

MATERIAL MËSIMOR

**Në mbështetje të mësuesve të profileve mësimore të Nivelit IV të
KSHK, të drejtimit mësimor**

EKONOMI- BIZNES

NR. 10

Ky material mësimor i referohet:

➤ **Lëndës profesionale: “SJELLJE SIPERMARRESE”**

(L-17-248-17) Kl. 13 - 64 orë

Temave mësimore:

- Perceptimet e sipërmarrësve
- Qëllimet sipërmarrëse
- Motivimet: Të menduarit sipërmarrës
- Roli i emocioneve në vendimmarrjen sipërmarrëse
- Proceset emocionale dhe ndikimi i tyre në veprimtarinë sipërmarrëse në skuadër
- Ndërlidhja ndërmjet sipërmarrësit dhe mjedisit
- Efikasiteti si kushtëzues i vendimeve sipërmarrëse
- Perceptimet e sipërmarrësve mbi efikasitetin, kontrollin dhe rrezikun
- Vendimmarrja sipërmarrëse
- Identifikimi i mundësive dhe vigjilenca sipërmarrëse
- Karakteri dhe synimi i sjelljes sipërmarrëse

Përgatitën:

**Alma Ferhati
Ermira Mani
Dorina Dudi**

Tiranë, 2020

Tema 1: Perceptimet e sipërmarrësve

1.1 Sipërmarrja dhe sipërmarrësit

Sipërmarrja si kompetence kyçe përfshin krijueshmërinë, inovacionin, dhe marrjen e riskut si dhe aftësinë për të planifikuar dhe menaxhuar projekte me qëllim arritjen e objektivave

Qëllimi i Edukimit për Sipërmarrjen është :

- Krijimi i një shoqërie sipërmarrëse përmes luftës kundër analfabetizimit për sipërmarrjen.
- Edukimi për sipërmarrjen nuk duhet të ngatërrohet me studimet e biznesit dhe ekonomisë.
- Të promovojë krijueshmërinë, inovacionin, vetëpunësimin.

Edukimi për sipërmarrjen sipas Forumit ekonomik botëror përfshin tri komponentë:

- Zhvillimin personal (besimin, motivimin e progresit, forcën e mendimit dhe sipërmarrjes, dëshirën për të inspiruar dhe arritur)
- Zhvillimin e biznesit (njohuritë dhe aftësitë teknike, financiare për vetëpunësim, punësim si dhe ne sipërmarrje që mund të drejtojnë vetëpunësimin).
- Zhvillimin e aftësive sipërmarrëse (trajnime për aftësitë sociale, netëorking, zgjidhje krijuese të problemeve, kërkim mundësish, shitje, intervista, prezantimi, bashkëpunim me biznesin, etj)

Fjala “sipërmarrje” ka hyrë në fjalorin menaxherial në vendin tonë, si ekuivalente e fjalës së viteve 1980 “profesionalizëm”, apo sinonim i një zhargoni fjalësh që nënkupton fjalën “menaxheriale “ në vitet ’70.

Fjala “sipërmarrje” vjen nga frëngjishtja “entreprendre” që d.m.th. me ndërmarrë diçka .

Sipërmarrja është krahasuar nga Petter Kilby me mamuthin:“Ajo është një kafshë e madhe, e rëndësishme, që gjuhet nga shumë individë që përdorin mjete e kurthe personale të gjithë që pretendojnë se e kanë parë thonë se ajo është një kafshë e stërmadhe, por nuk bien në një fjalë për sa i përket tipareve të saj. Edhe pse nuk e kanë eksploruar strofkullën dhe vendin ku jeton me kujdes të veçantë, disa gjuetar pretendojnë se kanë përdorur si karrem ushqimin e tyre të preferuar duke ia drejtuar kafshës në një pjatë dhe pastaj ajo është afruar dhe ata e kanë qëlluar, duke pretenduar se më pas kafsha që kanë vrarë është mamuth.

Çfarë kuptojmë më “sipërmarrje”?

“Sipërmarrja përfshin krijueshmërinë, inovacionin, dhe marrjen e riskut si dhe aftësinë për të planifikuar dhe menaxhuar projekte me qëllim arritjen e objektivave”

Ekzistojnë dy koncepte për sipërmarrjen:

- **Koncepti i ngushtë** i sipërmarrjes si aftësi për të filluar dhe çuar përpara një biznes,
- **Koncepti më i gjerë** i sipërmarrjes si “aftësi komplekse për të ndërmarrë iniciativa, për t’u përballur me rreziqet dhe për të arritur suksesin gjatë jetës”.

Zhvillimi i termit sipërmarrës në gjuhën angleze

Undertaker shek 14-18:“Dikush që merr përsipër një detyrë të ndërmarrjes,dikush që merr parasysh një sfide duke përfshirë riskun/rrezikun”

Enterprise shek 16-19:“Dikush që përpiqet të marrë përsipër një detyrë,të jetë në dispozicion i gatshëm të përfshihet në sipërmarrje të vështira,risk ose rreziqe,të jetë guximtarë”

Entrepreneur shek 18-19 :“Dikush që merr përsipër të jetë menaxher,kontrollues dhe kampion”

Entrepreneur shek 19“Drejtor ose menaxher i institucionit publik muzikor”

Entrepreneur shek 20 :“Dikush që merr përsipër një sipërmarrje,dikush që zotëron dhe menaxhon një biznes,dikush që merr përsipër rrezikun e fitimit ose humbjes”.

1.2 Funkzionet dhe kompetencat e sipërmarrjes.

Disa nga funksionet kryesore të sipërmarrjes janë:

- Identifikimi i mundësive sipërmarrëse. Ka shumë mundësi në botën e biznesit. Këto janë të bazuara në nevojat themelore të njeriut, si: ushqimi, veshja, arsimim etj, të cilat janë vazhdimisht në ndryshim.
 - Kthimi i ideve në vepra. Sipërmarrësi duhet të jetë në gjendje për të kthyer idetë e tij në realitet. Ai mbledh informacion në lidhje me idetë, produktet, praktikat që i përshtaten kërkesës në treg. Hapa të mëtejshëm janë marrë për të arritur qëllimet në dritën e të dhënave të mbledhura.
 - Studimi i fizibilitetit. Është një studim paraprak që ndërmerret për të kuptuar dhe për të vërtetuar nëse idetë që ju keni për një biznes apo projekt mund të realizohen në praktikë dhe, nëse po, a do të jetë ky biznes fitimprurës.
 - Sigurimi i burimeve. Sipërmarrësi ka nevojë për burime të ndryshme: para, materiale dhe njerëz, për drejtimin e ndërmarrjes me sukses. Funkzioni thelbësor i një sipërmarrësi është që të sigurojë gatishmërinë dhe ekzistencën e të gjitha këtyre burimeve.
 - Ngritja e sipërmarrjes. Për ngritjen e një sipërmarrjeje, sipërmarrësi ka nevojë të përmbushë disa formalitete ligjore. Gjithashtu ai përpiqet për të gjetur një vend të përshtatshëm, për të dizenuar lokalet, për të instaluar makineri dhe bën shumë gjëra të tjera.

1.2.1 Kompetencat e sipërmarrjes

Me kompetencë sipërmarrëse kuptojmë aftësinë për të vënë në zbatim ide. Kjo kompetencë i vjen në ndihmë çdo njeriu në jetën e përditshme në shtëpi ose në shoqëri, si dhe iu jep mundësinë punëmarrëseve të perceptojnë në mënyrë të vetëdijshme mjedisin e tyre në punë dhe të shfrytëzojnë shanset

Sipas Konsorciumit Ndërkombëtar për Arsim për Sipërmarrësi mund të veçohen katër kompetenca të tilla:

- *Kompetenca e parë e rëndësishme është aftësia për të njohur dhe për të analizuar mundësitë e tregut.*

➤ *Kompetenca e dytë është aftësia për të komunikuar, për të identifikuar, për të bindur dhe për të diskutuar me konsumatorët, klientët, furnizuesit e shërbimit, konkurrentët, ofruesit dhe aktorët e tjerë në mjedisin e biznesit, duke kuptuar më mirë nevojat, pritshmëritë, kufizimet dhe kërkesat të tyre.*

➤ *Kompetenca e tretë është krijimi i lidhjeve, aftësia për të themeluar lidhje me persona dhe aktorë të tjerë të biznesit, për të mësuar në mënyrë të ndërsjellë, krijimi i sipërmarrjeve bashkëpunuese dhe veprimtarive të tjera të përbashkëta, që synojnë arritjen e objektivave të përbashkët.*

➤ *Kompetenca e katërt, sipas Gib (1998), integron aftësitë kyçe të sipërmarrjes me aftësinë thelbësore për t'u marrë me botën e vërtetë të sipërmarrjes.*

1.3 Aftësitë dhe veprimtaritë sipërmarrëse

1.3.1 Aftësitë sipërmarrëse

Nuk ka dy sipërmarrës të suksesshëm që kanë të njëjtat aftësi. Në fakt është individualiteti i tyre dhe mënyra e ndryshme e të menduarit që i bën ata të suksesshëm. Përgjithësisht sipërmarrësit e suksesshëm ndajnë 5 aftësi të veçanta.:

- *Marrin rreziqe përsipër*
- *Pasioni dhe Motivimi*
- *Mësojnë nga dështimi*
- *Delegojnë detyra*
- *Komunikojnë në mënyrë efektive.*

1.3.2. Karakteristikat e sipërmarrësve.

Disa karakteristika personale kyçe, të cilat i bëjnë njerëzit të jenë sipërmarrës të suksesshëm, janë:

- *Vizioni.:*
- *Vendosmëria*
- *Motivimi*
- *Fokusimi*
- *Devotshmëria*
- *Aftësitë*
- *Pasioni*
- *Përshatshmëria*
- *Demonstrimi i vetënjohje*
- *Të menduarit krijues*

Përveç këtyre aftësive më të përgjithshme të renditura më sipër, ka edhe disa aftësi të tjera më specifike apo të lidhura në mënyrë të veçantë me biznesin. Këtu përmendim:

- *aftësinë për të hartuar një plan biznesi për një sipërmarrje të re;*
- *aftësinë për të hedhur në treg dhe për të shitur një produkt të ri apo ide;*

- aftësitë financiare, si mbajtja e ditarit në kontabilitet dhe llogaritja e taksave;
- aftësitë njohëse dhe zbatuese të legjislacionit përkatës.

1.4 Rreziqet dhe dështimet e sipërmarrjes

“Ëndërrat nuk bëhen realitet nëse nuk jeni i gatshëm të merrni rreziqe”

Ju përballeni me rreziqe çdo ditë, p.sh., nuk mund të kaloni rrugën pa rrezikun që mund të goditeni nga një makinë. Ngritja nga shtrati, drejtimi i një makine si dhe hapja e një biznesi, të gjitha këto, përmbajnë disa rreziqe. Rreziku nuk është gjë tjetër veçse thjesht mundësia e dëmtimit, lëndimit ose humbjes.

Ashtu si individët, edhe pronarët e bizneseve kanë nevojë për të mbrojtur veten kundër rreziqeve me të cilat ata përballen. Është e rëndësishme për sipërmarrësit që të njohin rreziqet potenciale me të cilat ballafaqohen dhe të përgatitin strategji efektive për t’ia dalë mbanë. Është gjithashtu e dobishme për sipërmarrësit që të hartojnë “plane rezervë” ose rrugë alternative të veprimit. Planet rezervë tregojnë se sipërmarrësi është i ndjeshëm ndaj rreziqeve të rëndësishme dhe është i përgatitur për të trajtuar rreziqet në varësi të specifikave të tyre.

Tregjet; janë rreziqet me të cilat përballen pothuajse të gjitha bizneset përfshijnë konkurrencën, ndryshimet e çmimeve, ndryshimet në stil, konkurrencën nga produktet e reja në treg dhe ndryshimet nga kushtet e luhatshme ekonomike.

Aksidentet; bizneset përballen gjithashtu edhe me rreziqe fizike përtej atyre të tregut dhe ndryshimeve ekonomike. Për shembull, një dërgesë malli mund të shkatërrohet për arsye të ndryshme gjatë transportit; një depo mund të digjet ose sasi të mëdha të inventarit të shtrenjtë mund të kenë humbur. Ngjarje si këto kërcënojnë sigurinë e një biznesi. Ato kushtojnë para dhe mund të bëjnë që një biznes të dështojë.

Një sipërmarrës përballlet me dy lloje kryesore rreziku: rreziku spekulativ dhe rreziku i pastër.

- **Rreziku spekulativ**
- **Rreziku i pastër**

1.4.1 Dështimet

Nëse doni të filloni një biznes të ri gjëja e fundit që duhet t’ju bjerë ndërmend është dështimi. Por në goftë se ju i analizoni shkaqet e dështimit që në fillim, nuk do të ketë të ngjarë të bini viktimë të tyre. Ekzistojnë shumë arsye pse dështojnë bizneset, 7 arsye janë:

1. *Fillimi i biznesit për arsye të gabuara*
2. *Menaxhimi i dobët*
3. *Kapital i pamjaftueshëm*
4. *Vendodhja*
5. *Mungesa e planifikimit*

6. Zgjerimi

7. Mospasja e një faqeje në internet.

1.5. Kapitalizimi dhe sipërmarrësi

Në vitin 1890, Alfred Marshall ishte i pari që njohu zyrtarisht rëndësinë e sipërmarrjes si një faktor prodhimi. Në traktatin të tij të famshëm “Parimet e ekonomisë”, Marshall pohon se ka riformuluar katër faktorët e prodhimit të cilët deri atëherë ishin: toka, puna, kapitali dhe organizimi, duke zëvendësuar këtë të fundit me sipërmarrjen. Sipas tij, organizimi është faktori koordinues, i cili i mbledh faktorët e tjerë së bashku, dhe Marshall besonte se sipërmarrja është elementi shtytës i organizimit. Nëpërmjet një organizimi krijues, sipërmarrësit krijojnë mallra të rinj ose përmirësojnë “planin e prodhimit të një malli të vjetër”. Në mënyrë që ta bëjnë këtë, sipërmarrësit duhet të kenë një kuptim të plotë për industrinë e tyre dhe duhet të jenë udhëheqësit e natyrshëm. Sipërmarrja kontribuon në tërësinë e pasurisë shoqërore, duke krijuar tregje të reja, industri të reja, teknologji të reja, forma të reja institucionale, vende të reja pune dhe rritje neto të produktivitetit real.

Kapitalizmi, sistemi i iniciativës së lirë private, është i ngritur mbi parimin themelor se konkurrenca midis firmave do t’u shërbejë me mirë plotësimin të nevojave të shoqërisë. Në ekonominë e tregut, sistemi i sipërmarrjes private ka arritur rezultate të paparashikueshme në rritjen e mirëqenies ekonomiko-sociale të njerëzve. Nëpërmjet sipërmarrjes realizohen të drejtat themelore të njeriut, të cilat janë: prona private, fitimi, liria e zgjedhjes dhe konkurrenca.

Në një pasazh mjaft të cituar të fjalimit të tij përurues, presidenti Kennedy u shpreh: “**Mos pyesni çfarë mund të bëjë vendi juaj për ju-pyesni ç’mund të bëni ju për vendin tuaj**”. Është shenjë domethënëse e karakterit të kohë që jetojmë, që gjith vëmendja e mëvonshme rreth këtij pasazhi është përqëndruar tek origjina e jo te përmbajtja e tij.

Tema 2: Qëllimet sipërmarrëse

2.1. Kuptimi i qëllimeve

Qëllimi i sipërmarrësve për një organizatë/ndërmarrje paraqet arsyeshmërinë e ekzistimit të saj. Sipërmarrës të ndryshëm kanë qëllime të ndryshme. Qëllimet e sipërmarrësve janë gjendja ku ajo dëshiron të arrijë në të ardhmen dhe kah e cila janë të orientuara aktivitetet e planifikuara.

Realizimi i qëllimeve mundëson realizimin e misionit të organizatës. Vendosja e qëllimeve është faza e parë e procesit të planifikimit, prej nga rrjedhin aksionet menaxheriale. Qëllimet janë gjendje e dëshiruar e organizatës, kah e cila janë të orientuara sjelljet e individëve drejt plotësimin të tyre. Qëllimet paraqesin rezultatin përfundimtar që duhet të arrihet me planin në korniza kohore të caktuara. Mënyra e formulimit të qëllimeve përfshin aktivitetet e sipërmarrësve që të bëhet diçka, duke përfshirë aktivitete të rëndësishme që shprehen me dëshirën për të bërë diçka ose me dëshirën për të

punuar e poseduar një gjë. Në vendosjen e qëllimeve ndikojnë shumë faktorë të jashtëm dhe të brendshëm

Formulimi i qëllimeve:

- Qëllimet NUK janë masa
- Qëllimet NUK janë thirrje apo dëshira

Formulimet e qëllimeve nuk duhet të përmbajnë mohime dhe krahasime

“Si mund ta dallojmë konkretisht nëse e kemi arritur qëllimin” (madhësitë matëse)



Qëllimet duhet të jenë:

- Specifike,
- të Matshëm
- Atraktive,
- Relevante,
- Të përcaktuara në kohë (limituara)

Një sipërmarrës gjithmonë do të ketë një tërësi qëllimesh biznesi në mendjen e tij/saj për të përfituar sa më shumë të ardhura për biznesin e tij/saj.

Biznese të ndryshme kanë qëllime të ndryshme në varësi të jetëgjatësisë, synimeve dhe nevojave që kanë. Për bizneset fillestare qëllimi është përdorimi me efikasitet i burimeve për tu futur në treg, ndërsa për bizneset ekzistuese, qëllimi mund të jetë mbajtja e kompanisë në një kapacitet të plotë, duke u kujdesur për të ardhurat dhe fitimet.

2.2 Përcaktimi i qëllimëve

Megjithëse objektivat dhe motoja e sipërmarrësve ndryshojnë me kohën, ekzistojnë disa qëllime të zakonshme që janë të pashmangshme për sipërmarrësit. Më poshtë paraqiten disa:

- *Skicimi i një plani biznesi.*
- *Punësimi dhe ruajtja e një fuqie punetore.*
- *Stabiliteti financiar.*
- *Marketingu dhe shitjet*
- *Gjenerimi i investimeve*
- *Rrjetet online.*
- *Rritja e të ardhurave*

2.3 Lidhja midis qëllimeve të sipërmarrjes dhe veprimtarive njerëzore

Siç u theksua në temat paraardhëse, sipërmarrja është procesi i krijimit të diçkaje që është ndryshe nga ajo që ekziston dhe që fiton më shumë vlerë në sajë të përkushtimit, të kohës dhe të përpjekjeve, duke

përfshirë rrezikun financiar, fizik dhe social për të përfituar një shpërblim financiar ose një kënaqësi personale. Një nga autorët më në zë të sipërmarrjes, Shumpiter e lidhi sipërmarrjen me krijimin e pesë “kombinimeve të reja” bazë, të cilat ishin:

- Hedhja në treg (prodhimi) e një produkti të ri;
- Futja e një metode të re prodhimi;
- Hapja e një tregu të ri;
- Pushtimi i një burimi të ri oferte;
- Kryerja e një organizate të re të industrisë.

Qëllimet janë aspirata të përgjithshme më afatgjata që synohen të arrihen në të ardhmen.

Ato i japin përgjigje pyetjes: Çfarë duhet realizuar përnjë afat të caktuar kohor? Në përcaktimin e qëllime ndikojnë faktorët e jashtëm dhe të brëndshëm.

Në procesin e përcaktimit të qëllimeve duhet të respektohen faktorët kyç të realizimit të tyre, në mënyrë që ato të jenë të mençura dhe të përshkruajnë qartë qëllimet e sipërmarrjes, duke respektuar analizën SMART.

2.4. Rëndësia dhe hierkia e qëllimeve

Formulimi i qëllimeve mundëson koordinimin e aktiviteteve në biznes dhe paraqet orientime kah janë drejtuar aktivitetet e të gjithë të punësuarve. Vlerësimi i qëllimeve është shumë i rëndësishëm dhe i vlefshëm nëse ato janë:

- **Burimi i motivimit**, kjo arrihet kur punonjësit marrin pjesë në formulimin e tyre, sepse ata në këtë mënyrë identifikohen me vetë organizatën.
- **Udhërrëfyes i aksioneve të ardhshme**. Ato duhet të jenë udhërrëfyes i të gjitha aksioneve menaxheriale, të sigurojnë ndjenjë të orientimit të të gjitha përpjekjeve të fuqisë punëtore kah realizimi i rezultateve.
- **Bazë për matjen e rezultateve**, qëllimet janë standard për matjen e rezultateve dhe kontrollin e efikasitetit dhe paraqesin standarde për vlerësim.
- **Bazë e drejtimit të qeverisjes**. Procesi i drejtimit fillon me formulimin e qëllimeve. Ato janë fillimi i procesit të drejtimit, po në të njëjtën kohë edhe rezultat i pritur përfundimtar i tij. Qëllimet janë standard për kontrollin e efikasitetit në punë.
- **Bazë për vendime racionale**. Vendosija e qëllimeve imponon nevojën e marrjes së vendimeve për politikën afariste, planet etj. Sipërmarrësit përmes formulimit të qëllimeve, më mirë e përcaktojnë pozicionin e ndërmarrjes në rrethin ku vepron, i koordinojnë aktivitetet, sigurojnë realizimin e standardeve, mundësojnë kontrollin etj.

2.4.1 Hierarkia e qëllimeve

Qëllimet e sipërmarrësve shpesh herë janë pikënisje për menaxhimin e suksesshëm, pasi që ato janë bazë për ndërtimin e strategjive, politikave, planeve etj.

Mund të identifikohen edhe tri lloje qëllimesh:

- Qëllime zyrtare
- Qëllime operacionale
- Qëllime ekzekutive

Llojet tjera të qëllimeve

- Qëllimet ekonomike-zhvillim, rritje, profit dhe ekzistencë;
- Qëllimet shërbyese-krijimin i dobishmërisë për shoqërinë;
- Qëllimet personale-qëllimet individuale ose grupore në organizat.

2.5 Komunikimi dhe normat sociale

Të dish të komunikosh me njerzit e tjerë është shumë e rëndësishme, të kesh aftësinë që t'i bësh të tjerët të të kuptojnë për atë që ke ndërmend t'u thuash. Origjinën e termit “komunikim” e gjejmë te fjala latine “*communis*” që do të thotë “e përbashkët” “*Komunikimi është procesi me anën e të cilit shkëmbehen dhe kuptohen informacionet midis dy a më shumë njerzve, me qëllim që të motivohen ose të influencohen në sjelljet apo në qëndrimet e tyre*”.

Pra, komunikimi nënkupton dërgimin, pranimin dhe kuptimin e informacionit. Komunikimi është veprimtari e përditshme rutinë. Të gjithë kemi të drejtë dhe nevojë të dimë se ç'ndodh rreth nesh si dhe për gjithçka që ka lidhje me ne. Pa komunikim gjithçka që kemi mësuar dhe atë të cilën e mendojmë nuk do të ekzistojnë, ndërsa çdo gjeneratë e ardhshme do jetë më e varfër në aspektin e përvojës dhe të dijes. Pa komunikim nuk do të mbeten as sipërmarrjet, as udhëheqja e as menaxhimi.

Kështu, të komunikosh do të thotë të shkëmbelesh ndjenja, ide dhe informacione. Të dish të komunikosh me njerëzit e tjerë është shumë e rëndësishme; të kesh aftësinë që t'i bësh të tjerët të kuptojnë atë që ke ndërmend t'u thuash të lehtëson marrëdhëniet me ta, shmang keqkuptimet, mosmarrëveshjet dhe konfliktet. Aftësitë kryesore të komunikimit janë: përqendrimi, dëgjimi i kujdesshëm, kuptimi i këndvështrimit të tjetrit, identifikimi me veten kur kritikojmë, marrja e përgjegjësive personale, kompromisi nëse është i nevojshëm, marrja e kohës në dispozicion nëse është e nevojshme, këmbëngulja te objektivat e tua.

Pra komunikimi në biznes është thjesht një komunikim në kontest të punës, i cili përfshin; tregun, menaxhimin e tregut, marrëdhëniet e konsumatorëve, sjelljet e konsumatorëve në raport me produktet që ofron ndërmarrja, marrëdhëniet me publikun, komunikimin e korporatave, angazhimin e komunitetit, menaxhimin e reputacionit dhe autoritetit, komunikimin ndërpersonal, angazhimin e punonjësve, menaxhimin e situatave, etj.

2.6 Komunikimi efektiv në biznes.

Komunikimi në kontekstin organizativ mund të jetë; formal dhe informal apo i brendshëm dhe i jashtëm. Ndërsa komunikimi i brendshëm në një ndërmarrje bëhet përmes një strukture formale dhe joformale, linje formale të komandës dhe rrjetit informal, si dhe linjës formale dhe informale të pushtetit. Thuhet se komunikimi në biznes është i veçantë, për shkak të globalizimit, diverzitetit, vlerave të informacionit dhe depërtimit të teknologjisë në treg. Globalizimi dhe diverziteti i fuqisë punëtore, përfshin; produktet dhe tregjet, partneritetet e biznesit, punonjësit dhe menaxherët e ndërmarrjeve. Një faktor tjetër me rëndësi në fushën e komunikimit është edhe besimi i punës në grup, struktura e re e korporatave etj. Komunikimi i jashtëm biznesor përfshin kontaktet formale dhe joformale të palëve në biznes; marketingu, punonjësit, marrëdhëniet me publikun dhe menaxherët e nivelit të lartë.

Tema 3: Motivimet: të menduarit sipërmarrës

3.1 Motivimi

“Motivimi është gatishmëria e një individi në përpjekje për të arritur objektivat e sipërmarrjes, duke vënë në përdorim një sasi të madhe energjish dhe përpjekjesh, me kusht që këto përpjekje të sjellin plotësimin e objektivave të tij individuale”.

Rëndësia e motivimit është e lidhur me faktin se individët kanë nevojë për motivimin dhe ajo e ka bazën në shumëllojshmërinë e nevojave të tyre, të cilat mund të jenë nevoja bazë si ushqimi, veshja dhe strehimi apo nevoja shpirtërore si njohja, vetëdërimi etj. Evidencimi dhe renditja e këtyre nevojave, sipas rëndësisë që kanë përbër një zgjedhje individuale që ndryshon edhe për të njëjtin person por në kohë të ndryshme. Këtu e ka bazën fakti se individët gjenden të motivuar për nevojat e tyre në mënyra të ndryshme në periudha kohe kohe të ndryshme kohe të ndryshme të jetës së tyre.

Motivimi për vetë përmbajtjen e tij paraqitet si një proces ekonomik-psikologjik që jep impakte tek sjellja. Ai përbën një aspekt të veçantë të punës së sipërmarrësit pasi ata sëbashku me punonjësit duhet të dinë dhe të kuptojnë e të klasifikojnë nevojat momentale të punonjësve dhe ti harmonizojnë ato me nevojat e ndërmarrjes. Motivimi është efikas vetëm atëherë kur njerëzit e bashkojnë – harmonizojnë potencialin e tyre me qëllimet, përkatësisht realizimi i interesave personale (qëllimet profesionale) harmonizohen me qëllimet e sipërmarrjes (interesin ekonomik, shoqëror dhe politik)

Motivimi është proces i ngjalljes së aktiviteteve njerëzore, të cilat orientohen drejtë realizimit të qëllimeve.

Ekzistojnë strategji të ndryshme të motivimit:

- strategjia e komunikimit
- strategjia e qëndrimit të sipërmarrësit ndaj të punësuarve
- strategjia e pasurimit të punës dhe

- strategjia e modifikimit të sjelljeve

3.2. Veprimtari praktike

Hapi 1 / Detyra: Çdo nxënës shënon shtatë kritere për një temë të caktuar. Temat mund të jenë p.sh.: Çfarë i motivon sipërmarrësit? Cilët janë faktorët që i motivojnë sipërmarrësit? Koha në dispozicion: 3 minuta

Hapi 2/Formimi i grupit dhe diskutim:Formohen grupe me nga 3 deri në 5 persona. Herën/Rrethin e parë grupi diskuton rreth temës. Çdo anëtar i grupit sjell kriteret e shënuara. Grupi vendos së bashku shtatë kritere. Çdo anëtar i grupit shënon kriteret. Koha në dispozicion: 10 minuta

Hapi 3/ Riformimi i grupit dhe diskutim:Herën/rrethin e dytë krijohen grupe të reja me përkatësisht nga 3 deri në 5 persona. Duhet pasur parasysh që anëtarët e grupit të ri të mos kenë punuar bashkë në rrethin/grupin e parë. Çdo anëtar i grupit sjell shtatë kriteret nga rrethi i parë. Kësaj here kriteret do të reduktohen dhe përzgjidhen vetëm pesë dhe më pas do të shënohen në një poster. Koha në dispozicion: rreth 5 minuta

Hapi 4 / Prezantimi para klasës:

Në përfundim, çdo grup prezanton rezultatin e vet në një letër flipchart dhe argumenton vendimin e marrë.

3.3 Motivimi në punë

Në fushën e teorive motivuese një kryer një sërë kërkimesh. Shumë teori në njëfarë mënyre lidhen me njëra-tjetrën, prandaj është edhe më e vështirë të bëhet dallimi midis tyre. Duke renditur teoritë kryesore të motivimit (të përmbajtjes dhe të procesit) është dhënë shkurtimisht thelbi i tyre dhe lidhja që autorët u japin atyre me konceptet “motivim i brendshëm” dhe “motivim i jashtëm”.

Hierarkia e nevojave të Masloë-t

Masloë (1943) përparoi me propozimet e mëposhtme rreth sjelljes njerëzore:

- Njeriu është qenie që dëshiron gjithnjë e më shumë.
- Një nevojë e përmbushur nuk është një motivues i sjelljes, por vetëm motivues i nevojave të papërmbushura.
- Nevojat e njeriut rregullohen në një sërë nivelesh të një hierarkie.
- Sapo nevojat e një niveli më të ulët të përmbushen, ato të nivelit pasardhës, do të kërkojnë përmbushje.

Masloë besonte se nevojat themelore për motivimin njerëzor janë në pesë nivele të përgjithshme nga më i ulti në ai më i larti, të treguara më poshtë. Brenda këtyre niveleve, mund të ketë shumë nevoja specifike nga më e ulta tek më e larta.

Hierarkia e nevojave sipas Masloë

- Nevojat fiziologjike – nevoja për ushqim, pije, shtëpi dhe lehtësim i dhimbjeve.

- Nevojat për siguri – sapo të jenë përmbushur nevojat fizike të momentit, njeriu është i interesuar për mbrojtjen nga rreziqet fizike, sigurinë ekonomike, preferencën për familjen dhe dëshirën për një botë të
- Nevojat sociale – bëhen motivues të rëndësishëm të sjelljes së individit.
- Nevojat për vlerësim ose ego – një nevojë për vetë-vlerësim dhe vlerësim të të tjerëve, që përfshin vetëbesimin, arritjen, kompetencën, njohuritë, autonominë, reputacionin, statusin dhe respektin.
- Nevojat për vetë-përmbushje ose vetë-aktualizim – është niveli më i lartë në hierarki; këto janë nevojat e individit për të realizuar potencialin e vet për vetë-zhvillim dhe kreativitet të vazhdueshëm në sensin më të gjerë.

3.4 Motivimi i brendshëm

Motivimi i brendshëm është motivimi për të bërë ose vepruar në interesin e vet ose thjesht për kënaqësinë e vet (Hennessey dhe Amabile, 2005). Robbins përshkruan se dëshira për të punuar për diçka është interesante, sfiduese, e kënaqshme, ose përfshirëse. Motivimi i brendshëm është prirja e lindur dhe natyrale për të angazhuar interesat e një individi dhe ushtruar aftësitë dhe njohuritë e tij, dhe duke bërë këtë, të kërkojmë të arrijmë mundësitë dhe sfidat optimale . Ky motivim vjen nga tendencat e brendshme dhe mund të drejtojë dhe motivojë sjelljen pa praninë e kufizimeve ose shpërblimeve (Deci dhe Ryan, 1985). Motivuesit e brendshëm janë të lidhur me vetë punën. Motivimi i brendshëm i të qenit i përmbushur në një aktivitet të caktuar, mund të bëjë që individi të kalojë ditë duke praktikuar një sport, një instrument e kështu me radhë. Teoria e vlerësimit njohës thekson më tej se ndjenja e kompetencës duhet të kombinohet me një sens autonomie (ose pozicioni të brendshëm të perceptuar rastësor) me qëllim që të rritet motivimi i brendshëm. Me fjalë të tjera, individët duhet të perceptojnë sjelljen e tyre për t'u vetë-përcaktuar dhe jo të drejtohen nga shpërblimet ose kufizimet. Individët duhet të provojnë një përmbushje të nevojave të kompetencës dhe autonomisë.

Faktorët e brendshëm motivues janë:

- Ndjenja se puna është e larmishme dhe interesante
- Ndjenja e të qenit i përfshirë në organizatë
- Rritja personale ose avancimi në karrierë
- Besnikëria ndaj punonjësit
- Ndjenja ndaj vlerësimit për punën e kryer
- Ndhurma e supervisorit për probleme personale

3.5 Motivimi i jashtëm

Motivimi i jashtëm i referohet kryerjes së një aktiviteti me ndjenjën e të qenit nën trysni, tension ose stres për të siguruar se dikush do të arrijë rezultatet që dëshiron. Motivimi i jashtëm është motivimi për të bërë diçka për të qenë të sigurt se disa qëllime të jashtme janë arritur ose janë përmbushur disa kufizime të jashtme të imponuara. Sjelljet e motivuara së jashtmi janë veprime që shkaktojnë arritjen e shpërblimeve që vendosen nga jashtë, duke përfshirë zotërimet materiale, pagën, bonuset shtesë, feedback-un pozitiv dhe vlerësimet nga të tjerët, prestigjin etj.

Motivimi i jashtëm mund të shihet lehtësisht në jetën e përditshme, për shembull, punonjësit që shkojnë në punë vetëm për shkak të pagës që marrin. Megjithatë motivimi i brendshëm është një lloj i rëndësishëm motivimi, pjesa më e madhe e aktiviteteve të kryera nga njerëzit nuk janë aktivitete të motivuara së brendshmi.

3.6 Matja e motivimit dhe cikli i tij

Sipas Dejvid Gestit (David Guest), London School of Economics, (1984) ekzistojnë tri teknika të matjes së motivimit:

- 1) Anketimi i punëtorëve – kërkimi i mendimit mbi atë se cka i motivon për punë;
- 2) Vlerësimi i sjelljeve të punëtorëve në situata të ndryshme të punës, dhe
- 3) Matja e përpjekjeve – elementeve të efekteve (performancat e punëtorëve).

Cikli i motivimit përfshinë tri faza:

- **motivimi,**
- **efekti (rezultati),**
- **kënaqësia (moskënaqësia).**

Procesi i motivimit fillon me identifikimin e nevojave të personit. *Nevoja është një mungesë e perceptuar, e cila shkakton një sjellje të caktuar që synon ta largojë këtë mungesë.* Mungesat mund të jenë fiziologjike, psikologjike ose sociale

Tema 4:Roli i emocioneve në vendimarrjes sipërmarrëse

4.1. Kreativiteti dhe fusha e psikologjisë së aplikuar në sipërmarrje.

Disa mite për kreativitetin

Uasu ([Shalu Eëasu](#)) në studimin “Mite rreth kreativitetit” shprehet se:

- *Kreativiteti është i lindur.*
- *Kreativiteti mund të zhvillohet*
- *Njerëzit kreativ janë të çuditshëm.*
- *Vetëm njerëzit kreativ kanë ide kreative.*
- *Kreativiteti është spontan.*
- *Kreativiteti vetëm aplikon shkencën dhe artet.*

- *Situatat me presion nxisin kreativitetin.*
- *Situatat konkurruese edukojnë kreativitetin më mirë se situatat bashkëvepruese.*
- *Kreativi është një specialist.*
- *Njerëzit kreativ kanë shumë ide të mëdha.*

4.2 Modelet e vendimarrjes.

Vendimarrja është një proces i cili përbehet prej një numri të caktuar të veprimeve dhe aktiviteteve të cilat duhet të identifikojnë problemin, shkaqet e paraqitjes dhe mënyrën e zgjidhjes së problemit.

4.2.1 Modelet e vendimarrjes.

Modeli racional i vendimarrjes (Modeli tradicional).

Ky lloj modeli është model tradicional i bazuar në studimet e thella të punuara nga Dracker P i cili është bazuar në mësimet e Rene Decartit (matematicient dhe filozof i shekullit XVIII) në shtruarjen dhe zgjidhjen e problemeve. Sipas Drackerit ekzistojnë pesë faza të proceseve të cilat duhet respektuar – gjatë procesit të vendimarrjes:

- faza e parë – identifikimi i problemit (cili është problemi?)
- faza e dytë – problemin duhet shqyrtuar – detalisht duhet analizuar.
- faza e tretë – krijimi i zgjidhjeve të mundshme alternative
- faza e katërt – vendimarrja
- faza e pestë – implementimi i vendimit të marrur

Modeli intuitiv i vendimarrjes (Modeli bashkëkohor).-

Ky model është relativisht i ri, në procesin e vendimarrjes. Esenca e këtij modeli është moszgjidhja e alternativave gjenerale që janë më të mirat, por për përcaktimi për alternativën e cila më së miri inkorporohet në kriteriumet individuale të vendimarrësve. Vendimi më i mirë për një person nuk domethënë se është më i mirë edhe për personin tjetër, mirëpo njerëzit e kulturave dhe mjediseve të ndryshme problemet i shohin në mënyra të ndryshme, pra ata kanë vizione të ndryshme në zgjedhjen e tyre. Njerëzit zakonisht marrin vendime në mënyrë automatike e shumë më rrallë në mënyrë analitike.

Dy modele kryesore në vendimarrje: modeli i vendimarrjes klasike dhe i sjelljes.

Modeli i vendimarrje klasike:

- Model shume racional.
- Racionaliteti bazohet në supozimet
- Njihen alternativat dhe pasojat e tyre.
- Individet kanë akses ndaj gjithë informacionit të nevojshem për të vendosur.
- Vendimi merret duke zgjedhur alternativën me të mirë të mundshme.

*Modeli i sjelljes:*Racionaliteti është i kufizuar për shkak se:

- Individu ka aftesi e reflekte të kufizuara
- Individu është i kufizuar në kuptimin e qëllimit.

Individu ka njohuri të kufizuara në lidhje me punën.

4.3 Llojet e vendimeve

Vendimet klasifikohen në:

- vendimet operative dhe strategjike
- të programuara dhe të pa programuara

Vendimet operative dhe strategjike. Vendimet operative janë ditore, rutinore të cilat merren për zgjidhjen e problemeve të përditshme. Alternativat për zgjidhjen e tyre zakonisht janë të vogla dhe të kufizuara. Ato (vendime) i marrin zakonisht strukturat e ulëta menaxhuese në organizatë.

Vendimet e programuara dhe të pa programuara .Vendimet e programuara zakonisht janë vendime, rutinore, të përsëritura, të njëtrajtshme (doket, shprehitë etj).

Vendimet e pa programuara – janë vendime të cilat kërkojnë nga vendimmarrësi zgjidhjen konkrete të problemit apo situatës konkrete, për të cilin në mënyrë gjenerale nuk kemi procedurë dhe përvojë.

Vendimet e pa programuara zakonisht korrespondojnë me vendimet strategjike të cilat edhe sipas definicionit të tyre janë të pa programuara.

Tema 5: Proceset emocionale dhe ndikimi i tyre në veprimtarinë sipërmarrëse në skuadër.

5.1 Sipërmarrja dhe vlera

“Një nga veprimtaritë më të rëndësishme të një sipërmarrësi është krijimi i vlerës, pavarësisht se në çfarë mënyre arrihet ajo”

Peter Drucker ka pohuar se objektivi më i lartë i një ndërmarrjeje është «krijimi i klientelës». Për të ruajtur vazhdimisht një klient, duhet që më parë të njihen nevojat e tij dhe mënyra e plotësimit të tyre. Çfarë nënkupton vlera dhe kënaqësia? Konsumatori kërkon që nëpërmjet përdorimit të produktit apo shërbimit të sigurojë vlerë, madje ta maksimizojë këtë vlerë. Kur produkti apo shërbimi i blerë i përmbush pritshmëritë e konsumatorit atëherë kemi kënaqësi konsumatore Pra, kënaqësia përcaktohet nga krahasimi i performances së një produkti a shërbimi me nivelin e asaj që pritej. Autorë si Fornell, dhe Olsen e Johnson e përcaktojnë kënaqësinë konsumatore si madhësinë me të cilën produktet dhe shërbimet e ofruara nga një kompani plotësojnë apo tejkalojnë pritjet e konsumatorëve. Ndërsa besnikëria konceptohet si një angazhim tepër i thellë i konsumatorit për të riblerë apo riadoptuar një produkt a shërbim të preferuar në mënyrë të vazhdueshme në të ardhmen, duke shkaktuar blerje të përsëritura të së njëjtës markë apo grup të markave

5.2 Ndikimi i proceseve emocionale në krejt punën e sipërmarrësit si individ dhe në grup

Ushtrim : Rrezik në det.

Realizimi: Hapi i parë: situata fillestare. Supozohet se jeni në një anije dhe ndodheni në një situatë dramatike. Anija jua po mbytet në Oqeanin Atlantik dhe ndodheni shumë larg bregut. Por ju keni në dispozicion një varkë që mund të shpetoni. Cilat do të jenë sendet që do të merrni në varkë për të mbijetuar?

Hapi i dytë. Punë individuale(5min). Nxënësit plotësojnë fletën e mëposhtme duke rradhitur sendet që ato mendojnë sipas rëndësisë.

Hapi i tretë: Nxënësit krahasojnë në grup (maksimumi 10 persona) renditjen e bërë dhe e argumentojnë atë. Ata shkëmbejnë argumente me njëri-tjetrin. Detyra e radhës është që ata të bien bashkë dakord vetëm me një renditje të sendeve dhe ta shënojnë atë tek kolona “renditja nga grupi“. Një deri në dy persona ngarkohen me rolin e vëzhguesit (këta të fundit nuk do të marrin pjesë në diskutim, por do të mbajnë shënime në lidhje me sjelljen e personave që ata kanë vëzhguar gjatë punës në grup). Vëzhguesve mund t’ju vijnë në ndihmë formularët për vëzhgim (shih shtojcën), duke vendosur viza në formular në lidhje me sjelljen e vëzhguar për të konstatuar se sa shpesh është përsëritur kjo sjellje.

Hapi i katërt: Krahasim i rezultateve. Mësuesi shkruan sendet e nevojshme në dërrasën e zezë ndërkohë që nxënësit ndodhen në fazën e punës dhe shënohet radha e grupeve në matricë.

Pasi të jenë prezantuar rezultatet e grupeve, atëherë tregohet zgjidhja nga marina tregtare dhe shënohet në kolonën “renditja ideale“. Ju si drejtues loje do të ishte mirë të mos merreshit gjatë me diskutime nëse renditja është bërë saktë apo jo, por mund t’ju sqaroni nxënësve, që qëllimi i kësaj loje është gjetja e një zgjidhje të përbashkët në grup. Vëzhguesit mund të japin një feedback në grupet e veçanta.

Hapi i pestë: Sjellja në një punë në grup. Nxënësit do të punojnë gjithashtu me **formularin e vëzhgimit 1 “Tiparet e një sjellje në një punë në grup“**. Për këtë ata do të përdorin dy ngjyra të ndryshme. Ata do të markojnë ato pika që i cilësojnë si nxitëse/stimuluese me një ngjyrë dhe pikat ata mendojnë se e pengojnë punën në grup do të markohen me ngjyrën tjetër.

Më pas mësuesi do të thotë shumë shkurt katër sjelljet bazë që e karakterizojnë një punë në grup. Pas kësaj nxënësit listojnë pikat e formularit 1 tek kolona e duhur në **formularin 2 “Sjellja në një punë në grup“**. Në fund krahasohen zgjidhjet. Çdo nxënës markon tek fleta e gatshme e punës e quajtur „Sjellja në një punë në grup“ ato cilësi, që ai mendon se përkojnë me veten e vet.

Bëni kujdes si drejtues i lojës që të mënjaroni në klasë ndonjë situatë agresive që mund të lindë dhe i kushtoni vëmendje faktit që nxënësit të zbulojnë sjelljen e tyre duke e trajtuar atë në mënyrë kritike. Në të vërtetë është shumë e vështirë të jesh i ndershëm me veten e të mos biesh pre e tundimit për të sulmuar të tjerët të tërhiqen nga sjellja e tyre.

Hapi i gjashtë: Sigurimi: Klasa bie dakord me 10 pikat më të rëndësishme nga lista e mënyrave të sjelljes dhe harton 10 rregulla lidhur me punën në grup. Rregullat e formuluar së bashku mund të

varen më pas në klasë. Për të theksuar edhe njëherë karakterin e një kontrate, të gjithë nxënësit hedhin firmën tek rregullat e formuluar nga vetë ata.

Fleta e punës: Ushtrim për bashkëpunim – rrezik në det

Situata fillestare

Një anije është duke u mbytur në Oqeanin Atlantik shumë larg bregut. Personat që kanë qenë në anije arrijnë të shpëtohen me anë të një varke shpëtimi dhe duhet të vendosin se cilat janë objektet më të rëndësishme që grupi duhet të marrë nga anija me qëllim që ata të mund të mbijetojnë.

Përpiquni fillimisht veç e veç të hartoni një listë me sendet më të rëndësishme që do merrnit ju (keni 5 minuta kohë në dispozicion). Më pas krahasoni rezultatet tuaja me ato të anëtarëve të tjerë të grupit dhe përpiquni që të arrini në një rezultat të përbashkët si grup (20 minuta).

Sendet për të mbijetuar	Renditja ime	Renditja e grupit	Renditja ideale
Sekstant/këndmatës (shërben për vendndodhjen, por nevojitet shtesë edhe një orë shumë e saktë)			
Pasqyrë rroje			
Bidona me 20 litra ujë të pijshëm			
Rrjetë kundër mushkonjave			
Ushqime			
Hartë detare			
Jelek notimi			
10 litra naftë dhe çakmak			
Një radio e vogël			
Një fuzhnjë peshkaqeni			

Katër metra katrorë mushama e pastër			
Dy litra vodka			
Pesë metra litar prej nailoni			
Dy kartona me çokollata			
Një grep me pajisjet e veta			

5.3 Llojet e sjelljes

5.3.1. Sjellje me në fokus vetëm

- Anëtarët e këtij tipi të sjelljes janë shumë të bindur për vetën e tyre.
- Ata mendojnë më shumë në realizimin e ideve dhe nevojave të tyre sesa të ndihmojnë grupin në përmbushjen e detyrës së dhënë.
- Këta persona karakterizohen më tepër nga egoizmi sesa nga dëshira për të patur unitet brenda grupit.

5.3.2. Sjellje që nxit bashkëpunimin

- Këta antarë të grupit kujdesen në radhë të parë për të pasur një bashkëpunim dhe mbështje reciproke.
- Ata janë të interesuar që të gjithë antarët e grupi të jenë mirë.
- Ata balancojnë grupin dhe nxisin komunikimin.

5.5.3. Sjellje me në fokus detyrën/punën

- Këtu bëhet fjalë për antarë që janë shumë të interesuar për të zgjidhur detyrën e dhënë.
- Çështja e dhënë qëndron në plan të parë.
- Arsytimi dhe kompetenca profesionale janë më të rëndësishme se ballafaqimi me njerëzit.

5.5.4. Sjellje pasive

- Antarët e këtij grupi tërhiqen për arsye të ndryshme.
- Ata nuk duan të qëndrojnë në qendër të vëmendjes, preferojnë të presin, janë të kujdesshëm dmth mezi marrin iniciativën.
- Ato bien shumë shpejtë dakord dhe i bashkohen shumicë.

Aftësitë vetjake

Zbulo aftësitë e tua të fshehura

Faqet e mëposhtme mund të përdoren për vlerësimin e aftësive:

1. Çdo nxënëse dhe çdo nxënës tregon një **histori nga jeta e saj (e tij)**, e cila duhet të përmbajë këto pika:

➤ Cili ishte qëllimi i vendosur?

➤ Çfarë u ndërмор, që të arrihej ky qëllim?

➤ Cilat ishin barrierat që u kapërcyen?

➤ Çfarë u arrit (rezultati)?



➤ Si mund të vlerësohet suksesi?

Shembull: Unë doja të bëja një udhëtim me familjen time (dy të rritur, katër fëmijë) për pushime. Kishim pak para dhe ato nuk na mjaftonin për të paguar as biletat e avionit as dhomën e hotelit. Në garazh kishim një furgon të vjetër por që funksiononte akoma. Fillimisht shkova në bibliotekën e qytetit dhe mora hua libra rreth furgonave për kamping. Pasi i lexova të gjithë librat, projektova një plan për rindërtimin/ndryshimin e furgonit. Si brenda ashtu edhe jashtë furgonit unë kam...

Pasi të tregohet historia, nxënësi/ja së bashku me një partner/e gjejnë/nxjerrin nga **listat** aftësi, që mund të identifikohen nga historia e treguar.

Aftësitë e mia në marrëdhënie me njerëzit janë



me individë		me grupe ose organizata	
-----------------------	---	---------------------------------------	---



i kryej porositë, shërbej dhe ofroj ndihmë	diagnostikoj, trajtoj ,shëroj	prezantoj para një grupi të madh ose të vogël	luaj lojra të ndryshme ose drejtoj aktivitete sportive	Menaxhoj, drejtoj një ndërmarrje ose një aktivitet
--	-------------------------------	---	--	--

komunikoj (edhe në gjuhë të huaja) nëbiseda personale ose në telefon	ndërmjetësoj ndihmë ose bashkoj persona	formuloj artikuj me shkrim ose fjalime me gojë	jap mësim, trajnoj dhe organizoj aktivitete arsimore	i realizoj punët, punët e filluara i çoj deri në fund, jam energjik
komunikoj me shkrim ose në gjuhë të huaja	gjykoj, përzgjedh persona dhe i vlerësoj ata	prezantoj personalisht, një film ose video	moderoj një diskutim në grup, transmetoj një atmosferë të këndshme	marr përsipër punë,jam inovativ ose jam moderator në një grup
udhëzoj, mësoj, sqaroj ose trajnoj persona	bind, motivoj, rekrutoj persona ose iu shes individëve	përdor talentin tim të aktrimit, humorin tim gjatë prezantimit ose frymëzoj	bind një grup, diskutoj, motivoj, ose shes	themeloj, inicioj ose krijoj projekte ,firma
këshilloj, shoqëroj, stimuloj persona të tjerë	përfaqësoj persona ose idetë e tyre ose interpretoj fjalët e tyre	përdor mimikën, gjestet, një instrument muzikor, këngën ose gjuhën e shenjavegjatë prezantimit	konsultoj/këshi, lloj grupe fushën ku jam specializuar	zgjidh konfliktet ose ndërmjetësoj mes dy grupeve

TEMA 6: Ndërlidhja ndërmjet sipërmarrësit dhe mjedisit

6.1 Ndikimi i njeriut mbi mjedisin

Studiuesit e fushës së organizimit industrial,pohojnë se performanca e biznesit varet në mënyrë absolute nga konkurenca në industri dhe se firmat nuk mund të influencojnë mbi mjedisin.

Kjo pikëpamje mbështetet nga studjuesit e fushës së sociologjisë, ekonomisë dhe të manaxhimit strategjik, të cilët argumentojnë se organizatat e biznesit jo vetem që i përshtaten mjedisit, por sukcesi i tyre varet nga fakti se sa ato influencojnë mbi të. Organizatat e fuqishme të biznesit, të cilat disponojnë burime të mëdha kanë një influence më të madhe mbi mjedisin sesa organizatat e vogla. Kjo pikëpamje, e cila mbështetet nga shumica e studjuesve sot pohon se në suksesin e biznesit ndikojnë së bashku si *mjedisi ashtu edhe organizata*.

Faktorët më të rëndësishëm të megamjedisit janë pesë:

- Faktorët Politiko-Ligjor .
- Faktorët ekonomikë.
- Faktorët teknologjikë.
- Faktorët social.
- Faktorët ndërkombëtarë

Diskutim

Cilët janë elementët e mikromjedisit?

Elementet kryesorë të mikromjedisit janë:

- klientët,
- konkurrentët,
- furnitorët,
- fuqia punonjëse,
- sindikatat, partnerët, rregullatorët.

6.2.Lidhja e sipërmarrjes me përfitimin social –ekonomik

Në vitin 1890 Alferd Marshall ishte i pari që njohu zyrtarisht rëndësinë e sipërmarrjes si një faktor prodhimi. Në traktatin e tij të famshëm “Parimet e ekonomisë “Marshall pohon se ka riformuluar katër faktorët e prodhimit të cilët deri atëherë ishin toka, puna, kapitali dhe organizimi, duke e zëvendëuar këtë të fundit me sipërmarrjen sipas tij organizimi është faktor koordinues, i cili i mbledh faktorët e tjerë së bashku, dhe Marshall bëronte se sipërmarrja është element shtytës i organizimit nëpërmjet një organizimi krijues, sipërmarrësi krijojnë mallrat e rinj ose përmirësojnë “planin e prodhimit të një malli të vjetër”. Në mënyrë që ta bëjnë këtë sipërmarrësit duhet të kenë një kuptim të plotë për industrinë e tyre dhe duhet të jenë udhëheqësit e natyrshëm.

Sipërmarrja kontribuon në tërësinë e pasurisë shoqërore, duke krijuar tregje të reja, industri të reja, teknologji të reja, forma të reja institucionale, vende të reja pune dhe rritje neto të produktivitetit real. Punët e krijuara përmes aktiviteteve të sipërmarrjes çojnë drejtpërdrejt në shpërndarjen e barabartë të të ardhurave dhe kjo arrin kulmin në arritjen e standarteve më të larta të jetesës së popullsisë. Në këtë mënyrë do të rriten gjithashtu edhe burimet në dispozicion të qeverisjes. Kështu, ato do të mundësojnë që sipërmarrja të ofrojë shërbime sociale, si spitalet dhe shkollat, zhvillimin e infrastructures dhe të ruajë ligjin e rendin.

Kapitalizmi, sistemi i insiativës së lirë private, është i ngritur mbi parimin themelor se konkurrenca midis firmave do t’u shërbejë më mirë plotësimin të nevojave të shoqërisë. Në ekonominë e tregut, sistemi i sipërmarrjes private ka arritur rezultate të paparashikueshme në rritjen e mirëqënjes

ekonomiko-sociale të njerzve. **Nëpërmjet sipërmarrjes realizohen të drejtat dhe lirë të themelore të njeriut, të cilët janë; prona private, fitimi, liria e zgjedhjes dhe konkurrenca.**

Përfitimet social ekonomike nga sipërmarrja janë:

- *Sipërmarrja krijon punësim*
- *Sipërmarrja përmirëson cilësinë e jetës*
- *Sipërmarrja kotribuon për një shpërndarje më të barabartë të të ardhurave.*
- *Sipërmarrja përdor burimet*
- *Sipërmarrja sjell përfitimet sociale përmes qeverisjes.*

6.3 Artikulli “Psikologjia e vendimeve të ndërmarrjeve”, Dr. Gleißner



Drejt së ardhmes përmes lojës – Sandra Gstrein dhe Siegfried Eürm, PlayMais®

Para më shumë se 10 vjetësh Siegfried Eürm takoi një fermer misri, Hubert Loick, i cili mendonte se me misrin mund të bëhej shumë më tepër sesa thjesht ushqim për kafshët, misri ermik apo kokoshka. Misri në Austri është një nga produktet më të rëndësishme bujqësore dhe mund të kultivohet pothuajse në gjithë vendin. Ai mendoi të bënte diçka për fëmijët dhe me idenë e vet entuziazmoi edhe Siegfried Eürm, i cili në atë kohë punonte si pjesë e manaxhimit të një firme të madhe tregtare nga e cila vendosi të hiqte dorë.

Së bashku menduan që ideja e produktit të përdorej për një material loje natyrale krijuese për fëmijë dhe që nga viti 1999 filloi dhe prodhimi i saj. Që prej vitit 2000 marka „PlayMais®“ është një markë e mbrojtur. Me këtë ide të thjeshtë në dukje, dy sipërmarrësit inovator arritën që të hynin në një sektor me interes: „PlayMais®“ është një material natyral loje, i cili i ndihmon fëmijët në zhvillimin e personalitetit të tyre dhe për modelimin e shqisës së të prekurit. Gjithashtu ai ndihmon në shkathtësimin e aftësimin e gishtërinjve si dhe në konceptimin hapësinor e kohor.

6.4 Situate biznesi “Riciklimi i Fredit ”

Fred L. Per 11 vjet ka qënë menaxher zyre në qendrën e shpërndarjes rajonale në bazë të gjerë të kompanisë X. Ai e pëlqente punën e tij dhe meqënëse firma kishte qënë e suksesshme , Fredi në periudhën e zgjerimit te përgjegjësave dhe të të ardhurave kishte ecur mirë. Paga e tij ishte mjaft e mire dhe përfitimet anësore të tij ishin të shkëlqyera .Vitin e fundit bonusi i ndarjes së fitimit ka

qënë 6.300 \$.Megjithëse Fredit i pëlqente çfarë kishte bërë ai ishte i turbullt nga të gjitha harxhimet e kota që ai shikonte në qendrën e shpërndarjes. Çdo ditë disa ton prej kartonit dhe letrës flakeshin si të papërshtatshme. Gjithashtu shumë prej paletave të ngarkimit ishin hedhur poshtë për arsye së ato ishin të krisura ose kishin seksione të thyera. Letra e papërdorshme e kompjuterit gjithashtu u flak si e papërshtatshme dhe artikuj të tjerë ishin hedhur si mbeturina. Një ditë kur një makinë e madhe plehrash iku me disa qindra dollarë kuti kartoni të papërdorshme Fredit i lindi një ide e re. Ai marshoi drejt zyrës së zëvendës-presidentit të kompanisë me një propozim a mund ti mbanin mbeturinat e letrës dhe të kartonit? Unë mund ti vë ato në përdorim me përgjegjesi dhe ti kursej kompanisë shpenzimet e transportit.

Zëvendës-presidenti menjëherë i thotë se është dakort me propozimin që Fredi bën për kompaninë por me kusht që ai të jetë përgjegjës drejtpërdrejt për propozimin. Ai duhet të bjerë dakort për ta lëvizur skrapin mbi një bazë të rregullt pa përfshirje në ndonjë mënyrë të kompanisë dhe këtë duhet ta bëjë në kohën e lirë. Me këtë vendim kishte lindur dhe **riciklimi i Fredit**. Shpejt biznesi filloi të nxjerrë të ardhura. Fredi qëndronte mbas pune. Me ndihmën e dy vajzave të tij nxënëse ai ishte në gjendje të ecte krahas me propozimin e kartonit dhe të letrës edhe me riparimin dhe shpëtimin e paletave të thyera. Në fakt të ardhurat e tij neto gjate vitit të parë të operimit ishin të mjaftueshme për të paguar kuotën e mësimin privat për vajzën e tij në një kolegji lokal. Pastaj Fredi arriti në një udhëkryq. Atij ju ofrua e njëjta mundësi nga një firmë e madhe në komunitetin ku jetonte. Nëse ai pranonte biznesin shtesë do ti duhej të ndryshonte metodat e tij, të pajtonte më shumë ndihmës, madje atij mund ti duhej të ndërpriste punën e tij me qëllim që të niste një biznes për veten e tij.

Tema 7: Efikasiteti si kushtëzues i vendimeve sipërmarrëse

7.1 Kuptimi i Efikasitetit

Efiçencë do të thotë arritje e rezultateve cilesisht të larta, me përdorim minimal të burimeve e në kohën më të vogël të mundshme. Eficenca pra nënkupton që të veprësh në një mënyrë të tillë që të mos keqperdoresh burimet.

Efiçientë: Kryerja e një funksioni në mënyrën më të mirë të mundshme, me sa më pak mbetje dhe me humbje sa më të pakët të kohës dhe mundit.

Efektiviteti (ang.: effectiveness) është term me të cilin shprehet vlersimi i ndikimit të një objekti apo veprimi në një dukuri a proces.

Në shkencat ekonomike me Efektivitet nënkuptohet niveli i realizimit të objektivave dhe marrëdhëniet ndërmjet rezultatit të pritur dhe rezultatit faktik të veprimtarisë.

Efektiviteti është aftësia për të zgjedhur objektivat e përshtatshme dhe mjetet e duhura për arritjen e tyre. Efektiviteti do të thotë ti bësh gjërat që duhen në kohën e duhur dhe në mënyrën e duhur.

Efektiv: Përmbushja adekuat e një qëllimi, prodhimi i një rezultati të synuar.

Dëgjojmë shpesh fjalinë “po shkoj në punë” por asnjëherë intonacioni i saj nuk është i njëjtë, ndonjëherë më i lartë, ndonjëherë më i ulët, ndonjëherë mezi dëgjohet. Të gjithë shkojnë në punë, të gjithë punojnë por kënaqësia që ata marrin nga puna, efektiviteti i tyre në punë, promocionet, shpërblimet, ngritjet në detyrë të gjithë janë faktorë relativ

Efektiviteti është aftësia për të zgjidhur objektivat e përshtatshme dhe mjetet e duhura për arritjen e tyre. Efektiviteti do të thotë të bësh gjënë e duhur në mënyrën e duhur dhe në kohën e duhur. Pra çështja është jo që të bësh gjërat drejtë por së si të gësh gjërat e duhura për të bërë, dhe pastaj të përqëndrosh forcat dhe mjetet në to.

Për rritjen e efektivitetit në punë ndikojnë një sërë faktorësh si:

- *identifikimi i talenteve brënda*
- *përmirësimi i kushteve të punonjësëve dhe të qënurit adekuat me ndryshimet e teknologjisë së kohës.*
- *sigurimi i qëndrueshmërisë financiare është një shtysë shumë e madhe për rritjen e efektivitetit të punonjësëve.*
- *Trajnimet etj*

Në tentojmë gjithmonë të jemi efektiv, nuk rreshtim asnjëherë por gjithmonë tentojmë drejt limitit të tij pasi është shumë e vështirë ta arrijmë megjithë teknikat që sa vijnë dhe specializohen. Por duhet theksuar fakti që është bërë një progres shumë i madh në këtë drejtim dhe mbase ndonjëherë do ta arrimë atë limit aq shumë të dëshiruar.

7.2 Efikasitetin në ndërmarrje

Principet kryesore të menaxhimit të kohës

Parimet e menaxhimit të kohës:

- Përcakto qëllimet/objektivat
- Radhitni të gjitha aktivitetet
- Përcakto prioritetet

- Të ndërtosh një liste të suksesshme të gjërave
- Të shmangesh shtyrjen e punëve për me vonë.
- Mëso të thuash “JO”

Menaxhimi efikas i kohës

Për menaxhimin efikas të kohës menaxheret duhet jo vetëm t’i lexojnë apo ti mësojnë rregullat për menaxhim efikas të kohës, por përmes ushtrimit ato duhet t’i shndërrojnë në rutine:

- Prioritetet
- Hartimi i planit ditor
- Përparimi në bazë të planit
- Shënimi
- Mbledhjet
- Blloku gjatë ditës
- Ndërprerjet
- Delegimi
- Kreativiteti
- Ruajtja e disponimi

7.3. Të punosh në mënyrë efikase – Listë kontrolli (Checklistw)

Unë punoj në mënyrë *efektive* kur bëj dicka e cila më con në rezultatin apo qëllimin e dëshiruar.

Unë punoj në mënyrë *efikase* nëse e arrij rezultatin apo qëllimin e dëshiruar me pak harxhim (kohe).

Të punosh në mënyrë efektive është e mundur nëse ke mjetet e duhura në dispozicion.

Nëse druvari Burhard përdor një sëpatë të mprehtë, atëherë puna e tij do të jetë më efikase sesa puna e druvarit Franc, i cili mundohet të presë dru me një sëpatë jo të mprehtë.

Domethënë që unë mund të arrij tek qëllimi i dëshiruar brenda një kohe më të shkurtër edhe pse si unë edhe Franci kemi punuar në mënyrë efektive.

Sa pyetjeve mund t’iu përgjigjem me PO?

- A përdor plan javor dhe ditor?
- A vendos proiritete dhe iu përmbahem atyre?
- A ekziston rregull mbi tavolinën time të punës?
- A i mbaroj mundësisht shpejt detyrat e pakëndshme?
- A i kam krijuar vetes mundësinë për të punuar në qetësi?
- A mund ta gjykoj mirë kohën që shpenzoj për detyrat?
- A i vendos vetes qëllime?

- A jam aq i organizuar sa ti gjej dokumentet, të dhënat, materialet e kërkuara brenda një kohë të shkurtër?
- A përpiqem ti përfundoj punët njëra pas tjetrës?
- A mund të zhvilloj biseda efikase?
- A kërkoj gjithmonë rrugë për të përsosur proceset në punë?
- A e di se cilat janë pjesët e ditës kur unë jam veçanërisht i përqëndruar dhe mund të punoj mirë, dmth. kur rendimenti i punës time është i lartë?
- Detyrat e ngjashme i kryej mundësisht të ndara në blloqe

7.4 Metoda ALPEN Krijimi i një plani pune për një ose dy javë

Metoda ALPEN ndihmon për të zhvilluar një plan ditor:

A... Mbledhja e detyrave **L...** Gjykimi/planifikimi i gjatësisë në kohë të detyrave **P...** Planifikimi i kohës shtesë/rezervë **E...** Marrja e vendimeve (vendosja e prioriteteve) **N...** Rikontrolli

Mbledhja e detyrave

Mbani shënim të gjitha detyrat për ditën tjetër.

Gjykimi i kohës së nevojshme për një detyrë

Gjykoni sesa kohë ju nevojitet për të kryer një detyrë.

Planifikimi i kohës shtesë/rezervë

Planifikoni kohë shtesë/rezervë. Si vlerë referuese vlen 40 % kohë shtesë/rezervë në një ditë pune.

Marrja e vendimeve (vendosja e prioriteteve)

Vendosni prioritet lidhur me detyrat e planifikuara.

Rikontrolli

Gjithmonë mbeten detyra për tu riparë dhe ribërë. Riplanifikoni detyrat e papërfunduara.

Detyra/Veprimtari	Kohëzgjatja	Prioriteti
		1-i lartë 3-i ulët

7.5 Organizimi i bisedave efikase

Qëllimi i një bisede normalisht është arritja e përfundimeve të caktuara. Biseda joefikase zhvillohen

atëherë kur ekziston synimi për të arritur në një përfundim por këto përfundime nuk arrihen dhe të tilla biseda joefikase janë vrasësit numër një të kohës për të gjithë pjesëmarrësit.

Brainstorming:

Gabime tipike, mbledhja e situatave të pakëndshme gjatë bisedave.

Si mund të realizojmë **biseda efikase?**

Trajtimi/diskutimi i sugjerimeve të zgjidhura

7.6 Planifikimi i nje organizimi (mbledhje, trajnim, event)/To-Do-Liste (lista e detyrave që janë për tu bërë)

Nr.	Çfarë është për tu bërë?	Kush bashkëvepron?	Çfarë nevojitet?	Gati deri:	Çfarë duhet të ndodhë më parë?

Tema 8: Perceptimet e sipërmarrësve mbi efikasitetin, kontrollin dhe rrezikun.

8.1 Raporti ndermjet eficenses dhe efektivitetit

Le të shpjegojmë më thjeshtë :

Një firma që merr 1.000.000 lekë të ardhura për 250.000 lekë shpenzime marketingu është më efciente sesa një firmë që arrin të njëjtin rezultat shitje nga shpenzimet e marketingut prej 300.000 lekë .

Meqenëse efcienca lidhet me raportin e outputeve ndaj inputeve efcienca respektive është $1.000.000/250.000=4$ dhe $1.000.000/300.000=3.33$

Efektiviteti është aftësia për të zgjidhur objektivat e përshtatshme dhe mjete e duhura për arritjet e tyre.

Efektivitet : do të thotë të bësh gjërat që duhën në mënyrën e duhur në kohën e duhur .

Ducker-i për efektivitetin ka theksuar që çështja është jo të bësh gjërat drejt por sesi të gjesh gjërat e duhura për të bërë dhe pastaj të përqendrosh forcat dhe mjetet në to .

Duke përdorur shembullin e mësipërm të ardhurat e dëshiruara nga shitja mund të kënë qënë 900.000 lekë për periudhën e kohës në shqyrtim, në këtë rast performanca është e dukshme që është dhe efektive .

Sidoqoftë nëse kostot për arritjen e rezultatit ishin 300.000 në krahasim me atë të parashikuar që ishte 250.000 lek ,atëherë mund të themi që performanca është inefficente .

Për më tepër ,nëqoftëse tregu është në rritje dhe shifra prej 9.000.000 lek përfaqsojnë një vlerësim prej 10% te pjesës së tregut por të ardhurat nga shitja prej 1.000.000 përfaqsojnë një pjesë tregu prej 8%(përshkak se ritmi i rritjes se tregut nuk është parashikuar saktë), atëherë kjo mund të përfaqsojë një nivel inefficent te performancës .

Por cili është raporti që egziston ndërmjet efijencës dhe efektivitetit ?

E thënë thjesht efektiviteti i referohet blerjes së gjërave që duhen ndërsa efijenca i referohet gjërave siç duhet.

Nuk ka dyshim se efektiviteti është shumë më i rëndësishëm se efijenca, pavarësisht se të dyja janë të dëshirueshme . Sa më me efijence t'i perdorë burimet disponibël organizata e biznesit në përpjekje për të qënë efektive aq më efektive do të jetë ajo.

Në raportin efijencë –efektivitet predominues padyshim është efektiviteti . Kështu , një kompani mund të jetë shumë efijente në prodhimin e një produkti , por nga tregu ka kërkesa të pakta për të dhe kërkesa të larta për një produkt tjetër që prodhon një kompani tjetër, por që prodhimi i tij nuk është shumë efijent . Në këtë situatë menaxherët e kompanisë së parë nuk janë efektive në punën e tyre dhe kjo gjë do të pasqyrohet në bilancin e shitjeve të saja e do të japë një varg pasojash të tjera negative . Thënia e Drucker-it që “megjithëse efijenca është e rëndësishme , efektiviteti është vital” ,është komenti përfundimtar që mund ti bëhet kesaj çështje.

Prej sipërmarrësve kërkohet cdo ditë me tepër :

- Kompetenca profesionale
- Aftësi më të larta për të kualifikuar e motivuar njerzit në punë
- Të dinë t'ju përshtaten me efektivitet ndryshimeve , të menaxhojnë dhe të perdorin sisteme të sofistikuara informacioni e veçanërisht të jenë me fleksibël e të adaptueshëm me një mjedis ku klima sociale po bëhet gjithnjë e më tepër e pranishme

Në librin e tyre të mirënjohur “In search of excellence “ T.Peters dhe R.Eaterman (1982), Studiuar 43 kompani te cilat ishin mjaft productive dhe competitive në tregun botëror si Mc.Donalldes , IMB dhe Kodak .

Nga ky studim ata konkluduan se kto kompani me performancë të jashtzakonshme kishin të përbashket **8 karakteristika bazë :**

- 1.Ishin te priruara ndaj veprimit .
- 2.Njihnin sipermarrjen dhe autonome e menaxhereve
- 3.Nxisnin sipermarrjen dhe autonome e menaxhereve

- 4.Rritnin produktivitetin duke ju kushtuar vëmendje të veçantë nevojat e stafit të tyre
- 5.Inkurajohesh (nxitesh) nga filozofia e udhëheqjeve të organizates së tyre
- 6.Përqendroheshin në atë biznes që njihnin më mirë
- 7.Kishin një strukturë organizative me numër optimal njerzish e nivelesh
- 8.Ishin të organizuara në mënyrë të centralizuar apo të decentralizuar në përputhje me atë çka ishte e përshtatshme për to .

Është e qartë për të gjithë se këto cilësi janë karakteristika të aktiviteteve sipërmarrës aftësi dhe funksioneve që janë të domosdoshme për të menaxhuar kompaninë në mënyrë kompetitive në kushtet e sotme dhe në prespektive .

8.2 Rëndësia dhe nevoja e kontrollit

Kontrolli : është procesi i matjes së rezultateve të realizuara , krahasimin e atyre rezultateve me planet ose në një standart tjetër, diagnostikimin e shkaqeve të devijimeve të realizimeve nga parametrat e planifikimit marrja e aksionit korrekt kur është e nevojshme .

Proçesi i kontrollit egziston në të gjithë sferat e operacioneve dhe është pjesë shumë e rëndësishme e menaxhimit sepse ai fokusohet në matjen e suksesit dhe arritjen e objektivave të organizates . Sot është evidente se të gjithë organizata , pa dallim dhe të gjithë aktivitetet të cilat duhen të menaxhohen është ndertuar i ashtuquajhuri sistemi i planifikimit të kontrollit .

Çdo sipërmarrës pasi të bëj planifikimin, kalon në realizimin e asaj që është planifikuar dhe nga realizimi kthehen informacioni përpara në planifikim me qëllim që të shikohet apo verifikohet sesa korrespondon realizimi me qëllimet e planifikuara.

Funksioni i kontrollit paraprakisht është lidhja pararenëse e cila mundëson qeverisjen me çdo proçes. Vetëm kontrolli na mundëson të matim dhe të krahasojmë atë që kemi realizuar.

Kontrolli është shumë i rëndësishëm për disa arsye :

- Në biznes rrallë veprohet në përputhje me planet e hartuara dhe kontrolli është ai që i mat rezultatet dhe na mundëson që të reagojmë.
- Përmes kontrollit organizata përgatitet t'u përgjigjet sfidave nga mjedisi i jashtëm.
- Kontrolli ndihmon në verifikimin e operacioneve që realizohen në organizatë
- Kontrolli mundëson në zbulimin e devijimeve para se ato të rriten
- Kontrolli identifikon shance të reja.
- Kontrolli mundëson decentralizimin me efekt më të lartë në vendim marrje.

Pa vendosje të sistemit të kontrollit sipërmarrësit nuk do të jenë në gjendje të kuptojnë se në cilin nivel organizata është e suksesshme dhe si mund t'i përmirsojë rezultatet e veta .

Sistemi i kontrollit i mundeson sesi t'i përgjigjet sfides së kualitetit të prodhimeve dhe e shërbimeve, ai përcakton cilësinë dhe performancë e kualitetin prodhimeve dhe shërbimeve.

Ekzistojnë tre lloje të kontrollit :

- Kontrolli paraprak
- Kontrolli rrjedhës
- Kontrolli përfundimtar

Kontrolli paraprak , është kontrolli që realizohet në fazën e pranimit të inputeve, ky kontroll përfshin kontrollin e burimeve fizike, njerzore, finaciare dhe informative .

Qëllimi i këtij kontrolli është që inputet t'i plotësojnë standartet e kërkuara për të hyrë në procesin e transformimit .

Kontrolli i burimeve fizike, përfshin kontrollin e rezervave, a janë ato optimale dhe cilësore, kontrolli i paisjeve.

Kontrolli i burimeve njerzore përfshin aktivitetet e zgjedhjes dhe selektimit të punonjësve të përshtatshëm për detyrat e vendosura

Kontrolli i informacionit përfshin vlersimin e përshtatjes së informative që janë të nevojshme për procesin e vendosjes .

Kontrolli financiar përfshin analizën e mjeteve finaciare në sasi domethëne mjetet e nevojshme për realizim të pandërprerë të procesit të transformimit dhe cilësisë, mjetet finaciare dhe çmim më të lirë ose kosto më të ulët të kapitalit .

Qëllimi i këtij kontrolli është eliminimi i gabimeve gjatë procesit të transformimeve të inputeve në autpute.

8.3 Menaxhimi i rrezikut

Vazhdimisht sipërmarrësit janë përballur me sfidat që vijnë me krijimin dhe drejtimin e bizneseve të tyre. Për këtë arsye një pronar të biznesit duhet të jetë i përgatitur se si të tejkalohen këto pengesa nëse ai / ajo është që të krijojë një biznes të suksesshëm. Një sfidë e përballur me njerëz të biznesit është duke bërë vendime të gabuara për shkak të mungesës së aftësive të shëndosha të menaxhimit të biznesit.

Për këtë arsye është vetëkuptueshme; një sipërmarrës është në rrezik dhe kështu disa herë ka për të bërë gabime. Përveç mungesës së kapitalit për të marrë burimet, të fillojë dhe të mbajë një biznesi, dështim të biznesit mund të jetë për shkak të menaxhimit të keq të biznesit, ku vendime të gabuara janë duke u bërë.



Një sipërmarrës mund të përjetojnë dështim të biznesit për shkak të mungesës së aftësive menaxhuese të drejtë. Një person i biznesit kërkon aftësi në fusha të tilla si marketing, hulumtim dhe zhvillim, menaxhimit financiar dhe administrimin. Këto janë aftësi që janë jetike në drejtimin e një biznesi dhe nëse nuk zbatohen siç duhet mund të çojë një biznes drejt dështimit. Kjo edhe mund të

kundërshtohet duke marrë pjesë në kurse për menaxhimin e biznesit dhe duke lexuar libra dhe revista të organizimit të biznesit.

Tema 9: Vendimarrja sipërmarrëse

9.1 Koncepti i vendimarrjes. Vendimarrja në ide të reja.

“Unë kam më shumë respekt për personin që arrin sukses me një ide, sesa për personin që ka mijëra ide dhe nuk bën asgjë rreth tyre.”

Thomas Alva Edison

Bazuar në këtë filozofi, Thomas Edison, shpikësi dhe biznesmeni amerikan, realizoi sipërmarrjen e tij. Ai identifikoi nevojën për ndriçimin elektrik urban, e eksperimentoi këtë ide në kushte laboratorike, të cilat çuan në prodhimin e llambës elektrike. Ai jo vetëm që arriti të shpikte një produkt, por krijoi një kompani, organizoi dhe menaxhoi burimet njerëzore dhe financiare që ishin të nevojshme për të zbatuar vizionin e tij të ndriçimit. Qasja e Thomas Edison tregon se si krijohet vizioni nga një sipërmarrës, si një individ që identifikon mundësi dhe i qaset asaj nëpërmjet krijimit të një kompanie, duke u ballafaquar me rreziqet dhe duke angazhuar burimet e nevojshme.

Vendimarrja është forca lëvizëse e zhvillimit ekonomik dhe sipërmarrësit, duke prezantuar ide të reja në treg, janë bartës të proceseve të zhvillimit ekonomik.

Idetë e reja kanë të bëjnë me inovacione të produkteve, të proceseve, tregjeve dhe inovacione organizative. Zbatimi i suksesshëm i këtyre ideve të reja rrit kënaqësinë e kërkesave të konsumatorëve

të rinj dhe si rrjedhojë krijimin e kompanive të reja. Burimet e ideve për të nisur një biznes nga asgjëja janë të ndryshme. Ka disa rrethana që ndikojnë në krijimin e ideve të reja:

Eksperienca personale – Një bazë për krijimin e ideve të reja është eksperienca personale, e përfituar në shtëpi apo në punë. Njohuritë e fituara nga puna aktuale ose nga punët më të fundit të kryera, shpesh e lejojnë një person të shikojë mundësitë për përmirësimin e një shërbimi apo modifikimin e një produkti ekzistues.

Hobet – Ndonjëherë hobet e kapërcejnë statusin e tyre, për t'u bërë biznese. Një shembull mund të jetë rasti i një studenti që ishte i apasionuar pas skive dhe vendosi të krijonte një biznes duke dhënë me qera pajisjet e skive, si një mënyrë për të siguruar të ardhura nga një aktivitet që e bënte të lumtur.

Shpikjet e papritura (aksidentale) – Një burim tjetër idesh janë edhe shpikjet aksidentale, shpesh të quajtura edhe koinçidenca. Shpesh, ngacmimet për këto ide vijnë nga fenomene të ndryshme që ndodhin në jetë apo në punë, apo nga diskutime në seminare, ëork shop etj.

Kërkimi i paramenduar – Një ide për krijimin e një biznesi nga fillimi vjen dhe nga kërkimet e bëra në fusha të ndryshme të lidhura me interesat e sipërmarrësve. Sipërmarrësit mund të vëzhgojnë kapacitetet e tyre dhe më pas të shikojnë nëse janë të aftë të prodhojnë produktet apo shërbimet e reja si dhe të lidhin këto aftësi me kapacitetet e tyre. Revistat dhe periodikët e ndryshëm janë njëburim shumë i mirë i ideve të reja. Gjithashtu, kërkimet paraprake bëjnë të mundur që sipërmarrësit, duke u mbështetur në to, të vënë mendjen në punë për të kapur mundësi të reja dhe për t'i bërë ato realitet.

Eksperienca ka treguar se një ide e mirë nuk është domosdo një mundësi e mirë investimi. Në fakt, pjesa më e madhe e njerëzve ka tendencë të tërhiqet nga një ide dhe të mos vlerësojë vështirësitë që ekzistojnë në zbatimin realisht të kësaj ideje në treg. Të cilësohet si një mundësi e mirë investimi, një produkt duhet të ketë një ndihmë reale në lidhje me funksionimin, cilësinë, qëndrueshmërinë dhe çmimin. Dhe, së fundmi, mundësia varet nga aftësia për të bindur konsumatorët (tregu) për përfitimet që do të kenë nga përdorimi i produktit apo shërbimit.

9.2 Procesi i një vendimmarrjeje të suksesshme

"Kurdo që të shihni një biznes të suksesshëm, dikush dikur mori një vendim të guximshëm."

Peter Drucker

Vendimmarrja është procesi i marrjes së zgjedhjeve duke identifikuar një vendim, mbledhjen e informacionit dhe vlerësimin e rezultateve alternative.

Përdorimi i një procesi vendimmarrës hap pas hapi mund të ndihmojë në marrjen e vendimeve më të qëllimshme, të menuara duke organizuar informacione përkatëse dhe duke përcaktuar alternativa. Kjo qasje rrit shanset që të zgjidhet alternativa më e kënaqshme e mundshme. Hapat që duhet të merren nga një sipërmarrës për të siguruar një vendimmarrje efektive:

Hapi 1: Identifikoni vendimin.

Hapi 2: Mblidhni informacionin përkatës

Hapi 3: Identifikoni alternativat

Hapi 4: Peshoni provat

Hapi 5: Zgjidhni midis alternativave

Hapi 6: Veproni

Hapi 7: Rishikoni vendimin tuaj dhe pasojat e tij

9.3 Strategjitë e marrjes së vendimeve në biznes

Për një sipërmarrës është e rëndësishme të dijë strategji të ndryshme të vendimmarrjes sepse përdorimi i strategjisë së duhur në kohën e gabuar mund të jetë katastrofike për biznesin. Shumica e njerëzve kalojnë nëpër prova dhe gabime kur marrin vendime, duke u mbështetur në përvoja të mira dhe të këqija, për të kuptuar se çfarë hapi tjetër duhet ndërmarrë. Po sikur të shihni një situatë të re që nuk është si ajo që keni trajtuar më parë? Ekzistojnë katër lloje të vendimeve strategjike, të cilat një sipërmarrës mund të fillojë t'i zbatojë menjëherë, pavarësisht nëse kemi të bëjmë me një situatë të njohur apo të re.

➤ *Marrja e vendimeve analitike*

➤ Kjo strategji përdoret në rastet kur informacioni për një situatë të krijuar është i mjaftueshëm për sipërmarrësin. Marrja e vendimeve mbështetet në informacionin që është objektiv dhe që mund të vëzhgohet me lehtësi. Kjo është një strategji shumë tërheqëse për shkak të mënyrës së ndarjes së një vendimi kompleks në një grup të pjesëve më të vogla ndërlidhëse. Marrja e vendimeve analitike është ideale kur kemi synime të qarta dhe lehtësisht të përcaktueshme, mund të përdoret çdo informacion që nevojitet.

➤ *Ekspertizë në marrjen e vendimeve*

Kjo lloj vendimmarrjeje mbështetet në ekspertizën dhe kompetencën e sipërmarrësit në një zonë. Kjo ndodh kur sipërmarrësika informacionin dhe njohuritë e duhura për diçka dhe ka përvojë të mjaftueshme që shumica e vendimeve janë intuitive. Ai ka informacionet dhe i bashkon pa menduar shumë për të, edhe kur nuk duket se përputhen në sytë e të tjerëve. Për shembull, një marinar me përvojë do të dijë nëse do të bjerë shi shumë më herët dhe shumë më lehtë sesa një person tjetër.

➤ *Marrja e vendimeve për zgjedhjen e rastësishme*

Kjo mund të duket e çuditshme, por rrokullisja e një monedhe mund dhe shpesh është, një mënyrë shumë e mirë për të marrë vendime. Ajo është metoda më e thjeshtë dhe mund t'ju kursejë kohë dhe madje të jetë efektive kur e përdorni në mënyrë të duhur. Kjo strategji është kombinimi më efektiv i pasojave minimale, koha e kufizuar dhe mungesa e strategjive të tjera të përshtatshme për të zgjedhur.

Tema 10: Identifikimi i mundësive dhe vigjilenca sipërmarrëse.

10.1 Njohja e mundësive. Mënyra për të identifikuar mundësi biznesi.

“Nuk ka gabime, vetëm mundësi.”

Tina Fey

"Në mes të vështirësisë qëndron mundësia."

Albert Einstein

Nevojat dhe problemet e njerëzimit në botë janë të mëdha. Nga qëndrueshmëria mjedisore tek siguria, nga joefikasitetet organizative deri te korrupsioni, nga mbingarkesa e informacionit në sëmundje, nga transporti në komunikim, mundësitë që njerëzit të krijojnë një ndikim pozitiv janë shumë të mëdha. Sipërmarrësit janë njerëz që identifikojnë dhe i japin zgjidhje problemeve, mundësive midis tyre, nevojat dhe mundësitë midis sfidave. Sipërmarrja është më shumë sesa krijimi i një biznesi si dhe sigurimi i fitimeve. Ai është i përqëndruar në krijimin e një ndërmarrje të re që t'i shërbejë shoqërisë dhe bën një ndryshim pozitiv. Sipërmarrësit mund të krijojnë firma të mëdha dhe me reputacion që shfaqin performancë, udhëheqje dhe jetëgjatësi.

Një mundësi biznesi është thelbi i një mundësie që ka potencial tërheqës për tu bërë i suksesshëm. Sipërmarrësi është në gjendje të përshkruajë kontributet e vlefshme të një sipërmarrjeje dhe krijimit të një modeli biznesi që mund të mbështetet nga një avantazh konkurrues. Ata i vlerësojnë ndryshimet, pasi ato iu ofrojnë atyre shanse. Anita Roddick e filloi aktivitetin e saj me një “Body Shop”, pra një firmë kozmetike. Ajo përdor vetëm përbërje natyrale për prodhimin e produkteve të saj, pasi gjithmonë i vinte keq të paguante për paketime të kushtueshme, Gery Kezler merret me temën tabu të SIDA-s dhe i lidh pushimet me bamirësinë. Kështu ai krijoi “Life Ball”, që në ditët e sotme bën pjesë në aktivitetet më të suksesshme të këtij lloji.

Një ide nuk është domosdoshmërisht edhe një shans

Eksiston një ndryshim thelbësor ndërmjet një ideje dhe një shansi. Një shans bazohet në faktin se çfarë duan konsumatorët. Një biznes mund të falimentojë sepse një sipërmarrës nuk ka arritur të kuptojë dhe përmbushë nevojat e konsumatorëve. Ju mund të keni një ide shumë të mirë për një biznes, por nëse ajo çka ju doni të shisni nuk përmbush ndonjë nevojë, atëherë plani juaj ka për të dështuar. Një shans biznesi është një ide, e cila ndër të tjera përmbush kriteret e mëposhtme:

- Ideja është atraktive për konsumatorët;
- Ajo do të funksionojë në botën tuaj të biznesit;
- Ju mund të implementoni atë tani, pasi akoma nuk ka konkurrentë që kanë pasur ndonjë ide të ngjashme;
- Ju si sipërmarrës potencial zotëroni burimet dhe aftësitë për ta implementuar idenë duke hapur një ndërmarrje të re, i vetëm ose në bashkëpunim me partnerë, ose duke e realizuar idenë tuaj në një ndërmarrje ekzistuese.

10.2 Aty ku të tjerët shohin problem, sipërmarrësit njohin shanse.

Shumë ndërmarrje të njohura janë krijuar ose kanë sjellë risi, për shkak se një sipërmarrës ka arritur të zgjidhë një problem dhe në këtë mënyrë ai ka hedhur themelet për një koncept të suksesshëm biznesi. Sipërmarrësit e kuptojnë, që problemet të ofrojnë shanse\ mundësi.

Kudo, ku mblidhen turma me njerëz, p.sh.teleferik, koncert, park, parkingje,etj, gjithmonë ka pengesa gjatë marrjes së biletave. Ëlcher e identifikoi këtë problem dhe krijoi firmën SkiData. Sot kjo ndërmarrje kryeson në fushën e sistemit të kalimit\hyrjes pa pengesa.

Nje çip brenda në dorezë, në orë ose në kartë i ruan të dhënat përkatëse dhe mundëson hyrjet pa qenë nevoja që doreza apo ora të kontrollohen nga afër nga një pajisje që lexon të dhënat.

Prodhimi në masë në fushën e bujqësisë ka siguruar furnizimin me ushqime me një çmim të arsyeshëm. Humbja e shijës së veçantë të prodhimeve, skandalet dhe diskutimet e ndryshme për futjen e teknologjisë së genëve i kanë bërë konsumatorët të pasigurt. Që prej vitëve 80 shumë fermerë nuk flasin më vetëm rreth qëndrueshmërisë dhe ruajtjes së hapësirës natyrore të jetës, por ata e kanë ndryshuar

Mendimet, qëllimet, motivimet, njohuritë dhe inteligjenca e sipërmarrësit kanë si synim bazë krijimin e vlerave ekonomike dhe rritjes së tyre, qoftë në të mirë të ekonomisë së vendit dhe, apo dhe të

aktivitetin e tyre dhe janë shndërruar në fermerë bio. Ata e kanë njohur shansin dhe Austria zotëron sot përqindjen më të lartë të sipërfaqes së tokës organike në mbarë BE-në. Sipërmarrësit i vlerësojnë ndryshimet pasi ato iu ofrojnë atyre shanse. Hidhni një sy në internet! Shumica e ekspertëve besojnë, se shoqëritë telefonike do të dominojnë internetin, por sipërmarrës të rinj si dy studentët Larry Page dhe Sergey Brin, që krijuan Google apo Jerry Yang, i cili krijoi Yahoo janë më të vërtetë fitimtarët. Shoqëritë telefonike, qofshin të mëdha apo të ngadalta, nuk dinin fillimisht se si ta përdornin këtë teknologji. Në korporatat e mëdha ndonjëherë nevojitet më shumë kohë për ta realizuar një shans\mundësi të tërë biznesi se sa në një ndërmarrje.

Sipërmarrësit fillimisht e përfytyrojnë\imagjinojnë atë që duan dhe më pas e krijojnë ose e realizojnë atë.

Ndërmarrjet krijohen gjithashtu, atëherë kur sipërmarrësit ëndërrojnë produkte apo shërbime, të cilat nuk ekzistojnë akoma.

10.3 Si të kthejmë hobin në punë dhe anasjelltas.

“Një ide nuk është asgjë nëse nuk ndërmerr diçka për të.”

Ëolf Lotter

Problemet ose vizionet janë vetëm një shembull për atë që mund të përceptohet e kapet si shans për themeluesit e ndërmarrjeve. Mundësi të tjera janë **rrethanat e tendencat** në ndryshim e sipër.

Shembull për ilustrim: Karriera e Tony Ëheelers në vitin 1971 si “shëtitës nëpër botë”. Përpara se të rendte pas një vendi pune në botën e mallrave, ai bëri një udhëtim në botën “reale”. Në atë kohë ai sapo kishte përfunduar studimet dhe duke marrë pak bagazhe me vete, udhëtoi për një vit rreth botës. Ulur pranë tavolinës së kuzhinës në shtëpinë e vet, së bashku me gruan e tij, ai shkroi një udhërrëfyes për turistët individual “Asia on the Cheap”, një udhërrëfyes kyç për ata turistë që nuk duan të shpenzojnë shumë. Pas një qëndrimi të dytë 18-mujor në Azinë Juglindore, doli edhe udhërrëfyesi i dytë i tij dhe avancoi nga një udhëzues personal në një “Bestseller” dhe një sukses të vërtetë për një kohë të gjatë. Ëheelers e ktheu hobin e tij në një profesion dhe themeloi shtëpinë botuese “Lonely Planet” duke e mbështetur idenë e tij tek kënga e Joe Cocker me titull “Space Captain”. Ndërkohë biznesi i tij po korrtë shumë sukses, është bërë shumë e zakonshme të udhëtosh nëpër vende të huaja si turist individual me ndihmën e një prej gati 5 milion kopjeve të shitura të udhërrëfyesit Lonely Planet ose me një udhërrëfyes të subjekteve të tjera konkurente që janë krijuar tashmë në treg. Por gjithsesi, të menduarit e orientuar drejt fitimit nuk e largoi idealin e fillimit tek Tony Ëheelers. Ëheelers aplikoi një princip të thjeshtë: nëse ju personalisht njihni 10 persona që dëshirojnë medoemos të blejnë një produkt apo shërbim, atëherë duhet të ketë eventualisht edhe shumë të tjerë që do të paguanin për këtë, sikur të kishin informacionin e duhur.

Për kapjen e shansit në treg mund të dallohen edhe shumë principe të tjera:

- **Probleme**, që mund të zgjidhë një ndërmarrje si psh. ndërmarrja SkiData, e cila e zgjidhi problemin e radhëve të gjata në teleferikët e skive.
- **Ndryshimet** e ligjeve, rrethanave e tendencave, me liberalizimin e tregut të telefonisë janë krijuar shumë ndërmarrje të reja.
- **Shpikjet apo zhvillimet teknologjike** të produkteve apo shërbimeve plotësisht të reja. Telefoni celular, i cili para më pak se 20 vjetëve kishte përmasat e një valixheje dore, sot duket si një pajisje e ardhur nga ndonjë film me James Bond dhe pa të, zor se mund të mendohet më e përditshmja jonë. Këto zhvillime të reja kanë sjellë një bum ndërmarrjesh të reja, por njëkohësisht ato kanë ndryshuar gradualisht edhe marrëdhëniet tona me telefonat.
- **Konkurrenca**. Nëse gjeni një mënyrë për ta mposhtur konkurrencën me anë të çmimit, pozicionit, cilësisë, emrit të mirë, besueshmërisë apo orareve të hapjes, atëherë mund të arrini të posedoni një ndërmarrje shumë të suksesshme edhe me produktet e shërbimet ekzistuese.

Tema 11: Karakteri dhe synimi i sjelljes sipërmarrëse.

11.1 Procesi i sipërmarrjes. Si sipërmarrësit krijojnë vlerë.

"Ka shumë arsye të këqija për të krijuar një kompani. Por ka vetëm një arsye të mirë, të ligjshme, dhe unë mendoj se ju e dini se çfarë është: është të ndryshoni botën."

PHIL LIBIN, CEO OF EVERNOTE

Ekziston një ndryshim midis një sipërmarrësi dhe një biznesmeni. *Një sipërmarrës është dikush që krijon vlerë përmes krijimit të bizneseve.*

Thelbi i sjelljes sipërmarrëse është identifikimi i mundësive dhe vënia në praktikë e ideve të dobishme. Tërësia e detyrave të kërkuara nga kjo sjellje mund të realizohet nga një individ ose një grup dhe zakonisht kërkon kreativitet, lëvizje dhe një gatishmëri për të marrë përsipër rreziqe.

Sipërmarrja është *forca lëvizëse e zhvillimit ekonomik* dhe sipërmarrësit duke prezantuar ide të reja në treg janë *bartës të proceseve të zhvillimit ekonomik*. Këto ide kanë të bëjnë me inovacione të produkteve, proceseve, tregjeve dhe inovacioneve organizative. Implementimi i suksesshëm i këtyre ideve të reja rrit kënaqësinë e kërkesave të konsumatorëve të rinj dhe si rrjedhojë krijimin e kompanive të reja. Si rrjedhojë, duke krijuar vende pune dhe duke kontribuar në përmirësimin e qëllimeve të ndryshme kyçe si PBB (Produkti i Brëndshëm Bruto), eksportet, standardi i jetesës, zhvillimi i aftësive dhe zhvillimi i komunitetit.

Sipërmarrësit shpesh mendohen si pasuri kombëtare për t'u kultivuar, motivuar dhe shpërblyer në mënyrën më të mirë të mundshme. Sipërmarrësit e mëdhenj kanë aftësinë të ndryshojnë mënyrën se si jetojmë dhe punojmë. Nëse janë të suksesshme, risitë e tyre mund të përmirësojnë standardet e jetës, dhe përveç krijimit të pasurisë me ndërmarrje sipërmarrëse, ato gjithashtu krijojnë vende pune dhe kontribuojnë në një ekonomi në rritje.

11.2 Krijimi i vlerës ekonomike dhe sociale

Sipërmarrësi është inovatori, i cili zbaton ndryshimet brenda tregjeve përmes realizimit të kombinimeve të reja. Produktet dhe shërbimet e reja të krijuara nga sipërmarrësit mund të prodhojnë një efekt pozitiv, ku stimulon bizneset, duke çuar më tej zhvillimin ekonomik. Organizatat e zhvillimit të infrastrukturës dhe madje edhe kompanitë e pasurive të patundshme kapitalizuan këtë rritje ndërsa punëtorët migruan në qytete ku punësimi po rritej.

- Disa nga rolet e sipërmarrësit në zhvillimin e ekonomisë së një vendi janë:
Krijimi dhe ndarja e pasurisë. Me krijimin e entitetit të biznesit, sipërmarrësit investojnë burimet e tyre dhe tërheqin kapital (në formën e borxhit, kapitalit neto, etj.) Nga investitorët, huazuesit dhe publiku. Kjo mobilizon pasurinë publike dhe lejon njerëzit të përfitojnë nga suksesi i sipërmarrësve dhe bizneset në rritje. Ky lloj kapitali i bashkuar që rezulton në krijimin dhe shpërndarjen e pasurisë është një nga qëllimet themelore të ekonomisë.

- **Krijojnë punë.** Sipërmarrësit janë nga natyra dhe përkufizuesit “krijues të vendeve të punës”. Ky lloj i krijimit të vendeve të punës nga bizneset e reja dhe ato ekzistuese është përsëri një nga qëllimet themelore të zhvillimit të ekonomisë. E gjithë kjo nga ana tjetër krijon shumë mundësi punësimi duke ulur kështu normën e papunësisë, dhe po ndihmon në shtimin e standardeve në një nivel global.
- **Zhvillimi i balancuar rajonal.** Sipërmarrësit që krijojnë biznese të reja dhe njësi industriale ndihmojnë zhvillimin rajonal duke lokalizuar në zona më pak të zhvilluara dhe të prapambetura. Rritja e industrive dhe biznesit në këto zona çon në përmirësime të infrastrukturës si rrugë më të mira dhe lidhje hekurudhore, aeroporte, furnizim të qëndrueshëm me energji elektrike dhe ujë, shkolla, spitale, qendra tregtare dhe shërbime të tjera publike dhe private që nuk do të ishin të disponueshme. Çdo biznes i ri që ndodhet në një zonë më pak të zhvilluar do të krijojë punë të drejtpërdrejtë dhe indirekte, duke ndihmuar në ngritjen e ekonomive rajonale në shumë mënyra të ndryshme.
- **Prodhimi i PBB-së** dhe të ardhurave për çdo banor. Krijimi i sipërmarrjeve të reja, çon në rritje të PBB-së dhe të ardhurave për frymë, i cili po ashtu është përsëri një nga qëllimet thelbësore të zhvillimit ekonomik.
- **Standardi i jetesës.** Rritja e standardit të jetesës së njerëzve në një komunitet është një tjetër qëllim kryesor i zhvillimit ekonomik. Sipërmarrësit përsëri luajnë një rol kryesor në rritjen e standardit të jetesës në një komunitet. Ata e bëjnë këtë jo vetëm duke krijuar vende pune, por edhe duke zhvilluar dhe adoptuar risi që çojnë në përmirësime të cilësisë së jetës së punonjësve, klientëve dhe palëve të tjera të interesit në komunitet. Për shembull, automatizimi zvogëlon kostot e prodhimit dhe mundëson prodhim më të shpejtë, do ta bëjë i biznes më produktiv, duke siguruar gjithashtu klientëve të saj të njëjta mallra me çmime më të ulëta.
- **Eksportet:** Çdo biznes në rritje do të dëshirojë të fillojë me eksportet për të zgjeruar biznesin e tyre në tregjet e huaja. Ky është një përbërës i rëndësishëm i zhvillimit ekonomik pasi siguron qasje në tregjet më të mëdha, dhe çon në hyrje të monedhave dhe qasje në teknologjitë dhe proceset më të fundit që përdoren në tregjet e huaja më të zhvilluara. Një përfitim tjetër kyç është se ky zgjerim që çon në të ardhura më të qëndrueshme të biznesit gjatë rënies ekonomike në ekonominë lokale.
- **Zhvillimi i komunitetit:** Zhvillimi ekonomik jo gjithmonë shndërrohet në zhvillimin e komunitetit. Zhvillimi i komunitetit kërkon infrastrukturë për arsim dhe trajnim, kujdes shëndetësor dhe shërbime të tjera publike. Për shembull, keni nevojë për punëtorë të arsimuar dhe të aftë në një komunitet për të tërhequr biznese të reja. Nëse ka institucione arsimore, shkolla të formimit teknik dhe mundësi praktike, kjo do të ndihmojë në ndërtimin e një grupi të punëtorëve të arsimuar dhe të aftë.

- **Sipërmarrësit krijojnë ndryshime sociale.** Përmes ofrimit të mallrave dhe shërbimeve unike, sipërmarrësit shkëputen nga tradita dhe zvogëlojnë varësinë nga sistemet dhe teknologjitë e vjetëruara. Kjo rezulton në një cilësi të përmirësuar të jetës, moral të përmirësuar dhe liri më të madhe ekonomike.

Pra, ka një rol shumë të rëndësishëm për sipërmarrësit që të nxisin zhvillimin ekonomik duke filluar biznese të reja, duke krijuar vende pune dhe duke kontribuar në përmirësimin e qëllimeve të ndryshme.

Si sipërmarrësit krijojnë vlerë

Sipërmarrësit luajnë një rol kryesor në krijimin e vlerës. Ata krijojnë vlerë për veten e tyre duke krijuar vlerë për të tjerët. Shoqëritë që inkurajojnë sipërmarrjen përmes lirisë ekonomike kanë tendencë të shohin rritje më të shpejtë ekonomike seç ato mund ta bëjnë.

Pasuria nuk ekziston thjesht në mënyrë natyrale në botë. Gjërat që duam dhe na duhen duhet të krijohen ose prodhohen përpara se ato të shijohen. Sipërmarrësit luajnë një rol kryesor në krijimin e vlerës. Ata krijojnë vlerë për veten e tyre duke krijuar vlerë për të tjerët. Kjo seri mësimesh shpjegon rolin e sipërmarrësit në krijimin e vlerës për veten e tyre dhe për shoqërinë. Shoqëritë që inkurajojnë sipërmarrjen përmes lirisë ekonomike kanë tendencë të shohin rritje më të shpejtë ekonomike sesa ato që jo. Le të shohim se si sipërmarrësit luajnë një rol në krijimin e vlerës nëpërmjet një rasti studimor.

Rast studimi.

Mary Kay Ash veçohet si një nga gjigantët e biznesit të Amerikës. Tregimi i saj është i veçantë, ishte formuar me qasjen “ti mundesh” që e kishte mësuar



si fëmijë ne Hot Ēells, Texas. Për arsye që nëna e saj duhej te punonte 14 orë në ditë për të mbështetur atë dhe babain e saj te sëmurë, e vogla Mary Kay duhet të merrte përgjegjësi në një moshe mjaft të re. Përveç këshillave, nëna e saj do ta inkurajonte duke i thënë: “Ti mundesh Mary Kay, ti mundesh”. ”Si e rritur, Mary Kay do ta përcillte këtë qasje nëpërmjet një kompanie të shquar e cila do të inspironte miliona gra për gjenerata të tëra. Ky tregim i kompanisë nuk filloi përderisa Mary Kay u ballafaqua me një situatë shumë të ngjashme për gratë në fillim të viteve 60-të. Në fillim, ajo filloi të shkruante një libër që do t’ju ndihmonte grave t’i fitojnë mendësitë që asaj i ishin ndaluar. Mary Kay i hartoi dy lista në një fletore të verdhë. Njëra listë përmbante gjëra të mira që kishte parë nëpër kompani. Tjetra përmbante gjëra që ajo mendonte se mund të përmiresoheshin. Kur ajo i rishikoi listat e kuptoi që e kishte krijuar një plan marketing për një kompani të ëndërrave. Me angazhimin ndaj principeve me vendosmëri të jashtëzakonshme, me perkushtim dhe shumë punë,

Mary Kay filloi ëndrrën e saj nga një kompani e vogël e shitjeve të drejtë përdrejta ndër shitësit më të mëdhenj të shitjes së drejtpërdrejtë të kozmetikës dhe kujdesit të lëkurës në Shtetet e Bashkuara. Revista “Fortune” e njohu kompaninë si një ndër 100 kompanite më të mira për të punuar në Amerikë dhe gjithashtu emëroi Mary Kay Inc. si një ndër 10 kompanitë më të mira për gratë. Me mbi 1.8 milion Këshilltarë të Pavarur të Bukurisë në më shumë se 30 tregje boterore, kompania vazhdon të jetë një ndër tregimet më të suksesshme të biznesit. Dhe përmes saj, trashëgimia e Mary Kay Ash vazhdon të inspirojë, ndihmojë dhe fuqizojë gratë për rreth globit që të besojnë se mund të arrijnë gjëra më të mëdha.