

**UNIVERSITETI "ISA BOLETINI" NË MITROVICË**

**FAKULTETI EKONOMIK**



# **PUNIM DIPLOME**

**Qëndresa Bajrami**

*Mitrovicë, 2023*

**UNIVERSITETI "ISA BOLETINI" - MITROVICË**  
**FAKULTETI EKONOMIK**  
**DEPARTAMENTI: MENAXHMENT DHE INFORMATIKË**



## **PUNIM DIPLOME**

**Analizë e faktorëve të mjedisit të jashtëm të  
biznesit në Republikën e Kosovës**

**Mentori:**  
Prof.Ass.Dr. Filloreta KUNOVIKU DEMIRI

**Kandidati:**  
Qëndresa BAJRAMI

*Mitrovicë, 2023*

**UNIVERSITY OF MITROVICA "ISA BOLETINI"**  
**FACULTY OF ECONOMICS**  
**DEPARTMENT OF MANAGEMENT AND INFORMATICS**



## **BACHELOR THESIS**

**Analysis of external business environment factors in the  
Republic of Kosovo**

**Mentor:**

Prof.Ass.Dr. Filloreta KUNOVIKU DEMIRI

**The candidate:**

Qëndresa BAJRAMI

*Mitrovicë, 2023*

**UNIVERSITETI "ISA BOLETINI" NË MITROVICË**  
**FAKULTETI EKONOMIK**  
**DEPARTAMENTI: MENAXHMENT DHE INFORMATIKË**



**PUNIM DIPLOME**

**Lënda:** Hyrje në biznes

**Titulli i punimit:** Analiza e faktorëve të mjedisit të jashtëm të biznesit në Republikën e Kosovës

**Emri dhe mbiemri:** Qëndresa Bajrami

**Statusi i studentit:** I rregullt

**Numri amzës (ID Regjistri):**1605021023

**Niveli i studimeve:** Bachelor

**Departamenti:** Menaxhment dhe informatikë

**Mentorja e punimit:** Prof.Ass.Dr. Filloreta Kunoviku Demiri

Aprovuar prej komisionit:

1.

/Emri Mbiemri, Titulli/ \_\_\_\_\_, mentor

2.

/Emri Mbiemri, Titulli/ \_\_\_\_\_, anëtar

3.

/Emri Mbiemri, Titulli/ \_\_\_\_\_, anëtar

Data e aprovimit: \_\_\_\_\_

## **Deklarata e Origjinalitetit / Autorësisë**

Ky Punim Diplome i nivelit bachelor është puna ime origjinale duke respektuar autorësinë e çdo burimi të informacioneve dhe rregullave për një punim të mirëfilltë shkencorë, dhe nuk është dorëzuar, në tërësi apo pjesërisht, për ndonjë gradë në këtë apo ndonjë universitet tjetër. Sipas njohurisë time, punimi nuk përmban asnjë material të botuar ose shkruar nga ndonjë person tjetër, përveç siç deklarohet në brendi të tekstit. Gjithashtu, deklaroj se, në shkrimin e punimit kam respektuar rregullat etike të punës shkencore dhe akademike të UMIB.

## **Statement of Originality / Authority**

This Diploma Thesis, bachelor level, is my original work, respecting the authorship of any source of information and rules for a proper scientific work, and has not been submitted in whole or in part to any degree at this or any other university. According to my knowledge, the paper does not contain any material published or written by any other person except as stated in the text. Also, i declare that writing the thesis i have respected the ethical rules of the scientific and academic work of UMIB.

Data\Date:

Studenti-ja

---

(nënshkrimi-signature)

## **FALENDERIM**

*Sot, pas finalizimit me sukses të këtyre studimeve, dua të shprehë mirënjohjen time dhe një falenderim të veçantë për disa personava që ndihmuan në përmbushjen dhe realizimin e tyre.*

*Falemnderoj të gjithë profesorët dhe asistentët për punën e palodhshme, vlerësimin dhe faktin që nuk kursyen të ndajnë me ne asgjë nga njohuritë dhe eksperiencat e tyre.*

*Një falenderim i veçantë shkon për, Prof. Ass.Dr. Filloreta Demiri Kunoviku për ndihmën dhe mbështetjen e çmuar që më ofroi përgjatë gjithë punës sime.*

*Falemnderit miqëve të mi për mbështetjen që më kanë dhënë në çdo çast. Dëshirojë, në fund, të shpreh mirënjohjen time të thellë për familjen time së cilës i detyrohem shumë për fillimin dhe finalizimin e këtyre studimeve, rrugëtim ky sa i vështirë, aq edhe i bukur!*

## **ABSTRAKTI**

Ky punim ka për qëllim kryesor analizën dhe identifikimin e faktorëve të mjedisit të jashtëm të biznesit në Republikën e Kosovës. Përmes këtij punimi ne tentojmë të kuptojmë se qfarë lloje biznesesh kemi në Republikën e Kosovës, si veprojnë ato, sfidat të cilat i kanë dhe se cilët janë faktorët e mjedisit të jashtëm që ndikojnë në bizneset e Republikës së Kosovës.

Me nocionin biznes nënkuptohet përpjekja e organizuar e individit ose grupit të njerëzve për të prodhuar dhe shitur ndonjë e mirë ose shërbim, me çka do të kënaqet dëshirë ose nevojë përkatëse e huaj, dhe me atë rast të arrihet profit.

Faktor i rëndësishëm për një zhvillim të sukseshëm të biznesit janë edhe faktorët e mjedisit të jashtëm të cilët janë makromjedisi (i përgjithshëm) dhe mikromjedisi (konkurruese). Në bizneset e Republikës të dy faktorët kanë rëndësinë e tyre specifike. Duke u bazuar në hulumtimin e bërë dhe literaturën e shfrytëzuar mund të konkludojmë: Se fuqia puntore e re është një faktor pozitiv në zhvillimin e bizneseve, kurse si faktorë negativ mund të përmendim korrupsionim, ryshfetin, qasjen në financa dhe mungesën e informacioneve.

Në fund të punimit nga të dhënat e marrura nga literatura dhe raportet e ndryshme janë nxjerrë disa rekomandime të cilat mund të kontribuojnë në zhvillimin e bizneseve.

## **ABSTRACT**

The main purpose of this paper is the analysis and identification of factors of the external business environment in the Republic of Kosovo. Through this paper we try to understand what types of businesses we have in the Republic of Kosovo, how they operate, the challenges they have and what are the factors of the external environment that affect the businesses of the Republic of Kosovo.

The notion of business means the organized effort of an individual or a group of people to produce and sell any good or service, which will satisfy a corresponding foreign desire or need, and in that case achieve profit.

An important factor for a successful business development are the factors of the external environment, which are the macro environment (general) and the micro environment (competitive). In the businesses of the Republic, both factors have their specific importance. Based on the research done and the literature used, we can conclude: That the new workforce is a positive factor in the development of businesses, while as negative factors we can mention corruption, bribery, access to finance and lack of information.

At the end of the paper, some recommendations were drawn from the data obtained from the literature and various reports, which can contribute to the development of businesses.



## PËRMBAJTJA

Deklarata e Originalitetit / Autorësisë .....	iii
Statement of Originality / Authority .....	iii
FALENDERIM.....	iv
ABSTRAKTI .....	v
ABSTRACT.....	vi
PËRMBAJTJA.....	vii
LISTA E TABELAVE.....	ix
LISTA E FIGURAVE.....	x
1. HYRJE.....	1
1.1. Qëllimi i punimit.....	2
1.2. Objektivat e punimit .....	2
1.3. Metodologjia .....	3
2. RISHIKIMI I LITERATURËS .....	4
2.1. Definimi i bizneseve .....	4
2.2. Format e organizimit të bizneseve .....	5
2.3. Llojet e bizneseve .....	5
2.4. Klasifikimi i bizneseve .....	6
2.4.1 Ortakëria.....	7
2.4.2 Korporatat.....	8
2.5. Ndikimi i mjedisit të jashtëm në aktivitetin biznesor .....	10
2.5.3 Makromjedisi i jashtëm .....	11
2.5.4 Mikromjedisi i jashtëm.....	13

3. ANALIZË E FAKTORËVE TË MJEDISIT TË JASHTËM TË BIZNESIT NË KOSOVË .....	17
3.1. Definimi i bizneseve në Republikën e Kosovës .....	17
3.2. Format e organizmit të bizneseve në Republikën e Kosovës .....	17
3.3. Ndikimi i faktorëve të mjedisit të jashtëm në bizneset e Republikës së Kosovës .	19
3.3.1. Infrastruktura e Biznesit .....	19
3.3.2. Faktorët politikë.....	21
3.3.3. Faktorët e sundimit të ligjit.....	22
3.3.4. Faktorët financiar.....	23
3.3.5. Faktorët socialë.....	24
4. KONKLUSIONE DHE REKOMANDIME.....	26
5. BURIMET DHE LITERATURA .....	27

## **LISTA E TABELAVE**

Tabela 3.1: Llojet e bizneseve në Republikën e Kosovës.....	19
---	----

## **LISTA E FIGURAVE**

Figura 3.1: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për infrastrukturën.....	20
Figura 3.2: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për faktorët politikë.....	21
Figura 3.3: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për sundimin e ligjit.....	22
Figura 3.4: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për financimin.....	24
Figura 3.5: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për faktorët socialë.....	25

## 1. HYRJE

Faktorët e jashtëm të mjedisit të biznesit i referohen atyre faktorëve jashtë fushëveprimit të kontrollit të organizatës që mund të ndikojnë në biznesin, operacionet dhe fitimet e tij. Këta faktorë ndikojnë më tej në organizimin e brendshëm të biznesit në një masë të madhe. Efektet mund të jenë pozitive ose negative (Vaidya, 2023).

Megjithëse ka një shumëllojshmëri të gjerë faktorësh, disa prej faktorëve kryesorë përfshijnë faktorët politikë, ekonomikë, mjedisorë, socialë, teknologjikë, ligjorë dhe konkurrues. Dhe, sigurisht, ndryshimet e papritura në preferencat e klientëve janë një tjetër faktor i jashtëm i rëndësishëm. Zgjidhja më e mirë për bizneset për t'u marrë me këta faktorë është të menaxhojnë përgjigjen e klientëve në mënyrë që të kenë sukses sa më të madh në veprimtarinë e tyre (Vaidya, 2023).

Faktorët e jashtëm që ndikojnë në një biznes janë një shqetësim serioz për kompanitë. Çdo biznes ka faktorët e saj pozitivë dhe negativë dhe për mirë apo keq, një biznes duhet t'i menaxhojë të dyja. Nëse një faktorë pozitiv është në lojë, biznesi duhet të përfitojë nga kjo dhe ta zhvillojë atë në mënyrë që kompania të përfitojë më shumë prej saj.

Nëse ka një faktor negativ, kompania duhet të përgatitet për një rezultat të tillë dhe të përpiqet të zvoglojë humbjet. Faktorët negativë mund të shkaktojnë dëme të rënda për një firmë dhe ndërsa kompania nuk mund t'i shmangë pasojat, ajo mund të zvogëlojë dëmet ose humbjet në një masë të madhe (Vaidya, 2023).

Një nga masat do të ishte ruajtja e të gjitha gjërave të mundshme që mund të shkojnë keq ose të funksionojnë në avantazhin e një kompanie. Aktivitetet ose ngjarjet kryesore politike, ekonomike, sociale dhe ligjore duhet të vëzhgohen vazhdimisht dhe kur të ndodhë kjo ngjarje, përdorni planin e përgatitur (Vaidya, 2023).

Këta faktorë të mjedisit të jashtëm kanë rëndësi të madhe edhe në Republikën e Kosovës prandaj kam zgjedhur të bëjë këtë hulumtim për analizën e faktorëve të mjedisit të jashtëm të biznesit në Republikën e Kosovës

### **1.1. Qëllimi i punimit**

Kur mendojmë për mjedisin e jashtëm të një organizate dhe se si ai ndikon në veprimet e përditshme të një kompanie, është e qartë se çdo kompani do të përballet me mundësi dhe sfida unike ndërsa i përgjigjet mjedisit të saj të jashtëm.

Bazuar në këtë, qëllimi i këtij punimi është analiza dhe identifikimi i faktorëve të mjedisit të jashtëm të biznesit në Republikën e Kosovës. Përmes këtij punimi ne tentojmë të kuptojmë se qfarë lloje biznesesh kemi në Republikën e Kosovës, si veprojnë ato, sfidat të cilat i kanë dhe se cilët janë faktorët e mjedisit të jashtëm që ndikojnë në bizneset e Republikës së Kosovës.

### **1.2. Objektivat e punimit**

Objektivë kryesore e këtij punimi është analiza e faktorëve të mjedisit të jashtëm të biznesit në Republikën e Kosovës ku nepërmjet një hulumtimi ne do të analizojmë perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për ndikimin e faktorëve të mjedisit të jashtëm në bizneset e tyre dhe pastaj do të kemi disa konkludime.

Po ashtu, objektivë e këtij punimi është hulumtimi i literaturës që ka të bëjë me biznesin, përkatsisht, nocionin e biznesit, llojet e tyre dhe sfidat të cilat i kanë në aspektet e veprimtarisë së tyre, e gjitha kjo duke u bazuar në materiale të marra nga literature në gjuhën shqipe dhe angleze.

### **1.3. Metodologjia**

Materiali që përmban ky punim bazohet kryesishtë në literaturë studimore si dhe kërkimore të ndryshme në internet, pra kemi të bëjmë me të dhëna sekondare. Gjatë punimit të këtij punimi është përdorur kombinimi dhe strukturimi i mirëfilltë i materialit, mendimeve, ideve dhe kërkimeve duke u munduar të bëhet një renditje kronologjike e saktë e koncepteve në mënyrë që shpjegimi të jetë sa më i kuptueshëm dhe i saktë për të gjithë. I gjithë punimi është i ndërtuar duke i mbledhur të dhënat nga libra të ndryshme dhe raporte elektronike.

Për nevojat e këtij punimi dhe për t'i përmbushur qëllimet dhe objektivat janë shfrytëzuar të dhënat sekondare të cilat janë marrë nga raportet të cilat janë të publikuara nga Qeveria e Kosovës, janë shfrytëzuar edhe publikime të ndryshme nga Instituti Riinvest, United Nations Development programme (UNDP), Oda Ekonomike e Kosovës (OEK), Agjencia e Statistikave të Kosovës (ASK), Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE), Agjencia e Regjistrimit të Bizneseve Kosovare (ARBK) dhe literatura e nevojshme nga autorët e ndryshëm.

## 2. RISHIKIMI I LITERATURËS

### 2.1. Definimi i bizneseve

Një biznes mund të përshkruhet si një organizatë ose njësi sipërmarrëse që angazhohet në aktivitete profesionale, tregtare ose industriale. Mund të ketë lloje të ndryshme biznesesh në varësi të faktorëve të ndryshëm (Pahwa, 2023). Disa janë fitimprurëse, ndërsa disa janë jofitimprurëse. Në mënyrë të ngjashme, pronësia e tyre gjithashtu i bën ata të ndryshëm nga njëri-tjetri. Për shembull, ka sipërmarrje të vetme, partneritete, korporata dhe lloje tjera. Biznesi janë gjithashtu përpjekjet dhe aktivitetet e një personi që prodhon mallra ose ofron shërbime me qëllimin për t'i shitur ato për përfitim (Times, 2023).

Biznesi i referohet një entiteti ose organizate sipërmarrëse që ushtron veprimtari profesionale. Ato mund të jenë komerciale, industriale ose të tjera. Subjektet e biznesit fitimprurëse bëjnë biznes për të fituar një fitim, ndërsa ato jofitimprurëse e bëjnë atë për një mision bamirësie. Bizneset mund të jenë të shkallës së vogël ose të madhe (Times, 2023).

Në vendin tonë bizneset klasifikohen sipas numrit të të punësuarve si (Nasrudin, 2022):

- Mikrobizneset të cilat kanë më pak se 1 - 9 punëtorë.
- Biznes i vogël i cili ka 10 – 49 punëtorë
- Biznes i mesëm i cili ka 50 – 249 punëtorë
- Biznes i madh i cili ka 250 e më shumë punëtorë



## 2.2. Format e organizimit të bizneseve

Një biznes mund të ketë qëllime të ndryshme në varësi të gjendjes së tij financiare, produkteve, industrisë, etj. Megjithatë, në përgjithësi, ne mund t'i kategorizojmë objektivat e biznesit në katër lloje të ndryshme (Ranjhaa, 2023):

- Objektivat ekonomike në thelb varen nga nevojat financiare të çdo subjekti afarist. Objektivat ekonomike mund të përfshijnë rritjen, fitimet, mbijetesën, etj.
- Objektivat njerëzore në përgjithësi synojnë punonjësit e biznesit, nevojat e tyre, rritjen personale, sigurinë, kënaqësinë, motivimin, etj (Ranjhaa, 2023).
- Objektivat organike përfshijnë çdo gjë dhe gjithçka që fokusohet në përmirësimin e biznesit. Shembujt e zakonshëm përfshijnë përmirësimin e reputacionit të markës, forcimin e biznesit, rritjen e kapitalit, inovacionin, rritjen, etj.
- Objektivat sociale përfshijnë gjithçka që fokusohet në përmirësimin e shoqërisë. Objektivat sociale mund të përfshijnë politikën e çmimeve të drejta, kënaqësinë e klientit, produktet cilësore, bamirësitë, praktikat e drejta të punësimit, praktikat e tregtisë së drejtë, mbrojtjen e mjedisit, etj.

## 2.3. Llojet e bizneseve

Një biznes mund të jetë i llojeve të ndryshme, por në përgjithësi, ne mund ta kategorizojmë biznesin në katër lloje të përhapura (Ranjhaa, 2023):

1. **Biznesi prodhues.** Në një biznes prodhues, prodhuesi ose prodhuesi prodhon një ose më shumë produkte dhe më pas ia shet ato konsumatorit për të fituar fitime. Një prodhues mund t'i shesë direkt konsumatorit ose nëpërmjet ndërmjetësve. Shembujt e zakonshëm të botës reale përfshijnë Pepsi, Tesla, Coca-Cola, Pfizer, Nestle, Apple, etj (Ranjhaa, 2023).
2. **Biznesi tregtar.** Tregtimi është një lloj biznesi në të cilin shitësi/biznesi shet produkte të prekshme për klientët/konsumatorët. Me fjalë të thjeshta, tregtimi

është në thelb një biznes me pakicë ku shitësi blen produkte direkt nga prodhuesit ose shitësit me shumicë dhe më pas ua shet konsumatorëve me një çmim më të lartë (çmimi me pakicë). Shembujt e zakonshëm përfshijnë Walmart, Amazon, etj (Ranjhaa, 2023).

3. **Biznesi shërbyes.** Shërbimet janë një lloj biznesi ku shitësi u ofron mallra jomateriale bizneseve ose konsumatorëve të tjerë. Për shembull, një profesionist në distancë mund të ofrojë shërbime të menaxhimit të marketingut për një firmë. Në mënyrë të ngjashme, shumë firma ose subjekte biznesi ofrojnë shërbime drejtpërdrejt për konsumatorët fundorë. Shembujt e zakonshëm përfshijnë shkollat, universitetet, sallonet, qendrat e masazhit, etj. Megjithatë, nuk është e mundur të ndahen shërbimet nga ofruesi i shërbimit dhe nuk mund të ruani as shërbimet (Ranjhaa, 2023).
4. **Bizneset hybrid.** Bizneset hibride janë ato biznese ku një organizatë praktikon dy ose më shumë lloje biznesi në të njëjtën kohë. Kjo praktikë biznesi është e zakonshme në industrinë ushqimore, si restorantet apo zinxhirët e ushqimit të shpejtë. Për shembull, KFC bën recetat e veta dhe ua shet klientëve të saj. Përveç kësaj, ata gjithashtu blejnë pije të ftohta nga PepsiCo dhe ua shërbejnë bazës së klientëve të tyre. Pra, në thelb, KFC ndërmerr aktivitete prodhuese dhe tregtimi në të njëjtën kohë (Ranjhaa, 2023).

#### 2.4. Klasifikimi i bizneseve

Ndërmarrjet e biznesit zakonisht marrin një nga tre format: pronësi individuale, partneritete ose shoqëri me përgjegjësi të kufizuar (ose korporata). Në formën e parë, një person i vetëm e mban të gjithë operacionin si pronë të tij personale, zakonisht duke e menaxhuar atë në baza ditore. Shumica e bizneseve janë të këtij lloji (Woodward, 2023). Forma e dytë, partneriteti, mund të ketë nga 2 deri në 50 ose më shumë anëtarë, si në rastin e firmave të mëdha ligjore dhe të kontabilitetit, dhe agjencitë reklamuese. Kjo

formë biznesi është në pronësi të vetë ortakëve; ata mund të marrin pjesë të ndryshme të fitimeve në varësi të investimit ose kontributit të tyre. Sa herë që largohet një anëtar ose shtohet një anëtar i ri, firma duhet të rikonstituohet si një ortakëri e re.

Forma e tretë, shoqëria me përgjegjësi të kufizuar ose korporata, nënkupton grupe të inkorporuara personash - domethënë një numër personash të konsideruar si një person juridik (ose "person" fiktiv) me prona, kompetenca dhe detyrime të ndara nga ato të saj. anëtarët. Ky lloj shoqërie është gjithashtu ligjrisht i ndarë nga individët që punojnë për të, qofshin ata aksionarë ose punonjës ose të dy; mund të hyjë në marrëdhënie juridike me ta, të bëjë kontrata me ta dhe të padisë dhe të paditet prej tyre. Shumica e organizatave të mëdha industriale dhe tregtare janë kompani me përgjegjësi të kufizuar (Woodward, 2023).

Në vazhdim do të tregojmë kryesisht me organizatat e mëdha të biznesit privat të përbëra kryesisht nga partneritete dhe shoqëri me përgjegjësi të kufizuar - të quajtura shoqata kolektive të biznesit. Disa nga parimet e funksionimit të përfshira këtu vlejnë edhe për kompanitë e mëdha në pronësi individuale dhe për ndërmarrjet publike.

### **2.4.1 Ortakëria**

Tiparet dalluese të ortakërisë janë përgjegjësia personale dhe e pakufizuar e secilit ortak për borxhet dhe detyrimet e firmës dhe e drejta e secilit ortak për të marrë pjesë në menaxhimin e firmës dhe të veprojë si agjent i saj në kryerjen e veprimeve juridike në emër të saj. Sistemet e së drejtës civile të shumicës së vendeve të Evropës kontinentale kanë lejuar gjithashtu një formë të modifikuar të partneritetit, shoqërinë komandite, në të cilën një ose më shumë nga ortakët janë përgjegjës vetëm për borxhet e firmës. në masën e kapitalit që ata kontribuojnë ose pranojnë të kontribuojnë (Woodward, 2023). Megjithatë, ortakët e tillë të kufizuar janë të ndaluar të marrin pjesë në menaxhimin e firmës; nëse e bëjnë këtë, ata bëhen personalisht përgjegjës pa kufi për borxhet e firmës, së bashku me ortakët e përgjithshëm. E drejta e zakonshme angleze refuzoi të njihete

shoqërinë komandite, dhe në Shtetet e Bashkuara në fillim të shekullit të 19-të vetëm Luiziana, e cila rregullohej nga ligji civil francez, i lejoi shoqëritë e tilla. Gjatë shekullit të 19-të, shumica e shteteve miratuan legjislacionin që lejonte formimin e shoqërive komandite, dhe në 1907 Britania e Madhe miratoi partneritetin komandite me statut, por nuk është përdorur shumë atje në praktikë. Një dallim tjetër midis llojeve të ortakërisë në të drejtën civile - një që nuk ka të barasvlershme në vendet e zakonshme anglo-amerikane - është ai midis partneriteteve civile dhe tregtare (Woodward, 2023). Ky dallim varet nga fakti nëse qëllimet për të cilat është krijuar ortakëria hyjnë në listën e aktiviteteve tregtare në kodin tregtar të vendit. Këto kode e bëjnë gjithmonë prodhimin, tregtimin dhe transportin e mallrave aktivitete komerciale, ndërsa aktivitetet profesionale dhe bujqësore janë gjithmonë jokomerciale. Rrjedhimisht, një ortakëri e avokatëve, mjekëve ose fermerëve është një partneritet civil, i qeverisur ekskluzivisht nga kodi civil i vendit në fjalë dhe i paprekur nga kodi i tij tregtar. Një dallim i tillë nuk bëhet në vendet e zakonshme, ku partneritetet profesionale dhe të biznesit i nënshtrohen të njëjtave rregulla si partneritetet tregtare, megjithëse vetëm partnerët në një partneritet tregtar kanë fuqinë për të marrë hua në emër të firmës (Woodward, 2023).

#### **2.4.2 Korporatat**

Shoqëria ose korporata, ndryshe nga partneriteti, formohet jo thjesht nga një marrëveshje e lidhur ndërmjet anëtarëve të saj të parë; ai duhet gjithashtu të regjistrohet në një zyrë publike ose gjykatë të caktuar me ligj ose të marrë një konfirmim zyrtar për ekzistencën e tij. Sipas ligjit anglez dhe amerikan, kompania ose korporata inkorporohet duke paraqitur kushtetutën e kompanisë (memorandum dhe statut, nenet ose certifikatën e themelimit) të nënshkruar nga anëtarët e saj të parë në Regjistrin e Kompanive në Londër ose, në Shtetet e Bashkuara, në zyrë të sekretarit të shtetit ose komisionerit të korporatës (Woodward, 2023). Në Francë, Gjermani dhe Itali dhe në vendet e tjera që i nënshtrohen një sistemi të së drejtës civile, një kopje e noterizuar e kushtetutës depozitohet në gjykatën tregtare

vendase dhe ofrohet prova që anëtarët e parë të shoqërisë kanë nënshkruar të gjithë ose një pjesë të përcaktuar të kapitalit të shoqërisë dhe se aktivet e transferuara në kompani në këmbim të një ndarjeje të aksioneve të saj janë vlerësuar zyrtarisht dhe janë gjetur të kenë vlerë të paktën në shumën e kapitalit të caktuar për to (Woodward, 2023). E drejta angleze dhe amerikane, së bashku me ligjet e Holandës dhe të vendeve skandinave, parashikojnë vetëm një kategori shoqërisë biznesi ose korporate (në Holandë naamloze vennootschap, në Suedi aktiebolag), megjithëse të gjitha këto sisteme të ligjit bëjnë dallime për taksat. qëllime ndërmjet kompanive ose korporatave private ose të afërta nga njëra anë dhe kompanive ose korporatave publike nga ana tjetër (Woodward, 2023). E drejta angleze gjithashtu bën dallimin ndërmjet kompanive private dhe publike për disa qëllime të së drejtës për shoqëritë tregtare; për shembull, një kompani private nuk mund të ketë më shumë se 50 anëtarë dhe nuk mund të reklamojë abonime për aksionet e saj. Sipas sistemeve të së drejtës civile, megjithatë, bëhet një dallim themelor midis shoqërisë publike dhe shoqërisë private, në Gjermani të dy llojet e kompanive qeverisen nga akte të ndryshme, siç ishin në Francë deri në vitin 1966. Megjithatë, për qëllime praktike, kompanitë publike dhe private funksionojnë në të njëjtën mënyrë në të gjitha vendet. Kompanitë private krijohen kur nuk ka nevojë t'i apelohe publikut për t'u pajtuar për aksionet e kompanisë ose për t'i dhënë para hua, dhe shpesh ato janë pak më shumë se partneritete të inkuorpuara, drejtorët e të cilëve mbajnë të gjitha ose shumicën e aksioneve të kompanisë. Shoqëritë publike formohen - ose më shpesh krijohen nga shndërrimi i kompanive private në publike - kur kapitali i nevojshëm nuk mund të sigurohet nga drejtorët ose bashkëpunëtorët e tyre dhe është e nevojshme të mblidhen fonde nga publiku duke publikuar një prospect (Woodward, 2023). Në Britaninë e Madhe, vendet e Komonuelthit dhe Shtetet e Bashkuara, kjo kërkon gjithashtu marrjen e një listimi në bursë për aksionet ose letrat e tjera me vlerë të ofruara ose një ofertë në tregun e letrave me vlerë të palistuar (USM). Në një kompani publike tipike, drejtorët mbajnë vetëm një pjesë të vogël të aksioneve të saj, shpesh më pak se 1%, dhe në Britaninë e Madhe dhe Shtetet e Bashkuara, të paktën nuk është e pazakontë që deri në

gjysmën e fondeve të mbledhura nga shoqëria të përfaqësohet jo me aksione në shoqëri, por me letra me vlerë të huasë, si obligacione.

Në vendet e zakonshme anglo-amerikane, kompanitë publike dhe private përbëjnë shumicën e shoqatave të biznesit të formuara dhe partneritetet lidhen zakonisht vetëm për aktivitete profesionale. Në vendet evropiane, partneriteti në të dyja format përdoret ende gjerësisht për sipërmarrjet tregtare (Woodward, 2023). Në Gjermani një formë e njohur e shoqërimit kombinon si partneritetin ashtu edhe kompaninë. Kjo është GmbH & Co. KG, e cila është një shoqëri komandite, ortakë i përgjithshëm i së cilës (nominalisht përgjegjës pa kufi për borxhet e ortakërisë) është një kompani private dhe ortakët e kufizuar të së cilës janë të njëjtët persona si aksionarët e shoqërisë. Ortakët e kufizuar gëzojnë përfitimin e përgjegjësisë së kufizuar për borxhet e ortakërisë dhe, duke siguruar që shumica e fitimeve të ortakërisë u paguhen atyre si ortakë të kufizuar dhe jo atyre si aksionarë në shoqërinë private, ata shmangin në masë të madhe incidencën e tatimit mbi korporatën (Woodward, 2023).

## **2.5. Ndikimi i mjedisit të jashtëm në aktivitetin biznesor**

Mjedisi i biznesit vazhdon të ndryshojë në çdo kategori dhe duhet të keni parasysh faktorë të ndryshëm gjatë planifikimit dhe ekzekutimit të operacioneve. Është përgjegjësi e menaxherëve të biznesit të analizojnë faktorë të ndryshëm të brendshëm dhe se si ata do të ndikojnë në vendimin e kompanisë. Ata gjithashtu duhet të kenë parasysh mjedisin e jashtëm, ndikimin e tyre dhe mënyrën e menaxhimit të tyre (Shaw, 2023)

Nëse doni të kuptoni mjedisin e biznesit, atëherë është më mirë ta analizoni termin individualisht. Para së gjithash, mjedisi është zona e biznesit ose gjendja në të cilën kompania ushtron aktivitetin e saj të biznesit. Së dyti, biznesi i kompanisë është një ent shoqëror që ndjek strukturën hierarkike ku elementë të ndryshëm punojnë së bashku drejt arritjes së qëllimit dhe objektivit të përbashkët (Team, 2023).

Çdo faktor i brendshëm dhe i jashtëm i rëndësishëm për biznesin ka një ndikim të madh në aktivitetet operacionale të kompanisë. Me fjalë të tjera, mund të themi se faktorët e brendshëm dhe të jashtëm krijojnë mjedisin e biznesit të kompanisë (Shaw, 2023).

Faktorët e mjedisit të jashtëm janë elementë që janë jashtë mjedisit të brendshëm të kompanisë dhe mund të ndikojnë në operacionet e saj. Forcat e jashtme ose mund të paraqesin sfida në operacionet tuaja ekzistuese ose të ndihmojnë biznesin tuaj. Menaxherët e biznesit duhet të gjurmojnë faktorë të ndryshëm të jashtëm mjedisor në mënyrë që të identifikojnë dhe zgjidhin çështjet dhe të bëjnë ndryshimet përkatëse në përputhje me rrethanat (Shaw, 2023)

Faktorët e jashtëm mjedisor luajnë një rol të rëndësishëm në drejtim të ndikimit të drejtpërdrejtë dhe të tërthortë në rrjedhën e të ardhurave të kompanisë dhe operacionet e biznesit. Ndryshimet e vazhdueshme të sjella nga mjedisi i jashtëm janë shumë përtej kontrollit të kompanisë. Drejtuesit dhe menaxherët e biznesit do t'i gjurmonin këto ndryshime dhe do të minimizonin ndikimin e tyre. Kur vazhdoni të vlerësoni faktorët e jashtëm dinamikë, atëherë kjo do t'ju lejojë të minimizoni ndikimin e ndryshimeve të papritura dhe të mbroheni nga ngjarjet e parashikueshme (Shaw, 2023)

### **2.5.3 Makromjedisi i jashtëm**

Makro-mjedisi është më i përgjithshëm - është mjedisi në vetë ekonominë. Ai ka një efekt në mënyrën se si funksionojnë, performojnë, marrin vendime dhe formojnë strategji të gjitha grupet e biznesit njëkohësisht. Është mjaft dinamik, që do të thotë se një biznes duhet të ndjekë vazhdimisht ndryshimet e tij. Ai përbëhet nga faktorë të jashtëm që vetë kompania nuk i kontrollon, por sigurisht që ndikohet nga ta (Farooq).

Faktorët që përbëjnë makromjedisin janë faktorët ekonomikë, forcat demografike, faktorët teknologjikë, forcat natyrore dhe fizike, forcat politike dhe juridike dhe forcat sociale dhe kulturore (Nguyen, 2023), (TEAM, 2021).

Kur përmenden faktorët e makromjedisit të jashtëm atëhere e pashmangshme është analiza PESTLE e cila përfshinë:

- Faktorët politikë – Me lloje të ndryshme qeverish në mbarë globin, kompanitë, veçanërisht ato shumëkombëshe, janë subjekt i presionit politik. Për shembull, trazirat politike apo grushtet e shtetit në vend, qeverisja e paqëndrueshme, zgjedhjet etj. Të gjithë këta faktorë kanë ndikim në bizneset e atyre vendeve (Vaidya, 2023)
- Faktorët ekonomikë ku këta faktorë janë ndër më të rëndësishmit, mund të jetë për shkak se bizneset janë një pjesë e madhe e operacioneve ekonomike dhe meqenëse ka shumë faktorë ekonomikë, një biznes duhet të marrë parasysh dhe menaxhojë njëkohësisht. Shembujt përfshijnë kushtet e ofertës-kërkesës, krizat ekonomike, çështjet financiare si vlerësimet e monedhës, politikat monetare dhe fiskale, etj (Vaidya, 2023).
- Faktorët social ku këta janë ata faktorë që ndikojnë tërësisht në një shoqëri. Faktorët kulturorë luajnë një rol të madh në ndikimin e preferencave të konsumatorëve. Për shembull, sezona, festivalet ose pushimet janë faktorë të rëndësishëm social. Trendet e konsumit dhe shpenzimeve janë shembuj të tjerë (Vaidya, 2023)
- Faktorët teknologjikë ku inovacionet e vazhdueshme teknologjike në biznes dhe organizata janë të zakonshme. Kompanitë duhet t'i adoptojnë këto teknologji për të qëndruar përpara ose të paktën në të njëjtin nivel me konkurrentët. Për shembull, sistemet e pagesave me një prekje, përdorimi i AR në faqet e internetit, etj (Vaidya, 2023)
- Faktorët ligjorë ku siç sugjeron termi, këta faktorë janë të lidhur me sistemin ligjor të vendit të kompanive. Për shembull, ligjet e reja, ndryshimet, pagat minimale, taksat, orari i punës, kufizimet etj, mund të ndikojnë në veprimtarinë dhe fitimet e biznesit (Vaidya, 2023)
- Faktorët mjedisorë ku ndryshimet klimatike dhe ngrohja globale po bëhen shkaqet kryesore të shqetësimit mjedisor. Me rritjen e ndërgjegjësimit, kompanive u



kërkohet të shfaqin një shkallë të caktuar përgjegjësie ndaj mjedisit. Kur nuk arrijnë ta bëjnë këtë, publiku e kupton dhe firma përballet me humbje. Përdorimi i burimeve të rinovueshme të energjisë, reduktimi i përdorimit të plastikës dhe përfshirja aktive në programet mjedisore janë disa shembuj (Vaidya, 2023).

#### **2.5.4 Mikromjedisi i jashtëm**

Normalisht mikromjedisi nuk prek të gjitha kompanitë në të njëjtën mënyrë, sepse madhësia, kapaciteti, aftësia dhe strategjitë janë të ndryshme. Për shembull, furnizuesit e lëndëve të para po japin më shumë koncesione për kompanitë e mëdha. Megjithatë, ato mund të mos japin të njëjtat koncesione për kompanitë e vogla (S.Samkisha, 2023).

Ashtu si edhe konkurrentët nuk e kanë problem kompaninë rivale nëse krahasohet me të voglin, por ai do të jetë shumë i ndërgjegjshëm nëse rivali është i madh. Ndonjëherë mikro mjedisi i firmave të ndryshme në një industri është pothuajse i njëjtë. Në një rast të tillë, reagimi i këtyre firmave ndaj mikro mjedisit të tyre mund të ndryshojë pasi secila firmë do të përpiqet të arrijë një nivel më të lartë suksesi (Chand, 2023). Faktorët e përgjithshëm të mikro mjedisit diskutohen më poshtë.

- Konkurrentët-Mjedisi konkurrues përbëhet nga disa gjëra themelore të cilat çdo firmë duhet t'i marrë parasysh. Asnjë kompani, sado e madhe të jetë, nuk gëzon monopol. Në botën origjinale të biznesit, një kompani përballet me forma të ndryshme konkurrence. Konkurrenca më e zakonshme me të cilën përballet tani produkti i një kompanie është nga produktet e diferencuara të kompanive të tjera. Për shembull, në tregun e televizionit me ngjyra, Philips TV përballet me konkurrencë nga kompani të tjera si Videocon, Onida, BPL dhe të tjera. Ky lloj konkurrence quhet konkurrenca e markës. Gjendet në të gjitha tregjet e produkteve të qëndrueshme (Chand, 2023). Konsumatori dëshiron të blejë një makinë me dy rrota, pyetja e radhës në mendjen e tij është me marshe ose pa

marsh, 100 cc ose më shumë se kaq, autonome ose kick starter, etj. Ky lloj njihet ndryshe si 'Produkt form konkurrues'. Philip Kotler është i mendimit se mënyra më e mirë që një kompani të kuptojë gamën e plotë të konkurrencës së saj është të marrë këndvështrimin e një blerësi. Çfarë mendon një blerës për atë që përfundimisht çon në blerjen e diçkaje? Pra, gjurmimi i grupit të mendjes së konsumatorit do të ndihmojë në ruajtjen e pjesës së tregut për të gjitha firmat (Chand, 2023).

- Klientët-Sipas Pjetrit. F. Drucker, "Ekziston vetëm një përkufizim i vlefshëm i qëllimit të biznesit, që është krijimi i një klienti." Ndërmarrjet e biznesit synojnë të fitojnë duke i shërbyer kërkesës së klientit. Ajo tani mendon më shumë për sa i përket shitjes fitimprurëse sesa më shumë vëllimit të shitjeve për hir të saj. Sot marketingu i një firme fillon dhe përfundon me klientët. Sot, një firmë biznesi për të qenë e suksesshme, duhet të gjejë klientë për produktet e saj. Kjo është arsyeja që klientët përbëjnë kështu elementin më të rëndësishëm në mikro mjedisin e biznesit. Shitjet e produkteve varen kryesisht nga shkalla e kënaqësisë së konsumatorit (Chand, 2023). Në fakt, kjo është një arsye që i jep më shumë rëndësi sondazheve të kënaqësisë së klientëve. Tani çdo firmë biznesi vendos sisteme për të parë rregullisht qëndrimin e klientit dhe kënaqësinë e klientit, sepse sot është e pranuar botërisht se kënaqësia e klientëve është baza për suksesin e kompanisë. Zakonisht klientët nuk janë në të njëjtin grup, ata janë individë, sipërmarrje biznesi, institucione dhe qeveri. Nga këndvështrimi i kompanisë është gjithmonë më mirë të kesh klientë nga grupe dhe legjione të ndryshme, sepse kjo mund të mbështesë lehtësisht kërkesën për produktin e kompanisë (Chand, 2023).
- Furnizuesit-Lidhur me furnitorët, organizata mund të mendojë të përfitojë materialin ose punën e kërkuar sipas programit të saj të prodhimit. Ajo mund të miratojë një politikë të tillë blerjeje që i jep organizatës fuqi negociuese. Sipas Michael Porter, “marrëdhëniet midis furnitorëve dhe firmës mishërojnë një ekuacion fuqie mes tyre. Ky ekuacion bazohet në kushtet e industrisë dhe shkallën në të cilën secila prej tyre varet nga tjetra.” Furnizuesit janë ose individë ose

shtëpi biznesi. Ata u kombinuan së bashku; të sigurojë burimet që i nevojiten kompanisë (Chand, 2023). Tani kompania duhet të shkojë domosdoshmërisht për zhvillimin e specifikimeve, kërkimin e furnitorëve të mundshëm, identifikimin dhe analizimin e furnitorëve dhe më pas të zgjedhë ata furnitorë që ofrojnë përzierjen më të mirë të cilësisë, besueshmërisë së ofrimit, kredisë, garancive dhe padyshim kosto të ulët. Zhvillimi në mjedisin e furnizuesit ka një ndikim thelbësor në operacionet e kompanisë. Në tendencat e fundit kompanitë mund të ulin koston e furnizimit dhe të rrisin cilësinë e produkteve të tyre (Chand, 2023).

- Publiku- Fjalë për fjalë fjala "publik" u referohet njerëzve në përgjithësi. Sipas Philip Kotler, "një publik është çdo grup që ka një interes aktual ose potencial ose ndikim në aftësinë e një kompanie për të arritur objektivat e saj". Ambjentalistët, grupet e mbrojtjes së konsumatorit, personat e medias dhe vendasit janë disa nga shembujt e njohur të publikut. Kompania ka për detyrë të kënaqë njerëzit në përgjithësi së bashku me konkurrentët dhe konsumatorët. Është një ushtrim që ka një ndikim më të madh në mirëqenien e kompanisë për qëndrimin dhe rritjen e së nesërme (Chand, 2023). Krijoni vullnet të mirë në publik, ndihmoni për të marrë një përgjigje të favorshme për një kompani. Kotler në këtë drejtim ka parë se "Kompanitë duhet të vënë energjinë e tyre parësore në menaxhimin efektiv të marrëdhënieve të tyre me klientët, shpërndarësit dhe furnitorët e tyre. Suksesi i tyre i përgjithshëm do të ndikohet nga mënyra sesi publiku tjetër në shoqëri e shikon aktivitetin e tyre. Kompanitë do të ishin të mençura të shpenzonin kohë duke monitoruar të gjithë publikun e tyre duke kuptuar nevojat dhe opinionet e tyre dhe duke u marrë më pas në mënyrë konstruktive." Në biznesin modern publiku ka marrë një rol të rëndësishëm dhe prezenca e tyre në mikro mjedisin e biznesit (Chand, 2023).
- Ndërmjetësuesit e marketingut-Ndërmjetësuesit e tregut janë ose individë ose shtëpi biznesi që i vijnë në ndihmë kompanisë në promovimin, shitjen dhe shpërndarjen e mallrave tek konsumatorët përfundimtarë. Ata janë ndërmjetës (shitësit me shumicë, shitës me pakicë dhe agjentë), agjenci shpërndarëse, agjenci

shërbimi tregu dhe institucione financiare. Shumica e kompanive mendojnë se është shumë e vështirë për të arritur tek konsumatorët. Në raste të tilla agjentët dhe firmat shpërndarëse ndihmojnë për të arritur produktin te konsumatori (Chand, 2023).

- Punëtorët dhe sindikata e tyre-Sipas teorisë së funksionit të prodhimit, puna merr më shumë rëndësi. Ai është gjithashtu një nga shtyllat e kompanisë. Punët e organizuara janë shumë të siguruara pozitën e tyre në krahasim me punëtorët e paorganizuar Pra, punëtorët tani preferojnë t'i bashkohen sindikatave të punës, të cilat pa ndryshim i drejtohen negociatave kolektive dhe në këtë mënyrë i bëjnë ata më pak të cenueshëm ndaj shfrytëzimit të punëdhënësit (Chand, 2023).

### **3. ANALIZË E FAKTORËVE TË MJEDISIT TË JASHTËM TË BIZNESIT NË KOSOVË**

#### **3.1. Definimi i bizneseve në Republikën e Kosovës**

Për të regjistruar një biznes në Republikën e Kosovës është një procedurë shumë e lehtë dhe e thjeshtë. Bizneset regjistrohen dhe shënohen në listen e Regjistrimit të Organizatave të Biznesit dhe Emrave Tregtar dhe informatat për këto organizata shumë lehtë mund të gjenden përmes internetit.

Bizneset në Republikën e Kosovës regjistrohen në ARBK (Agjencia e Regjistrimit të Bizneseve në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë) ku qasja dhe regjistrimi është papagesë.

Ekzistojnë 29 qendra komunale të regjistrimit të njohura si zgjidhje “one-stop shop” (me mundësi të shtimit të tyre) të cilat zyrën qendrore e kanë në ARBK.

Proceduarat e regjistrimit të biznesit në Republikën e Kosovës janë mjaft të lehta. Për investimet e jashtme ekziston Ligji për Investimet e Huaja, i cili mbron investitorët e huaj dhe i trajton të barabartë me investitorët e brendshëm (Kiesa, 2023).

#### **3.2. Format e organizmit të bizneseve në Republikën e Kosovës**

Në Republikën e Kosovës ekzistojnë dhjetë lloje të bizneseve të cilat në mënyrë ilustrative janë paraqitur në tabelën 2.1 dhe figurën 2.1 dhe për to do të flitet në pika të shkurta mëposhtë:

1. Biznesi individual, ku tek biznesi individual pronari është përgjegjës për të gjitha gjërat që ndodhin në organizatë dhe zakonisht ka emrin e pronarit dhe shkurtimisht shkruhet me B.I.
2. Ortakëri e përgjithëshme ku tek ortakëria e përgjithëshme të gjithë ortakët kanë të drejta të barabarta me njihet me shkurtesën O.P.
3. Ortakëri e kufizuar ku tek ortakëria e kufizuar kemi aksionarë të pakufizuar dhe aksionarë të kufizuar të cilat kanë të drejta të kufizuara brenda organizatës dhe shkurtimisht O.K.
4. Shoqëritë me përgjegjësi të kufizuara ku këto organizata formohen nga disa persona të cilët kanë përgjegjësi të caktuara brenda organizatës dhe shkurtimisht njihet me SH.P.K.
5. Shoqëritë aksionare ku tek këto organizata, % e përgjegjësve shprehen me aksione dhe minimum për persona përgjegjës sa i përket aksioneve është 10.000 euro, kurse njihet me shkurtesën SH.A.
6. Shoqëria e huaj tregtare ku tek kjo organizatë regjistrohet nga një organizatë e huaj në Republikën e Kosovës dhe punon sipas ligjeve tona dhe njihet me shkurtesën "Dega në Kosovë" ose D.K..
7. Zyra e Përfaqësisë së Shoqërisë së Huaj Tregtare ku emri duhet të përfshijë emrin e plotë të Shoqërisë së Huaj Tregtare me prapashtesën “Zyra e Përfaqësisë në Kosovë” ose shkurtesën “Z.P.K”.
8. Ndërmarrjet shoqërore ku të përgjegjësitë dhe asetet janë në pronësi shoqërore.
9. Ndërmarrjet publike të cilat janë organizata të formuara dhe të monitoruara nga shteti. Ndërmarrjet publike aktivitetin e tyre e zhvillojnë duke u bazuar në ligjet e Republikës së Kosovës.
10. Kooperativat bujqësore ku kooperativa bujqësore është një shoqëri tregtare e krijuar nga personat fizikë apo juridik të cilët duhet të jenë të gjithë bujq që kontribuojnë me pronën e vet private në kapitalin aksionar. Kooperativa e bujqëve themelohet nga së paku pesë (5) bujq, që janë nënshkrues të detyrimeve.

Tabela 3.1: Llojet e bizneseve në Republikën e Kosovës.

<b>Shoqëri Tregtare të regjistruara</b>	<b>Numri</b>
Biznese Individuale	164,057 (72.03%)
Shoqëri me përgjegjësi të kufizuara	57,239 (25.13%)
Ortakëri e përgjithëshme	4,325 (1.9%)
Degë të shoqërive të Huaja Tregtare	1,162 (0.51%)
Shoqëri aksionare	619 (0.27%)
Tjera	357 (0.15%)

*Source:* (ARBK, RAPORTI I INDIKATORËVE BAZË TË PERFORMANCËS PËR REGJISTRIMIN E SHOQËRIVE TREGTARE PËR, 2023)

### **3.3. Ndikimi i faktorëve të mjedisit të jashtëm në bizneset e Republikës së Kosovës**

Sa i përket faktorëve të mjedisit të jashtëm do të tregojmë për investitorët aktualë dhe potencialë për bizneset në Republikën e Kosovës, kurse faktorët të cilët janë shqyrtuar në literaturën e marrë janë:

#### **3.3.1. Infrastruktura e Biznesit**

Duke u bazuar në rezultatet e figurës 3.1 për përceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për infrastrukturën e biznesit, mund të themi investitorët aktualë e kanë vlerësuar burimet natyrore si të mirë me 47%, infrastrukturën e telekomunikimit si të mirë me 45%, kurse kanë qenë neutral sa i përket infrastrukturës e transportit dhe logjistikës me mirë 35% dhe neutral 35%, kurse përceptimet e investitorëve aktualë kanë qenë negative për infrastrukturën e furnizimit me energji me 43% (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014).

Sa i përket investitorëve potencialë ata e kanë përceptuar si të mirë infrastrukturës e transportit dhe logjistikës me 41%, kurse kanë qëndruar si neutralë sa i përket burimeve

natyrore dhe infrastrukturën e telekomunikimit me nga 50% në të dy rastet, kurse perceptimet e tyre kanë qenë negative sa i përket infrastrukturës e transportit dhe logjistikës me 50% (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014).

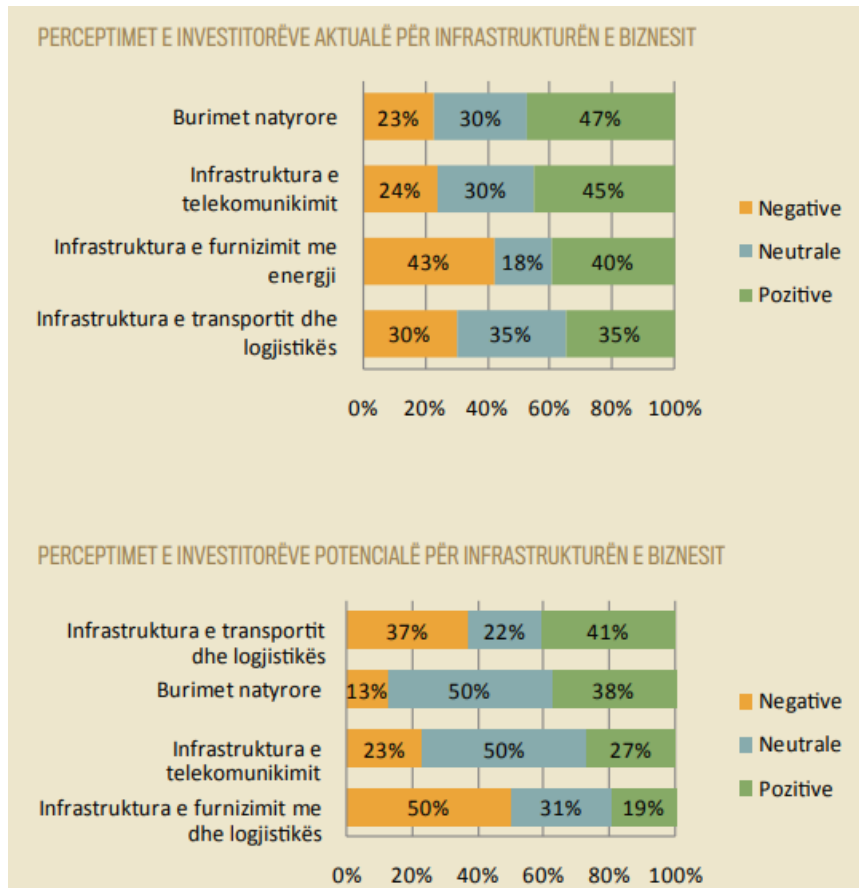


Figura 3.1: Perceptimet e investorëve aktualë dhe potencialë për infrastrukturën



### 3.3.2. Faktorët politikë

Duke u bazuar në rezultatet e figurës 3.2 për perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për faktorët politikë mund të themi se perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë kanë qenë negative. Perceptimet e investitorëve aktualë kanë qenë negative në të gjitha kategoritë me zonën e lire ekonomike dhe lehtësia përtej kufijëve e cila prin me 56% negative, pastaj vazhdohet stabiliteti politik me 50% negative, korrupsioni me 47% negative, doganat dhe sistemi tregtar me 38%, kurse integrimi në BE dhe BP ka qenë negative me 36%, por afër ka qenë edhe perceptimi pozitiv me 33% (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014) Sa i përket investitorëve potencialë ata kanë dhënë perceptime edhe më negative në të gjitha përgjigjëjet me mbi 50%, ku prin zonën e lire ekonomike dhe lehtësia përtej kufijëve me 58%, pastaj integrimi në BE dhe BP me 55%, korrupsioni me 54%, doganat dhe sistemi tregtar me 53% dhe stabiliteti politik me 52% negative (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014).

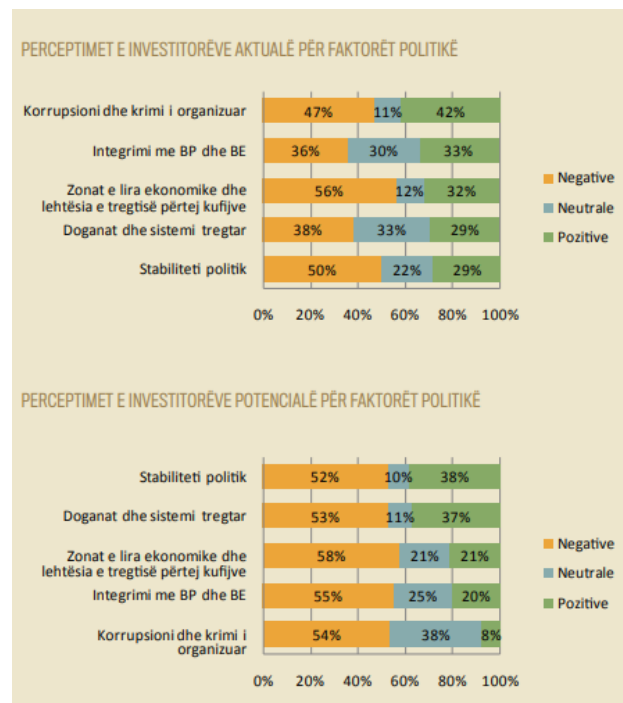


Figura 3.2: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për faktorët politikë.

### 3.3.3. Faktorët e sundimit të ligjit

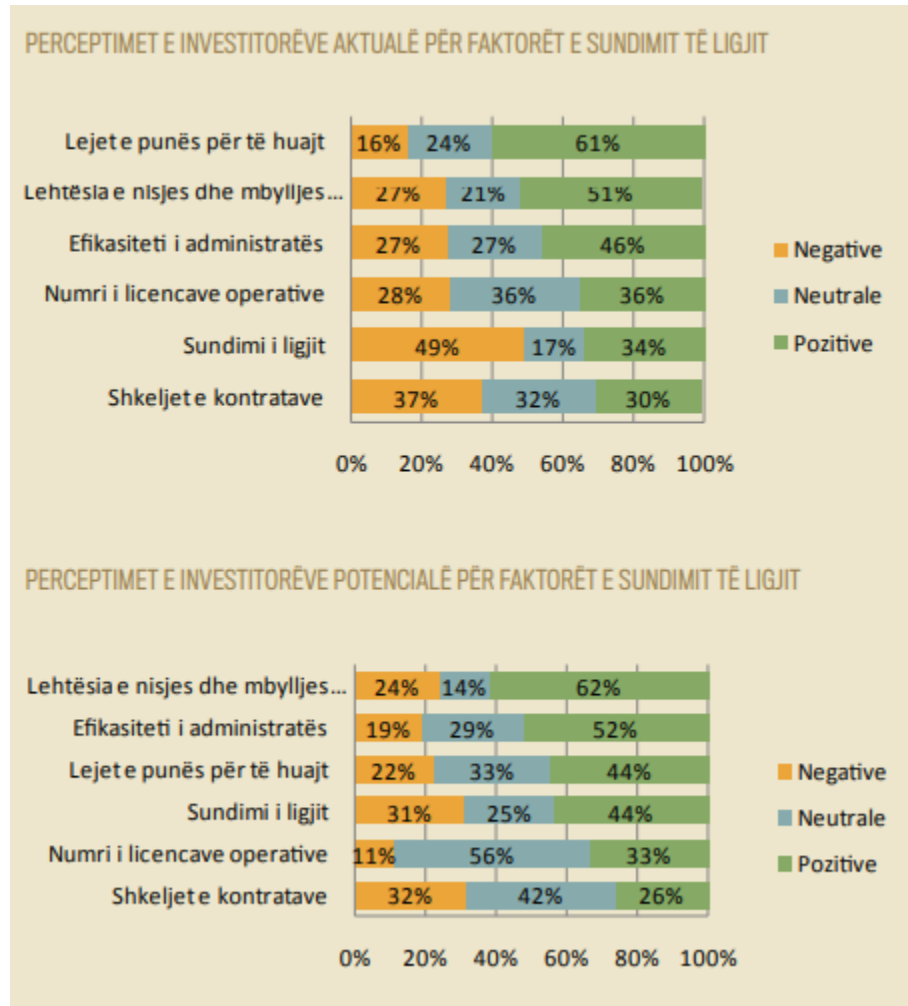


Figura 3.3: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për sundimin e ligjit.

Duke u bazuar në rezultatet e figurës 3.3 për perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për faktorët e sundimit të ligjit mund të themi se perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë kanë qenë krysisht pozitive. Perceptimet e investitorëve aktualë kanë qenë pozitive me lejet e punës për të huajt e cila ka qenë pozitive me 61%, lehtësija e nisjes dhe mbylljes me 51%, efikasitetii administratës 46%, kurse përgjigjësja numri i licencave operative ka qenë 36% pozitive dhe 36% neutrale, kurse perceptimet e

investitorëve aktualë për sundimin e ligjit dhe shkeljen e kontrateve kanë qenë negative me 49% rrapektivisht 36% (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014)

Sa i përket investitorëve potencialë ata kanë dhënë përcetime edhe më pozitive në të gjitha pytjet me lehtësija e nisjes dhe mbylljes e cila ka qenë pozitive me 62%, efikasiteti administratës 52%, lejet e punës për të huajt dhe sundimi i ligjit me nga 44%, kurse përcetimet e investitorëve potencialë për numri i licencave operative dhe shkeljen e kontratave ka qenë neutral me 56%, rrespektivisht 42% (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014).

### **3.3.4. Faktorët financiar**

Duke u bazuar në rezultatet e figurës 3.4 për përcetimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për financimin mund të themi se ato kanë qenë të ndryshme. Përcetimet e investitorëve aktualë kanë qenë pozitive me normat tatimore e cila prin me 48%, kostoja e financimit 42%, kostoja e përgjithëshme e biznesit 41%, llojllojshmëria e burimeve të financimit me 40%, kurse përgjigjësja e vetme negative ka qenë stimulimet me 47% (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014).

Sa i përket investitorëve potencialë ata kanë dhënë përcetime të ndryshme me llojllojshmëria e burimeve të financimit e cila ka qenë pozitive me 42%, stimulimet e cila ka qenë negative me 50%, kostoja e përgjithëshme e biznesit e cila ka qenë negative me 52%, kurse normat tatimore dhe kostoja e financimit kanë qenë neutral me 72%, rrespektivisht 53% (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014).

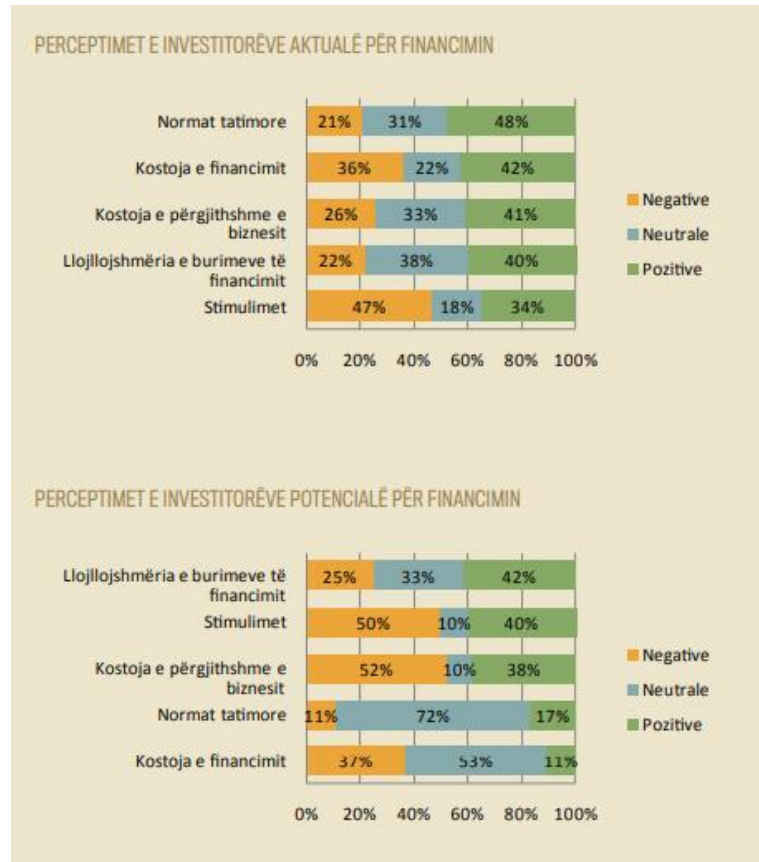


Figura 3.4: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për financimin.

### 3.3.5. Faktorët socialë

Duke u bazuar në rezultatet e figurës 3.5 për perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për faktorët socialë mund të themi se perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë kanë qenë kryesisht pozitive. Perceptimet e investitorëve aktualë kanë qenë pozitive me siguria personale 53% pozitive, cilësia e jetës me 36% pozitive, kurse imazhi i shtetit ka qenë negative me 36% (Kushtrim Shaiqi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014).

Sa i përket investitorëve potencialë ata kanë dhënë perceptime pozitive me siguria personale 48% pozitive dhe cilësia e jetës me 41% pozitive, kurse imazhi i shtetit ka qenë negative me 50% (Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash, 2014).

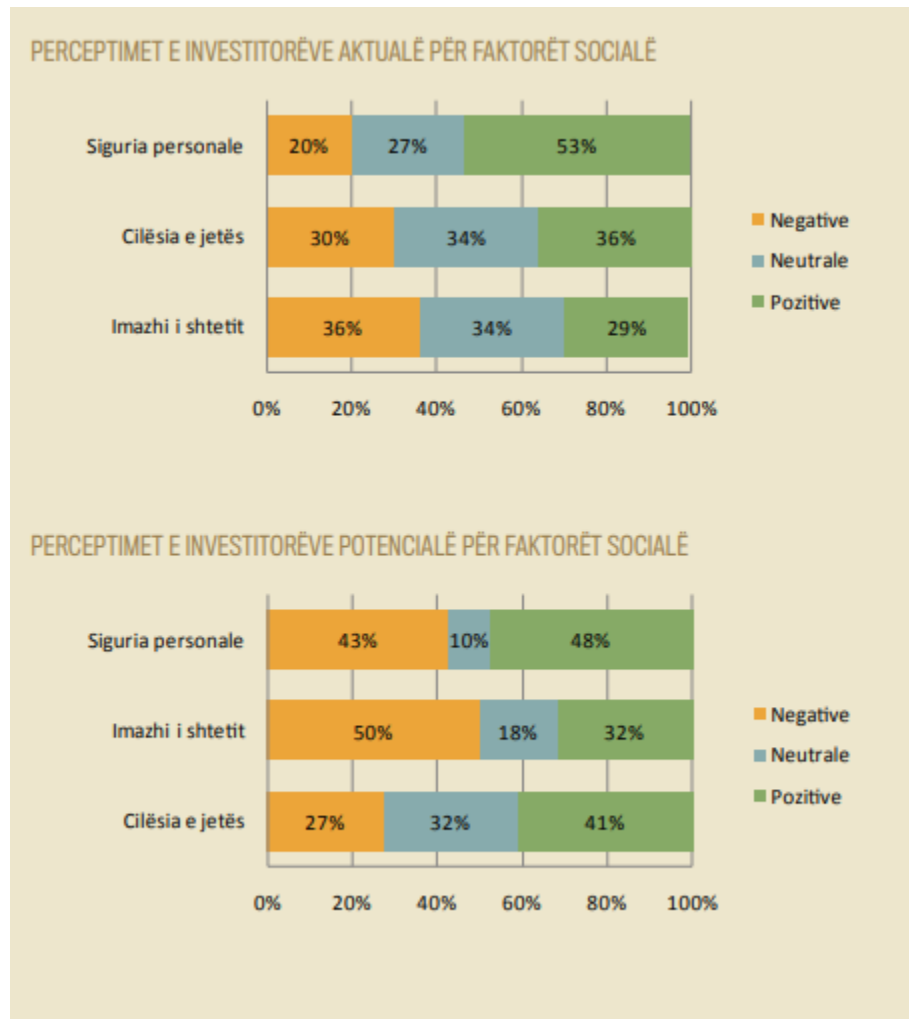


Figura 3.5: Perceptimet e investitorëve aktualë dhe potencialë për faktorët socialë.

#### **4. KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME**

Duke u bazuar në hulumtimin e bërë dhe literaturën e shfrytëzuar mund të konkludojmë se:

- Faktorët e mjedisit të jashtëm luajnë rol shumë të rëndësishëm në të gjitha bizneset ku pra edhe bizneset e Republikës së Kosovës nuk bëjnë përjashtim.
- Qasja në financa dhe mungesa e informacioneve për konkurrencën e drejtë në treg janë poashtu dy sfida për të ardhmen.
- Korrupsioni dhe ryshfeti janë faktorë tjerë negativë që janë identifikuar si pengesë për zhvillimin e bizneseve.
- Kosova ka një fuqi të gjallë punëtore, të përbërë nga punëtorët kryesisht të rinj me shumë vështirësi për të gjetur një vend pune gjë e cila është një faktor pozitiv në zhvillim të bizneseve (vetëpunësimi).

Duke u bazuar në konkludimet e mësipërme rekomandojmë:

- Bizneset duhet ti kushtojnë më shumë rëndësi faktorëve të mjedisit të jashtëm sidomos makromjedisit.
- Duhet të ketë më shumë investime nga ana e bizneseve në faktorët teknologjikë, pasi e ardhmja e biznesit është teknologjia e avancuar.
- Të ketë politika sa më të favorshme në dobi të bizneseve.

## 5. BURIMET DHE LITERATURA

- ARBK. (2022, 05 22). *Ministria e Tregtisë dhe Industrisë* . Gjetur 05 22, 2022, nga Ministria e Tregtisë dhe Industrisë : <https://arbk.rks-gov.net/>
- ARBK. (2023). *RAPORTI I INDIKATORËVE BAZË TË PERFORMANCËS PËR REGJISTRIMIN E SHOQERIVE TREGTARE PËR*. Prishtine: AGJENCIA PËR REGJISTRIMIN E BIZNESEVE TË KOSOVËS.
- Chand, S. (2023). Micro Environment of Business: 6 Factors of Micro Environment of Business. *YourActivityLibrary*.
- Farooq, U. (a.d.). Environmental Factors Affect Business. *Marketingtutor.net*.
- Kiesa. (2023, 06 21). Gjetur në <https://kiesa.rks-gov.net/page.aspx?id=1,27>
- Kushtrim Shaipi, Besnik Krasniqi, Baton Mati, Enver Gash. (2014). *Perceptimet e investitorëve për mjedisin e biznesit*. Prishtine: Kiesa.
- Nasrudin, A. (2022). Business Size: Definition, Measurement, Classification. *Penpion*.
- Nguyen, S. (2023). Understanding Of Micro And Macro Factors That Affect Your Business. *Mageplaza*.
- Pahwa, A. (2023). What Is Business? – Definition, Concept & Types. *Sales Essentials* .
- Ranjhaa, s. A. (2023). What is Business? Definition, Concept, Types & Challenges. *MarketingTutor.net*.
- S.Samkisha. (2023). What are the Different Components of Business Environment. *YourArticleLibrary*.
- Shaw, A. A. (2023). 10 External Environment Factors That Affect Business. *MarketingTutor.net*.
- Team, I. E. (2023). 9 External Environment Factors That Affect Business. *Indeed*.

TEAM, T. I. (2021). Macro Environment: What It Means in Economics, and Key Factors. *Investopedia*.

Times, T. E. (2023). What is 'Business'. *The Economic Times* , 1.

Vaidya, D. (2023). External Factors. *Wallstreetmojo*.

Woodward, S. (2023). business organization. *Britannica*.