristikat e rritjes. Dhe *së treti*, studimet lidhur me karakteristikat dhe statet e rritjes kanë krijuar një kuadër për njohjen e studimit empirik të barrierave.

Cilët janë faktorët që përcaktojnë rritjen e firmës?

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Fokusi i këtyre studimeve ka qenë në identifikimin e faktorëve - pronarët/menaxherët (p.sh., edukimi, eksperiencia), firmat (p.sh., mosha, madhësia, lloji i pronësisë), strategjitë e menaxhimit (p.sh., pozicionimi në treg, rekrutimi i menaxherëve), mjedisi (p.sh., sektori, vendosja, konkurrenca) – që mund të përdoren për parashikimin e rritjes së shpejtë të firmave të vogla ose, për të diferencuar firmat që rriten me ato që nuk rriten, (p.sh., Davidsson, Kirchoff, Hatemi-J, dhe Gustavsson, 2002). Këto studime, në mënyrë indirekte, evidentonin faktorët kyç, prezenca ose mungesa e të cilëve, kishin efekt negativ në rritje.

Në disa studime të këtij lloji, lidhja midis karakteristikave dhe rritjes së firmave rezultoi dobët. Këtë mund ta gjejmë në studimin e Storey (1994), ku ai ekzaminoi 18 studime të bëra për të parashikuar karakteristikat e firmës në parashikimin e rritjes në UK dhe US. Storey nuk ishte i mendimit që eksperiencia në industri ishte një faktor kyç në rritjen e biznesit, dhe argumentoi se ishte e paqartë nëse ishte më mirë për menaxherët të ndiqnin rregullat e industrisë, apo të hynin aty me produkte dhe strategji të reja. Studime të tjera kanë zbuluar se një eksperiencë paraprake në industri ka një efekt pozitiv në rritjen e firmës (p.sh., Baum, Locke dhe Smith, 2001). Këto studime kanë qenë kritikuar për faktin se ato nuk evidentojnë llojet e karakteristikave që ndikojnë në rritjen e firmave (Curran dhe Blackburn, 2001; Freel, 2000).

Stadet e rritjes

Faktorët kritik të rritjes janë më tepër pjesë e grupit të dytë të studimeve të cilët fokusohen në a) identifikimin e karakteristikave të firmave në stadi të ndryshme të ciklit të jetës – stili i menaxhimit, sistemet formale, struktura dhe strategjia organizacionale - dhe b) shqyrtimi i relacioneve midis këtyre dhe problemeve të identifikuar (p.sh., Kazanjian, 1988; Greiner, 1972, 1998; Miller dhe Friesen, 1984). Phelps, Adams dhe Bessant (2007) i përshkruajnë këto stadi si pjesë të 'perspektivës së problemeve'. Kjo fushë studimi është përdorur si pikënisje e studimeve të fundit të bëra për faktorët kritikë të rritjes së firmave (shih Barth, 2004).

Në kontrast me rrymën e parë të studimeve, e cila përqendrohej në karakteristikat e secilës fazë, (p.sh., Freel, 2000), qëllimi i studimeve të mëtejshme ishte të izolonte se cilat ishin llojet e problemeve me të cilat firmat ndesheshin në stadi të ndryshme të rritjes, duke sugjeruar që në secilën fazë kemi probleme të ndryshme. Sikundër studimet e mëparshme, këto studime i ndihmonin politikë-bërësit të identifikonin llojin e asistencës së nevojshme dhe kapacitetet që firmat duhet të kishin për tu rritur, menaxhuar problemet dhe për t'ju përgjigjur krizave.

Scott dhe Bruce (1987) argumentuan se bizneset e vogla duhet të kalojnë përmes pesë stadeve të zhvillimit: konceptimi, mbijetesa, rritja, zgjerimi dhe pjekja. Ata njëkohësisht

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

konkluduan me disa karakteristika të secilës fazë. Gjatë fazës së konceptimit, autorët argumentuan se fokusi i firmës është në krijimin e një “produkti të pranueshëm për tregun” (f. 49). Ata përshkruan se sistemet formale të planifikimit në këtë stad pothuajse mungonin dhe burimet ishin të kufizuara. Këtu bëhet fjalë kryesisht për burimet financiare, sepse presupozohej që pronarët kishin përdorur burimet personale. Për këto arsye, kërkesat për financime në këtë stad janë të larta. Për të kaluar në stadin tjetër, atë të *mbijetesës*, Scott dhe Bruce shpjeguan se menaxhimi duhet të formalizojë sistemet, të delegojë vendim-marrjen, dhe të ndryshojë stilin e manaxhimit. Në këndvështrimin e këtyre autorëve, kur arrin në stadin e *mbijetesës*, një biznes është “fitimprurës por akoma nuk prodhon cash për pronarët” (p. 50). Për më tepër, në stadin e *mbijetesës* linjat e produktit janë të kufizuara dhe bizneset përsëri janë të zbuluar ndaj problemeve të likuidimit.

Me qëllim që të kalohet në stadin e rritjes, biznesi duhet të jetë i vëmendshëm ndaj ndryshimeve të tregut dhe konkurrencës. Kjo mund të realizohet duke investuar në zhvillimin e produktit/shërbimit. Burimet e firmës do të jenë të kufizuara dhe rritja duhet të menaxhohet me kujdes. Në stadet e mëtejshme të zgjerimit dhe pjekjes, lindin respektivisht probleme të financimit dhe gjetjes së qoshkave të tregut.

Një ilustrim empirik lidhur me karakteristikat e firmave në stade të ndryshme të zhvillimit bëhet nga Kazanjian (1988). Kazanjian shqyrtoi procesin e rritjes në dy firma duke përdorur një kërkim shumë dimensional. Për këtë qëllim ai bëri dy studime. Në studimin e parë ai është mbështetur në metodën e shembullit, dhe ka identifikuar katër stade të zhvillimit: konceptimi/zhvillimi, komercializimi, rritja dhe stabiliteti. Në secilin nga stadet i identifikuan probleme specifike me të cilat ballafaqoheshin firmat.

Gjetjet nga studimi i parë sugjeronin që problemet e evidentuara luanin një rol të rëndësishëm në njohjen e mundësive të firmës për rritje. Në studimin e dytë u investiguan relacionet midis stadeve të zhvillimit dhe problemet dominante për çdo stad. Megjithëse në këtë studim nuk kemi ndonjë përkufizim të problemeve, ato janë renditur sipas opinionit të CEO-ve. Për këtë janë vrojtuar 105 firma amerikane. CEO-ve ju kërkua të rendisnin problemet e identifikuara në një shkallë nga 1-7. Për të përcaktuar stadin e zhvillimit në të cilin gjendeshin firmat, CEO-ve ju kërkua të zgjidhnin një nga katër përshkrimet e bëra nga autori për secilin stad. Për të përcaktuar cilat ishin problemet në secilin stad, u përdorën analizat e variancës të ndjekura nga ato shumë-faktoriale. Nga studimi rezultoi se jo të gjitha stadet reflektonin probleme të ndryshme. I njëjti problem mund të shfaqej në dy apo tre stade. Në të njëjtin konkluzion kanë arritur edhe Moy dhe Luk (2003) me studimin e tyre të bërë me SME-të e Hong Kongut.

Në studimet e kësaj rryme rezulton se problemet e mjedisit të jashtëm janë më dominante në stadet e para, ndërkohë që problemet e brendshme shfaqen në stadet e mëvonshme.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Megjithatë, siç rezulton nga studimet e Kazanjian, Moy dhe Luk, disa probleme shfaqen në të gjitha stadet e ciklit të jetës së firmës.

3.3 Literatura mbi synimet e rritjes

3.3.1 Përcaktimi i qëllimeve

Qëllimet janë përcaktuar në literaturë në një nga tre mënyrat: 1) si dëshira për realizimin e sjelljes, 2) si besimi se dikush do të veprojë për të kryer një sjellje, 3) si qëllime specifike. Fokusi këtu është në synimet për tu rritur.

Më shpesh, treguesit e qëllimeve të rritjes në studimet e bizneseve të vogla fokusohen në dëshirën për të rritur një biznes, e cila është e shprehur në terma nëse pjesëmarrësit kanë plane për të rritur shitjet dhe/ose për të punësuar më shumë punonjës (Wiklund dhe Shepherd, 2003). “Qëllimet përfshijnë faktorët motivues që ndikojnë në sjellje; ata janë treguesit se sa njerëzit janë të gatshëm për të provuar, se sa shumë përpjekje do të bëjnë, në mënyrë që të realizojnë sjelljen” (fq.181).

Locke dhe Baum (2007) e përshkruan motivimin si “dëshirë”, e cila “jep energji, drejton dhe mbështet veprimin” (faqe 93). Ata më tej e përshkruan “motivimin sipërmarrës” si motivacionin “drejtuar qëllimeve sipërmarrëse” (p.sh. qëllimet që përfshijnë njohjen ose shfrytëzimin e mundësive të biznesit)” (f. 93). Një pjesë e vogël studimesh kanë gjetur se motivimi për tu rritur, i matur si dëshira për të rritur treguesit e shitjes dhe të punonjësve, ndikon në rritjen e firmës (Baum dhe Locke, 2007; Delmar dhe Wiklund, 2003).

Motivimi për të rritur biznesin mund të ndikohet nga disa faktorë. Davidsson (1991) pohon se motivimi për tu rritur është “tërësisht rezultat i realitetit ashtu siç perceptohet” (fq. 407), dhe influencohet nga tre faktorë subjektivë – aftësinë, nevojën dhe mundësinë për të perceptuar. Kontrolli i brendshëm, besimi dhe optimizmi janë konsideruar si tregues të aftësisë së perceptimit, ndërsa nevoja për të perceptuar kishte më shumë të bënte me nevojat financiare ose më mirë me nevojën për arritje. Nga ana tjetër mundësia për të perceptuar i referohet, përveç të tjerave, gjykimeve rreth aksesit në burimet (p.sh kapitalit dhe punës). Perceptimet në lidhje me pasojat e rritjes, pozitive ose negative, gjithashtu mund të ndikojnë në motivimin për tu rritur. Wiklund, Davidsson dhe Delmar (2003) gjetën një lidhje ndërmjet pasojave të pritshme të rritjes – si p.sh. “mirëqenia”, “pavarësia” dhe “kontrolli i punonjësit” – dhe qëndrimeve ndaj rritjes. Shqetësimi për punonjësit ishte veçanërisht i fortë. Wiklund et al. (2003) konkluduan se pronarët/menaxherët kishin më pak të ngjarë për të pranuar rritjen, nëse kjo do të kishte efekt negativ në mirëqenien e punonjësve aktual. Së fundi, motivimi për tu rritur gjithashtu mund të influencohet nga rritja e mëparshme. Në këtë mënyrë është e mundur që pronarët/menaxherët duke qenë se

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

kanë kaluar nëpër procesin e rritjes së firmës janë tani më të vetëdijshëm për pasojat e rritjes dhe aftësinë e tyre për të menaxhuar procesin. Rezultatet pozitive të rritjes ka të ngjarë të kenë efekte pozitive në motivimin për rritje, ndërsa rezultatet negative mund të kenë efekte negative (Delmar dhe Wiklund, 2003). Perceptimet e rritjes së mëparshme mund të ndikojnë në synimet për rritje.

Në disa raste, dëshira për tu rritur mund të ekzistojë, por qëllimi për të vepruar mungon sepse individët nuk e dinë si të rriten, dhe si të bëjnë të mundur këtë rritje. Kjo ka të bëjë me përkufizimin e dytë të qëllimeve i cili lidhet me besimet. Krueger (2000), i përkufizoi qëllimet si “besimin që unë do të kryej një sjellje të caktuar, besimin që unë do të veproj” (f. 8). Synimi për të vepruar, në këtë rast për tu rritur, varet nga besimi që njeriu ka për “kontrollin e perceptuar të sjelljes”, aftësinë për të siguruar burimet e kërkuara për të mundësuar sjelljen dhe kapur shanset. Kontrolli i perceptuar i sjelljes ka qenë gjithashtu i përshkruar si “fizibiliteti i perceptuar” për të kryer sjelljen (Krueger 2003). Këto çështje diskutohen më në detaje në seksionin pasardhës.

Qëllimet gjithashtu janë përcaktuar në lidhje me objektivat. Austin dhe Vancouver (1996) i përcaktuan objektivat si “deklarime të dëshirave të brendshme, deklarime që kanë të bëjnë me të ardhurat, ngjarjet dhe proceset” (p. 338). Në këtë rast, qëllimet për rritje shoqërohen edhe me strategji specifike. Në studimin e tyre për firmat e rritura me shpejtësi, Gundry dhe Welsch (2001), ju referuan “rritjes strategjike dhe synimeve për zgjerim” si “shkalla në të cilën sipërmarrësit kanë si synim që të angazhohen aktivisht në strategji specifike të rritjes dhe të zgjerojnë firmat e tyre” (f. 460). Synimet përfshinin “shtimi i një produkti apo shërbimi të ri”, “zgjerimi i kanaleve të shpërndarjes”, “zgjerimi i reklamimeve dhe promovimit”, sigurimi i pajisjeve të reja”, “aplikimi për një kredi bankare” dhe “zgjerimi i fasiliteve aktuale”.

Për qëllime të studimit tonë, vlen të përmendim tre karakteristika të qëllimeve të rritjes në bizneset e vogla.

Karakteristika e parë është se në firmat e vogla, qëllimet e pronarëve/menaxherëve janë të lidhura ngushtë me qëllimet e firmës (Penrose, 1959; Gibb dhe Davies, 1990). Prandaj, një biznes që të rritet është e nevojshme që rritja të jetë një qëllim i dëshiruar nga pronarët/menaxherët.

Karakteristika e dytë që meriton vëmendje është natyra ekonomike dhe jo ekonomike e qëllimeve të pronarëve/menaxherëve të biznesit të vogël. Shembuj të qëllimeve ekonomike të orientuar drejt rritjes përfshijnë përdorimin më të mirë të burimeve, ose krijimin e pasurisë (Holmes dhe Zimmer, 1994). Qëllimet joekonomike ose personale të rritjes përfshijnë punësimin e sa më shumë anëtarëve të familjes, duke ngritur statusin e tij

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

personal apo të komunitetit, rritja e pasurisë personale, siguria apo autonomia personale si edhe krijimi i sigurisë për familjen. Ndërsa qëllimet ekonomike janë shpesh të lidhura me rritjen e biznesit, është argumentuar që motivimi për rritje është më i lartë nëse individët besojnë se kjo do ti shërbejë qëllimeve të tyre personale. (Davidsson, 1991). Gjithashtu, qëllimet dhe vlerat personale influencojnë në vendimet lidhur me mënyrën sesi do të rritemi (Cooper, 1993). Mund të konkludojmë se arritja si e qëllimeve ekonomike ashtu edhe atyre joekonomike është e rëndësishme për rritjen dhe zhvillimin e vazhdueshëm të firmave.

Karakteristika e tretë e qëllimeve të rritjes është natyra kohore e tyre. Ky problem është trajtuar në kapitullin e dytë. Një numër studimesh kanë analizuar nëse dhe si qëllimet e pronarëve dhe menaxherëve ndryshojnë në kohë. Për të ilustruar këtë Dutta dhe Thornhill (2007), studiuuan 30 sipërmarrës të firmave të vogla në Kanadanë Perëndimore në një periudhë 5-vjeçare dhe zbuluan se sipërmarrësit i ndryshuan qëllimet e tyre të rritjes në varësi të ndryshimeve të mjedisit konkurrues. Ndryshimet pozitive në mjedisin konkurrues u pasuan nga një rritje e qëllimeve të rritjes, ndërsa vlerësimet negative çuan në uljen e qëllimeve të rritjes. Duke përdorur një fokus-grup me 3 pronarë/menaxherë, Newby, Watson dhe Woodliff (2003) zbuluan se ndërkohë që kënaqësia personale ishte një objektivi i së kaluarës, fitimet financiare dhe fleksibiliteti kohor ishin objektiva shumë të rëndësishëm për të ardhmen. Zbulimet shpjegohen në mënyrën e mëposhtme: “Mundet që kur mendojnë për të ardhmen e tyre, pronarët/menaxherët ose fokusohen në rritjen e firmës së tyre (që ka të bëjë me dëshirën për të ardhura financiare) ose në ruajtjen e një shkalle lirie (që ka të bëjë me dëshirën për një fleksibilitet kohor)” (f. 243). Në një tjetër studim, Cliff (1998) zbuloi se pronaret gra të biznesit dëshironin të rrisnin bizneset e tyre deri sa ato të arrinin një prag të konsideruar si maksimum. Cliff ekzaminoi relacionet ndërmjet qëndrimeve kundrejt rritjes, madhësisë së firmës dhe gjinisë nëpërmjet intervistave me 229 pronarë të bizneseve të vogla në Kanada. Ajo konkludoi se burrat dhe gratë nuk kanë ndryshime të rëndësishme për sa i përket qëllimeve të rritjes, përkatësisht me “dëshirën për rritje” dhe “planeve të punësimit”. Në fakt, pavarësisht se mund të kenë më pak burime apo e vlerësojnë zgjerimin më pak se burrat, gratë kishin qëllime pozitive për sa i përket rritjes. Megjithatë, përmes analizave cilësore u studiuuan ndryshimet ndërmjet të dy grupeve duke shtruar pyetjen: si dëshirojnë të rriten pronarët. Gratë preferonin të rriteshin në një mënyrë më të ngadalshme dhe të kontrolluar. Për gratë vendimi për tu rritur dukej se varej në faktin nëse kishin arritur pragun e parashikuar apo jo. Nga studimet rezulton se qëllimet e biznesit nuk janë statike. Çfarë është e dëshirueshme në një periudhë kohe mund të ndryshojë në një periudhë tjetër.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

3.3.2 Qëllimet e rritjes dhe mjedisi institucional

Në kapitullin e dytë mjedisi institucional në ekonomitë në tranzicion është përshkruar si i pazhvilluar mirë dhe disa barriera institucionale me të cilat ndeshen pronarët/menaxherët e këtyre vendeve, përfshirë Shqipërinë, kanë një efekt negativ në rritjen dhe zhvillimin e biznesit. Studimet në këtë fushë sugjerojnë se në ish-ekonomitë e planifikuara, mjedisi institucional impononte qëllimet e pronarëve/menaxherëve të bizneseve të vogla. P.sh. Manolova dhe Yan (2002) analizuan sesi mjedisi institucional ndikonte në sjelljen e gjashtë firmave në Bullgari. Ata zbuluan se ky mjedis ishte “i paparashikueshëm, i korruptuar dhe armiqësor për rritjen e firmave sipërmarrëse” (f. 63). Në përgjigje të këtij mjedisi pronarët/menaxherët angazhohen në netwerke informale, për më tepër pronarët/menaxherët orientoheshin në periudha afatshkurtra dhe kjo bënte që ato të kishin një strategji për një rritje të kufizuar dhe ndonjëherë nuk kishin fare një strategji rritjeje.

Në Rusi, Puffer dhe McCarthy (2001), argumentuan se vendimet për rritje varen në një farë mase nga “mjedisi armiqësor” (p.sh. mjedisi ekonomik, politik dhe ligjor) dhe në “përdorimin krijues të burimeve të rralla nga sipërmarrësit”. Sipas tyre fuqia politike ishte faktori më i rëndësishëm i mbijetesës dhe rritjes të firmave ruse në vitet '90-të. Kjo fuqi politike do ti ndihmonte ato për sigurimin e pronave apo të licencave të nevojshme, për të patur avantazhe në fushën e taksave, kontratat apo pasuritë e patundshme. Në studimin e Puffer dhe McCarthy, të pesë ndërmarrjeve sipërmarrëse për një periudhë 5-vjeçare, u zbulua se sipërmarrësit ishin të orientuar në periudha afat-shkurtra; vëmendja e sipërmarrësve në drejtim të mbijetesës dhe rritjes së firmave ndryshonte në varësi të ndryshimeve të mjedisit. Prandaj, mund të themi se në ekonomitë në tranzicion qëllimet e pronarëve/menaxherëve për rritje janë shumë të ndjeshme ndaj mjedisit institucional.

3.4 Kuptimi i marrëdhënieve ndërmjet barrierave, qëllimeve të rritjes dhe sjelljeve

Literatura e shqyrtuar në kapitullin 2, “Marrëdhënia midis qëllimeve dhe sjelljeve”, sugjeron që barrierat mund të ndikojnë në qëllimet e rritjes dhe sjelljet në një nga dy mënyrat: 1) duke i ndaluar individët të rriten, dhe 2) duke i ndaluar individët të veprojnë në përputhje me qëllimet. Secila prej këtyre është e përshkruar më poshtë.

Disa studiues kanë pohuar se faktorët *ekzogjenë* mund të influencojnë në rritjen e firmave duke i paraprirë qëllimeve dhe në këtë mënyrë duke penguar hartimin e qëllimeve të rritjes (Ajzen, 1991; Krueger 2003). Për shembull, Krueger (2003), sugjeron se faktorët ekzogjenë si “konkurrenca” apo “mundësia për burime” mund të influencojnë qëllimet dhe sjelljet organizative në mënyrë indirekte duke ndikuar “dëshirën” e perceptuar dhe “fizibilitetin” e realizimit të sjelljes. Gjithashtu, Kolvereid dhe Bullvag (1996) teorizuan se karakteristikat e

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

sipërmarrjes, organizatës, dhe të mjedisit influencojnë qëllimet për tu rritur, të cilat nga ana tjetër ndikojnë në sjelljen (d.m.th. në rritjen aktuale). Siç është diskutuar në kapitullin 2, barrierat mund të interpretohen si ato karakteristika që kanë një efekt negativ në rritjen ekonomike. Kështu, është nënkuptuar në kërkimin paraprak se në qoftë se faktorët ekzogjenë kanë një efekt negativ tek qëllimet, firma mund të mos rritet. Sipas Krueger (1997), “Nëse ne pengojmë qëllimin, ne pengojmë veprimin” (f. 9).

Ka disa dëshmi, megjithatë të kufizuara, se janë disa faktorë që ndalojnë pronarët/menaxherët në qëllimet për rritje. Për shembull, duke ju rikthyer studimeve të Cliff (1998) për marrëdhëniet ndërmjet qëndrimeve ndaj rritjes, madhësisë së firmës dhe gjinisë, u konstatua se një e katërta e meshkujve të marrë si shembull, të cilët nuk dëshironin të rriteshin, ja atribuonin mungesën e dëshirës për tu rritur faktorëve ekzogjenë të tillë si “konkurrenca” dhe “kushtet e vështira ekonomike”. Cliff vuri në dukje se: “Në kontrast me arsyet e tjera të jo-rritjes, ky lloj reagimi duket se sugjeron se zgjerimi i biznesit është i dëshiruar në të vërtetë nga sipërmarrësi dhe do të ndiqej nëse kushtet e mjedisit do të ishin më të favorshëm” (f. 534) (Kjo është në përputhje me supozimet e kërkimit paraprak nr 2). Studime të tjera kanë gjetur se konkurrenca e perceptuar ndikon në qëllimet për tu rritur (Dutta dhe Thornhill, 2007; Roper, 1998). Në një studim tjetër të kryer nga shkolla e biznesit Aston/Departamenti i Tregtisë dhe Industrisë (1991), janë anketuar 1095 firma të vogla angleze me qëllim identifikimin e kufizimeve për realizimin e politikave të planifikuara. Kërkuesit gjetën se nga firmat jo-rritëse (315), 29 përqind thanë se nuk do të zgjerojnë biznesin për shkak të kufizimeve.

Barrierat gjithashtu mund ti ndalojnë njerëzit për të realizuar qëllimet. Krueger (2003) bëri pyetjen e mëposhtme në lidhje me qëllimet e sipërmarrjes: “Mundet që dështimi i një qëllimi për tu realizuar, të mund të reflektojë një barrierë që nuk mund të kapërcehet?” (f. 1). Shapero (1982) gjithashtu ka argumentuar se shmangja e një barriere të perceptuar ose një faktori pengues mund të nxisë një veprim sipërmarrës, si krijimin apo rritjen e një biznesi. Ka patur disa evidenca në studimin e Aston (1991) që barrierat ndalojnë njerëzit për të vepruar në qëllimet për rritje. Studiuesit gjetën se nga firmat e orientuara drejt rritjes në të ardhmen (609 ndaj totalit prej 1095 firma), një numër i konsiderueshëm firmash pohuan se ato nuk mund të rriteshin për arsye të kufizimeve. Megjithatë, ka patur edhe disa evidenca në këtë studim se kufizimet e perceptuara jo gjithmonë i ndalojnë njerëzit për të vepruar për arritjen e qëllimeve. Për shembull, 87 përqind e firmave të orientuara drejt rritjes në të ardhmen, thanë se pavarësisht që hasnin pengesa në rritjen financiare, ata do të aplikonin për një grant. Ky konstatim sugjeron se në disa raste, barrierat, edhe se të perceptuara, nuk ndalojnë veprimin. Evidenca të njëjta janë ekzaminuar në kapitullin 2 (p.sh. Bohatá dhe Mládek, 1999).

Së fundi, duhet theksuar se ndërsa në të dy studimet e Cliff (1998) dhe Aston (1991), të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

intervistuarit mendonin se disa faktorë i pengonin ata nga qëllimi për rritjen ose besimi për tu rritur, në asnjë rast ata nuk ishin pyetur se pse ose se si këta faktorë ndikonin në qëllimin për rritje. Prandaj në të dyja rastet, impakti i barrierave të perceptuara në qëllimet për rritje në të ardhmen është vërejtur, por jo shqyrtuar. Kjo është studiuar nga Rachel Doern, 2008, në mjedisin Rus, dhe është një nga synimet e këtij punimi, për mjedisin shqiptar.

Figura 3.1 (Rachel Doern, 2008), siguron një model paraprak për të shprehur marrëdhëniet e mundshme ndërmjet barrierave të perceptuara, qëllimeve për rritje dhe sjelljeve, duke propozuar që barrierat e perceptuara mund të ndikojnë në qëllimin për rritje, veçanërisht në hartimin e qëllimit (siç është treguar në rrethin e parë), dhe mund të ndikojnë në iniciativën për tu rritur (siç është treguar në rrethin e dytë). Gjithashtu, këtu supozohet se eksperiencat e kaluara të rritjes së biznesit mund të ndikojnë në qëllimet për rritje (Delmar dhe Wiklund, 2003).

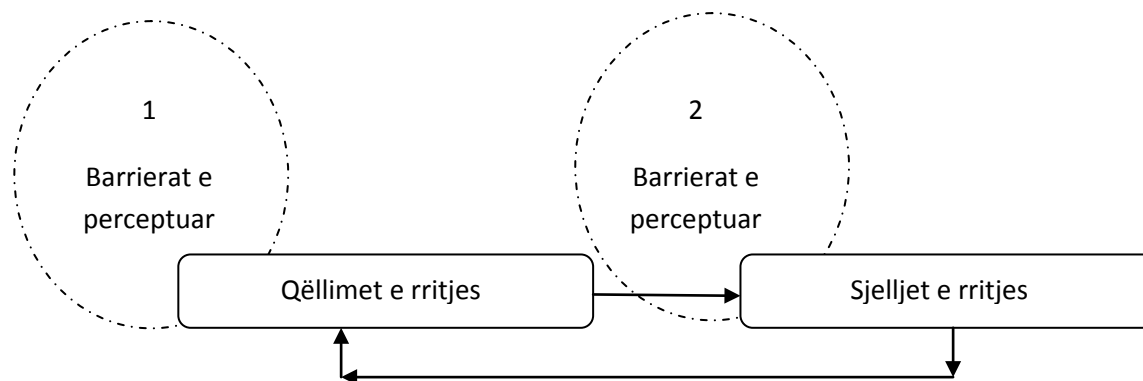


Figura 3.3. Një model i marrëdhënieve të mundshme ndërmjet barrierave të perceptuara, qëllimeve të rritjes dhe sjelljeve.

Konsiderata mbi përputhshmërinë e modelit:

Modeli i paraqitur është konsideruar i përshtatshëm për studimin tonë për dy arsye: *së pari*, zërthehet kompleksiteti i marrëdhënieve ndërmjet barrierave të perceptuara, qëllimeve për rritje dhe sjelljeve. *Së dyti*, modeli ka për qëllim të udhëheqë mbledhjen e të dhënave dhe analizat në studimin kryesor. Ashtu siç është diskutuar, një nga qëllimet kryesore është që të shqyrtohet se si apo mënyrat në të cilat barrierat e perceptuara influencojnë qëllimet për rritje dhe sjelljet. Modeli shërben për të shqyrtuar dhe zhvilluar marrëdhëniet e mundshme ndërmjet këtyre koncepteve. Së fundi, modeli nuk është pa kufizime, një prej të cilave është thjeshtësia e tij. Për më tepër, ashtu siç janë diskutuar edhe modelet e tjera të qëllimeve, këtu do të duhet të izohet variablat kyç si qëllimet dhe sjelljet. Megjithatë, modeli shërben si një pikënisje për të kuptuar më shumë rreth barrierave të rritjes së biznesit të vogël. Studiues të tjerë kanë krijuar modele konceptuale, jo me qëllim testimin, por me qëllim ilustrimin e koncepteve të marrëdhënieve të mundshme (përfshirë qëllimet për rritje

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

dhe rritjen), para punës empirike (p.sh. Kolvereid dhe Bullvåg, 1996).

Modeli mbështetet nga dy supozime kryesore:

1. Synimet për rritje ndikojnë në rritjen e firmës.

Së pari, ndërkohë që është pranuar se jo të gjithë janë dakord se sjellja e pronarëve/menaxherëve është e qëllimshme, ose nëse këto individë janë gjithmonë të qartë ose konsistentë në lidhje me synimet e tyre, (Mintzberg dhe Waters, 1985), këtu është argumentuar se synimet mundet që të ndikojnë në sjelljet e tyre (Kolvereid dhe Bullvåg, 1996; Ajzen, 1991). Duke patur parasysh këtë, rritja e biznesit, si sjellje që ka lidhje me interesin, ka më shumë gjasa nëse synimi për tu rritur është prezent. Në të njëjtën kohë, ndërsa qëllimet janë të rëndësishme, faktorë të tjerë si aftësia apo mundësia për tu rritur, gjithashtu luajnë një rol në rritjen e firmës (Delmar dhe Wiklund, 2003; Wiklund dhe Shepherd, 2003). Kështu, siç u diskutua më parë, rritja e firmës është konsideruar të jetë një sjellje ndaj një kontrolli të kufizuar të vullnetit (Ajzen, 1991; Wiklund dhe Shepherd, 2003).

2. Qëllimet apo sjelljet ndaj rritjes mund të ndikohen nga barrierat e perceptuara

Ky supozim është i bazuar pjesërisht në punën empirike të kryer nga Rachel Doern në mjedisin Rus dhe autori në mjedisin Shqiptar. Në rastin e parë, u gjet se disa faktorë si kërkesat e kolateralit dhe pasiguria ekonomike i ndaluan disa pronarë/menaxherë nga synimi për tu rritur. Gjithashtu, disa studime të shqyrtuara në këtë kapitull gjetën se disa faktorë të jashtëm si konkurrenca apo kushtet e këqija ekonomike i ndaluan pronarët/menaxherët nga dëshira për tu rritur, qëllimi për tu rritur (p.sh. Cliff, 1998). Siç është sugjeruar më parë, Krueger et al. (2000), propozuan në mënyrë të ngjashme se faktorë ekzogjenë si konkurrenca dhe mundësia për burime ndikuan në qëllimet dhe sjelljet e sipërmarrësve në mënyrë indirekte, duke vepruar në qëllimet paraardhëse – d.m.th., dëshira dhe fizibiliteti i perceptuar për të kryer një sjellje. Sipas modeleve të qëllimeve, sjellja ndikohet indirekt nga qëllimet.

3.5 Konkluzionet e kapitullit

Ky kapitull përcaktoi synimet dhe shqyrtoi marrëdhëniet e mundshme ndërmjet barrierave, qëllimeve të rritjes dhe sjelljeve në literaturën e psikologjisë njohëse. Në një kohë që ka shumë pak studime në lidhje me këto marrëdhënie, ka patur disa teori dhe evidenca të limituara që disa faktorë ose barrierat i ndalojnë pronarët/menaxherët nga veprimi për të rritur qëllimet. Një model është ndërtuar për të studiuar marrëdhëniet e mundshme ndërmjet barrierave, qëllimeve për rritje dhe sjelljeve. Modeli u përdor në studimin

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

kryesor të tretë, për të udhëhequr mbledhjen e të dhënave dhe analizave.

Kapitulli pasardhës analizon literaturën mbi barrierat e zhvillimit të biznesit të vogël dhe të mesëm në Shqipëri. Aty ofrohet një këndvështrim i përgjithshëm i faktorëve të mjedisit që ndikojnë në rritjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël në Shqipëri, mënyrën si perceptohen barrierat e rritjes nga pjesëmarrësit në studim, me qëllim përdorimin e këtij informacioni për interpretimin e rezultateve të studimit. Gjithashtu ky kapitull do të shërbejë edhe për përcaktimin e kampionit të studiuar dhe llojit të informacionit të mbledhur (Johns, 2001).

Tabela 3.1: Lidhjet ndërmjet barrierave, qëllimeve të rritjes, dhe sjelljeve

Autorët	Fusha e studimit
Casson, Mark C. (2005)	Entrepreneurship and the theory of the firm,
Coad Alex dhe Werner Hözl, (2010),	Firm growth: empirical analysis
Davidsson, P., & Wiklund, J. (2000).	Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth.
Delmar, F. and Davidsson, P. and Gartner, W. (2003)	Arriving at the high growth firm.
Freel, M. S. 2000.	Towards an evolutionary theory of firm growth.
Fullerton, S., Robbins, J. E. & Dodge, H. J., 1994.	Stages of the organizational life cycle and competition as mediators of problem perception for small businesses..
Holmes, S., & Zimmwer, I. 1994.	The nature of the small firm: Understanding the motivations of growth and non-growth oriented owners.
Julia Prats, Marc Sosna, S. Ramakrishna Velamuri, 2012	Managing different in growth context
Penrose, E. 1959.	The theory of the growth of the firm.
Wiklund, J. (1998).	<i>Small Firm Growth and Performance: Entrepreneurship and Beyond.</i>
Wiklund, J., & Shepherd, D. 2003.	Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of Resources and Opportunities

KAPITULLI IV

Sipërmarrja dhe zhvillimi i biznesit të vogël në Shqipëri

4.1. Hyrje

Ky kapitull ofron një këndvështrim të përgjithshëm të faktorëve të mjedisit që ndikojnë në rritjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël në Shqipëri, mënyrën si perceptohen barrierat e rritjes nga pjesëmarrësit në studim, me qëllim përdorimin e këtij informacioni për interpretimin e rezultateve të studimit. Gjithashtu ky kapitull do të shërbejë edhe për përcaktimin e kampionit të studiuar dhe llojit të informacionit të mbledhur (Johns, 2001).

Në kapitullin paraardhës konstatuam se barrierat për rritjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël në ekonominë në tranzicion janë studiuar nga shumë autorë (p.sh. Bartlett dhe Bukvić, 2001; Hashi, 2001; Bohatá dhe Mládek, 1999; Pissarides et al., 2003; Aidis, 2003, 2005; Aidis dhe Mickiewicz, 2004; Bartlett dhe Rangelova, 1997; Barkhatova, 2000; Anderson dhe Pomfret, 2001; Balcerowicz, Balcerowicz dhe Hashi, 1999, 2001). Në këto studime barrierat janë studiuar për të konkluduar pse sektori i biznesit të vogël nuk është rritur me ritmet e parashikuara dhe nuk ka luajtur rolin e tij në zhvillimin e këtyre ekonomive në tranzicion.

Ky kapitull është konceptuar i ndarë në tre seksione.

Seksioni i parë ofron një profil të sektorit të biznesit të vogël në Shqipëri. Ky profil përfshin përkufizimin e biznesit të vogël dhe statistika në madhësinë e sektorit, përqendrimet rajonale dhe sipas industrive si dhe numrin e të punësuarve në sektor.

Seksioni i dytë përshkruan shkurtimisht zhvillimet e sektorit të biznesit të vogël para dhe pas rënies së regjimit komunist. Qëllimi këtu është për të evidentuar qëndrimin historik të shtetit kundrejt ndërmarrjeve të vogla, me qëllim që të shpjegohen disa nga problemet e evidentuara gjatë periudhës së tranzicionit.

Seksioni i tretë synon të japë një pamje të qartë të situatës aktuale dhe zhvillimeve të fundit në klimën e biznesit në Shqipëri.

4.2 Përkufizime dhe statistika

Kusht i domosdoshëm për zhvillimin, krijimin dhe zbatimin e politikave për sipërmarrjen dhe zhvillimin e sektorit të NVM-ve është një infrastrukturë adekuatë institucionale. Korniza institucionale, e cila është e përshtatshme për sipërmarrjen përbëhet nga "kuadri i rregullave themelore politike, sociale dhe ligjore që krijojnë një bazë për prodhimin, shkëmbimin dhe shpërndarjen" (David Smallbone & Friederike Welter, 2003).

Përgjegjësia kryesore për zhvillimin e politikave të NVM-ve bie në Ministrinë e Ekonomisë, Tregtisë dhe Energjetikës (sot Ministria e Zhvillimit Ekonomik, Tregtisë dhe Sipërmarrjes). Ministria ka përgjegjësinë për zhvillimin e politikave të NVM-ve. Sipas MZHETS ka dy organe kryesore: Agjencia Albinvest dhe Këshilli i Biznesit Konsultativ të cilat janë të përfshirë në zhvillimin e NVM-ve. Përveç kësaj ka organizata të ndryshme të tjera të përfshira në zhvillimin e NVM-ve të tilla si dhomat e tregtisë, shoqatat e biznesit, qendrat dhe inkubatorët, kompanitë e konsulencës.

Shqipëria ka krijuar kuadrin ligjor për zhvillimin e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme dhe ka miratuar Kartën Evropiane për Ndërmarrjet e Vogla. Shqipëria miratoi Ligjin për Zhvillim dhe Strategjinë Kombëtare për zhvillimin e NVM-ve në vitin 2002. Përveç kësaj, Ligji i NVM-ve në vitin 2002 kishte siguruar ngritjen e Agjencisë së NVM-ve në Shqipëri, të quajtur Agjencia e Zhvillimit të Biznesit të Vogël (SBDA). Në përgjigje të këtij ligji, SBDA ishte një entitet publik jo-fitimprurës që vepronte si në Shqipëri dhe jashtë vendit. Më vonë, SBDA u zëvendësua nga Agjencia Albinvest. Roli i Agjencisë Albinvest është të ndihmojë dhe përshejtojë hyrjen e investimeve të huaja në ekonominë shqiptare, përmirësimin e aftësisë konkurruese të eksportuesve shqiptarë, dhe ofrimin e shërbimeve profesionale për të ndihmuar rritjen e NVM-ve shqiptare.

Këshilli Konsultativ i Biznesit (CBC) është themeluar me vendim të Kryeministrit, i kryesuar nga Ministri i Ekonomisë dhe përfshin përfaqësues nga autoritete të ndryshme publike, organizatat e sektorit privat, OJQ-të dhe organizatat donatore. Roli i Këshillit është diskutimi dhe përgatitja e rekomandimeve për qeverinë e dokumenteve zyrtare që lidhen me zhvillimin e sektorit privat.

Draft Strategjia e parë e NVM-ve në Shqipëri është krijuar në vitin 1996, por për shkak të një numri të rrethanave, siç janë trazirat ekonomike dhe financiare të vitit 1997, kriza e vitit 1999 e Kosovës, etj., kjo u miratua nga qeveria shqiptare vetëm në shkurt 2001. Strategjia e NVM-ve luan një rol kyç në qëllimet strategjike të qeverisë për zhvillimin social-ekonomik të Shqipërisë. Strategjia e NVM-ve kërkonte të arrinte sa më poshtë:

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- Forcimi institucional dhe zhvillimi përmes politikave të NVM-ve dhe zhvillimi i programeve dhe ofrimi i shërbimeve mbështetëse të NVM-ve përmes institucioneve ndërmjetësuese (siç janë dhomat e Tregtisë, agjencitë rajonale të zhvillimit, shoqatat e biznesit, kompanive të konsulencës, etj).
- Puna drejt një kuadri ligjor dhe fiskal transparent që është i favorshëm për zhvillimin e NVM-ve (p.sh. një bazë të dhënash të ligjeve dhe masave që prekin NVM-të, rishikimi dhe reformimi i legjislacionit, etj).
- Përmirësimi i menaxhimit të NVM-ve, nëpërmjet programeve të trajnimit të ofruara nga ndërmjetës.
- Përmirësimi i qasjes në financa duke zgjeruar mikro-financat dhe hartimin e mjeteve të reja të tilla si skemat e garantimit të kredive, dhënia me qira, etj.
- Arritja e zhvillimit të barabartë rajonal dhe sektorial përmes stimujve për të nxitur zhvillimin e NVM-ve në zonat dhe rajonet e privuara.

Sigurisht që vende të ndryshme mund të përdorin përkufizime të ndryshme në lidhje me ndërmarrjet mikro, të vogla dhe të mesme. Pavarësisht përkufizimeve të ndryshme, rëndësia e NVM-ve në ekonominë botërore është gjerësisht e njohur (Birch, 1989; Storey, 1994).

Termi NVM sipas Herts, L (1982) i referohet një sërë firmave. Shumica e vendeve e pranojnë që numri i punonjësve është matësi i përbashkët i NVM-ve. Definicioni teknik ndryshon nga vendi në vend por zakonisht është i bazuar në punësimin, asetet ose në kombinimin e të dyjave (Hunjra et.al. (2011). Në 1994 Storey argumentoi se nuk ka një përkufizim të vetëm, të dallueshëm dhe uniform të pranueshëm.

Sipas Komisionit Evropian (2003), kemi 3 kategori të NVM-ve – ndërmarrje mikro, të vogla dhe të mesme. Në Angli, një kompani e vogël është ajo që ka një qarkullim jo më shumë se 6.5 milion £, një bilanc jo më shumë se 3.26 milion £. Në Amerikë, përkufizimi i NVM -ve është dhënë nga Zyra e Standardeve të Administrimit të Biznesit të Vogël.

Scot & Bruce (1987) ofruan përkufizimin cilësor të një NVM -je. NVM është ajo që ka këto karakteristika:

1. Menaxhimi është i pavarur, zakonisht menaxherët janë gjithashtu pronarët;
2. Kapitali ofrohet dhe pronësia mbahet nga një person apo një grup i vogël individësh;
3. Zona e operimit është kryesisht lokale. Punonjësit dhe pronarët janë të një komuniteti, dhe tregjet duhet të lokalizohen në të njëjtin komunitet.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Pavarësisht përkufizimeve të ndryshme të NVM -ve kudo në botë, rëndësia e NVM -ve në ekonominë botërore është e njohur (Bich (1989)). Një biznes i vogël është ai që ka një pjesë të vogël të tregut, që është menaxhuar nga pronari, ose dhe jo, dhe ka një strukturë elaborate menaxhimi. Johansson (2008) thekson se NVM-të shpesh kanë burime të munguara në formën e burimeve financiare, menaxhimit dhe të njohurive bazë të limituara, megjithatë NVM-të shpesh kanë procese dhe produkte që është vështirë për t'i imituar dhe atje ku kemi një arritje të konkurrencës. Ndërmarrjet e vogla dhe mikro kryesisht veprojnë dhe operojnë nën kontrollin, supervizionin e pronarit që është dhe vendimmarrësi kryesor.

Kemi disa etapa të zhvillimit të NVM -ve sipas Hair et al, (1998):

- së pari, duhet të ndërtohet një model teorik;
- së dyti, duhet të krijohet një diagramë e marrëdhënieve shkakësore;
- së treti, diagrama duhet të konvertohet në një set strukturor dhe modele të matshme;
- së katërti, duhet të zgjidhet lloji i matricës së inputeve si dhe të bëhet vlerësimi i modelit të propozuar;
- së pesti duhet të bëhet identifikimi i modelit strukturor;
- së gjashti, duhet vlerësuar përshtatshmëria e kritereve;
- së fundi, duhet bërë interpretimi dhe modifikimi i modelit.

Sipas Deeks (1973) struktura organizacionale dhe politikë-bërëse e një NVM -je mund të jetë e tre tipeve: (cituar nga Gunasekerana et al.):

- Monokratike - ku pjesa më e madhe e vendimeve janë bërë nga pronarët ose aksionerët më të mëdhenj të ndërmarrjes dhe prezenca e tyre është absolutisht e nevojshme në funksionimin e përditshëm të kompanisë.
- Oligarkike - ku politika e kompanisë është vendosur nga dy ose tre menaxherë apo pronarë ku secili ka një punë të specializuar.
- Patrician- ku pronari ose aksioneri më i madh dhe familja e tij nuk janë të përfshirë në menaxhimin e përditshëm të kompanisë.

Një prej karakteristikave organizacionale që i jep NVM-ve avantazh të konsiderueshëm në tregje është struktura e thjeshtë dhe organizacionale krahasuar me kompanitë e mëdha. Gjatë përkufizimit të biznesit të vogël dhe të mesëm duhet të merren parasysh dhe në konsideratë shumë kritere, por si kritere më thelbësore konsiderohen këto:

- Pavarësia e biznesit;
- Biznesi nuk duhet të jetë dominant në rajonin në të cilin vepron;
- Numri i të punësuarve;
- Të hyrat nga shitjet.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Sipas *Bashkimit Evropian*, bizneset e vogla dhe të mesme ndahen në 3 kategori:

Ndërmarrjet (bizneset) mikro me 1-9 të punësuar.

Ndërmarrjet (bizneset) e vogla me 10-49 të punësuar.

Ndërmarrjet (bizneset) e mesme me 50-249 të punësuar.

I ngjashëm me këtë përkufizim është edhe ai i Bankës Botërore si p.sh: 1-5 të punësuar mikrondërmarrje, 6-25 të punësuar ndërmarrje të vogla dhe 25-250 ndërmarrje të mesme.

Në Shqipëri klasifikimi i bizneseve ka patur shumë ndryshime si pasojë e ndryshimeve të sistemit ekonomik, ecurisë së bizneseve, ndryshimeve politike, etj. Sot sipas të dhënave dhe publikimeve ndryshimet përfshijnë strukturën dhe statusin e tyre. Komisioni Parlamentar i Ekonomisë miratoi në vitin 2009 ndryshime në ligjin “Për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme”, të njohura gjerësisht si NVM, sipas ligjit nr. 10042 datë 22.12.2008 mbi ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. Në ndryshimet e bëra në ligj, klasifikimi u bë në varësi të numrit të punësuarve dhe shifrës së afarizmit⁴. Duke bërë ndryshime nga ligji i mëparshëm, i cili i klasifikonte në bazë të numrit të punonjësve dhe xhiros:

- 5 punonjës - mikrondërmarrje,
- 6- 20 punonjës - ndërmarrje të vogla,
- 21- 80 punonjës - ndërmarrje të mesme.
- Xhiroja: jo më shumë se 100 milionë lekë.

Tabela 4.1: Përkufizimi i SME-ve në Shqipëri dhe EU

Ndërmarrja	Shqipëria ishte (në milionë lekë)	EU (në milionë Euro)	Shqipëria bëhet (në milionë lekë)
MIKRO			
Punonjësit	5	10	0-9
Xhiro vjetore ⁵	-	2	Deri 10
Asetet	-	2	
TE VOGLA			
Punonjësit	6-20	50	10-49
Xhiro vjetore	40	10	Deri 50
Asetet	-	10	

⁴ "Shifër afarizmi" nënkupton shumat e faturuara nga ndërmarrja gjatë një viti, që i korrespondojnë shitjes në treg të të mirave dhe shërbimeve ofruar të tretëve.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

TE MESME			
Punonjësit	80	250	50-250
Xhiro vjetore	80	50	Deri 250
Asetet	-	43	

Në klasifikimin e ri me *mikrondërmarrje* do të konsiderohen të gjithë ato biznese që kanë të punësuar deri në 9 punonjës dhe shënojnë një të ardhur vjetore më të vogël se 10 milionë lekë në vit. *Ndërmarrje të vogla* konsiderohen ato, të cilat kanë 10 deri në 49 të punësuar dhe një e ardhur, e cila në fund të vitit shënon më pak se 50 milionë lekë. *Ndërmarrje të mesme* konsiderohen ato të cilat kanë nga 50 deri në 249 të punësuar dhe një të ardhur vjetore më të vogël se 250 milionë lekë.

Sipas përfaqësueseve të atëhershëm të Ministrisë së Ekonomisë, Tregtisë dhe Energjetikës, këto ndryshime janë bërë në kuadrin e përafrimit të legjislacionit shqiptar me atë të Bashkimit Evropian. Po ashtu, si arsye tjetër e ndryshimeve të këtij ligji, konsiderohet ardhja në ndihmë të ndërmarrjeve shqiptare, për të bërë të mundur thithjen e donacioneve nga skema e BE-së për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (METE, 2008).

NVM-të dominojnë shumë sektorë të rëndësishëm të industrisë siç është shitja me pakicë, shërbimet dhe ndërtimi, dhe formojnë lidhje 'kruciale', forward dhe backward, në zinxhirin e ofertës (Robinson & Pearce (1984)).

Tabela 4.2: Numri ndërmarrjeve dhe punësimi në EU

	Mikro	Të vogla	Të mesme	SME	Të mëdha	Totali
Numri i ndërmarrjeve						
Numri	19,143,521	1,357,533	226,573	20727627	43,654	20771281
përqind	92.2	6.5	1.1	99.8	0.2	100
Punësimi						
Numri	38395819	26771287	22310205	87477311	42318855	129796166
përqind	29.6	20.6	17.2	67.4	32.6	100

Burimi: Eurostat/National Statistics Offices of Member States/Cambridge Econometrics/Ecorys

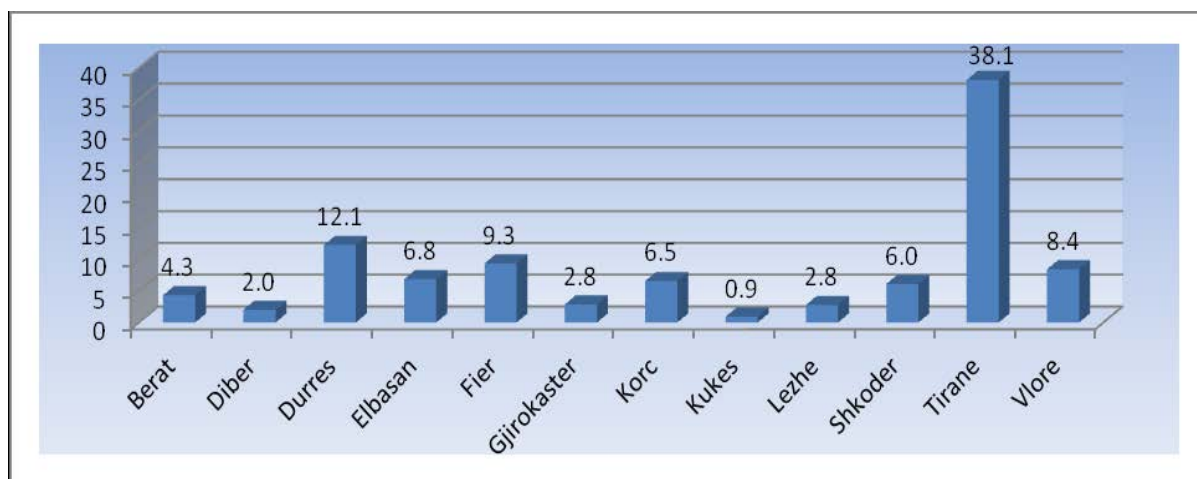
Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Siç e shohim dhe nga tabela e mësipërme, SME-të përbëjnë rreth 99.8 përqind të ndërmarrjeve në 2012⁶ në EU, që llogariten në 20.7 milion biznese. Nga këto shumica, rreth 92.2 përqind janë ndërmarrje mikro. 6.5 përqind e NVM-ve janë klasifikuar si të vogla, 1.1 përqind ndërmarrje të mesme dhe si ndërmarrje të mëdha llogariten rreth 0.2 përqind të tilla në EU.

Sektori i NVM-ve në Shqipëri ka një strukturë të një shkalle relativisht të vogël. Pjesa që zënë mikrondërmarrjet në totalin e ndërmarrjeve është rreth 95,2 përqind, duke qenë më e madhe se mesatarja e BE27 (92 përqind).

Kontributi i NVM-ve shqiptare në ekonomi, siç është matur dhe nga vlera e shtuar (75 përqind), është më i madh se mesatarja e BE27 (58 përqind). Duke ndjekur të njëjtin model, kontributi i mikrondërmarrjeve shqiptare në punësim është 48 përqind, më i madh se mesatarja evropiane (30 përqind). Si rrjedhojë, kontributi total i sektorit të NVM-ve shqiptare në punësim është 83 përqind, më i madh se mesatarja e BE-së (67 përqind).

Sektori i NVM-ve ka një kontribut substancial në rritjen ekonomike dhe punësimin. Bazuar në të dhënat e INSTAT (2013), kontributi i NVM-ve në PBB është më shumë se 73 përqind dhe më shumë se 71 përqind në sektorin e punësimit.



Grafiku 4.1: Shpërndarja e sipërmarrjeve aktive sipas rajoneve
Burimi INSTAT (2013)

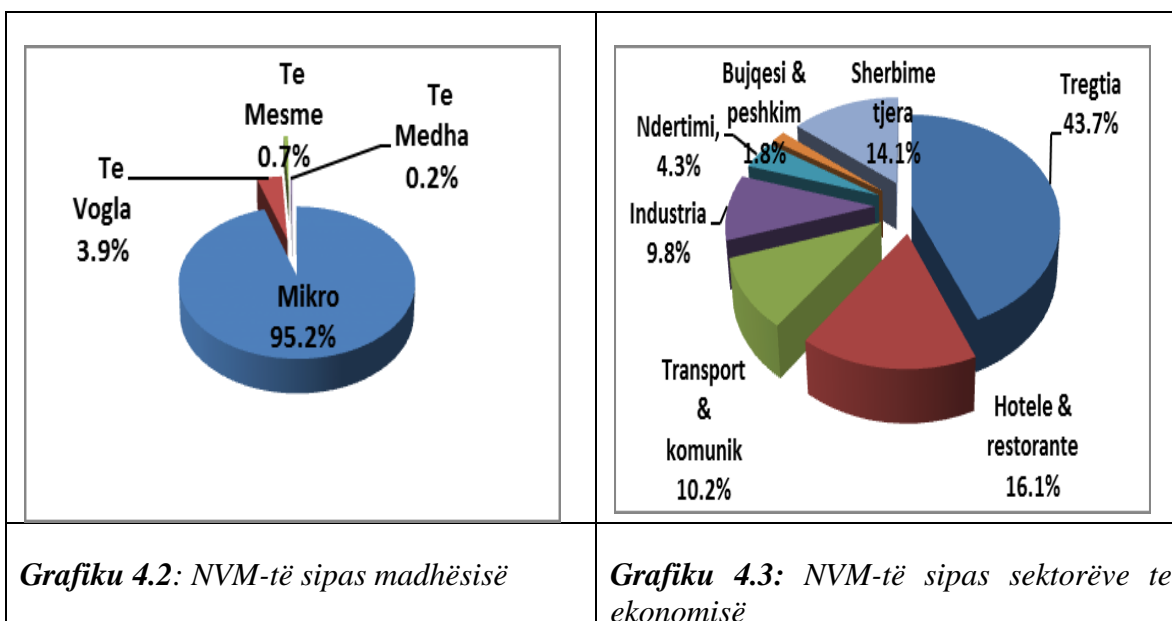
⁶ Shënim: Sipas “Indeksit të Lirisë Ekonomike 2012” të raportit të Heritage Foundation and Wall Street Journal, e cila mbulon 10 liritë – nga të drejtat e pronës deri në sipërmarrjen – në mes 184 vendeve të botës, Shqipëria shënoi (65,1 pikë)3 duke u renditur në vendin e 57-të në botë dhe në vendin e 26 mes 43 vendeve evropiane. Shkalla e matjes nga 1-100, ku 100 përfaqëson lirinë maksimale.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Gjithashtu numri i sipërmarrjeve aktive në fund të 2013 ishte rreth 106.503. Krahasuar me sipërmarrjet aktive në vitin 2005 ka një rritje prej 65 përqind. Numri i sipërmarrjeve që drejtohen apo janë pronare femrat është 27 përqind.

Mbi 50 përqind e sipërmarrjeve aktive veprojnë në rajonin e Tiranës dhe të Durrësit. Në prefekturën e Elbasanit, Dibrës dhe Korçës është vënë re vetëm një rritje e vogël e sipërmarrjeve duke e lënë situatën pothuajse në gjendjen e një viti më parë.

Krahasuar me vitin e kaluar xhiroja për vitin 2013 u rrit me 8 përqind. Kjo rritje prej 32.3 përqind erdhi nga sipërmarrjet në fushën e ndërtimit. Krahasuar me vitin 2010 prodhuesit e mallrave u rritën me 6.3 përqind, ndërsa ofruesit e shërbimeve, krahasuar me të njëjtin vit u rritën me 5.7 përqind.



Burimi: INSTAT (2013)

Sipas strukturës së sipërmarrjeve aktive në vitin 2013 është vënë re që NVM-të më së shumti dominohen nga mikro-ndërmarrjet me nga 1 deri në 9 punonjës, që përbëjnë rreth 95.2 përqind të numrit të përgjithshëm të sipërmarrjeve aktive. Shpërndarja e sipërmarrjeve aktive sipas sektorëve ekonomikë është: tregtia 43.8 përqind, hotelet & restorantet 16.1 përqind, transporti & komunikacionet 10.2 përqind, industria 9.8 përqind, ndërtimi 4.3 përqind, bujqësia dhe peshkimi 1.8 përqind ndërsa shërbimet e tjera zënë 14.1 përqind. Është për tu theksuar se sektorët e tregtisë, hoteleve, bareve dhe restoranteve dominohen nga sipërmarrjet vendase me një zhvendosje të lehtë në vitet e fundit drejt tregtisë ndërkombëtare, veçanërisht gjatë periudhës së verës si pasojë e rritjes së turizmit në vend.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Bazuar në të dhënat e INSTAT (2013) dhe siç shihet dhe nga grafikët 4.2 dhe 4.3, kemi që 95.2 përqind të NVM-ve e përbëjnë ndërmarrjet mikro; 3.9 përqind ato të vogla; 0.7 përqind të mesme dhe 0.2 përqind ndërmarrjet e mëdha. Sektori që mban peshën e NVM-ve është ai tregtar. Më shumë se 73 përqind të PBB (GDP), është kontribut i NVM-ve. NVM-të kontribuojnë në sektorin e punësimit më shumë se 71 përqind. Gjithashtu kemi se numri i sipërmarrjeve aktive në fund të vitit 2011 ishte rreth 106.503, krahasuar kjo me vitin 2005 kemi një rritje prej 65 përqind.

4.3. Traditat historike të zhvillimit të NVM-ve në vite

Një shpjegim se pse sektori i biznesit të vogël në Shqipëri ka patur probleme dhe një zhvillim relativisht të ngadalshëm është se historikisht vendi ka patur një traditë të dobët të sipërmarrjes si dhe një periudhë të gjatë të sundimit komunist. Ky seksion na jep një përmbledhje të zhvillimit ekonomik që nga koha e sundimit të mbretit Zog dhe deri në ditët e sotme, heton dhe përshkruan statusin e ndërmarrjeve të vogla private para dhe pas revolucionit komunist; ai gjithashtu analizon marrëdhëniet midis ndërmarrjeve të vogla private dhe shtetërore gjatë kësaj periudhe.

Në nëntor të 1912, pas 500 viteve nën pushtimin Turk, Shqipëria u deklarua një shtet i pavarur. Jashtëzakonisht e pazhvilluar, Shqipëria që doli pas Luftës së Parë Botërore ishte shtëpia e më pak se 1 milion njerëzve të ndarë në dy klasa shoqërore: ata që kishin në pronësi tokat dhe kishin privilegje prej feudalësh dhe ata që nuk kishin toka. Shqipëria nuk kishte industri dhe potenciali i vendit për fuqinë hidro-energjitike ishte i pashfrytëzuar. Nafta përfaqësonte burimin kryesor nëntokësor në vend. Ajo gjithashtu posedonte bitum, linjit, hekur, krom, boksit, magnez dhe pak ar.

Eksportet kryesore të Shqipërisë ishin nafta, lëkurët e kafshëve, djathi, bagëtitë dhe vezët, dhe importet kryesore ishin drithërat dhe artikujt e tjerë ushqimorë, produktet e metalit dhe makineritë.

Gjatë krizës së viteve 1929-1933, në 1931 Zogu u kërkoi italianëve një hua prej 100 milion franga ari, hua kjo që u miratua nga qeveria italiane. 11 vitet e historisë së Shqipërisë gjatë mbretërimit të Zogut I, spikasin për një dallgë modernizimi të vendit, i cili përpara kësaj kishte vuajtur në kurriz 500 vite të pushtimit turk. Pavarësisht të qenit vendi më i vogël, Shqipëria u rrit dhe u zhvillua si vendi më i fuqishëm në rajonin e Ballkanit. Prosperiteti i saj u godit përkohësisht nga Depresioni i Madh dhe u rigjallërua në fund të viteve 1930 për t'u ndërprerë më pas përfundimisht nga Lufta e Dytë Botërore dhe rregullat e komunizmit që do të pasonin më vonë.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Gjatë intervalit të Luftës së Dytë Botërore, Shqipëria qëndroi vendi më i prapambetur ekonomikisht i Evropës. Fermerët fshatarë përbënin pjesën më të madhe të popullsisë së vendit. Shqipëria praktikisht nuk kishte industri dhe potenciali i vendit për prodhimin e hidro-energjisë mbeti virtualisht i pashfrytëzuar.

Qeveria komuniste, e cila erdhi në fuqi pas Luftës së Dytë Botërore, ndërmoi hapa të mëdha për instalimin e ekonomisë së planifikuar të stilit Stalinist. U shtetëzuan të gjitha industritë, u transformua tregtia e jashtme në monopol të qeverisë, thuajse e gjithë tregtia e brendshme u vendos nën kontrollin e shtetit dhe u ndaluan shitjet dhe transferimet e tokave. Gjatë kësaj periudhe u zhvilluan të gjitha llojet e industrisë së shërbimeve, bazuar në parimin komunist “të mbështetemi në forcat tona”. Sidoqoftë, produktet BIO, mineralet dhe produktet e prodhuara me dorë ishin kuajt e betejës për eksportet shqiptare.

4.3.1 Vitet '90

Në fillim të viteve 1990, Shqipëria i dha fund pas 46 vjetësh regjimit ksenofob komunist dhe themeloi një demokraci shumëpartiake. Që prej fundit të diktaturës, Shqipëria ka kaluar një sërë problemesh të lidhura me zhvillimin e vendit. Këto përfshijnë një popullsi të madhe, kryesisht të varfër e të angazhuar në aktivitete agro-kulturore, por të penguar nga territori i vështirë, mungesa e përmirësimeve në metodat e prodhimit dhe risku i thatësirave apo përmbytjeve.

Në këtë kontekst ekonomik e social, Shqipëria filloi aplikimin e reformave drastike drejt vendosjes së ekonomisë së tregut. Përballë dy alternativave të mundshme në ritmin dhe gjerësinë e reformave: “tranzicion gradual” apo “terapi shoku”, Shqipëria ndoqi rrugën e tranzicionit radikal duke privilegjuar konceptin e “shkatërrimit krijues” dhe liberalizimit të gjerë në të gjitha fushat.

Mungesa e ekuilibrit të brendshëm makro në fillim të viteve 1990 në Shqipëri i kishte rrënjët në praktikat jo eficiente ekonomike të së kaluarës. Një mal me probleme të cilat ishin akumuluar nga e kaluara shpërthyen në fillim të 1990. Përveç rënies së prodhimit dhe të pagave reale, kërkesa e tepërt për shtëpi, performanca e ulët e rrugëve, transportit dhe telekomunikacionit dhe mungesa e shërbimeve, solli ulje të rëndësishme të standardit të jetesës duke krijuar një pengesë të vërtetë për reformën ekonomike pas vitit 1991.

Në vitet e para përpjekjet u përqendruan në stabilizimin e situatës emergjente të çekuilibrit makroekonomik në Shqipëri.⁷ Politika monetare do të ishte aktori kryesor nominal i programit, i mbështetur nga një politikë fiskale e cila kishte si objektiv qendror

⁷ Shih: "Programi afatmesëm i Qeverisë për zhvillimin ekonomik të Shqipërisë në 1993-1996", prezantuar në parlament ne 24.11.1993 nga kryeministri Aleksandër Meksi, "Rilindja Demokratike", Nentor 26-27, 1993, Tirana.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

përfundimin e financimit të deficitit monetar deri në fund të programit. Përveç kësaj, politika e të ardhurave do të mbetet një aktor i dytë kryesor për aq kohë sa sektori publik kishte numrin më të madh të punësuarve. Një ndër objektivat më të rëndësishme të programit të stabilizimit në Shqipëri ishte reduktimi i deficitit fiskal dhe rregullimi gradual i peshës së të ardhurave dhe të shpenzimeve në buxhet.

Rezultatet e para të strategjisë së përdorur u reflektuan në rritjen e prodhimit, duke shfaqur një përmirësim të vazhdueshëm, krahasuar me vendet e tjera që ndodheshin nën të njëjtat kushte; deficitit buxhetor dhe inflacioni u ulën. Edhe pse ende e lartë, papunësia ishte duke u ulur ngadalë së bashku me një zhvillim të shpejtë të sektorit privat.⁸

Tranzicioni i vështirë në Shqipëri është mbështetur fuqimisht nga remitancat nga emigrantët që punonin jashtë shtetit. Vlerësimet tregojnë rreth 350-450 milion \$ në vit të ardhura, që llogariten me një GDP prej 25 përqind.⁹ Ata kanë dhënë një kontribut të rëndësishëm për familjet e tyre për të mbijetuar dhe për të ndërtuar biznese të vogla.

Shqipëria supozohej të kishte normën më të madhe të rritjes ekonomike gjatë viteve '93-'96 (+ 8,6 përqind në 1995). Kjo shpjegohej nga mbijetesat e sektorit bujqësor dhe të ardhurave nga emigracioni të vlerësuar rreth 380 mln \$ në 1995. Përtej këtyre shifrave optimiste të raportuara, Shqipëria ka mbetur në situatën e varfërisë ekstreme. Gjatë kësaj kohe vendi ka përjetuar një strukturë të dobët financiare dhe bankare. Stabiliteti i monedhës kombëtare (Leku) ka qenë artificial dhe jo i mbështetur në stabilitetin e prodhimit kombëtar bujqësor dhe industrial.

Ekonomia u rrit me një mesatare vjetore prej 6 përqind nga 2000 në 2008, para se rritja të dobësohej në 3 përqind në 2009.¹⁰ Pavarësisht efekteve të pashmangshme të krizës, Shqipëria ka ruajtur nivelin më të lartë të rritjes në Evropën Juglindore përgjatë 3 viteve dhe ishte projektuar të rritej në 3,5 përqind në 2012.¹¹

Bujqësia është një burim kryesor për punësimin dhe të ardhurat në zonat rurale duke kontribuar me 21 përqind të PBB-së dhe duke numëruar 58 përqind të punësimin në vend. Aktualisht ka një total prej 375.000 ferma private. Përveç kulturave fushore, 91 përqind e fermave kanë bagëti dhe 37 përqind pemëtores. Gjatë viteve të fundit shihet një tendencë rënëse e sipërfaqeve të mbjella, veçanërisht të drithërave duke e kompensuar me një rritje të bimëve foragjere dhe të perimeve. Sfidat është të transformohet bujqësia nga një sektor

⁸ Shih: Transition Report, EBRD, 1995.

⁹ Burimi: Report on Human Development, Albania 1995, UNDP, Tirana 1995.

¹⁰ European Economy, Occasional Papers, 73, Brussels, pp. 39, December 2010

¹¹ EconStats, World Economic Outlook Data, IMF, Albania, <http://www.econstats.com/weo/CALB.htm>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

që thjesht po mbijeton, në një sektor modern, komercial dhe konkurrues duke nxitur mundësitë alternative të të ardhurave për banorët që po dalin nga sektori.

Ndërkohë që *papunësia* është shqetësim i madh, Shqipërisë i duhet gjithashtu të luftojë me një nivel të lartë të korrupsionit zyrtar, kriminalitetit të organizuar dhe lulëzimit të punës në të zezë, një sektor i vlerësuar rreth 50 përqind e PBB-së vjetore të vendit.¹² Raportet tregojnë që 60 përqind e shqiptarëve besojnë që ekziston një korrupsion shumë i madh në qeveri, ndërsa 65 përqind janë të bindur për korrupsionin në bizneset private. Në mënyrë të ngjashme 16 përqind e tyre besojnë që krimi i organizuar ka patur një rritje përgjatë 5 viteve të fundit.¹³

Me një sërë qytetesh bregdetare përgjatë Adriatikut, qytetesh historike dhe destinacionesh të trashëgimisë kulturore të përfshira në listën e trashëgimisë botërore nga UNESCO, ka një varietet vendesh të veçantë dhe tërheqës për të jetuar dhe për t'u vizituar. Vite të tëra financimi të qyteteve dhe infrastrukturës së tyre janë zhvilluar e megjithatë kanë lënë në prapambetje investimet në sistemin e ujësjellësit dhe të kanalizimeve, në menaxhimin e mbeturinave të ngurta, në rehabilitimin e rrugëve brenda qytetit dhe lehtësive urbane të cilat mund të dëmtojnë turizmin ashtu si dhe vetë jetën e qytetarëve shqiptarë.

Mungesa e infrastrukturës është akoma pengesa më e madhe për mirëqenien ekonomike. Rrjetet e transportit të menaxhuara keq dhe mungesa e energjisë kanë rrezikuar gjithnjë investimet e huaja.

Prioritet i qeverisë ka qenë reforma e sektorit të energjisë dhe përmirësimi i *furnizimit me energji elektrike*. Në dekadat e fundit, kombinimi i motit të thatë me humbjet e larta në rrjet, normat e ulëta të mbledhjes së pagesave dhe kërkesat në rritje bëjnë që sektori energjetik të zbatojë ndërprerjet me energji nëpër rajone të caktuara.

Përmirësimi i klimës së biznesit ka qenë një prioritet i rëndësishëm i qeverisë. Një fushë e progresit konkret është kuadri ligjor dhe rregullator për biznesin, i cili është riorganizuar dhe modernizuar. Ndër arritjet kryesore janë reduktimi i ndjeshëm i kohës dhe kostos së regjistrimit të një biznesi.

¹² Central Intelligence Agency, World Factbook, Albania, <https://www.cia.gov/library/publications/the-worldfactbook/geos/al.html>

¹³ Gallup Balkan Monitor, Insights and Perceptions: Voices of the Balkans, 2010 Summary Findings, pp. 35-37, <http://www.balkan-monitor.eu/index.php/reports>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

4.4 Mjedisi i zhvillimit të NVM-ve sot

4.4.1 Zhvillimet e post krizës

Gjatë 20 vjetëve ekonomia shqiptare ka pësuar ndryshime të rëndësishme strukturore, që kanë ‘ushqyer’ rritjen ekonomike. Megjithatë, kriza aktuale shfaqti shumë probleme me modelin e rritjes, çka tani ngjan më shumë me një model konsumi të paqëndrueshëm sesa një ekuilibër afatgjatë.

Tabela 4.3 Disa prej treguesve kryesore makroekonomike (2004-2013)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Norma e rritjes se PBB (përqind)	5.7	5.8	5.4	5.9	7.5	3.3	3.5	2	1.3	0.7
PBB për fryme (USD)	2344.1	2602.4	2858.4	3393.5	4102.0	3819.5	3714.6	3992.5	4377.0	4614.7
Fuqi punëtore ml	1.088	1.085	1.084	1.082	1.114	1.041	1.059	1.070	1.098	1109
Papunësia përqind	14.4	14.1	13.8	13.2	12.5	13.6	13.5	13.3	13.4	12.9
Norma e inflacionit përqind	2.4	2	2.4	3	2.2	3.7	3.5	3.9	2	1.9
Eksporte (ml \$)	425	552	650	793	962	1.416	1.194	1.886	213	246.4
Importe(bilioni \$)	2.076	1.55	2.916	3.42	4.844	3.602	4.305	5.022	528.5	517.3
Bilanci tregtar/ PBB në përqind	-4.8	- 6.82	-7.35	-10.75	-15.56	-13.5	-11.9	-12.5	-9.4 përqind	-10.6

Burimi: IMF, World Bank, EBRD

Pavarësisht nga konsolidimi fiskal dhe normat relative të rritjes, çekuilibri makroekonomik ka goditur dhe ka shkaktuar një deficit të madh buxhetor. Nga këndvështrimi mikroekonomik, ajo u manifestua në një pozicion të paqëndrueshëm financiar të sipërmarrjes dhe në bilancin e çdo familje.

Sikurse raportohet në raport progresin e FMN në Maj 2012, ekonomia e vendit është përmirësuar dukshëm gjatë dekadës së fundit për shkak të reformave në zhvillimin e infrastrukturës, mbledhjen e taksave, ligjit të pronës, dhe administrimin e biznesit

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

(Bureau of European and Eurasian Affairs, 2012). Përkundër këtij përparimi të dukshëm, Shqipëria mbetet ende një nga vendet më të varfra në Evropë (Beck & Laeven, 2006 p 387), mbështetur në treguesit kryesor të të ardhurave, edhe pse shifrat e PBB-ja për frymë nuk japin një ndarje të qartë midis të ardhurave nga remitancat dhe të ardhurave nga tregu informal i punës, të cilat FMN i vlerëson në masën 30 përqind -40 përqind të PBB-së (FMN, 2012).

4.4.2 Nevoja për një model të ri rritje

Modeli aktual ekonomik nuk mund të gjenerojë një rritje të qëndrueshme në nivelin e para krizës. Prosperiteti në shekullin e 21-të kërkon një model më të zgjuar rritjeje, një model të zbatueshëm në kuadrin e bashkëpunimit rajonal. Modeli ekzistues i rritjes, i orientuar drejt konsumit, i cili u ushqye nga një zgjerim i kredive konsumatore dhe hipotekave, nuk mund të jetë më një model i qëndrueshëm përballë realitetit ekzistues. Faktorët makro dhe mikro që inkurajuan rritjen e shpejtë ekonomike vitet e fundit nuk janë më prezent në ekonominë kombëtare dhe globale. Epoka e shumë parave 'të lira' ka mbaruar. Kjo bazohet jo vetëm në faktin që tregjet financiare kanë adoptuar një qëndrim të ri ndaj riskut, por mbështetja në kreditë dhe rritja e orientuar drejt konsumit e kanë dobësuar bilancin e familjeve dhe korporatave. Niveli i borxhit të akumuluar nëpërmjet këtij modeli është relativisht i madh. Konsumi, i cili është drejtuesi më i madh i investimeve dhe rritjes në ekonomi, mbështetet shumë në të mirat e importuara.

Ekonomia jonë vuan nga kapacitetet e limituara të prodhimit të brendshëm, pavarësisht se është e pajisur mirë me faktorë prodhimi si toka të punueshme, burime natyrore, burime energjie, burime uji, një vijë bregdetare të bukur, dhe një popullsi të re. Sektorët e ekonomisë nuk kanë përfituar proporcionalisht nga rritja e investimeve direkte dhe ndërmjetësimi financiar. Investimet private janë fokusuar më shumë në sektorin e shërbimeve dhe ndërtimin e shtëpive për banim. Janë bërë investime të pakta në bujqësi, fabrika dhe sektorët tradicionalë të eksportit si minierat dhe prodhimi i energjisë. Ndërkohë që kjo reflekton produktivitetin e ulët të sektorëve të uritur financiarë, tregon se modelit aktual të rritjes i mungon një vizion i qartë për zhvillimin e faktorëve pak të përdorur të prodhimit.

Paaftësia e prodhimit të brendshëm për të kënaqur kërkesën lokale dhe zëvendësimi me të mira të importuara solli një rritje në importe dhe një treg të madh me një deficit të konsiderueshëm të bilancit të pagesave. Si rezultat autoritetet shqiptare e gjetën veten në mes të rrugës dhe duhet të vendosnin çfarë rruge të ndiqnin. Nga njëra anë është sakrificat afatshkurtër/përfitimi afatgjatë në rrugën e vështirë të ri-konsolidimit dhe balancimit, ose përfitimi afatshkurtër, por i rrezikshëm i kthimit në një ekonomi konsumi.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Sot karakteristikat gjeografike, demografike, ekonomike dhe sociale të ekonomisë shqiptare ofrojnë shumë avantazhe, të cilat në qoftë se përdoren në mënyrë të zgjuar mund të materializohen në përfitime të vërteta. Rritja e monedhës së huaj nga të gjitha burimet është një element i rëndësishëm në sigurimin e stabilitetit makroekonomik në përgjithësi. Nga ky këndvështrim, aktivitet mbështetëse eksportuese janë të domosdoshme si për administratën publike dhe për sektorin financiar, jo vetëm me produkte dhe burime financiare, por dhe me drejtim financiar, fiskal dhe politika të tjera mbështetëse. Këto politika sidoqoftë nuk do të ishin produktive, vetëm nëse ekonomia shqiptare do të ishte në gjendje të ndërtonte avantazhe krahasuese në aktivitetet ekonomike, eksportimin e produkteve dhe shërbimeve. Prandaj bëhet e nevojshme të përkufizohet konkurrueshmëria kombëtare si një set politikash, faktorësh dhe institucionesh, që vendosin nivelin e produktivitetit të një shteti (Global Competitiveness Report, 2011-2012). Raporti i konkurrueshmërisë globale e rendit Shqipërinë të 78-tën mes 142 ekonomive kryesore në zhvillim, duke e pozicionuar poshtë vendeve të BE dhe ekonomive të Evropës Qendrore dhe Lindore.¹⁴ Sipas këtij raporti Shqipëria vuan nga madhësia e tregut, zhvillimi i tregut financiar dhe inovacionit, gatishmëria teknologjike, sofistikimi i biznesit dhe infrastruktura. Në këto kategori Shqipëria rezulton poshtë 4-tres nga 7 pikë maksimale.

Sidoqoftë situata është vërtet e vështirë në termat e madhësisë së tregut dhe inovacionit, ku rezultati është poshtë 3. Bazuar në këtë indikator është e arsyeshme të supozohet që investimi në ekonomi mund të zhvendoset nga sektorët komercialë në ata prodhues. Më tepër se një rezultat, produktiviteti shihet si një faktor vendimtar në zhvillimin e sektorit dhe në natyrën e rritjes ekonomike. Indikatorët e konkurrencës konfirmojnë veçanërisht dobësitë në arsimin shqiptar. Përveç të tjerave, dobësia dhe rënia e arsimit dhe trajnimit profesional, pamjaftueshmëria e praktikës në punë dhe preferencat ndaj shkencave sociale në arsimin e lartë kontribuojnë në një dobësim të konkurrueshmërisë.

Madhësia e vogël e tregut, infrastruktura e fragmentarizuar ka çuar në një përqendrim të madh të aktivitetit ekonomik në zona midis Tiranës dhe Durrësit për të gjitha tipet e industrive, të cilat kanë një përqendrim shumë të ulët në qytetet e tjera. Ky model zhvillimi ka ndaluar krijimin e kushteve të inovacionit dhe të mësuarit.

Bujqësia ofron 20 përqind të vlerës së shtuar në ekonomi dhe është lokalizuar kryesisht në pjesën perëndimore dhe juglindore të Shqipërisë. Distanca midis industrive dhe sektorëve bujqësor dëmton produktivitetin dhe efikasitetin prodhues, çka shkakton reduktimin e konkurrencës në sektorin e bujqësisë. Kështu nuk është koincidence që

¹⁴ Indeksi bazohet në 12 shtyllat e konkurrencës. Shih Global Competitiveness Report 2012-2013.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

konsumi i ushqimit përbën një pjesë të madhe të importeve në Shqipëri, dhe ku një pjesë e madhe e tokave bujqësore mbeten të papunuara.

4.4.3 Kapja e mundësive të reja

Mungesa e eksperiencës së shoqërisë shqiptare mbi kapitalizmin dhe strukturën e tregut, e kufizon ekonominë shqiptare në bërjen e zgjidhjeve më të mira të mundshme dhe të përdorimit të potencialit real në shfrytëzimin e faktorëve të prodhimit. Prandaj ekziston nevoja për të identifikuar një model të ri, të rritjes afatgjatë, të aftë për të tërhequr burimet financiare - në veçanti burime nga jashtë vendit - në një mënyrë të re dhe novatore. Gjetja e rrugëve efçente për të rritur produktivitetin e faktorëve të prodhimit dhe kombinimi i tyre në mënyrë efçente është një hap kritik për të kapërcyer problemet aktuale të kapitalit të pa shfrytëzuar, redukton normat e larta të papunësisë dhe tokat bujqësore të papërdorura.

Gjatë pesë viteve të fundit Shqipëria ka ndërmarrë shumë reforma për reduktimin e pengesave administrative ndaj biznesit që kanë dhënë rezultatet e mëposhtme:

1. Thjeshtimet Administrative: Qendra Kombëtare e Regjistrimit. QKR-ja si one stop shop. Regjistrimi në QKR bëhet brenda një dite pune dhe me një kosto minimale prej 100 ALL (0.81 euro). Regjistrimi me një sportel të vetëm ofrohet në 32 zyra në të gjithë territorin e Republikës së Shqipërisë me qëllim thjeshtimin në maksimum të procedurës së regjistrimit. *Qendra Kombëtare e Licencimit. QKL-ja si one stop shop.* QKL-ja punon mbi parimin e vetë-deklarimit dhe miratimit të heshtur. Licencat e grupit I dhe II jepen nga QKL-ja brenda 2-4 ditëve. Licencat e grupit III, të cilat iu janë kaluar ministrive përkatëse, kërkojnë nga 10-30 ditë procedura licencimi. Që nga 9 Qershori 2010, brenda QKL-së ka filluar funksionimin sporteli i aplikimeve për projektet në fushën e energjetikës, si një objektiv madhor zhvillimi për qeverinë Shqiptare.

2. Reforma Tatimore: Politika fiskale është duke influencuar gjithnjë e më tepër në krijimin e një klime nxitëse dhe mbështetëse për sipërmarrjet vendase dhe ato të huaja. Tatimi mbi të ardhurat u reduktua në nivelin e sheshtë prej 10 përqind që nga Janari 2008 duke përfshirë të gjitha llojet e të ardhurave.

3. Qeverisja Elektronike: Lidhur me thjeshtimin e procedurave të bërjes biznes, me mbështetjen edhe të Marrëveshjes së Sfidës së Pragut të Mijëvjeçarit (MCATA), të administruar nga USAID, është bërë progres në veprimtarinë e administratës publike në katër fusha kryesore: *prokurimin publik, regjistrimin e biznesit, administrimin e taksave dhe licencimin.*

- *Shërbimi on line për deklarimin dhe pagesën e taksave.*

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- *Prokurimi on line:* Që nga fillimi i vitit 2009 të gjitha llojet e prokurimeve publike zhvillohen on line. Sistemi elektronik i prokurimit publik (www.app.gov.al) përmban të gjithë dokumentacionin për marrjen pjesë në tender, ku të gjitha sistemet operative, përfshirë shkarkimin e dokumenteve dhe dorëzimin elektronik të ofertave dhe propozimeve për tender bëhen falas.
- *Shërbimi on line në dogana:* Me kompjuterizimin e të gjitha pikave doganore dhe përdorimin e programit ASYCUDA shërbimi ndaj biznesit është përmirësuar në mënyrë të ndjeshme, duke reduktuar kohën e kryerjes së kontrollit të dokumentacionit dhe atë të mallrave.
- *Teknologjia e informacionit.* Gjatë viteve të fundit Qeveria ka ndërmarrë politika nxitëse mbi zhvillimin e teknologjisë së informacionit që nga shkollat e deri tek sipërmarrjet për të rritur konkurrueshmërinë e bizneseve Shqiptare në tregun rajonal dhe atë global.

4.4.4 Konkurrueshmëria e Ekonomisë Shqiptare

Duke ditur se Shqipëria aspiron për tu bërë një vend kandidat për anëtar i BE-së, benchmark i BE-së është i rëndësishëm, por gjithashtu është i rëndësishëm krahasimi me vendet e Evropës Juglindore (SEE) në aspektin e konkurrueshmërisë. Kështu PBB për frymë në vitin 2011, sipas EUROSTAT, në Shqipëri ishte në masën 30 përqind të PBB për frymë në PPS¹⁵ krahasuar me mesataren e EU-27, 11 përqind krahasuar me PBB-në/për frymë më të lartë që e ka Luksemburgu dhe 66 përqind e PBB-së për frymë krahasuar me vendin me nivelin më të ulët në BE që është Bullgaria.

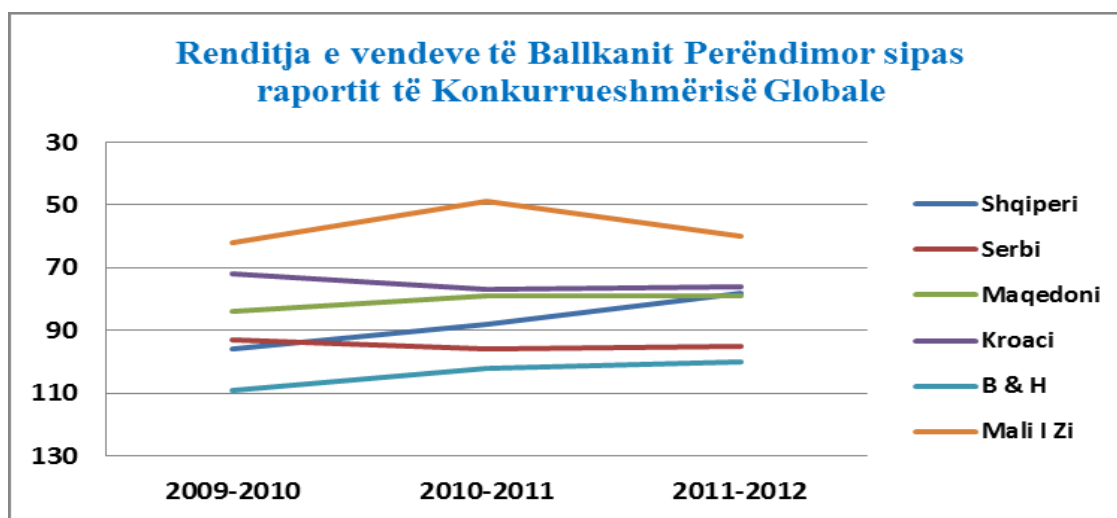
Grafiku 4.4 i referohet pozicionit të Shqipërisë kundrejt vendeve të Ballkanit perëndimor. Sipas raportit të Konkurrueshmërisë Globale të Forumit Ekonomik Botëror 2012-2013, Shqipëria renditet e 89-ta nga 144 vende/ekonomi. Shqipëria klasifikohet në grupin e vendeve që janë në stadin e dytë të zhvillimit të konkurrueshmërisë (gjithashtu quhet “stadi nxitës i efijencës së ekonomisë”). Kur ekonomitë transferohen në fazën e efijencës, jo shumë kohë konkurrueshmëria e tyre mbështetet në çmime të ulta, por në cilësinë e mallrave dhe të shërbimeve.

Duke konsideruar tre dimensionet kryesore (kërkesat bazë, rritja e efijencës, inovacioni dhe faktorët e sofistifikimit) të indeksit, Shqipëria ka rezultatin më të lartë në treguesin e parë “kërkesat bazë” (4.2 pikë), duke u renditur në pozicionin e 87-të. Duke vështruar shtyllat brenda këtyre 8 dimensioneve, renditjet më të mira të këtyre shtyllave, janë

¹⁵ PPS-PPP lejon të krahasohet standardi i jetesës midis vendeve duke marrë parasysh nivelin e shkëmbimit valutor. Rezultatet janë nga 1 deri në 7. Vlera më e madhe, performancë më e mirë

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

‘shëndeti dhe edukimi parësor’ (5,6 pikë), ‘efiçenca e tregut të punës’ (4,4 pikë), ‘efiçenca e tregut të mallrave’ (4,3 pikë); ‘mjedisi makroekonomik’ (4,3 pikë). Renditja më e ulët sipas shtyllave janë ‘inovacioni’ (2,6 pikë), ‘madhësia e tregut ’ (2,9 pikë), ‘zhvillimi i tregut financiar’ (3,4 pikë), ‘gatishmëria teknologjike’ (3,7 pikë), ‘sofistifikimi i biznesit’ (3,6 pikë) dhe ‘infrastruktura’ (3,5 pikë).



Grafiku 4.4: Pozicioni i Shqipërisë kundrejt vendeve të Ballkanit Perëndimor, sipas raportit të Konkurrueshmërisë Globale

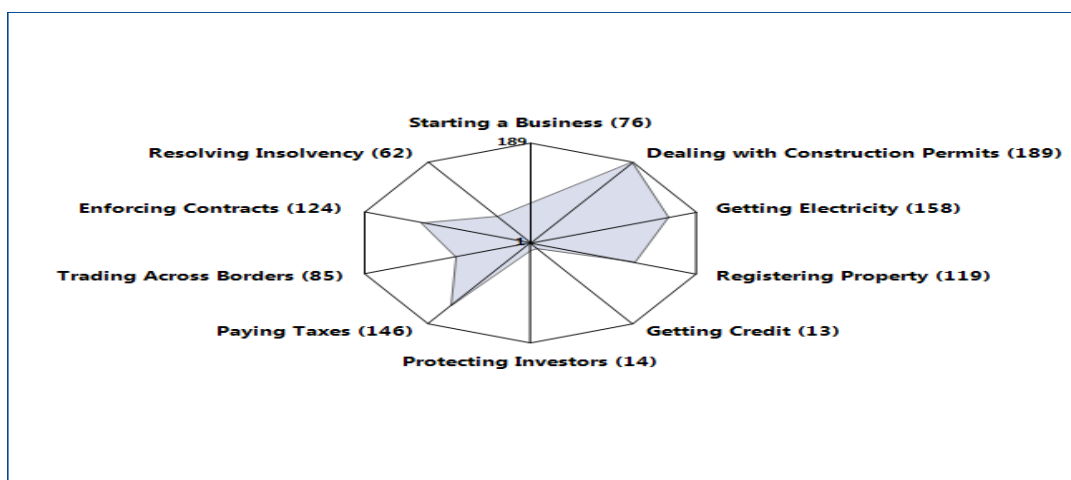
Duke konsideruar tre dimensionet kryesore (kërkesat bazë, rritja e efiçencës, inovacioni dhe faktorët e sofistifikimit) të indeksit, Shqipëria ka rezultatin më të lartë në treguesin e parë “kërkesat bazë” (4.2 pikë), duke u renditur në pozicionin e 87-të. Duke vështruar shtyllat brenda këtyre 8 dimensioneve, renditjet më të mira të këtyre shtyllave, janë ‘shëndeti dhe edukimi parësor’ (5,6 pikë), ‘efiçenca e tregut të punës’ (4,4 pikë), ‘efiçenca e tregut të mallrave’ (4,3 pikë); ‘mjedisi makroekonomik’ (4,3 pikë). Renditja më e ulët sipas shtyllave janë ‘inovacioni’ (2,6 pikë), ‘madhësia e tregut ’ (2,9 pikë), ‘zhvillimi i tregut financiar’ (3,4 pikë), ‘gatishmëria teknologjike’ (3,7 pikë), ‘sofistifikimi i biznesit’ (3,6 pikë) dhe ‘infrastruktura’ (3,5 pikë).

Renditja aktuale e Shqipërisë referuar kushteve të biznesit është output i ndikimit të disa faktorëve si:

- Lidhur me kriteret për sigurimin e llojeve të ndryshme të lejeve si ndërtim, energji, telefon dhe miratimi prej inspektoriateve dhe agjencive që kompanitë ballafaqohen, kalon nëpër 23 procedura përmbushja e të cilave kërkon mesatarisht 331 ditë. Në këtë drejtim Shqipëria mbetet pas krahasuar me mesataren e ditëve që shpenzohen në vendet e Evropës Qendrore dhe Lindore.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- Në terma të regjistrimit të pronës, Shqipëria ka shënuar progres. Tashmë regjistrimi i pasurisë kalon nëpër 6 procedura dhe zgjat mesatarisht 33 ditë në vend të 42 ditëve të shpenzuara më parë.
- Lidhur me procesin e kreditimit, Shqipëria ka një pozitë të fortë dhe në drejtim të këtij treguesi ka një pozicion relativisht të mirë (pozicionuar në vendin e 13) midis të gjithë treguesve që janë analizuar nga ekspertët e Bankës Botërore;
- Referuar kushteve të mbrojtjes së investitorit, Shqipëria mban pozicionin e 14-të dhe në këtë drejtim është renditur më mirë se shumë vende fqinjë. Megjithatë, për shkak të zbatimit të reformave të mëtejshme në këtë fushë, Shqipëria ka përmirësuar renditjen e saj krahasuar me pesë vitet e kaluara.

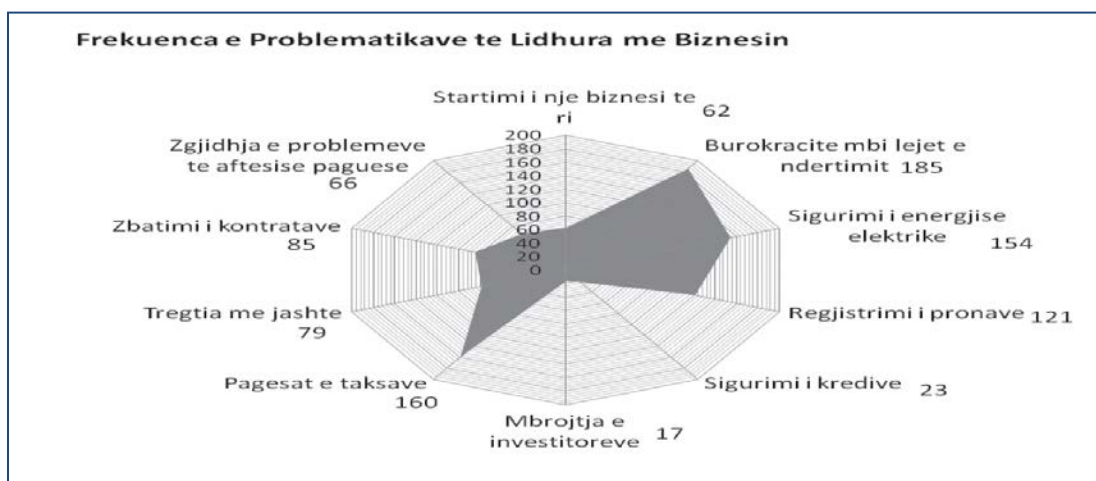


Grafiku 4.5: Rënditja e Shqipërisë referuar kushteve që lehtësojnë aktivitetin e biznesit

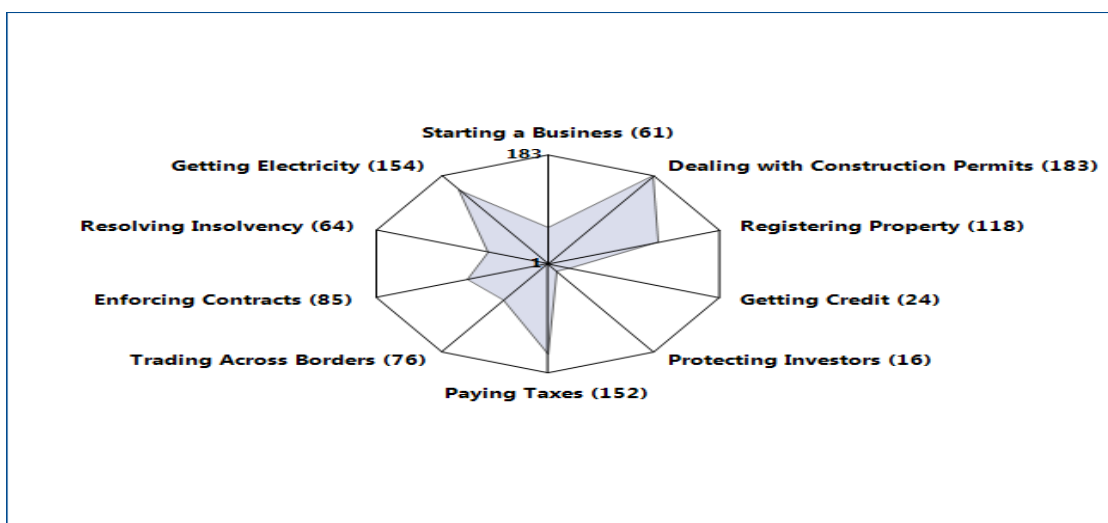
Burimi: Banka Botërore “Doing Business in Albania 2014”

- Shqipëria është ndër vendet me një sistem kompleks të taksave. Çdo vit është e nevojshme për të bërë 44 pagesa. Për llogaritjen, përgatitjen, pagesën e taksave dhe ndonjë detyrimi tjetër, kompanitë shpenzojnë rreth 371 orë. Nuk është vërejtur ndonjë ndryshim i ndjeshëm regjistruar në këtë drejtim gjatë viteve të fundit, madje ajo që vihet re është rritja e numrit të orëve të shpenzuara për të paguar taksat, nga 364 në 371 orë. Bazuar mbi këtë parametër, Shqipëria renditet në vendin e 146 krahasuar me vendin 152 që mbante në vitin 2012 në po të njëjtin raport vlerësimi.
- Në lidhje me liberalizimin e tregjeve, Shqipëria sipas të njëjtit raport “Doing business 2013” renditet në vendin e 85, megjithëse nga viti 2010, vit i implementimit të sistemit ASYCUDA World po vihen në zbatim edhe shumë reforma të tjera të regjistruar në këtë fushë.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI



Grafiku 4.6: Renditja e Shqipërisë referuar kushteve që lehtësojnë aktivitetin e biznesit
Burimi: Banka Botërore “Doing Business in Albania 2013”



Grafiku 4.7: Renditja e Shqipërisë referuar kushteve që lehtësojnë aktivitetin e biznesit
Burimi: Banka Botërore Doing business in Albania 2012

Për sa i takon nën indikatorëve, Shqipëria renditet mjaft mirë për ‘indeksin e të drejtave ligjore’ në vendin e 9-të, ‘koha për të filluar biznes’ në vendin e 9-të, ‘mbrojtja e investitorit’ në vendin e 15-të, ‘pagesa dhe produktiviteti’ në vendin e 17-të, ‘barra rregullatore administrative për biznesin’ në vendin e 9-të. Faktorët më problematikë për të bërë biznes sipas raportit janë: aksesin në financë, niveli i taksave, korrupsioni, dhe rregullimi i taksave.

Në renditjen rajonale, vendin e parë në renditje e zë Mali i Zi. Shqipëria është gati në një nivel renditje me Bosnje Hercegovinën dhe lë pas Serbinë me 6 vende. Pas shumë viteve

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

progresi të qëndrueshëm, Shqipëria vetëm në periudhën e fundit 2 vjeçare 2012-2013 ka paraqitur rënie në renditje, e cila mund të jetë në një masë të caktuar ndikimi i faktorëve të jashtëm (kriza ekonomike globale). Ndërsa rritja e konkurrueshmërisë së ekonomisë në vitet e fundit i dedikohet në një masë të madhe reformave të qeverisë, por që nga ana tjetër që vendi të jetë më konkurrues kërkohet të vihet theksi në faktorët e inovacionit, gatishmërisë teknologjike, përmirësimin e mëtejshëm të infrastrukturës dhe konsolidimin e institucioneve.

Sipas “*Indeksit të Lirisë Ekonomike 2012*” të raportit të Heritage Foundation and Wall Street Journal, e cila mbulon 10 liritë – nga të drejtat e pronës deri në sipërmarrjen – midis 184 vendeve të botës, Shqipëria shënoi (65,1 pikë), duke u renditur në vendin e 57-të në botë dhe në vendin e 26-të mes 43 vendeve Evropiane.

4.4.5 Krahasimi i NVM-ve shqiptare me ato të vendeve në zhvillim

NVM-të shqiptare kanë kaluar eksperiencë që vendet e tjera sigurisht nuk i kanë pasur, sepse ne kemi lindjen, rritjen dhe suksesin e NVM-ve shqiptare në një periudhë shumë të shkurtër, për vetë faktin se ne vijmë nga një ekonomi pa eksperiencë në sektorin privat, megjithatë po t'i krahasojmë me vendet e tjera në zhvillim mund të themi që njohim progres, rritje, njëkohësisht dhe shumë probleme, dështime, shumica e të cilave janë të lidhura me menaxhimin, sidomos janë probleme të lidhura me faktin se pronari i biznesit është njëkohësisht dhe menaxheri i biznesit.

Rritja e NVM-ve në Shqipëri ka qenë motori i rritjes dhe kontributit në zhvillimin ekonomik të vendit në periudhë afatgjatë. Megjithatë rritja e NVM-ve, është dëmtuar shpesh nga një sërë barrierash direkte apo jo direkte, të ngritura nga qeveria qendrore apo lokale. Fillimisht normat e larta të taksave dhe barrierat e tjera kanë bërë që një numër i vogël i NVM-ve shqiptare të punojnë në mënyrë informale. Kjo nuk do të thotë që numri i bizneseve informale është zeruar, por sigurisht që është i limituar.

Tabela 4.4: Kushtet e biznesit në Shqipëri krahasuar me vendet e tjera në rajon

	Serbia	Maqedonia	Mal i Zi	Shqipëria	Kroacia
Startimi i një biznesi të ri	92	6	47	61	67
Burokracitë mbi lejet e ndërtimit	175	61	173	183	143
Sigurimi i energjisë elektrike	79	121	71	154	56
Regjistrimi i pronës	39	49	108	118	102
Sigurimi i një kredie	24	24	8	24	48

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëRI

Mbrojtja e investitorëve	79	17	29	16	133
Pagesat e taksave	143	26	108	152	32
Tregtia me jashtë	79	67	34	76	100
Zbatimi i kontratave	104	60	133	85	48
Zgjidhja e problemeve të aftësisë paguese	113	55	52	64	94
Konditat e biznesit	92	22	56	82	80

Burimi: *Doing business in Albania 2012*

Tabela 4.5: *Situata aktuale e kushteve të biznesit në Shqipëri krahasuar me vendet e rajonit*

	Shqipëria	Bosnje	Kroaci	Greqi	Maqedoni	Mal i Zi
Startimi i një biznesi të ri	76	174	80	36	7	69
Burokracitë mbi lejet e ndërtimit	189	175	152	66	63	106
Sigurimi i energjisë elektrike	158	164	60	61	76	69
Regjistrimi i pronës	119	96	106	161	84	98
Sigurimi i një kredie	13	73	42	86	3	3
Mbrojtja e investitorëve	14	115	157	80	16	34
Pagesat e taksave	146	135	34	53	26	86
Tregtia me jashtë	85	107	99	52	89	53
Zbatimi i kontratave	124	115	49	98	95	136
Zgjidhja e problemeve të aftësisë paguese	62	77	98	87	52	45

Burimi: *Doing business in Albania 2014*

Korrupsioni është një problem për zhvillimin e NVM-ve. Firmat Shqiptare konkurrojnë në mënyrë individuale në tregje por kontribuojnë kolektivisht në imazhin e ekonomisë shqiptare.

Shqipëria klasifikohet në kategorinë e vendeve me *liri ekonomike të moderuar* mbi mesataren botërore (59,5) dhe u rrit me një pikë në renditje krahasuar me vitin e kaluar, kryesisht për përmirësim në luftën kundër korrupsionit dhe lirisë së biznesit.

Dimensionet me *renditje më të lartë* të lirisë ekonomike mbeten ‘liria fiskale’ (91,4 pikë), e ndjekur nga ‘liria monetare’ (78,6 pikë ose 11,1 pikë më shumë se në vitin 2011), ‘liria

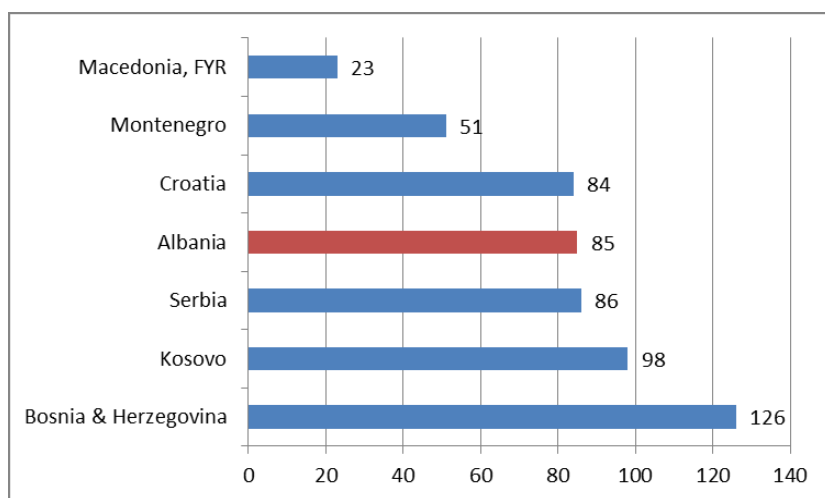
Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

tregtare' (79,8 pikë). Dimensionet me renditje më të ulët janë 'liria nga korrupsioni' (33 pikë) me një përmirësim prej 1 pikë nga 2011 dhe 'të drejtat e pronës' (35 pikë) pa ndryshim nga viti i kaluar. Raporti nënvizon se është rritur dinamizmi ekonomik, dhe vendi ka përjetuar një rritje të fortë ekonomike që e ka ulur varfërinë dhe normat e papunësisë. Efiçienca e sistemit rregullator është lehtësuar nga një thjeshtëzim në shkallë të gjerë të procedurave të biznesit. Themelet e lirisë ekonomike të Shqipërisë janë të paqëndrueshme nga mbrojtja e dobët e të drejtave të pronës dhe korrupsioni i përhapur. Mbrojtja e dobët e të drejtës së pronës është kryesisht rezultat i ndërhyrjes së politikës në sistemin gjyqësor.

4.4.6 Banka Botërore: Lehtësia e të bërit biznes 2012-2013.

Sipas raportit të Bankës Botërore 'Të bërit Biznes 2012-2013', Shqipëria renditet e 85 nga 185 ekonomi, një renditje më e mirë se vendet e tjera të Ballkanit Perëndimor, të tilla si Bosnje & Hercegovina dhe Serbia.

Shifrat tregojnë se renditja e Shqipërisë ka qenë gati e pandryshueshme në tre vitet e fundit, por hop cilësor dhe të rëndësishëm ka shënuar nga viti 2007 në 2009, vit në të cilin pati një përmirësim në renditje prej gati 51 vende më lartë, nga pozicioni i 136 në atë të 85. Megjithatë, në të dhjetë kriteret ka një diversifikim shumë të madh të arritjeve, duke shënuar pozitivisht në aspektin e mbrojtjes së investitorëve, marrjes së kredisë, fillimin e një biznesi dhe duke theksuar nevojën për përmirësime të mëtejshme substanciale në: lejet e ndërtimit, lidhjen me energji dhe regjistrimin e pronës.



Grafiku 4.8: Rënditja e Shqipërisë për sa i përket lehtësisë së të bërit biznes

Gjatë viteve të fundit qeveria Shqiptare ka ndërmarrë reforma të rëndësishme për ta kanalizuar ekonominë Shqiptare brenda sektorit formal. Hyrja në fuqi e taksës së sheshtë,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

vendosja e kasave fiskale, reforma në sistemin e TVSH-së, përmirësimet e procedurave të autoriteteve tatimore, suksesi i Qendrës Kombëtare të Regjistrimit të bizneseve dhe thjeshtimi i procedurave të licencimit kanë qenë reforma shumë të suksesshme nga të cilat Shqipëria ka treguar rritje ekonomike pavarësisht krizës globale. Shqipëria, gjithashtu, në 5 vitet e fundit ka bërë kapërcim në shumicën e renditjeve globale mbi reformat dhe konkurrueshmërinë. Megjithatë, një pjesë domethënëse e ekonomisë vazhdon të mbetet në sektorin informal.

Qeveria Shqiptare me mbështetjen e komunitetit të donatorëve ka qenë lider në rajon për sa i përket përpjekjeve lidhur me qeverisjen elektronike dhe sistemi i përhapur kudo i prokurimit on line në funksionim në Shqipëri është një histori suksesi për të cilën Shqipëria është përshëndetur edhe në arenën ndërkombëtare. Përpjekje të mëdha janë duke u bërë në fushën e tatimeve, zbatimin dhe transparencën me bazën e të dhënave on line të pronave si dhe përpjekje të ngjashme janë duke u bërë në sektorin e shëndetit dhe arsimit.

Lehtësirat Financiare dhe Kreditimi

Sipas raportit “Të Bërit Biznes”, të Bankës Botërore 2012-2013, Shqipëria renditet e 23 në botë për lehtësinë e kreditimit.

Bazuar në të dhënat e Bankës së Shqipërisë, përqindja e kreditimit të sektorit privat ndaj PBB-së në dhjetor 2012 ishte 40.2 përqind. Përqindja e rritjes vjetore të portofolit të kredive rezultoi të ishte rreth 14 përqind. Bankat janë financuesit më të mëdhenj të ekonomisë duke qenë se sektori bankar përbën më shumë se 95 përqind të sektorit financiar.

Për të përmirësuar ambientin e financimit të SME-ve, në vitet e fundit janë marrë disa masa në lidhje kryesisht me futjen në fuqi të skemave të garancisë së kredive ndaj SME-ve.

Zbatimi i skemës së kreditimit të SME-ve. Që nga nisja zyrtare e programit në Janar të vitit 2009, e deri në dhjetor 2012 kreditimi i SME-ve nga 25 milion EUR janë financuar 79 projekte të SME-ve shqiptare me një financim prej 17,4 Mil. EURO nga të cilat 10 projekte janë "Start up". Për më tepër, një fond garancie prej 2.5 milion Euro është disponibël si pjesë e Programit për Zhvillimin e SME-ve me qëllim garantimin e huadhënies bankare.

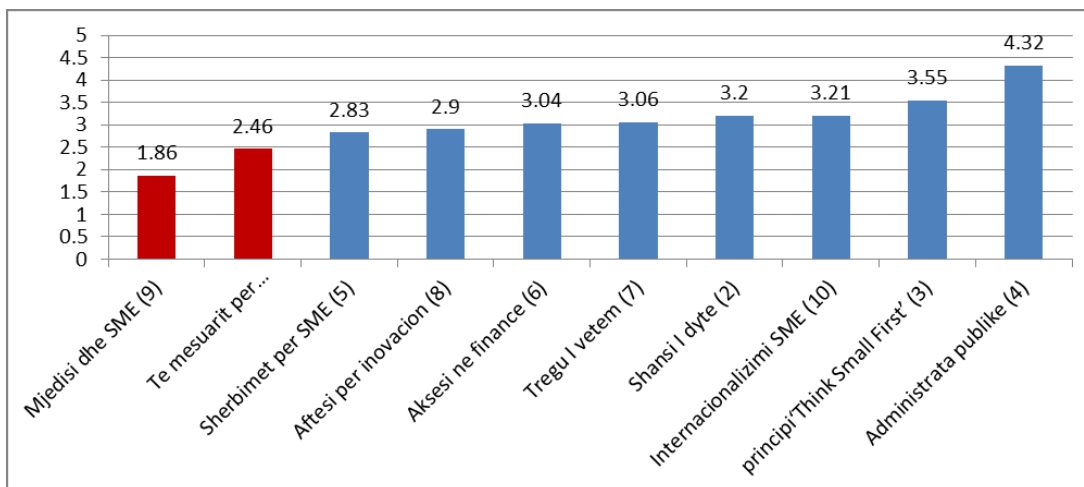
Fondi Evropian për Evropën Juglindore (FEEJ). FEEJ ka dhënë një hua prej 20 milion EURO për Bankën Kombëtare Tregtare (BKT). Deri tani janë aprovuar 23.8 milion Euro hua për 332 klientë duke financuar kështu bizneset në disa rrethe të ndryshme dhe për

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

qëllime të ndryshme si për: kapital qarkullues, investime në inventar dhe aktive të paluajtshme. Gjendja e pashlyer e këtyre kredive është 17.9 milion Euro, ndërkohë që kanë një ecuri shlyerje shumë të kënaqshme.

Akti i Biznesit të Vogël për Evropën (SBA)

Sipas Indeksit të Politikave të SME-ve 2012, (OECD 2012), zhvillimi i SME-ve në Shqipëri vlerësohet në 3.01 pikë (niveli maksimal i vlerësimit është 5), çka është lehtësisht më pak se mesatarja e rajonit prej 3.07 pikë.



Grafiku 4.9: *Indeksi i politikave të NVM-ve për Shqipërinë, viti 2012*

Vlerësimi është bërë në 10 dimensionet sipas Aktit të Biznesit të Vogël, (Small Business Act, SBA4). Performanca e politikave të Shqipërisë gjatë periudhës 2007-2011 ka qenë mbresëlënëse dhe në krahasim me Indeksin e Politikave të SME-ve 2009 janë bërë përmirësime në 6 dimensione: veçanërisht, në fushat e politikave lidhur me përmirësimin e klimës së biznesit (të tilla si regjistrimi i kompanive, licencimi i kompanive, reforma rregullatore, aksesit ndaj financimeve dhe promovimi i eksporteve).

Çështjet që kërkojnë përmirësim mbeten, zhvillimi i kapitalit njerëzor dhe kapacitetet teknologjike të SME-ve si dhe pagesat e transaksioneve tregtare.

4.4.7 Sfidat për zhvillimin e NVM-ve

Shqipëria klasifikohet akoma në nivele të ulëta si: i) shkurtimi i mëtejshëm i procedurave për fillimin e një biznesi, ii) reduktimi i kohës për dhënien e lejes së ndërtimit; iii) numri i ditëve për furnizimin me energji elektrike; iv) numri i ditëve dhe procedurave për regjistrimin e pasurisë; v) për reduktimin e dokumentacionit në dogane; vi) për

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

respektimin e kontratave; vii) për falimentimin, etj. Përmirësimi i këtyre treguesve, është një nga sfidat e kësaj strategjie.

Bazuar në analizat SWOT, mbi ecurinë e zhvillimit të SME-ve, konstatohet se:

- *Financimi i SME-ve:* Megjithëse nivelet e financimit të SME-ve kanë ardhur në rritje në këto vitet e fundit, gjithsesi konsiderohet i pamjaftueshëm për të nxitur një zhvillim të shpejtë të këtij sektori. Gjithashtu SME-të dhe sidomos SME-të e reja hasin mjaft vështirësi për të marrë kredi nga sektori bankar, ku kostoja e kredisë është relativisht e lartë. Kërkesat e bankave nuk janë të favorshme për biznesin, veçanërisht për nivelin e lartë të kolateralit prej 120-150 përqind dhe interesave të larta të kredisë edhe kur kërkohet për investime në makineri e pajisje. Ende mungojnë politikat mbështetëse për bizneset start-up. Mungesa e burimeve financiare alternative për SME-të, si venture capital, innovation vouchers, business angels, etj.
- *Interneti dhe tregtia elektronike:* Gjatë viteve të fundit në Shqipëri numri i SME-ve të cilat përdorin shërbimet e internetit të gjeneratës së dytë është rritur, veçanërisht nga brezi i ri i sipërmarrësve dhe menaxherëve. Sipas AKEP në vitin 2011 shkalla e mbulimit me internet është mbi 50 përqind, por akoma më e ulët po të krahasohet me 67.6 përqind të vendeve të BE-së. Me gjithë përmirësimet edhe në kuadrin ligjor vetëm 10,000 biznese kanë internet me bandë të gjerë nga 100,687 biznese aktive.
- *Ekonomia kreative:* ndjehet e nevojshme ndërhyrja me politika konkrete për këtë sektor siç mund të jenë: i) masa rregulluese me qëllim heqjen e pengesave administrative dhe ligjore; ii) përmirësimi i sistemit të arsimit dhe trajnimit profesional (për të gjitha aktivitetet dizenjuese/projektuese, reklammat dhe zejtarinë); iii) masa nxitëse ligjore dhe financiare për mbështetjen e këtij sektori si dhe iv) përmirësimi i kapaciteteve të organizatave që prezantojnë këtë sektor.
- *Përfshirja e përgjegjësisë sociale në rritjen e konkurrueshmërisë së bizneseve, CSR:* Përgjegjësia sociale e korporatës është një pjesë kyçe e strategjisë së re “Evropa 2020”, e cila kërkon një qasje të integruar për “një rritje të shpejtë, të qëndrueshme dhe përfshirëse”, brenda një vizioni të përgjithshëm të një ekonomie sociale të tregut¹⁶.

¹⁶ The European Commission, Europe 2020, http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Përfshirja e përgjegjesisë sociale në biznes përbën një sfidë për rritjen e konkurrueshmërisë së bizneseve, prandaj edhe se është një politikë e re për Shqipërinë, duhet të përfshihet në agjendën e zhvillimit të qëndrueshëm të biznesit.

- *Zhvillimi i Inovacionit dhe Teknologjisë për NVM-të.* Shqipëria vazhdon të mbetet prapa vendeve të tjera për sa i përket performancës së varfër në inovacion. Ndërmarrjet financojnë zhvillimet teknologjike kryesisht nga burimet e brendshme, të cilat janë të kufizuara. Ndjehet mungesa e inkubatorëve të biznesit dhe klasterave; Shqipëria tashmë është pjesë e Rrjetit Evropian të SME-ve, EEN. Zbatimi i politikave pro aktive për të mbështetur rritjen e kapacitetit të teknologjisë për ndërmarrjet, veçanërisht për SME-të mbetet një sfidë për periudhën e ardhshme 2013-2020.
- *Nxitja e sipërmarrjeve femërore.* Sipërmarrjet e drejtuara apo pronare nga femrat janë në nivel të ulët, në rreth 27 përqind të të gjitha bizneseve aktive për vitin 2011. Mbi 90 përqind e bizneseve të drejtuara nga gratë gjenden në sektorët e shërbimeve (tregti me pakicë, turizëm, profesione të lira etj.). Rreth 30 përqind e të vetë-punësuarve janë femra. Përqindja e disbursimit të kredive nga bizneset e grave arriti në 25 përqind në vitin 2011. Mungojnë politika për mbështetjen e sipërmarrjeve femërore dhe sipas raportit të “SME policy index 2012” Shqipëria vlerësohet me 2,5 pikë (nga 5 pikë maksimale).

Analiza SWOT e SME-ve:

PIKAT E FORTA	PIKAT E DOBËTA
<p>-Zbatimi i reformës rregullatore në ndihmë të përmirësimit të klimës së biznesit dhe uljes së kostove e të bërit biznes;</p> <p>-Zhvillimi i TIK;</p> <p>-Zbatimi i dokumentit strategjik të zhvillimit të SME-ve, në mënyrë të veçantë reduktimi i vazhdueshëm i barrierave administrative;</p> <p>-Qendra e Regjistrimit Kombëtar, QKR, si one stop shop, ku regjistrimi bëhet në një ditë me kosto 100 ALL;</p> <p>-Qendra Kombëtare e Licencimit, QKL, si një one stop shop ku shumica</p>	<p>-Mungesa e skemave mbështetëse financiare për fillimin e biznesit ;</p> <p>-Akses i dobët nga ndërmarrjet dhe mikro ndërmarrjet ndaj burimeve të financimit;</p> <p>-Mungesa e burimeve financiare alternative për SME-të, si ‘venture capital’, ‘innovation vouchers’, ‘business angels’;</p> <p>-Mangësi në ofrimin e shërbimeve për biznesin;</p> <p>-Performanca e dobët në inovacione;</p> <p>-Mungesa në aftësitë teknologjike të ndërmarrjeve;</p> <p>-Mungesa e hapësirave dhe parqeve industriale;</p> <p>-Mungesa e inkubatorëve të biznesit dhe</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

<p>e licencave jepen brenda një periudhë 2-4 ditë, kurse licencat që jepen nga institucioneve e tjera lëshohen nga 10-30 ditë (pa përfshirë lejet e ndërtimit);</p> <p>-Reforma Fiskale. Taksa e sheshtë 10 përqind mbi të ardhurat personale dhe të ardhurat e korporatës.</p> <p>-Krijimi i AIDA & BRIC.</p> <p>-Shqipëria është bërë pjesë e rrjetit Evropian të SME-ve, EEN;</p> <p>-Rritje e qëndrueshme makroekonomike.</p> <p>-Trajtim i barabartë ndërmjet investitorëve vendas dhe të huaj.</p>	<p>klasterave;</p> <p>-Informaliteti në ekonomi; Mungesa e statistikave të besueshme në analizimin e treguesve ekonomikë;</p> <p>-Akses i kufizuar në financimin privat.</p> <p>-Probleme me të drejtën e pronësisë;</p> <p>-Vështirësi në marrjen e lejeve të ndërtimit, marrjen e energjisë elektrike, regjistrimin e pronës dhe pagesën e taksave;</p> <p>-Nivele të ulta të K&Zh & kapaciteteve njerëzore (veçanërisht në fushat teknike);</p> <p>-Konsultime të limituara me palët e interesuara dhe grupet e interesit;</p> <p>-Menaxhimi i sistemit ISO, është arritur vetëm nga një numër i vogël i kompanive.</p> <p>-Mungesa e programeve gjinore, programet mbështetëse për gratë sipërmarrëse;</p> <p>- Aftësi të kufizuara në IT dhe "arsimimit", qasje në internet;</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.5 Përmbledhje e kapitullit dhe konkluzione

Në këtë kapitull ofruam disa detaje rreth mjedisit të jashtëm brenda të cilit bizneset e vogla shqiptare rriten dhe zhvillohen. Qëllimi ishte krijimi i një baze historike dhe aktuale për gjetjet e tre studimeve, veçanërisht të tretit. Nga ekzaminimi i literaturës rezultoi se biznesi i vogël në Shqipëri, zë vetëm 3.9 përqind të numrit të bizneseve aktive. Nga analiza zbuluam se përkufizimi i kategorive të biznesit për sa i përket madhësisë ka ndryshuar me kalimin e viteve. Nga na tjetër, për shkak të evazionit fiskal, shpesh nuk kemi një klasifikim real të bizneseve. Kështu nuk mund të përcaktohet me saktësi ecuria e këtij biznesi në vite.

Çfarë mund të konkludojmë nga analiza është se historikisht zhvillimi i biznesit të vogël në Shqipëri ka qenë në shifrat minimale, gjë që ka ndikimin e vet në numrin e bizneseve të vogla në Shqipëri. Për shembull, bizneset e vogla kanë akses të kufizuar në financimet e jashtme; pasoja e kësaj është fakti që këto biznese shpesh kërkojnë financime nga shokët apo anëtarët e familjeve. Së dyti, sistemi ligjor inefektiv është një arsye tjetër pse kushtet për zhvillimin e sipërmarrjes dhe biznesit të vogël në Shqipëri nuk kanë qenë optimale.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Sistemi nuk kujdeset për të drejtën e pronësisë, për luftën ndaj korrupsionit, për reduktimin e evazionit fiskal, për reduktimin e punës së zezë, dhe si rezultat për nxitjen e konkurrencës së ndershme.

Ndërkohë që mjedisi i zhvillimit të biznesit në Shqipëri ka qenë jo optimal për të mos thënë negativ, vitet e fundit vihen re ndryshime pozitive. Për shembull, zhvillimi ekonomik është stabilizuar dhe ka patur shenja rritje. Fuqia blerëse është përmirësuar. Legjislacioni është përmirësuar dhe përafëruar me atë Evropian. Megjithëse qëndrimi i qeverisë ndaj biznesit të vogël dhe sipërmarrjes vazhdon të mbetet “miks”, qëndrimi i publikut ndaj biznesit në përgjithësi është përgjithësisht pozitiv.

Në kapitullin e pestë përshkruhen në detaje qëllimet e kërkimit, qasjet metodologjike dhe metodat e përdorura në studimin empirik kryesor. Kërkimi i tanishëm ndryshon shumë nga kërkimet e diskutuara në këtë kapitull sepse është kryer me metodë cilësore dhe ka për qëllim kryesor individin pronar/menaxher, me një fokus në perceptimet e tij, të barrierave për rritjen e biznesit të vogël.

KAPITULLI V

Barrierat e Zhvillimit të Bizneseve të Vogla në Shqipëri

5.1 Hyrje

Kapitulli 4 shqyrtoi kontekstin për rritjen e biznesit të vogël në Shqipëri, duke krijuar një profil historik dhe bashkëkohor për zhvillimin e sipërmarrjeve dhe biznesit të vogël në vend. Kërkimi zbuloi se konteksti për rritjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël në Shqipëri, vazhdon të jetë jo shumë miqësor për bizneset e vogla, edhe pse disa përparime pozitive janë vërejtur në rrugën drejt stabilizimit dhe rritjes ekonomike, rritjes së fuqisë blerëse të popullit shqiptar dhe legjislacionit të ri.

Ky kapitull analizon hollësisht një objektiv të rëndësishëm të biznesit të vogël në një vend në tranzicion si Shqipëria, dëshira për rritje dhe faktorët që pengojnë këtë rritje dhe mënyra si ato perceptohen nga pronarët/menaxherët e bizneseve të vogla.

Studimi bën një hap të rëndësishëm për të kuptuar më mirë barrierat e rritjes së biznesit të vogël. Kjo u arrit në katër mënyra. Së pari, siç është sugjeruar në Kapitullin 1, mendojmë se studimi luan një rol të rëndësishëm në identifikimin dhe analizën e këtyre barrierave. Zhvillimi i qëllimit të punimit ishte një proces jo linear, i influencuar nga mbledhja e të dhënave dhe duke vazhduar me eksplorimin e literaturës (Wield 2002). Së dyti, ai u zhvillua në një linjë me literaturën (Kapitulli 2) dhe së treti, mendojmë se do të përbëjë një shtytje për të vazhduar më tej me kërkimet në barrierat dhe vlerësimin kritik të këtij studimi. Së fundmi, çështjet e ngritura në këtë studim na nxitën për një rishikim të dytë të literaturës lidhur me qëllimet e rritjes së sipërmarrësve (kapitulli 6).

5.2 Rishikim i literaturës

Rritja e sektorit privat në përgjithësi, dhe i NVM-ve në veçanti, ishte rezultat i liberalizimit të rregullave të hyrjes në biznes, gjë që ishte karakteristika kryesore e reformave të ndërmarra në Shqipëri menjëherë pas viteve 90-të. Efektiviteti i reformave liberalizuese do të varej nga ekzistenca e një kuadri të plotë ligjor dhe institucional. Megjithatë krijimi i një mjedisi ligjor dhe institucional të përshtatshëm kërkoi shumë kohë. Në praktikë, firmat e reja u krijuan shumë më parë se sa të formuloheshin “rregullat e lojës”. Këto rregulla u krijuan gradualisht dhe nuk ishin gjithmonë në përputhje me

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

liberalizimin e hyrjes së bizneseve të reja. Problemet me të cilat ndesheshin firmat e reja ndryshonin në varësi të ndryshimeve politike dhe grupeve të ndryshme të interesave. Për më tepër, për shkak të kohës së gjatë nën regjimin komunist, paragjykimet rreth sipërmarrjes private nuk u zhdukën menjëherë. Gjithashtu, kaosi i viteve të para të tranzicionit krijoi një atmosferë “i lirë për gjithshka”.

Si rezultat i liberalizimit të tregut, në vitet e para të tranzicionit kishte një bum të firmave të reja, megjithëse këto hyrje nuk ishin uniforme në sektorë dhe rajone të ndryshme të vendit. Në vitin 1994 kemi bum prej 19.967 biznese private, të cilat në vitin 1996 u reduktuan në 7892¹⁷, dhe pas krizës ekonomike financiare të vitit 1997 ky numër arriti në 4778. Megjithatë, hyrja dhe rritja e firmave të reja në Shqipëri u kufizua nga mungesa e institucioneve mbështetëse, sistemi bankar, kuadri ligjor dhe mbi të gjitha politikat rregulluese të qeverisë.

Megjithëse pas viteve 90-të, sektori privat është rritur me shpejtësi, ai është ndeshur me shumë pengesa dhe vështirësi. Një nga faktorët kryesorë që ka ndikuar në krijimin e firmave të reja ka qenë *sistemi bankar*. Zhvillimi i shpejtë i sektorit privat gjatë viteve të para të reformës ekonomike nënkuptonte një kërkesë shumë të lartë për kredi. Bizneset e reja kërkonin fonde për investime, ndërkohë që kursimet familjare ishin pothuajse zero. Kështu, ndërkohë që bizneset private po rriteshin me shpejtësi, sektori financiar po bënte hapa shumë të ngadalshme.

Ligji mbi taksat personale që hyri në fuqi në Korrik 1992 ka ndryshuar mbi 7 herë. Të njëjtën gjë mund të themi edhe për ligjin “Mbi taksat mbi të ardhurat” për bizneset, i cili ka ndryshuar mbi 6 herë. Për herë të parë në vitin 1995¹⁸ u aplikua taksa mbi vlerën e shtuar, e cila zëvendësoi taksën mbi xhiron vjetore. Fillimisht aplikohet një taksë prej rreth 12,5 përqind, e cila më vonë u rrit në 20 përqind (në vitin 1997). Që nga koha e aplikimit të parë TVSH ka ndërruar tre herë, dhe 16 herë kanë ndryshuar aktet për përjashtime nga kjo taksë. Një tjetër taksë e rëndësishme është taksa e biznesit të vogël¹⁹. Në fillimet e saj, 1993, aplikohet një taksë e sheshtë që varionte nga 3-10 përqind. Në vitet 1997-1998, u aplikua një lump sum që varionte nga 15.000 në 100.000, në varësi të sektorit dhe zonës ku operonte biznesi.

¹⁷ Burimi INSTAT: “Numri i firmave të regjistruara 1991-1998 (sipas punonjësve)”

¹⁸ Ligji i parë “Në taksën mbi fitimet” ishte Ligji nr. 7677, 3 Mars 1993, i cili u ndryshua me ligjin nr. 8438, 28 Dhjetor 1998. Aktualisht, pavarësisht sesa xhiro bën biznesi, minimalisht do paguajë 25.000 lekë.

¹⁹ Ligji i parë i “Taksës mbi Biznesin e vogël” ishte Ligji nr. 7679, 3 Mars 1993, i cili më vonë u zëvendësua me Ligjin nr. 8313, 26 Mars 1998. Në vitet e mëvonshme janë bërë ndryshime të pjesshme, deri në hyrjen në fuqi të Ligjit nr. 9632, datë 30.10.2006.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Kontributet sociale u aplikuan për herë të parë në vitin 1993²⁰. Sipas këtij ligji sasia e paguar nga punëdhënësit ishte 21 përqind dhe nga punonjësit 0 përqind. Më vonë përqindja e pagesës u ndryshua në 34.2 përqind për punëdhënësit dhe 11.7 përqind të pagës bruto për punonjësit. Ligji mbi kontributet sociale është amenduar më tepër se 20 herë.

Nga përmbledhja e shkurtër e bërë më sipër mund të konkludohet se kuadri ligjor ka ndryshuar vazhdimisht, duke reflektuar situata të ndryshme makro dhe mikro si dhe ndryshimet politike. Nuk ka dyshim se në çdo ekonomi tregu, firmat e reja duhet ti nënshtrohen disa ligjeve dhe rregullave me qëllim mbrojtjen e interesave, qoftë të qytetarëve ashtu edhe të qeverisë. Por duhet të jemi të ndërgjegjshëm se këto ligje dhe rregulla krijojnë mjedisin e përshtatshëm që qeveria të ushtrojë influencën e saj mbi zhvillimin e sektorit privat. Rregullat dhe ligjet i sigurojnë politikanëve mjetet e nevojshme për të realizuar objektivat e tyre, për të mbështetur disa biznese dhe për të luftuar kundërshtarët (Boycko; et al 1993; Shleifer dhe Vishny 1994, Johnson et al. 1997). Nga ana tjetër, këto rregulla dhe ligje mund t'i nxisin biznesmenët për të operuar në mënyrë jo-ligjore. Kjo nxitje vjen nga kuadri ligjor i paqartë, jo nxitës dhe/ose "shtypës" për bizneset. Në këtë mënyrë krijohet sektori informal, i cili ushtron presion mbi sektorin formal.

Në një studim të bërë nga Xhillari, L., Telhaj, Sh., (1998), "Barrierat e hyrjes dhe impakti i tyre në performancën e firmave në Shqipëri", janë studiuar 50 kompani private që operonin në sektorë të ndryshëm. Personat e intervistuar ishin pronarë, bashkëpronarë, ose menaxherë. Autorët konkludojnë se rritja e sektorit informal dhe evazioni fiskal janë karakteristika kyçe të periudhës së tranzicionit në Shqipëri. Efektet e tyre në sektorin e biznesit ishin risku i lartë i kredisë, dhe nxitje e dobët për të punuar apo hapur një biznes të ri. Pavarësisht bumit të lartë në fillimet e viteve 90-të, pas vitit 1994 bizneset ballafaqohen me barriera serioze. Procesi i regjistrimit ishte shumë i vështirë, ndërkohë që firmat e huaja e konsideronin situatën shumë më të vështirë dhe serioze sesa firmat vendase. Firmat e reja ishin të shqetësuara lidhur me problemet fiskale: taksat e larta dhe ndryshimet e herëpashershme të legjislacionit. Kreditë bankare nuk luanin rol të rëndësishëm në stimulimin e bizneseve të reja apo rritjen e atyre ekzistuese. Mungesa e aksesit në burimet financiare është konsideruar nga firmat si barriera më e rëndësishme. Nga ana tjetër, kosto e kredisë dhe procedurat e komplikuar dhe vonesat në lëvrimin e kredisë konsiderohen si një ndër barrierat kryesore për rritjen e bizneseve apo krijimin e bizneseve të reja. Për kompanitë që operojnë jashtë Tiranës, këto pengesa janë më të ndjeshme. Lidhur me ryshfetet që i paguhen qeveritarëve, nga studimi rezulton se sa më

²⁰ Ligji i parë "Mbi kontributet e sigurimeve sociale" ishte Ligji nr. 7703, 5 Nëntor 1993, i cili u ndryshua me Ligjin nr. 8329, 1999.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

të larta pagesat e ryshfeteve, aq më e madhe është nxitja e bizneseve për të operuar në mënyrë ilegale.

Në një studim të bërë nga Hashi, I, (2001), “Barrierat financiare dhe institucionale të rritjes së SME-ve në Shqipëri: Rezultate të një vërtetimi mbi ndërmarrjet”, janë marrë në studim 50 firma. Studimi empirik bazohet në pyetësorët, të plotësuar gjatë një periudhe kohe 5 vjeçare (1992-1997). Autori konkludon se periudha e tranzicionit në Shqipëri është karakterizuar nga një rritje e shpejtë e SME-ve, pavarësisht faktit se këto biznese ndeshen me një numër të konsiderueshëm barrierash, të krijuara në mënyrë direkte ose indirekte nga qeveria. Midis këtyre barrierave, më të rëndësishmet janë: ligjet dhe rregullat që kanë të bëjnë me regjistrimin dhe licencimin e bizneseve të reja, taksat e larta dhe ndryshimet e shpeshta të kuadrit ligjor, vështirësitë për sigurimin e kredive, sistem financiar tepër i ngadalshëm, dhe mjedisi institucional (sistem ligjor i papërshtatshëm, mos zbatim i ligjit, jo stabilitet politik, mungesë transparence, kërkimi i ryshfeteve, krimi dhe korrupsioni). Këto barrierat kanë nxitur shumë firma që të punojnë në mënyrë informale.

Në një tjetër studim të bërë nga Hashi I., Balerowicz E., dhe Balerowicz L., (2001) “Barrierat e hyrjes dhe rritja e firmave të reja në vitet e para të tranzicionit (studim krahasues i Polonisë, Hungarisë, Republikës Çeke, Shqipërisë dhe Lituanisë)”, autorët kanë marrë në analizë 396 ndërmarrje të reja, 100 në Republikën Çeke dhe Hungari, 96 në Poloni dhe nga 50 në Shqipëri dhe Lituanian. Për këtë studim u përzgjedhën vetëm katër sektorë të ekonomisë: prodhimi, ndërtimi, tregtia dhe shërbimet. Autorët konkluduan se kufizimet fiskale dhe ligjore pengojnë krijimin e bizneseve të reja në të pesta vendet. Megjithatë u përpoqën të evidentonin dallime midis dy grup-vendeve (Republika Çeke, Polonia, Hungaria dhe nga ana tjetër Shqipëria dhe Lituania si hyrës më të fundit), në përgjithësi kur bëhet fjalë për problemet me të cilat ndeshen bizneset, ka më tepër ngjashmëri sesa ndryshime.

Megjithatë, midis vendeve janë evidentuar ndryshime, për shembull në kuadrin ligjor. Legjislacioni për rregullimin e punësimit që është konsideruar një problem i rëndësishëm në vendet e tjera, nuk është konsideruar i rëndësishëm për bizneset shqiptare (kjo ndofta sepse kërkesa për kontrata punësimi nuk ka qenë ultimative në Shqipëri). Po kështu mungesa e një legjislacioni jo të plotë të sistemit financiar çoi në krizën e piramidave në vitin 1997, në Shqipëri.

Procesi i licencimit dhe regjistrimit, veçanërisht regjistrimi në gjykatë dhe rinovimi i licencave, janë konsideruar probleme tepër shqetësuese. Tregu i real estate është konsideruar një problem shqetësues për pjesëmarrësit në studim. Pakënaqësia ka të bëjë me çmimet e larta të ambienteve.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Kufizimet fiskale mund të themi se janë universale në ekonominë në tranzicion. Midis kufizimeve të ndryshme mund të përmendim, taksat, kontributet e sigurimeve shoqërore dhe shëndetësore. Pjesëmarrësit në studim ankohen për taksa të larta, komplikime të sistemit dhe ndryshime të shpeshta. Rezultati është evazioni fiskal dhe ekonomia informale. Kjo çon në reduktimin e të ardhurave të qeverisë.

Disa gjetje të vrojtimit të iniciuar nga qeveria në pranverën e vitit 2002 me ndihmesën e Shërbimit të Investimeve të Huaja (METE 2002) janë si vijon:

1. Bizneset nuk janë të kënaqura qoftë për cilësinë e rregulloreve dhe të kërkesave administrative, qoftë për sjelljen burokratike të zyrtarëve;
2. Rezulton që fushat më problematike për operimin dhe për rritjen e bizneseve janë rregulloret e doganave dhe administrimi i taksave;
3. Drejtimi i bizneseve shpenzon mesatarisht 10.5 përqind të kohës së tij duke u marrë me kërkesa administrative dhe rregullatore.
4. Procesi i regjistrimit është i kushtueshëm dhe shpenzon kohë.
5. Mjedisi i përgjithshëm i biznesit në Shqipëri është ndërmjet pozicionit, i moderuar dhe jo shumë mbështetës.

Në një raport të hartuar nga Ministria e Ekonomisë (2004), “Heqja e pengesave administrative, proces i vazhdueshëm për përmirësimin e klimës së biznesit”, bëhet një sintezë e problemeve dhe pengesave për një zhvillim të qëndrueshëm të biznesit si dhe rekomandimeve për politika dhe masa të reja ligjore dhe institucionale për të ndryshuar dhe përmirësuar ambientin e biznesit. Anketimi i këtij viti tregon përmirësim në pjesën më të madhe të procedurave të anketuara. Sipas raportit një pjesë e pengesave administrative të vlerësuara në këtë proces kanë ulje të nivelit të ashpërsisë së tyre krahasuar me vitin 2002. Përmirësim më të mirë ka administrata doganore. Gjithashtu, sipas raportit ka përmirësim në nivelin e kënaqjes së biznesit veçanërisht për cilësinë e kuadrit rregullator dhe sjelljes burokratike.

Nga anketimi i bërë rezultoi se çështjet më problematike që ndikojnë në rritjen e biznesit janë praktikat jo të ndershme me 78.6 përqind, nivelet e taksave me 72 përqind, energjia elektrike me 70 përqind, korrupsioni me 69 përqind, ndryshimet e shpeshta të kuadrit rregullator me 68 përqind, etj. Niveli i aftësive dhe edukimit të forcës punëtore në vend konsiderohet shqetësim për biznesin, sidomos për biznesin e vogël dhe të mesëm.

Nga procedurat e vlerësuara në këtë proces, sipas anketimit të biznesit, çështjet doganore dhe tatimore përbëjnë problemin më shqetësues për numrin më të madh të të anketuarve, respektivisht me 41 përqind dhe 31 përqind. Gjithashtu, për nga niveli i ashpërsisë,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

problemet që lidhen me tokën dhe me ndërtimin konsiderohen të jenë fushat më problematike, me nivelin më të lartë të ndjeshmërisë.

68 përqind e bizneseve ankohen që nuk njoftohen paraprakisht në kohë për ndryshimet në kuadrin rregullator. Mjetet kryesore të informimit janë televizioni, me 72.8 përqind të të anketuarve, gazeta zyrtare me 59.8 përqind të anketuarve.

Korrupsioni ishte një aspekt shumë i rëndësishëm dhe i trajtuar në mënyrë specifike në këtë raport. Sipas rezultateve të anketimit të biznesit, 68.8 përqind e të anketuarve e konsiderojnë korrupsionin shumë shqetësues dhe niveli i tyre i ndjeshmërisë është 2.6²¹. Më të ndjeshëm janë bizneset në qytetet e mëdha dhe në Tiranë, respektivisht 75 përqind dhe 66 përqind e të anketuarve. Sipas rezultateve të anketimit, fushat më problematike për korrupsionin janë: doganat, ndërtimi, regjistrimi i biznesit dhe tatimet.

Në një studim të ndërmarrë nga Biznes Albania (2011), “*Identifikimi i problemeve dhe barrierave që hasen nga biznesi në Shqipëri dhe përcaktimi i rrugëve për heqjen e tyre*”, synohet një ndërhyrje efektive për problemet dhe pengesat me të cilat ballafaqohet biznesi shqiptar, në veçanti në organizatat e përfshira në organizatën Biznes Albania (BIZAL).

Të dhënat përkatëse janë mbledhur përmes intervistave me grupet e interesit, sipas një metodologjie të zgjedhur dhe të miratuar nga ILO, me qëllim grumbullimin e informacionit mbi pengesat kryesore për të bërë biznes në Shqipëri.

Në aktivitetin e tyre normal apo në zanafillën e krijimit thuajse të gjitha ndërmarrjet e vogla dhe të mesme përballen me një sërë faktorësh dhe barrierash. Këto mund të jenë barrierat ekonomike-financiare, politike-ligjore, sociale-psikologjike dhe kulturore. Barrierat më kryesore që ndeshin NVM-të janë:

1. Efikasiteti i ulët i administratës shtetërore dhe gjyqësori;
2. Korrupsioni. Niveli i presionit ndaj biznesit, i mitmarrjes, arbitraritetit dhe kontrolleve për efekt presioni;
3. Vështirësitë në kreditim (normat e larta të interesit);
4. Mungesa e kapitalit;
5. Numri i lejeve që kërkohen për të hapur/mbyllur një biznes;
6. Mungesa e aksesit në informacion dhe njohuri;

²¹ 1 – i vogël, 2-i moderuar, 3-i madh

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

7. Mungesa e sipërmarrjes manaxheriale dhe aftësive në marketing;
8. Mungesa e aftësive për të investuar në teknologji, pajisje dhe know-how;
9. Barrierat gjuhësore dhe ndryshimet kulturore;
10. Risku në shitjen dhe shpërndarjen jashtë;
11. Mungesa e mbështetjeve të programeve qeveritare;
12. Kompleksiteti i dokumentacionit të tregut përfshirë paketimin dhe etiketimin;
13. Mungesa e iniciativës qeveritare për ndërkombëtarizimin e NVM-ve.

Duhet theksuar se këto barrierë në pjesën më të madhe të tyre, janë prezente prej një kohe të gjatë. Biznesmenët tregojnë se për mbarëvajtjen e aktiviteteve të tyre kanë nevojë për një ndihmesë dhe një orientim për kapërcimin e këtyre barrierave, çka do të mundësonte sipas tyre, krijimin e një ndjenje sigurie dhe të një klime më të përshtatshme të ushtrimit të aktivitetit tregtar apo prodhues.

Anketuesit i janë përgjigjur në shumicën e pyetësorëve edhe pyetjes se “në çfarë mënyre pengesat e njohura kanë ndikuar në biznesin e tyre”. Afro gjysma e të pyeturve pohojnë se janë rritur kostot e të bërit biznes, pa i specifikuar këto kosto. Pjesa tjetër prej 40 përqind pohojnë se paguajnë nën dorë për të përfituar një shërbim, si rrugën më të efektshme për të mos u penalizuar, 5 përqind pranojnë se në bizneset e tyre nuk ka asnjë pengesë, ndërsa 5 përqind të tjerë nuk dëshirojnë t’i përgjigjen kësaj pyetjeje.

Të pyetur se cila është mënyra më e mirë për të zgjidhur pengesat e deklaruara, 53 përqind e të pyeturve nuk shohin ndonjë mënyrë tjetër përveç respektimit të ligjit, 37 përqind deklarojnë se kanë kosto më të ulëta nëse paguajnë nën dorë, ndërsa rreth 10 përqind nuk shohin asnjë mënyrë zgjidhjeje afatshkurtër.

Kur kërkohet përgjigja për një zgjidhje që do të sillte heqjen e pengesave të identifikuara nga bizneset si barrierë në kostot shtesë të biznesit, numri më i madh i të pyeturve ofron zgjidhjen ligjore nëpërmjet krijimit dhe funksionimit të Gjykatës Administrative (83 përqind e të anketuarve) dhe pjesa tjetër nuk specifikojnë një zgjidhje (17 përqind).

Disa nga konkluzionet e studimit të BIZAL janë:

1. Në Shqipëri, korrupsioni shihet si pengesa kryesore që ndikon në efektivitetin e biznesit. 97.8 përqind e të pyeturve e shënojnë këtë barrierë si kryesoren në pengesat që dëmtojnë sipërmarrjen. Edhe pse vlerësohen disa nga reformat strukturore të ndërmarra nga qeveria, nuk ka ndryshim për sa i përket perceptimit të korrupsionit, krahasuar edhe me vitet e tjera, përkundrazi ka një rritje të këtij perceptimi.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

2. Efikasiteti i ulët i administratës publike, por edhe gjyqësorit, vlerësohen nga rreth 90 përqind e të pyeturve. Kjo pengesë që vjen për sipërmarrjen nga administrimi publik dhe sidomos nga ai gjyqësor, reflektohet në sistemin e tatim-taksave dhe në kërkesën për krijimin e një sistemi gjyqësor të administrimit dhe zgjidhjeve të problemeve të biznesit, i cili mungon në Shqipëri.

3. Niveli i presionit ndaj biznesit, i mitmarrjes, arbitraritetit dhe kontrolleve për efekt presioni mbetet një nga problemet më të mprehta që pengojnë rritjen dhe zhvillimin e sipërmarrjes. Qeveria Shqiptare ka ndërmarrë një reformë të gjithanshme për përmirësimin e klimës së biznesit, reduktimin e pengesave administrative dhe zbatimin e Kartës Evropiane të NVM-ve.

Regjistrimi online i biznesit, pagimi online i detyrimeve fiskale, regjistrimi dhe licencimi elektronik janë disa nga hapat e vlerësuara edhe nga sipërmarrja, por administrimi fiskal lë për të dëshiruar, pasi i ndikuar nga politika, ai sjell pabarazi në trajtimin e sipërmarrjeve, mungesë të konkurrencës së ndershme dhe trajtim preferencial politik të bizneseve të veçanta. Kjo bën që në anketim 76 përqind e të pyeturve të shprehën të shqetësuar për presionin e administratës publike.

4. Financimi i NVM-ve vlerësohet si një nga pengesat kryesore në rritjen dhe zhvillimin e tyre. 62.4 përqind e të pyeturve theksojnë vështirësitë në kreditim, pra normat e larta të interesit të kredidhënies. Qëndrueshmëria ekonomike është esenciale në përmirësimin e aksesit në financa të NVM-ve, si dhe për krijimin e sektorit financiar miqësor ndaj bizneseve. Nga anketimi del se për të përmirësuar financimin e NVM-ve nevojitet: (i) rritja e nivelit të kreditimit; (ii) ulja e kostos së kreditimit; (iii) forcimi i bashkëpunimit mes biznesit të kredituar dhe biznesit kreditues, bankave të nivelit të dytë, bashkëpunim i cili mungon pothuajse plotësisht. Meqë kostot e larta të transaksionit janë një nga barrierat më të rëndësishme në zhvillimin e tyre, reduktimi i tyre do të nxiste zgjerimin e NVM-ve dhe në veçanti do të inkurajonte mikro-ndërmarrjet të zgjeroheshin. Mungesa e burimeve të favorshme të financimit është një tjetër barrierë që ndikon në efikasitetin e ulët të NVM-ve, me rreth 35.6 përqind të të pyeturve.

Megjithë përmirësimet në uljen e barrierave për hapjen e një biznesi, sipërmarrja vlerëson si negative, në më shumë se 50 përqind të të pyeturve, barrierat në mbylljen e biznesit. Kosto e këtyre barrierave është bërë e papërbalueshme për bizneset që kanë deklaruar falimentimin. Nevojiten politika lehtësuese për një proces më të lehtësuar administrativ në mbylljen e sipërmarrjeve jo rezultative.

6. Pamundësia e hyrjes në tregjet e reja është një problem shqetësues për sipërmarrjen, me efekte të rënda në të ardhmen e tyre. Kompanitë vlerësojnë konkurrueshmërinë e

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

mallrave dhe shërbimeve të huaja, ndërsa theksojnë mungesën e masave nxitëse dhe të lehtësive në biznes për të qenë konkurrues në tregun rajonal e më gjerë.

7. Në përgjithësi vetëm 9 përqind ose 45 kompani, vlerësojnë si të larta taksat dhe tarifat si detyrime ndaj shtetit, por kjo shifër është mjaft e lartë në përgjigjen e pyetjes për nivelin e kontributeve të sigurimeve shoqërore. 25 përqind e të pyeturve e quajnë atë të lartë (theksojmë se kjo dukuri vërehet në sektorin e regjimit të përpunimit aktiv, ku kosto e punës vlerësohet të përbëjë rreth 75 përqind të shpenzimeve totale dhe ku është e njohur dukuria që kontributet e përbashkëta të punëdhënësit dhe të punëmarrësit, i paguajnë vetëm punëdhënësit).

8. Të anketuarit i janë përgjigjur në shumicën e pyetësorëve edhe pyetjes se “në çfarë mënyre pengesat e njohura kanë ndikuar në biznesin e tyre”. Afro gjysma e të pyeturve pohojnë se janë rritur kostot e të bërit biznes, pa i specifikuar këto kosto.

9. Më shumë se 40 përqind e të pyeturve pohojnë se paguajnë nën dorë për të përfutur një shërbim, si rrugën më të efektshme për të mos u penalizuar, 5 përqind pranojnë se në bizneset e tyre nuk ka asnjë pengesë, ndërsa 5 përqind të tjerë nuk dëshirojnë t'i përgjigjen kësaj pyetje.

10. Zgjidhja nëpërmjet respektimit të ligjit të pengesave të deklaruara, vlerësohet si mënyra më e mirë nga 53 përqind e të pyeturve, të cilët nuk shohin ndonjë mënyrë tjetër përveç saj.

11. Rreth 37 përqind e bizneseve të anketuara deklarojnë se kanë kosto më të ulëta nëse paguajnë nën dorë, ndërsa rreth 10 përqind nuk shohin asnjë mënyrë zgjidhjeje afatshkurtër.

12. Zgjidhja ligjore nëpërmjet krijimit dhe funksionimit të Gjykatës Administrative, që do të sillte heqjen e pengesave të identifikuar nga bizneset si barriera në kostot shtesë të biznesit, merr 83 përqind të të anketuarve. Pjesa tjetër nuk specifikojnë një zgjidhje (17 përqind).

13. Më shumë se gjysma e kompanive të anketuara vlerësojnë se do të ketë ulje të numrit të të punësuarve në sektorin privat gjatë vitit 2012. Vetëm 12 përqind e të pyeturve parashikojnë rritje të punësimit.

14. Pyetjes “Si parashikohet zhvillimi i investimeve tuaja në vitin 2012, krahasuar me vitin 2011”, 111 biznese, (ose 22,1 përqind e të pyeturve) i përgjigjen se do të ulen, ndërsa 345 biznese, (ose 69 përqind) pranojnë se nuk do të kenë rritje të investimeve.

15. Kompanitë kanë vlerësuar edhe entet shtetërore ku ato përfaqësohen. Të pyetur në mënyrë eksplicite për Këshillin Konsultativ të Biznesit, 313 të pyetur, (ose 62,6 përqind) vlerësojnë se ky këshill nuk ka ndikuar për një mjedis më të favorshëm biznesi dhe për uljen e barrës ndaj biznesit.

5.3. Sqarimi i qëllimit të studimit: Inspirimi për fokusin e studimit

Paragrafi fillon me një diskutim të fokusit fillestar të studimit për të vazhduar më tej me diskutimin e gjetjeve. Fillimisht, ky studim ishte menduar si një studim i gjerë i efekteve të mjedisit të jashtëm në aktivitetet dhe strategjitë e firmave të vogla dhe të mesme në Shqipëri. Inspirimi për këtë studim është marrë nga dy burime kryesore.

Burimi i parë ishin puna e bërë nga studiuesit në këtë fushë (Iraj Hashi, 2000) dhe Shoqata e Bizneseve Shqiptare, 2012). Punimet e mësipërme dhe kërkime të tjera të bëra në fusha të ngjashme, krijuan një pikturë të mjedisit të biznesit në Shqipëri (Iraj Hashi, Biznes Albania).

Si konkluzion mund të themi se të gjithë ato biznese që kanë një model për të përfituar nga avantazhet e mjedisit dhe për të përballuar vështirësitë me të cilat ndeshen, janë më të përgatitur për suksesin.

Burimi i dytë i inspirimit erdhi nga gap-i apo hapësira bosh që ishte identifikuar në literaturën botërore nga Rachel Doern, 2008, boshllëk që praktikisht ekziston edhe në literaturën shqiptare, lidhur me problemet e zhvillimit dhe rritjes së biznesit të vogël. Ndërkohë që kemi një numër të pafund studimesh në vendet Perëndimore, literatura për vendet në tranzicion është e kufizuar.

5.4 Studimi eksplorues nr 1: Njohja e problemeve me të cilat ndeshen pronarët/menaxherët për realizimin e rritjes

Sipërmarrësit dhe suksesi apo dështimi i bizneseve të vogla kanë qenë subjekt i një numri të madh kërkimesh. Është shumë e rëndësishme të njihen faktorët e brendshëm dhe të jashtëm si dhe faktorët motivues në përpjekjet e firmave për rritje, barrierat me të cilat ato ndeshen dhe asistencën e nevojshme.

Në këtë studim ne kemi qëllim të evidentojmë faktorët më të rëndësishëm që ndikojnë në NV-të shqiptare në rrugën e tyre drejt rritjes dhe suksesit. Për këtë qëllim u përzgjedh një kampion prej 69 bizneseve të vogla të cilat kishin qenë të suksesshme.

Ky studim ndihmon në njohjen e barrierave në disa mënyra:

Së pari ai tregon se pronarët/menaxherët i perceptojnë disa barrierat si të rëndësishme dhe mund të bëjnë dallimin në termat e rëndësishme që ato kanë në rritjen dhe zhvillimin e firmës së tyre.

Së dyti ai sugjeron se karakteristikat e firmave, - mosha, madhësia dhe sektori – mund të ndikojnë në perceptimin e barrierave.

Së treti nga kërkimi rezulton se shumë barrierat janë të ndërlidhura, megjithëse nuk kemi tentuar të studiojmë këto relacione. Për shembull rezulton se barrierat financiare janë të lidhura me ato institucionale. Gjithashtu, aksesitë në financë mund të varet nga aftësitë ose eksperiencat e pronarëve/menaxherëve. Vërehet gjithashtu se aksesitë në fuqinë punëtore të kualifikuar mund të varet nga burimet financiare dhe aftësia për të konkurruar mund të varet nga aftësitë manaxheriale, aksesitë në financë dhe rregullat/vendimet qeveritare.

Nga literatura e analizuar në paragrafin 5.2 konkludojmë se kompanitë shqiptare janë të kushtëzuara nga disa faktorë si: eksperiencat dhe kapacitetet e menaxhimit të pronarëve/menaxherëve; niveli i arsimit të përgjithshëm dhe teknik i punonjësve dhe punëdhënësve; strategjitë që ata përdorin për të fituar avantazh konkurrues, kultura organizacionale dhe vlerat; kuadri rregullator dhe ligjor.

5.4.1 *Qëllimi kryesor dhe pyetjet kërkimore*

Ky punim trajton disa çështje të rëndësishme që kanë konfiguruar rrugën për rritjen e ndërmarrjeve të vogla në Shqipëri. Studimi paraprak rreth subjektit zbuloi se, megjithëse sipërmarrësit janë duke operuar në të njëjtin mjedis, ata përballen me probleme të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

ndryshme në situata të ndryshme. Si rezultat disa biznese dështojnë dhe të tjerët janë të suksesshëm dhe kanë njohur vetëm rritje.

Për qëllime të këtij studimi janë marrë ato biznese të cilët në 10 vitet e fundit kishin përjetuar një rritje të qëndrueshme. Pyetja kryesore është: *Cila është rruga që këto biznese kanë ndjekur në mënyrë që të rriten dhe të kenë sukses?*

Në lidhje me këtë qëllim, janë shtruar dy pyetje të tjera kërkimore:

1. Cilët ishin faktorët që ndikonin në rritjen e NV-ve shqiptare?
2. Cilët ishin njerëzit, njohuritë dhe aftësitë e tyre, krijueshmëria dhe sjellja ndaj rritjes.

5.4.2 Metodologjia e kërkimit

Për të realizuar këtë studim, janë përdorur të dhënat *primare* të marra nga anketimi i 69 bizneseve të vogla, materiale nga literatura bashkëkohore, raportet ose vëzhgimet e qendrave të specializuara. Në klasifikimin e bizneseve të vogla, është përdorur kriteri i numrit të të punësuarve. Bazuar në klasifikimin e ndërmarrjeve, miratuar nga qeveria më 30 tetor të vitit 2008, bizneset e vogla janë ato me më pak se 50 të punësuar. Përzgjedhja e bizneseve të intervistuar është bërë rastësisht nga një listë e bizneseve në Tiranë, e marrë nga INSTAT-i. Ne jemi përpjekur që në zgjedhjen e mostrës të mbulojmë gjeografikisht të gjithë qytetin e Tiranës.

Me qëllim të marrjes së një informacioni të saktë dhe të mbulimit të një game të gjerë të problemeve, ndërtimit të pyetësorit ju kushtua një vëmendje e veçantë. Pyetjet janë formuluar në mënyrë të qartë, ndërsa disa pyetje u përsëritën dy herë në mënyra të ndryshme, në mënyrë që të siguronim përgjigje të sakta. Nga 100 pyetësorët e shpërndarë, 20 prej tyre janë konsideruar të pavlefshme për shkak të pamjaftueshmërisë së informacionit, ndërsa 11 biznese refuzuan të bashkëpunojnë. Përpunimi i pyetësorëve është bërë me SPSS për programin e Windows, duke shmangur humbjet potenciale të të dhënave dhe duke rritur nivelin e tyre të saktësisë. Në arritjen e konkluzioneve, gjatë përpunimit u morën parasysh rezultatet me korrelacion të fortë.

Të dhënat dytësore janë marrë gjithashtu duke studiuar dokumente të ndryshme mbi financat e firmave, sipërmarrjet e biznesit, revista, libra të biznesit, shoqatat e biznesit, institucionet qeveritare, bibliotekat online dhe kërkimet në internet, Banka Qendrore e Shqipërisë, raportet vjetore dhe konferenca, etj.

Kufizimet e hulumtimit: Përkundër arritjeve që sjell studimi, ne jemi të vetëdijshëm se ai përmban disa kufizime. Studimi është i bazuar në përgjigjet e dhëna nga

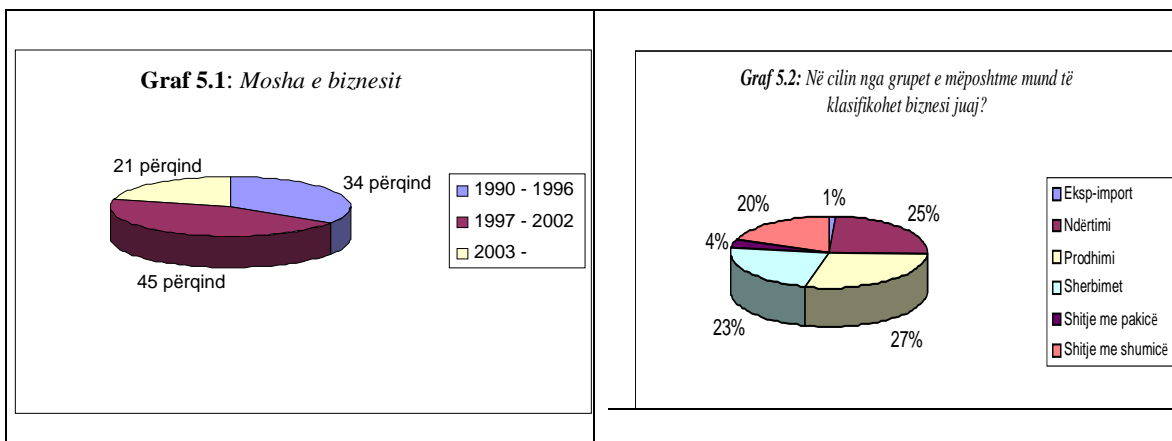
Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

pronarët/menaxherët e bizneseve. Vlera e studimit është në përputhje me seriozitetin dhe ndershmërinë e përgjigjeve të tyre. Përveç kësaj, sukcesi i një firme mund të ndikohet nga faktorë të tjerë, subjektiv apo objektiv, gjë që kërkon kujdes të madh në interpretimin e rezultateve. Nga ana tjetër, studimi empirik është kryer vetëm në Tiranë, në fakt qendër industriale e Shqipërisë. Megjithatë, edhe përkundër kufizimeve të përmendura, rezultatet e studimit tregojnë se njohja e faktorëve që kontribuojnë në rritjen është shumë e rëndësishme për njohjen e aktivitetit të biznesit në Shqipëri. Ne shpresojmë se ata do të shërbejnë për studime të tjera intensive në këtë fushë. Së fundi, rezultatet e këtij studimi, mendojmë se mund të ndihmojnë për të përmirësuar menaxhimin e këtyre bizneseve.

5.4.3 Analiza e rezultateve

Përpunimi i pyetësorëve tregon se 68 përqind e bizneseve janë me një pronar, 17 përqind kompani me përgjegjësi të kufizuar, dhe 12 përqind partneritete të përbashkëta. Në mostrën e studimit, dominojnë bizneset me deri në 40 punonjës (65 përqind), dhe pastaj vijjnë bizneset me 40-50 të punësuar (13 përqind).

- *Mosha e biznesit.* Sondazhi tregon se shumica e NV-ve të intervistuar (45 përqind) kanë një moshë 15-20 vjeçare. Pra, shumica e bizneseve janë krijuar në vitet 1993-1996, një periudhë që përbën një "bum" të biznesit privat në Shqipëri. Kriza e vitit 1997 pati efektin e vet në kufizimin e bizneseve shqiptare. Në vitin 1998-2003 kemi përsëri një periudhë të rritjes modeste.
- *Natyra e Biznesit.* Përmes kësaj pyetjeje kishim qëllim të studionim shpërndarjen e bizneseve sipas veprimtarisë së tyre. Bazuar në studimin, rezulton se shpërndarja është pak a shumë uniforme në sektorin e prodhimit, të shërbimit dhe ndërtimit (rreth 23 përqind).



Cilët janë faktorët që ndikojnë në rritjen e NV-ve shqiptare?

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Ka pasur qasje të shumta që studiojnë faktorët që kontribuojnë në rritjen e firmave. Modelet teorike si dhe hulumtimet empirike (Niosi, 2000) përqendrohen në të njëjtët faktorë të rëndësishëm: zhvillimi i K&Zh, angazhimi në aleancat me bizneset e tjera, kompetenca në financim, mbrojtja e patentave dhe gjetja e një qoshke të tregut. Për më tepër, studimet e mëparshme kanë vlerësuar kontributin e faktorëve të ndryshëm për rritjen, pa marrë parasysh fazën e rritjes së firmës (Hanks, 1993), industrinë ku ajo operon ose praktikatat e menaxhimit në të cilat ata mund të angazhohen.

Për qëllime të këtij studimi, barrierat janë ndarë në katër grupe: financiare, të aftësive, institucionale dhe të tregut (Rachel R. Doern, 2011).

- *Rritja e Biznesit.* Para se të diskutohen problemet me të cilat përballen bizneset në rrugën e tyre të vështirë të rritjes, është interesante për të diskutuar se si është matur rritja. Në shumicën e rasteve ata që i përgjigjen pyetësorit, kanë qenë në mëdyshje për të dhënë shifra të sakta të fitimit. Ne më pas zbuluam se ata mund të japin dy lloje treguesish: a) shitjet vjetore dhe normën e rritjes së shitjeve, dhe b) rritja vjetore në përqindje ose norma e fitimit para tatimit. Për qëllimet e hulumtimit aktual është e dobishme të theksohet se rritja e shitjeve ka qenë më e përmendur gjerësisht nga pronarët/menaxherët e kampionit.

Rreth 60 përqind e bizneseve konsiderojnë rritjen e tyre si mesatare. Gjithashtu, rreth 67 përqind e të anketuarve pohoi se drejtimi i biznesit të tyre ka qenë ose "fitimprurës" ose "pothuajse aq fitimprurës sa ata kishin pritur". Është interesante se rreth 11 përqind e të anketuarve e konsiderojnë drejtimin e biznesit të tyre "pothuajse aq të vështirë" ose "shumë më të vështirë", nga sa ata e kishin parashikuar.

Tabela 5.1: Qëndrimet e menaxherëve/pronarëve për sa i përket fitimit dhe vështirësisë së arritjeve

Drejtimi i biznesit tim ka qenë:	Nr. i përgjigjeve
Më tepër fitimprurës nga ç'e prisja	39
Pothuajse aq fitimprurës sa ç'e prisja	29
Më pak fitimprurës sa ç'e prisja	12
Më i vështirë sa ç'e prisja	9
Pothuajse aq i vështirë sa ç'e prisja	6
Më pak i vështirë sa ç'e prisja	5

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Optimizmi i biznesmenëve është i bazuar në rritjen ekonomike të vendit dhe krijimin e një mjedisi të favorshëm për bizneset. Kur u pyetën "cilat janë pengesat kryesore për rritjen e biznesit", të anketuarit renditën të parën "mungesën e kapitalit", që do të thotë 30.8 përqind e të anketuarve. Më tej, si faktorë të tjerë kufizues të rritjes janë vlerësuar "mungesa e kërkesës në treg", "korrupsioni", "mungesa e aftësive menaxheriale" dhe "mungesa e kanaleve të shpërndarjes".

A. Barrierat financiare

Në ekonomitë në tranzicion, barrierat financiare për rritjen dhe zhvillimin e bizneseve të vogla e kanë burimin në një mjedis të pazhvilluar institucional në këto ekonomi (Chilosi, 2001; Pissarides, 1999). Ajo ka qenë e argumentuar se për faktin se bizneset e vogla në ekonomitë në tranzicion kanë tendencë të mbështeten në burimet e brendshme apo burimet private të fondeve, kjo është një shenjë e seriozitetit të pengesave financiare me të cilat përballen këto biznese (Chilosi, 2001).

Për sa i përket sigurimit të fondeve për fillimin e biznesit, duket se shumica e pronarëve/manxherëve kanë përdorur fondet e tyre. Rreth 70 përqind e të anketuarve ri-investojnë fitimet në biznes. Megjithatë, rreth 33.6 përqind e të intervistuarve thanë se kishin vështirësi në marrëdhëniet me bankën. Kërkesat e tyre kryesore "*ishin mos-dhënia e kredisë*" dhe "*procedurat e gjata*". Rreth 50 përqind e të anketuarve pohojnë se kanë vështirësi në marrjen e një kredie, ndërsa 34 përqind nuk kanë marrëdhënie me bankën.

Pra, niveli i ulët i kreditimit të biznesit në Shqipëri është i dukshëm. Kjo është për shkak të nivelit të lartë të riskut, niveli i normave të interesit dhe preferencat e bankave për të dhënë kredi për SME-të. Edhe pse tregtia është aktiviteti ekonomik që dominon tregun dhe siguron fitime të larta dhe të shpejta, bankat preferojnë industrinë, si një aktivitet që është më i konsoliduar, si mbështetje afatgjatë për ekonominë shqiptare dhe që ofron marrëdhënie më të qëndrueshme bankare me klientët.

Kostoja e lartë e kredisë ishte një nga pengesat më të shpeshta të raportuara. Mungesa e qasjes në kapital ishte tjetër pengesë e raportuar nga bizneset e intervistuar. Kostoja e lartë e kapitalit është raportuar nga 56 përqind e pjesëmarrësve. Pikëpamja se normat e interesit ishin shumë të larta është deklaruar si nga ata pjesëmarrës që kishin marrë kredi bankare dhe ata që nuk kishin marrë kredi.

B. Barrierat e aftësive

Barrierat që kanë lidhje me aftësitë përfshijnë, por nuk kufizohen vetëm, mungesën e arsimit, përvojës apo aftësive të pronarit-menaxher ose punonjësve. Ato mund të ndikojnë negativisht në proceset e vendim-marrjes dhe për pasojë në rritjen e biznesit

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

(Casson, 1982). Sfida më e madhe me të cilën përballen sipërmarrësit është gjetja dhe mbajtja e njerëzve të talentuar. Për vite të tëra, firmat me ritme të larta rritje janë përqendruar në gjetjen e parave. Sot, kapitali është një barrierë disi më e zbutur. Tani firmat luftojnë për të gjetur njerëz të kualifikuar, për të nxitur dhe mbështetur rritjen ekonomike.

Në aspektin e niveleve të arsimimit, ka disa prova për të mbështetur pohimin se në ekonominë në tranzicion njerëzit janë të arsimuar mirë (sidomos në shkencat si matematikë dhe inxhinieri) dhe kjo mund të ketë implikime pozitive për rritjen e firmave (Estrin et al., 2006). Ndërkohë, në këto ekonomi, aftësitë e menaxhimit dhe marketingut janë të vështira për tu gjetur.

- *Profili i sipërmarrësve/pronarëve.* Nga intervistat rezulton se 75 përqind e pronarëve/menaxherëve të biznesit kanë qenë të diplomuar. Kjo tregon nivelin relativisht të kënaqshëm të arsimimit të anketuarve.
- Për pyetjen, "A keni marrë pjesë në ndonjë program trajnimi", 34.3 përqind e të anketuarve ju përgjigjën "po". Pra, kemi të bëjmë me përgatitjen e pamjaftueshme të pronarëve/menaxherëve në fushën e menaxhimit. Në këmbëngulim përsëri në faktin se pavarësisht nga aftësitë personale, aftësia për të menaxhuar mund/duhet të edukohet. Biznesmenët që kanë marrë pjesë në programet e trajnimit u përkasin moshës 30-40 vjeç (16 përqind) dhe 40-50 vjeç (24 përqind).
- *Menaxhimi i burimeve njerëzore.* Pyetjes "Cilat janë kriteret për punësim të personelit", 44 përqind e të anketuarve konsiderojnë kriter të rëndësishëm "specialitetin", 25 përqind "përvojën", dhe 19.5 përqind "arsimimin". Diferencat në përgjigje mund të shpjegohen nga madhësia e biznesit dhe zona ku ai operon. Bizneset e mesme kërkojnë specialistë në fushat përkatëse, ndërsa bizneset e vogla kërkojnë punonjës me përvojë më të gjerë, të cilët duhet të japin rezultate të menjëhershme në punë.

Pronarët e biznesit përpiqen ti mbajnë të punësuarit nëpërmjet "motivimit" (40 përqind), "diferencimit të pagave" (29.6 përqind), "kompensimeve ekstra" (13 përqind). Pothuajse çdo teori bashkëkohore e motivimit pranon se punonjësit nuk janë homogjenë. Ata kanë nevojë të ndryshme. Prandaj, për të maksimizuar motivimin e fuqisë punëtore, menaxherët duhet të jenë fleksibël. Faktorët e mësipërm janë burim për të rritur standardin e jetesës së punonjësve. Gjithashtu, aplikimi i diferencimit të pagave është e lidhur me faktin se pronarët/menaxherët në mënyrë që të rrisin performancën e punonjësve të tyre duhet të aplikojnë diferencimin e pagave për performancë të lartë.

Pyetjes, "Cilat janë pretendimet që ju keni kundrejt të punësuarve" rreth 52 përqind të totalit të të anketuarve rendisin si më të rëndësishme "punën me cilësi," 12 përqind

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

"respektin për klientët", rreth 15 përqind "besnikërinë" dhe 19 përqind "realizimin e detyrave". Kërkesat të tjera renditen "pavarësia në veprim" dhe "dëshira për rritjen personale".

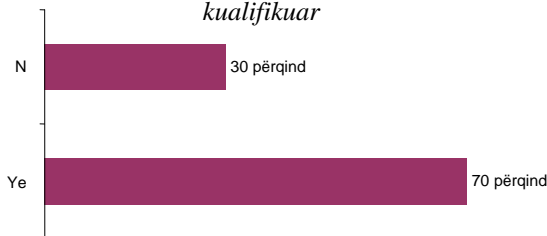
Tabela 5.2: Cilat janë kërkesat që ju keni kundrejt të punësuarve?

Kërkesat	Përqindja
Cilësia e punës	52
Respekti për klientët	12
Realizimi i detyrave	19
Besnikëria	15
Dëshira për rritje personale	2

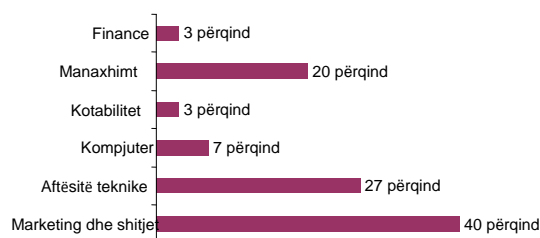
Pyetjes, "A keni pasur probleme në gjetjen e punëtorëve të kualifikuar", 30 përqind e bizneseve i përgjigjen "jo". Ata që i përgjigjen "po", nënvizojnë probleme të tilla si "trajnimi", "përvoja", "niveli i besimit" dhe "mungesa e informacionit në lidhje me tregun e punës". Kur bizneset u pyetën në cilat fusha ata kanë nevojë për më shumë trajnime për stafin e tyre, shitja dhe marketingu ishin fusha më e preferuar e trajnimit, menaxhimi dhe aftësitë teknike janë të preferuara respektivisht prej 20 përqind dhe 27 përqind e të intervistuarve. Fushat më pak të preferuara të trajnimit janë "kontrolli i cilësisë" dhe "buxheti" të cilat nuk janë zgjedhur nga të intervistuarit.

Nga përgjigjet e dhëna nga menaxherët për pyetjen e mësipërme, rezultojnë se bizneset janë duke kërkuar gjithnjë e më shumë njerëz të trajnuar. Drejtuesit e këtyre bizneseve vlerësojnë se shanset për trajnim në vitet e ardhshme do të rriten për dy arsye kryesore: për shkak të konkurrencës në rritje dhe rritjen e shërbimeve të trajnimit në tregun shqiptar. Kompanitë që operojnë në të ashtuquajturat industri moderne duhet të investojnë më shumë në trajnim se kompanitë që operojnë në industritë tradicionale. Kjo ka të bëjë me faktin se këto lloje industrish janë të reja në mjedisin shqiptar.

Graf 5.3: Vështirësi në gjetjen e njerëzve të kualifikuar



Graf 5.4: Fushat e trajnimit



Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- *Këshillat për Biznesin:* Një faktor që u evidentua ishte rëndësia e këshillimit të biznesit. Firmat që lulëzojnë gjatë një periudhe të turbullt, në një masë të madhe ja atribuojnë suksesin e tyre përvojës së mëparshme të biznesit apo këshillimit të biznesit nga aktorë jashtë firmës.

"A jeni duke kërkuar për këshilla mbi aktivitetin tuaj?" Vetëm 47 përqind e të anketuarve ndjejnë nevojën për konsulentë. Shifra e mësipërme lë për të dëshiruar: përderisa pronarët/menaxherët nuk kanë edukimin e nevojshëm, nuk marrin pjesë në programet e trajnimit, në të njëjtën kohë nuk kanë nevojë për konsulentë të jashtëm!! Kjo mund të konsiderohet si një handikap i bizneseve shqiptare. Megjithatë, është pozitiv fakti që disa prej të anketuarve ndjejnë nevojën për të rritur aftësitë e tyre menaxhuese. Nëse të gjithë sipërmarrësit e biznesit shqiptar do të ndihet në të njëjtën mënyrë, kjo do të jetë një shenjë e mirë për të ardhmen e ekonomisë.

- *Menaxhimi i kohës.* Sipërmarrësit shqiptarë vlerësojnë përdorimin efektiv të kohës si një nga fushat më të dobëta të menaxhimit. Arsyeja për këtë përdorim jo të efektshëm të kohës së punës është konsideruar kultura kombëtare menaxheriale. Me fjalë të tjera, edhe nëse një kompani bën përpjekje për të kultivuar një kulturë të re të përdorimit të kohës së punës, kultura kombëtare në këtë drejtim do të ketë ndikimin e saj.

Sipërmarrësit shqiptarë shpresojnë se gjatë viteve 2014-2016, përdorimi i kohës do të ketë një përmirësim të dukshëm në krahasim me vitet paraardhës. Ata mendojnë se ky tregues në vitin 2016 do të jetë më shumë se "i mirë". Sipas ekspertëve në këtë fushë, menaxhimi i kohës e ka burimin e saj në ngurrimin e sipërmarrësve për të deleguar vartësve disa lloje të punës rutinë. Kjo sjellje jo vetëm pasqyron mungesën e besimit tek vartësit, por ndoshta mund të konsiderohet si një relike e regjimit që lamë pas, ku drejtorët kanë qenë plotësisht përgjegjës për çdo veprim të ndërmarrë në ndërmarrje.

C. Barrierat institucionale

Zhvillimi i sipërmarrjes në ekonominë në tranzicion është mjaft i ndjeshëm ndaj mjedisit institucional (Estrin, Meyer dhe Bytchkova, 2006). Institucionet ofrojnë 'rregullat e lojës' duke i dhënë formë aktiviteteve ekonomike. Ato përfshijnë institucionet ligjore dhe rregullative, zakonet dhe normat.

Kur bizneset u pyetën në lidhje me perceptimet e tyre mbi aspekte të ndryshme të përvojës së tyre me qeverinë, ata u përgjigjën se problemi i tyre kryesor ishte ndërveprimi me rregullat e qeverisë si konkurrenca jo e ndershme, sektori joformal, korrupsioni dhe mungesa e rregullimit të qartë në disa fusha.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Të pyetur rreth shërbimeve publike, shumica e të pyeturve nuk janë të kënaqur me këto shërbime, veçanërisht me shërbimin e policisë dhe atë të elektricitetit.

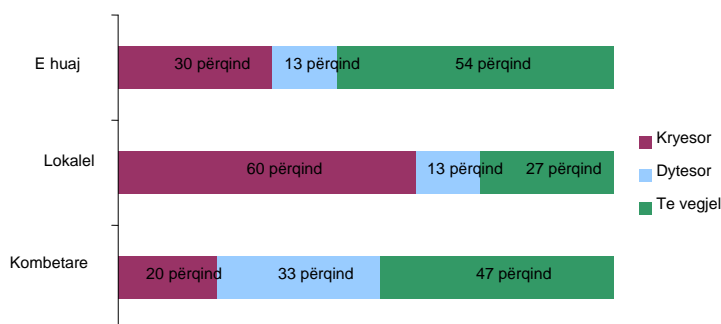
Barrierat për regjistrimin dhe licencimin e bizneseve të reja kanë ndikim të lartë në të gjithë ata që duan të zgjerojnë bizneset e tyre. Firmat që ndeshin më tepër probleme janë ato të sektorit të ndërtimit për shkak të procedurave të gjata dhe me kosto relativisht të larta. 60 përqind e të intervistuarve mendojnë se taksat janë të larta, duke theksuar këtu kostot e telekomunikimit.

D. Barrierat e tregut

Ndërsa barrierat institucionale kanë të bëjnë me ligjet dhe rregulloret, zakonet dhe normat, barrierat e tregut përfshijnë ato që kanë të bëjnë me strukturën e tregjeve dhe sjelljen e konkurrentëve (ACOST, 1990).

- *Konkurrenca.* Një numër i madh studimesh kanë identifikuar konkurrencën si një barrierë të rëndësishme në rritjen e bizneseve (p.sh, Hay dhe Kamshad, 1994; Moy dhe Luk, 2003).
- Kur u pyetën rreth konkurrencës lokale, 60 përqind e të intervistuarve deklaruan se ata janë konkurrentët kryesorë dhe 27 përqind u përgjigjën se bizneset lokale ishin konkurrentë të parëndësishëm. Përsa i përket konkurrencës kombëtare, 20 përqind e të intervistuarve ju përgjigjën se ata janë konkurrentë kryesorë dhe 47 përqind u përgjigjën se bizneset kombëtare janë konkurrentë të dobët. 30 përqind e të intervistuarve identifikuan importet si konkurrentë kryesorë. Siç rezulton nga intervistat, konkurrentët kryesorë perceptohen ata lokalë, që operojnë në të njëjtën zonë.

Graf 5.5: Konkurrenca



Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Orientimi i sipërmarrësve ndaj tregut dhe interesi i tyre ndaj kostove. Analiza e shkallës së orientimit drejt tregut tregon se ajo do të përmirësohet mjaftueshëm gjatë kësaj dekade. Bazuar në përgjigjet e dhëna nga pronarët/menaxherët e bizneseve të intervistuar, konkludojmë se orientimi ndaj tregut aktualisht mund të konsiderohet nën mesataren por në vitin 2016 do të jetë më shumë se "mirë".

Por është e vështirë për ti dhënë përgjigje pyetjes, nëse liderët shqiptarë janë me të vërtetë shumë të orientuar nga tregu ose ky vlerësim është mbivlerësuar. Megjithatë, studime të kryera në këtë drejtim kanë treguar se njohja e tregut është përmirësuar shumë.

Kërkimi marketing është metoda më pak e njohur dhe e aplikuar në bizneset shqiptare. Shumica e menaxherëve nuk besojnë se informacioni i siguruar nga kërkimi i tregut apourvejimet e tregut kanë më tepër vlerë krahasuar me shpenzimet në këtë fushë. Kjo ndoshta për shkak të mungesës së njohurive për mbledhjen dhe përpunimin e informacionit.

Sipas rezultateve të anketimit, vetëm 18 përqind e biznesit të vogël (13) pretendojnë të kenë aplikuar një hulumtim të tregut. Katërmbëdhjetë nga këto biznese deklarojnë se kryejnë një hulumtim formal me shkrim. Vetëm 10 firma kanë deklaruar se kryejnë hulumtime të tilla me punonjësit e firmave të tyre.

Sa më sipër është e vështirë ti përgjigjesh pyetjes nëse menaxherët shqiptarë janë të orientuar ndaj tregut. Megjithatë nga kërkimet rezulton se njohuria mbi tregun është rritur.

5.4.4 Konkluzione

Nga analiza nxjerrim disa konkluzione:

Biznesmenët shqiptarë janë optimistë për të ardhmen. Ata kanë specifikuar si pengesa kryesore për rritjen e biznesit, mungesën e kapitalit, koston e lartë të kapitalit të borxhit, mungesën e kërkesës në treg dhe mungesën e aftësive menaxheriale. Ne gjejmë një ndërgjegjësim të pronarëve për nevojën e njerëzve të kualifikuar dhe motivimit nëpërmjet diferencimit të pagave. Ata janë optimistë në lidhje me gjetjen e njerëzve të trajnuar në të ardhmen.

Sipërmarrësit shqiptarë nuk kanë arsimin e përshtatshëm dhe njëkohësisht ata “nuk kanë kohë” të marrin pjesë në trajnime. Megjithatë është pozitiv fakti se ata e ndjejnë nevojën për rritjen e aftësive manaxheriale.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Mjedisi i biznesit në Shqipëri vuan nga një shkallë e lartë e ngurtësisë institucionale, e cila shpjegon pjesërisht pse afërsisht një e katërta e aktivitetit ekonomik kryhet jashtë ligjeve dhe rregulloreve dhe vetëm gjysma e fuqisë punëtore është e regjistruar me sigurimet shoqërore. Korrupsioni mbetet një çështje shqetësuese në Shqipëri. Sipas sondazheve të fundit që matin perceptimet publike, institucionet më të prekura janë administrata publike, doganat, zyrat e taksave, partitë politike dhe gjyqësori.

Një nga pengesat kryesore me të cilat ballafaqohen bizneset në Shqipëri është konkurrenca nga kompanitë në ekonominë gri. NV-të po përballen me presionin në rritje të konkurrencës që vjen si rezultat i globalizimit dhe hapjes së tregjeve, teknologjive të reja dhe inovacionit. NV-të do të duhet të gjejnë mënyra për tu përballur me këto sfida, sepse sfidat ka të ngjarë të vazhdojnë dhe të rriten në të ardhmen. Për të mbijetuar në një mjedis të tillë konkurrues, ato duhet gjithashtu të zhvillojnë avantazhet e tyre krahasuese. Dhe kjo kërkon: njohuritë, burimet financiare dhe fleksibilitet ekonomik.

Është e vështirë për t'iu përgjigjur pyetjes nëse menaxherët shqiptarë janë duke u bërë më të orientuar drejt tregut apo kjo mund të jetë mbivlerësuar. Nga studimi rezultoi se njohuritë mbi tregun janë përmirësuar. Kërkimi marketing është një koncept i panjohur për shumicën e të anketuarve. Vetëm 18 përqind e tyre aplikojnë një hulumtim të tregut.

Sipërmarrësit shqiptarë janë të hapur ndaj ndryshimeve dhe të gatshëm për të ndërmarrë riskun. Këtu kemi rezerva në lidhje me faktin nëse ata janë të vetëdijshëm për riskun dhe si rezultat kanë modifikuar edhe pritjet e tyre. Delegimi i kufizuar i autoritetit tregon se sipërmarrësit/pronarët e firmave nuk janë të bindur ende për rolin vendimtar të menaxherëve në suksesin e biznesit të tyre. Këto përfshijnë faktin se pagat e menaxherëve nuk janë në nivelet e duhura. Stili autokratik që mbizotëron në bizneset shqiptare nuk lejon pjesëmarrjen e punonjësve në vendimet dhe ndikon negativisht në motivimin e tyre. Përballja me një konkurrencë në rritje dhe arritja e objektivave të rritjes, mes të tjerash do të kërkojë decentralizimin e strukturave organizative dhe delegimin e autoritetit tek vartësit.

5.5. Studimi eksplorues nr 2: Ndikimi i barrierave në qëllimet për rritje

5.5.1 Metodologjia

Studimi është bërë gjatë një periudhe 3 mujore ndërmjet Shkurt-Prill 2013. Me përjashtim të disa detajeve të analizës, metoda e hulumtimit ishte dizenuar për të adresuar fokusin fillestar të studimit, i cili ishte për të eksploruar në mënyrë të gjerë efektet e mjedisit të jashtëm në aktivitetet dhe strategjitë e bizneseve të vogla në Shqipëri. Studimi synonte fillimisht “të gjente” më shumë rreth strategjive dhe faktorëve që ndikojnë në mungesën apo mosrealizimin e tyre dhe së dyti “të gjeneronte ide për një studim të ardhshëm”. Duke folur në mënyrë të hapur me pronarët apo menaxherët si dhe me stakeholders të bizneseve të vogla, shpresonim që diskutimet do të ngrinin çështje për tu eksploruar më tej në një kohë të mëvonshme.

5.5.2. Mostra e studimit

Mostra e studimit ishte e vogël dhe u krijua në terren. Për më tepër, krijimi i mostrës u bë në kontaktet me studiues të tjerë të fushës. Michailova dhe Liuhto (1999) argumentojnë se kur kryen kërkime në ekonomitë tranzitore të planifikuara të Evropës Lindore, studiuesit duhet të përdorin kontaktet e tyre informale, duke përfshirë shoqërinë dhe familjen, për të fituar akses në këtë fushë. Ata shpjegojnë:

“Në kontekstin e Evropës Lindore ka një mungesë sistematike të informacionit në nivele të ndryshme. Nuk ka bazë të dhënash, dokumente, regjistra apo arkiva të besueshme që mund të ofrojnë informacionin fillestar për të cilin ka nevojë studiuesi në fazën e “para-aksesit”. Kjo është faza në të cilën duhet të identifikohen organizatat për të cilat do të bëhet studimi. (p. 8)

Pronarët/menaxherët që operojnë në Rajonin e Tiranës janë identifikuar nga INSTAT, Drejtoria e Tatimeve dhe Regjistri i Qendrës Kombëtare të Regjistrimeve.

Takimet me stakeholders u realizuan nëpërmjet njohjeve të ndryshme. Kështu u realizuan kontakte dhe intervista edhe me punonjës të tjerë të bizneseve të marra në analizë, me Dhomën e Tregtisë, me punonjës të Ministrisë së Ekonomisë dhe Sipërmartjes, me ekspertë të Drejtorisë së Nxitjes së Biznesit, me Agjencinë për Nxitjen e Investimeve të Huaja, Biznes Albania, INSTAT, ACIT dhe Ministria e Financave.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Tabela 5.3: Profili i pronarëve/menaxherëve të intervistuar dhe bizneseve të tyre

Pjesëmarrësit në intervistë, menaxher/pronar	Pozicioni në kompani	Produkti apo shërbimi i kompanisë	Industria	Numri i punonjësve	Mosha e kompanisë në vjet
Artani M1	Pronar/ Menaxher	Allci dhe materiale ndërtimi	Ndërtim	35	11
Denisi M2	Pronar/ Menaxher	Tjegulla	Ndërtim	40	17
Minella M3	Pronar/ Menaxher	Produkte sanitare, materiale rifiniture dhe ngjitës	Shëndetësi	45	18
Marjusi M4	Pronar/ Menaxher	Pula	Ushqimore	35	14
Beni M5	Pronar	Këpucë	Tekstile	48	14
Gazmendi M6	Pronar/ Menaxher	Produkte blegtorale	Agro-industri	42	12
Eltoni M7	Pronar/ Menaxher	Produkte agro-ushqimore	Agro-industri	41	22
Gjergji M8	Pronar/ Menaxher	Bukë, ujë	Ushqimore	29	14
Arjana M9	Pronar/ Menaxher	Tekstile	Tekstile	31	16
Skënderi M10	Pronar/ Menaxher	Mobilje	Përpunim Drurit	35	20

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

5.5.3 Mbledhja e të dhënave

Të dhënat janë mbledhur kryesisht nëpërmjet intervistave eksploruese. Këto intervista i ofruan të anketuarve një fleksibilitet të konsiderueshëm në përgjigjet e tyre. Ata pritëshin të hidhnin dritë mbi efektet e mjedisit të jashtëm në veprimtarinë e firmave të vogla në Shqipëri. Intervistat u kryen fillimisht me 10 pronarë/menaxherë të bizneseve të vogla, dhe tetë stakeholders (grupe interesi) të bizneseve të vogla (Biznes Albania, Ministria e Financave, Ministria e Ekonomisë, biznese furnitore, Shoqata e konsumatorëve, etj.)

Në fillim të çdo interviste, pjesëmarrësit u informuan për qëllimin e studimit dhe produktin e synuar për një tezë doktore. Kjo përmbledhje kishte si qëllim për të fituar besimin tek pjesëmarrësit si dhe për ti lehtësuar ata në përgjigjet e tyre. (Shiko shtojca 1, Guidë e intervistës me pronarët/menaxherët dhe stakeholders)

Intervistat me pronarët ose menaxherët përfshin 4 çështje kryesore:

- Backgroundi personal – edukimi, CV., dhe roli/përgjegjësia në biznes në të tashmen;
- Profili i kompanisë – numri i punonjësve, vitet e funksionimit, produkti/shërbimi;
- Diskutime për zhvillimet e kaluara, prezente dhe të ardhshme;
- Qëndrimet ndaj klimës së biznesit – burimet, konkurrenca dhe rregullat.

Intervistat me stakeholders të biznesit të vogël (grupet e interesit) gjithashtu hetuan “background-in personal” të këtyre individëve, në mënyrë që të mbuloreshin *katër* çështjet e mëposhtme:

- Përshkrimi i aktiviteteve të organizatës dhe kontributet e tyre për mbështetjen e infrastrukturës për bizneset e vogla;
- Nevojat e bizneseve të vogla;
- Klima e biznesit dhe marrëdhënia e saj me zhvillimin e biznesit të vogël; dhe,
- Të punuarit me bizneset e vogla dhe kërkimet mbi to.

Intervistat zgjatën mesatarisht 1.5 orë. Intervista më e shkurtër zgjati 30 minuta dhe më e gjata e cila zgjati 2.5 orë. Në intervista u mbajtën shënime. Pronarët/menaxherët ishin skeptik për përdorimin e regjistruarve.

5.5.4 Analiza

Analiza paraprake e të dhënave u nda në dy faza me periudha 6-mujore; kryesisht duke reflektuar kohën e shpenzuar për rishikimin e literaturës në barrierat ndaj rritjes së biznesit të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

vogël. Kur u bë e qartë që pronarët/menaxherët përshkruan eksperiencat e tyre në lidhje me sfidat, vështirësitë dhe problemet, fokusi u zhvendos drejt barrierave për rritjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël.

Faza 1

Në fazën e parë të analizës, intervistat u transkriptuan. Disa javë më vonë janë shpenzuar për kodimin e të dhënave të intervistës. Megjithatë, nga lista origjinale e kodimeve u veçua një listë e sfidave të mundshme, vështirësive dhe problemeve që ndikonin në zhvillimin e bizneseve të vogla. Më vonë u identifikuan dhe u formuluan pyetje rreth pozicionit në treg në të shkuarën, të tashmen dhe të ardhmen e kompanisë. Një shembull për secilin është dhënë më poshtë:

1) Sfida, vështirësi dhe probleme që kompania ka patur në të shkuarën:

- Regjistrimi dhe licensimi
- Krijimi i besueshmërisë në treg
- Pak njohuri në know-how
- Mungesë profesionalizmi
- Sigurimi i financimit
- Planifikimi për të ardhmen
- Sistemi shqiptar, mentaliteti shqiptar

2) Sfida, vështirësi dhe probleme që po has kompania në të tashmen

- Mungesë njohurish për tregun
- Ndryshimi i rregullave dhe ligjeve
- Gjetja dhe tërheqja e punonjësve të aftë
- Të qenit i pari në treg
- Manaxhimi i zinxhirit të furnizimit
- Realizimi i shitjeve
- Konkurrenca
- Burokracia
- Planifikimi për të ardhmen

3) Sfida, vështirësi dhe probleme që kompania mund të provojë në të ardhmen:

- Rritja
- Planifikimi për të ardhmen

Kodet e vendosura shërbyen për të nxjerrë në pah ‘shpërndarjen’ e barrierave potenciale për rritjen midis pjesëmarrësve, dhe inspiruan analiza të mëtejshme.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Faza 2

Faza e dytë e analizës përfshiu ekzaminimin e çdo shënimi të mbajtur, për të konkluduar se si i përshkruanin këto barrierat pronarët/menaxherët – *barrierat gjerësisht u përcaktuan si ato faktorë të brendshëm apo të jashtëm që ndërhyjnë në disa mënyra në zhvillimin dhe rritjen e biznesit*. Një vëmendje e madhe ju kushtua terminologjisë së përdorur nga pjesëmarrësit, veçanërisht fjalëve me kuptime të ngjashme me barrierat – shprehjet si sfida, vështirësi, probleme, bllokime dhe pengesa.

Faktorët që ndikojnë në rritjen dhe zhvillimin e bizneseve të vogla ishin ndarë në *pesë* kategori: 2 kategori përfaqësonin më shumë të dhëna të përgjithshme, ato të cilat nuk mund të lidheshin me një aktivitet biznesi të veçantë; tre kategoritë e mbetura ishin specifike sipas aktiviteteve të biznesit. Këto tre kategori të mbetura janë nxjerrë nga pyetësorët. Për të përmbledhur, barrierat u diskutuan si:

A) Të përgjithshme

- i) Eksperienca e bizneseve të vogla në Shqipëri, në përgjithësi
- ii) Eksperienca e zhvillimit të bizneseve në përgjithësi

B) Specifike

- iii) Aktivitetet për zhvillimin e biznesit në të shkuarën
- iv) Aktivitetet për zhvillimin e biznesit në të tashmen, dhe
- v) Aktivitetet për zhvillimin e biznesit në të ardhmen.

Duke zgjedhur për tu fokusuar në analizën e barrierave, për të identifikuar barrierat specifike, dhe për të organizuar informacionin, analizat ndoqën rrugën që Miles dhe Huberman (1994) i referohen si reduktimi dhe prezantimi i të dhënave.

5.5.5 Gjetjet

Në këtë seksion diskutohen shkurtimisht tre gjetjet më kryesore. Fragmente të dhënash janë përdorur për të ilustruar pikat kyçe të çdo gjetjeje. Për të lehtësuar identifikimin e tyre për çdo lexues, barrierat janë nënvizuar dhe aktivitetet e biznesit janë identifikuar në “citate të shkurtra”. Për të emërtuar barrierat e identifikuara në këtë studim, ju referuam literaturës (Kapitulli 2 dhe 3). Komentet e bëra nga stakeholders të bizneseve të vogla janë nxjerrë veç.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

1. *Barrierat e identifikuara nga pronarët/menaxherët janë përdorur për të kuptuar konditat në të cilat operojnë bizneset e vogla në përgjithësi dhe veçanërisht eksperiencat e tyre unike.*

Fillimisht, pronarët/menaxherët tentuan ti përdorin barrierat për të përshkruar kryesisht eksperiencat e tyre negative në krijimin, operimin dhe rritjen e biznesit të tyre. Barrierat, gjithashtu u përdorën nga pronarët/menaxherët dhe pretendentët për të interpretuar mbështetjen e mjedisit për bizneset e vogla. P.sh. mjedisi rregullator në Shqipëri, është perceptuar si jo efektiv dhe jo mbështetës për nevojat e bizneseve të vogla. Kjo kishte ndikime negative për bizneset shqiptare, veçanërisht kur bëhej fjalë për kohën dhe paratë e shpenzuara kur ata përballeshin me rregullat e vendosura nga qeveria.

Tabela 5.4: Shembuj të barrierave të përmendura nga pjesëmarrësit

Barrierat	Pohime
Mungesa e rregullave dhe ligjeve të qarta	<p>“Ne kemi shumë probleme me qeverinë sepse operojmë në një industri të re, pa legjislacionin e mjaftueshëm. Kështu që ne shpesh nuk e kemi të qartë se kujt duhet ti drejtohem për një problem që na lind. (Minella, M3, Pronar/Menaxher)</p>
Rregullore oportuniste	<p>“Problem kryesor janë ligjet. Shpesh ne i gjejmë ligjet konfuzë”. (Denisi, M2, Pronar/Menaxher)</p> <p>“Njerëzit që përgatisin ligjet, nuk e njohin realitetin. (Marjusi, M4, Pronar/Menaxher)</p> <p>“Ne na vijmë inspektorë periodikisht, dhe ne shpesh nuk i kuptojmë ata. Ata kanë kërkesa të ndryshme, vendosin gjopa arbitrare. (Mihali, Pronar/Shef i prodhimit)</p>
B. Stakeholders	
Mungesa e mbështetjes së shtetit për bizneset e vogla	<p>“Ajo që vështirëson punën e bizneseve, janë rregullat dhe politikat qeveritare. Ata pretendojnë se bëjnë çfarë është e mundur për të ndihmuar bizneset e vogla, por në fakt po ndodh e kundërta. Ata bëjnë çdo gjë për ta bërë sa më të vështirë hyrjen në treg. Ju duhet të paguani paraprakisht, jo pasi keni filluar punën. Por nuk mbaron me kaq, ju duhet të paguani, paguani dhe përsëri të paguani. (Luani, Furnitor)</p> <p>“Ministritë nuk janë shumë të interesuara për zhvillimin e bizneseve të vogla në industritë që ata mbulojnë. Nëse çdo ministri do të merrte në konsideratë interesat e bizneseve të vogla, këta të fundit do të kishin bërë progres më të mirë”. (L.T, shoqatë biznesi)</p> <p>“Nëse ju analizoni numrin e problemeve serioze që kërcënojnë</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

	<i>ekzistencën e firmave, dhe kalkuloni numrin e përgjithshëm të tyre për çdo firmë, në fushën e rregullave dhe vendimeve qeveritare, ju do të habiteni se si këto biznese mbijetojnë” (E.Z., Stakeholder).</i>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Pronarët shpjeguan mjedisin rregullator në përgjithësi, si armiqësor. Qëndrimi i qeverisë ndaj bizneseve të vogla në veçanti konsiderohej si negativ, si përsa i përket natyrës ashtu edhe numrit të rregullave dhe vendimeve. Sipas tyre rregullat dhe vendimet e qeverisë e bënin “shumë të vështirë” zhvillimin e bizneseve. Sipas një pronari, vendimet dhe ligjet ishin formuluar për të shfrytëzuar bizneset: “Unë përpiqem të jem indiferent dhe ti harroj ato, sepse është e pamundur ti kuptosh”, u shpreh një nga pronarët.

Stakeholders deklaruan se për bizneset e vogla në Shqipëri ekzistojnë një sërë barrierash. Më tepër u vu theksi në numrin e madh të ligjeve dhe rregullave për tu respektuar.

2. *Ndikimi i barrierave shpesh është i lidhur me objektivat e rritjes që kanë vendosur pronarët/menaxherët.*

Më tepër se gjysma e pronarëve/menaxherëve raportuan se në një farë mënyre barrierat ndërhyjnë ose ndikojnë në qëllimet e rritjes ose në zhvillimin e biznesit të tyre. Me qëllime nga biznesmenët nënkuptoheshin objektivat e rritjes, të cilat ata aspironin t’i arrinin, të tilla si zgjerimi i linjës së produktit, rritja e numrit të punonjësve, rritja e prodhimit dhe shpërndarjes ose hapja e më tepër dyqaneve.

Tabela 5.5. *Shembuj të barrierave që janë diskutuar në lidhje me qëllimet e rritjes*

Barrierat	Opinione të pronarëve/menaxherëve
<u>Probleme financiare:</u> Mungesa e kapitalit të punës	<i>“ Ne kemi një problem me njerëzit sepse ne duhet të punësojmë më tepër njerëz për të realizuar produktet, apo logjistikën, por kemi problem paratë sepse ata duhen paguar.”</i>
Kërkesat për kolateral	<i>“[...] Këtë verë ne planifikuam të blejmë makineri që kushtonin 50,000\$, të cilat ishin shumë të shtrenjta, por rrisnin rendimentin. Barriera kryesore nga banka ishte nevoja për kolateral, gjë që ne nuk e plotësonim dot.”</i>
<u>Probleme të brendshme</u> Kondita jo të kënaqshme për punën	<i>“Ne kemi një problem sepse nuk kemi ambiente të përshtatshme, zyra apo fabrika prodhimi me sipërfaqe të mjaftueshme. Kjo e bën të pakënaqshëm vendin e punës dhe si rezultat jo atraktiv për punonjësit e kualifikuar.”</i>
<u>Problemet rregullatore</u> Pasiguri e mjedisit	<i>“Ne shpresojmë për më të mirën, por jemi të përgatitur dhe për më të keqen. Ne natyrisht përgatisim plane zhvillimi, por jo për</i>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

rregullator	<i>më tepër se gjashtë muaj. Askush nuk e di çfarë do të ndodhë pas dy vjetësh në Shqipëri. Veçanërisht kur bëhet fjalë për sistemin e legjislacionit dhe sistemin e taksave.”</i>
<u>Probleme lidhur me tregun</u>	<i>“[...] situata ekonomike është e paqëndrueshme. Unë jam i sigurt për çfarë do të ndodhë në 6 muaj. Por më tej unë nuk di.”</i>
Pasiguri ekonomike	

Në disa raste ishte e paqartë se si barrierat e identifikuara nga pronarët/menaxherët influencenin në qëllimet e tyre për tu rritur apo për mos u rritur, megjithatë pak pronarë/menaxherë mendonin se barrierat i pengonin ato për të hartuar objektiva të rritjes dhe në disa raste ato pranonin se nuk kishin hartuar objektiva afat-gjata ose afat-mesme për shkak të pasigurisë ekonomike ose ligjore.

5.5.6 Ndikimi i barrierave mund të jetë i thjeshtë dhe i drejtpërdrejtë ose i ndërthurur

Në disa raste, barrierat e deklaruara nga pronarët/menaxherët ishin të shprehura qartë dhe në mënyrë të drejtpërdrejtë, duke përfshirë shumë pak detaje. Për shembull, Eltoni, pronar/menaxher i një biznesi të vogël të përpunimit të produkteve bujqësore, deklaroi se kur ai nisi biznesin nuk mori kredi sepse normat e interesit ishin shumë të larta dhe periudha e pagesës shumë e shkurtër – d.m.th, duhej paguar një këst prej 20.000 \$ brenda vitit. Një tjetër, pjesëmarrës në studim, pronari i një firme mobilieash thotë se ai dhe partnerët e tij kanë aplikuar disa herë për kredi, por asnjëherë nuk kanë mundur të përfitojnë, sepse nuk i plotësonin kushtet.

Në disa raste të tjera pjesëmarrësit në studim jepnin shpjegime më të hollësishme lidhur me faktorët që i konsideronin si pengues për rritjen. Në të tilla raste të intervistuarit i shpjegonin hollësisht barrierat dhe efektet që ato kishin në sjelljen ndaj rritjes dhe zhvillimit të biznesit të tyre, dhe pohonin ndërthurjen e këtyre faktorëve. Një shembull për tu përmendur është ai i ofruar nga një pronarë e një kompanie tekstile (trikotazhe) e cila besonte se gjatë periudhës së tranzicionit ky sektor do të lulëzonte. Përkundrazi, në Shqipëri është e vështirë të gesh lëndë të parë cilësore. Gjatë periudhës para viteve 90-të ky sektor ka qenë shumë i zhvilluar, sepse ekzistonin fabrikat e prodhimit të pambukut. Tashmë ajo është e detyruar ti importojë lëndët e para nga Turqia. Nëse dëshiron të blesh materiale cilësore dhe të respektosh ligjet dhe taksat doganore, e ke shumë të vështirë të mbijetosh. Pronarja e këtij biznesi deklaroi:

“Unë blej në sasi të vogla, dhe kjo e bën të pamundur furnizimin në rrugë normale. Unë shkoj tre herë në muaj në Stamboll, për të marrë lëndën e parë. Kjo sepse bëhet fjalë për sasi të vogla. Unë kam nevojë për 100 kg furniturë në muaj, ndërkohë që firmat në Turqi mund të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

furnizojnë vetëm sasira prej 500 kg. për çdo ngjyrë. Kjo bën që ne të kufizohemi në ngjyra dhe në shumicën e rasteve të marrim vetëm produktet stoqe. Pra ne përpiqemi t'ja përshtatim sjelljen tonë kufizimeve në furnizim me lëndë të parë, dhe këto sjellje dhe kufizime kushtëzojnë mundësitë tona për rritje.”

5.5.7 Përmbledhje dhe diskutime

Ky studim fillimisht kishte për qëllim të eksploronte efektet që ka mjedisi i jashtëm në objektivat strategjike të firmave të vogla në Shqipëri. Në stadet e para të mbledhjes së të dhënave, që në përshkrimin e eksperiencave të tyre, pjesëmarrësit në studim filluan të flisnin për sfida, vështirësi dhe probleme me të cilat ato ndesheshin në drejtimin e biznesit të tyre dhe në planifikimin e të ardhmes. Për këtë arsye, fokusi i studimit gradualisht filloi të zhvendosej drejt njohjes më mirë të këtyre sfidave, vështirësive dhe problemeve si dhe ndërveprimit të faktorëve në rritjen dhe zhvillimin e biznesit.

U zbulua se shumë nga barrierat e identifikuar në studimin e bërë për Shqipërinë, kishin lidhje me barrierat e identifikuar dhe diskutuara në rishikimin e literaturës në kapitullin 2 – *barrierat financiare* (p.sh. normat e larta të interesit, kërkesat për kolateral), *barrierat e lidhura me aftësitë* (p.sh. mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar), *barrierat institucionale* (p.sh. shumë burokraci, ndryshimi i legjislacionit) dhe *barrierat e tregut* (pasiguria ekonomike).

Gjatë studimit të barrierave ne kemi arritur në tre konkluzione. *Së pari*, barrierat përdoren nga pronarët/menaxherët për të shpjeguar kushtet në të cilat zhvillohet biznesi në përgjithësi, dhe njëkohësisht për të shprehur eksperiencat e tyre unike në këtë proces. Barrierat u përdorën gjithashtu nga pronarët/menaxherët për të interpretuar shkallën e mbështetjes së biznesit të vogël nga mjedisi në të cilin ata operojnë. Mjedisi rregullator në Shqipëri është perceptuar si jo mbështetës për nevojat e bizneseve të vogla, gjë që ka impakt negativ në burimet financiare të këtyre bizneseve. Këto konkluzione duket se përputhen me literaturën e tranzicionit të trajtuar në kapitullin e dytë. North (1990), shprehet se në ekonomitë në tranzicion institucionet janë shumë të dobëta. U gjet, gjithashtu, që barrierat mund të influencojnë në qëllimet e rritjes të pronarëve/menaxherëve. Për shembull kishte pohime, megjithëse të kufizuara, se barrierat e perceptuara i ndalonin pronarët/menaxherët të mendonin rreth rritjes ose i pengonin ata të zbatonin strategjitë e rritjes.

Gjetjet gjithashtu zbulojnë se barrierat e rritjes të perceptuara nga menaxherët/pronarët ndikojnë në qëllimet e tyre të rritjes. Nga deklaratimet e të intervistuarve konkludojmë se këta faktorë i pengonin menaxherët të mendonin rreth zhvillimit apo rritjes së firmës së tyre.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Së fundmi, gjetjet zbulojnë se përshkrimet e barrierave nuk mund të jenë të thjeshta dhe të drejtpërdrejta siç shpesh herë përshkruhet në literaturë. Një përshkrim më i hollësishëm i barrierave nga pronarët/menaxherët, na jep mundësi të konkludojmë se si barrierat influencojnë sjelljen, dhe konkretisht si ato ndikojnë në rritjen e biznesit. Megjithatë, nuk mund të pretendojmë se në punimin tonë kemi bërë një studim të plotë të çështjeve të mësipërme.

Pra, ka akoma mundësi dhe hapësira për të studiuar rritjen e biznesit të vogël. Për më tepër, ne kemi shumë për të mësuar rreth barrierave, duke ekzaminuar relacionet midis barrierave, qëllimeve dhe sjelljeve.

5.6 Konkluzione të kapitullit

Ky kapitull bëri një përmbledhje të përpjekjeve që janë bërë në këtë studim të mësimave të nxjerra dhe pyetjeve që lindin. Qëllimi ishte të reflektonim në procesin e kërkimit dhe mësimet që duhet na ndihmonin për studimin.

Tre fusha mbi të cilat duhet të reflektonim në procesin e kërkimit ishin strategjia për zgjedhjen e mostrës, procedimi metodologjik dhe metoda e mbledhjes së të dhënave. Në çdo rast u nxorën mësimet për të realizuar studimin bazë (nr 3).

Meqenëse dy studimet e para ishin eksploruese dhe synonin të siguronin informacionin bazë për studimin e tretë, strategjia e zgjedhjes së mostrës u bazua kryesisht në referimet. Gjatë kësaj periudhe u njohëm me pronarët/menaxherët, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose jo të drejtpërdrejtë.

Përsa i përket procedimit metodologjik, për shkak të dyshimit se pronarët/menaxherët do të ndikoheshin nga anketuesi apo tema e studimit, u aplikua kërkimi reflektiv. Procesi i reflektimit i referohet “vetëdijes se si hulumtuesi i jep formë kërkimit (Alvesson dhe Sköldberg, 2000). Në rastin konkret kjo i referohet statusit të studiueses si punonjëse e Ministrisë së Financave, relativisht e re në moshë, femër dhe që mund të kushtëzojë përgjigjet e të intervistuarve. Ky reflektim duhet të pasqyrohet në studimin kryesor. Gjithashtu, gjetjet nga dy studimet e para sugjerojnë që duke analizuar eksperiencat personale të pronarëve/menaxherëve të bizneseve të vogla, mund të mësojmë më tepër për barrierat.

Për sa i përket metodës për mbledhjen e të dhënave, intervistat “tête à tête” rezultuan të ishin mënyra më e mirë për të mësuar më tepër rreth eksperiencës së pronarëve/menaxherëve.

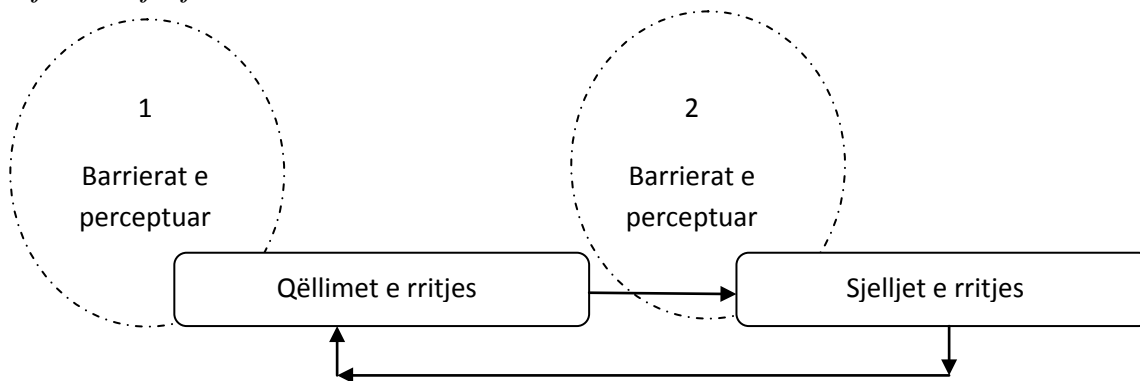
Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Megjithatë, për shkak se fokusi i këtij studimi ishte i gjerë, dhe si pasojë intervistat ishin të pastrukturuara, të dhënat e intervistimit ishin vështirë të organizoheshin. Prandaj, në studimin e ardhshëm, duhet të imponohet më shumë strukturë, pyetjet dhe qëllimi i kërkimit të jenë më të qarta. Ishte gjithashtu e dukshme nga disa intervista që barrierat e perceptuara nga pjesëmarrësit nuk janë përshkruar gjithmonë në detaje. Për të arritur këtë, mund të jetë e nevojshme tu kërkohet pjesëmarrësve për të shpjeguar se çfarë nënkuptojnë me barrierat e caktuara, për të dhënë shembuj, dhe për të përshkruar marrëdhëniet e tyre me rritjen dhe zhvillimin e biznesit. Gjithashtu është e rëndësishme që në këtë studim, të veçohen barrierat e perceptuara për biznesin në përgjithësi, dhe barrierat që rezultojnë nga përvojat specifike të pronarëve/menaxherëve. Në studimin e ardhshëm theksi duhet të zhvendoset në favor të këtij të fundit.

5.7 Identifikimi i fokusit të studimit kryesor

Një nga gjetjet kryesore të dy studimeve të para ishte se barrierat e raportuara nga pronarët/menaxherët në shumicën e rasteve lidhen me qëllimet e rritjes; megjithatë efektet e barrierave në qëllimet dhe sjelljet e rritjes të pronarëve/menaxherëve nuk ishin gjithmonë të qarta. Në studimin kryesor këto gjetje do të analizohen më tej. Në veçanti, një nga qëllimet e studimit të tretë (kryesor) është të eksplorohehen dhe ekzaminohen si, ose mënyrat në të cilën, barrierat e perceptuara mund të influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes të pronarëve menaxherëve. Prandaj, fokusi i kërkimit do të jetë më tepër në sjelljen ndaj rritjes, se sa në sjelljen e pronarëve për hapjen e biznesit. Kapitulli pasardhës eksploron në detaje literaturën mbi qëllimet e rritjes dhe do të adaptojë një model i cili shërben si një kuadër fillestar për eksplorimin në mënyrë empirike të relacioneve të mundshme midis barrierave dhe qëllimeve të rritjes.

Modeli i marrëdhënieve të mundshme ndërmjet barrierave të perceptuara, qëllimeve të rritjes dhe sjelljeve.



KAPITULLI VI

Studimi kryesor (studimi nr 3)

6.1 Hyrje

Në kapitullin e pestë, kërkimi u zhvillua më tej kur gjetjet nga studimi i parë evidentuan barrierat më të shpeshta të ndeshura nga pronarët/menaxherët dhe në studimin e dytë empirik zbuluam se pronari/menaxheri i biznesit të vogël në Shqipëri ndonjëherë i lidhte pengesat me disa qëllime specifike të rritjes.

Ky kapitull përshkruan procedurën dhe metodat e kërkimit të përdorura në studimin empirik kryesor të punimit, qëllimin kryesor të kërkimit dhe njohjen e barrierave të rritjes. Më tej bëhet një detajim i grupit të bizneseve të marra në studim. Kapitulli përmbyllet me vlerësimin e metodave të përdorura, nga pikëpamja e besueshmërisë dhe vlefshmërisë.

6.2 Qëllimet e kërkimit

6.2.1 *Qëllimet e kërkimit dhe evoluimi i tyre gjatë fazës së kërkimit*

Për të njohur më mirë barrierat e rritjes së biznesit të vogël, vendosëm dy nënqëllime:

- i) Të analizojmë barrierat e rritjes nga këndvështrimi i pronarëve/menaxherëve duke vënë theksin në kuptimin dhe kontekstin në të cilin ato perceptohen;
- ii) Të eksplorojmë dhe ekzaminojmë si, ose mënyrën se si barrierat e perceptuara mund të influencojnë në qëllimet e rritjes së pronarëve/menaxherëve.

Në tabelën nr 6.1 renditen një seri ngjarjesh që demonstrojnë se si qëllimet e kërkimit kanë evoluuar. Në mënyrë specifike aty përshkruhet se si u formuluan qëllimet dhe pastaj u përfshinë në kërkim. Nga tabela rezulton se procesi ishte i thjeshtë dhe linear. Por në fakt nuk ishte kështu.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Tabela 6.1: Formulimi dhe aplikimi i qëllimeve të kërkimit

<p style="text-align: center;">(1) Identifikimi i fenomenit të kërkimit (Kapitujt 2, 3, 4)</p> <p>Kërkimi i parë i bërë në Shqipëri dhe në ekonomitë në tranzicion na çoi në konkluzionin se kushtet e sipërmarrjes dhe zhvillimit të bizneseve të vogla në Shqipëri janë në përgjithësi të varfra, pavarësisht disa zhvillimeve pozitive. Dy studimet e para (Shkurt-Prill 2013) zbuluan se barrierat, si ato të mjedisit të jashtëm ashtu edhe ato që kishin të bënin me eksperiencën e pronarëve/menaxherëve ishin prezente dhe ndikonin në rritjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël.</p> <p>Studime të mëparshme në këtë fushë kishin konkluduar se një arsye pse bizneset e vogla nuk rriten ishte për shkak të ekzistencës së disa barrierave.</p> <p>Mbështetur në literaturën, barrierat u klasifikuan në katër grupe: barriera financiare, barriera të tregut, barriera institucionale dhe barriera të aftësive.</p>
<p style="text-align: center;">(2) Analiza e kërkimeve mbi barrierat dhe identifikimi i gap-ve në literaturë (Kapitulli 2)</p> <p>Nga rishikimi i literaturës rezultoi se kërkimet e mëparshme në barrierat për rritjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël në ekonomitë e zhvilluara dhe në ekonomitë në tranzicion janë përqendruar kryesisht në identifikimin e ndikimit që ato kanë në rritjen e bizneseve të vogla.</p> <p>Në këto kërkime nuk shpjegohej se si perceptohej që këto barriera ndikojnë në rritjen, nëse vërtet ndikojnë. Nga ana tjetër ishte injoruar konteksti në të cilin vepronin këto barriera. Në studimin e Rachel Doern (2011), kemi një plotësim të këtij boshllëku të literaturës. Kërkimin tonë e mbështetëm në modelin konceptual të propozuar nga Doern (2011).</p>
<p style="text-align: center;">(3) Sqarimi i qëllimit dhe fokusit të kërkimit (Kapitulli 5, 6)</p> <p>Nga studimi i parë dhe i dytë, u identifikuan tri gjetje lidhur me barrierat: 1) barrierat përdoren nga pronarët/menaxherët për të shprehur konditat e zhvillimit të biznesit në përgjithësi, dhe eksperiencat e tyre në veçanti; 2) barrierat shpesh lidhen me qëllimet specifike të rritjes; 3) barrierat mund të jenë të thjeshta dhe të drejtpërdrejta ose të ndërthurura.</p>

(4)

Analiza e qëllimeve të kërkimit, identifikimi i gap-ve në literaturë, dhe krijimi i modelit të kërkimit

(Kapitulli 6)

Relacionet midis barrierave, dhe qëllimeve të rritjes nuk janë shumë të hulumtuara. Duke u mbështetur në literaturën e sipërmarrjes dhe atë të psikologjisë, dhe në të njëjtën kohë në gjetjet e dy studimeve të para, u adaptua një model që do të shërbente si një kornizë fillestare për identifikimin e relacioneve midis barrierave dhe qëllimeve të rritjes. Modeli u përdor si një guidë për mbledhjen dhe analizën e të dhënave në studimin empirik bazë.

(5)

Adresimi i qëllimeve kërkimore

(Kapitulli 6 dhe 7)

Qëllimi i studimit kryesor, studimit të tretë (Tiranë, Mars-Qershor 2014), ishte për t'i shërbyer objektivave kryesore: 1) Të ekzaminojë barrierat e biznesit të vogël nga perspektiva e pronarëve/menaxherëve, duke vënë theksin në njohjen e barrierave dhe kontekstin në të cilin ato perceptohen; 2) Të eksplorojë dhe ekzaminojë si, ose mënyrën në të cilën, barrierat e perceptuara mund të influencojnë në qëllimet dhe sjelljen ndaj rritjes të pronarëve/menaxherëve. Për këtë qëllim janë mbledhur të dhëna cilësore nëpërmjet intervistave me 22 pronarë/menaxherë. Më tej, të dhënat janë analizuar duke përdorur analiza të interpretimit të fenomenit si dhe analiza matricore.

6.2.2 Adresimi i qëllimeve të kërkimit: adoptimi i procedurës metodologjike

Në këtë seksion diskutohen katër paradigma kryesore. Këtu sqarohet pse ka qenë i nevojshëm përdorimi i analizës interpretative, ku i ka rrënjët kjo teori, cilat janë disa studime të tjera në fushën e sipërmarrjes që e kanë përdorur këtë teori, dhe lidhja e tyre me studimin tonë.

Së fundi këtu theksohen karakteristikat e studimeve cilësore dhe përdorimi i tyre në studimin tonë.

Paradigmat e kërkimit

Në këtë seksion krahasohen paradigmat e kërkimit nëpërmjet katër kriterëve: së pari, qëllimet e përgjithshme të kërkimit; së dyti, lloji i informacionit të gjeneruar nga kërkimi; së treti, teoritë mbi të cilat mbështetet kërkimi dhe së katërti, roli i kërkuesit. Qëllimi i këtij kërkimi

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

është të zbulojmë se çfarë ne njohim rreth barrierave të rritjes së biznesit të vogël, çfarë duhet të mësojmë rreth këtij fenomeni dhe për të përcaktuar se si do të trajtohen në këtë studim qëllimet e hulumtimit.

Siç aludohet në kapitullin e dytë, megjithëse dy kërkimet e para mbështeten në një këndvështrim pozitivist, që përfshin parashikimin dhe pastaj përgjithësimin, u argumentua se kapacitetet parashikuese të këtij kërkimi ishin të dobëta dhe kërkimi nuk shpjegon si dhe pse barrierat ndikojnë në rritje. Për më tepër, ky këndvështrim nuk është i përshtatshëm për qëllimin e këtij studimi, i cili fokuson njohjen dhe jo parashikimin.

Gjithashtu, edhe teoria kritike, nuk i shërben qëllimit kryesor të këtij studimi. “Qëllimi i teorive kritike është *kritika dhe transformimi* – kritika dhe transformimi i strukturave sociale, politike, kulturore, ekonomike, etnike dhe gjinore që kufizojnë dhe shfrytëzojnë njerëzimin, duke u angazhuar në konfrontim, madje konflikt. Informacionet e gjeneruara në këtë lloj kërkimi përfaqësojnë sugjerime informuese. Në kontrast me paradigmat e mëparshme, studiuesi këtu ka rolin e një “intelektuali transformues” (Guba dhe Lincoln, 1998).

Kërkimi ynë pozicionohet midis teorisë konstruktive dhe asaj interpretuese (Denzin dhe Lincoln, 1998). Qëllimi i kërkimit, sipas kësaj paradigme është *njohja* – “njohja dhe rikonstruktimi i njohurive që njerëzit (përfshirë kërkuesin) fillimisht i pranojnë me konsensus por që njëkohësisht janë të hapur ndaj interpretimeve të reja si rezultat i përmirësimit të informacionit” (Guba dhe Lincoln, 1998: 211). Paradigma konstruktive – interpretuese përfaqon një ontologji relativiste dhe një epistemologji subjektiviste (Schwandt, 1998).

Në termat e epistemologjisë, teoria interpretuese pretendon se njohuria dhe e vërteta janë krijuar duke interpretuar në mënyrë objektive eksperiencat subjektive, ndërsa teoria konstruktive mbështetet në natyrën subjektive të eksperiencave. Dilthey (1937) sqaron se si në rastin e parë, objektiviteti ka lidhje me njohjen: “vetëm jeta e interpretuar në mënyrë objektive- shprehjet dhe efekti i tyre në të tjerët i japin njeriut informacion mbi vetveten; dhe kështu ai njeh veten në mënyrë të tërthortë” – që nënkupton njohjen (fq. 85). Përpjekje të ngjashme për shpjegimin e këtij paradoksi midis eksperiencës subjektive dhe objektivitetit janë bërë nga Schwandt (2000) i cili deklaron: “Interpretivistët deklarojnë që është e mundur të njihet kuptimi subjektiv i veprimeve (duke u mbështetur në besimet, apo dëshirat e aktorëve) në një mënyrë objektive” (fq 193). Schwandt vazhdon: “Interpretivizmi ka qëllim të rindërtojë njohjet personale të aktorëve të angazhuar në disa veprime të veçanta”. (fq. 193). Për konstruktivistët, njohuria dhe besimi nuk ekzistojnë në mënyrë të pavarur nga aktiviteti mendor dhe gjuha simbolike, dhe janë “krijuar, jo zbuluar nga mendja” (Schwandt, 1998: 236).

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Së fundi, informacionet që gjenerohen nga paradigma interpretiviste – konstruktiviste interpretohen nga kërkuesi në bazë të konstruktiveve të bëra nga njerëzit e tjerë (Geertz, 1973). Roli i kërkuesit në këtë procedim është ai i një ‘pjesëmarrësi të apasionuar’, që nënkupton që backgroundi dhe perspektiva e kërkuesit mund të formojnë fenomenin e tij të njohjes (Guba dhe Lincoln, 1998).

Paradigma: Interpretivizmi, fenomenologjia dhe kërkimi cilësor në studimet për biznesin e vogël

Interpretivizmi i ka rrënjët në fenomenologjinë. Përveç kësaj, pranohet se fenomenologjia ka qenë pjesë e traditës interpretiviste (Holstein dhe Gubrium, 1994). Vitet e fundit, një numër studiuesish të fushës së biznesit të vogël dhe sipërmarrjes kanë ndërmarrë procedimin fenomenologjik për të njohur eksperiencat e sipërmarrësve, p.sh. përsa i përket riskut sipërmarrës (Berglund dhe Hellström, 2002; Berglund, 2005). Këto studime fokusohen në sipërmarrësin dhe si ai e percepton fenomenin. Në të gjitha rastet janë studiuar një grup i vogël sipërmarrësish, dhe të dhënat cilësore janë bazuar në deklaratimet e sipërmarrësve. Një studim i bërë nga Berglund dhe Hellström (2002) përshkruan shkurtimisht si janë përdorur në këtë studim idetë interpretiviste dhe si ato mund të përdoren në studime të tjera mbi biznesin e vogël.

Përgjithësisht, kërkuesit kanë zgjedhur ata sipërmarrës që mund të përshkruajnë me detaje fenomenin e marrë në shqyrtim – p.sh., riskun sipërmarrës në rastin e inovacioneve teknologjike. Për të studiuar eksperiencat e këtyre sipërmarrësve janë përdorur intervista gjysmë të strukturuar ose të pastrukturuar. Më tej bëhej interpretimi, i cili ndihmonte në njohjen përmes rikonstruktimit të asaj që të intervistuarit kishin ‘konstruktuar’.

Sipas Cope (2005): “Studimet fenomenologjike janë cilësore për nga natyra” (fq. 165). Ka disa arsye për këtë, që shfaqen në faza të ndryshme të procesit të hulumtimit. Të dhënat cilësore tentojnë të fokusohen në ‘eksperiencat jetësore’ të individëve, duke i shprehur dhe analizuar këto eksperiencë nëpërmjet fjalëve të tyre (Miles dhe Huberman, 1994; Patton, 2002).

Vlen të theksojmë se studiuesit e sipërmarrjes dhe biznesit të vogël në shumicën e rasteve kanë përdorur metodat cilësore në punët e tyre, duke u fokusuar në eksperiencat e individëve (p.sh., Neergaard dhe Ulhøi, 2007, Rae, 2000; Anderson dhe Jack, 2002; Newby, Watson dhe Woodliff, 2003). Studimi ynë mbështetet në këto lloje studimesh.

Paradigma: Një procedim interpretativ i barrierave të rritjes së biznesit të vogël

Procedimi interpretativ i studimit tonë shërben për të na ndihmuar në njohjen e barrierave të perceptuara të rritjes së biznesit të vogël, në disa mënyra. Së pari, në dy studimet e para (kap.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

5), barrierat e perceptuara të rritjes ekzistojnë pavarësisht subjekteve – d.m.th., pronarëve/menaxherëve. Duke ndërmarrë një procedim interpretativ, do të jemi në gjendje të analizojmë si pronarët/menaxherët i japin kuptim barrierave, si ata i perceptojnë, si ndjehen dhe si e përjetojnë fenomenin (Patton, 2002). *Së dyti*, dy studimet e para mbi barrierat e rritjes kishin qëllim të identifikonin barrierat dhe të parashikonin cilat barrierat ndikojnë në rritjen aktuale të biznesit të vogël në Shqipëri. Kufizimet e këtyre studimeve janë përmendur në kapitullin e pestë. Qëndrimi interpretativ e vendos theksin nga parashikimi në njohjen. *Së treti*, studimi aktual ka qëllim të analizojë vetëm ata pronarë/menaxherë me eksperiencë në rritjen e biznesit të tyre duke u fokusuar kështu në një numër të kufizuar biznesesh. *Së katërti*, ndërsa dy studimet e para (kap. 5) fokusohen në vrojtime sasiore dhe në frekuencën me të cilën disa barrierat perceptohen si të rëndësishme, studimi i tretë analizon intervista gjysmë të strukturuar duke ofruar informacione të pasura për të ilustruar fenomenin. *Së pesti*, në këtë kapitull synojmë të analizojmë lidhjen midis barrierave të perceptuara të rritjes dhe qëllimeve/synimeve të pronarëve/menaxherëve. *Së fundi*, në këtë kapitull synohet të interpretohen në thellësi përgjigjet duke i plotësuar ato me biografite personale dhe mjedisin social brenda të cilit ato operojnë” (Denzin, 2002). Përveç të tjerave, kjo merr në konsideratë mjedisin unik të tranzicionit në Shqipëri.

Ne seksionet e mëposhtme bëhet një përshkrim i analizës së studimit si dhe mënyra si janë vlerësuar metodat e përdorura.

6.3 Dizajnimi i studimit

Me qëllim realizimin e objektivave të kërkimit, duhej mbledhur informacioni mbi barrierat e rritjes nga pronarët/menaxherët shqiptarë.

6.3.1 Mostra e zgjedhur

Meqenëse fokusi i studimit ishte perceptimi i barrierave të rritjes së biznesit të vogël dhe jo i barrierave të krijimit të një biznesi, u konsiderua e rëndësishme të intervistoheshin ata pronarë/menaxherë që punonin për biznese të konsoliduara (jo thjesht start-ups), pronarë/menaxherë që kishin rritur bizneset e tyre apo që po përpiqeshin të rriteshin.

A. Specifikime të firmave:

1. Biznesi të ishte të paktën 2 vjeçar;
2. Biznesi të punësonte jo më pak se 5 punonjës dhe jo më shumë se 50;
3. Biznesi të ishte në pronësi të pavarur.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

B. Specifikime të individëve:

1. Pjesëmarrësit të ishin pronarë dhe menaxherë të biznesit;
2. Pjesëmarrësve ju bë e qartë se ishte tepër e rëndësishme të diskutohej direkt me pronarët/menaxherët e biznesit të cilët kishin eksperiencë në rritjen e biznesit ose planifikonin ta bënin këtë në të ardhmen.

Fillimisht, u përcaktuan 32 firma. Dhjetë u përjashtuan duke mundur një mostër prej 22 firmash. Firmat u përzgjodhën në një nga mënyrat e mëposhtme: 1) nga database i Drejtorisë së Tatimeve 2) INSTAT dhe 3) nëpërmjet referimeve (miq dhe shokë që punonin në banka).

Arsyet për kufizimin e mostrës vetëm në 22 biznese ishte sepse 1) disa biznese nuk kishin patur rritje në disa vite të fundit, ose 2) administratorët na treguan se nuk kishin qëllime rritje. Kishte raste të tjera 3) kur nuk kishim pozitivitetin e pronarëve/menaxherëve për të marrë pjesë në studim.

Të gjitha bizneset operonin në rajonin e Tiranës, të shpërndara në industri të ndryshme - p.sh. botime, restorante/bare, ndërtim, agro-industri, prodhim, etj. (small-scale production). Të gjitha ishin kryesisht firma prodhuese dhe disa prej tyre të orientuara nga shërbimi. Kjo me qëllim që të kishim një gamë të gjerë eksperiencash. Mosha e kompanive varioonte nga 2 në 15 vjet, me një moshë mesatare 9-10 vjet. Përsa i përket madhësisë së kompanisë, kjo varioonte nga 5 në 50 punonjës. Të gjitha kompanitë ishin kompani private në formën e shoqërive me përgjegjësi të kufizuar.

Mostra konsistonte në individë që ishin njëkohësisht pronarë dhe menaxherë të biznesit. Kërkesa për të qenë njëkohësisht pronarë dhe menaxherë u përcaktua për dy arsye: *Së pari* si pronarë biznesi këta individë kishin projekte për të ardhmen e firmës së tyre; *së dyti*, këta pronarë që njëkohësisht kishin përgjegjësi menaxheriale, do të ishin të aftë të diskutonin barrierat potenciale të rritjes. Ndër 22 individët e intervistuar, vetëm 5 ishin femra, që mbështetur në studimet e tjera empirike konsiderohet si një shpërndarje tipike midis femrave dhe meshkujve që pronësojnë biznese. Pjesëmarrësit varionin në moshën 25 deri 60 vjeç.

Në intervista shmangëm pyetjet që mund të konsideroheshin kompromentuese për ruajtjen e anonimitetit të pjesëmarrësve. Madhësia e firmës u përcaktua nga numri i punonjësve.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Tabela 6.2: Karakteristikat e pronarëve/menaxherëve dhe firmave të tyre

Pjesëmarrësit në intervistë, pronar/ menaxher	Pozicioni në kompani	Mosha	Produkti apo shërbimi i kompanisë	Industria	Numri i punonjësve	Mosha e kompanisë në vjet
Elida M1	Pronar/ Menaxher	55	Botime	Botime	49	15
Alba M2	Pronar/ Menaxher	42	Estetike	Kozmetikë	10	6
Mirjani M3	Pronar/ Menaxher	40	Allci	Ndërtim	35	11
Melsi M4	Pronar/ Menaxher	55	Pula	Ushqimore	35	14
Beni M5	Pronar	50	Këpucë	Tekstile	48	14
Gazi M6	Pronar/ menaxher	50	Produkte blegtorale	Agro - industri	42	12
Rolandi M7.	Pronar/ Menaxher	45	Bimë medicinale	Agro - industri	13	8
Edmondi M8	Pronar/ Menaxher	60	Bimë medicinale	Agro - industri	40	15
Gjergji M9	Pronar/ Menaxher	33	Bukë, ujë	Ushqimore	29	10
Iliri M10	Pronar/ Menaxher	50	Produkte ushqimore, biskota.	Ushqimore	25	12
Arjana M11	Pronar/ Menaxher	50	Fruta perime	Bujqësi	31	15
Avniu M12	Pronar/ Menaxher	47	Miell	Ushqimore	43	11
Skënderi M13	Pronar/ Menaxher	52	Ndërtime civile	Ndërtim	50	15

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Arqileja M14	Pronar/ Menaxher	42	Profile alumini	Pajisje shtëpiake	20	8
Musai M15	Pronar/ Menaxher	60	Vaj ulliri organik	Ushqimore	35	15
Tani M16	Pronar/ Menaxher	46	Hotel/ Restorant	Hoteliere	25	13
Rigersi M17	Pronar/ Menaxher	40	Prodhim vere	Ushqimore	22	11
Alma M18	Pronar/ Menaxher	50	Pajisje elektriciteti/ ndriçimi	Industria e pajisjeve shtëpiake	27	11
Lirika M19	Pronar/ Menaxher	48	Shitje elektro shtëpiake	Shitje me pakicë	15	13
Donika M20	Pronar/ Menaxher	52	Prodhim këpucësh fason	Këpucët	49	15
Endri M21	Pronar/ Menaxher	54	Ndërtim	Ndërtim	35	9
Genci M22	Pronar/ Menaxher	51	Veshje të brendshme	Veshmbathje	42	14

6.3.2 Zgjedhja e metodës për grumbullimin e të dhënave

Siç është përmendur më sipër, metodat sasiore, kryesisht intervistat e strukturuar, janë përdorur në të kaluarën për të identifikuar dhe ekzaminuar barrierat e rritjes së biznesit të vogël. Kufizimet e metodës sasiore janë diskutuar në kapitullin e dytë. Metodat sasiore presupozojnë standardizimin dhe uniformitetin (Grix, 2004) kundrejt kuptimit dhe eksperiencës. Për qëllime të këtij studimi, përzgjedhja e metodës u kufizua në të quajturat teknika cilësore si intervista, vrojtime dhe ditarë (Easterby-Smith, Thorpe dhe Lowe, 1991). Metodat cilësore përdoren kur qëllimi i studiuës është të kuptojë këndvështrimin dhe eksperiencën e të intervistuarit (Kvale, 1996; King, 2004a). Shkurtimeisht më poshtë shpjegohet secila metodë dhe përshtatja e saj me qëllimet e studimit.

Ditarët konsiderohen të përshtatshëm për studimin me qëllim investigimin e fenomeneve subjektive, duke përfshirë sjelljet apo ngjarjet historike (Symon, 2004: 98). Këto karakteristika të ditarëve plotësojnë dy kërkesa të rëndësishme të studimit tonë:

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

subjektivizmi dhe procesi. Kur bëhet fjalë për procesin, ditarët ndihmojnë në mënyrë të kufizuar dokumentimin e ndryshimeve në fenomenet për një periudhë relativisht të shkurtër kohe – p.sh. punësimi i punonjësve mund të kërkojë periudha më të gjata kohe. Për më tepër, ditarët kërkojnë një angazhim të madh të pjesëmarrësve. Në fakt na u duk e paarsyeshme të pretendonim që pronarët/menaxherët të mbanin vetë ditarë. Kjo do të komplikonte procesin dhe do ti bënte pjesëmarrësit skeptik ndaj studimit. Gjithashtu mbajtja e ditarëve do të konsiderohej si shpenzim kohe nga pjesëmarrësit, gjë që do ta bënte jo atraktive metodën e përdorur. Për arsyet e mësipërme, në studimin tonë nuk e pamë të arsyeshme të përdorim ditarët.

Intervistat mund të ofrojnë informacion të rëndësishëm në mënyrën se si njerëzit përshkruajnë problemet apo situatat (Easterby-Smith, Thorpe dhe Lowe, 1991). Intervistat cilësore janë të dobishme veçanërisht për faktin se ato zbulojnë kuptimin që i intervistuari i jep fenomenit si dhe perceptimi nga ana e tij e procesit (King, 2004a). Megjithatë intervistat kanë dy disavantazhe kryesore: përgjigjet jo shumë të besueshme dhe kohën që shpenzohet me çdo pjesëmarrës (Robson, 2002). Për studimin tonë, intervistat janë konsideruar teknika kryesore për mbledhjen e informacionit.

Meqenëse fokusi i studimit ishte njohja e perceptimeve të pronarëve/menaxherëve, u preferuan intervistat ‘një nga një’ ose ‘ballë për ballë’. Intervistat në grup u konsideruan të papërshtatshme sepse mund të kompromentonin konfidencialitetin e kërkimit.

Ishte e nevojshme të merrnim vendimin nëse do të përdornim intervista të strukturuar apo të pa strukturuar. Të dyja llojet e intervistave janë përdorur në studimet empirike (Deakins dhe Freel, 1998; Chetty, 1996). Intervistat e strukturuar u konsideruan si një teknikë që kufizonte pjesëmarrësit në diskutimin e problemeve që ata i konsideronin të rëndësishme. Megjithatë, intervistat e pa strukturuar janë të vështira për tu interpretuar (Easterby-Smith et al., 1991). Për arsyet e mësipërme, për të patur një fleksibilitet në interpretimin e fakteve, u përdorën intervistat gjysmë të strukturuar.

6.3.3 Procesi i intervistimit

Modeli i zhvilluar në kapitullin e tretë (Figura 3.3) u përdor për të hartuar skedulën e intervistave. Shumë nga pyetjet e strukturuar të intervistës u morën nga literatura (p.sh. Carter et al., 2000, 2006; Cliff, 1998), ndërkohë që idetë për pyetjet e pastrukturuar erdhën nga intervistat paraprake që u bënë me pronarët/menaxherët.

Intervistat u zhvilluan në periudhën Mars-Qershor 2014. Pyetjet fillestare ishin koha dhe vendi i krijimit të biznesit, duke vazhduar me llojin e aktivitetit, rolin e tyre në kompani dhe background-in (p.sh., edukimi dhe eksperiencia e punës). Pas këtyre pyetjeve prezantuese,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

pjesëmarrësve ju bënë tre pyetje të tjera standarde si më poshtë:

1. Cili është qëllimi juaj kryesor për biznesin?
 - a. Të rriteni në mënyrë agresive,
 - b. Të rriteni në mënyrë të moderuar,
 - c. Të qëndroni në të njëjtën madhësi apo,
 - d. Të zvogëloheni.
2. Si ju synoni të rrisni biznesin tuaj? D.m.th., çfarë planesh keni bërë për të arritur këtë synim?
 - a. Të zgjeroni linjën e produktit apo shërbimit,
 - b. Të hapni një fabrikë apo dyqan të ri,
 - c. Të tjera.
3. Ka diçka që pengon përpjekjet tuaja për të arritur qëllimin?
 - a. Aksesimi në kapital,
 - b. Burokracia,
 - c. Të tjera.

Qëllimi i pyetjeve standarde ishte të kuptonim nëse pronarët/menaxherët ishin të orientuar drejt rritjes.

Pyetja e parë kishte qëllim të zbulonte nëse pjesëmarrësit kishin qëllim rritjen në të kaluarën apo në të ardhmen. Pyetja e dytë synonte të identifikonte disa qëllime specifike të rritjes. Pyetja e tretë kishte qëllim të identifikonte çfarë i pengonte qëllimet e rritjes.

Guida e intervistimit (shih shtojca 1) u përdor me fleksibilitet. Gjatë intervistave, pyetjet që kanë lidhje me qëllimet e rritjes dhe barrierat për rritje, lindnin në mënyrë të natyrshme gjatë shpjegimit nga pjesëmarrësit të historisë së firmës. Në çdo rast pjesëmarrësit nxiteshin të përdornin shembuj ilustrues.

Zgjatja maksimale e një interviste ishte 2.5 orë dhe minimalja 30 minuta. Për shkak të faktit se të intervistuarit në shumicën e tyre nuk pranuan të regjistroheshin, u përdor mbajtja e shënimeve për çdo përgjigje.

Së fundi, u kryen disa intervista jo formale me tetë stakeholders të pesë organizatave. Pyetjet që ju drejtuan këtyre individëve përfshihen në shtojcën 2 - Stakeholders. Të dhënat e mbledhura nga këto intervista u përdorën vetëm për qëllime reflektimi. Domethënë,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

qëllimi i realizimit të këtyre intervistave ishte njohja me fenomenin dhe kontekstin për studimin e fenomenit.

6.3.4 Konfidencialiteti

Në fillim të intervistimit, pjesëmarrësit u informuan se çdo informacion që mund ti identifikonte ata, si emri i tyre apo emri i kompanive do të mbahej sekret. Duke patur parasysh se shumica e informacionit të kërkuar ishte tepër ‘i ndjeshëm’ (p.sh. mund të përfshijë aktivitete ilegale si evazioni fiskal), konfidencialiteti është konsideruar si tepër kritik, jo vetëm që të intervistuarit të ndjehen të lirshëm gjatë intervistave, por edhe për të ruajtur integritetin e rezultateve. Për të ruajtur anonimitetin e pjesëmarrësve, çdo individ ju vendos një pseudonim, ndërkohë që emrat e kompanive dhe vendndodhja e tyre nuk u përdorën.

Është me interes të theksojmë se gjatë intervistave, pjesëmarrësve ju bë e qartë se do të ruhej konfidencialiteti, ndërkohë që ata lanë të kuptohet se nuk kishin gjë për të fshehur. Kjo ndofta bëhej për të treguar se ata nuk zhvillonin aktivitete ilegale. Pronari i njërit nga bizneset tha se kishte ikur koha kur ata bënë dy bilance.

6.4 Analiza e të dhënave

6.4.1 Procedura e përdorur për analizën e të dhënave

Të dhënat e përftuara nga intervistat u analizuan në përputhje me udhëzimet për analiza template (King, 2004b; Crabtree dhe Miller, 1999), duke përfshirë edhe disa aspekte interpretative të analizave fenomenologjike (Smith, 1996). Analizat template janë përkufizuar nga King (2004b) si një “grup teknikash për organizimin dhe analizën e të dhënave” (fq. 256). Një template është një skemë kodesh në të cilën kodet renditen në mënyrë hierarkike duke përshkruar relacionet midis temave, duke filluar me temën më të gjerë, duke vazhduar me temën më specifike dhe më tej me nëntema. Ndërkohë, analizat zakonisht fillojnë me identifikimin e temës prioritare. Coffey dhe Atkinson (1996) pohojnë se “krijimi i relacioneve midis kodeve dhe koncepteve është një pikë nisje e rëndësishme për studimet që mbështeten në të dhëna cilësore” (p. 48). Template përfundimtar, në shumicën e rasteve, është produkt i një procesi të kthyeshëm i cili përfshin një rishikim të vazhdueshëm të asaj që është realizuar. Pra është një proces me disa stadi, kodimi dhe rikodimi, realizimi i lidhjeve dhe rishikimi i tyre dhe më tej prezantimi i rezultateve (Crabtree dhe Miller, 1999).

Analiza template u zgjodh si teknika analitike kryesore sepse ajo është fleksibël, jo vetëm përshkruese dhe iterative, gjë që i mundëson studiuesit të jetë sistematik dhe në të njëjtën

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

kohë reflektiv.

Analiza e të dhënave të përfuara nga intervistat në këtë studim, kaloi në tre stade.

Stadi i parë

Stadi i parë i analizës përfshin grumbullimin e të dhënave dhe aktivitete të tilla si realizimi i intervistave paraprake, mbledhja e informacionit, analiza dhe reflektimi (6.3.3, Procesi i intervistimit). Në këtë stad u mundësua identifikimi i temave kryesore që kanë lidhje me qëllimin e studimit. Për shembull, u konstatua se disa barrierat dukej se krijojnë vonesa për pronarët/menaxherët në realizimin e qëllimeve të tyre. Gjithashtu, disa barrierat përmendeshin më shpesh se të tjerat. Këtu mund të përmendim se jo të gjithë pjesëmarrësit në intervista mund të shpjegojnë si ose në çfarë mënyre, barrierat influencojnë qëllimet dhe sjelljet e tyre.

Stadi dytë

Stadi i dytë ka të bëjë me krijimin e kodimit. Kodimi kishte qëllim të përqendronte studimin rreth qëllimit kryesor të studimit, të mundësonte njohjen e barrierave për rritjen e biznesit të vogël, me fokus në nën-qëllimin e dytë, eksplorimin dhe ekzaminimin si, ose mënyrat si barrierat e perceptuara mund të influencojnë sjelljet dhe qëllimet e rritjes të pronarëve/menaxherëve.

Këtu duhet theksuar se megjithëse ka software për kodimin e të dhënave, ai u bë në mënyrë manuale për tre arsye. Së pari, sepse numri i intervistave ishte i tillë që lejonte përpunimin me dorë. Së dyti, qëllimi i intervistave ishte njohja rast pas rasti dhe përgjithësimi, gjë që kërkonte mbajtjen e shënimeve dhe reflektimin për çdo të dhënë të marrë nga intervistat. Së treti, kodimi manual mendohet se redukton riskun e keqinterpretimit të të dhënave (shkëputjes së informacioneve të veçanta nga konteksti i përgjithshëm).

Ky stad i analizës përbëhet nga dy pjesë, e para ka të bëjë me krijimin e template dhe formulimin e kodeve përshkruese, dhe e dyta me krijimin e temave interpretuese (të dyja këto pjesë paraqiten në Template të kodimit, (shih shtojca 4). Një template me kodet fillestare konsistonte në:

- Backgroundi i pjesëmarrësve,
- Qëllimet e rritjes,
- Llojet e barrierave,
- Pasojat e barrierave,
- Shpjegimet e barrierave nga pjesëmarrësit,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- Mënyrën si barrierat influencojnë sjelljet dhe qëllimet e pronarëve/menaxherëve,
- Përgjigjen ndaj barrierave,
- Qëndrimet apo sjelljen ndaj barrierave.

Procesi i kodimit u bë në disa stade. Së pari, pasi u krijuan kodet fillestare, çdo kod në template ju vendos një numër i cili përdorej për organizimin e të dhënave. Në shënimet e marra gjatë intervistave, u nënvizuan të gjitha fjalitë që i vendosej kodit (kodi shkruhej në këndin majtas të fletës). Ndonjëherë kodit shkruhej në të djathtë për të treguar se këtu kemi të bëjmë me temat kryesore, për të cilat duhej një analizë më e thelluar (Miles dhe Huberman, 1994).

Siç përmendëm më sipër, procesi i krijimit të template ishte një proces i gjatë, të cilit duhej ti ktheheshe disa herë. Kjo sepse gjatë kodimit të shënimeve, kode të reja duhet të përfshiheshin, gjë që bënte që të ktheheshe prapa dhe të bëje rikodimin. Për shembull, përveç kodeve të renditura më sipër, të tjera kode ishin vendosur dhe më vonë u fshinë. Në të njëjtën mënyrë u veprua edhe me përcaktimin e kodeve dytësore.

Një tjetër stad në procesin e kodimit ishte konsultimi me statisticienë të cilët kishin eksperiencë në përdorimin e kësaj teknike. Qëllimi ishte të përcaktohej se çfarë funksiononte dhe çfarë nuk funksiononte në template të krijuar, si dhe për të parë saktësinë e vendosjes së kodeve nga pikëpamja statistikore.

Së treti, sapo u krijua template dhe kodet primare dhe sekondare, të dhënat u sistemuan në një dokument të ri. Duke grupuar të dhënat së bashku, u identifikuan ngjashmëritë dhe diferencat midis grupeve. Për shembull, të dhënat që u klasifikuan në grupin e 'barrierave të buta' u ri klasifikuan më tej në barriera të shpeshta dhe barriera që përmendeshin më rrallë. (Procesi i identifikimit dhe përshkrimit të barrierave ilustron në paragrafin 'Analiza e të dhënave të intervistave – përshkrimet e barrierave').

Ndërsa disa kode mbetën vetëm përshkrues (p.sh. 'qëllimet e rritjes'), të tjerët ishin më interpretues. Në stadin e tretë u krijuan më tepër tema interpretuese. Procesi i krijimit të kodeve interpretuese vazhdon në stadin e katërt gjatë të cilit u krijuan kodet interpretative, 'mënyra në të cilën barrierat influencojnë sjelljet dhe qëllimet e rritjes'. Fillimisht, kodet primare përfshinin dy kode sekondare, kodet apriori (nga literatura, kapitulli 2, 3): 1) barrierat mund të pengojnë pronarët/menaxherët të mendojnë për rritjen, dhe 2) barrierat mund të pengojnë pronarët/menaxherët të realizojnë qëllimet e tyre të rritjes. Të tjera mënyra me të cilat barrierat influencojnë sjelljet dhe qëllimet e rritjes, të identifikuar nga informacionet e marra nga intervistat, përfshijnë:

- Fokusimi i vëmendjes në mbijetesën e firmës dhe jo në rritjen;

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- Formulimi i qëllimeve të rritjes;
- Ndryshimi i qëllimeve të rritjes;
- Alokimi i burimeve në aktivitete të tjera duke anashkaluar qëllimet e rritjes;
- Mungesa e burimeve për të investuar në aktivitetet e rritjes;
- Vonesa e aktiviteteve të orientuara nga rritja;
- Reduktimi i aktiviteteve për realizimin e rritjes;
- Hartimi i strategjive të rritjes.

Të gjitha këto kode u renditën në dokumente të veçantë. Duke përshkruar mënyrat në të cilat barrierat influencojnë sjelljet dhe qëllimet e rritjes në dokumente të veçantë, krijohej mundësia për të përfshirë informacione të tjera nga template; kjo na ndihmoi në reflektimin e eksperiencave individuale dhe krijimin e një pikturë të plotë (shih shtojcën 6, 'Zhvillimi i një rasti: Një shembull i krijimit të një Template të plotë'). Përmes këtij procesi, kodet u rishikuan dhe rregulluan përsëri. Për shembull, kodi (tema) që kishte të bënte me *mbijetesën dhe jo rritjen e firmës* ishte fillimisht i përfshirë në kodet primare (temën), *barrierat që i pengojnë pronarët/menaxherët të rriten*, ndërsa kodet (temat) *alokimi i burimeve në aktivitete të tjera duke anashkaluar qëllimet e rritjes dhe mungesa e burimeve për të investuar në aktivitetet e rritjes* u bashkuan në të njëjtën temë: barrierat mund të kufizojnë qëllimet e rritjes; të gjitha këto u konsideruan si nën-tema të një teme primare, *barrierat që formojnë qëllimet për rritje dhe jo rritje*. Eventualisht nga të dhënat e intervistave u krijuan dy tema të rëndësishme primare dhe gjashtë nën tema.²²:

A. Barrierat formojnë qëllimet për rritje dhe jo-rritje

- A.1 Barrierat i pengojnë pronarët/menaxherët të mendojnë për rritjen;
- A.2 Barrierat minojnë synimet për rritje;
- A.3 Barrierat krijojnë pasiguri për qëllimet e rritjes;
- A.4 Barrierat ofrojnë nxitje për rritjen.

B. Barrierat modelojnë realizimin e qëllimeve të rritjes

- B.1 Barrierat vendosin qëllimet e rritjes;
- B.2 Barrierat ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes.

²² Termit tema primare dhe nën tema nënkuptojnë një kalim nga temat deskriptive në interpretative dhe do të zëvendësojnë termit e përdorura për kodet deskriptive – d.m.th kodet primare dhe sekondare.

Më tepër detaje për procesin e përshkruar më sipër jepen në paragrafët pasardhës.

6.4.2 ‘Analizat Template’.

Së fundi, për reduktimin, analizën dhe interpretimin e të dhënave u përdorën metodat e matricave. Sipas Nadin dhe Cassell (2004), “matricat mund të përdoren në momente të caktuara të një projekti, në fillim të një projekti për të krijuar një pamje të përgjithshme ose gjatë stadeve të mëvonshme, për të realizuar analiza më të detajuara” (p. 272). Secila temë u vendos në matricë sipas kolonave dhe pjesëmarrësit në intervistë u renditën sipas rreshtave. Kjo pjesë e analizës i shërben dy qëllimeve: së pari, u siguroam se asnjë nga informacionet që kishte lidhje me temën nuk mungonte. Së dyti, ajo mundësoi krahasimin e temave brenda dhe midis shembujve individualë (Nadin dhe Cassell, 2004). Me përdorimin e kësaj teknike u bë e qartë, për shembull, se temat ‘*barrierat krijojnë pasiguri për qëllimet e rritjes*’ ishin të kufizuara dhe më të vështira për tu dalluar në krahasim me temat e tjera. Në fakt, vetëm disa shembuj u përdorën për të ilustruar temat në thellësi. Në të kundërt, shembujt e barrierave që ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes ishin më të lehta për tu identifikuar, dhe shembujt përshkrues mund të krijoheshin nga shënimet e marra gjatë intervistave; megjithatë, ilustrimet e detajuara të këtyre temave ishin të kufizuara sepse ishte e vështirë për pjesëmarrësit të shpreheshin në këtë drejtim. Disa ilustrime të procesit të përdorimit të matricës janë përfshirë në paragrafët pasardhës, seksioni 6.8.2 - ‘Analiza e matricës’. Së fundi duhet theksuar se kjo teknikë analitike ishte disi e vështirë të përdorej sepse një pjesë e të dhënave ndonjëherë ishin shumë të detajuara. Për këtë arsye, të dhënat duhej të shkurtoheshin dhe të vendoseshin në tabelë.

Stadi i tretë

Në stadin e tretë, filluan të shkruhen rezultatet e analizës. King (2004) identifikon tre procedura për paraqitjen e rezultateve (f. 268):

- 1) Një grup shembujsh individual, të pasuar nga analiza e diferencave dhe ngjashmërive midis shembujve.
- 2) Një identifikim i temave kryesore, dhe më tej analiza e shembujve që kanë lidhje me çdo temë.
- 3) Një prezantim tematik i gjetjeve, duke përdorur një studim të një shembulli të caktuar për të ilustruar secilën nga temat.

Në këtë studim u përdor procedura e tretë dhe pjesërisht ajo e dytë. U krijuan dokumenta të veçantë bazuar në temat, ndërkohë që ilustrime më të detajuara u morën nga shembujt individual. Një shembull i këtij procedimi është paraqitur në paragrafin 6.8.3- ‘Analiza e një rasti individual’. Duhet theksuar se prezantimi i rezultateve në paragrafët 6.7 dhe 6.8 nuk

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

mbulon të gjithë kodimin e Template. Megjithatë, diskutimi i rezultateve do të përqendrohet në dy drejtime kryesore, ‘llojet e barrierave’ dhe ‘mënyra në të cilën barrierat e perceptuara influencojnë sjelljet dhe qëllimet e rritjes’.

Procesi i të shkruarit shoqërohet njëkohësisht me një rishikim të temave dhe përshkrimit të tyre. King (2004) shpjegon se “të shkruarit nuk duhet të konsiderohet si një stad i shkëputur nga analiza dhe interpretimi, por si vazhdim i tyre” (f. 267). Ai thekson se një nga sfidat më të mëdha në përdorimin e këtyre teknikave është të vendosësh ku duhet të ndalosh me zhvillimin e template.

Tabela 6.3. Përmbledhje e aktiviteteve analitike gjatë procesit të kërkimit

Stadet e analizës	Përmbledhje e aktiviteteve	Qëllimi
1	Zhvillimi i intervistave paraprake	Për të krijuar një guidë për intervistat e mëvonshme dhe për të përcaktuar se si do ti përgjigjen pyetjeve dhe sa të kuptueshme janë ato për intervistuesit.
2	Zhvillimi i intervistave dhe reflektimi mbi shënimet e marra. Transkriptimi i intervistave	Të realizohej procesi i mbledhjes së informacionit dhe të reflektohej mbi informacionin e mbledhur.
3	Rileximi i transkripteve	Familjarizimi me informacionin
4	Krijimi i një template me kode	Organizimi i të dhënave
5	Klasifikimi i informacionit dhe krijimi i lidhjeve	Të kontrollohet nëse template është e vlefshme dhe për të krijuar relacionet midis të dhënave.
6	Shkrimi i studimit	Të shpjegohen rezultatet e arritura

6.5 Vlerësimi i cilësisë së interpretimit të të dhënave

Pasi u vendos për metodologjinë dhe metodat që do të përdoren në studim, është e rëndësishme të vlerësohet cilësia e interpretimit të të dhënave, dhe të ekzaminohet besueshmëria dhe vlefshmëria e rezultateve.

Përpara se të diskutojmë për besueshmërinë dhe vlefshmërinë e rezultateve, duhet theksuar se në këtë studim nuk synojmë të përgjithësojmë rezultatet ose ti transferojmë ato.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

6.5.1 Besueshmëria

Besueshmëria përkufizohet si “konsistenca e rezultateve të kërkimit” (Kvale, 1996: 235). Besueshmëria e këtij studimi dëshmohej në disa mënyra:

Së pari, intervistat u testuan paraprakisht. Testimi përfshinte intervistat pilot përpara periudhës së intervistimit me qëllim mbledhjen e informacionit. Intervistat pilot na njohën me probleme të mundshme që mund të ndesheshim gjatë intervistave (Bragason, 1997).

Së dyti, siç kemi përmendur më sipër, është e rëndësishme të reduktojmë keqkuptimet e shprehjeve të përdorura nga të intervistuarit, gjë që do të reduktonte ‘cilësinë e informacionit’. Kjo u arrit duke i dubluar pyetjet.

Së treti, të dhënat u koduan nga autori dhe u konsultuan me ekspertë të fushës.

Së katërti, për të minimizuar interpretimet e gabuara, të gjitha intervistat u shkruan në një bllok nga vetë autori dhe pastaj u rishkruan me kujdes.

6.5.2 Vlefshmëria

Hammersley (1990) e përkufizon vlefshmërinë si “shtrirja në të cilën rezultatet përfaqësojnë fenomenin social të cilit i referohen” (f. 57). Vlefshmëria e studimit tonë demonstron në dy mënyra:

Së pari, janë bërë përpjekje për të realizuar ‘vlefshmëri përshkruese’ të gjithë informacioneve që kanë dhënë të intervistuarit. Kjo përfshin kujdesin gjatë të shkruarit, dhe njëkohësisht, pasi merrej përgjigja ajo i përsëritej të intervistuarit për të mos patur keqkuptime.

Së dyti, vlefshmëria demonstron në përmirësimin e ‘vlefshmërisë së interpretimeve’. Kjo ka të bëjë me ‘çfarë subjektet, ngjarjet dhe sjelljet nënkuptojnë për njerëzit që përfshihen në to’ (Maxwell, 2002: 48). Në studim kjo u arrit duke dokumentuar stadi të ndryshme të procesit të kërkimit, dhe të analizës së të dhënave.

Për të testuar vlerën e rezultateve, duhet ti referohemi edhe dy kritereve të tjera: ‘sanksionimi’ dhe ‘kryqëzimi’ i informacionit me të intervistuarit.

Sanksionimi i të dhënave, nënkupton të njihen të intervistuarit me gjetjet e studimit dhe të studiohet reagimi i tyre (Silverman, 2001). Gjatë studimit, për arsye praktike, nuk kishim mundësi të përdornim sanksionimin e të dhënave. Kjo për arsye se ishte e pamundur ti takojë përsëri të gjithë të intervistuarit.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Kryqëzimi i referohet përdorimit të metodave mikse ose referimit të disa burimeve. Në këtë studim, përveç pronarëve/menaxherëve, janë intervistuar edhe disa stakeholders të tjerë, akademikë apo specialistë të fushës.

6.6. Rezultatet: Pjesa e parë

6.6.1 Hyrje

Rezultatet nga studimi kryesor janë organizuar në dy seksione të veçanta. Rezultatet që paraqiten në këtë paragraf janë përshkruese, të fokusuar në identifikimin dhe përshkrimin e llojit të barrierave që janë pranuar nga 22 pronarë/menaxherë gjatë intervistave gjysmë të strukturuar. Qëllimi i këtij paragrafi është i dyfishtë: së pari, ky paragraf pjesërisht ekzaminon nën qëllimin e parë të kërkimit: të analizojë barrierat për rritjen e bizneseve të vogla nga këndvështrimi i pronarëve/menaxherëve, duke vënë theksin në njohjen e barrierave dhe kontekstin në të cilin ato perceptohen. Së dyti, ai shërben si një stad paraprak për ekzaminimin e nën qëllimit të dytë të kërkimit (rezultatet e të cilit paraqiten në paragrafin 6.8): të eksplorohe dhe ekzaminohen si, ose mënyrat në të cilat barrierat e perceptuara mund të influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes së pronarëve/menaxherëve.

Në paragrafin 6.7 diskutohen rezultatet e kërkimit. Ky paragraf fillon me një përshkrim të shkurtër të çdo pronari/menaxheri të intervistuar në aspektin e edukimit të tyre, historisë së punës, fillimit të biznesit dhe qëllimeve të biznesit. Këto përshkrime synojnë të japin *kontekstin personal* për identifikimin e barrierave të rritjes, një element kyç i nën qëllimit të parë të kërkimit. Më tej, në një proces me dy stadi analizohen barrierat. Në stadin e parë, bëhet një përshkrim i shkurtër i 36 barrierave kryesore të deklaruara nga pronarët/menaxherët. Në stadin e dytë, një analizë më e detajuar bëhet për një numër barrierash të përmendura më shpesh nga pjesëmarrësit.

6.6.2 Pjesëmarrësit – Një përshkrim i shkurtër

Përshkrimet e pjesëmarrësve janë renditur në tabelën 6.4. Për emrat e pjesëmarrësve dhe bizneseve janë përdorur pseudonime. Të gjithë pjesëmarrësit dhe bizneset e tyre operojnë në Rajonin e Tiranës. Pesë nga pjesëmarrësit ishin femra. Të gjithë ishin pronarë dhe menaxherë të lartë të bizneseve të tyre. Të gjithë pjesëmarrësit raportonin që bizneset e tyre ishin rritur në të kaluarën dhe/ose kishin qëllim të rriteshin në të ardhmen. Së fundi, në kohën e intervistës, të gjitha bizneset ishin të pavarura.

Nga përshkrimet e pjesëmarrësve, mund të veçojmë 3 elementë të rëndësishëm. Së pari, pjesëmarrësit në studim, kishin një shumëllojshmëri profesionesh dhe eksperiencash pune. Të gjithë ishin me diplomë të arsimit të lartë. Më shumë se një e treta e pjesëmarrësve

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

kishin bërë trajnime në kurse afatshkurtra. Së dyti, disa pjesëmarrës ishin “sipërmarrës serialë” në kuptimin që e kishin nisur me një biznes në të kaluarën, por tani po zgjeroheshin në më shumë se një biznes. Së treti, të gjithë pjesëmarrësit janë pronarë/menaxherë të bizneseve shqiptare, të cilët synonin rritjen dhe zgjerimin në të ardhmen.

Tabela 6.4: Përshkrim i shkurtër i pjesëmarrësve në studim

Pjesëmarrësit	Përshkrimi
Elida M1	<p>Ajo ishte pedagoge kur e tërhequr nga iniciativa e bashkëshortit, vendosën ti hyjnë rrugës së vështirë të biznesit. Ideja që i ngacmonte vazhdimisht ishte: <i>Si të bëjmë edhe ne diçka ndryshe?</i> Ajo që pasoi ishte krijimi i një shtypshkronje. Shtypshkronja është themeluar në vitin 1999 me synime për prurje sa më cilësore në hapësirën e shtypshkrimeve, në përputhje me larminë, kërkesat dhe shijet e tregut.</p> <p>Që nga fillimi i veprimtarisë së saj, shtypshkronja u dallua nga konkurrentët e saj falë përkushtimit të plotë ndaj një misioni: ofrimi i një shtypi cilësor dhe në kohë, në përputhje me kërkesat e klientëve.</p> <p>Kompania ka intensifikuar aktivitetin e saj në botimin e librave shkollorë, duke filluar nga viti 2005, duke u bërë kështu një nga shtëpitë botuese kryesore në botimet shkollore në Shqipëri.</p>
Alba M2	<p>Alba ka një moshë rreth të 30-ve. Ajo ka mbaruar fakultetin e Administrimit Biznesit jashtë vendit. Fillimisht ajo se bashku me një shoqen e saj krijoi një sallon të vogël bukurie, me produkte BIO në vitin 2008. Më vonë ajo e kuptoi që bashkëpunimi nuk po funksiononte. Vendos të menaxhojë vetë biznesin e saj. Fillimi ishte i vështirë, sepse ishte një fushë jo shumë e njohur për të. Në vitin 2011 filloi të zgjerohej në ambiente të tjera dhe të rriste numrin e shërbimeve. Qëllimi ishte të rritej gradualisht në fushën e kozmetikës. Ajo filloi me 2 punonjës dhe tashmë punëson 10 punonjës. Alba deklaroi se që të jesh i suksesshëm në bizneset e vogla, duhet në të njëjtën kohë edhe njohuri profesionale dhe manaxheriale. Rritja ka qenë e vogël por konstante. Në të ardhmen Alba shpreson rritje më të madhe.</p>
Mirjami M3	<p>Mirjami është rreth 40 vjeç. Para se të bëhej pronar/menaxher, ai</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

	<p>punonte si inxhinier në një firmë ndërtimi. Në vitin 2003, ai themeloi një shoqëri me përgjegjësi të kufizuar, me zyra qendrore në Tiranë. Kompania prodhon allci që përdoret në sektorin e ndërtimit në Shqipëri. Pasi blihet guri gëlqeror bluhet dhe pakëtohet në thasë letre. Kohët e fundit kompania mori certifikatën ISO. Ajo punëson 35 punonjës dhe pret të ketë një rritje vjetore prej 15 përqind në pesë vitet e ardhshme. Gjatë kësaj periudhe ai ka patur disa eksperiencë, trajnimi dhe bashkëpunimi me kompani të huaja.</p>
Melsi M4	<p>Melsi 55 vjeç, është pronar/menaxher i një kompanie të rritjes dhe tregtimit të pulave. Ai ka background ekonomik dhe ka punuar në disa biznese të tjera. Biznesin e ka themeluar në vitin 2000. Pulat importohen nga Italia, Greqia dhe Turqia. Vitet e fundit ka bërë një investim financiar të konsiderueshëm me një kredi bankare. Synimi i Melsit është të rritet me 5 përqind në vit. Ka 35 punonjës.</p>
Beni M5	<p>Beni është 45 vjeç, me background matematicien. Kompania prodhon këpucë me kategori të ndryshme të destinuara për tregun italian. Kompania ka filluar aktivitetin e saj në vitin 2000. Pas një eksperiencë të gjatë, Beni vendosi të investojë për ta shndërruar kompaninë nga një aktivitet fason, në një kompani prodhuese. Kompania ka një klientelë të konsoliduar. Klientët janë shumë të kënaqur nga cilësia dhe sasia e ofruar. Kompania ka investuar vazhdimisht në teknologji dhe pajisje, në mënyrë që ti përshtatet kërkesave të tregut dhe standardeve evropiane. Qëllimi kryesor ka qenë prodhimi i produkteve “Made in Albania”. Kjo kompani ka 48 punonjës.</p>
Gazi M6	<p>Ai është pronar/menaxher i një biznesi që merret me përpunimin, konservimin dhe tregtimin e produkteve blegtorale dhe bujqësore. Në vitin 2002, sëbashku me një mikun e tij ai vendosi të investonte në prodhimin e farërave dhe bimëve të zgjedhura për fidanishtet pyjore. Vetëm pas dy vjetësh, atij i lindi ideja të investonte në përpunimin e produkteve bujqësore. Këtu ai u tregua shumë i kujdesshëm të investonte në teknologji të automatizuar dhe në përputhje me kërkesat për mbrojtjen e mjedisit. Gazi është rreth të 50-ve me background agronom. Kjo kompani ka 42 punonjës.</p>
Rolandi M7	<p>Rolandi në vitin 2006 filloi hapat e para të biznesit. E filloi biznesin në një dhomë të shtëpisë së tij. Duke njohur fushën e bimëve medicinale, filloi të mblidhte bimë të ndryshme. Më pas,</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

	<p>me zhvillimin e biznesit, ai filloi të punësonte punonjës të tjerë dhe veprimtarinë e zhvendosi nga shtëpia në një ndërmarrje të vogël, duke formuar kompaninë “R Shpk.”. Në vitin 2009 kishte të punësuar 13 punonjës. Kompania ”R” merret me grumbullimin, përpunimin, prodhimin dhe eksportin e bimëve medicinale dhe aromatike në disa vende të botës. Në të ardhmen synon të ndryshojë përsëri teknologjinë, këtë ndryshim do ta realizojë nëpërmjet ndryshimit të paketimit të pakove 5 kg. Sipas menaxherit ky ndryshim i teknologjisë do të çojë drejt uljes së kostos për njësi. Rolandi është 45 vjeç.</p>
Edmondi M8	<p>Edmondi është rreth të 60-ve. Mbledhja dhe marketingu i bimëve medicinale nga kompania, ka nisur si një biznes familjar në vitin 1996. Në vitin 1999 u krye eksporti i parë i bimëve medicinale në Gjermani. Në vitin 2001, Edmondi, pronar/menaxher, investoi në prodhimin e esencave. Ky vit shënoi eksportet e para të esencave në Austri. Në vitin 2012, kompania lidhi kontrata të reja me SH.B.A. dhe Gjermani, si edhe mori certifikatën organike për esencat vajore dhe bimët medicinale. Edmondi ka background ekonomik, por e ka trashëgimi familjare angazhimin në këtë sektor. Kompania punëson rreth 40 punonjës.</p>
Gjergji M9	<p>Gjergji është pronar/menaxher i një kompanie për prodhimin dhe tregtimin e bukës. Kompania operon gjithashtu në një biznes që ka filluar funksionimin në vitin 2006 dhe merret me ambalazhimin dhe tregtimin e ujit në Tiranë dhe Durrës. Gjergji u zhvendos në Tiranë nga Veriu i Shqipërisë, në vitin 1993 dhe ka si traditë familjare prodhimin e bukës. Biznesin e hapi në vitin 2004 me një furrë buke në lagjen Laprakë të Tiranës. Meqenëse viti i parë i biznesit ishte shumë i suksesshëm, ai hapi dhe një furrë të dytë. Fitimet e kënaqshme e nxitën pronarin të shtonte numrin e furrave të bukës dhe tani mbas 10 vjetësh, kompania ka hapur 9 furra buke. Aktualisht, ai po investon në një fabrikë për prodhimin e bukës. Gjergji është 33 vjeç dhe kompania ka 29 punonjës.</p>
Iliri M10	<p>Iliri, sot rreth të 50-ve, themeloi biznesin e tij në vitin 2002. Fillimisht ai u përqendrua në prodhimin e pijeve alkoolike dhe esencave. Në momentin që kompania filloi të konkurrohej nga “gjigantët e tregut”, ai hyri në biznesin e produkteve ushqimore, të tilla si biskota, çibucë, trahana, etj. Kompania ka 25 të punësuar dhe siç thekson dhe lideri i saj, e rëndësishme dhe thelbësore në këtë</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

	<p>industri është cilësia dhe çmimi. Për shkak të konkurrencës në treg, e ardhmja paraqet shumë sfida. Por Iliri ka besim se do ti realizojë objektivat.</p>
Arjana M11	<p>Arjana është rreth të 50-ve. Ajo ishte e re kur në vitin 1999, vetëm 9 vjet pas hapjes së tregut shqiptar, investoi në një biznes të sajën në kultivimin e frutave dhe perimeve. Gjatë 10 viteve të fundit, kompania është zgjeruar dhe aktualisht punëson 31 punonjës me kohë të plotë dhe 20 punëtorë të tjerë sezonalë. Për të plotësuar nevojat në rritje të tregut, kompania ka krijuar një strukturë të re, dhe i përpunon produktet me metodat tradicionale pa shtuar produkte kimike ose ngjyrosës.</p>
Avniu M12	<p>Avniu është bashkëpronar në biznesin e krijuar sëbashku me 3 vëllezërit e tij, në vitin 2003. Më parë ai punonte si shofer në një firmë të ngjashme. Që në fillim, kompania filloi të merrej me prodhimin e miellit duke përdorur teknologjinë e mullirit me gurë. Kompania është e vetmja në treg me një teknologji të tillë. Aktualisht kompania ka 43 punonjës dhe ka një aktivitet gjithmonë në rritje. Avniu është 47 vjeç.</p>
Skënderi M13	<p>Skënderi është rreth të 50-ve dhe ka investuar në biznesin e ndërtimit. Skënderi e hapi biznesin e tij që në fillimet e demokracisë (1994), por për shkak të ngjarjeve politike në Shqipëri ai u detyrua të migronte për një kohë jashtë vendit. Kur u kthye, në vitin 1999 ai nisi përsëri “një aventurë të re”. Duke ditur kërkesat e miqve dhe shokëve për shtëpi, ai u kërkoi nga një paradhënie për të filluar punën. Më vonë ai, me kursimet dhe fitimet e ndërtimit të parë filloi punime të tjera. Sot kompania punon si nën kontraktore dhe ka si aktivitet kryesor ndërtimet inxhinierike civile. Aktualisht punëson 50 punonjës dhe synon rritjen me 5 përqind çdo vit.</p>
Arqile M14	<p>Rreth të 40-ve, ai themeloi në vitin 2006 një fabrikë për prodhimin e profileve të aluminit. Nga viti 2001-2004, Arqileja i regjistruar si person fizik, u morr me tregtimin e artikujve të ndryshëm, sidomos me tregtimin e xhamit. Më pas, ai u morr me përpunimin e aluminit, kryesisht në fushën e prodhimit të dyerve, dritareve dhe kangjellave të ndryshme. Kompania disponon një gamë të gjerë produktesh duke ofruar dhe përfshirë zhvillimet e fundit teknologjike, me shërbimin më të mirë të klientëve. Kompania ka më tepër se 20 punonjës dhe synon dhe zgjerimin në vendet e tjera të rajonit.</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Musai M15	Musai, rreth të 60-ve, ka filluar aktivitetin e tij në vitin 2001 me prodhimin e vajit të ullirit organik. Kompania i kushton rëndësi cilësisë së lartë në prodhim dhe shërbim, në krahasim me kompanitë e tjera që operojnë në këtë industri. Meqenëse bëhet fjalë për vaj organik, çmimi i produktit është më i lartë se mesatarja, megjithatë Musai pohon se është tregu ai që rregullon kërkesën dhe ofertën. Kompania punëson 35 punonjës.
Tani M16	Tani, është pronar/menaxher i një hotel restoranti në qendër të Tiranës. Ishte pranverë e vitit 2001, ku 2 miq të vjetër, Tani dhe Koli u takuan në një bar të Tiranës. Biseda u përqendrua tek ëndrra e madhe për të patur një biznes të tyre. Nuk zgjati shumë dhe ëndrra e tyre u bë realitet. Bar-Restoranti i tyre është ndër më bashkëkohorët në qendër të qytetit. Pas disa vjetësh, djemtë kishin filluar të kishin një vizion më të qartë për të ardhmen e tyre, zgjerimin e aktivitetit në fushën e hotelerisë. Në vitin 2006 ata hapën hotelin me tre yje, me 10 dhoma. Aktualisht ata po mendojnë për ta zgjeruar aktivitetin në këtë fushë, duke investuar në një kompleks të madh hotelier. Aktualisht kompania ka 25 punonjës.
Rigersi M17	Rigersi rreth të 40-ve hapi aktivitetin e tij të prodhimit të verës, në vitin 2003. Kompania fillimisht kishte një kapacitet prodhues prej 1000 HL verë në vit. Kapaciteti është rritur nga viti në vit. Rigersi thotë se çelësi i suksesit të biznesit është të realizojë pritshmërinë e klientëve. Në vitin 2013, kompania mbushi 10 vjet që nga krijimi i saj, por ajo nuk operon me të njëjtën teknologji si 10 vite më parë. Në krye të saj qëndron një lider vizionar i orientuar drejt cilësisë. Objektivi kryesor i kompanisë është ruajtja e traditës së prodhimit të verave autoktone dhe zgjerimi në tregjet e rajonit. Kjo kompani ka 22 punonjës.
Alma M18	Alma, rreth të 50-ve, në vitin 2003, sëbashku me vëllain e saj hapi biznesin në tregun e pajisjeve të elektricitetit dhe ndriçimit. Në fillim kishin një dyqan të vogël, që mund të quhej një biznes familjar. Aktualisht kanë 4 pika shitje me shumicë dhe një staf prej 27 të punësuarish. Kompania ka reputacion të mirë në treg për produktet cilësore dhe tregtimin e markave të mirënjohura. Firma është në gjendje të mirë financiare dhe ka likuiditete të mjaftueshme.
Lirika M19	Lirika së bashku me të shoqin, në vitin 2001, hapën një dyqan të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

	<p>shitjes së elektro shtëpiakeve. Tashmë kemi të bëjmë me një biznes të konsoliduar që ka një zinxhir dyqanesh të shitjes me pakicë dhe një magazinë qendrore. Vizioni i tyre është të jenë kompani lider në tregtimin e pajisjeve cilësore. Sfidë për kompaninë mbetet blerja online. Për vitet e ardhshme synon që të ketë një website, ku të gjithë do të kenë mundësinë të blejnë produktet nëpërmjet internetit. Lirika është 48 vjeç dhe ka 15 punonjës</p>
Donika M20	<p>Në vitin 1999, Donika sëbashku me një biznesmen italian hapën një kompani të prodhimit të këpucëve “Made in Albania” (Fason). Më vonë, ajo u shkëput nga bashkëpunëtori italian, duke u kthyer në një kompani shqiptare prodhuese dhe eksportuese të këpucëve. Aktualisht ka vetëm 49 punonjës, por ajo është optimiste se shumë shpejt do të rritet si në tregun shqiptar ashtu edhe në atë evropian. Donika ka ditur ti shfrytëzojë të gjitha mundësitë që i kanë dalë para duke filluar bashkëpunimin me kompani të njohura evropiane. Me pak shans, pak intuitë dhe falë aftësive të saj, ajo ka arritur një histori biznesi. Donika është 52 vjeç.</p>
Endri M21	<p>Shoqëria “YY” sh.p.k është krijuar në vitin 2005. Kjo shoqëri u miratua me vendim të Gjykatës së rrethit Tiranë me një kapital fillestar prej 100.000 (njëqindmijë lekësh) dhe me të vetmin aksioner Z. Endri.</p> <p>Me kalimin e kohës dhe fitimit të përvojës në fushën e ndërtimit Shoqëria ka arritur të hyjë suksesshëm në treg. Kjo shoqëri i ka filluar ndërtimet e saj kryesisht në zonat e Tiranës dhe në zonat e kërkuara nga tregu i ndërtimit. Objektet në strukturën e tyre kanë: apartamente banimi, lokale shërbimi, ambiente për aktivitete të ndryshme, zyra, etj.</p> <p>Nga përdorimi me efikasitet i mjeteve të xhiros dhe duke rritur rreth xhirimin e tyre ata kanë tashmë një gjendje të mirë financiare dhe janë në gjendje të bëjnë likuidimin e paradhënies të blerjes së mallit dhe detyrimeve doganore si dhe shpenzimeve të tjera. Ndërsa përsa i përket cilësisë dhe sigurisë së investimit si dhe volumit të punës, janë rritur nga viti në vit. Kompania ka 35 punonjës.</p>
Genci M22	<p>Genci është njohur fillimisht si volejbollist i Studentit dhe ekipit kombëtar, por pas diplomimit për Financë në Universitetin e Tiranës, shpejt do të bëhej po aq i njohur në profesion, si shef</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

	<p>finance pranë disa ndërmarrjeve shtetërore. Me nisjen e ekonomisë së lirë pas viteve 90, Genci nisi biznesin privat për prodhimin e veshjeve të brendshme.</p> <p>Shoqëria TTT Shpk., u themelua në vitin 2000, mes partnerit shqiptar Z. Genci (20 përqind) dhe atij italian Z. Mauro (80 përqind) që operojnë në prodhimin e veshmbathjeve për llogari të një kompanie italiane. Kompania filloi aktivitetin e saj për llogari të kompanisë italiane, fillimisht me materiale të papërpunuara, që më pas u përpunuan me dorë në Shqipëri. Në fillimet e veta ky aktivitet kishte një numër të vogël të punësuarish, por gjatë viteve ky numër u rrit dhe në vitin 2006 arriti në 30 persona të punësuar. Sot ajo ka 42 të punësuar.</p> <p>Kompania është në fazën e maturimit, ka vite që operon në treg dhe është duke bërë të mundur futjen e një teknologjie të re, nëpërmjet së cilës kërkon të krijojë operacione eficiente në mënyrë që të minimizojë kostot. Kjo ndërmarrje, po planifikon që të futet në veshjet e modës, gjë që e bën që të largohet nga prodhimet e fasonit. Së shpejti do të fillojë bashkëpunimin me një firmë italiane, ku do të prodhojë veshje civile me çmime konkurruese. Genci është 51 vjeç.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.7 Barrierat e rritjes

Ky seksion fillon me diskutimin se si barrierat u identifikuan dhe përshkruan nga pjesëmarrësit. Më tej vazhdon, së pari, duke bërë një përshkrim të shkurtër të 36 barrierave të përmendura nga pjesëmarrësit dhe së dyti, nga një përshkrim i detajuar i barrierave që kanë frekuencë më të lartë në lidhje me qëllimet dhe sjelljet e rritjes.

6.7.1 Analiza e të dhënave nga intervistat - Përshkrimet e barrierave

Siç u diskutua në seksionin 6.5, “barrierave” të rritjes të perceptuara nga pronarët/menaxherët i vendoset një kod. Procesi përfshin shtatë stadi. Së pari, shënimet e mbajtura gjatë intervistave u lexuan disa herë dhe bëheshin nënvizime aty ku pjesëmarrësit tregonin se disa faktorë të brendshëm apo të jashtëm ndikonin në objektivat e rritjes së biznesit. Së dyti, këtyre barrierave ju vendosën shënime anash, për ti identifikuar më vonë. Së treti u hartua një listë me barrierat potenciale. Së katërti, duke përdorur këtë listë, ju rikthyem edhe një herë shënimeve për të vendosur kodet. Së pesti, pas vendosjes së kodeve, në shënimet e marra gjatë intervistave, të gjitha shënimet u

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

rishkruan në një dokument të veçantë. Së gjashti, në secilën nga këto shënime u nënvizuan temat apo konceptet kyçe. Së fundi, aty ku ishte e nevojshme u rishikuan edhe një herë kodet që ishin vendosur pranë çdo barriere. Në tabelën 6.5 ilustrohet se si u identifikuan konceptet kyçe ose temat për secilën barriera.

Tabela 6.5: *Ilustrimi i identifikimit të temave*

Model i përshkrimit të bërë lidhur me “mungesën e fuqisë punëtore të kualifikuar”	Konceptet ose temat kyçe
E vetmja sfida me të cilën ndeshemi në këtë sektor është niveli profesional i punonjësve. Në këndvështrimin tim ky është një kufizim për çdo kompani të sektorit.	Njerëzve u mungon profesionaliteti
Mjedisi i biznesit po rritet shpejt dhe është shumë dinamik. Çdo biznesmen i çdo sektori duhet të konkurrojë me sektorë të tjerë, ndofta të niveleve më të larta, p.sh., nëse mua më nevojitet një specialist programesh ose një menaxher, unë duhet të konkurroj me bankat ose me kompani të tjera të mëdha. Nëse unë i them një dizajneri që do ta paguaj 500 euro në muaj, bankat e paguajnë atë 1500. Kjo nënkupton që ne mund të punësojmë vetëm specialistë të cilët nuk kanë gjetur vend pune në banka.	Është e vështirë të konkurrosh me kompanitë e mëdha për fuqi punëtore.
Sapo punësohen, njerëzit fillojnë të kërkojnë rritje page, megjithëse ato nuk kanë bërë kualifikime të tjera ose nuk shquhen për rezultate të mira.	Të rinjtë janë më të interesuar në pagë sesa bërjen e karrierës apo zhvillimin profesional.

Nga këto dhe të tjera përshkrime të shkëputura nga intervistat, barriera “*mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar*”, përshkruhet si e përbërë nga tre faktorë: 1) Mungesa e fuqisë punëtore të specializuar për sektorin në fjalë; 2) Mungesa e fuqisë punëtore që ka dëshirë të punojë në sektorin në fjalë – fuqia punëtore ekziston, por ajo nuk është disponibile për shkak të konkurrencës në kompanitë e mëdha; dhe, 3) Fuqia punëtore ekziston por nuk është e motivuar për të punuar me paga nën mesataren e industrisë. Një përshkrim i shkurtër i kësaj barriere bëhet si më poshtë:

Fuqia punëtore e kualifikuar mungon, sepse ose është e papërshtatshme, ose e pakualifikuar, ose jo disponibël.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

6.7.2 Barrierat

Pasi shpjeguam identifikimin e barrierave, në këtë seksion bëjmë përshkrimin e tyre. Tabelat 6.6, 6.7, 6.8, 6.9, dhe 6.10, listojnë dhe shkurtimisht përshkruajnë secilën prej 36 barrierave të rritjes të raportuara nga pronarët/menaxherët. Çdo tabelë paraqet një kategori të veçantë të barrierave. Shumica e barrierave mund të vendosen në një nga katër kategoritë e diskutuara në rishikimin e literaturës në Kapitullin 2 dhe 4: barrierat institucionale, të lidhura me aftësitë, financat dhe ato të tregut. Kategoria e pestë përfshin ato barrierat shtesë të brendshme (p.sh. barrierat e tjera), kategori e cila nuk përfaqëson katër të tjerat.

Tabela 6.6: *Barrierat financiare*

<u>Barrierat</u>	<u>Përshkrimi</u>
Investime financiare fillestare të ulëta (M15, M21)	Zhvillimi i biznesit nuk procedoi me shumë shpejtësi në fillimet e veta për shkak të investimeve fillestare të ulëta.
Mungesa e aksesit në kapital (M1, M7, M13, M14, M15, M17, M21)	Aksesi në kapital nga pronarët/menaxherët ka qenë i ulët ose sepse ata nuk kishin një histori krediti, ose i mungonin burimet administrative dhe nuk kishin mundësi të përballonin një kosto të lartë të kapitalit (p.sh. interesa të larta, kërkesa për kolateral). Shpesh firmat janë të paafta të paguajnë kredinë në një afat të shkurtër kohor, kanë fitime shumë të ulëta ose madhësi firme të vogël.
Kosto e lartë e kredisë (M1, M3, M5, M6, M8, M10, M11, M13, M14, M15, M16, M20)	Kosto e kapitalit përfshin interesa të larta dhe kërkesa për kolateral. Interesat e larta janë pengesë për marrjen e kredive. Kolaterali varet nga pronat e patundshme dhe asetet e tjera fikse, të cilat shpesh vlerësohen nën vlerën e tyre.
Kohë e gjatë për sigurimin e kredisë (M5, M7, M9, M12)	Kërkohet një kohë e gjatë për të siguruar kredinë, për shkak të procedurave të larta burokratike.
Cash-Flow i kufizuar (M7, M6, M12)	Cash-Flow është i kufizuar sepse bëhen shumë pagesa në cash nga bizneset.

Ashtu si në kapitullin 2, 4 dhe 5, etiketimet për barrierat u morën nga literatura, kur ato ishin shumë të ngjashme me informacionet për çdo pjesëmarrës (p.sh. taksat e larta fitimet, mungesa e aksesit në kapital), ose nga llogaritë direkte (p.sh. kërcënimet për sigurinë, përfshirja e shtetit). Disa emërtime të marra nga literatura janë përshtatur sipas informacioneve për çdo pjesëmarrës. Për shembull, barrierat 'mungesa e informacionit të tregut' u ndryshua për të pasqyruar, në një mënyrë të saktë dhe të detajuar, përshkrimet e dhëna nga pronarët/menaxherët – d.m.th, mungesa e aksesit të informacioneve zyrtare.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

“Mungesa e aksesit në tregun e punës” u kombinua dhe u kthye për t’u bërë “mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar”, siç është diskutuar më parë në mënyrë të detajuar. U sh të nuan numrat e pjesëmarrësve për çdo barrierë, për të treguar se cilët pronarë/menaxherë i identifikuan ato dhe sa shpesh ato u identifikuan gjatë intervistave.

Tabela 6.7: *Barrierat e aftësive*

Barrierat	Përshkrimi
Mungesa e vizionit (M7, M13, M15)	Ekziston një pasiguri për të ardhmen dhe si do të zhvillohet biznesi më tej.
Mungesa e eksperiencës (M7, M15, M16, M17, M18, M20)	Pronarët/menaxherët dhe/ose stafi nuk kanë njohuri dhe aftësi të mjaftueshme lidhur me biznesin apo industrinë në të cilën operojnë.
Mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar (M1, M2, M5, M6, M9, M10, M11, M12, M17, M18, M19)	Forca e punës së kualifikuar mungon sepse bëhet fjalë për profesione specifike ose ndonjëherë edhe ata që e kanë këtë profesion konsiderohen të papërshtatshëm për biznesin.
Mungesa e trajnimeve dhe edukimeve profesionale nga shteti (M7, M9, M11, M12, M18, M19, M20)	Edukimi dhe trajnimi profesional nga shteti është i pamjaftueshëm.
Trajnimi në vendin e punës (M13, M15, M16, M20)	Trajnimi i stafit është shumë i kushtueshëm.
Mungesa e kohës (M2, M5, M6, M7, M13, M20)	Pronarët/menaxherët e kanë kohën e kufizuar sepse kanë shumë përgjegjësi dhe detyra dhe njëkohësisht burokracia është e lartë. Këtu përmendet edhe kultura e menaxhimit të kohës në Shqipëri

Tabela 6.8: *Barrierat institucionale*

Barrierat	Përshkrimi
Zbatimi i dobët i ligjit (M10, M12, M15, M17, M17)	Bizneset nuk janë të mbrojtur nga ligji; vendimet gjyqësore shpesh nuk zbatohen.
Taksa të larta ligjore (M12, M13)	Përfshin koston e hapjes së një gjyqi dhe taksa të tjera që kanë të bëjnë me procesin gjyqësor.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Mungesa e mbështetjes nga ana e shtetit (M3, M13, M18, M19, M20)	Financimet apo programet shtetërore për mbështetjen e zhvillimit të bizneseve të vogla nuk ekzistojnë ose janë të kufizuara. Vlen për tu përmendur këtu edhe konkurrenca jo e ndershme.
Ndërhyrja e shtetit (M3, M5, M12, M16)	Përfshirja e shtetit në disa aktivitete të bizneseve të vogla është konsideruar si ndërhyrje.
Shumë burokraci (M1, M2, M3, M4, M6, M8, M9, M10, M11, M12, M13, M14, M18, M19, M20)	Rregullat dhe procedurat formale të cilat duhet të respektojnë bizneset e vogla janë jo eficiente, të kushtueshme dhe kërkojnë shumë kohë. Burokracia vihet re veçanërisht në rastet kur kërkohet leja nga shteti për disa aktivitete të reja.
Inspektime shumë të shpeshta (M6, M11, M12)	Inspektimet e rregullta që bëhen kryesisht nga inspektorët e taksave dhe ato të higjienës janë shumë të shpeshta.
Zyrtarë të korruptuar (M3, M6, M7, M8, M9, M11, M12)	Zyrtarët e shtetit shpesh kërkojnë pagesa jozyrtare. Kjo shpesh vjen edhe si rezultat i burokracisë dhe i inspektimeve të shpeshta.
Ndryshime të shpeshta të stafit administrativ (M4, M6, M7, M11)	Ndryshimet e shpeshta në stafin administrativ, kërkojnë që pronarët dhe menaxherët të krijojnë raporte besimi me individët e rinj; relacionet shihen si shumë të rëndësishme për lehtësimin e ngarkesës administrative.
Ndryshime të shpeshta të ligjeve dhe vendimeve (M11, M18, M19)	Rregullat e vendosura nga shteti ndryshojnë shpesh dhe në shumicën e rasteve nuk njihen nga komuniteti i biznesit.
Mungesa e ligjeve të qarta (M19, M20)	Aktet ligjore dhe nënligjore shpesh janë të vështira për tu interpretuar dhe kuptuar.
Kërcënimi i sigurisë (M4, M7, M8)	Siguria e biznesit ose investimeve në biznes është e kompromentuar nga faktorë të jashtëm, (p.sh. shteti, punonjësit e shtetit, konkurrentët) ose punonjësit.
Kosto e lartë e	Kjo i referohet kostos së lartë të blerjes ose marrjes

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

ambienteve/ndërtesave (M6, M12, M13)	me qira të ndërtesave, duke përfshirë koston e rikonstruksionit.
T.V.SH (M17, M18)	Tatimi mbi vlerën e shtuar (20 përqind) është shumë i lartë.
Nr. i taksave (M2, M5, M6, M12, M19)	Kjo i referohet si taksave lokale, edhe kombëtare.

Tabela 6.9: *Barrierat e tregut*

Barrierat	Përshkrimi
Taksa të larta doganore (M3)	Taksat e mallrave të importuara.
Kosto e inpueteve/materialeve (M4, M5, M9, M13, M14, M21)	Kosto e materialeve dhe e pajisjeve është më e lartë krahasuar me çmimet e EU.
Kërkesë e ulët e tregut (M4, M8, M10, M12, M15, M19)	Kërkesa për produkte/shërbime është e ulët sepse fuqia blerëse është e ulët dhe madhësia e tregut është e vogël.
Konkurrenca e lartë (M2, M9, M12, M18, M20)	Konkurrenca për klient dhe pjesë tregu është shumë e lartë.
Produkte/shërbime jo legale (M18)	Në treg qarkullojnë shumë produkte ose shërbime që nuk i nënshtrohen procesit të taksimit.
Pagesa të vonuara për produktet/shërbimet (M9, M15, M16, M17)	Pagesat për produktet/shërbimet bëhen shumë me vonesë ose ndonjëherë nuk bëhen fare.
Mungesa e informacionit zyrtar (M2,7,12,19)	Bizneset nuk kanë akses në informacionet që kanë lidhje me tregun, industrinë, etj.
Kriza financiare/ekonomike (M1, M7, M14, M18)	Kriza financiare krijoi pasiguri në treg, inflacion dhe ulje të kërkesës së tregut.
Jo-stabiliteti politik brenda vendit (M4, M12, M18, M20)	Mjedisi politik është i pasigurt, dhe kjo ndikon edhe në mjedisin ekonomik.

Tabela 6.10. *Barriera të tjera*

Mungesë kapacitetesh (M1, M2)	Kapacitet i pamjaftueshëm dhe nuk mund të rritemi më tej.
-------------------------------	-----------------------------------------------------------

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Mungesë hapësirash (M3, M4)	Hapësira të pamjaftueshme për të shtuar më tepër staf.
-----------------------------	--------------------------------------------------------

Tabela 6.11 rendit të gjitha ato barrierat të cilat janë përmendur më tepër se 5 herë nga pronarët/menaxherët. Një nga karakteristikat e analizave template është se ato i lejojnë studiuesve të gjejnë se çfarë është e përbashkët midis rasteve të marra në shqyrtim. Në këtë studim, shumica e atyre që diskutuan për barrierat, gjithashtu shpjeguan se kishin qëllime për rritjen e biznesit.

Tabela 6.11. *Barrierat që janë përmendur më shpesh gjatë intervistave*

Barriera	Nr. i pronarëve dhe i menaxherëve që i përmendën
Shumë burokraci	15
Kosto e lartë e kredisë	12
Mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar	11
Mungesë eksperience	7
Mungesë aksesit në kapital	7
Zyrtarë të korruptuar	7
Mungesa e shkollave dhe të programeve të trajnimit profesional nga ana e shtetit	7
Mungesë kohe	6
Kërkesë e ulët e tregut	6
Konkurrencë e lartë	5
Numri i taksave	5
Mungesa e mbështetjes shtetërore	5
Zbatimi i dobët i ligjit	5
Trajnimi i fuqisë punëtore, në vendin e punës	4
Kriza ekonomike/financiare	4

Shumë burokraci, mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar dhe kosto e lartë e kredisë ishin tre nga barrierat që u përmendën më shpesh nga pronarët/menaxherët, të ndjekura nga mungesa e eksperiencës dhe mungesa e aksesit në kapital. Nga përgjigjet e

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

pjesëmarrësve, kishim dhe disa surpriza. Vetëm një pjesëmarrës përmendi taksën e lartë të fitimit si një barrierë rritjeje, ndërkohë që numri i madh i taksave ishte një barrierë që përmendej më shpesh. Arsyeja për këtë ishin dy: arsyeja e parë ishte se situata e taksave ishte përmirësuar. M19 deklaroi:

“Ka më pak letra për t’u plotësuar dhe numri i taksave është zvogëluar kohët e fundit.”

Arsyeja e dytë ishte se pjesëmarrësit kishin fituar një farë eksperience në pagesën e taksave dhe ishin të sigurt që në të gjithë Shqipërinë ishte e njëjta gjë.

Gjithashtu, u vu re se pjesëmarrësit nuk përmendnin fjalën korrupsion por e përshkruanin atë si barrierë institucionale – shumë burokraci, shumë inspektime, numër i madh taksash, kosto e lartë e godinave/ambienteve – duke aluduar për korrupsion. Kërcënimi i sigurisë dhe produkte/shërbime ilegale ishin të tjera barrierë që nënkuptonin korrupsionin.

6.7.3 Përshkrimi i detajuar i barrierave

Pjesëmarrësit i kanë përshkruar në mënyrë të detajuar barrierat, të cilat në tabelat e mësipërme janë përmendur në mënyrë të shkurtuar. Siç u përmend dhe më sipër, në tabelën 6.11 janë renditur të gjitha barrierat të cilat janë përmendur më shpesh nga pronarët/menaxherët. Ajo që është më e rëndësishme, pronarët/menaxherët kanë përshkruar sesi këto barrierë influencojnë në sjelljen dhe qëllimet e rritjes së biznesit.

Barrierat financiare

Kosto e lartë e kredisë ishte një nga barrierat më të shpeshta të përmendura nga pjesëmarrësit. Mungesa e aksesit në kapital ishte barrierë e dytë më e rëndësishme financiare. Këto dy barrierë janë të lidhura me njëra-tjetrën dhe është e vështirë të ndahen, prandaj janë diskutuar sëbashku. Kosto e lartë e kredisë ka të bëjë me normat e interesit të kredive dhe kërkesat për kolateral. Kosto e lartë e kredisë u përmend nga 12 pjesëmarrës. Tre prej tyre e konsideruan atë si barrierë rritjeje pa dhënë shpjegime të mëtejshme. Të 12-të pjesëmarrësit pohuan se norma e interesit të kredisë ishte një pengesë e rëndësishme. Në qoftë se do të merrnim në konsideratë dhe periudhat afat-shkurtra të pagesës së kredisë, njëri nga pronarët u shpreh:

“Nëse ju do të huazoni kredi nga banka, ju do të “vdisni”.

Një tjetër pjesëmarrës, duke ju referuar riskut të marrjes së kredisë nga kompanitë e reja në treg, midis të tjerave tha:

“Problemi është se kompanitë e reja janë më pak të qëndrueshme dhe ju nuk mund të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

parashikoni sesi ato do të operojnë në treg”.

Në lidhje me normat e interesit pesë pjesëmarrës përmendën kërkesat për kolateral. Dy prej tyre deklaruan se kolaterali shpesh vlerësohet afërsisht me 30 ose 40 përqind më pak se vlera reale. Një tjetër shpjegoi se ata që zotëronin real estate, ishin në kondita më të mira për të marrë kredi, megjithatë kjo nuk garantonte një pengesë afatgjatë. Dy nga pjesëmarrësit deklaruan se meqenëse ata operonin në sektorin e shërbimeve e kishin shumë më të vështirë të merrnin kredi. Shtatë nga 22 pjesëmarrësit deklaruan mungesën e aksesit në kapital si një barrierë për rritjen. Ata pretendonin se marrja e kredisë mund të mohohet, bazuar në madhësinë e firmës ose fitimet negative pas taksave. Një nga pjesëmarrësit pretendonte se që nga viti 2000 e deri tani nuk kishte patur mundësi të merrte kredi. Ai shpjegoi se marrja e kredisë varej nga plane biznesi optimiste dhe nga ecuria e firmës. Gjithashtu, nga pronarët/menaxherët u deklarua se të qenit një biznes i vogël e bën të vështirë aksesin në kredi.

Barrierat e aftësive

Siç u theksua më lart, 11 nga 22 pjesëmarrësit identifikuan mungesën e fuqisë punëtore të kualifikuar si një barrierë për rritje. Kjo barrierë u përshkrua nga pjesëmarrësit si e përbërë nga dy faktorë: Mungesa e fuqisë punëtore të përshtatshme dhe mungesa e fuqisë punëtore disponibël për të punuar në disa vende specifike pune. Një nga pronarët deklaroi: *“Industria jonë nuk është tradicionale, kështu që është shumë e vështirë të gjesh njerëzit e duhur”*. Disa nga pjesëmarrësit ju referuan mungesës së shkollave profesionale për disa profesione tradicionale.

Problemi i gjetjes së menaxherëve të lartë, ju atribua mungesës së fuqisë punëtore të kualifikuar. Pesë nga pjesëmarrësit pohonin se të rinjtë preferonin të punonin në kompani të mëdha. Kishte dy shpjegime për këtë. Shpjegimi i parë i dhënë nga shumica e pjesëmarrësve ishte se kompanitë e mëdha kishin më tepër perspektivë në drejtim të karrierës dhe pagave. Pamundësia për të tërhequr njerëz në industrinë e ndërtimit u përmend nga një pjesëmarrës. Një tjetër pjesëmarrës përmendi se për shkak të kufizimeve financiare ata ishin shumë të kujdesshëm ndaj rekrutimeve dhe ofrimit të trajnimeve për punonjësit pa eksperiencë. Një tjetër menaxher përmendi se të rinjtë sa po vinë në organizatë janë vetëm të interesuar për rritje page dhe jo rritje profesionale. Në këndvështrimin e pjesëmarrësve, fuqia punëtore disponibël ka të bëjë me disa faktorë përfshirë këtu edhe financat. Një nga pronarët tha se atij i nevojitej një menaxher marketingu, por aktualisht nuk mund ta merrte për shkak të kufizimeve financiare dhe kufizimeve në hapësira fizike.

Disa nga pjesëmarrësit e shpjegonin mungesën e fuqisë punëtore të përshtatshme si rrjedhojë e edukimit jo të përshtatshëm (edukim tradicional).

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Nga paragrafët e mësipërm rezultoi se barriera, ‘mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar’ ka lidhje dhe është rrjedhojë e një barriere tjetër, ‘mungesa e edukimit profesional shtetëror’. Gjatë diskutimit të kësaj barriere, pothuajse të gjithë pjesëmarrësit deklarorin se kishin trajnuar punonjësit e tyre. Megjithatë, shumica e pjesëmarrësve ankoreshin se shpenzimet e trajnimeve ishin të konsiderueshme – kohë dhe para. Shtatë nga pjesëmarrësit e konsiderorin mungesën e eksperiencës si një barrierë të rëndësishme për rritje. Katër prej tyre me eksperiencë nënkuptonin mungesën e njohurive apo aftësive paraprake në biznes. Një nga pjesëmarrësit tha: “Kur ne hapëm biznesin, ne nuk dinim pothuajse asnjë gjë.” Një tjetër pronar/menaxher i cili u ankua për mungesën e eksperiencës e lidhi zhvillimin e biznesit të tij me zhvillimin e vendit. Të dy janë “të lidhur ngushtë”. Ai tha se kur tentoi të fillonte biznesin në 1994,

“Tregu shqiptar në atë kohë e lejonte që të veproje edhe pa arsimim, me një mungesë të plotë kapitali, eksperience dhe edukimi”. Ai vazhdoi të shpjegonte, “modelet kishin një influencë të madhe. Meqenëse bizneset fqinje vepronin në atë mënyrë, edhe ne vepronim në këtë mënyrë. Ishte koincidencë dhe fat”.

Është interesante të theksohet këtu se megjithëse shumë pak menaxherë tregonin se kishin marrë kurse biznesi, vetëm tre prej tyre kishin një diplomë në biznes. Më tej, një tjetër pronar/menaxher, i cili kishte backgroundin inxhinier, pohoi se mungesa e eksperiencës manaxheriale kishte efekte “shkatërruese” në biznesin e tij. “Kur unë hapëm biznesin unë nuk kisha asnjë lloj eksperience, prandaj unë bëra shumë gabime”. Mungesa e eksperiencës e bëri atë të humbte një numër të madh punonjësish. “Meqenëse unë nuk kisha eksperiencë, ata më lanë mua. Unë mendoj se kjo erdhi nga mungesa e eksperiencës”.

“Që të jesh një hap para konkurrencës, duhet të sjellësh risi”, deklaroi Alba, pronare e një salloni bukurie (M2). “Kjo fushë është në evoluim të vazhdueshëm, sepse ka lidhje me teknologjinë. Çdo vit dalin në treg pajisje të reja, linja të reja dhe mënyra të reja të trajtimit. Duhet të ecim në të njëjtin hap me teknologjinë. Edhe kjo nuk mjafton, sepse kjo duhet të shoqërohet me një staf profesional.”

Barrierat institucionale

15 nga 22 pjesëmarrësit pohuan se burokracia ishte një barrierë për rritje. Burokracia lidhej me barrierat tjera, të tilla si zyrtarët e korruptuar (që kërkonin bakshish), dhe ndërhyrja e shtetit. Tetë nga pjesëmarrësit specifikorin se burokracia nënkuptonte kohën e gjatë për të marrë autorizimet apo për të plotësuar dokumentet e nevojshme. Një nga pronarët deklaroi: “Nuk ka asgjë më të fuqishme se burokracia jonë. Është e pabesueshme sesi ju mund të plotësoni të gjitha ato lloje dokumentash”.

Një tjetër pjesëmarrës deklaroi se kur ai po shihte mundësinë për të blerë një ambient më

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

të madh për biznesin e tij, ai u ndesh me probleme të regjistrimit të pronës. Përveç 8 pjesëmarrësve, të cilët pohuan kohën si një element të burokracisë, 7 prej tyre veçuan kohën dhe paratë e konsumuara si një pasojë të burokracisë. Këtu ata i referoheshin pagesave jolegale që i bënin zyrtarëve të shtetit si dhe radhëve të gjata të pritjes për të realizuar pagesat. Një nga pronarët deklaroi: *“Nëse ju nuk paguani nën dorë, harrojeni”*.

M2, deklaroi se taksat për biznesin e vogël janë të shumta dhe të larta. *“Vetëm një tabelë që reklamoni biznesin tuaj, kushton 45.000 lekë për m². Çfarë duhet të bëj? Mua më intereson më mirë të paguaj nën dorë. Problemi është se sot punonjësit e taksave nuk kënaqen me dhënie të rryshfeteve. Ata dëshirojnë të lidhet një pagë mujore. Por, a jam unë e sigurt që mbas një jave nuk do të vijë një inspektor i ri me kërkesa të reja?”*

Disa barrierat si: burokracia e lartë, inspektime të shpeshta, numri i taksave dhe kosto e lartë e ambienteve ishin të lidhura me shantazhin e shtetit. Disa pjesëmarrës e shpjegonin këtë shantazh me pagat e ulta të zyrtarëve si dhe me lakminë e këtyre individëve. Një pronar/menaxher tha se paraja është si “oksigjeni” për zyrtarët e shtetit dhe pa të ato “nuk do të ekzistonin”.

Barrierat e lidhura me tregun

Gjashtë nga 22 pjesëmarrësit raportuan se kërkesa e ulët e tregut ishte një barrierë për rritje. Tre prej tyre e shpjegonin këtë me fuqinë blerëse të ulët të popullsisë shqiptare. Një nga pjesëmarrësit tha se shitjet po binin vazhdimisht, kjo për shkak të “fuqisë blerëse të ulët”. Kur u pyet pse, ai shpjegoi: *“Njerëzit janë bërë më praktik dhe ekonomik. Ata nuk ja lejojnë vetes të shpenzojnë para të tepërta për argëtim”*. Pesë pjesëmarrës e konsiderojnë konkurrencën e lartë si një barrierë për rritje. Këta ishin shumë të shqetësuar për konkurrencën nga importi dhe nga firmat e huaja, të cilat kishin më shumë eksperiencë dhe njohuri në sektor, paguanin paga më të larta dhe kishin më tepër mundësi për rritje. Dy nga pjesëmarrësit e konsideronin konkurrencën si barrierë, por në të njëjtën kohë shpjegonin se ajo sillte edhe përfitime. Një nga pronarët deklaroi se konkurrenca e kishte nxitur atë që të prodhonte vetë produktet, të ulte kostot dhe të përmirësonte teknologjinë.

Një nga problemet e ngritura nga pronarët ishte edhe mungesa e fuqisë blerëse si dhe mungesa e informacionit lidhur me produktet e ofruara. *“Në Shqipëri kanë mbirë lloje të ndryshme biznesesh, të gjithë pretendojnë se ofrojnë produkte cilësore. Klientët ndjehen të çorientuar nga informacionet kontradiktore. Pra kemi të bëjmë me një konkurrencë të lartë dhe të pandershme. Një ditë të bukur ju mund të shihni vetëm dy metra larg jush, një biznes të ri konkurrent. Shumica e qendrave estetike nuk kanë kushtet minimale të higjienës. Një rol më i mirë i shtetit në drejtim të zbatimit të ligjeve do të ndihmonte bizneset e ndershme. Shteti mund të kontribuojë më mirë me statistika, sondazhe apo kontrolle të higjienës.”* – deklaroi një nga pronarët.

6.8: Rezultatet: Pjesa e dytë

6.8.1 Hyrje

Ky paragraf i dytë i rezultateve adreson nën objektivat e kërkimit që kanë të bëjnë me shpjegimin se *si, ose mënyrat në të cilat barrierat e perceptuara mund të influencojnë qëllimet dhe sjelljet e pronarëve/menaxherëve*. Qëllimet në këtë studim nënkuptojnë dëshirën për rritjen e biznesit, besimin se gjithsecili punon për tu rritur, dhe qëllimet që kanë të bëjnë me rritjen, ndërsa sjelljet përfaqësojnë veprimet për rritjen e biznesit. Barrierat përkufizohen si faktorë të brendshëm dhe të jashtëm që ndikojnë në mënyra të ndryshme në rritjen e biznesit përmes qëllimeve të rritjes dhe sjelljeve që realizojnë rritjen. Nga analiza e të dhënave, janë identifikuar gjashtë mënyra në të cilat barrierat ndikojnë në qëllimet dhe sjelljet e rritjes.

Në këtë paragraf janë evidentuar barrierat dhe qëllimet me të cilat ato lidhen, të cilat janë treguar me ‘thonjëza njëshe’.

Paragrafi 6.8.2 fillon me përshkrimin e metodave të përdorura për analizën dhe shpjegon informacionin e mbledhur nga intervistat. Kjo pasohet me paragrafin 6.8.3, ku paraqiten rezultatet, dhe si ato përshkruajnë dhe ekzaminojnë temat dhe nëntemat e identifikuar gjatë analizës.

6.8.2 Analiza e informacionit të intervistave - përcaktimi i temave

Në këtë seksion përdoren tre teknika për identifikimin e temave që kanë lidhje me qëllimin e kërkimit. Siç kemi diskutuar në paragrafët e mësipërm, të dhënat nga intervistat janë analizuar duke përdorur një kombinim teknikash, kryesisht analizat template. Në këtë paragraf bëhen ilustrime si këto teknika u përdorën për analizën e të dhënave.

Analizat Template

Të gjitha transkriptet u lexuan dhe u rilexuan përpara se të dhënat të organizoheshin sipas udhëzimeve të analizave template (King, 2004; Crabtree dhe Miller, 1999). Fillimisht, u dizenua një template e gjerë, ku u përdorën një seri kodesh përshkruese, disa prej të cilave u morën apriori nga pyetjet e intervistave dhe literatura, ndërsa të tjerat u identifikuan nga të dhënat e përfituara. Më tej u bënë rishikimet e kodeve, duke nënvizuar fillimisht të dhënat që kishin lidhje me qëllimet e studimit, duke i rikoduar kur ishte e nevojshme, dhe më pas duke i grupuar sipas temave. Pra, u krijuan lidhjet midis kodeve. Kjo çoi në krijimin e kodeve më domethënëse dhe më tej në krijimin e temave.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Ilustrimi i procesit:

Kodimi fillestar përdori dy kode apriori (i pari është diskutuar në paragrafin 6.4.2) për të kuptuar mënyrën si barrierat mund të influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes:

1. Barrierat mund t'i stopojnë qëllimet e rritjes të pronarëve/menaxherëve; dhe
2. Barrierat mund t'i stopojnë veprimet për tu rritur të pronarëve/menaxherëve.

Duke ndjekur lidhjet dhe ndërveprimet në template, këto kode u rishikuan. Përveç kodit të parë {*Barrierat mund t'i stopojnë menaxherët/pronarët në qëllimet e rritjes*}, u konstatua gjithashtu se kishte barriera që minojnë qëllimet e rritjes, dhe barriera që krijojnë pasiguri në qëllimet e rritjes.

Këto katër kode u kthyen në nëntema të përfshira brenda një teme kryesore, barrierat krijojnë qëllimet për rritje ose jo rritje. Kur u zbulua që në disa raste pronarët/menaxherët ishin të qartë rreth qëllimeve të rritjes dhe kishin plane për rritje, por nuk mund të vepronin në këtë mënyrë në një periudhë të pakufizuar kohe, kodi i dytë {*Barrierat mund ti stopojnë qëllimet e rritjes të pronarëve/menaxherëve*} u përfshi në nën-temën, '*barrierat s'postojnë qëllimet për rritje*'. U zbulua gjithashtu se edhe kur individët ishin duke vepruar në përputhje me qëllimet e rritjes, *barrierat kishin rolin e tyre dhe shërbenin si ngadalësues të procesit të realizimit të qëllimeve*. Së bashku me kodet, '*barrierat s'postojnë qëllimet e rritjes*' dhe '*barrierat ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes*' u krijuan nën-temat të përfshira në një temë, '*barrierat formojnë realizimin e qëllimeve*'.

Lista e re e temave ofrohet më poshtë, dhe përfshin dy tema kryesore dhe gjashtë nën-tema:

- A. Barrierat formojnë qëllimet për rritje apo jo rritje
 - A.1 Barrierat stopojnë qëllimet e rritjes të pronarëve/menaxherëve
 - A.2 Barrierat minojnë qëllimet e rritjes
 - A.3 Barrierat rrisin pasigurinë për qëllimet e rritjes
 - A.4 Barrierat ofrojnë nxitje për rritje
- B. Barrierat formojnë realizimin e qëllimeve
 - B.1 Barrierat s'postojnë qëllimet e rritjes
 - B.2 Barrierat ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes

Analiza matricore

Pasi u përshkruan dy temat kryesore dhe gjashtë nën-temat, u zhvillua matrica e të dhënave. Transkriptet e intervistave u rilexuan dhe prej tyre u nxorën shembuj të çdo teme

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

dhe nën-teme. Kjo pjesë e analizës i shërben dy qëllimeve. Së pari, ajo siguron që asnjë nga të dhënat e nevojshme nuk anashkalohet. Së dyti, kjo pjesë e analizës lejon krahasime të temave midis shembujve individualë (Nadin dhe Cassell, 2004). Ajo gjithashtu shërben të evidentojë se cilët shembuj duhen zgjedhur për studet e mëvonshme.

Ilustrimi i procesit

Shembujt e mëposhtëm janë marrë nga intervista me njërin nga pjesëmarrësit - Melsi (M4). Gjatë intervistës me Melsin, u përmendën tre nga gjashtë mënyrat në të cilat barrierat influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes:

Tabela 6.12. *Shembuj të përdorimit të analizës matricore për të njohur mënyrën në të cilat barrierat influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes të një pjesëmarrësi në intervistë*

Nën tema 2:	Nën tema 3	Nën tema 4
Barrierat minojnë qëllimet e rritjes	Barrierat rrisin pasigurinë për qëllimet e rritjes	Barrierat ofrojnë nxitje për rritje
BISEDA RRETH BUOKRACISË	BISEDA RRETH QELLIMEVE TË RRIJTJES SË MARKE- TINGUT DHE SHITJEVE	BISEDA RRETH ZGJERIMIT TË LINJES SË PRODHIMIT
<p>I: Mendoni se këto faktorë kanë ndikuar në rritjen e kompanisë tuaj?</p> <p>M: “Sigurisht, sepse kushton shumë. Këtu nuk bëhet fjalë vetëm për ryshfete, por ka procedura të gjata. Unë kam një person në kompani që e paguaj vetëm për tu marrë me këto procedura.</p> <p>Me këto procedura, rritja nuk është e mundur.</p>	<p>M: “Ne jemi në proces. Por gjërat ecin ngadalë.</p> <p>Dëshira për rritje është e ngadaltë.</p> <p>I: “Ju përmendët se nuk shpenzoni shumë në marketing aktualisht sepse...”</p> <p>M: “Për momentin nuk kemi shumë punonjës dhe nuk mendojmë të shtojmë numrin.</p> <p>I: “Pse?”</p> <p>M: “Dëshiroj që skuadrën e marketingut ta mbaj të reduktuar sepse është më e lehtë të menaxhohet. Unë nuk kam hapësira për më tepër staf dhe është më mirë që stafi ekzistues të punojë jashtë orarit, sepse ngarkesa e punës nuk është e</p>	<p>M: Për momentin ne nuk kemi mundësi të ofrojmë trajnimet e duhura. Mund të them se nuk është prioriteti ynë për momentin të ofrojmë trajnime të të gjitha llojeve për punonjësit. Sigurisht do ta vendosim në axhendë.</p> <p>Realizimi i qëllimeve të rritjes është spostuar.</p> <p>I: “Në rregull. Cila është sfida më e madhe juaja?”</p> <p>M: “Të gjej kohë për të menduar për të. Ne jemi shumë të zënë me punë. Unë dëshiroj të rritemi, ne e mendojmë atë. Por na duhet të mendojmë për burimet njerëzore në dispozicion.</p> <p>Mungesë burimesh njerëzore dhe kohe.</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

	<i>njëjtë çdo ditë.</i> Mungesë burimesh njerëzore dhe financiare. Rritja nuk do të ishte e mundur.	Rritja nuk do të ishte e mundur.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------

Melsi është shprehur se do të kishte dëshirë të rriste marketingun dhe shitjet si dhe të zgjeronte shërbimet e tij. Megjithatë, duket se ky nuk është prioriteti për momentin. Mungesa e hapësirës duket se është pengesa kryesore që krijon pasiguri për rritjen e përpjekjeve në marketing dhe shitje. Gjithashtu, mungesa e kapaciteteve mund të ndikojë në vendimin e tij për të s'postuar planet për rritjen e shërbimeve. Gjithashtu, burokracia i merr shumë kohë.

6.8.3 Analiza e një rasti individual

Siç është diskutuar në paragrafin 6.4.1 u krijuan “Ilogari të veçanta” rreth temave të gjëra dhe ku është e mundur, ato janë pasuruar me ilustrime të bizneseve të veçanta. King (2006) sugjeron që studiuesit duhet ti zbulojnë problemet në “zemrën e historive të pjesëmarrësve”, për të nxjerrë në pah individualitetin e çdo sipërmarrësi. Në këtë studim, informacionet e përzgjedhura nga shënimet e mbajtura për çdo rast individual u analizuan në përputhje me pyetjet e mëposhtme:

1. Çfarë ky person po përpiqet ti tregojë studiuesit rreth barrierave dhe mënyrave si ato influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes?
2. Cilat probleme, nëse ka të tilla, janë më stresante për individin dhe pse?
3. Si informacioni i mbledhur mund të shpjegohet nëpërmjet eksperiencës së pjesëmarrësve dhe motivimeve të tyre?

Përgjigjet e këtyre pyetjeve kishin për qëllim që të ndihmonin në njohjen e kontekstit të diskutimit dhe eksperiencave individuale të pjesëmarrësve për sa i përket barrierave të rritjes në bizneset e vogla.

Për ilustrim, më poshtë renditen disa barriera të M3 (Mirjami) në qëllimet e tij për të rritur linjën e prodhimit.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Tabela 6.13. Shembull i përshkrimeve të barrierave dhe qëllimeve të rritjes nga një pjesëmarrës.

<p>M3 (Mirjami)</p>	<p>Pyetjet që lindën, ndërkohë që analizohej informacioni i dhënë prej pjesëmarrësit.</p>
<p><i>Diskutim rreth qëllimeve të rritjes së linjës së produktit/shërbimit.</i></p> <p>M3 “Gjatë 2 viteve të ardhshme, ne do të kërkojmë për investitorë, me qëllim që të zgjerojmë linjën e prodhimit.</p> <p>Realizimi i qëllimeve të rritjes është zhvendosur.</p> <p>M3: “Kjo do të jetë e mundur vetëm pasi do të kemi gjetur investitorë, aktualisht ne nuk kemi ndonjë investitor.</p> <p><i>S: “Jeni duke kërkuar për investitorë shqiptarë apo të huaj?”</i></p> <p>M3: “Shqiptar. Nuk jam i sigurt nëse ndonjë investitor i huaj do të ishte i interesuar për një biznes të vogël si i imi. Nga ana tjetër, mendoj se situata politike në vendin tonë dhe tregu i vogël nuk janë shumë tërheqës për investitorët e huaj.”</p> <p><i>S: “Mund të shpjegoheni më qartë?”</i></p> <p>M3: “Nuk e di. Për momentin, investitorët e huaj mund të jenë më tepër të interesuar të investojnë në sektorë kyç, si nafta, gazi, minierat, etj.”</p> <p><i>S: “Pra, si konkluzion, çfarë mendoni se ndikon më shumë dhe e bën më të vështirë hapjen e një linje të re prodhimi për ju?”</i></p> <p>M3: “Mungesa e aksesit në kapital.”</p> <p><i>S: “Përse nuk merrni kredi nga banka?”</i></p> <p>M3: “Bankat kanë përqindje të larta interesi”.</p> <p>Burime të pamjaftueshm financiare. Rritja nuk duket se ka interes për momentin.</p>	<p>a) <i>Si shprehet personi i pyetur rreth barrierave?</i></p> <p>Në informacionin e marrë, barriera, <u>mungesa e aksesit në kapital</u>, lidhej me disa faktorë, përfshirë <u>kostot e larta të kredisë</u>, dhe sjelljet e investitorëve të huaj. Sipas të intervistuarit, janë këto probleme që e kanë bërë të vështirë aksesin në financë. Ky sipërmarrës është shumë i vendosur dhe ndjen që mungesa e aksesit në kapital mund të kapërcehet.</p> <p>b) <i>Çfarë i intervistuari shpjegon rreth mënyrave të cilat influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes?</i></p> <p>I intervistuari e konsideron barrierën mungesë aksesit në kapital, si një barrierë që e pengon në qëllimet e krijimit ose hapjes të një linje të re prodhimi.</p> <p>c) <i>Cilat probleme, nëse ka, janë më “stresuese” tek ky individ dhe pse?</i></p> <p>Aktivitetet të tilla si zhvillimi i degëve ekzistuese të biznesit kanë tërhequr aktualisht të gjithë vëmendjen ose fokusin e sipërmarrësit, megjithëse ai është i ndërgjegjshëm dhe shpreson në gjetjen e një investitori i cili do ta ndihmojë në financimin e linjës së re të prodhimit. Pra, problemi më i rëndësishëm këtu për sipërmarrësin është <u>gjetja e një investitori</u>.</p> <p>d) <i>Si mund të shpjegohet “raportimi” nga eksperiencia e këtij sipërmarrësi dhe motivimet e tij.</i></p> <p>Sipërmarrësi ka punuar 11 vjet me këtë kompani. Ai punon si menaxher dhe aksioner kryesor. Ai e konsideron veten tepër ambicioz dhe beson se ka potencial për rritje të biznesit. Këto pohime shërbejnë për të shpjeguar qëllimin e tij të rritjes. Për këto arsye mund të konkludohet se barrierat e raportuara më sipër, nuk do ta ndalojnë atë të realizojë qëllimet e tij.</p>

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Të tre teknikat – realizimi i analizave template, analiza matricore dhe kryerja e analizave më të thelluara të rasteve individuale – ishin të nevojshme ose shërbyen për identifikimin e temave që kanë lidhje me qëllimin kryesor të studimit dhe veçanërisht me nën-qëllimet e studimit të tretë.

6.8.4. Temat

Pasi bëmë një përmbledhje se si u analizua informacioni, në këtë seksion ne do të diskutojmë gjetjet e studimit. Siç kemi diskutuar në kapitujt e mësipërm, janë identifikuar 2 tema të rëndësishme, që “përfaqësojnë” mënyrën se si barrierat influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes. *Së pari, barrierat formojnë qëllimet për rritje ose jo rritje.* Në shumicën e rasteve, ndikimi në qëllimet e rritjes ishte negativ – d.m.th., me përjashtim të disa sipërmarrësve, të cilët mendonin se barrierat ndonjëherë janë dhe nxitës të rritjes. *Tema e dytë, barrierat formojnë realizimin e qëllimeve të rritjes,* bazohet në ato informacione të sipërmarrësve ku qëllimet e rritjes janë prezente por pronarët/menaxherët ose nuk mund ti realizojnë ato për shkak të barrierave ose kanë dashur ti realizojnë por barrierat kanë penguar procedimin e mëtejshëm.

Ky seksion është organizuar sipas secilës temë. Përpara se të analizohen temat, në tabelat 6.14 dhe 6.15 është dhënë një përmbledhje e përshkrimeve të nëntemave.

Tabela 6.14. *Përshkrimet e nëntemave për temën A.*

Tema: A	Përshkrimi:
Barrierat formojnë qëllimet e rritjes ose të jo rritjes	
<i>(A.1) Barrierat pengojnë pronarët/menaxherët në qëllimet e tyre të rritjes.</i>	Qëllimet për rritje mungojnë sepse disa barrierat kërcënojnë mbijetesën e firmave, dhe këto barrierat janë konsideruar si tepër të rëndësishme nga pronarët/menaxherët. Përpjekjet fokusohen jo në rritjen por në minimizimin e humbjeve të firmës.
<i>(A.2) Barrierat “minojnë” qëllimet e rritjes.</i>	Qëllimet e rritjes “minohen” nga barrierat kronike institucionale dhe përpjekjet e pronarëve/menaxherëve fokusohen më tepër në kapërcimin e këtyre barrierave sesa në rritjen e firmës.
<i>(A.3) Barrierat krijojnë dyshime rreth qëllimeve të rritjes.</i>	Qëllimet e rritjes vihen në dyshim kur mendohet se barrierat janë të vështira për tu menaxhuar.
<i>(A.4) Barrierat ofrojnë nxitje për</i>	Barrierat rrisin vendosmërinë e pronarëve/

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

<i>rritje.</i>	menaxherëve, në qëllimet e tyre në rritje. Kjo ndodh kur mbijetesa e biznesit shihet në rrezik nëse barrierat nuk menaxhohen. Përpjekjet fokusohen në kapërcimin e barrierave.
----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabela 6.15. Përshkrimet e nëntemave për temën B.

Tema B. Barrierat formojnë realizimin e qëllimeve të rritjes.	Përshkrimi.
(B.1) Barrierat zhvendosin qëllimet e rritjes.	Qëllimet e rritjes janë prezente dhe pronarët/menaxherët e kanë të qartë se ato do ti realizojnë këto qëllime në një kohë tjetër pasi ti kenë menaxhuar barrierat. Shpesh pak veprime janë ndërmarrë për të realizuar këto qëllime.
(B.2) Barrierat ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes.	Qëllimet për rritje janë prezente dhe pronarët/menaxherët po operojnë për realizimin e këtyre qëllimeve. Megjithatë, koha për menaxhimin e barrierave konsiderohet e gjatë.

Tema A: Barrierat formojnë qëllimet e rritjes ose jo rritjes.

Qëllimi i këtij studimi ishte të diskutohej me pronarët/menaxherët se si, ose në çfarë mënyre barrierat e perceptuara influencojnë qëllimin dhe sjelljet e tyre të rritjes. Gjatë analizës së informacionit të marrë gjatë intervistave, u përkufizuan 2 temat kryesore. Këto informacione u grupuan në katër nëntema. Seksionet e mëposhtme përshkruajnë këto katër nëntema.

Nëntema A.1: Barrierat pengojnë pronarët/menaxherët në qëllimet e tyre të rritjes.

Në disa raste, individët raportnin se nuk kishin dëshirë të rrisnin biznesin, madje nuk kishin fare qëllime të rritjes. Shumica e tyre si shkak përmendnin krizën financiare të vitit 2008 (kriza ekonomike financiare), e cila dukej se kishte krijuar një tjetër barrierë rritjeje, kërkesën e ulët të tregut. Pjesëmarrësit në intervista raportnin se gjatë krizës vëmendja dhe përpjekjet e tyre ishin përkushtuar në sigurinë e mbijetesës së firmës. Një pronar/menaxher i një kompanie ndërtimi, shpreh fokusin e tij në mbijetesë: “Në këtë periudhë, kërkesa po ulet me shpejtësi dhe sfida kryesore është mbijetesa.”

Disa pronarë/menaxherë të tjerë u shprehën për humbjet që ato kishin pësuar gjatë krizës financiare. Një pjesëmarrës theksoi se suksesi i biznesit të tij varet shumë nga gjendja e

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

ekonomisë shqiptare: *“Në qoftë se nuk do të ekzistojnë konditat ekonomike ne nuk do të kemi kërkesë. Aktualisht shumë biznese po mbyllen.”*

Një nga pronarët/menaxherët dha 2 arsye për frikën e mbijetesës së biznesit të tij. Së pari, ai tha se për të paktën një vit pas krizës *“njerëzit blejnë vetëm ushqimet dhe veshjet më të domosdoshme”* dhe nuk kanë para për investime në shtëpi (kërkesë e ulët tregu). Arsyeja e dytë sipas tij lidhej me qiratë e larta të ndërtesave.

Disa pjesëmarrës në studim, ndienin se kriza do të thellohej më tej në vitet e ardhshme. Njëri prej tyre u shpreh, *“një krizë tjetër na pret në dy vitet në vazhdim”*. Thellimi i mëtejshëm i krizës, bën që pronarët/menaxherët të marrin vendimin të mos rrisin madhësinë e biznesit.

Në përgjigje të krizës, shumë pronarë/menaxherë ishin detyruar të merrnin masa për uljen e kostove për të ruajtur burimet. Një nga pronarët u shpreh se ishte i detyruar të pushonte punëtorë nga puna ose të reduktonte pagat e tyre.

Për shumicën e pjesëmarrësve, efektet negative të krizës kishin një zgjatje të kufizuar. Brenda 2 vjetëve, shumica e bizneseve filluan të operonin me kapacitetin e tyre normal. Një pjesëmarrës u shpreh, *“Në vitin 2011 ne e ndjemë se kishim ardhur në të njëjtin nivel si në fund të vitit 2009”*.

Ndërkohë që kriza financiare ishte një nga barrierat e përmendura më tepër nga pronarët/menaxherët, ajo nuk ishte e vetmja. M14 raportonte se qiraja e ambienteve në të cilat ato punonin ishte shumë e lartë (*kosto e lartë e ambienteve*), gjë që komprometonte mbijetesën e biznesit. Në mënyrë që të rriteshin ato kërkonin ambiente më të mëdha. Për të ndërtuar ambiente të reja (*mos të merrnin me qira*) ato duhet të merrnin kredi nga banka. Por, sipas këtij pronari, interesat ishin *“barbare” (kosto e lartë e interesave)*.

Përveç kostove të larta të interesave dhe kostos së lartë të qirasë, shumica e pronarëve/menaxherëve ankoreshin edhe për numrin e lartë të taksave që duhet të paguanin. Njëri nga pronarët u ankua se vetëm vitin e fundit atij i kishin ardhur 23 inspektime nga institucione të ndryshme shtetërore përfshirë shëndetin, sigurinë, mjedisin, etj. Ai thekson, *“dhe të gjithë ato duhen paguar. Unë nuk e di kur kjo do të mbarojë ndonjëherë”*. Disa nga pronarët deklarorin se për të menaxhuar problemet ose barrierat ato duhet të përdornin lidhjet e tyre me administratën lokale ose qendrore.

Alba, (M2), konsideronte si një barrierë për rritjen e biznesit të saj edhe kulturën e keq menaxhimit të kohës në Shqipëri. *“Mua më duket se kjo është një sëmundje e shekullit, veçanërisht në Shqipëri”*.

Në përmbledhje, barrierat duken se i pengojnë pronarët/menaxherët në qëllimet e tyre për

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

rritje kur këto barrierat perceptohen si kërcënime për mbijetesën e bizneseve, dhe kur kërcënimet mendohet se janë të rëndësishme dhe akute.

Nëntema A.2: Barrierat “minojnë” qëllimet e rritjes.

Një mënyrë e dytë, më pak direkte, në të cilën barrierat influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes, ishte shterimi kronik i burimeve të biznesit, duke ulur mundësinë që pronarët/menaxherët të mendojnë të rriten. Shumë pjesëmarrës deklarorin se kohë pas kohe, vëmendja dhe përpjekja e tyre duhet të largoheshin nga rritja dhe të përqendroheshin në menaxhimin e humbjeve që rezultonin nga barrierat institucionale.

Shumë burokraci, inspektime të shpeshta, nevoja për ti dhënë bakshishe zyrtarëve ishin disa nga ankesat e pronarëve/menaxherëve. Sipas raportimeve të tyre, këto barrierat vazhdimisht shpenzonin burime të rëndësishme, veçanërisht kohën, paratë dhe fuqinë punëtore, të cilat mund të përdorreshin në aktivitete të tjera që kishin të bënin me rritjen e biznesit.

“Unë gjithmonë duhet të shpenzoj energji për të shoqëruar inspektorët e kontrollit. Në qoftë se do të kishte patur më pak burokraci, ne do të shpenzonim këto energji për diçka tjetër”. (M7)

“A ndikojnë këto inspektime në aftësinë për rritje të firmës?”

“Ato shpenzojnë kohën tonë. Ato kërkojnë vëmendjen tonë. Kështu në mënyrë të natyrshme, i gjithë sistemi nuk ndihmon, por shërben për thithjen e parave nga biznesmenët.” (M17)

“Ka ndikuar burokracia në rritjen e kompanisë tuaj?”

“Po sigurisht. Ajo kushton para. Ne nuk e kemi problemin në mospagimin e ryshfetit, por ne duhet të kalojmë në procedura të gjata burokratike për të zgjidhur problemet. Për çdo ngarkesë që ne marrim nga jashtë, ne duhet të përgatisim rreth 20 faqe dokumentacion.”

“Burokracia është gjithmonë e lidhur me mosmarrjen e vendimeve, përgatitjen e dokumentave, shpenzimin e parave. Burokratët vjedhin kohën tuaj dhe në këtë mënyrë ata vjedhin paratë e tua. Kjo është çfarë ata bëjnë.” (M 18)

Citimet e mësipërme se midis pronarëve/menaxherëve ekziston një përshtypje se, rregullat qeveritare (që ndërrojnë shpesh) dhe veçanërisht zyrtarët, konsumojnë kohën dhe janë të kushtueshëm.

“Ato gjithmonë do të gjejnë diçka që nuk është e pastër nëse ata duan”. (M 10)

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

M12 thotë: *“Ryshfetet janë veçanërisht të nevojshme kur mungojnë njohjet personale. Megjithatë edhe njohjet personale nuk janë gjithmonë të vlefshme sepse zyrtarët ndërrohen shpesh.”*

Një nga pjesëmarrësit i konsideron ryshfetet si *“politika afat-shkurtra”* (M 4). Ai shton, *“nëse ata marrin para një herë, ato do të kërkojnë përsëri”*. Pra, nga intervistat rezulton se shumica e pjesëmarrësve e ndjejnë se duhet të menaxhojnë barrierat ligjore duke dhënë ryshfete, duke krijuar relacione me zyrtarët, dhe/ose duke ndërmarrë veprime ilegale. Pse pronarët/menaxherët ndërmarrin të tilla aktivitete kur ata e dinë se duke vepruar në këtë mënyrë nuk do të kenë ndonjë efekt pozitiv dhe në fakt shfrytëzojnë disa burime të rëndësishme të cilat mund ti investonin? Nga intervistat rezulton se në shumicën e rasteve ekzistonin dy arsye për këto lloj sjelljeje të cilat lidheshin me ndjenjat dhe të qenit vulnerabel.

Arsyeja e parë lidhej me besimin e disa pronarëve/menaxherëve se në praktikë sistemi ligjor ishte shumë i kushtueshëm (taksa të larta) dhe jo efektiv (zbatim i dobët i ligjit). Një pjesëmarrës u shpreh: *“Të shkosh në gjyq për të kërkuar të drejtën tënde është shumë më e kushtueshme se sa të mos bësh asgjë”* (M9). Ai vazhdon, *“Është shumë e vështirë të shkosh në gjyq. Edhe nëse do të jemi të suksesshëm në gjyq, askush nuk do të paguajë.”* M12 shprehet se ai ishte i detyruar të mbyllte dyqanin për shkak të gjobës së lartë që ishte vendosur nga inspektorët e taksave.

“Policia tatimore shpesh na akuzon se ne i bëjmë gjërat jo sipas ligjit. Ne përpiqemi ti argumentojmë se kemi vepruar në përputhje me një akt ligjor, i cili mund të bie në kundërshtim me një akt tjetër ligjor. Rezultati është një gjobë e lartë”.

Iliri (M10) shpjegon se shpesh *“vetëm në letra, ne detyrohemi të mbyllim biznesin. Shumë njerëz veprojnë në këtë mënyrë kur kanë probleme me autoritetet. Ata mbyllin të gjithë llogaritë bankare dhe hapin një tjetër firmë që vazhdon punën”*. Megjithatë ai mendon se biznesi i parë i tij *“kishte një histori të mirë”* dhe mbylljen e tij e konsideron si një humbje. Tepër i shqetësuar ai deklaroi: *“unë jam i pasigurt për të ardhmen e biznesit tim”*. Zyrtarët mund të gjejnë në ç’do moment në përputhje me ligjin dhe të vendosin gjoba të larta derisa ti të detyrohesh të mbyllësh biznesin. Kështu që unë nuk jam i sigurt se në të ardhmen do të vazhdoj pikërisht me këtë biznes”.

Në rastin e Ilirit duket se problemet që ai ka me inspektorët e taksave jo vetëm reduktojnë shanset e tij për rritjen e biznesit në të tashmen, por njëkohësisht *“shuajnë”* synimet për rritjen në të ardhmen. Ai beson se autoritetet nuk janë mbështetës të bizneseve të vogla për shkak se këto biznese shpesh nuk paguajnë këto taksa dhe janë më të vështirë për tu kontrolluar. Për këtë arsye zyrtarët tregohen të ashpër me këto biznese dhe *“shumë të*

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

shpejtë” për vendosjen e gjobave.

“Çfarë ju bën të mendoni në këtë mënyrë?”

“Unë mendoj se në ndërmarrjet e mëdha është më e lehtë të mblidhen taksat dhe të kontrollohen ato”.

Një tjetër pjesëmarrës në studim u ankua për inspektimet e shpeshta duke pretenduar se për shkak të tyre ai nuk kishte qëllim të rritej.

“Dhe tani mendoni se ju dëshironi të rriteni hap pas hapi (gradualisht)?”

“Nuk e di. Shumë inspektorë. Unë nuk do të dëshiroja të isha një biznes i madh në Shqipëri.”

“Përse?”

“Është shumë e rrezikshme për disa arsye.” (M2)

Arsyeja e dytë që pronarët/menaxherët ishin të pakënaqur me zyrtarët kishte të bënte me faktin sepse ato, në çdo rast, rrisin pengesat administrative. Gjetjet e studimit sugjerojnë se pjesëmarrësit herë pas here i fshehin kërkesat financiare të zyrtarëve sepse në këtë mënyrë ato do të krijonin një imazh negativ që do të çonte në rritjen e gjobave, eventualisht në dështimin e biznesit. Një nga pjesëmarrësit (M9), pronari i një furre buke, i cili operonte në dy zona të ndryshme la të kuptohej se meqenëse furra e bukës në zonën e dytë ishte e sapo krijuar ishte e rëndësishme të bënte një përshtypje të mirë tek zyrtarët lokalë. Për ta realizuar këtë, ai bashkëpunoi me administratën lokale për të organizuar një “business competition”, për të përzgjedhur furrën e bukës më të mirë të zonës.

“Në qoftë se do të merrnim çmimin e parë, ato do të na jepnin ne të drejtën për të zgjedhur një vend brenda qytetit për të hapur një furrë buke”.

Megjithatë për organizimin e këtij eventi atij i duhej të shpenzonte kohë dhe para. Kur u pyet përse duhet ta bënte këtë, ai u përgjigj: *“Mua më duhet të krijoja njohje në atë zonë. Unë duhet të jem një djalë i mirë. Është më mirë të bësh miq sepse përndryshe inspektimet e herë pas hershme do të ma bëjnë jetën të vështirë. Kudo që ju përpiqeni të ngrini kokën më lart se sa të tjerët, ju do të vuani xhelozinë e të tjerëve.”*

M2, deklaroi se: *“Qëllimet e saj të rritjes janë shumë të qarta, por problem është gjetja e fuqisë punëtore të aftë dhe me dëshirën për të punuar. Ti investon në trajnimin e fuqisë punëtore, dhe pas kësaj ato largohen me mendimin për të hapur një biznes të vetin. Këtu nuk funksionojnë kontratat e punës dhe detyrimet përkatëse që lindin nga to.”*

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Nga citimet e mësipërme duket se barrierat ligjore, veçanërisht burokracia dhe inspektimet e shpeshta perceptoheshin nga pjesëmarrësit si tepër të rëndësishme duke i detyruar ato të japin ryshfete ose të krijojnë lidhje. Kjo bën që vëmendja dhe burimet të ç'vendosen nga aktivitet dhe qëllimet e rritjes. Sa më sipër bën që të kemi pasoja negative dhe frikë për mbijetesën e bizneseve.

Nëntema A3: Barrierat rrisin pasigurinë për qëllimet e rritjes.

Në disa raste barrierat rrisin pasigurinë për qëllimet e rritjes. Për këtë arsye, nga njëra anë pronarët/menaxherët duket se mendojnë për rritjen dhe kanë qëllime konkrete për rritjen dhe nga ana tjetër ata janë të paqartë nëse duhet të punojnë për të realizuar këto qëllime. Këto ndjenja rezultojnë pjesërisht nga frika se rritja e biznesit mund ti ekspozojë ata ndaj barrierave që ose janë të vështira për ti menaxhuar ose ata nuk janë të përgatitur për ti menaxhuar. Këto barrierat mund të vënë në pikëpyetje mbijetesën e biznesit. Pjesëmarrësit në studim e ndjejnë se ato duhet të jenë shumë të kujdesshëm me rritjen në mënyrë që ato të ruajnë kontrollin e biznesit.

Nga intervistat e bëra mund të japim dy shembuj të këtyre dyshimeve. Në të dy rastet pronarët/menaxherët përshkruanin se kishin patur eksperiencën të dhimbshme dhe kishin shumë frikë se ato mund të përsëriteshin nëse ato do të bënin përpjekje për rritjen e biznesit të tyre.

Në shembullin e parë, dyshimet e pronarit të intervistuar përsa i përket rritjes, e kishin bazën në disa barrierat të rritjes.

M5 ishte vetëm 50 vjeç, por operonte në këtë biznes për afërsisht 14 vjet. Në fillim të viteve '90, kur ai ishte akoma një student ai filloi të blinte CD në Tiranë dhe ti shiste ato në disa dyqane në Durrës. Për kohën, regjistrimi CD-ve ishte diçka e re në treg dhe shpesh pronarët e dyqaneve pyesnin “çfarë janë këto?”. Ai nisi të merrej me këtë lloj biznesi për shkak të nevojës për para dhe interesit në muzikë. Por në vitet e mëvonshme ky lloj biznesi rezultoi jo fitimprurës. Njerëzit nuk blinin CD. Atyre u kushtonte më lirë ti kopjonin nga shokët apo miqtë. Në vitet 1999 ai vazhdoi biznesin me vëllain duke blerë një dyqan për shitjen e pajisjeve shtëpiake. Për të financuar rritjen ata huazuan para nga sektori privat. Për kohën, deklaroi M5, “nuk kishte shumë para” dhe bankat “nuk jepnin kredi për biznese të tilla të vogla” (mungesa e aksesit në kapital). Paratë nga sektori privat ishte shumë e thjeshtë të siguroheshin por ishin me interesa shumë të larta (kosto e lartë e kapitalit të huazuar).”

Si rezultat i krizës ekonomiko-financiare të vitit 2008, biznesi pësoi humbje të mëdha. Kur u pyet për qëllimet e tij të rritjes, M5 u përgjigj se dëshironte të hapte një dyqan dhe të zgjeronte linjën e prodhimit. Si një nga problemet më të mëdha për realizimin e këtij

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

qëllimi ai konsideronte mungesën e aksesit në kapital. *“Nëse unë do të kisha kapital, do të ishte më e lehtë për mua të zhvilloja biznesin tim, të hapja dyqane të reja dhe të rrisja numrin e produkteve”.*

Megjithatë ai nxitonte të thonte se nuk ishte e lehtë të realizonte këto qëllime, pasi ai nuk dëshironte të merrte kredi.

“Nëse ju do të merrni kredi, ju duhet të paguani interesa të larta. Kjo do të ishte shumë e mirë nëse situata do të ishte e stabilizuar. Por nëse rimendojmë krizën e vitit 1997 dhe atë të 2008-ës, është shumë e vështirë për ju të paguani kredi, ndërkohë që nuk keni mundësi të shisni. Kështu ne përpiqemi të punojmë me paratë tona dhe të jemi më të qetë me veten”.

Pra në përmbledhje të deklaratave të M5, mund të themi se barriera për rritjen ishin kosto e lartë dhe njëkohësisht kriza ekonomiko-financiare. Për shkak të kësaj eksperience ai preferonte ti realizonte qëllimet e tij të rritjes duke ri-investuar në biznes. Ai deklaroi se mund të konsideronte marrjen e kredive afat-shkurtra të cilat i përshkruante si “jo të rrezikshme”. Nga ana tjetër, nëse ai dëshironte të hapte një dyqan, kjo do të varej nga kosto e qirasë, të cilat ishin në rritje (kosto e lartë e ambienteve).

“Në vjeshtë unë do të përpiqem. Por, unë nuk e di cila do të jetë situata sepse çmimet e qirasë po rriten dhe numri i klientëve po ulet, për këtë arsye, unë nuk jam i sigurt nëse do të realizoj qëllimin tim.”

Pra në këtë shembull del e paqartë nëse ky pronar do të realizojë objektivat e rritjes ose kjo do të varet nga situata. Pra, dyshimet e tij dhe frika që ai nuk do të jetë i aftë të menaxhojë barrierat e rritjes mund të pengojnë realizimin e qëllimeve. Për këtë ekzistojnë dy arsye. Arsyeja e parë lidhet me eksperiencën e së kaluarës. Arsyeja e dytë ka të bëjë me faktin se në çfarë drejtimi ai duhet të rritet në të ardhmen. Tre vjet më parë ai riorganizoi biznesin, delegoi më tepër përgjegjësi tek menaxherët e dyqaneve, punësoi staf shitje dhe modernizoi imazhin e dyqaneve:

“Tre vjet më parë, unë isha i qartë se çfarë duhet të bëja, por tani nuk jam shumë i qartë për të ardhmen”.

Pasiguria si të procedojë për të ardhmen duket një problem për këtë pronar, e cila rezulton nga eksperiencat negative të së kaluarës.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Shembulli 2 – Rolandi (M7): *“Nuk kam axhendë të fshehur”*.

Nga deklaratat e këtij pronari shohim një shkallë dyshimi kundrejt qëllimeve të rritjes. Ky pronar rezulton të jetë shumë i kujdesshëm dhe tepër dyshues për rritjen si rezultat i eksperiencave negative të së kaluarës.

Në 1992, Rolandi u përpoq të hapte një biznes të bimëve medicinale. Ai thotë: *“Ne nuk dinim asgjë çfarë ishte biznesi”* (mungesa e eksperiencës) (edukimi).

Gjatë intervistës M7 raporton se ai dëshironte të rriste marketingun dhe shitjen e produkteve. Midis të tjerave kjo kërkonte krijimin e një website dhe shpërndarjen e fletëpalosjeve tek klientët potencialë.

“Gjërat filluan të ecin shumë ngadalë. Ne nuk kishim stafin e mjaftueshëm dhe megjithatë unë nuk kisha dëshirë të punësoja të tjerë në biznesin tim. Unë dëshiroja ta mbaja biznesin familjar sepse kjo do ta bënte më të lehtë menaxhimin.”

M7 thekson se nga ana tjetër ambientet aktuale nuk lejonin mundësinë e rritjes së numrit të stafit (mungesë sipërfaqeje), por arsyeja kryesore dukej se ishte mosbesimi. Ai shpjegon se, nëse e mban biznesin e vogël, ti ke më shumë mundësi për kontroll.

“Unë nuk do të isha i aftë të menaxhoja një kompani të madhe sepse unë dua ti shoh dhe ti ndjej njerëzit”.

Bazuar në deklaratat e mësipërme është shumë e lehtë të kuptojmë dyshimet e M7 për zgjerimin e marketingut dhe shitjeve dhe për punësimin e njerëzve të tij. Kjo e fundit duket se e ka burimin në një incident që kishte ndodhur disa vite më parë i cili kishte vënë në rrezik mbijetesën e biznesit. Në fillim të intervistës M7 filloi të fliste në mënyrë spontane rreth mundësisë së punësimit të njerëzve “pa axhenda të fshehta”. Kjo të lë të kuptosh se ai kishte patur në të kaluarën probleme me një punonjës, i cili kishte filluar të abuzonte:

“Ky punonjës, sipas mendimit tim kishte disa qëllime jo të mira. Në Shqipëri këto gjëra ndodhin. Ideja ishte se ai donte të merrte biznesin tim”.

Situata degjeneroi në një pikë krize kur policia tatimore erdhi që të sekuestronte ndërtesën në kohën që M7 ishte jashtë vendit. M7 e pranonte që kishte bërë gabime në atë kohë. Sikundër shumë biznese ai kishte dashur të shmangte disa taksa. Këto veprime i ishin bërë të njohura inspektorëve nga punonjësi i tij. M7 arriti ta menaxhonte situatën duke kërkuar disa favore prej miqve dhe shokëve: *“Fatmirësisht kemi disa miq. Në Shqipëri është shumë e rëndësishme të kesh network. Ju duhet të përpiqeni të zbuloni kush është kundër*

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

jush, me ju dhe kush ka një axhendë të fshehur.” Pas këtij incidenti, u pushuan nga puna disa punonjës. Ai shton, “Kanë mbetur pak punonjës. Madje dhe ata nuk janë të sigurt”.

Së treti, M7 deklaroi se aktualisht ata janë shumë të kujdesshëm me pagesën e taksave. *“Ne tani i bindemi plotësisht ligjeve”.*

Kështu që dyshimi dhe pasiguria e M7 në drejtim të rritjes së biznesit mund ta ketë burimin nga dëshira për të mos punësuar punonjës të rinj, të cilët do ta ekspozonin atë ndaj barrierave të tilla si kërcënimi i sigurisë.

Gjatë gjithë intervistës M7 përsëriti disa herë problemin e pasigurisë. Ai bënte dallimin e “sigurisë nga brenda” me “sigurinë nga jashtë”. Ai e përkufizonte “sigurinë nga jashtë” si një rast kur konkurrentët përdornin kontaktet e tyre me administratën shtetërore për të nxjerrë dikë jashtë biznesit. Ai pretendonte se kishte një eksperiencë të tillë.

Prandaj, mundet që shqetësimi i M7 për menaxhimin e rritjes dhe barrierave të rritjes ka formuar qëndrimin e tij ndaj rritjes. Qëllimi i tij për tu zgjeruar është dytësor krahasuar me dëshirën për të ruajtur kontrollin.

Nga shembujt e mësipërm konkludojmë se barrierat rrisin dyshimet për rritje, si në rastin kur këto barrierat perceptohen që kërcënojnë mbijetesën e biznesit dhe/ose kur ato konsiderohen të vështira për tu menaxhuar.

Nëntema A4: Barrierat ofrojnë nxitjen për rritjen.

Një pjesë e vogël e pjesëmarrësve në studim deklaruan se dëshira për rritje nuk dobësohej nga barrierat por përkundrazi nxitet nga ato. Barrierat, në këtë rast, perceptohen të kenë efekte lehtësuese dhe nxitëse në rritjen e biznesit. Në këto raste pjesëmarrësit besonin se nëse barrierat nuk menaxhoheshin mirë, kryesisht konkurrenca e lartë, ato kërcënonin mbijetesën afatgjatë të biznesit. Kështu, pjesëmarrësit e ndjenin se vetëm duke patur synime rritje mund të rifitojnë kontrollin e situatës dhe të reduktojnë kërcënimet. Disa pjesëmarrës deklaruan se nëse ato nuk rriten, biznesi i tyre ose “do të vdesë” ose “do të vritet” (M12). Një nga pjesëmarrësit komentoi:

“Kur ju nuk rriteni në mënyrë të qëndrueshme ju e ndjeni se diçka po ju shtyp. Ju duhet të rriteni në mënyrë që të reduktoni riskun”. (M16)

Më poshtë jepen dy shembuj të detajuar të cilët tregojnë se si barrierat lehtësojnë dhe nxisin rritjen. Në të dy shembujt pjesëmarrësit motivohen të realizojnë qëllimet e rritjes dhe të menaxhojnë barrierat e rritjes me qëllim që të reduktojnë mundësinë e dështimit të biznesit në një periudhë afat-gjatë.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Shembull 1 – M21: *“Ai më nxit mua, ai nxit njerëzit e mi.”*

Ky pronar përshkruan se si objektivat e rritjes u bënë më ambicioze kur ai u ballafaqua me disa barriera. M21 shpjegon se vitet e para të fillimit të biznesit ishin shumë të vështira. Kontratat, veçanërisht ato me shtetin ishin të paracaktuara. Megjithatë, mbas tre vjetësh kompania filloi të operonte më mirë dhe manaxhimi po kërkonte mundësinë për rritjen e fitimeve. Një mundësi ishte të zgjeronte linjën e prodhimit dhe tjetra ishte të blinte një biznes tjetër. Numri i punonjësve në tre vjet u rrit nga 7 në 35 punonjës. U bënë strukturime të brendshme, u krijuan tre departamente, ai i financës, i prodhimit dhe shitjeve. Manaxhimi i biznesit kishte ndryshuar, tashmë ai kishte emëruar një drejtor të përgjithshëm. Së fundi, biznesi ishte zhvendosur në disa ambiente më të mëdha. Kur u pyet si kishte mundur të rriste biznesin brenda tre vjetëve, M21 u përgjigj se rritja ishte mundësuar nga investimet në procesin e prodhimit, me qëllim mbrojtjen e pozicionit në treg:

“Konkurrentët e mi kishin pozicione të fuqishme dhe tregu është shumë i vogël. Bizneset e vogla po gëlltiteshin nga bizneset e mëdhenj”.

Frika se mund të humbnin pjesën e tregut bëri që M21 dhe partnerët e tij në biznes të zgjeronin prodhimin.

“Nëse unë nuk do të kisha rritur biznesin, meqenëse tregu është i vogël, do të më duhej të dilja nga tregu dhe të filloja një biznes tjetër”.

Vetëm pas kësaj eksperience M21 besonte se rritja ishte e domosdoshme. Kur u pyet se cili ishte synimi i tij për rritjen, ai tha: *“Unë do të dëshiroja të qëndroja në të njëjtën madhësi, por tani unë e kuptoj se nuk mund ta bëj këtë. Konkurrentët po na rrinin vazhdimisht mbi kokë”.*

Pra, M21 i atribuonte ndryshimin e objektivit të rritjes konkurrencës së lartë. Kur ai u pyet se cila ishte barriera më e rëndësishme që kishte ndikuar në rritjen e biznesit, ai deklaroi: *“Për momentin është konkurrenca. Sepse konkurrenca më nxit mua, nxit dhe njerëzit e mi. Në të njëjtën kohë rritja më bën më të besueshëm ndaj furnitorëve të mi.”* Nga deklaratimet e M21 nënkuptohet se aftësia e tyre për të menaxhuar me sukses konkurrencën dërgon sinjale te furnitorët që firma është vërtet e fuqishme. Ndofta këtu është rasti që duke bërë investime në biznes dhe duke realizuar me sukses qëllimet e rritjes M21 fitoi besim në vetvete, gjë që rezultoi me fuqizimin e dëshirës për rritje të mëtejshme.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Shembulli 2 – M1: *“Çfarë duhet të bëj? Unë dëshiroj të rris të ardhurat e mia.”*

I intervistuari në shembullin e dytë ishte në procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes dhe menaxhimit e barrierave që kishin të bënin me rritjen. Siç rezulton dhe nga shembulli i parë, dëshira e saj për rritje nxitej pjesërisht nga presioni i konkurrencës. Elida (M1), pronare/menaxhere i një kompanie të vogël, e specializuar në një kompani botimesh, e nisi biznesin në 1999 me të shoqin. Tani rreth 55 vjeç, ajo pretendon se kompania e saj është ndër 5 kompanitë më të mira të botimeve dhe punëson rreth 50 punonjës. Në vitin 2004, ajo kishte pësuar një reduktim të numrit të stafit duke humbur më tepër se 30 përqind të dizenjuesve, për shkak të konkurrencës. Disa herë gjatë intervistës, Elida përmend se ishte shumë e vështirë të gjeje dizenjues të mirë. (mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar) Pavarësisht këtij stanjacioni, në vitet pasuese, biznesi ka pësuar rritje në numrin e punonjësve dhe në të ardhurat nga shitja. Ajo besonte se rritja e të ardhurave ishin një faktor i rëndësishëm për të siguruar staf të aftë.

“Konkurrenca për fuqi punëtore të kualifikuar në këtë sektor është e ashpër. Është e vështirë të gesh talente të reja. Unë duhet ta paguaj më tepër stafin. Kështu çfarë mund të bëj? Unë duhet të rris të ardhurat.”

Elida e ndjente se i vetmi option ishte rritja. Për të siguruar dhe për të mbajtur stafin, ata duhet të vazhdojnë të rriten dhe të përpiqen të prodhojnë produkte me vlerë të shtuar më të madhe.

“Ne po luftojmë për të realizuar qëllimin tonë të rritjes së të ardhurave. Ne e kuptojmë se duhet të fokusohemi. Ne jemi një kompani prodhimi dhe duhet të gjejmë fushat ku kemi kompetencat. Por megjithatë, brenda këtyre fushave, ne duhet të lëvizim gjatë zinxhirit të vlerës.”

“Si mendoni se do ta bëni këtë lëvizje?”

“Të mësojmë, të mësojmë dhe vetëm të mësojmë. Unë po përpiqem ta fokusoj biznesin në një fushë të caktuar, aty ku ne dimë më shumë.”

Kur u pyet se çfarë e pengonte atë të kalonte aktivitetin e saj në produktet që kanë vlerë të shtuar, Elida u përgjigj “konkurrenca”. Sipas saj, konkurrenca ishte barriera kryesore për biznesin e saj. Më poshtë ajo shpjegon ndikimin e konkurrencës dhe si ata përpiqen ta përballojnë atë: *“Absolutisht konkurrenca. Ata nuk duan që ne të rritemi. Është një lloj si manaxhimi i një restoranti. Ju jeni një kuzhinier i shkëlqyer dhe keni një numër të madh recetash gatimi. Ju ja delegoni gatimin dikujt tjetër, por nuk i jepni recetat. Ata ju vlerësojnë ju sepse ju i njihni recetat. Pra, arkitektura e gatimit dhe dizenjimi i pjatave është në dorën tuaj. Pra, unë i mbledh njerëzit e mi dhe i them, kujdes, gjëja më e*

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

rëndësishme janë njohuritë tuaja, kështu përpiquni gjithmonë ti përmirësoni ato.”

Nga sa thamë më sipër duket qartë që ndikimi i konkurrencës në qëllimet e rritjes është i dyfishtë. Nga njëra anë konkurrenca shihet si një pengesë për rritjen duke e përqendruar vëmendjen në përmirësimin e aftësive. Nga ana tjetër, konkurrenca nxit rritjen sepse biznesi ka frikë nga dështimi, në rast se do të ulë pjesën e tregut.

Siç tregojnë dhe gjithë shembujt e mëparshëm, barrierat gjithashtu mund të nxisin dëshirën për rritje. Pra, këtu kemi të bëjmë me rastin kur barrierat perceptohen nga pronarët/menaxherët si kërcënime për mbijetesën afatgjatë të biznesit dhe e vetmja mënyrë për të reduktuar këtë kërcënim është rritja.

Barrierat përcaktojnë realizimin e qëllimeve të rritjes.

Analiza e intervistave na mundësoi informacion që ishte të bënte me realizimin e qëllimeve, veçanërisht me faktin se sa shpejt dhe sa shumë firmat rriten. Brenda kësaj teme kryesore janë analizuar dhe dy nëntema.

Nëntema B1: Barrierat zhvendosin qëllimet e rritjes

Kjo temë e ka bazën në përgjigjet e disa menaxherëve të cilët mendonin se barrierat luajnë një rol të rëndësishëm në zhvendosjen e qëllimeve të rritjes për atë kohë sa të sigurohen burimet e nevojshme. D.m.th pronarët/menaxherët kanë dëshirë të rriten dhe kanë njëkohësisht objektiva të rritjes. Por, ato nuk kanë aktualisht burimet e nevojshme financiare. Për këto arsye qëllimet e rritjes mbeten të porealizuara për një periudhë kohe. Një i intervistuar komenton, “*Ne na duhen investime për të bërë një hap të madh në treg*” (M7).

Një tjetër shprehet, “*Kapitali që ne na nevojitet është jashtë mundësive tona*” (M6).

Shumica e të intervistuarve vinin theksin në burime të pamjaftueshme financiare. Më poshtë jepen shembuj të shkurtër nga katër pjesëmarrës në intervistë. Në të gjitha rastet, pjesëmarrësit pohonin se kishin mungesë burimesh financiare për të realizuar qëllimet e rritjes.

Shembulli 1, M3. “Unë duhet të pres për kohë më të mira”.

Në shembullin e parë i intervistuari kërkon një shumë të rëndësishëm kapitali për të zgjeruar biznesin. Ai shpjegon se qëllimet e tij të rritjes janë zhvendosur për një farë kohe, për shkak të faktorëve të jashtëm, jashtë kontrollit të tij, kryesisht nga mungesa e aksesit në kapital.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

M3 ishte një djalë i ri rreth të 40-ve. Para se të bëhej pronar/menaxher, ai punonte si inxhinier në një firmë ndërtimi. Në vitin 2003, ai themeloi një shoqëri me përgjegjësi të kufizuar, me zyra qendrore në Tiranë. Kompania prodhon allci që përdoret në sektorin e ndërtimit në Shqipëri. Që nga fillimi i biznesit, M3 raporton se kishte dyfishuar madhësinë e biznesit nga 20 në 35 punonjës.

Kohët e fundit, M3 kishte marrë një kredi të vogël, me interes 7.5 përqind nga një fondacion zhvillimi. Ndërkohë që ai besonte se kjo kredi do të ndihmonte atë të dyfishonte shitjet e gazetave, ai e ndiente se ishte i paaftë përsëri të zinte një pjesë të lartë tregu në Tiranë. Ai e ndiente se kishte nevojë për sasira më të mëdha kapitali, dhe për këtë po mendonte të lidhej me investitorë të huaj. Megjithatë ai shprehej se kishte shumë dyshime nëse duhej të investonte në Shqipëri apo jo. Për këtë arsye ai shprehet: *“Planet tona duhet të presin për kohë më të mira. Strategjitë tona afat-gjata janë për të tërhequr investitorë të huaj në fushën e medias. Por, unë kam frikë se investitorët nuk janë shumë të bindur për të investuar në Shqipëri. Akoma ata e mendojnë vendin që ka risk të lartë.”*

Në përmbledhje të sa më sipër mund të themi se kosto e lartë e kapitalit ishte një nga barrierat që bënte të mos realizoheshin qëllimet e rritjes. Ai mendonte se e vetmja zgjidhje ishte që të lidhej me investitorë të huaj. Për këtë arsye, ai i zhvendos qëllimet e rritjes në 5 vjetët e ardhshëm.

Kur M3 u pyet përse dëshironte të rritej, ai tha, *“Sepse unë kam ambicie dhe këtu në Shqipëri ka shumë shanse”*.

Shembull 2 – Arjana: “Nuk është kaq e thjeshtë”

Në shembullin e dytë, pronari/menaxheri i zhvendos qëllimet e rritjes deri në një kohë që të jetë i aftë, të riinvestojë në biznes; Kur ajo të ketë shlyer kredinë dhe të ketë grumbulluar disa burime financiare. Ndryshe nga shembulli i parë, qëllimet e Arjanës për rritje janë më modeste dhe nuk synohet marrja e kapitalit nga jashtë.

Ajo ishte e re kur në vitin 1999, vetëm 9 vjet pas hapjes së tregut shqiptar, investoi në një biznes të saj in në kultivimin e frutave dhe perimeve. Gjatë 10 viteve të fundit, kompania është zgjeruar dhe aktualisht punëson 31 punonjës me kohë të plotë dhe 20 punëtorë të tjerë sezonalë.

Në përgjigje të pyetjes se cilat ishin objektivat e biznesit të saj, ajo u përgjigj se dëshironte të zgjeronte linjën e prodhimit duke ri-investuar fitimet. Ajo e konsideronte marrjen e kredisë si aspak atraktive dhe jo të leverdishme.

Gjithashtu Arjana e vuri theksin në numrin e madh të taksave lokale dhe rajonale të cilat

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

bënin që pozita e saj financiare të mbetet e dobët. (barrierat minojnë qëllimet e rritjes)

Ndryshe nga shembulli i parë, Arjana duket sikur ka objektiva modeste për rritjen. Ajo pranoi se nuk kishte kurrë qëllime për të qenë një kompani e madhe. Ndofta ky qëndrim konservator i Arjanës në drejtim të rritjes, vinte dhe për shkak të eksperiencës që kishte pasur në zgjerimin e biznesit në të kaluarën. Ajo shprehet, “*Mua mu deshën 3 vjet ta merrja veten pas ndarjes me partnerët*”.

Të tjerë pronarë/menaxherë raportuan barrierë, të cilat zhvendosnin qëllimet e tyre të rritjes. Ata shpjeguan se kishin dëshirë të rriteshin, por kjo akoma nuk ishte e mundur për shkak të barrierave. Fillimisht ato duhet të menaxhojnë këto barrierë, të cilat kërkojnë kohë. Për këtë arsye qëllimet e rritjes janë zhvendosur.

Nëntema B2: *Barrierat ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes.*

Në disa raste pronarët/menaxherët pohonin që kishin dëshirë të rrisnin biznesin dhe kishin objektiva specifike rritjeje por megjithatë ekzistonin disa barrierë për ti realizuar ato. Sipas deklarimeve të intervistuarve, për shkak të këtyre barrierave ato kishin patur humbje të biznesit dhe i duhej një punë e madhe për ta rimarrë veten. Barrierat që u përmenden më tepër nga të intervistuarit ishin: burokracia dhe mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar. Lidhur me burokracinë shumica e të intervistuarve ankoheshin për kohën e gjatë që i duheshin për të marrë leje për zgjerimin e aktivitetit të tyre. Shumë e rëndësishme për të intervistuarit ishte besimi se objektivat një ditë do të realizoheshin por jo në kohën që ata dëshironin. Një nga të intervistuarit deklaroi:

“Ju nuk mund ti bëni gjërat në kohën e duhur sepse ka shumë probleme ose gjërat kërkojnë më tepër kohë këtu në Shqipëri në krahasim me vendet Perëndimore. Kështu në qoftë se ju keni planifikuar të realizoni diçka brenda 10 ditëve, ajo do të realizohet në 1 muaj. Ju mund të keni nevojë të shkoni në një zyrë, por ju mund ta merrni përgjigjen vetëm pas 2 javësh. Sa herë që ju keni të bëni me zyrat e shtetit, të jeni të sigurt që nuk do të realizoni programin në kohën e duhur.” (M12)

Sipas pronarëve/menaxherëve, një nga shkaqet e kësaj burokracie janë dhe ndryshimet e shpeshta të rregullave dhe vendimeve. Një tjetër i intervistuar bëri një krahasim ndërmjet Shqipërisë dhe Maqedonisë:

“Unë isha ditët e fundit në Maqedoni dhe nuk ndjeva se burokracia kishte përmasat tona.”

Sipas të intervistuarve, burokracia kishte një efekt indirekt në rritjen e biznesit.

Një tjetër pjesëmarrës në studim (M3), përdori një metaforë për të shpjeguar ngadalësinë e zhvillimit të rritjes së biznesit në Shqipëri. Ai pikturoi një kodër gjysma e të cilës ishte nën

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

ujë dhe një person nën ujë i cili po ngjiste kodrën. Ky person përfaqëson pronarët e biznesit në Shqipëri.

“Opinionimi është se bizneset e vogla në Shqipëri jetojnë nën ujë. Ndërsa personi që është mbi ujë dhe po i ngjitet kodrës është biznesi në Francë, Gjermani, Itali etj. Kështu unë e ndjej se ky është problemi kryesor. Kur ju jeni duke notuar vetëm atëherë ju mund ta besoni se si një person ndihet nën ujë. Kështu për këtë person (shqiptari nën ujë), të përshkruash distancën (të njëjtën distancë me personat në vendet perëndimore), kërkon shumë më tepër energji.”

“Po pse duhet një kohë kaq e gjatë për të dalë nga uji dhe për të ngjitur kodrën?”

“Sepse edhe nëse ne dalim nga uji, ne akoma kemi shumë probleme me mentalitetin”. Kur unë flas për ujin i referohem burokracisë dhe mënyrës shqiptare të të punuarit”.

Përsa i përket mungesës së fuqisë punëtore të kualifikuar, dy nga pjesëmarrësit deklaruan se nuk ishin në gjendje të rriteshin shpejt pikërisht për shkak të kësaj barriere. Për shkak të historisë së vendit, ka pak njerëz të kualifikuar në teknologjinë e re. Një nga pronarët/menaxherët shpjegon se nga 100 aplikantë ai mundi të punësonte vetëm një person pa patur garancinë se ai do të punonte në kompani më tepër se dy muaj. Por nga ana tjetër, i njëjti pronar deklaroi se ai nuk mund të merrte në punë njerëz me shumë eksperiencë sepse “ata kushtonin shumë”. Pra, nga kjo rezulton se barrierat financiare mund të ndikojnë në barrierat që kanë lidhje me aftësitë.

Sipas këtij pronari, mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar ngadalëson ritmet e rritjes së shitjeve, në të njëjtën kohë dhe qëllimet e rritjes.

M22 deklaroi se prioriteti i tij kryesor është “*të punësojë më tepër punonjës të cilët do të mundësonin zgjerimin e linjës së prodhimit*”. Ai vazhdon se vitet e fundit biznesi është rritur shumë ngadalë. Ai nuk ishte i gatshëm të rritej me shpejtësi sepse industria e veshjeve nuk është shumë tërheqëse për punonjësit dhe ai nuk mund të ofronte te rinjve paga të larta. Përveç kësaj ai shprehet se sistemi i edukimit profesional ishte shkatërruar dhe për këtë arsye punonjësit e rinj kërkonin trajnime.

Nga përgjigjet e të intervistuarve konkludojmë se barrierat ngadalësojnë realizimin e qëllimeve të rritjes dhe ndikojnë në potencialin e rritjes. Në varësi të barrierave pronarët/menaxherët mund të hartojnë objektiva më konservative. Pjesëmarrësit në studim e ndjejnë se ato e kanë të vështirë të menaxhojnë barrierat dhe si rezultat të realizojnë në kohë qëllimet e rritjes.

6.9 Përmbledhje e kapitullit dhe konkluzione

Ky kapitull ofron një diskutim të detajuar të mënyrës si u procedua për kërkimin dhe metodave të përdorura në studimin empirik kryesor. Këtu janë shpjeguar qëllimet e kërkimit, procedura e kërkimit, target grupi i kërkimit, strategjia dhe metodat e përzgjedhjes së grupit të kërkimit, procedimi analitik, reflektimi dhe kriteret për vlerësimin e cilësisë së interpretimit të të dhënave.

Meqenëse qëllimi i këtij hulumtimi ishte që të analizohen pengesat për rritjen e biznesit të vogël, studimi u përqendrua në paradigmen konstruktiviste-interpretiviste. Megjithatë u vërejt një dallim kyç ndërmjet interpretivizmit dhe konstruktivizmit, dhe u vendos që teoria interpretiviste ishte më e përshtatshme për adresimin e qëllimeve hulumtuese të studimit kryesor.

Mbledhja e të dhënave u mbështet në intervistat cilësore, kryesisht për shkak se ndryshe nga anketat e strukturuara, të cilat janë shfrytëzuar shpesh në studimet e mëparshme mbi barrierat, intervistat e tilla marrin në konsideratë përvojën e të intervistuarve, kontekstin në të cilin bëhet studimi dhe procesin. Intervistat u kryen me 22 pronarë/menaxherë të bizneseve të vogla në Tiranë, Shqipëri. Të dhënat nga intervistat janë analizuar kryesisht sipas udhëzimeve për analizat template, duke përfshirë ndërkohë disa aspekte të analizës interpretuese fenomenologjike dhe analizat matricore. Analiza Template u zgjodh si teknikë kryesore, sepse ajo është edhe më sistematike dhe reflektive në të njëjtën kohë, dhe për shkak se ajo lejon krijimin e më shumë temave interpretuese. Duke përdorur këtë teknikë, një u krijua një listë e kodeve lidhur me qëllimet e rritjes, llojet e pengesave, pasojat e barrierave, shpjegime të pjesëmarrësve mbi barrierat, mënyra në të cilat pengesa ndikojnë qëllimet e rritjes dhe sjelljet, dhe ndjenjat e pjesëmarrësve në drejtim të barrierave.

Në paragrafin e parë të këtij kapitulli dokumentohen hapat e marra për të siguruar interpretimin dhe shpjegimin e të dhënave, nëse ato ishin të besueshme dhe të vlefshme. Dy paragrafët e tjerë paraqesin rezultatet e hulumtimit.

Qëllimi i paragrafit të dytë ishte të paraqiste rezultatet të cilat i adresohen nën-qëllimit të parë, për të shqyrtuar pengesat për rritjen e biznesit të vogël nga perspektiva e individit pronar/menaxher, me theks të veçantë në kuptimin e pengesave dhe kontekstin në të cilin ata janë perceptuar. Nga analiza e informacionit u identifikuan 34 barrierat për rritjen e biznesit, të cilat u klasifikuan në 5 kategori barrierash: financiare, të aftësive, institucionale, të tregut dhe të tjera. Mungesa e punës të kualifikuar, kostoja e lartë e kapitalit, shumë burokraci dhe konkurrenca e lartë janë identifikuar më shpesh se barrierat e tjera.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Katër gjetje të tjera interesante dolën nga të dhënat: Së pari, ai ishte për t'u habitur që "taksat e larta mbi fitimin" është përmendur rrallë si një pengesë për rritjen, duke sugjeruar se barrierat duhen studiuar në varësi të faktit nëse ato janë të menaxhueshme nga pronarët/menaxherët. Gjithashtu, korrupsioni nuk është identifikuar më vetë si një pengesë për rritjen, por është përmendur nëpërmjet disa barrierave institucionale.

Konstatimi i dytë lidhet me atë të mësipërmin, dhe kishte të bënte me faktin se disa barrierat të pazakonshme ose të habitshme janë identifikuar nga të dhënat - kërcënimet për sigurinë, paligjshmëria e produkteve/shërbimeve, si dhe përfshirja e shtetit - të gjitha këto kishin të bënin me korrupsionin.

Së treti, të dhënat na japin njohuri të rëndësishme lidhur me marrëdhëniet mes pengesave; kështu, kemi ndërthurje të barrierave brenda kategorive - p.sh. barrierat e aftësive - mungesa e trajnimeve të nevojshme shtetërore dhe mungesa e punës të kualifikuar; barrierat institucionale - nevoja për ryshfet zyrtarëve dhe marrëdhëniet e saj me pengesat e tjera institucionale si shumë burokraci, numri i taksave, inspektimet e shpeshta, dhe kosto e lartë e kapitalit të borxhit. Gjithashtu, kemi ndërthurje të barrierave midis kategorive (barriera e aftësive - mungesa e kohës të menaxhimit dhe barriera institucionale - shumë burokraci). Gjithashtu, ndërsa mungesa e qasjes në kapital është kategorizuar si një pengesë financiare, pronarët/menaxherët do e konsiderojnë atë si një pengesë institucionale.

Së katërti, përshkrimet e disa pengesave janë bërë në mënyra të ndryshme nga pronarët/menaxherët të ndryshëm. Për shembull, ndërkohë që mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar konsiderohej një barrierë e rëndësishme për disa pronarët/menaxherët, trajnimi dhe përvoja e punës nuk konsiderohej gjithmonë të dobishme. Gjithashtu, mungesa e mbështetjes shtetërore është me dy tehe, në kuptimin që mbështetja barazohej me përfshirjen e shtetit, dhe nga ana tjetër përfshirja konsiderohej ndërhyrje në praktikën e biznesit.

Lidhur me mënyrat në të cilat, barrierat e perceptuara mund të ndikojnë qëllimet dhe sjelljet ndaj rritjes së pronarëve/menaxherëve, gjashtë gjetje rezultojnë nga llogaritë e pjesëmarrësve.

Së pari, barrierat ndikojnë në të paktën gjashtë mënyra diskrete: 1) të ndalojnë pronarët/menaxherët të mendojnë për rritjen; 2) minojnë qëllimet e rritjes; 3) rrisin dyshimet rreth qëllimeve të rritjes; 4) sigurojnë stimuj për rritjen; 5) shtyjnë (zhvendosin) synimet për rritje; dhe, 6) ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes.

Një tjetër konkluzion ishte se barrierat veprojnë në mënyra të ndryshme, në synimet dhe

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

sjelljet e rritjes. Për shembull, barrierat financiare duket se nxisin veprimet drejt rritjes, ndërsa barrierat institucionale kryesisht minojnë qëllimet për rritje ose ngadalësojnë realizimin e këtyre qëllimeve.

Konstatimi i tretë ishte se efektet e barrierave janë akute ose kronike. Efektet e krizës financiare të vitit 1997 (krizës financiare/ekonomike), për shembull, në rritjen e biznesit mund të thuhet se ishin akute, në kuptimin që pronarët/menaxherët raportuan se kishin pasur nevojë për të zhvendosur fokusin e tyre në mbijetesën e biznesit dhe jo rritjen. Megjithatë, ndikimi i krizës në rritjen e biznesit të vogël ishte i kufizuar në një periudhë të caktuar kohe. Përndryshe, barrierat të caktuara institucionale, si shumë burokraci, inspektimet e shpeshta, dhe ryshfetet e zyrtarëve u perceptuan nga menaxherët/pronarët si kronike, që nuk do të zhdukeshin ndonjëherë; dhe kjo ishte rezultat i institucioneve të dobëta formale dhe mungesës së sundimit të ligjit.

Interesante ishte një gjetje e katërt, që disa pronarë/menaxherë i interpretonin barrierat në mënyra individuale. Për të ilustruar, një pjesëmarrës duke ju referuar efektit të burokracisë në rritjen dhe zhvillimin e biznesit e krahasoi atë me një person që përpiqet të ecë ndërsa është i zhytur nën ujë. I njëjti pjesëmarrës i përshkruan efektet e konkurrencës së lartë nga kompanitë e mëdha të huaja në rritjen e biznesit si të ngjashme me të mësuarit se si të gatuash kur recetat i ka konkurrenca.

Barrierat operojnë edhe në nivelin emocional. Një pjesëmarrës i përshkroi barrierat si "mbytëse", dhe një tjetër i konsideron ato të "neveritshme".

Në mënyrë paradoksale, gjetja e gjashtë ishte se barrierat nuk janë gjithmonë pengesa, që do të thotë në disa raste barrierat mund të mos përputhen me përkufizimin tradicional - si faktorë që kanë efekte negative në rritjen ekonomike. Domethënë, ndërsa shumica e barrierave janë konsideruar se kanë ndikime negative në sjelljet dhe synimet e rritjes dhe, në disa raste, efektet e konkurrencës konsiderohen si pozitive (d.m.th konkurrenca i nxit pronarët/menaxherët për të rritur biznesin), dhe në një rast tjetër, kishte efekte njëkohësisht pozitive dhe negative (d.m.th konkurrenca e bën si të nevojshme ashtu edhe të vështirë të rriten).

KAPITULLI VII

DISKUTIME DHE KONKLUSIONE

7.1 Hyrje

Ky kapitull i fundit përmbledh gjetjet e hulumtimit nga studimi kryesor empirik dhe pastaj përqendrohet në diskutimin e këtyre gjetjeve, se si dhe në çfarë mase ato adresojnë qëllimin e tezës. Qëllimi kryesor i kësaj teze është njohja dhe analiza e pengesave për rritjen e biznesit të vogël. Gjatë rrjedhës së studimit, nga analiza e literaturës përkatëse, si dhe nga gjetjet e dy studimeve fillestare eksploruese u zbulua se kërkimet mbi pengesat për rritjen e biznesit të vogël ishin me mangësi si konceptuale dhe empirike dhe nga ky konstatim, u hartuan dy nën-qëllime:

- i) Të analizohen pengesat për rritjen e biznesit të vogël nga perspektiva e individit pronar/menaxher, me theks të veçantë në kuptimin e pengesave dhe kontekstin në të cilin ato janë të perceptuar.
- ii) Të eksplorohehen dhe të shqyrtohen se si, ose mënyra në të cilën, barrierat e perceptuara mund të ndikojnë në synimet dhe sjelljet e pronarëve/menaxherëve në drejtim të rritjes.

Ky kapitull është strukturuar në tre seksione kryesore. Në *seksionin e parë* diskutohen gjetjet rreth dy nën qëllimeve të studimit. *Seksioni i dytë* jep konkluzionet e kërkimit dhe është ndarë në 5 paragrafë. Paragrafi i parë ofron një këndvështrim të kontributeve konceptuale dhe empirike të studimit. Paragrafi i dytë ofron disa reflektime mbi metodat dhe kontributet shtesë. Paragrafi i tretë analizon implikimet e këtij studimi në praktikat dhe politikat e biznesit të vogël. Paragrafi i katërt dhe i pestë diskutojnë limitimet e kërkimit dhe rekomandimet për kërkime në të ardhmen. Në seksionin e tretë jepen disa rekomandime për pronarët/menaxherët e bizneseve të vogla, në rrugën e tyre drejt rritjes dhe zhvillimit. Punimi mbyllet me disa vërejtje përfundimtare.

7.2 Diskutimi i gjetjeve

Qëllimi i përgjithshëm i kësaj teze – analiza dhe njohja e barrierave të rritjes së biznesit të vogël – u arrit nëpërmjet kërkimit dhe diskutimit të dy nën qëllimeve.

7.2.1 Nën qëllimi 1

Të analizohen pengesat për rritjen e biznesit të vogël nga perspektiva e individit pronar/menaxher, me theks të veçantë në kuptimin e pengesave dhe kontekstin në të cilin ato janë të perceptuar.

Për të adresuar këtë nën qëllim, u analizua literatura, dhe u kryen tre studime empirike. Në rastin e parë, njohja dhe kuptimi i barrierave për rritjen e biznesit të vogël është bazuar në shqyrtimin e tre grupimeve të ndryshme të literaturës:

- Literatura e biznesit të vogël / sipërmarrja, veçanërisht literatura për rritjen e biznesit të vogël;
- Literatura mbi teoritë e rritjes;
- Literatura e tranzicionit, veçanërisht literatura për sipërmarrjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël në botë dhe në Shqipëri.

Dy hulumtimet e para ishin empirike, të fokusuar në identifikimin dhe parashikimin e barrierave potenciale për rritjen. Të dhënat kryesisht janë mbledhur përmes anketave dhe pyetësorëve të strukturuar. Vlerësimet e pengesave janë bazuar në gjykimet dhe perceptimet e pronarëve/menaxherëve.

Në studimin e parë, nëpërmjet pyetësorëve të strukturuar u intervistuan 69 pronarë/menaxherë të bizneseve të vogla, të suksesshme. Në këtë studim kishim qëllim të evidentonim faktorët më të rëndësishëm që ndikojnë në bizneset e vogla shqiptare në rrugën e tyre drejt rritjes dhe suksesit.

Ky studim ndihmoi një njohjen e barrierave në disa mënyra. Së pari ai tregoi se pronarët/menaxherët i perceptojnë disa barriera si të rëndësishme dhe mund të bëjnë dallimin në termat e rëndësishme që ato kanë në rritjen dhe zhvillimin e firmës së tyre. Së dyti ai sugjeroi se karakteristikat e firmave, - mosha, madhësia dhe sektori – mund të ndikojnë në perceptimin e barrierave. Së treti nga kërkimi rezultoi se shumë barriera janë të ndërlidhura, megjithëse nuk u tentua të studiohen këto relacione. Për shembull rezultoi se barrierat financiare janë të lidhura me ato institucionale. Gjithashtu, aksesit në financë mund të varet nga aftësitë ose eksperiencat e pronarëve/menaxherëve. Vërehet gjithashtu se aksesit në fuqinë punëtore të kualifikuar mund të varet nga burimet financiare dhe aftësia për të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

konkurruar mund të varet nga aftësitë manaxheriale, aksesit në financë dhe rregullat/vendimet qeveritare.

Rezultatet e mësipërme sugjerojnë se kompanitë shqiptare janë të kushtëzuara nga disa faktorë si: eksperiencat dhe kapacitetet e menaxhimit të pronarëve/menaxherëve; niveli arsimor i përgjithshëm dhe teknik i punonjësve dhe punëdhënësve; strategjitë që ata përdorin për të fituar avantazh konkurrues, kultura organizacionale dhe vlerat; kuadri rregullator dhe ligjor.

Studimi i dytë është bërë gjatë një periudhe 3-mujore ndërmjet Shkurt-Prill 2013. Metoda e hulumtimit ishte dizenuar për të adresuar fokusin fillestar të studimit e cila ishte për të eksploruar në mënyrë të gjerë efektet e mjedisit të jashtëm në aktivitetet dhe strategjitë e bizneseve të vogla-të mesme në Shqipëri. Studimi synonte fillimisht “të gjente” më shumë rreth strategjive dhe faktorëve që ndikojnë në mungesën apo mosrealizimin e tyre dhe së dyti “të gjeneronte ide për një studim të ardhshëm”. Intervistat u kryen fillimisht me 10 pronarë/menaxherë të bizneseve të vogla, dhe tetë stakeholders të bizneseve të vogla.

Fillimisht, pronarët/menaxherët tentuan ti përdorin barrierat për të përshkruar kryesisht eksperiencat e tyre negative në krijimin, operimin dhe rritjen e biznesit të tyre. Barrierat, gjithashtu u përdorën nga pronarët/menaxherët dhe pretendentët për të interpretuar mbështetjen e mjedisit për bizneset e vogla. Më tepër se gjysma e pronarëve/menaxherëve raportuan se në një farë mënyre barrierat ndërhyjnë ose ndikojnë në qëllimet e rritjes ose në zhvillimin e biznesit të tyre.

U zbulua se shumë nga barrierat e identifikuar në studimin e bërë për Shqipërinë, kishin lidhje me barrierat e identifikuar dhe diskutuara në rishikimin e literaturës në kapitullin 2 – *barrierat financiare* (p.sh. normat e larta të interesit, kërkesat për kolateral, *barrierat e lidhura me aftësitë* (p.sh. mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar), *barrierat institucionale* (p.sh. shumë burokraci, ndryshimi i legjislacionit) dhe *barrierat e tregut* (pasiguria ekonomike).

Gjatë studimit të barrierave ne kemi arritur në tre konkluzione. Së pari, barrierat përdoren nga pronarët/menaxherët për të shpjeguar kushtet në të cilat zhvillohej biznesi në përgjithësi, dhe njëkohësisht për të shprehur eksperiencat e tyre unike në këtë proces. Barrierat u përdorën gjithashtu nga pronarët/menaxherët për të interpretuar shkallën e mbështetjes së biznesit të vogël nga mjedisi në të cilin ato operonin. Mjedisi rregullator në Shqipëri është perceptuar si jo mbështetës për nevojat e bizneseve të vogla, gjë që ka impakt negativ në burimet financiare të këtyre bizneseve. Këto konkluzione duket se përputhen me literaturën e tranzicionit të trajtuar në kapitullin e dytë. North (1990), shprehet se në ekonomitë në tranzicion institucionet janë shumë të dobëta. U gjet

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

gjithashtu, që barrierat mund të influencojnë në qëllimet e rritjes të pronarëve/menaxherëve. Për shembull, kishte pohime, megjithëse të kufizuara, se barrierat e perceptuara i ndalonin pronarët/menaxherët të mendonin rreth rritjes ose i pengonin ata të zbatonin strategjitë e rritjes.

Gjetjet gjithashtu zbulojnë se barrierat e rritjes të perceptuara nga pronarët/menaxherët ndikonin në qëllimet e tyre të rritjes. Nga deklaratimet e të intervistuarve konkludojmë se këta faktorë i pengonin pronarët/menaxherët të mendonin rreth zhvillimit apo rritjes së firmës së tyre.

Për herë të parë, ky pohim është deklaruar nga Rachel Doern (2011) në studimin e bërë me bizneset në Rusi. Në të njëjtin konkluzion vijmë edhe për rastin e Shqipërisë.

Së fundmi, gjetjet zbulojnë se përshkrimet e barrierave nuk mund të jenë të thjeshta dhe të drejtpërdrejta siç shpesh herë përshkruhet në literaturë. Një përshkrim më i hollësishëm i barrierave nga pronarët/menaxherët, na jep mundësi të konkludojmë se si barrierat influencojnë sjelljen, dhe konkretisht si ato ndikojnë në rritjen e biznesit. Megjithatë, nuk mund të pretendojmë se në punimin tonë kemi bërë një studim të plotë të çështjeve të mësipërme.

Pra, ka akoma mundësi dhe hapësira për të studiuar rritjen e biznesit të vogël. Për më tepër, ne kemi shumë për të mësuar rreth barrierave, duke ekzaminuar relacionet midis barrierave, qëllimeve dhe sjelljeve.

Në studimin kryesor, intervistat u kryen me 22 pronarë/menaxherë të bizneseve të vogla në Tiranë, Shqipëri. Të dhënat nga intervistat janë analizuar kryesisht sipas udhëzimeve për analizat template, duke përfshirë ndërkohë disa aspekte të analizës interpretuese fenomenologjike dhe analizat matricore. Ky studim u iniciua me qëllimin për të eksploruar dhe shqyrtuar si dhe mënyrat në të cilën, barrierat e perceptuara mund të influencojnë qëllimet dhe sjelljet ndaj rritjes të pronarëve/menaxherëve. Fokusi dhe natyra e këtij kërkimi ndryshojnë nga dy studimet e para:

- Nga një identifikim i thjeshtë *cilat lloje barrierash* ndikojnë në rritjen, dhe *si*;
- Si barrierat e perceptuara influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes;
- Si barrierat ndryshojnë në fazat të ndryshme rritje, si ato lidhen me disa karakteristika të zhvillimit;
- U përdor paradigma konstruktiviste-interpretiviste dhe u analizuan barrierat në mënyrë subjektive;
- Barrierat u studiuan jo me metoda sasiore por u fokusuan në perceptimet e

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

pronarëve/menaxherëve;

- Barrierat u studiuan jo duke u fokusuar në firmën si njësi kryesore por në individin pronar/menaxher;
- Barrierat u studiuan jo duke u bazuar në pyetje të mbyllura dhe një listë e caktuar ku të intervistuarit do të identifikojnë pengesat kryesore, por përdorimin e pyetjeve të hapura ku pronarët/menaxherët janë të lirë të shprehën dhe mund të përmendin barrierat të reja dhe ti përshkruajnë ato;
- U kalua nga analiza e barrierave në përputhje me frekuencën e përmendjes së tyre nga të intervistuarit, në analizën e tyre me analiza template, analiza matricore dhe analiza interpretuese të fenomenit – shqyrtimi i kontekstit (personal dhe mjedisor) në të cilin ato perceptohen.

Nga analiza e informacionit u identifikuan 36 pengesat për rritjen e biznesit, të cilat u klasifikuan në 5 kategori barrierash: financiare, të aftësive, institucionale, të tregut dhe të tjera. Shumë burokraci, kostoja e lartë e kapitalit, mungesa e punës të kualifikuar, mungesë eksperience dhe mungesë aksesit në kapital janë identifikuar më shpesh se barrierat e tjera.

Katër gjetje të tjera interesante dolën nga të dhënat: Së pari, ishte për t'u habitur që “taksat e larta mbi fitimin” është përmendur rrallë si një pengesë për rritjen, duke sugjeruar se barrierat duhen studiuar në varësi të faktit nëse ato janë të menaxhueshme nga pronarët/menaxherët. Gjithashtu, korrupsioni nuk është identifikuar më vetë si një pengesë për rritjen, por është përmendur nëpërmjet disa barrierave institucionale.

Konstatimi i dytë lidhet me atë të mësipërmin, dhe kishte të bënte me faktin se disa barrierat të pazakonshme ose të habitshme janë identifikuar nga të dhënat - kërcënimet për sigurinë, paligjshmëria e produkteve/shërbimeve, si dhe përfshirja e shtetit - të gjitha këto kishin të bënin me korrupsionin.

Së treti, të dhënat na japin njohuri të rëndësishme lidhur me marrëdhëniet mes pengesave; kështu, kemi ndërthurje të barrierave brenda kategorive - p.sh. barrierat e aftësive - mungesa e trajnimeve të nevojshme shtetërore dhe mungesa e punës të kualifikuar; barrierat institucionale - nevoja për ryshfet zyrtarëve dhe marrëdhëniet e saj me pengesat e tjera institucionale si shumë burokraci, numri i taksave, inspektimet e shpeshta, dhe kosto e lartë e kapitalit. Gjithashtu, kemi ndërthurje të barrierave midis kategorive (barriera e aftësive - mungesa e kohës të menaxhimit dhe barriera institucionale - shumë burokraci). Gjithashtu, ndërsa mungesa e qasjes në kapital është kategorizuar si një pengesë financiare, pronarët/menaxherët do e konsiderojnë atë si një pengesë institucionale.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Së katërti, përshkrimet e disa pengesave janë bërë në mënyra të ndryshme nga pronarë/menaxherë të ndryshëm. Për shembull, ndërkohë që mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar konsiderohej një barrierë e rëndësishme për disa pronarë/menaxherë, trajnimi dhe përvoja e punës nuk konsideroheshin gjithmonë të dobishme. Gjithashtu, mungesa e mbështetjes shtetërore është me dy tehe, në kuptimin që mbështetja barazohej me përfshirjen e shtetit, dhe nga ana tjetër përfshirja konsiderohej ndërhyrje në praktikën e biznesit.

7.2.2 Nën qëllimi 2

Të eksplorohej dhe të shqyrtohen se si, ose mënyra në të cilën, barrierat e perceptuara mund të ndikojnë në synimet dhe sjelljet e pronarëve/menaxherëve në drejtim të rritjes.

Lidhur me mënyrat në të cilat, barrierat e perceptuara mund të ndikojnë qëllimet dhe sjelljet ndaj rritjes së pronarëve/menaxherëve, gjashtë gjetje rezultojnë nga llogaritë e pjesëmarrësve.

Gjetja 1: Barrierat funksionojnë në mënyrë diskrete

Barrierat ndikojnë në të paktën gjashtë mënyra diskrete: 1) të ndalojnë pronarët/menaxherët të mendojnë për rritjen; 2) minojnë qëllimet e rritjes; 3) rrisin dyshimet rreth qëllimeve të rritjes; 4) sigurojnë stimuj për rritjen; 5) shtyjnë (zhvendosin) synimet për rritje; dhe 6) ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes.

Duke ju kthyer literaturës dhe dy studimeve të para të analizuara në kapitullin e pestë, konkludojmë se teoria dhe evidencat lidhur me relacionet midis barrierave dhe qëllimeve dhe sjelljeve të rritjes ishin shumë të kufizuara. Në këtë punim u adaptua një model për studimin e këtyre relacioneve (shih *Figura 3.3, Një model i marrëdhënieve të mundshme ndërmjet barrierave të perceptuara, qëllimeve të rritjes dhe sjelljeve*).

Për të diskutuar këto gjetje u studiua literatura e njohjes sipërmarrëse (entrepreneurial cognition), veçanërisht konceptet e ‘fizibilitetit të perceptuar’ (perceived feasibility) dhe ‘dëshirës së perceptuar’ (perceived desirability), si ato ndikojnë në qëllimet e rritjes.

Siç u diskutua në kapitullin e pestë, ‘dëshira e perceptuar’ (perceived desirability) për realizimin e një sjelljeje varet në atraktivitetin e perceptuar të rritjes, ndërsa ‘fizibiliteti i perceptuar’ (perceived feasibility) i rritjes varet në besimin se individ i është i aftë të realizojë sjelljen e rritjes dhe i ka burimet apo shanset e nevojshme (Krueger et al., 2000; Ajzen, 1991); ai është i ngjashëm me konceptin e ‘kontrollit të perceptuar të sjelljes’ (perceived behavioural control’) (Ajzen, 1991).

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Sipas informacionit të përpunuar, u konstatua se barrierat *kufizojnë dëshirën e pronarëve/menaxherëve për rritje*, por ato gjithashtu *minojnë qëllimet e rritjes, shtojnë dyshimet për rritje, por gjithashtu edhe ofrojnë stimuj për rritjen*. Në të gjitha rastet barrierat 'formojnë' qëllimet e pronarëve/menaxherëve për rritje ose jo rritje. Ky konkluzion koincidon me rrethin e parë në figurën 3.3.

Në tre nën-temat e para (kufizojnë, minojnë, shtojnë dyshimet) barrierat ishin perceptuar nga pronarët/menaxherët si negative dhe me influencë negative në qëllimet/sjelljet e rritjes. Qëllimi për rritje mungonte, ishte i dobët ose i paqartë.

Nën-tema e parë në këtë studim është, barrierat pengojnë menaxherët/pronarët në synimet e tyre për rritje. Kjo ndodh kur barrierat e perceptuara kërcënojnë mbijetesën e biznesit dhe këto kërcënime janë perceptuar të jenë të pashmangshme. Rritja besohet të jetë as e dëshirueshme e as e mundshme dhe qëllimi për tu rritur mungon, dhe 'sfumohet' nga nevoja për të mbijetuar ("sfida themelore e firmës ka qenë për të mbijetuar").

U konstatua gjithashtu se barriera të caktuara minojnë qëllimet e rritjes - nën-tema e dytë. Një studim i kryer nga Aidis dhe Mickiewicz (2004) për SME-të në Lituaninë zbuloi se barrierat institucionale, veçanërisht tatimet dhe korrupsioni, janë perceptuar nga pjesëmarrësit që të jenë negative dhe që ndikojnë negativisht në qëllimet për rritje. Në studimin tonë, disa barriera janë perceptuar se minojnë qëllimet për rritje duke drejtuar burimet larg nga aktivitetet e rritjes dhe duke përqendruar vëmendjen në menaxhimin e barrierave institucionale. Këto barriera ndikojnë negativisht edhe dëshirën dhe fizibilitetin e perceptuar për rritje.

U zbulua gjithashtu se barrierat shtojnë dyshimet rreth synimeve të rritjes - nën-temë e tretë. Pengesat janë përdorur nga disa pronarë/menaxherë për të shpjeguar se pse ishte e vështirë rritja (përse rritja nuk ishte e mundur), dhe së dyti, për të justifikuar pse rritja nuk ishte e dëshirueshme. Në rastin e fundit, pjesëmarrësit aludojnë për pasojat negative të perceptuara për rritjen e biznesit apo për planifikimin e qëllimeve të rritjes, pasoja të cilat janë të lidhura me përvojat e kaluara negative (që përfshijnë pasigurinë institucionale dhe paqëndrueshmëri ekonomike). Këto përvoja janë aq të forta dhe me ndikim negativ, sa ato i japin formë synimeve të ardhshme të rritjes.

Në kontrast me nën-temat e mësipërme dhe konceptimin e barrierave në literaturë (Kapitulli 2), u zbulua gjithashtu se barrierat ofrojnë stimuj për rritje - nën-tema e katërt. U gjet gjithashtu se barrierat i zhvendosin synimet për rritje dhe ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve. Në këtë mënyrë barrierat formojnë qëllimet e rritjes. Këto tema përkojnë me rrethin e dytë në Figurën 3.3.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Pronarët/menaxherët zhvendosin qëllimet e rritjes kur ata nuk kanë burime të mjaftueshme, veçanërisht burime financiare. Në këtë rast, dëshira për tu rritur duket të jetë e pranishme, por fizibiliteti i perceptuar i rritjes ishte i dobët. Ky rezultat sugjeron se rritja do të realizohet në të ardhmen, kur barrierat të jenë tejkaluar. Ajo gjithashtu ofron arsytim të mëtëjshëm për idenë se jo vetëm qëllimet ndryshojnë me kalimin e kohës (p.sh. Cliff, 1998; Dutta dhe Thornhill, 2007), por aftësia për të vepruar mbi qëllimet ndryshon me ndryshimin e relacionit mjedis-barrierë.

Së fundi, u zbulua se barrierat ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes - nën-tema e gjashtë. Disa pjesëmarrës u ankuan se u desh një kohë e gjatë për të vepruar mbi synimet e rritjes, për të kryer aktivitete të rritjes që pengohen nga burokraci të tilla si marrja e lejeve të nevojshme, blerja e mjediseve të reja, apo përvoja dhe aftësitë e të punësuarve. Barrierat në këtë rast mund të ndikojnë në shkallën në të cilën një biznes mund të rritet, por nuk e pengojnë rritjen apo ndërhyjnë në mënyrë specifike në qëllimet e rritjes.

Gjetja 2: Barriera të ndryshme ndikojnë në mënyra të ndryshme

Një tjetër konkluzion ishte se barrierat veprojnë në mënyra të ndryshme, në synimet dhe sjelljet e rritjes – kjo ka të bëjë veçanërisht me barrierat institucionale, financiare dhe të tregut. Për shembull, barrierat financiare duket se nxisin veprimet drejt rritjes, ndërsa barrierat institucionale kryesisht minojnë qëllimet për rritje ose ngadalësojnë realizimin e këtyre qëllimeve. Këto gjetje sfidojnë supozimin tradicional se të gjitha barrierat ndikojnë në rritje në të njëjtën mënyrë.

1) Barrierat institucionale

Barrierat institucionale funksionojnë në një rën ose dy mënyrat njëkohësisht: së pari *minojnë qëllimet e rritjes* dhe së dyti *ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes*.

Për të shpjeguar këtë gjetje, jemi mbështetur në kërkimin mbi proceset institucionale strategjike (Oliver, 1991). Oliver identifikoi pesë strategji që firma duhet të përdorë për t'ju përgjigjur presioneve institucionale: pranim i heshtur, kompromisi, shmangia, mosbindja dhe manipulimi. Pronarët/menaxherët në këtë studim duket se përdornin strategjitë e 'kompromisit' dhe 'shmangien' në përgjigje të presioneve institucionale. Oliver përshkroi kompromisin dhe taktikat e tij (balancimin, paqësimin, marrëveshjet) si përpjekje "për të sheshuar konfliktin institucional midis pritjeve nga institucionet dhe objektivave të brendshme të organizatës" (fq. 153). Ajo i përshkroi gjithashtu strategjitë e shmangies dhe taktikat e saj (fshehje, dhe tërheqje) si "përpjekje për të anashkaluar nevojën e konformitetit" (fq. 154). Këto strategji kanë shërbyer për të minuar më tej synimet për tu

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

rritur.

Në studimin tonë u zbulua se barriera të caktuara institucionale (p.sh. shumë burokraci, inspektimet e shpeshta, kosto e lartë e lokaleve) minojnë qëllimet e rritjes duke drejtuar burimet jo drejt rritjes së biznesit por në drejtim të menaxhimit të barrierave, të cilat përfshijnë ryshfetin e zyrtarëve shtetërorë. Pronarët/menaxherët- mendonin se duke “u sjellë mirë” me zyrtarët e shtetit, ata do të ishin më të butë ndaj tyre. Pronarët/menaxherët besonin se ishte e nevojshme për një 'kompromis' - të operonin me rregulla joformale institucionale, të krijuara nga vetë zyrtarët e shtetit - megjithëse kjo ishte në kundërshtim me qëllimet e tyre për biznesin. Kjo u vu re në kapitullin 2, se kur institucionet formale (rregullat dhe rregulloret) janë të dobëta, hyjnë në lojë institucionet informale (kultura dhe normat) (Scott, 1987, 1992). Në kontekstin e këtij studimi kjo përfshin krijimin e marrëdhënieve me zyrtarët e shtetit dhe mund të shpjegojë se pse disa nga pjesëmarrësit i referoheshin ndryshimeve të shpeshta në stafin administrativ si një pengesë.

Një mënyrë tjetër e ndikimit të barrierave institucionale është edhe *ngadalësimi i procesit të realizimit të qëllimeve të rritjes*. Mund të thuhet se ndërsa burokracia minon qëllimet e rritjes, ajo gjithashtu ndikon në mënyrë të drejtpërdrejtë sjelljet ndaj rritjes, duke ngadalësuar veprimet e pronarëve/menaxherëve dhe duke e përqendruar vëmendjen ndaj ‘menaxhimit të zyrtarëve’.

Në të dyja temat e mësipërme (barrierat minojnë qëllimet e rritjes dhe barrierat ngadalësojnë realizimin e qëllimeve) pjesëmarrësit theksojnë efektet e barrierave të perceptuara në fizibilitetin e perceptuar të rritjes, më tepër se dëshira e perceptuar për rritje. Megjithatë, shpesh rezulton se disa barriera institucionale lëkundin dëshirën për rritje.

2) Barrierat financiare

Ndërkohë që barrierat institucionale minojnë qëllimet e rritjes dhe ngadalësojnë procesin e realizimit të qëllimeve të rritjes, barrierat financiare, përkundrazi, tentojnë të zhvendosin qëllimet e rritjes duke reduktuar opsionet e perceptuara për rritje. Këtu mund të përmendim nocionin e besimit.

Është argumentuar nga disa autorë, midis të cilëve Welter dhe Smallbone (2006), se në vendet ish komuniste koncepti i ‘*besimit personal*’ shërben si zëvendësues i institucioneve formale të pazhvilluara. ‘*Besimi personal*’ varet në “*karakteristikat e një grupi*” ose “situatat ku personat njohin njeri-tjetrin” dhe “relacionet menaxhohen nga normat, vlerat dhe kodi i sjelljes, të natyrshme për mjedisin e biznesit dhe shoqërinë në tërësi” (fq. 466). Nga ana tjetër, ‘*besimi institucional*’, varet në prezencën e institucioneve të fuqishme, “i referohet besimit në mjedisin institucional, i cili përfshin organizatat formale, mekanizmat formale,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

mekanizmat sanksionuese dhe kodet informale të sjelljes dhe vlerave” (fq. 466). Argumentohet gjithashtu se kur besimi institucional është i ulët si në rastin e Shqipërisë, sipërmarrësit duhet të mbështeten në besimin personal për mobilizimin e burimeve (Welter dhe Smallbone, 2006).

Studime të tjera të përmendura në kapitullin e katërt vënë theksin në faktin se pronarët/menaxherët në Shqipëri, më tepër mbështeten në relacionet personale për mobilizimin e burimeve. Prandaj kjo gjetje konfirmon përsëri relacionet midis barrierave institucionale dhe financiare. Ajo gjithashtu sugjeron që fizibiliteti i perceptuar i rritjes, në këtë kontekst, varet nga mundësia e pasjes së ‘*lidhjeve shoqërore*’.

3) Barrierat e tregut

Nga studimi rezulton se për një numër pronarësh/menaxherësh, konkurrenca stimulon rritjen. Një nga pjesëmarrësit në studim deklaroi se kohët e fundit qëllimet e tij për rritje kanë ndryshuar, ato janë bërë më ambicioze. Sipas tij konkurrenca të menaxhohet vetëm nëse ju investoni në kërkim zhvillim apo në një produkt të ri.

Ka dëshmi në literaturën mbi rritjen se synimet për rritje ndryshojnë, rriten ose ulen, në varësi të perceptimeve të sipërmarrësve mbi kushtet konkurruese. Për shembull, Dutta dhe Thornhill (2007), në hulumtimet e tyre mbi marrëdhëniet në mes të qëllimeve të rritjes, stilit konjitiv dhe kushteve të perceptuara konkurruese, gjetën se "synimet e rritjes janë subjekt i ndryshimeve, në varësi të mënyrës si sipërmarrësit perceptojnë konkurrencën" (fq. 12).

Gjetja 3: Efektet e barrierave janë akute ose kronike

Konstatimi i tretë ishte se efektet e barrierave janë akute ose kronike. Efektet e krizës financiare të vitit 1997 (krizës financiare/ekonomike), për shembull, në rritjen e biznesit mund të thuhet se ishin akute, në kuptimin që pronarët/menaxherët raportuan se kishin pasur nevojë për të zhvendosur fokusin e tyre në mbijetesën e biznesit dhe jo rritjen. Megjithatë, ndikimi i krizës në rritjen e biznesit të vogël ishte i kufizuar në një periudhë të caktuar kohe. Disa pronarë pohuan se pas krizës së vitit 1997 bizneset ju kthyen normalitetit.

Përndryshe, barriera të caktuara institucionale, si shumë burokraci, inspektimet e shpeshta, dhe ryshfetet e zyrtarëve u perceptuan nga pronarët/menaxherët si kronike, që nuk do të zhdukeshin ndonjëherë; dhe kjo ishte rezultat i institucioneve të dobëta formale dhe mungesës së sundimit të ligjit.

Së fundi, disa pronarë/menaxherë përshkruan eksperiencën si akute ashtu edhe kronike. Një

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

nga pjesëmarrësit i përshkruan barrierat si pengesa akute (p.sh. interesat e larta, kostot e larta të ambienteve, etj.), dhe të tjerë i përshkruajnë ato si kronike (p.sh. numri i taksave).

Gjetja 4: Barrierat përshkruheshin në mënyrë individuale

Interesante ishte një gjetje e katërt, që disa pronarë/menaxherë i interpretonin barrierat në mënyra individuale. Për të ilustruar, një pjesëmarrës duke ju referuar efektit të burokracisë në rritjen dhe zhvillimin e biznesit e krahasoi atë me një person që përpiqet të ecë ndërsa është i zhytur nën ujë. I njëjti pjesëmarrës i përshkruan efektet e konkurrencës së lartë nga kompanitë e mëdha të huaja në rritjen e biznesit si të ngjashme me të mësuarit se si të gatuash ndërkohë që recetat i ka konkurrenca.

Lidhur me metaforat e mësipërme është e rëndësishme të përshkruajmë shkurtimisht se çfarë na sugjeron literatura. Lakoff (1993) argumenton se përdorimi i metaforave në kërkimet organizacionale “nënkupton një mënyrë të menduari dhe një mënyrë të shikuarit që tregon si ne e perceptojmë botën në përgjithësi”. Pra metaforat mund ti konsiderojmë si mjete për përshkrimin e barrierave dhe shpjegimin e barrierave.

Gjetja 5: Barrierat ndikojnë në nivelin e emocioneve

Barrierat operojnë edhe në nivelin emocional. Një pjesëmarrës i përshkroi barrierat si "mbytëse", dhe një tjetër i konsideron ato të "neveritshme".

Diskutimi i kësaj gjetje mund të bazohet në literaturë njohëse (cognition literature) dhe veçanërisht në kërkimet mbi *perspektivën e procesit njohës* (the cognitive processing perspective) të emocioneve dhe organizatës. Në themel të perspektivës së procesit të njohjes qëndron nocioni se emocionet janë përgjigje ndaj vlerësimit (Lazarus, 1999). Parkinson (1997) shpjegon: “gjatë emocioneve këndvështrimi jonë mbi botën ndryshon dhe gjërat duken ndryshe: më të zymta ose më tërheqëse se zakonisht” (p. 63). Ky këndvështrim i emocioneve mund të shërbejë për të modifikuar njohjen dhe efektin e barrierave. Jo rastësisht në këtë studim, vlerësimet negative të barrierave duket se çojnë në qëllime më konservative rritje.

Disa nga pjesëmarrësit shprehin një farë *zemërimi* kur përshkruanin disa barrierat dhe ndikimin e tyre në qëllimet e rritjes.

Gjetja 6: Barrierat nuk janë gjithmonë barrierat

Në mënyrë paradoksale, gjetja e gjashtë ishte se barrierat nuk janë gjithmonë pengesa, që do të thotë në disa raste barrierat mund të mos përputhen me përkufizimin tradicional - si faktorë që kanë efekte negative në rritjen ekonomike. Domethënë, ndërsa shumica e

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

barrierave janë konsideruar se kanë ndikime negative në sjelljet dhe synimet e rritjes dhe, në disa raste, efektet e konkurrencës konsiderohen si pozitive (d.m.th. konkurrenca i nxit pronarët/menaxherët për të rritur biznesin), dhe në një rast tjetër, kishte efekte njëkohësisht pozitive dhe negative (d.m.th. konkurrenca e bën si të nevojshme ashtu edhe të vështirë rritjen). Pra barrierat mund të vlerësohen herë si kërcënime dhe në disa raste mund të konsiderohen si shanse.

Krueger (2003), në punimin e tij mbi barrierat reale dhe të perceptuara provon se perceptimi i shanseve – kërcënimeve mund të influencohet nga mënyra si perceptohen ngjarjet, pozitive apo negative, të kontrollueshme apo jo, nëse çojnë në fitime apo humbje. Dutton dhe Jackson (1987), në studimin e tyre mbi interpretimet strategjike të menaxherëve, zbuluan se nocioni i kërcënimit ka një ‘konotacion negativ’ dhe shoqërohet me ‘mungesë kontrolli’ dhe ‘pritje të humbjeve’, ndërsa nocioni i shanseve ka një ‘konotacion pozitiv’ dhe shoqërohet me ‘ndjenjën e kontrollit’ dhe ‘pritjen e fitimeve’ (fq. 384). Këto attribute ndihmojnë në shpjegimin e gjetjeve tona.

7.3 Kontributet e kërkimit

Ky punim jep disa kontribute në njohjen e barrierave të rritjes së biznesit të vogël, disa konceptuale dhe të tjerat me natyrë empirike.

Një nga kontributet kryesore të këtij studimi është se ai zgjeron konceptimin e barrierave duke përfshirë edhe relacionet e mundshme midis barrierave dhe qëllimeve/sjelljeve të rritjes së pronarëve/menaxherëve. U zbulua se barrierat e perceptuara formojnë qëllimet e rritjes ose jo rritjes të pronarëve/menaxherëve dhe formojnë realizimin e qëllimeve. Në mënyrë më të detajuar mund të themi se u zbulua se barrierat e perceptuara influencojnë qëllimet dhe sjelljet e rritjes në të paktën gjashtë mënyra. Këto gjetje argumentojnë gjetjet e studimeve më të hershme në literaturën njohëse sipërmarrëse e cila i sheh barrierat si pengesa për realizimin e qëllimeve të rritjes së pronarëve/menaxherëve. Në një kuptim më të gjerë, këto zbulime kontribuojnë gjithashtu në literaturën e rritjes së biznesit të vogël duke argumentuar lidhjen midis barrierave të perceptuara dhe rritjes së biznesit, që shprehet me anën e qëllimeve dhe sjelljeve.

Një tjetër kontribut i këtij studimi ishte gjetja se barriera të ndryshme influencojnë në mënyra të ndryshme qëllimet dhe sjelljet e rritjes. Studimet e deritanishme presupozonin se të gjitha barrierat ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në mënyra të ngjashme. Për herë të parë një përpjekje serioze për të vërtetuar gjetjen e mësipërme është bërë nga Rachel Doern (2011), e cila e vërtetoi atë në rastin e bizneseve në Rusi. Kjo u vërtetua edhe në studimin e bërë mbi bizneset shqiptare. Në linjë me gjetjen e mësipërme, ky studim tregoi se barrierat nuk janë gjithmonë pengesa apo fenomene negative në kuptimin e tyre tradicional. Në fakt

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

disa pjesëmarrës i shihnin ato si të parëndësishme ose në disa raste edhe lehtësuese. Kjo e zgjeron kuptimin e barrierave. Gjithashtu u zbulua se efektet e disa barrierave ishin akute dhe të disa të tjerave ishin kronike. Studimet e mëparshme kanë injoruar efektet kohore të barrierave.

Si rezultat i metodës cilësore të përdorur në këtë studim, rezultojnë edhe disa kontribute të tjera. Në studimet e mëparshme barrierat janë studiuar me metoda sasiore. Në këtë studim u konstatua se barrierat janë konceptuar në lidhje me barrierat e tjera dhe me eksperiencat personale të pronarëve/menaxherëve. Emocionet ishin një përcaktues për perceptimin e barrierave nga pjesëmarrësit.

Ky studim jep kontribute edhe në drejtim të mënyrës se si u zhvilluan intervistat. Përshkrimet e barrierave u zbuluan nga informacioni i marrë nga pronarët/menaxherët. Në ndryshim kjo nga shumica e studimeve të mëparshme ku barrierat i përshkruheshin pjesëmarrësve në studim dhe ata pohonin apo mohonin ekzistencën e tyre. Në studimin tonë disa nga këto përshkrime të bëra nga pjesëmarrësit ndërthureshin me njëra tjetrën. Pra ato nuk janë studiuar të izoluara, siç ka ndodhur në studimet e mëparshme. Gjetjet e këtij studimi gjithashtu zbuluan se disa përshkrime ishin me dy kuptime, që nënkupton që ndërkohë që ekzistenca e disa barrierave ishte problematike, ato mund të kishin edhe efekte të tjera ose të krijojnë probleme të tjera.

Një tjetër kontribut në literaturën e biznesit të vogël dhe në literaturën e rritjes së biznesit të vogël janë edhe konkluzionet lidhur me impaktin e mjedisit institucional në formimin e qëllimeve dhe sjelljeve të menaxherëve të bizneseve të vogla. Bruton, Ahlstrom dhe Obloj (2008) kanë argumentuar se njihet shumë pak rreth ndikimit të mjedisit institucional në qëllimet dhe sjelljet ndaj rritjes të pronarëve/menaxherëve. Në këtë studim, pronarët/menaxherët e ndjenin se barrierat institucionale minonin qëllimet e tyre të rritjes dhe ngadalësonin qëllimet e realizimit. Për më tepër, ndërkohë që barrierat institucionale formale u konsideruan problematike, më negative u konsideruan barrierat që kishin lidhje me institucionet informale. Në përgjigje të këtyre barrierave, pronarët/menaxherët ndërmerrenin strategji, të cilat në mënyrë ironike, frenonin më tepër qëllimet e rritjes.

Ky studim gjithashtu jep një kontribut të gjerë në literaturën mbi sipërmarrjen dhe zhvillimin e biznesit të vogël në ekonominë në tranzicion duke eksploruar perceptimet e disa pronarëve/menaxherëve të biznesit të vogël në këtë kontekst. Është argumentuar se ndërsa studimet e sipërmarrjes dhe biznesit të vogël e kanë përqendruar gjithnjë e më shumë vëmendjen se si sipërmarrësit mendojnë dhe veprojnë (Mitchell, Busenitz, Bird, Gaglio, McMullen, Morse dhe Smith, 2007), ky studim shton njohuri në këtë fushë duke analizuar se si disa pronarë/menaxherë mendojnë për rritjen e biznesit dhe rreth pengesave të rritjes, dhe efektet e perceptuara të këtyre barrierave në qëllimet dhe sjelljet

e rritjes.

Një kontribut kyç i hulumtimit aktual në të kuptuarit tonë të pengesave për rritjen e biznesit të vogël është se ai hedh dritë mbi unikalitetin e përvojave individuale dhe ndryshimet në këto përvoja, si dhe në probleme të cilat janë të përbashkëta për shumë pjesëmarrës. Kjo u arrit duke mbledhur të dhëna nga intervistat cilësore dhe, duke përdorur analiza template dhe analiza interpretuese fenomenologjike. Për sa jemi në dijeni, ky mund të jetë ndër studimet e pakta (Rachel Doern 2011) e cila ka përdorur këto teknika analitike për të kuptuar fenomenin e kërkimit dhe i ka aplikuar këto teknika të kërkimit në rritjen e biznesit në përgjithësi. Në literaturën shqiptare ky është punimi i parë. Duhet të theksohet se këto teknika analitike konsumonin kohë dhe përfshinin nivele të ndryshme të analizave. Ato gjithashtu përfshinin një nivel të lartë subjektivizmi dhe cilësia e rezultateve varej nga interpretimi i studiuesit. Për të gjitha këto arsye shpjegimi i fenomenit kërkonte një eksplorim të mëtejshëm të literaturës dhe për pasojë, përpjekje dhe kohë shtesë.

7.4 Konkluzione

7.4.1 Implikimet për politikën, praktikën, dhe hulumtimin e biznesit të vogël

Studimet e mëparshme mbi pengesat për rritjen e biznesit të vogël kanë tendencë të përfundojnë duke diskutuar implikimet e gjetjeve për politikën e biznesit të vogël dhe duke i paralajmëruar hartuesit e politikave për pengesat e mundshme për rritjen dhe zhvillimin e biznesit, duke bërë thirrje për heqjen e pengesave që diskriminojnë bizneset e vogla. Në vend që të argumentojë nevojën për heqjen e pengesave të identifikuara, ky hulumtim sjell në vëmendje të politikë-bërësve rëndësinë e perceptimeve nga pronarët/menaxherët të barrierave dhe reagimet e tyre ndaj këtyre barrierave. Në kontekstin e këtij studimi duket se perceptimet e barrierave, sidomos të atyre institucionale, dhe reagimet ndaj këtyre pengesave, kontribuojnë në jo-produktivitetin e sipërmarrjes (Baumol, 1990), duke marrë formën e sjelljeve të caktuara ('shmangia') si evazioni fiskal. Kjo sjellje duket të jetë inkurajuar nga institucionet e dobëta formale, veçanërisht institucionet ligjore, zyrtarët e shtetit dhe negociatat e vazhdueshme dhe 'marrëveshje informale' me këta zyrtarë. Shmangia, nga ana tjetër, minon qëllimet e pronarëve/menaxherëve për tu rritur. Mungesa e besimit tek institucionet i kufizon mundësitë për rritje. Përpjekje të vazhdueshme duhet të bëhet nga hartuesit e politikave në Shqipëri për të forcuar institucionet formale dhe përmirësuar 'besimin institucional'.

Është sugjeruar se kërkimet në qëllimet sipërmarrëse ofrojnë mundësi për politikë-bërësit dhe akademikët për të ndryshuar perceptimet e pronarëve/menaxherëve, për sa kohë ato lidhen me dëshirën dhe fizibilitetin e perceptuar për kryerjen e një sjellje të caktuar (Berglund,

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

2005). Megjithatë, në studimin tonë del shumë e qartë se shumë pronarë/menaxherë ishin të ndërgjegjshëm për nevojën e tërheqjes së vëmendjes së politikë-bërësve, dhe për këtë arsye, puna e akademikëve është rruga më premtuese për ndryshimin e perceptimeve. Në këtë drejtim mund të krijohen relacione midis universiteteve dhe organizatave të biznesit për zhvillimin e programeve afatshkurtra të fokusuara në aksesin në kapital, trajnimin e aftësive dhe punën me zyrtarët.

Punimi ka vlera praktike për individët të cilët pronësojnë apo menaxhojnë një biznes të vogël në Shqipëri, madje edhe më tej, në ekonominë në tranzicion. Gjatë studimit vumë re se shumë pronarë/menaxherë ngurronin të diskutonin disa barrierë, veçanërisht ato që kishin të bënin me korrupsionin e zyrtarëve, sepse ato kishin frikë nga ndonjë 'hakmarrje'. Për këtë arsye, një rrugë efektive do të ishte ndërgjegjësimi i pronarëve/menaxherëve për përfitimin e identifikimit të barrierave, inkurajimi i tyre për zbulimin se cilat dhe si barrierat ndikojnë në qëllimet e tyre të rritjes dhe për zhvillimin e strategjive për menaxhimin e këtyre barrierave.

Së fundi, ky studim mendojmë se do të jetë një kontribut edhe për kërkuesit e tjerë të fushës. Në veçanti ai nxjerr në pah disa nga vështirësitë që mund të ndeshin në intervistat me pronarët/menaxherët. Përveç kësaj, ai i paralajmëron studiuesit për ndjeshmërinë që kanë pronarët/menaxherët kur diskutojnë për barrierat.

7.4.2 Kufizimet e kërkimit

1. Intervistimi i pjesëmarrësve vetëm në një moment të caktuar kohor

Meqenëse të dhënat janë mbledhur në një moment kohe, me përjashtim të 10 bizneseve që u intervistuan edhe në vitin 2013 (studimi i dytë) nuk ishte e mundur që të identifikoheshin evoluimi në kohë i këtyre barrierave dhe efektet e tyre në rritjen e biznesit. Megjithatë, ky kufizim i zvogëluar për faktin se intervistat u përqendruan në perceptimin e pronarëve/menaxherëve mbi ngjarjet dhe jo në ngjarjet reale, si dhe atyre ju dha mundësia të diskutojnë planet e të ardhmes dhe të reflektojnë në aktivitetet e të kaluarës.

2. Intervistat gjysmë të strukturuar dhe replikat e kërkuesit

Për të ruajtur konsistencën gjatë intervistave, pjesëmarrësve ju drejtuan tre pyetje standarde lidhur me qëllimet e përgjithshme dhe specifike si dhe barrierat e rritjes. Për secilën nga pyetjet u bë ndërhyrje nga studiuesi për ti ndihmuar në evidentimin e tyre. Për këtë shkak mund të themi se përgjigjet e pjesëmarrësve mund të jenë kufizuar apo ndikuar në një farë mënyre. Për shembull, mund të jenë bërë shumë ndërhyrje lidhur me llojet e barrierave, gjë që kushtëzon përgjigjen e pronarëve/menaxherëve dhe nuk i mundëson atyre thellimin në barrierën më të rëndësishme. Shpesh pjesëmarrësit, jepnin edhe përgjigje të shkurtra, po ose jo. Megjithatë në shumicën e rasteve pjesëmarrësit kishin dëshirë të shpreheshin dhe të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

‘ankoheshin’ duke treguar eksperiencat e tyre.

3. Fokusi në barrierat e perceptuara

Meqenëse fokusi i studimit ishin barrierat e perceptuara të raportuara nga pronarët/menaxherët, kjo përjashtonte barrierat e fshehta, dhe veçanërisht barrierat e brendshme që kishin të bënin me të intervistuarit. Megjithatë, për faktin se procedimi metodologjik synonte eksperiencën subjektive të pjesëmarrësve, ky nuk është ndonjë kufizim serioz.

4. Efekti i kërkuesit

Është e rëndësishme të theksohet se statusi i kërkuesit mund të ketë patur ndikim tek përgjigjet e të intervistuarve. Statusi si femër, e re në moshë dhe që punon në Ministrinë e Financave, këto mund të influencenin në kufizimin e përdorimit të termave teknike, në mos diskutimin e atyre problemeve që presupozohej se njiheshin nga kërkuesi, ose në rezervimin e ‘ankesave ndaj qeverisë’.

5. Vlefshmëria e interpretimeve

Ndërkohë që vlefshmëria e interpretimeve është diskutuar në kapitujt 5 dhe 6, një çështje meriton vëmendje. Kjo ka të bëjë me vendimin e marrë për llogaritjen e shpeshtësisë së barrierave të përmendura gjatë intervistave. Kjo mund të konsiderohet problematike për dy arsye: Së pari kemi një ndërthurje të lehtë të metodës sasiore me atë cilësore, gjë që shihet shpesh me dyshim nga studiuesit. Së dyti, ndërhyrjet e intervistuesit në ndihmë të evidentimit të barrierave mund të kenë ndikimin e tyre në përgjigjet e pjesëmarrësve. Për këtë arsye, gjatë bërjes së intervistave u mbajtën shënime se cilat ishin barrierat e përmendura nga vetë pronarët/menaxherët dhe cilat ishin ato që u përmendën me ndërhyrjen tonë.

6. Përgjithësimi i rezultateve

Gjatë këtij studimi nuk janë bërë deklaratatë të forta përgjithësuese. Veçanërisht në këtë studim nuk pretendohen përgjithësime statistikore për faktin e kampionit të zgjedhur. Kampioni përfshin vetëm 22 biznese që operojnë në Tiranë dhe fokusi i studimit ishin eksperiencat unike të këtyre pronarëve/menaxherëve. Megjithatë, studiues të tjerë që kanë përdorur të njëjtët parametra studimi mund ti gjejnë me vlerë gjetjet e këtij studimi (Marshall dhe Rossman, 2006).

Megjithatë ky punim ka diskutuar si barrierat janë përkufizuar tradicionalisht dhe si ky koncept është zgjeruar më tej, duke përfshirë edhe qëllimet.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

7.4.3 Disa rekomandime për kërkimet në të ardhmen

Ky punim, me qëllim kryesor njohjen e barrierave dhe si ato ndikojnë në qëllimet dhe sjelljet e rritjes së biznesit të vogël, ka identifikuar një numër mundësish për kërkime në të ardhmen. Drejtimit për kërkimet e mundshme renditen më poshtë:

Së pari, nuk ishte e mundur që të zhvillohej një studim me shtrirje në kohë. Koha e kufizuar doktrale ishte një nga faktorët kryesorë që nuk mundësonte shtrirjen në kohë. Njohja e barrierave, efekti i tyre në rritje dhe evoluimi i tyre mund të studiohet më tej me studime të shtrira në kohë.

Së dyti, në studimet e ardhshme mund të adoptohen metoda të tjera, si studimet me anën e ditarëve. Kjo do të ishte një metodë më efikase, por do të kërkonte një parapërgatitje të pronarëve/menaxherëve dhe një angazhim afat-gjatë të kërkuesit.

Së treti, modeli i përdorur në studimin tonë mund të përpunohet dhe përsoset më tej.

Së katërti, një nga gjetjet kryesore ishte se barrierat veprojnë mbi qëllimet dhe sjelljet e rritjes në mënyra të ndryshme dhe shpesh unike. Kjo gjetje mund të eksplorohej më tej në të ardhmen nëse mund të shfaqen mënyra të reja si operojnë barrierat, ose mënyra të reja sesi ato ndikojnë në qëllimet/sjelljet e rritjes.

Së pesti, mund të jetë me interes të eksplorohej nëse një qëllim specifik rritje (për shembull të punojmë më tepër me partnerët, të punësojmë më tepër punonjës, të rrisim tregun dhe shitjet) mund të jetë i shoqëruar me një barrierë specifike rritje. Kjo mund të realizohet duke i dhënë kohë pjesëmarrësve të shprehen vetë për barrierat, pa ndërhyrjen e kërkuesit.

Së fundi, ka shumë hapësirë për të eksploruar më tej kuptimin e disa barrierave që ndikoheshin nga emocionet e pjesëmarrësve. Do të ishte me interes të analizoheshin edhe llojet e emocioneve të shfaqura nga pjesëmarrësit, si zemërimi, frika, neveria dhe krenaria.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

7.5 Disa rekomandime praktike për politikë-bërësit, akademikët dhe pronarët/menaxherët e bizneseve të vogla

Masat e propozuara	Përshkrimi	Instrumentat dhe treguesit kyç të suksesit
<i>Rritja e aksesit në kapital</i>		
<i>Të vazhdohet dhe intensifikohet mbështetja e investimeve kapitale në bizneset e vogla</i>	Të ofrohen instrumenta që do të mundësojnë investimet në bizneset e vogla shqiptare. Të mundësohet transferimi i njohurive midis firmave lokale dhe të huaja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rritja e nivelit të kreditimit dhe fuqizimi i fondit shqiptar të garantimit të kredive 2. Krijimi i skemave të venture kapital, business angels, innovation voucher, etj. 3. Krijimi i programeve për mbështetjen e rritjes së bizneseve të vogla nëpërmjet fondeve grant dhe kredi me interesa të ulta. 4. Aplikimi i instrumenteve të tjerë financiarë si: <ul style="list-style-type: none"> o Zbatimi e zgjerimi i faktoringut; o Zbatimi e zgjerimi i leasingut; o Skema te garantimit; o Skema te garantimit publik-privat. <p>Sigurimi i zhvillimit të mëtejshëm të biznesit të vogël, duke bashkëpunuar me fonde të njohura ndërkombëtarisht. Të ofrojmë kondita të përshtatshme për ta bërë Shqipërinë një vend interesant për të investuar.</p> <p>Të reduktohen barrierat administrative dhe të thjeshtohen procedurat e sigurimit të fondeve, veçanërisht për ato biznese që kanë interes publik.</p>
<i>Të mbështetet zhvillimi i engjëjve të biznesit dhe investimeve në aktivitete prodhuese</i>	Të përgatiten instrumente që do të rrisin sasinë dhe cilësinë e investimeve. Përdorimi i 'lirimit' nga taksat në rastet e engjëjve të biznesit dhe investimet në aktivitete prodhuese.	<ul style="list-style-type: none"> • Të aplikohen subvencionet e shtetit për kompani prodhuese që premtojnë rritjen. • Të nxiten programet për inkubatorët e biznesit dhe të motivohen të ashtuquajturit 'nxitës të biznesit'.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

<i>Rritja dhe përmirësimi aftësive</i>		
<i>Workshop-e promociionale</i>	Trajnimi i pronarëve/ menaxherëve me njohuri mbi barrierat, qëllimet e rritjes dhe rrugët për menaxhimin e tyre.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizmi i ngjarjeve motivuese, apo trajnuese me qëllim promovimin e rritjes. • Krijimi i lidhjeve institucionale midis universiteteve, shoqatave të biznesit dhe institucione qeveritare.
<i>Rritja e kapacitetit të kompanive lokale për thithjen e njohurive të reja dhe përvojës në nxitjen e investimeve.</i>	Nxitja dhe bashkëpunimi ndërmjet shkencës me sektorin e industrisë, bashkëpunimi me universitetet dhe qendrat e kërkimit shkencor.	<ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi dhe krijimi i rrjetit të bashkëpunimit ndërkombëtar (internacionalizimi) nëpërmjet rrjeteve profesionale midis partnerëve të biznesit, të shkëmbimit të njohurive, të mësuarit dhe zhvillimit të menaxhimit, marketingut dhe aftësive të tjera të biznesit si zbatimi i metodave për rritjen e produktivitetit, përgatitja e punëtorëve të kualifikuar, etj. • Zhvillimi i infrastrukturës teknologjike, krijimi i zonave dhe parqeve industriale. • Stimulimi i zhvillimit të burimeve njerëzore, mbështetja për trajnimin e inxhinierëve dhe zhvillimi dhe trajnimi i personelit teknik, zhvillimi i kurseve trajnuese në sektorët konkurrues.
<i>Krijimi e përmirësimi i aftësive menaxhuese dhe trajnuese</i>	Një sjellje tjetër sipërmarrëse duhet të ndërtohet që në hapat e parë të edukimit të brezit të ri, me qëllim krijimin e ambientit të duhur për sipërmarrësit në sistemin arsimor, për të siguruar që të rinjtë të jenë të informuar për kulturën sipërmarrëse dhe ta konsiderojnë atë si pjesë të edukimit të tyre dhe mundësi e ardhshme punësimi.	<ul style="list-style-type: none"> • Zhvillimi i burimeve njerëzore, një fuqi punëtore e kualifikuar përbën avantazh për investimet e huaja, veçanërisht për ato që operojnë në industrinë me teknologji të lartë. • Qeveria duhet të vazhdojë reformat e saj në fushën e edukimit dhe trajnimit profesional, duke përmirësuar cilësinë e edukimit dhe duke nxitur lidhjet ndërmjet akademisë dhe biznesit. • Një vëmendje e veçantë duhet ti kushtohet njohurive të specializuara në menaxhim, inxhinieri dhe fusha teknologjike në përgjithësi.
<i>Shpërndarja e</i>	Të mësuarit për	<ul style="list-style-type: none"> • Promovimi dhe nxitja e zhvillimit të

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

<p><i>kulturës sipërmarrëse në bizneset e vogla</i></p>	<p>sipërmarrjen tashmë është pranuar si një kompetencë kyçe në nivel Evropian dhe në Strategjitë e hartuara në vendet e BE-së marrin në konsideratë se ky proces është një proces i të mësuarit në një hark kohor afat-gjatë duke filluar nga arsimit fillor dhe me tej deri në shkallët më të larta të edukimit.</p>	<p>sipërmarrjes me bashkëpunimin e bizneseve të vogla dhe të mëdha.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programe edukimi të përbashkëta për këmbim eksperience. - • Këto procese përfshijnë jo vetëm reformën e kurrikulës në të gjitha nivelet por edhe një sërë programesh të tjera që kanë qëllim nxitjen e kulturës së sipërmarrjes si partneriteti shkollë-biznes, ndërmarrjet e studentëve, reformimin e shkollës dhe të gjitha institucioneve që ofrojnë edukim dhe trajnim.
<p><i>Përmirësimi i klimës së biznesit dhe thjeshtimi i mëtejshëm i legjislacionit</i></p>		
<p><i>Zhvillimi i grupimeve industriale nëpërmjet klasterave.</i></p>	<p>Krijimi i klasterave nëpërmjet bashkëpunimit të institucioneve publike dhe private, duke u fokusuar si në inovacion, marketing, menaxhim.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nxitja e projekteve për zhvillimin e klasterave. • Bashkëpunimi institucional me universitetet dhe shoqatat e biznesit. • Zhvillimi i inkubatorëve teknologjike. • Pjesëmarrja në trajnime të përbashkëta me të gjithë zinxhirin e aktorëve të organizuar në bazë klasteri, duke zhvilluar aktivitete partneriteti në tërë zinxhirin e ofrimit të produkteve dhe shërbimeve sipas grup klasterave. • Bashkëpunimi strategjik midis ndërmarrjeve të ndryshme dhe nxitja e shërbimeve të përbashkëta dhe krijimi i zinxhirit të vlerës do të sjellin internacionalizimin e SME-ve dhe akses në tregje të reja.
<p><i>Zhvillimi i infrastrukturës së SME-ve.</i></p>	<p><i>Përmirësimi i shërbimit ndaj biznesit.</i></p>	<p>Ka një rëndësi të veçantë përmirësimi dhe rritja e shërbimeve ndaj biznesit nëpërmjet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompletimit dhe fuqizimit të portalit të SME-ve ashtu si dhe qendrës së informacionit për biznesin; • Realizimin e nevojave për trajnime;

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

		<ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi të shërbimit on line për trajnimet, etj.
<i>Problematika të tokës dhe të ndërtimit</i>	Nga anketimi i bizneseve rezulton se koha totale e kryerjes se procedurave administrative (si p.sh., përcaktimi i detajuar i zonës, miratimi i projektit, leja e ndërtimit, leja e përdorimit, etj) lidhur me ndërtimin është rreth 8 muaj.	<ul style="list-style-type: none"> • Perfeksionimi dhe lehtësimi i procedurave për marrjen e lejeve të ndërtimit. • Publikimi periodikisht i vendimeve të pushtetit lokal, me qëllim rritjen e transparencës. • Modernizmi i zyrave të regjistrimit të pasurive të paluajtshme. • Grupet teknike të punës - Në varësi të nevojave të reja prioritare lind nevoja të ngrihen disa grupe pune që përqëndrohen në detyra specifike si p.sh., përmirësimi i procesit të doganave, administrimi i taksave, ligjit të punës, vizave, tokës, dhe ndërtimit. Këto grupe përbëhen nga ekspertë teknikë nga ministrinë përkatëse, sektori privat dhe/ose agjencitë e donatorëve.
<i>Reformimi i sistemit të inspektimit</i>	Inspektoratet duhet të merren me të gjithë problematikën e inspektimit, duke promovuar metodologjinë më të mirë, parimet dhe praktikën kryesore më të mira që zbatohen në vendet e zhvilluara të BE-së dhe OECD-së.	<ul style="list-style-type: none"> • Konsolidimi i numrit të inspektorateve dhe fuqizimi i Inspektoratit Qendror si dhe ristrukturimi i inspektorateve dhe trupave inspektues, në varësi të nevojave të tregut. • Ristrukturimi i të gjitha inspektorateve dhe trupave inspektues. • Të standardizohen procedurat e përgjithshme të inspektimit. • Të ngrihet një shkollë për trajnimin e inspektorëve. • Të përcaktohen treguesit e performancës së inspektimeve. Përdorimi i ri-inspektimit për kontrollin e punës së inspektorëve.
<i>Përditësimi i regjistrimit elektronik</i>	Të rritet shkalla e transparencës,	<ul style="list-style-type: none"> • Krijimi i një dritareje të veçantë elektronike për biznesin për të propozuar

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

<p><i>për legjislacionin e biznesit.</i></p>	<p>lehtësimit të biznesit, dhe informimit të tij, për minimizimin e mundësive korruptive,</p>	<p>mbi ndryshimet e procedurave administrative dhe përmirësimet e ndryshme.</p>
<p><i>Thjeshtimi i dokumentacionit doganor dhe kohës për çlirimin e produktit për eksport.</i></p>	<p>Zvogëlimi i procedurave të gjata burokratike që ndikojnë në rritjen e kostove të transaksionit për eksport.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rishikimi dhe përmirësimi i të gjitha kërkesave që lidhen me administrimin e taksave, doganat si dhe rregullat e punësimit. • Prezantimi i teknologjisë moderne në dogana, përpunimi si dhe zhdoganimi; • Përmirësimi i formave të komunikimit dhe informimit për biznesin. • Të punohet për ngritjen profesionale dhe etikën e komunikimit të oficerëve doganorë.
<p><i>- E drejta e pronësisë dhe kontratat</i> <i>- Trajtim i barabartë</i> <i>- Heqja e barrierave administrative</i></p>	<p>Hartimi i politikave që ndikojnë në fuqizimin e të drejtës për pronën dhe kontratat, duke përfshirë edhe pronësinë intelektuale.</p> <p>Masa të tjera nevojiten që të garantojnë konkurrencë të ndershme në treg ndërmjet firmave të huaja me ato lokale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dixhitalizimi i regjistrit të pronave. • Konsolidimi i Gjykatës Administrative. • Të fuqizohet administrimi i taksave, duke respektuar procedurat, rritjen e transparencës dhe uljen e kostos së tyre. Të përmirësohen auditimi si dhe procedurat e inspektimit, duke reduktuar ndërhyrjet dhe koston e biznesit. • Adoptimi i standardeve ndërkombëtare të taksave dhe harmonizim me ato të BE-së, duke përfshirë edhe standardet e taksave për SME-të. • Qeveria duhet të identifikojë tokat publike që do të jenë disponibël për qira apo shitje për investitorët e huaj apo vendas, duke përfshirë edhe tokën bujqësore. • Qeveria duhet të vazhdojë masat e saj kundër evazionit fiskal dhe korrupsionit ndërmjet bizneseve lokale, që në disa raste tregojnë për konkurrencë jo të ndershme ndaj investitorëve të huaj.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

		<ul style="list-style-type: none"> • Ngritja e zonave industriale që mund të ofrojnë tokën, infrastrukturën dhe shërbimet mbështetëse të biznesit. • Transparenca, qeveria duhet të fuqizojë konsultimin publik dhe dialogun, shkëmbimin e informacionit me shoqatat e investitorëve.
<i>Lehtësimi i procedurave në transferimin e një biznesi</i>	<p>Kushtet e transferimit të biznesit nuk janë të lehta, janë një sërë faktorësh si barrierat administrative dhe barra e taksave, mungesa e informacionit dhe koha e shpenzuar në plotësimin e formaliteteve që konsiderohen një pengesë e madhe. Nisur gjithashtu nga forma legale e kompanisë dhe koha e saj që operon në treg, konsiderohen elementë shtesë që kompanitë e vogla me eksperiencë jo me shumë se tre vjet në treg të jenë vulnerabël dhe të ekspozohen më lehtë ndaj dështimit për transferimin e biznesit të tyre.</p>	<p>Edhe pse një eksperiencë e tillë deri tani njihet pak në tregun shqiptar, praktikat ligjore dhe administrative duhet të gjejnë zbatim, pasi gjithnjë e më shumë biznesi përgatitet të integrohet sa më shumë në tregun Evropian. Veçanërisht transferimi i një biznesi nga një brez në tjetrin brenda familjes është një sfidë me të cilën edhe biznesi vendas do të përballet.</p> <p>Meqenëse akoma sot në tregun Evropian ka vështirësi për transferimin e biznesit, për efekt të sistemit të taksave dhe procedurave administrative, aq më shumë në tregun vendas lind si domosdoshmëri:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi apo dhe adoptimi i kuadrit ligjor që të lehtësojë transferimin e biznesit, duke marrë në konsideratë Rekomandimin e Komisionit Evropian të vitit 2006 për transferimin e biznesit dhe atë të vitit 2011 që merr në konsideratë pengesat fiskale për transferimin e një biznesi ndërkufitar brenda tregut Evropian. • Përmirësimi i informacionit dhe shërbimeve të këshillimit si dhe mbledhja e të dhënave dhe monitorimi i rasteve të transferimit të një biznesi, etj.
<i>Menaxhimi i barrierave të tregut</i>		
<i>Krijimi i një klime biznesi ku sipërmarrësit mund të zhvillohen dhe të</i>	<p>Pavarësisht nga rezultatet e deritanishme të arritura në përmirësimin e klimës së biznesit dhe të</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Me qëllim që të rritet pjesëmarrja e SME-ve në fushën e prokurimit publik, ka vend për të rishikuar kuadrin ligjor nga autoritetet kontraktuese veçanërisht

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

<i>rriten</i>	indikatorëve që e përcaktojnë atë, lind si domosdoshmëri thellimi dhe përmirësimi i kuadrit ligjor dhe nënligjor në drejtim të disa indikatorëve të rëndësishëm që ndikojnë në përmirësimin e mëtejshëm të klimës së biznesit dhe reduktimin e kostos së të bërit biznes.	me kërkesat e dokumentacionit administrativ, që bëhen pengesë për pjesëmarrjen e SME-ve në këtë proces prokurimi - adoptimi i “Kodit Evropian të praktikave më të mira që lehtësojnë aksesin e SME-ve për pjesëmarrje në prokurim publik”. <ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi dhe rritja e cilësisë së shërbimeve të agjencive publike si AIDA, QKR, QKL, etj, në funksion të nevojave të sipërmarrjes dhe të reduktimit të kostove të këtyre shërbimeve.
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.6 Shënime përmbyllëse

Literatura na sugjeron se pak biznese të vogla rriten dhe barrierat e brendshme dhe të jashtme mund të jenë ‘përgjegjësit kryesorë për frenimin e rritjes, në ato biznese që dëshirojnë të rriten. Studimi aktual tregon që ky problem është tepër kompleks, dhe për shkak të këtij kompleksiteti është një fushë e pa-hulumtuar mirë.

Në studimin e paraqitur për mbrojtje janë ilustruar disa nga mënyrat e mundshme për njohjen e barrierave të biznesit të vogël, të cilat përfshijnë ekzaminimin e barrierave të perceptuara në harmoni me qëllimet e rritjes së pronarëve/menaxherëve, duke ju referuar rëndësisë së perceptuar të këtyre barrierave dhe kontekstit në të cilin ato operojnë.

Gjetjet tregojnë se disa nga pronarët/menaxherët, në varësi të mënyrës se si i perceptojnë barrierat, janë ndikuar në vendimet e tyre për rritjen apo jo të biznesit.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Shtojca 1:

Udhëzues interviste për menaxherët/pronarët

Hyrje (Kërkimi)

Qëllimi dhe natyra e kërkimit: Ky projekt ka qëllim të shqyrtojë në mënyrë të gjerë efektet e mjedisit të jashtëm mbi aktivitetet e planifikimit strategjik në organizatat e vogla- të mesme në Shqipëri.

Konfidencialiteti: Pronarët dhe menaxherët e bizneseve të vogla duhet të jenë të sigurt që emrat e tyre dhe emrat e kompanive të tyre do të mbahen të fshehta në çfarëdo prezantimi të botuar ose jo.

Pyetjet për intervistuesin: Të gjithë pjesëmarrësit në intervistë do të pyeten nëse kanë ndonjë pyetje për intervistuesin.

Pyetjet do të jenë fleksibile.

Pyetje mbi 'backgroundin' personal -

1. Cili është pozicioni juaj në kompani? Roli juaj? Përgjegjësitë tuaja?

2. Çfarë pune keni bërë para se të punonit për këtë kompani?

Pyetje për 'profilin e kompanisë' -

1. Mundet të na tregoni pak për kompaninë dhe aktivitet tuaja kryesore?

a. Kur ka filluar? _____

b. Kur e keni regjistruar biznesin tuaj? _____

c. Sa njerëz punojnë për kompaninë tuaj? _____

Pyetje për 'zhvillimet e të kaluarës, së tashmes dhe të ardhmes së kompanisë' –

1. Ku jeni tani? _____

2. Si është tashmë biznesi? _____

3. Si arritët deri këtu? _____

4. Ku po shkoni me biznesin? _____

5. Si do të arrini deri atje? _____

6. Çfarë mendoni se do t'ju ndihmojë për të arritur aty? _____

7. Sa larg në kohë ju planifikoni? _____

Pyetje për 'qëndrimet ndaj klimës së biznesit'^{35 23} -

1. Si do ta përshkruanit klimën e biznesit në Shqipëri sot? _____

2. Si ju konkurreniti? _____

²³ Disa prej këtyre pyetjeve janë bërë gjatë mbledhjes së të dhënave.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

3. Si ndryshoni nga konkurrenca? _____
4. Kush janë konkurrentët tuaj kryesorë? _____
5. Si i 'tërhiqni' njerëzit në kompaninë tuaj?
6. Përdorni ju kapital 'të jashtëm'?
7. Nëse po, jeni i suksesshëm?
8. Keni kërkuar ndonjëherë këshilla nga ekspertë të jashtëm?

Të tjera -

1. Çfarë e bën punën tuaj të lehtë?
2. Çfarë e bën atë të vështirë?
3. Keni ndonjë pyetje për mua?

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Shtojca 2: Udhëzues interviste për stakeholders

A. Hyrje (Kërkimi)

Qëllimi dhe natyra e kërkimit: Ky projekt ka qëllim të shqyrtojë në mënyrë të gjerë efektet e mjedisit të jashtëm mbi aktivitetet e planifikimit strategjik në organizatat e vogla- të mesme në Shqipëri.

Konfidencialiteti: Pronarët dhe menaxherët e bizneseve të vogla duhet të jenë të sigurt që emrat e tyre dhe emrat e kompanive të tyre do të mbahen të fshehta në çfarëdo prezantimi të botuar ose jo.

Pyetjet për intervistuesin: Të gjithë pjesëmarrësit në intervistë do të pyeten nëse kanë ndonjë pyetje për intervistuesin.

Pyetje mbi ‘backgroundin personal’

1. Sa kohë keni qenë i përfshirë me organizatën?
2. Çfarë do të thoni për evoluimin e punës tuaj që kur keni filluar e deri më sot?

Pyetje lidhur me ‘aktivitetet e organizatës, kontributin në mbështetjen e infrastrukturës së bizneseve të vogla.’ -

1. Cili është roli juaj në organizatë?
2. Ka qenë i suksesshëm ky rol?
3. Me çfarë lloj biznesesh punon organizata juaj?
4. E krahasoni veten tuaj me ndonjë organizatë tjetër në Shqipëri?
Në botë?
5. Nga vjen financimi juaj?
6. Mund të më jepni një shembull për një program/iniciativë të kohëve të fundit që ka qenë i suksesshëm? Një që nuk ka qenë i suksesshëm?
7. Ka ndonjë gjë që nuk po e bëni tani, por po e planifikoni në të ardhmen?

Pyetje për ‘nevojat e biznesit të vogël -

1. Çfarë lloj shërbimesh, nëse ka, i ofroni bizneseve të vogla?
2. Çfarë lloj shërbimesh mendoni se janë të nevojshme nga firmat shqiptare?
3. Nga puna ose eksperiencia juaj, çfarë nevojitet për tu bërë një firmë e vogël e suksesshme në Shqipëri?
4. Cilat janë disa shkaqe për dështim?

Pyetje për ‘klimën e biznesit dhe ndikimin në biznesin e vogël’ -

1. Si do ta përshkruanit klimën e biznesit për bizneset e vogla në Shqipëri?
2. Është klima e biznesit më e mirë apo më e keqe se pesë ose dhjetë vjet më parë? (është e njëjtë apo ndryshe që nga krijimi i organizatës?)
3. Si e shikoni të ndryshojë/zhvillohet ndër vite mjedisi në të cilin operoni?
4. Cilat janë sfidat më të mëdha që po përballojnë firmat e vogla?

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Pyetje për 'punën dhe kërkimin me bizneset e vogla' -

1. Cili është informacioni më i vështirë për tu marrë nga firmat? Çfarë informacioni, nëse ka, mund të jetë më sensitiv?
2. Cila është periudha më e mirë e vitit për të bërë kërkime?

A keni ndonjë këshillë për mua në kryerjen e kërkimit aktual?

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Shtojca 3: Studimi nr. 3

Hyrje

Qëllimi dhe natyra e kërkimit: Ky projekt ka për qëllim të studiojë synimet e rritjes në karrierë të njerëzve të bizneseve të vogla dhe mjetet e përdorura për të realizuar qëllimet. Theksi në kërkim është për të kuptuar përvojat e pronarit/ menaxherit, nëse ato lidhen me rritjen e biznesit dhe pengesat e mundshme. Me përfundimin e projektit, pjesëmarrësit do të marrin një kopje të kërkimit.

Konfidencialiteti: Pronarët dhe menaxherët e bizneseve të vogla duhet të sigurohen që emrat e tyre dhe emrat e kompanive të tyre do të mbahen të fshehta në çfarëdo prezantimi të botuar ose jo.

Pyetjet për intervistuesin: Të gjithë pjesëmarrësit në intervistë janë të lirë të bëjnë pyetje për intervistuesin.

B. Backgroundi

(Unë mendoj se një moment i mirë për të filluar është që të na tregoni pak për kompaninë tuaj, si dhe kur keni filluar, çfarë jeni duke bërë, çfarë përgjegjësish keni ndaj kompanisë.)

1. Fillimi dhe historia e biznesit.
2. Kur e keni filluar biznesin tuaj?
3. Mundet të më tregoni pak për biznesin tuaj?
4. Cilat janë aktivitetet tuaja kryesore? Sa punonjës merrni në punë?
5. Si ka ecur puna që kur e keni hapur biznesin?
6. Është zhvilluar biznesi 2-3 vitet e fundit?
7. Cila ka qenë periudha e zhvillimit më të madh të biznesit tuaj?

Historia e edukimit, eksperiencës, dhe punësimit duke përfshirë pozicionin tuaj aktual:

1. Si do ta përshkruanit background-in tuaj?
2. Çfarë eksperience edukimi keni sjellë me vete në kompani?
3. Mund të përshkruani rolin/përgjegjësitë tuaja në kompani?

C. Barrierat dhe synimet e rritjes

Pronarët/menaxherët e bizneseve të vogla kanë synime të ndryshme për bizneset e tyre. Jam e interesuar të di si e trajtoni biznesin dhe eksperiencat tuaja. Nuk ka përgjigje të drejta apo të gabuara për pyetjet në vazhdim. Ju lutem më tregoni -

1. a) Për momentin, cili është synimi juaj për biznesin?:
 - a. Të qëndroni në të njëjtën madhësi
 - b. Të zvogëloheni
 - c. Të rriteni në mënyrë të moderuar
 - d. Të rriteni ndjeshëm

b) Sa kohë keni që e keni këtë synim?

d) Sa i rëndësishëm është ky synim për ju?

Pronarët-menaxherët e bizneseve të vogla bëjnë gjëra të ndryshme për të rritur biznesin e

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

tyre. Më tregoni nga eksperiencia juaj -

2. a) Si keni ndërmend që ta rrisni biznesin tuaj? Çfarë keni bërë tani, nëse keni bërë, për të përmbushur këtë qëllim? Ju lutem shpjegoni në detaje.

Për shembull, keni

- a. Zgjeruar produktin ose linjën e shërbimeve
- b. Punuar me shumë partnerë
- c. Punësuar më shumë punonjës
- d. Blerë pajisje të reja apo të përdorura
- e. Hapur dyqane apo reparte të reja
- f. Lëvizur në ambiente të reja
- g. Përmirësuar kushtet e punës
- h. rritur marketingun dhe shitjet.
- i. Keni rritur shpenzimet në kërkim zhvillim.

Disa menaxherë ose pronarë të bizneseve të vogla raportojnë ka disa faktorë që ndikojnë në arritjen e qëllimeve të tyre. Më tregoni -

3. A ka ndonjë faktor që ju ka penguar apo ndërhyrë ndonjëherë në përpjekjet tuaja për të arritur planet apo qëllimet tuaja? Ju lutem specifikoni.
 - a. Mungesa e eksperiencës
 - b. Keq-menaxhimi i kohës
 - c. Relacione të dobëta në punë
 - d. Mungesa e aksesit ndaj fuqisë punëtore të kualifikuar
 - e. Mungesa e aksesit në kapital
 - f. Kosto të larta kapitali
 - g. Taksa të larta mbi fitimet
 - h. Burokraci shumë e madhe
 - i. Mungesa e të drejtave mbi pronësinë
 - j. Kërkesa e vogël e tregut
 - k. Konkurrencë e lartë
 - l. Mungesa e mbështetjes shtetërore
 - m. Mungesë informacioni të tregut

Ju lutem shpjegoni më në detaje përgjigjet tuaja

Nëse asnjë gjë nuk ka penguar në arritjen e qëllimit tuaj, shkoni tek pyetje 4.

d) Ka ndonjë faktor tjetër, i pa-përmendur në listën e mësipërme që ka ndikuar në biznesin tuaj? Ju lutem shpjegoni. Mund te jepni ndonjë shembull si ka penguar faktori në fjalë?

4. Nëse keni qëllim rritjen e biznesit, mendoni se do ta plotësoni këtë qëllim? Pse?

5. (1) Sfidat, vështirësitë dhe problemet që ka patur firma në të kaluarën. -

- a. Të qenit i pari në treg
- b. Regjistrimi dhe licensimi
- c. Krijimi i kredibilitetit në treg (të provosh veten)

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- d. Mungesa e njohurive bazë të biznesit
- e. Mungesa e profesionalizmit
- f. Gjenerimi i shitjeve
- g. Financime të sigurta
- h. Planifikimi i të ardhmes

5.(2) Sfidat, vështirësitë dhe problemet që po has firma tani.

- Mungesa e njohurive mbi tregun;
- Gjetja dhe tërheqja e punonjësve të aftë;
- Manaxhimi i zinxhirit të furnizimit;
- Konkurrenca;
- Të qenit firmë e vogël;
- Ndryshimi i rregullave të qeverisë;
- Burokracia
- Mentaliteti i vjetër
- Planifikimi për të ardhmen
- Angazhimi në shumë aktivitete
- Mungesa e burimeve financiare dhe njerëzore
- Gjetja e njerëzve të kualifikuar
- Menaxhimi i stafit
- Kënaqja e stafit
- Mbajtja e stafit të kënaqur
- Vështirësia në gjetjen e blerësve brenda vendit
- Ligje të rrepta (jo fleksibile)
- Mungesa e network-eve
- Pasiguria
- Delegimi i përgjegjësive
- Përpjekja për të provuar gjëra të reja
- Vështirësia për të hartuar plane – gjerat ndryshojnë shumë shpejt
- Mbijetesa
- puna e ndershme???

5.(3) Sfida, vështirësi dhe probleme që mund të na çojnë në vështirësi në të ardhmen.

- a. Rritja
- b. Planifikimi i të ardhmes

D. Të tjera

6. Dëshironi të diskutoni ndonjë aspekt të eksperiencës tuaj që ka lidhje me rritjen e biznesit apo barrierat, të cilat mendoni se nuk janë përmendur në këtë intervistë?

7. Keni ndonjë pyetje për mua?

E. Komentë të mbylljes

Faleminderit!!

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

Shtojca 4: Template dhe Kodimi

(1) Sfidat, vështirësitë dhe problemet që kanë ndeshur firmat në të kaluarën -

- Të qenit i pari në treg
- Regjistrimi dhe licensimi
- Krijimi i kredibilitetit në treg
- Mungesa e know how
- Mungesa e profesionalizmit
- Gjenerimi i shitjeve
- Sigurimi i fondeve
- Planifikimi i ta ardhmes

(2) Sfidat, vështirësitë dhe problemet që ndeshin firmat sot -

- Mungesa e njohurive mbi tregun
- Gjetja e punonjësve të kualifikuar
- Menaxhimi i zinxhirit të furnizimit
- Konkurrenca
- Konkurrimi si një firmë e vogël
- Ndryshimi i rregullave
- Burokracia
- Mentaliteti shqiptar
- Planifikimi i të ardhmes
- Shumë përgjegjësi
- Pak burime – financiare/njerëzore
- Menaxhimi i stafit
- Kënaqja e stafit
- Investimi në staf
- Fuqia e ulët blerëse
- Pasiguria
- Kontrollat e shpeshta
- Testimi i gjërave të reja
- Mbijetesa
- Praktikat e ndershme

(3) Sfidat, vështirësitë dhe problemet që mund të ndeshin firmat në të ardhmen -

- Rritja
- Planifikimi i të ardhmes

Shtojca 5: Template e kodimit të plotë

1. Detajet e pjesëmarrësve

- 1.1 Historia e punës
- 1.2 Edukimi
- 1.3 Motivet për nisjen e biznesit

- 1.3.1 Personal
- 1.3.2 Profesional

1.4 Fillimet e biznesit

- 1.4.1 Ligjor/jo ligjor
- 1.4.2 Oportunitet
- 1.4.3 Shokët/Familja
- 1.4.4 Koincidencë dhe fat

- 1.5 Vizioni personal për kompaninë
- 1.6 Të tjera

2. Qëllimet e rritjes

2.1 Informacione të përgjithshme për biznesin ekzistues

- 2.1.1 Rritja e biznesit në mënyrë të qëndrueshme
- 2.1.2 Rritje e biznesit në mënyrë të moderuar
- 2.1.3 Qëndrimi në të njëjtën madhësi
- 2.1.4 Të zvogëlohet

2.2 Të hapen biznese të reja

2.3 Qëllimet e start-up

2.4 Qëllime specifike të biznesit

- 2.4.1 të rrisim linjën e produktit/shërbimit
- 2.4.2 të rrisim numrin e porosive
- 2.4.3 të punojmë me më tepër partnerë
- 2.4.4 të hapim një dyqan/fabrikë/magazinë të re
- 2.4.5 të punësojmë më tepër punonjës
- 2.4.6 të blejmë pajisje të reja
- 2.4.7 të lëvizim në ambiente të reja
- 2.4.8 të rikonstruktojmë ambjentet
- 2.4.9 të rrisim përpjekjet për marketing
- 2.4.10 të rrisim shpenzimet në kërkim zhvillim
- 2.4.11 të rrisim shpërndarjen

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- 2.4.12 të rrisim bazën konsumatore
 - 2.4.13 të fuqizojmë grupin e menaxhimit
 - 2.4.14 të ristrukturojmë departamentet
 - 2.4.15 të rrisim të ardhurat
 - 2.4.16 të rrisim fitimet
 - 2.2.17 të tjera
3. Llojet e Barrierave
- 3.1 Financiare
 - 3.1.1 investime të ulëta financiare
 - 3.1.2 mungesa e aksesit në kapital
 - 3.1.3 kosto të larta të kredisë
 - 3.1.4 mungesë kolaterali
 - 3.1.5 kohë e gjatë për procedurat e kredisë
 - 3.1.6 cash flow i kufizuar
 - 3.2 E aftësive
 - 3.2.1 mungesa e drejtimi
 - 3.2.2 mungesa e eksperiencës
 - 3.2.4 mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar
 - 3.2.5 mungesa e edukimit dhe programeve të trajnimit
 - 3.2.6 trajnimi në vendin e punës
 - 3.2.7 mungesa e manaxhimit të kohës
 - 3.3 Institucionale
 - 3.3.1 mungesë e zbatimit të ligjit
 - 3.3.2 taksa të larta
 - 3.3.3 mungesa e mbështetjes së shtetit
 - 3.3.4 ndërhyrja e shtetit
 - 3.3.5 shumë burokraci
 - 3.3.6 inspektime të shpeshta
 - 3.3.7 nevoja për bakshishe zyrtarëve
 - 3.3.8 ndryshime të shpeshta në stafin administrativ
 - 3.3.9 ndryshime të shpeshta të rregullave
 - 3.3.10 mungesa e ligjeve të qarta
 - 3.3.11 kërcënime ndaj sigurisë
 - 3.3.12 kosto e lartë e ambienteve
 - 3.3.13 vendndodhja e ambienteve
 - 3.3.14 taksa t larta mbi fitimin
 - 3.3.15 taksa të larta sociale

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

3.3.16 numri i taksave

3.4 Të lidhura me tregun

3.4.1 taksa të larta doganore

3.4.2 kosto e inpleteve/materialeve

3.4.3 kërkesë e ulët tregu

3.4.4 konkurrencë e lartë

3.4.5 produkte/shërbime jo legale

3.4.6 vonesa në pagesat e produkteve/shërbimeve

3.4.7 mungesa e aksesit në informacionin zyrtar

3.4.8 kriza ekonomike/financiare

3.4.9 stanjacioni ekonomik brenda apo jashtë vendit

3.4.10 jo stabiliteti politik

3.5 Të tjera

3.5.1 mungesa e kapacitetit

3.5.2 mungesa e hapësirës

4. Pasojat e barrierave

4.1 produktivitet i ulët

4.2 pak porosi

4.3 rrezikojnë cilësinë e produktit apo markës

4.4 rrezikojnë reputacionin

4.5 kufizojnë zgjerimin e tregut

4.6 rrisin shpenzimet

4.7 humbin paratë

4.8 rrisin kohën e realizimit të projekteve

4.9 kufizojnë bazën konsumatore

4.10 reduktojnë fitimet

4.11 mbyllin biznesin

4.12 Të tjera

5. Shpjegimi i barrierave nga pjesëmarrësit

5.1 Efektet e tranzicionit

5.1.1 të rinj në biznes

5.1.2 industri e re

5.1.3 kolapsi i institucioneve të para-demokracisë

5.1.4 institucione të reja

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- 5.2 kulturë anti-biznes
- 5.3 kulturë e të bërit i pasur me shpejtësi
- 5.4 mentalitet kolektiv
- 5.5 mungesë e përgjegjësisë
- 5.6 lakmia e zyrtarëve
- 5.7 mungesë stabiliteti politik
- 5.8 probleme korrupsione dhe krimi

6. Mënyra në të cilën barrierat influencojnë qëllimet dhe sjelljet ndaj rritjes

6.1 Barrierat formojnë qëllimet për rritje apo jo rritje

- 6.1.1 Barrierat stopojnë qëllimet e rritjes
- 6.1.2 Barrierat minojnë qëllimet e rritjes
- 6.1.3 Barrierat shtojnë dyshimet rreth qëllimeve të rritjes
- 6.1.4 Barrierat ofrojnë nxitje për rritje

6.2 Barrierat ndikojnë në realizimin e qëllimeve të rritjes

- 6.2.1 Barrierat zhvendosin qëllimet e rritjes
- 6.2.2 Barrierat ngadalësojnë realizimin e qëllimeve të rritjes

7. Përgjigjet ndaj barrierave

7.1 Manaxhimi apo kapërcimi i barrierave

- 7.1.1 Mësimi
- 7.1.2 Rifitimi i konfidencës
 - 7.1.2.1 besimi në vete
 - 7.1.2.2 besimi tek qeveria
- 7.1.3 Krijimi i networkeve
 - 7.1.3.1 networke për mbijetesë
 - 7.1.3.2 networke për rritje

7.2 Barrierat janë të pamanaxhueshme

8. Ndjenjat kundrejt barrierave

- 8.1 Pozitive
- 8.2 Negative
- 8.3 Disi

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Shtojcë 6: Zhvillimi i një rasti: Shembull i krijimit të një Template të plotë

Shembull – Intervistë me Albën, pronare/menaxhere e një qendre estetike:

Kodi A: Qëllimet e rritjes

Qëllimet e përgjithshme – Rritja e biznesit në mënyrë të moderuar

“Kur unë them rritje në mënyrë të moderuar nënkuptoj hapa të vegjël dhe të sigurt. Nuk dua të rrezikoj shumë. Dua të di ku po shkoj, dua të bëj një parashikim të kujdesshëm për të ardhmen.

Qëllime specifike – Të jem një hap para konkurrentit – të investoj në teknologji të re

“Që të jesh një hap para konkurrencës, duhet të sjellësh risi”, deklaroi Alba. “Kjo fushë është në evoluim të vazhdueshëm, sepse ka lidhje me teknologjinë. Çdo vit dalin në treg pajisje të reja, linja të reja dhe mënyra të reja të trajtimit. Duhet të ecim në të njëjtin hap me teknologjinë.”

Kodi B: Llojet e Barrierave

Barrierat

– Mungesa e eksperiencës në biznes

“Unë vërtet kish bërë një diplomë në Administrim Biznes, por të menaxhosh një biznes real është diçka ndryshe. Unë nuk njihja fushën në të cilën po operoja. Të jesh e suksesshme nuk mjafton të jesh një menaxhere e aftë. Duhet të dish edhe “hilet” e profesionit.”

-Keq menaxhimi i kohës

“Besoj se keq menaxhimi i kohës është një sëmundje e shekullit. Kjo është më e theksuar në Shqipëri, mendoj si rezultat i trashëgimisë së periudhës komuniste.:

-Mungesa e aksesit në fuqinë punëtore të kualifikuar

“Qëllimet e mia të rritjes janë shumë të qarta, por problem është gjetja e fuqisë punëtore të aftë dhe me dëshirën për të punuar. Ti investon në trajnimin e fuqisë punëtore, dhe pas kësaj ato largohen me mendimin për të hapur një biznes të vetin. Këtu nuk funksionojnë kontratat e punës dhe detyrimet përkatëse që lindin nga to.”

-Kosto të larta kapitali

“Pajisjet në sektorin që unë operoj janë shumë të shtrenjta. Po ti shtojmë këtu edhe çmimet krahasimisht të larta në Shqipëri, mendoj se ky kthehet në një problem serioz për rritjen. Teknologjia ndryshon me shpejtësi, dhe ju duhet të rinovoheni vazhdimisht”.

-Taksa të larta

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Alba deklaron se taksat për biznesin e vogël janë të shumta dhe të larta. *“Vetëm një tabelë që reklamon biznesin tuaj, kushton 45.000 lekë për m². Cduhet të bëj? Mua më intereson më mirë të paguaj nën dorë.”*

-Korrupsioni

Alba nuk e përmend korrupsionin si një barrierë, por në diskutimet për taksat ajo shprehet:

“Problemi është se sot punonjësit e taksave nuk kënaqen me dhënien e ryshfeteve. Ata dëshirojnë ti lidhet një pagë mujore. Por, a jam unë e sigurt që mbas një jave nuk do të vijë një inspektor i ri me kërkesa të reja?”

-Konkurrencë jo e ndershme

-Roli i dobët i shtetit

“Në Shqipëri kanë mbirë lloje të ndryshme biznesesh, të gjithë pretendojnë se ofrojnë produkte cilësore. Klientët ndjehen të çorientuar nga informacionet kontradiktore. Pra kemi të bëjmë me një konkurrencë të lartë dhe të pandershme. Një ditë të bukur ju mund të shihni vetëm dy metra larg jush, një biznes të ri konkurrent. Shumica e qendrave estetike nuk kanë kushtet minimale të higjienës. Një rol më i mirë i shtetit në drejtim të zbatimit të ligjeve do të ndihmonte bizneset e ndershme. Shteti mund të kontribuojë më mirë me statistika, sondazhe apo kontrolle të higjienës.” – deklaron një nga pronarët.

Kodi C: Pasojat e barrierave

Pasojat

– Kufizojnë zgjerimin në treg

“Ju përmendët si një barrierë mungesën e informacionit të tregut dhe të mbështetjes shtetërore?”

“Po. Kjo na pengon të rritemi. Nëse një qendër estetike pranë meje nuk paguan taksa, cilat do të ishin pasojat direkte mbi biznesin tim? Marrja e pjesës së tregut në mënyrë të pandershme.”

-Përligjin veprimet korruptive

“Ndërsa jam e ndershme me klientin, përpiqem me maksimumin tim të jem e ndershme me shtetin. Kontributet e sigurimeve shoqërore janë shumë të larta. Unë i deklaroj shtetit pagesa minimale të punonjësve. Si mund të bëj ndryshe. Koleget e mia punësojnë fuqi punëtore të pasiguruar. Nëse do të isha plotësisht e ndershme, duhet të dilja nga biznesi”.

Kodi D: Shpjegimi i barrierave nga pjesëmarrësit

Shpjegimi i barrierës -Mungesa e aksesit në fuqinë punëtore të kualifikuar

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

“Qëllimet e mia të rritjes janë shumë të qarta, por problem është gjetja e fuqisë punëtore të aftë dhe me dëshirën për të punuar. Ti investon në trajnimin e fuqisë punëtore, dhe pas kësaj ato largohen me mendimin për të hapur një biznes të vetin. Këtu nuk funksionojnë kontratat e punës dhe detyrimet përkatëse që lindin nga to.”

Kodi E: Mënyra në të cilën barrierat influencojnë qëllimet dhe sjelljet ndaj rritjes

Si – Barrierat zhvendosin qëllimet e rritjes

“Unë jam e kënaqur me rritjen e biznesit tim. Por theksoj se synoj të rritem vetëm “në mënyrë të moderuar”. Mjedisi tepër kompleks në Shqipëri më bën të mendohem mirë sa herë dua të hedh një hap përpara. Për shembull, unë dua të marr një punonjëse të re, por kjo është shumë e vështirë. Punonjësit e kualifikuar mungojnë në Shqipëri. Në fakt ka një shkollë private që përgatit eseiste. Për mendimin tim kjo nuk mjafton. Unë dëshiroj të gjej një punonjëse që edhe ka dëshirën për të punuar.”

Kodi F: Përgjigjet ndaj barrierave

Përgjigja – Barrierat mund të menaxhohen por duhet durim!!!!

Pyetje - Çfarë nënkuptoni me këtë? Barrierat janë të pamënshueshme?

“Ne duhet të presim. Shpresa vdes e fundit. Ne duhet të presim për kohë më të mira. Shumica e barrierave janë jashtë kontrollit tonë

Pyetje – “Kështu ju nuk mund të bëni asgjë tani për tani?

Përgjigja – “Të krijojmë networke. Në fillimet e mia e kisha shumë të vështirë. Tani po investoj në krijimin e network-eve. Në mendimin tim networku i mirë është çelësi i suksesit.”

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Literatura

- Achtenhagen, L., Davidsson, P., & Naldi, L. 2004. Research on small firm growth: A review. Proceedings of the European Institute of Small Growth Business.
- Aidis, R. 2004. By law and by custom: Factors affecting small-and medium-sized enterprises during the transition in Lithuania. Published doctoral dissertation, University of Amsterdam, The Netherlands.
- Anderson, A., & Jack, S. 2002. The articulation of social capital in entrepreneurial networks: A glue or a lubricant? *Entrepreneurship & Regional Development*, 14: 193-210.
- Arendarski, A., Mroczkowski, T., & Sood, J. 1994. A study of the redevelopment of private enterprise in Poland: Conditions and policies for continuing growth. *Journal of Small Business Management*, 32(3): 40-51.
- Austin, J. T., & Vancouver, J. B. 1996. Goal constructs in psychology: Structure, process and content. *Psychological Bulletin*, 120(3): 338-375.
- Barber, J., Metcalfe, J.S., & Porteous, M. 1989. Barriers to small business growth. London: Routledge.
- Barberis N., Shleifer A., Vishny R. (1996), "A model of investor sentiment", *Journal of Financial Economics* 49 (1998) 307-343
- Barkham, R., Gudgin, G., Hart, M., & Hanvey, E. 1996. The determinants of small firm growth. *Regional Policy and Development Series*, 12, London: Jessica Kingsley.
- Bartlett, W., & Bukvić, V. 2001. Barriers to SME Growth in Slovenia. *MOCT-MOST*, 11: 135-154.
- Bartlett, W., & Rangelova, R. 1997. Small firms and economic transformation in Bulgaria. *Small Business Economics*, 9: 319-333.
- Barth, H. 2004. Barriers to growth and development in small firms. Published doctoral dissertation, Luleå University of Technology, Sweden.
- Baumol, W. J. 1990. Entrepreneurship: Productive, unproductive, destructive. *The Journal of Political Economy*, 98(5): 893-921.
- Besnik A. Krasniqi, (2007), "Barriers to entrepreneurship and SME growth in transition: the case of Kosovo", Faculty of Economics, University of Prishtina.
- Birch D.,(1989), '*Change, Innovation and Job Generation*', *Journal of Labor Research*, 10 (1), pp. 33-38.
- Biznes Albania Tirane, (2011), "Identifikimi i problemeve dhe barrierave që hasen nga biznesi në Shqipëri dhe përcaktimi i rrugëve për heqjen e tyre".

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHqipëri

- Bohatá, M., & Mládek, J. 1999. The development of the Czech sector. *Journal of Business Venturing*, 14(5-6): 461-473.
- Bolton Report. 1971. Report of the committee of enquiry on small firms. Bolton Report, Cmnd. 4811. London: HMSO.
- Bratkowski, A., Grosfeld, I., & Rostowski, J. 2000. Investment and finance in de novo private firms. *Economics of Transition*, 8(1): 101-116.
- Bridge, S., O'Neill, K., & Cromie, S. 2003. Understanding enterprise, entrepreneurship and small business. London: Palgrave Macmillan.
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D. & Obloj, K. 2008. Entrepreneurship in emerging economies: Where are we today and where should the research go in the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, January: 1-14.
- Broadman, H. G. 2000. Reducing structural dominance and entry barriers in Russian industry. Policy Research Working Paper No. 2330, The World Bank.
- Bruce Kogut, (2000), The network as knowledge: generative rules and the emergence of structure:, *Strategic Management Journal*, 21, faqe 422.
- Burrell, G., & Morgan, G. 2003. Sociological paradigms and organisational analysis. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Burton, D. 2000. Research training for social scientists: A handbook for postgraduate researchers. London: Sage Publications.
- Cardozo, R., Elder, T., & Harmon, B. 1996. When does growth pay? In P. Reynolds,
- Carter, S., & Jones-Evans, D. 2006. Introduction. In S. Carter & D. Evans-Jones (Eds.), *Enterprise and small business: Principles, practice and policy* (2nd ed.): 1-4. Harlow, UK: Pearson Education.
- Carter, S., Mason, C., & Tagg, S. 2006. Lifting the barriers to growth in UK small businesses: 2006 biennial survey of FSB membership. A Report to Federation of Small Businesses.
- Casson, Mark C. (2005) Entrepreneurship and the theory of the firm, *Journal of Economic Behaviour and Organization*, 58, 327-348.
- Chilosi, A. 2001. Entrepreneurship and transition. *MOCT-MOST*, 11: 327-357.
- Coad Alex dhe Werner Hözl, (2010), "Firm growth: empirical analysis", *Papers on Economics and Evolution*.
- Cooper, A. C. 1993. Challenges in predicting new firm performance. *Journal of Business Venturing*, 8(3): 241-253.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Dannreuther, Charles and Perren, Lew (2013) *The Political Economy of the Small Firm* Routledge Frontiers of Political Economy . Routledge, UK. ISBN 9780415198561

Dannreuther, Charles and PERREN, LEW (2013) *Uncertain states - the political construction of the small firm, the individualisation of risk and the financial crisis* Capital and Class, 37 (1). ISSN 0309-8168.

David Smallbone & Friederike Welter, (2003), Institutional Development and Entrepreneurship in Transition Economies, ICSB 48th World Conference - Advancing, Entrepreneurship and Small Business. June, Belfast (Northern Ireland)

Davidsson, P., & Wiklund, J. (2000). Conceptual and empirical challenges in the study of firm growth. In D. Sexton & H. Landström (Eds.), *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship* (pp. 26-44). Oxford, MA: Blackwell (Chapter 3 in the current volume).

Davidsson, P. 1989. Continued entrepreneurship and small firm growth. Published doctoral dissertation, Stockholm School of Economics, Sweden.

Davidsson, P. 1991. Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Small Business Venturing*, 6: 405-429.

Davidsson, P. 2004. *Researching entrepreneurship*. New York: Springer.

Davidsson, P., & Henrekson, M. 2002. Determinants of the prevalence of start-ups and high growth firms. *Small Business Economics*, 19: 81-104.

Davidsson, P., Kirchoff, B., Hatemi-J, A., & Gustavsson, H. 2002. Empirical analysis of business growth factors using Swedish data. *Journal of Small Business Management*, 40(4): 332-349.

Davies, C.D., Hills, G.E., & LaForge, R.W. 1985. The marketing/small enterprise paradox: a research agenda. *International Small Business Journal*, 3(3): 31-42.

Deakins, D. 1999. *Entrepreneurship and small firms* (2nd ed.). London: McGraw- Hill.

Delmar, F. 1997. Measuring growth: methodological considerations and empirical results. *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millennium* (pp. 199-216). Aldershot, England: Ashgate.

Delmar, F. and Davidsson, P. and Gartner, W. (2003) Arriving at the high growth firm. *Journal of Business Venturing* 18(2):pp. 189-216.

Denzin, N. K. 2002. The interpretive process. In A. M. Huberman, & M. B. Miles (Eds.), *The qualitative researcher's companion*: 349-366. London: Sage Publications.

Doern, R., & Fey, C. 2008. E-commerce developments and strategies for value creation: The case of Russia. *Journal of World Business*, 41: 315-327.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Doern, R. & Goss, D. (Aug 2013), From barriers to barring: Why emotion matters for entrepreneurial development In : International Small Business Journal. 31, 5, p. 496-519.

Doern, R. (2011) “Understanding how perceived barriers influence growth intentions and behaviours: Accounts from small business owner-managers in Russia” In: International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research. 17, 5, p. 488-514.

Doern, R. (2009), “Investigating barriers to SME growth and development in transition environments: A critique and suggestions for developing the methodology” In : International small Business Journal. 27, 3, p. 275-305.

Djankov, S., & Murrell, P. 2004. Enterprise restructuring in transition: a quantitative survey. World Bank, April.

Drnovsek, M. 2004. Job creation process in a transition economy. Small Business Economics, 23: 179-188.

Dutta, D. K., & Thornhill, S. 2007. The evolution of growth intentions: Toward a cognition-based model. Journal of Business Venturing, (In Press): 1-26.

Dutton, J. E., & Jackson, S. E. 1987. Categorizing strategic issues: Links to organizational action. Academy of Management Review, 12: 76-90.

EBRD, 2004, Transition report

El-Hadj Bah, (2009), “Overcoming Barriers to the Growth of Firms in Transition Economies: Evidence from Macedonia”, *The University of Auckland*.

Estrin, S. 2001. Competition and corporate governance in transition. Working Paper No. 431, William Davidson Institute.

Estrin, S., K. Meyer u. M. Bytchkova (2006) : Entrepreneurship in transition economies. In : Cass on, M., Yeung, B., Basu, A. u. N. Wadson (Eds.): The Oxford Handbook of Entrepreneurship. Oxford, S. 693-725.

Feldman, M. (2001): The Entrepreneurial Event Revisited: Firm Formation in a Regional Context. In: Industrial and Corporate Change 10, H. 4, S. 861-891.

Fielden, S. L., Davidson, M. J., & Makin, P. J. 2000. Barriers encountered during micro and small business start-up in North-West England. Journal of Small Business and Enterprise Development, 7(4): 295-304.

Freel, M. S. 2000. Towards an evolutionary theory of firm growth. Journal of Enterprising Culture, 8: 321-342.

Freel, M. S. 1998. Policy, prediction and growth: Picking start-up winners? Journal of Small Business and Enterprise Development, 5(1): 19-32.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- Fogel, G., & Zapalska, A. 2001. A comparison of small and medium-sized enterprise development in Central and Eastern Europe. *Comparative Economic Studies*, 43(3): 35-68.
- Frye, T., & Shleifer, A. 1997. The invisible hand and the grabbing hand. *The American Economic Review*, 87(2): 354-358.
- Fullerton, S., Robbins, J. E. & Dodge, H. J., 1994. Stages of the organizational life cycle and competition as mediators of problem perception for small businesses. *Strategic Management Journal*, 15: 121-134.
- Grant, P., & Perren, L. 2002. Small business and entrepreneurial research: Meta- theories, paradigms and prejudices. *International Small Business Journal* 20(2): 185-211.
- Grix, J. 2004. *The foundations of research*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Grzegorz W. Kolodko, (2000), "Lessons for the Emerging Markets from Poland's Great Change", *Communist and Post-Communist Studies*.
- Hanley, E. 2000. Self-employment in post-communist Eastern Europe: A refuge from poverty or road to riches? *Communist and Post-Communist Studies*, 33: 379-402.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Back, W.C., (1998). *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Harris, T. J. R., Pistrang, N., & Barker, C. 2006. Couples' experiences of the support process in depression: A phenomenological analysis. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 79: 1-21.
- Hartley, K., & Hutton, J. 1989. Large purchases. In J. Barber, J. S. Metcalfe, & Porteous, M. *Barriers to small business growth*: 105-127. London: Routledge.
- Hertz L., (1982), 'In Search of a Small Business Definition', University Press of America, Washington, DC.
- Hisrich, R. D., & Grachev, M. 1995. The Russian entrepreneur: Characteristics and prescriptions for success. *Journal of Managerial Psychology*, 10(2): 3-9.
- Holmes, S., & Zimmwer, I. 1994. The nature of the small firm: Understanding the motivations of growth and non-growth oriented owners. *Australian Journal of Management*, 19(1): 97-118.
- Hunjra I.A., Jasra M.J., Khan A.M., & Rehman A.R., (2011), Determinants of business of small and medium enterprises. *International Journal of Business and Social Science* Vol. 2. No.20 November 2011.
- IMF- International Monetary Fund, (2012), World economic outlook, April 2012: Growth resuming, dangers remain, *World Economic and Financial Surveys*.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

IMF- International Monetary Fund, (2006), Report on the observance of standards and codes Albania, October 2006

INSTAT-Instituti i Statistikave, Buletin statistikor tremujor 1-2014.retrived on line at <http://www.instat.gov.al/al/publications/librat/2014/buletini-statistikor,-tremujori-1-2014.aspx>

INSTAT-Instituti i statistikave, Buletin statistikor 2013, 2012.

Iraj Hashi, (2001), “Financial and Institutional Barriers to SME Growth in Albania: Results Of an Enterprise Survey”, Stafordshire University

Jennings, Peter L., Perren, Lew and Carter, Sara (2005) *Guest editors' introduction: alternative perspectives on entrepreneurship research* Entrepreneurship: theory & practice, 29 (2). pp. 145-152. ISSN 1540-6520.

Johansson J.,(2008),'Essays on collaborative processes among SMEs for competitiveness development'. Doctoral Thesis (fq81).

Johnson, S., Loveman, G. (1995) Starting Over in Eastern Europe: Entrepreneurship and Economic Renewal, Boston: Harvard Business School Press.

John McMillan and Christopher Woodruff, 2002, “The Central Role of Entrepreneurs in Transition Economies”, *Journal of Economic Perspectives—Volume 16, Number 3—Summer—faqe153–170*.

Julia Prats, Marc Sosna, S. Ramakrishna Velamuri “Managing different in growth context”, University of California, Berkeley vol. 54, No. 4 Summer 2012 cmr.berkeley.edu.

Kazanjian, R. K. 1988. Relation of dominant problems to stages of growth in technology-based new ventures. *Academy of Management Journal*, 31(2): 257-279.

Keogh, W., & Evans, G. 1999. Strategies for growth and the barriers faced by new technology-based SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 5(4): 337-350.

Kirchoff, B. A. 1994. Entrepreneurship and dynamic capitalism: The economics of business firm formation and growth. Westport, CT: Praeger Publishers.

Kirzner, I. 1979. Perception, opportunity and profit: Studies in the theory of entrepreneurship. London: The University of Chicago Press.

Kolvereid, L., & Bullvåg, E. 1996. Growth intentions and actual growth: The impact of entrepreneurial choice. *Journal of Enterprising Culture*, 4(1): 1-17.

Kontorovich, V. 1999. Has new business creation in Russia come to a halt? *Journal of Business Venturing*, 14: 451-460.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

- Kouriloff, M. 2000. Exploring perceptions of a priori barriers to entrepreneurship: A multidisciplinary approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(2): 59-79.
- Krueger, N. 2003. Entrepreneurial resilience: Real and perceived barriers to implementing entrepreneurial intentions. Babson College Entrepreneurship Research Conference.
- Liao, J., Welsch, H. P., & Pistrui, D. 2001. Environmental and individual determinants of entrepreneurial growth: An empirical examination. *Journal of Enterprising Culture*, 9(3): 253-272.
- Locke, E. A., & Baum, J. R. 2007. Entrepreneurial motivation. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*: 93-112. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- McMillan, J. U. C. Woodruff (2002): The Central Role of Entrepreneurs in Transition Economies. In: *Journal of Economic Perspectives* 16, H. 3, S. 153-170.
- Meyer, A.D., Gaba, V. and Colwell, K. (2005) 'Organizing Far from Equilibrium: Nonlinear Change in Organizational Forms', *Organization Science* 16(5): 456-473.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. 1994. *Qualitative data analysis* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Mintzberg, H., & Waters, J. A. 1985. Of strategies, deliberate and emergent. *Strategic Management Journal*, 6(3): 257-272.
- Mirela Xheneti, (1994), "Institutional constraints and SME growth in post-communist Albania", *Emerald Insight*.
- Mitchell, Busenitz et al, 2002,. The central question in entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, f. 97
- Moy, J. W., & Luk, V. W. M. 2003. The life cycle model as a framework for understanding barriers to SME growth in Hong Kong. *Asia Pacific Business Review*, 10(2): 199-220.
- Neergaard, H., & Ulhoi, J. P. 2007. *Handbook of qualitative research methods in entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Newby, R., Watson, J., & Woodliff, D. 2003. Using focus groups in SME research: The case of owner-operator objectives. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3): 237-246.
- Nicholson, B. (2001): From migrant to micro-entrepreneur: do-it-yourself development in Albania. In: *South-East Europe Review* 3, S. 39-42.
- Nicholson, B. (2004): The Tractor, the Shop and the Filling Station: Work Migration as Self-help Development in Albania. In: *Europe-Asia Studies* 56, H. 6, S. 877-890.

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

Peng, M. W. 2000. *Business Strategies in Transition Economies*. London: Sage Publications.

Peng, M. W. & Meyer, K. E. 2005. Probing theoretically into Central and Eastern Europe: Transactions, resources and institutions. *Journal of International Business Studies*, 36(6): 600-621.

Peng M.W. (2009), 'Institutions, resources, and entry strategies in emerging economies. "Strategic Management Journal", 30 (1) 61-80.

Penrose, E. 1959. *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Basil Blackwell.

Perren, Lew and Jennings, Peter L. (2005) *Government discourses on entrepreneurship: issues of legitimization, subjugation, and power* *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 29 (2). pp. 173-184. ISSN 1540-6520.

Pissarides, F. 1999. Is lack of funds the main obstacle to growth? EBRD's experience with small-and-medium sized businesses in Central and Eastern Europe. *Journal of Business Venturing*, 14: 519-539.

Pissarides, F., Singer, M., & Svenjnar, J. 2003. Objectives and constraints of entrepreneurs: Evidence from small and medium size enterprises in Russia and Bulgaria. *Journal of Comparative Economics*, 31: 503-531.

Praag dhe Aidis, 2007. Illegal entrepreneurship experience: Does it make a difference for business performance and motivation? *Journal of Business Venturing*, 22(2): 283-310.

Puffer, S. M., McCarthy, D. J., & Naumov, A. I. 2000. *The Russian capitalist experiment: From state-owned organizations to entrepreneurs*. Cheltenham (UK): Edward Elgar.

Rae, D. 2000. Understanding entrepreneurial learning: A question of how? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(3): 145-159.

Rauch, A., Frese, M., & Utsch, A. 2005. Effects of human capital and long-term human resources development and utilization on employment growth of small-scale businesses: A causal analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, November: 681-698.

Scase, R. 1997. The role of small businesses in the economic transformation of Eastern Europe: Real but relatively unimportant? *International Small Business Journal*, 16(1): 13-21.

Scott, W. R., & Meyer, J. 1994. *Institutional environments and organizations: Structural complexity and individualism*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Scott, M., & Bruce, R. 1987. Five stages of growth in small business. *Long Range Planning*, 20(10): 45-52.

Sengenberger, W & Loveman, G.W.,. 1990. *Introduction: Economic and social*

Investigimi i faktorëve që ndikojnë në rritjen e biznesit të vogël në SHQIPËRI

reorganization in the small and medium-sized enterprise sector.

Smallbone, D. U. F. Welter (2006): Conceptualising entrepreneurship in a transitional context. In: *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 3, H. 2, S. 190-206.

Smith, N. R. (1967). *The Entrepreneur and His Firm: The Relationship between Type of Man and Type of Company*. East Lansing, MI: Michigan State University.

Stanworth, M. J., & Curran, J. (1973). *Management motivation in the smaller business*. Epping, Essex: Gower Press.

Storey, D. 1994. *Understanding the small business sector*. London: Routledge.

Xhillari, L., dhe Telhaj, Sh., (2003): Barriers to Entry and their impact on Firms' performance in Albania. In: *Barriers to Entry and Growth of New Firms in Early Transition* Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, 243- . ISBN 9780792374169

Weinzimmer, L. G., Nystrom, P. C., & Freeman, S. J. 1998. Measuring organizational growth: Issues, consequences and guidelines. *Journal of Management*, 24 (2): 235-262.

Westhead, P., Wright, M., & Ucbasaran, D. 2001. The internationalization of new and small firms: A resource-based view. *Journal of Business Venturing*, 16: 333-358.

Wield, D. 2002. Planning and organising a research project. *Doing postgraduate research: 35-70*. London: Sage Publications.

Will Bartlett, Vladimir Bukvič, "Barriers to SME Growth in Slovenia" (2001)

Wiklund, J. (1998). *Small Firm Growth and Performance: Entrepreneurship and Beyond*. (Doctoral Dissertation): Jönköping International Business School.

Winborg, J., & Landström, H. 2001. Financial bootstrapping in small businesses: "Examining small business managers' resource acquisition behaviours. *Journal of Business Venturing*, 16(3): 235-254.

Wiklund, J., & Shepherd, D. 2003. Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of Resources and Opportunities', *Journal of Management Studies* 40(8): 1919-1941.